Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 109 (2001)
Heft: 50

Heft

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

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

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

Download PDF: 05.01.2026

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

NR./N°50 AZA/JAA – 3001 BERN/BERNE

Heute mit 183 Stellenangeboten

13. DEZEMBER / 13 DÉCEMBRE 2001
DM 5.50 / ÖS 38 / LIT 5500 / FR. 4.30



URS KAMBER / Der Tourismusdirektor des österreichischen Lech und Zürs profitiert von den Vorteilen der EU. SEITE 2



WEIN / Das kleine Weinland Österreich bringt regelrechte Schätze hervor. Der Trend zum Rotwein nimmt stetig zu. SEITE 5

htr
Beilage: Café BISTRO Cafetier

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Neu mit Café-Bistro

MARIETTA DEDUAL

Wird der Kaffee teurer? Wo gibt's den besten Espresso? Kommt Tschibo in die Schweiz? Welches Hotel serviert den besten Frühstückskaffee? Im «Café-Bistro» wird kein kalter Kaffee serviert, im Gegenteil: Hier werden jeweils die heissesten News rund um die verschiedenen Kaffeehäuser und das Produkt Kaffee veröffentlicht.

Ab heute bietet die hotel + tourismus revue (htr) ihren Leserinnen und Lesern eine neue Dienstleistung an: Immer am zweiten Donnerstag im Monat wird der htr – als zusätzlicher Bund – das Café- und Coffeeshop-Fachblatt «Café-Bistro» beigelegt.

Mit der Integration in die htr wird Café-Bistro einem erweiterten Leserkreis zugänglich gemacht; die abonnierte Auflage des Fachblattes betrug 3869, sie ist nun integriert in die Vertriebsauflage der htr von 22 000 Exemplaren. Damit wir noch näher am Geschehen sind und noch frischere Informationen liefern können, wird zudem die Erscheinungsweise des Café- und Coffeeshop-Fachblattes von neun- auf zwölfmal pro Jahr gesteigert.

Die aktuelle Café-Bistro-Beilage bietet einen Überblick über die Coffeeshop-Szene in der Schweiz, in Deutschland und Österreich sowie über verschiedene Coffeeshop-Systeme und Outlets.

Siehe Beilage und Seite 13

INHALT

Meinung	2
Aktuell SHV-DV	3
Thema ST-Kampagne	4
Thema Wein	5
Tourismus	7/9/10
Hotellerie	11/12
Gastronomie	13/15/17
Marktnotizen	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund

9 771424 044000 50

SHV-DV / Delegierte stimmten dem Budget 2002 zu

Breite Basis für Strategie

Die Führung des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) hat mit einem gemäss eigener Einschätzung «ehrgeizigen, aber realistischen Budget» die Akzeptanz der Delegierten gefunden. Budgetiert werden ein Umsatz von 36,1 Mio. Franken und ein auf 1,2 Mio. Franken verbesserter Cashflow. An der DV in Bern wurde klar, woher die Erfolgsrechnung am Ende des nächsten Jahres ihre Beweise nehmen soll: Der SHV will seine Markenstärke und seine Kernkompetenzen ausnutzen, um mit Produkten und Dienstleistungen Marktführer zu werden. Gemäss der in Bern beschlossenen Strategie wird er seinen Mitgliedern den Nutzen und das Feedback aus Dienstleistungen und Partnerschaften vermitteln, die nun auch international greifen und zum Beispiel zur Anwendung des SHV-Unternehmerseminars in den deutschen Branchenorganisationen IHA/Hotelverband Deutschland und Dehoga führen. *KJV*

Siehe auch Seite 3

Foto: Marietta Dedual



«JA» ZUR STRATEGIE

In Bern beschlossen die Delegierten des Schweizer Hotelier-Vereins ein Budget, das die Stärke der «Marke SHV» und der Kernkompetenzen des Verbandes sichern soll.

SCHWEIZ TOURISMUS / Die ST-Kampagne 2002 im UNO-Jahr der Berge nimmt das Bergthema auf und will die Marke Schweiz mit der Promotion dieses Naturerbes stärken. MANUSCHAK KARNUSIAN

Werben mit dem höchsten Gut

Das soeben von der UNO ausgerufene Internationale Jahr der Berge ist für Schweiz Tourismus (ST) ein höchst willkommenes Ereignis. In Zeiten von Swissair-Debakel und weltweiter Verunsicherung bietet das kommende Jahr den Tourismus-Werbern die Gelegenheit, das ramponierte Image des Ferienlandes Schweiz wieder aufzubessern.

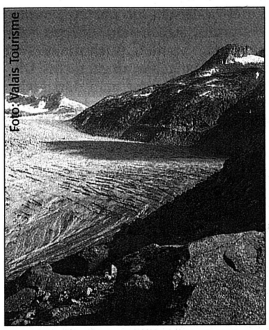
Mit einer gross angelegten Kampagne unter dem Motto «Jahr der Berge. Jahr der Schweizer!» wird ab nächstem Jahr weltweit für das höchste Gut der Schweiz, die Bergwelt, geworben. Doch nicht nur das, Schweiz Tourismus will im nächsten Jahr weltweit mit Ökohotels werben, Lehrpfade vermarkten und bestimmte Landschaften als Naturwunder propagieren. Zupass kommt Schweiz Tourismus dabei das 2002 stattfindende Jahr des Ökotourismus.

BUND SOLL IN FINANZLÜCKE SPRINGEN

Diese Anlässe sind für Schweiz Tourismus Grund genug, beim Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) um Finanzierungshilfe für die 12,8 Millionen Franken teure Kampagne nachzusuchen. Zwar will Schweiz Tourismus den Löwenanteil zusammen mit touristischen Partnern selber finanzieren. Doch für eine Finanzierungslücke von 740 000 Franken soll der Bund einspringen.

Noch ist das definitive OK ausstehend. Doch der Vorentscheid sei positiv ausgefallen, sagt der ST-Projektleiter Bernhard Rhyn.

Foto: Valais Tourisme



Das Aletschgebiet wird voraussichtlich zum Weltnaturerbe erklärt.

ÖKOLOGIE STEHT FÜR EINMAL IM VORDERGRUND

Die Kampagne startet Mitte März 2002 und bildet eine Wende in der Tourismus-Werbung. Das Ziel der ST-Kampagne ist gemäss Projekt die Förderung der ökologischen Projekte. Damit zeigt die Kampagne des Fonds Landschaft Schweiz eine erste Wirkung, auch wenn von ST-Seite bedauert wird, dass der Zeitraum der Kampagne zu kurz bemessen gewesen sei, um ein Umdenken anzuregen. Entsprechend soll die neue Kampagne denn auch über drei Jahre hinweg ausgedehnt werden. **Siehe Seite 4**

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

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

»etzwottbigoschtdie softwarebudedälade dichtmache«
Hätte ich doch Fidelio von:
CHECK IN DATA
Sellenbüren Crissier Lugano Zuoz Telefon 01 701 96 96

htr IN KÜRZE

Wein I / Das kleine Weinland Österreich ist uns punkto Qualität und internationale Bekanntheit mehr als um eine Nasenlänge voraus. Dazu geführt haben diverse Faktoren, die alle demselben Grundgedanken treu sind: das Streben nach Qualität und Authentizität. **Seite 5**

Winter / Einheimische und benachbarte europäische Gäste, denen das Fernweh vorläufig vergangen ist, machen in vielen Schweizer Wintersportorten die ausbleibende Schar der Gäste aus Übersee wett. **Seite 7**

Ethik / Das überragende Thema des diesjährigen, internationalen besetzten Tourismusgipfels in Genf und Chamonix war die Dynamik des Tourismus im Zusammenspiel mit der sozialen Entwicklung. Das alte Genfer Kraftwerk gab dabei eine attraktive Event-Location ab. **Seite 9**

England / 2001 war kein gutes Jahr für die britische Hotel- und Tourismusindustrie. Bis in den Sommer hinein wirkte die Maul- und Klauenseuche, dann kamen die Terroangriffe auf die USA mit ihren Folgen. **Seite 10**

Portrait / Das Vier-Sterne-Hotel Margna in Sils-Baselgia ist seit 40 Jahren im Besitz von Dorly und Sepp Müssgens. Das Hoteliererehepaar blickt auf ein erfülltes Leben zurück und hat auch für die Zukunft noch einige Pfeile im Köcher. **Seite 11**

Bed & Breakfast / Privatunterkünfte schiessen seit jeher wie Pilze aus dem Boden, denn die Nachfrage nach günstigen Unterkünften ist am Steigen. Doch erst jetzt beginnen sich die «Hobby»-Hoteliers zu vernetzen. Das Erfolgsrezept der aktivsten «B&B»-Vereinigung heisst Internet. **Seite 12**

Markt / Kurt Hallwyler, der Direktor der Zürcher Weinhandlung «Baur au Lac Wein», spricht im Interview mit der htr über die sich wandelnden Einkaufsgewohnheiten in der Gastronomie und über die aktuellen Markttrends. **Seite 13**

Käse / Wo Tradition und Innovation keine Widersprüche sind: Die Schweizer Käsewirtschaft rüstet sich für die Marktöffnung – mit Erfindergeist, aber auch gesteigerten Ambitionen bei der Qualität. Der Verband Fromarte hat nun erstmals die besten Käsesorten prämiert – als Anreiz für Neuentwicklungen. **Seite 16**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Genf Flughafen / An diesem Wochenende beginnen wieder die Charterflüge nach Cointrin, die kurzurlaubende Skigäste aus Grossbritannien, Holland, Deutschland und Skandinavien in die Walliser Alpen bringen. Doch sind die Flieger voll? Crossair bedient neu Sitten von Basel aus. **CF Seite 3**

Verbier / Eine neue Kabinenbahn verbindet Verbier mit dem Gebiet von Le Châble-Les Ruinettes und bringt damit den Flaschenhals im Transportfluss zum Verschwinden. **CF Seite 3**

Wein II / Was selten ist, muss gut sein. Dies trifft besonders auf die reich diversifizierte Walliser Traubensorte petite Arvine zu, die in Walliser Höhenlagen gezogen wird. Der «kleine» Weisswein, der herrlich fruchtig schmeckt, ist eigentlich ein ganz grosser. **CF Seite 5**

Weihnachtsmärkte / Vom süddeutschen Raum, über Basel bis schliesslich in die Westschweiz ist die Welle der Weihnachtsmärkte hinüber geschwappt. Entwicklen sie sich kontraproduktiv? **CF Seite 6**

FORUM

Mehr Qualität dank der Bahn

BENEDIKT WEIBEL*

Vor dem Zeitalter der «political correctness» hiess der Tourismus Fremdenverkehr. Das Wort klingt heute veraltet, geblieben ist der Zusammenhang, den es ausdrückt: Ohne Verkehr gab und gibt es keinen Tourismus.



Der touristische Verkehr bildet einen stark wachsenden Anteil an der Mobilität. Eine Studie des Nationalfonds hat berechnet, dass die Schweizer mehr als die Hälfte der Distanzen in der Freizeit zurücklegen, nämlich pro Jahr total 80 Milliarden Personenkilometer; davon entfällt die Hälfte auf das Inland. Der Anteil der Schiene liegt hier bei relativ bescheidenen 17 Prozent.

Ich bin überzeugt, dass der öffentliche Verkehr auch in der Freizeit und im Tourismus schon in naher Zukunft wieder eine wichtigere Rolle spielen wird. In drei Jahren eröffnen wir die erste Etappe der Bahn 2000. Sie schafft einen weiteren Qualitätssprung im nationalen Reiseverkehr. Mit häufigeren, schnelleren, aber auch direkteren Verbindungen wird die Schiene ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern. Auch international sind Verbesserungen absehbar mit teilweise massiv kürzeren Reisezeiten nach Mailand und Paris. Das schafft für den Incoming- wie für den Outgoing-Tourismus neue Tatsachen. Der Erfolg des «TGV des neiges» von Paris ins Wallis beweist, dass die Bahn auch im gepäckintensiven Wintersport eine Alternative sein kann, wenn sie massgeschneiderte Angebote bereitstellt.

Genau das tun die Bahnunternehmen schon bei vielen Grossanlässen. Ob Sportveranstaltungen, Open Airs oder Messen: immer dort, wo es grosse Ströme von Zuschauern und Teilnehmern zu transportieren gilt, sind die Qualitäten der Bahn besonders gefragt. Mit der Expo.02 geht nächstes Jahr während fünf Monaten ein nationaler «Mega-Event» über die Bühne. Der öffentliche Verkehr soll, zusammen mit den privaten Cars, 60 Prozent der Anreisenden übernehmen. Nur so lassen sich die Besuchermassen bewältigen, ohne dass diese zwischen Biel und Yverdon ein Verkehrschaos verursachen mit verstopften Strassen und überfüllten Parkplätzen.

Dieses Argument gilt übrigens nicht nur für die Expo und das Dreiseenland, sondern sinngemäss für alle Tourismusorte (zu denen auch die Städte zählen): Sie gewinnen an Lebensqualität und entschärfen ihre Verkehrsprobleme, wenn ihre Gäste vermehrt die Bahn nehmen.

* Benedikt Weibel ist Vorsitzender der Geschäftsleitung der SBB.

URS KAMBER / Der ehemalige Direktor des Heidilands ist seit über einem Jahr Tourismusdirektor im österreichischen Lech und Zürs, wo es ihm sehr gut gefällt **INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER**

«Das Heidi fehlt mir nicht»

Fehlt Ihnen das Heidi?

Nein, das Heidi fehlt mir nicht. Ich habe mich auch bewusst nie im Heidiland gemeldet. Erst nach einem Jahr habe ich mit meinem ehemaligen Präsidenten gesprochen.

Das Heidiland ist der Apfelsaft, Lech der Champagner. Was bekommt Ihnen besser?

Es braucht beides, Apfelsaft und Champagner. Beides ist sehr gut und ich lebe immer noch in beiden Welten, weil mein Privathaus in Bad-Ragaz steht. Ich fühle mich dort nach wie vor wohl – auch wenn meine Familie inzwischen nach Lech gezogen ist. Es sind zwei Dinge, die man nicht miteinander vergleichen kann, die aber beide ihre Berechtigung haben und haben müssen.

Akzeptieren Ihre österreichischen Partner einen Schweizer Chef?

Ja, das tun sie. Ich glaube, die Akzeptanz war für mich weniger schwierig als für einen, der beispielsweise von Wien nach Lech kommt. Lech und Zürs liegen im Vorarlberg, und der Vorarlberg hat einen schweizerischen Charakter. Die Lecher sind Valser, und der Dialekt ähnelt jenem in der Schweiz. Aber es geht ja nicht darum, eine Nationalität zu akzeptieren, es geht um den Menschen. Ich bin jetzt mehr als ein Jahr in Lech, und es gefällt mir sehr gut. Klar gibt es auch einige, die mich nicht sehr mögen, doch die gibt es in diesem Job überall. Ich bin aber grundsätzlich sehr herzlich aufgenommen worden. Auch meine Familie: ihr mangelt es an gar nichts. Die Akzeptanz bekommt man dort nicht kraft seines Amtes sondern kraft seines Könnens.

«Akzeptanz war für mich weniger schwierig als für einen, der von Wien nach Lech kommt.»

Wie arbeitet es sich in einem Land, dessen Tourismus staatlich stark unterstützt wird?

Die Tourismusförderung in Österreich ist anders. Auf der einen Seite haben wir viel höhere Abgaben, auf der anderen Seite erhalten wir mehr Subventionen. Im Moment ist aber das West-Ost-Gefälle in Österreich sehr gross. Mit den Abgaben und Steuern, die die Lecher und Zürser bezahlen, werden andere Orte in Österreich quersubventioniert. Das ist aber nicht nur ein österreichisches Problem sondern eines aller EU-Staaten. Wir in Lech und Zürs bekommen keine Subventionen. Überall wo wir anklopfen, heisst es, dass Lech die reichste Gemeinde Österreichs sei. Das stellt uns manchmal vor grosse Probleme: Projekte, die wir lancieren, werden nicht unterstützt. Andere Orte aber bekommen für das genau gleiche Projekt Geld. So entstehen Ungerechtigkeiten.

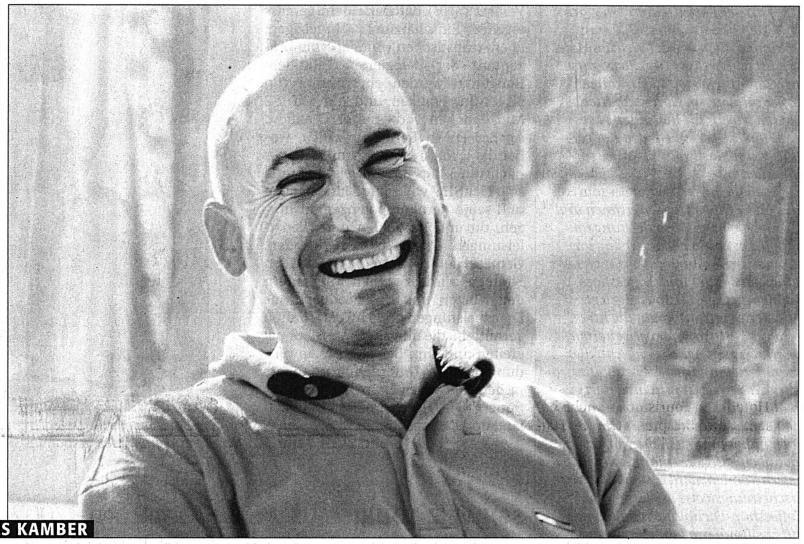


Foto: Christine Künzler

URS KAMBER

«Das Leben und Arbeiten in der EU ist wirklich sehr positiv. Ich würde den Schweizern empfehlen, das engstirnige Denken aufzugeben und über die Grenze zu schauen», sagt der ehemalige Heidiland-Direktor.

Trotz allem sind Sie in Lech wohl in einer komfortableren Lage, als Sie es im Heidiland waren ...

Klar, mir stehen hier mehr finanzielle Mittel zur Verfügung. Ich bekomme hier verschiedene Abgaben. Einmal die Kurtaxe, die hier pro Kopf etwa gleich hoch ist wie in Bad Ragaz: rund 1.50 Euro. Das ergibt etwa 17 Millionen Schilling (100 Schilling entsprechen Fr. 10.75, die Redaktion). Dann die Tourismusabgabe, die jedes Geschäft leisten muss. Dadurch kommen rund 24 Millionen Schilling zusammen. Von diesem Geld bekommen wir nur 8,5 Millionen Schilling, den Rest behält die Gemeinde für die Aufgaben, die sie für den Tourismus leistet, wie zum Beispiel, Wanderwege und Schneeräumung. Von einem Gesamtbudget von 46 Millionen Schilling müssen wir 12 Millionen selber erwirtschaften. Das geschieht beispielsweise durch Einnahmen in unserem Reisebüro, durch unser Reservationssystem oder durch Werbeeinnahmen oder Kooperationen. Dann erhalten wir 7,5 Millionen Schilling jährlich von den Bergbahnen für das Marketing, das wir für sie betreiben und 1 Million Förderung vom Land. Die Tourismusorganisation ist eine GmbH, eine 100-prozentige Tochter der Gemeinde Lech. Insgesamt 22 Personen arbeiten bei uns, im Winter 29, da hier noch sieben Betreuerinnen für die Kinderanimation dazu kommen.

Welche Projekte haben Sie bis jetzt in Lech verwirklicht?

Einige. Ich habe im ersten Jahr das Büro umstrukturiert, ein neues Informations- und Reservationssystem installiert und so den Grundstock zu einer neuen Firma gelegt. Jetzt geht es um die Repositionierung der Marke. Das wird ab diesem Winter passieren.

Welche Ziele setzen Sie für Lech?

Die Marke Lech verjüngen, neuen Schwung in den Ort bringen, ohne dass die hohe Qualität darunter leidet. Die Auslastung in der Hotellerie ist sehr hoch, und es hat viele Stammgäste. Doch Stammgäste sterben immer mehr aus. Die Partner zu überzeugen, dass es deshalb eine Neupositionierung braucht, wird die schwierigste Aufgabe sein. Wir müssen das Vertrauen der Hotellerie gewinnen und den Markt mit dem Anbieter zusammenbringen. Wir müssen unsere Partner überzeugen, langfristig zu denken und zu investieren. Zu einem kleinen Teil haben wir dies bereits geschafft – aber noch liegt ein weiter Weg vor uns.

«Ich sehe im Moment, was die EU für Vorteile bietet.»

Welche Schweizer Destinationen dienen Lech als Benchmark?

Das sind unsere Partner in der Vereinigung «Best of the alps», wie St. Moritz und Zermatt. Diese Destinationen sind allerdings nur bedingt mit uns vergleichbar: In Lech gibt es praktisch keine Parahotellerie.

Wie arbeitet und lebt es sich in der EU?

Ich sehe im Moment, was die EU für Vorteile bietet. Ich sehe, wie Österreich seit dem Beitritt grosse Schritte in die Zukunft unternimmt und dass die Schweiz sich im Moment wieder einigelt und der Staat für alles aufkommen soll. Das Leben und Arbeiten in der EU ist wirklich sehr positiv. Ich würde den Schweizern empfehlen, das engstirnige Denken aufzugeben und über die Grenze zu schauen. Natürlich gibt es nicht nur Vorteile. Aber die Vorteile in der EU überwiegen. Die Schweiz muss sich wirklich überlegen, ob ein Alleingang möglich ist. Die Swissair hat vorgemacht, dass es so nicht klappt.

Können Sie sich vorstellen, wieder Direktor einer Schweizer Destination zu sein?

Man soll nie nie sagen. Ich bin in Lech sehr glücklich. Wie es in der Zukunft aussieht, wird sich weisen. Ich habe aufgehört, die Zukunft genau zu planen.

Zur Person

Urs Kamber (45) ist seit September des letzten Jahres Geschäftsführer der Lech-Zürs Tourismus GmbH in Österreich. Zuvor engagierte er sich zunächst als Direktor des Kur- und Verkehrsvereins Bad Ragaz, bevor er 1996 die Geschäftsführung der damals neuen Marketingorganisation Ferienregion Heidiland übernahm.

Kamber ist ein Quereinsteiger: Nach seiner Primarlehrerausbildung unterrichtete er vier Jahre und wechselte dann ins PR- und Marketing-Fach. Unter anderem arbeitete er dabei für die Swatch AG. SST

GOTTFRIED F. KÜNZI / Direktor Schweizer Tourismus-Verband

Rücktritt Ende Oktober 2002

Gottfried F. Künzi, der Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands hat seinen Eintritt in den Ruhestand bekannt gegeben. Per Ende Oktober 2002 will der seit 15 Jahren beim STV aktive Künzi seine Aufgabe als Direktor abgeben. Der in Adelboden beheimatete und heute in Herrenschwanden lebende Gottfried F. Künzi war nach seinem Volkswirtschaftsstudium zunächst als Redaktor bei der «Schweizerischen Politischen Korrespondenz» in Bern tätig. Anschliessend nahm er eine Stelle als Redaktor bei der damaligen «hotel revue» an, welcher er später als Verlagsverantwortlicher mit der Schaffung der Beilage «touristik revue» zum Durchbruch als touristische Fachzeitung der Schweiz verhalf. Nach seiner Beförderung zum Vize-Direktor des SHV wurde Künzi 1988 Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes. *MG*

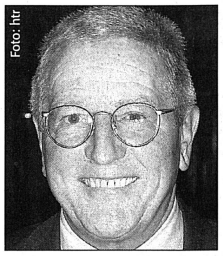


Foto: htr

EXPO.02 / Reservationsplattform «Gates-to-Expo»

Mittel gegen Bettennot

Die Tourismusorganisationen auf der Achse Genf – Zürich lancieren die Reservationsplattform «Gates-to-Expo». Die Plattform soll zum einen dazu dienen, auch an buchungsstarken Daten den Überblick über das noch vorhandene Bettenangebot zu behalten. Zum anderen sollen die Betten in benachbarten Regionen Ausweichmöglichkeiten bieten, wenn es in der Expo-Region zu den erwarteten Bettenengpässen kommen wird. «Einzelne Nächte in Biel sind bereits heute ausgebucht», stellt etwa Samuel Kocher, Direktor Tourismus Biel-Seeland, fest. «Gates-to-Expo» entstand auf Initiative der Tourismusorganisationen von Biel, Neuenburg und Yverdon-les-Bains und unter Mitwirkung von Genf, Lausanne, Bern und Zürich. Auch die Regionen Montreux/Vevey sowie Morges/Nyon haben sich zur Mitarbeit entschlossen. *SST*

Verurteilt

Canyonig-Prozess. Sechs der acht Angeklagten im Canyoning-Prozess von Interlaken sind wegen fahrlässiger Tötung schuldig gesprochen worden. Sie wurden zu Gefängnisstrafen zwischen drei und fünf Monaten bedingt sowie Geldstrafen zwischen 4000 und 7500 Franken verurteilt. Die beiden Guides, die im Juli 1999 mit Touristen in den Saxetbach gestiegen waren, blieben straflos. Bei den Verurteilten handelt es sich um Verwaltungsräte und Kadermitarbeiter der konkursiten Trendsportfirma Adventure World. *TRU*

SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN / Sichere und marktfähige Leistungen, die aus Kernkompetenzen wachsen, bestimmen die Strategie des Schweizer Hotelier-Vereins. Das wurde an der Delegiertenversammlung in Bern deutlich. **KARL JOSEF VERDING**

Gegen Krisen helfen sichere Leistungen

«Wie jede Firma muss sich auch der SHV fragen, welches denn seine Kernkompetenzen sind, die er umsetzen will», betonte Präsident Christian Rey vor den Delegierten des Schweizer Hotelier-Vereins in Bern. Aufgrund der Doppelstrategie des SHV als Verband und gleichzeitig Unternehmung sei das Spektrum breit. Der SHV soll in den Worten von Rey als «eine bekannte und begehrte Marke» gestärkt werden, «die uns – auch international – interessant macht für Partnerschaften im Bereich der Aus- und Weiterbildung, der Beratung und der Qualitätsentwicklung – was letztlich immer wieder unseren Mitgliedern zugute kommen wird.»

Eine weitere Kernkompetenz will Rey durch die Steigerung der Durchschlagskraft bei der wirtschaftspolitischen Interessenvertretung zugunsten der Hotel- und Tourismusbranche beweisen. Zum Beispiel: «Unsere Haltung zu dem bis Ende 2003 befristeten reduzierten Mehrwertsteuersatz werden wir bis zum Äussersten in der politischen Landschaft verteidigen. Das Jahr 2002 wird uns hier ausserordentliche Anstrengungen abfordern.»

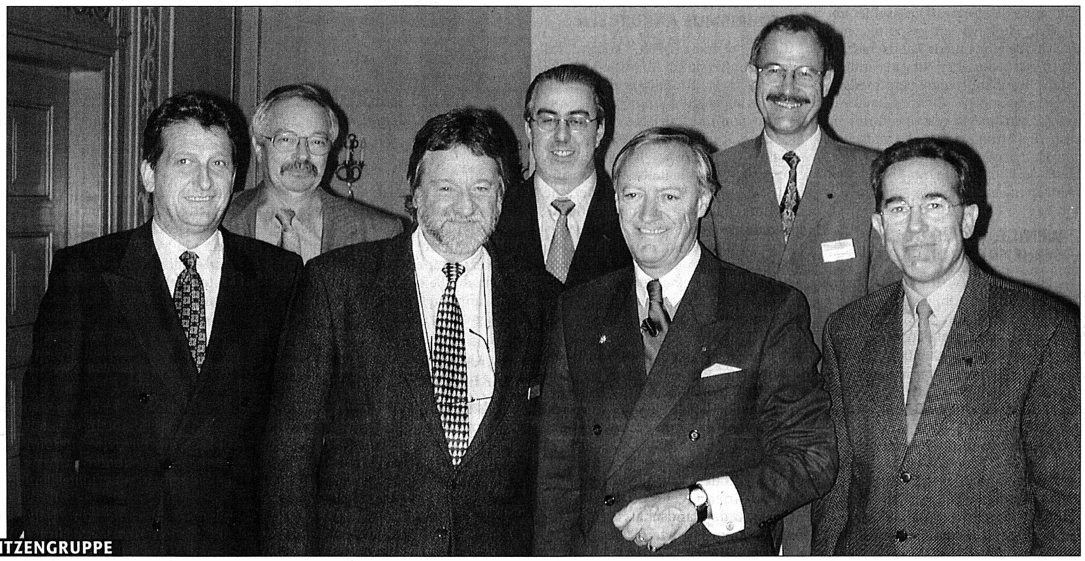


Foto: Marietta Dedual

SPITZENGRUPPE

Die Spitze des Schweizer Hotelier-Vereins an der Delegiertenversammlung in Bern, mit (v.l.n.r.) Vizepräsident Walter Trösch, Robert Infanger, Claudio Casanova, Herbert Sidler, Präsident Christian Rey, Direktor Christoph Juen und Jacques Pernet.

SEGMENT-PROMOTION MIT SCHWEIZ TOURISMUS

Die SHV-Hotelklassifikation als weitere Kernkompetenz soll systematisch weiterentwickelt und mit neuen Qualitätskriterien angereichert werden. «Es ist nachweisbar, dass seit der Existenz der SHV-Hotelklassifikation die Qualitätsentwicklung und Investitionstätigkeit dynamischer gewesen ist als in vergleichbaren Märkten des Auslands», betonte Rey. «Das ist eine ausgezeichnete Basis für eine verstärkte Segmentpromotion, wie wir sie nun verstärkt mit Schweiz Tourismus als Partner betreiben wollen.» Im Bereich seiner Produkte und Dienstleistungen will der SHV die Marktführerschaft erringen und verteidigen, wie Direktor Christoph Juen an der Delegiertenversammlung betonte. Die zentrale Organisation wird zu diesem Zweck durch die Verbesserung ihrer Struktur effektiver gemacht. Zum Beispiel sind die Non-Profit-Funktionen wie etwa die Mitarbeit am Europäischen Qualitäts-Standard im Tourismus aus der SHV-Beratung herausgelöst und in das Aufgaben-Portefeuille des neuen Teams «Wirtschaftspolitik» eingefügt worden, das von Thomas Allemann geleitet wird.

Seit der Schweizer Hotelier-Verein an der Wende zum neuen Zeitalter seine Neuorganisation und seine Business- und Verbandsstrategie beschlossen hat, unterziehen sich seine leitenden Kader regelmässig einer eigens eingerichteten Leistungskontrolle. Das besorgt die vom Zürcher Hotelier Alex Meyer geleitete und von vier Kollegen mit konkreter Aufgabenverteilung besetzte Strategische Erfolgskontrolle. Sie tritt in Aktion, nachdem die Delegierten über Budget und Strategie entschieden haben. Den nächsten Bericht wird die Strategische Erfolgskontrolle den Delegierten an der Sommer-DV abgeben, die vom 24. bis 26. Juni 2002 in Genf stattfinden wird.

Das Wichtigste von der Delegiertenversammlung des Schweizer Hotelier-Vereins

Budget. *Der budgetierte Umsatz 2002 von 36,1 Mio. Franken ist aufgeteilt in* ***Handelserträge*** *(Verkauf Schulmaterial, Inserate, Waren Hotelboutique) von 12,1 Mio. Franken bzw. 34 Prozent Anteil am Gesamtumsatz,* ***Dienstleistungserträge*** *(Subventionen Berufsbildung, Lehrbetriebsbeiträge, Schulgeld HHS, Kursgeld Weiterbildung, Leistungen Elektronische Medien, Honorare Beratung und Vermittlung, Honorare Management) mit 15,2 Mio. Franken bzw. 42 Prozent und* ***Mitgliederbeiträge*** *von 7,6 Mio. Franken bzw. 21 Prozent.*

SHV-Beratung. *Die betriebswirtschaftliche und technische Beratung soll möglichst flächendeckend in der ganzen Schweiz angeboten werden. Das Lieferantenverzeichnis SHViDoc wird neu im Internet positioniert. Die Immobilien- und Jobvermittlung wird zusätzlich auf die elektronische Plattform im Internet gebracht werden. Damit will man zusätzlich an ausländische Investoren sowie ausländische Arbeitskräfte herankommen. Beim «Hoteljob» soll neben einer konkurrenzfähigen Vermittlung im sich öffnenden EU-Personenverkehr auch die Vermittlung aus dem Nicht-EU-Markt ausgebaut werden. Weiter geplant: Abwicklung von Personal-Suchaufträgen, Durchführung von Personal-Assessments und Team-Coaching.*

Betreuung der Hotelgruppen. *Der SHV will sein Internet-Angebot an die Hotelgruppen im 2002 erweitern und vertiefen. Zweitens wird der SHV die Hotelgruppen zu einem gemeinsamen Auftritt als «Schweizer Hotellerie» im Pavillon von Schweiz Tourismus an der ITB in Berlin Mitte März 2002 einladen.*

Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus. *Der SHV will bei der Segment-Promotion von Schweiz Tourismus (ST) stärker mit seinen Mitgliedern in den Medien in Erscheinung treten. Geplante Partnerschaften mit ST sind: Fortsetzung des Engagements in der Familien- und Kinderpromotion; Beteiligung an der Aktion, die ST unter dem Namen «USP – Unique Swiss Peaks» im UNO-Jahr der Berge lancieren wird.*

Allgemein-Verbindlichkeits-Erklärung (AVE) des L-GAV. *Das Gesuch um die AVE ist beim Bundesrat hängig. Ohne AVE, betont der SHV, hat der L-GAV keine Zukunft. Es ist daher sein Ziel, diese AVE auch für die kommende Periode von zwei Jahren wieder zu erhalten. Gegen die AVE wurde Einsprache durch die Gewerkschaften unia, VHTL und syna erhoben, weil keine Einigung betreffend ihres Beitritts erzielt werden konnte. Wer beim L-GAV dieser Branche mitreden will, muss aber nach SHV-Meinung repräsentativ sein und die nötige Branchennähe besitzen.*

Campus-Projekt. *Die planungsrechtlichen Grundlagen für die Grundstücke um die Hotelfachschule Thun gelangen im Juni 2002 in Thun zur Volksabstimmung. Mit der UBS wird darüber verhandelt, in welcher Form das Hotel Seepark in den Campus einbezogen werden kann – Entscheid gegen Ende des ersten Quartals 2002. Davon hängt ab, welche Variante der Campus-Konzeption verfolgt wird. Die Realisierung des ganzen Campus wird schrittweise von 2003 bis 2009 vollzogen.*

Dreijährige Berufslehren. *Zusammen mit den Arbeitsgruppen von Hotel&Gastroformation (H&Gf) arbeitet der SHV an deren Realisierung für die beiden Fachrichtungen Gastronomie und Hotellerie. Der Vorstand von H&Gf hält am Zeitplan, die neuen Lehren auf Lehrbeginn 2003 einzuführen, fest. Denn sonst könnten zu viele Lehrverhältnisse verloren gehen, weil Berufsberatungen, Abschlussklassen, Ausbildungsbetriebe, Eltern und Jugendliche sich auf diesen Zeitpunkt auf die neuen Lehren bereits klar eingestellt haben.*

Weiterbildung. *Aufgrund einer detaillierten Bedürfnisabklärung bei den Mitgliedern (Arbeitnehmer und Arbeitgeber) soll die Neuausrichtung der Weiterbildung SHV im 2002 vollzogen werden. Sie wird sich auf zusammenhängende Weiterbildungskurse konzentrieren, die zu einem Diplom führen; Einzelkurse werden nur noch als Paket (Kurse nach Mass) verkauft.*

Unternehmerseminar. *Das Unternehmerseminar SHV als Kaderschmiede für zukünftige Unternehmer soll neu auf der Stufe einer Höheren Fachprüfung mit eidgenössischem Diplom HFP angesiedelt und imagemässig aufgewertet werden.*

Neuer Zyklus «Mitarbeiter-Empowerment». *Er richtet sich an Berufsfachleute in Hotellerie und Tourismus, die erste Führungspositionen übernehmen möchten, und führt zu einem entsprechenden SHV-Diplom.*

Hotel-Handelsschulen. *Ab dem Schuljahr 2003/2004 gibt es die Möglichkeit, mit einer dreijährigen Ausbildung entweder das eidgenössische Fähigkeitszeugnis Kauffrau/Kaufmann «Basis-» oder «erweiterte Ausbildung» zu erlangen. Für beide Ausbildungswege gilt neu: drei Semester Schule, zwei Semester Praktikum, ein Semester Schule.* *KJV*

Reklame

Rosenthal

für die Gastronomie
CH und FL exklusiv bei:

Sternegg AG
Silberwarenfabrik
8201 Schaffhausen
Tel. 052 625 12 91
Fax 052 624 80 94
info@sternegg.ch – www.sternegg.ch

FLS-KAMPAGNE / Attraktive Landschaften sind gefragt

Landschaft ist Kapital

Die Sensibilisierungs-Kampagne des Fonds Landschaft Schweiz (FLS) und des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV) mit dem Titel «Endlich Ferien. Ihre Landschaft» war eine interne Propaganda ohne Werbematerial und farbige Plakate. Sie bestand aus Veranstaltungen, Aktionstagen, lokalen Workshops, einem Wettbewerb für landschaftsorientierte Projekte und einer Homepage inklusive Internetforum. Ziel war, dass sowohl die Fachleute aus dem Landschaftsschutz wie auch jene aus dem Tourismus ihre gegenseitigen Berührungsängste abbauen würden.

Doch nicht nur das: Der Fonds Landschaft Schweiz als Initiant der Kampagne wollte einem breiten Tourismus-Fachpublikum aufzeigen, wie kostbar und gleichzeitig wie gefährdet die Schweizer Naturlandschaft ist (siehe Interview unten) und dass ein sanfter, nachhaltiger Tourismus sich längerfristig auszahlen wird. Damit sich «der Tourismus nicht eines Tages selber abschafft», wie zuweilen gespottet wird. Wie wichtig eine intakte Landschaft ist, zeigen laut Schlussbericht von «Endlich Ferien. Ihre Landschaft» verschiedene Gästebefragungen: «Beim Entscheid, die Ferien in der Schweiz zu verbringen, spielt die Attraktivität der Landschaft eine Hauptrolle.» So lautete die Botschaft des FLS prägnant: «Die Landschaft ist unser Kapital.»

WENIGE, DAFÜR HOCHSTEHENDE PROJEKTE

Finanziert wurde die rund 400 000 Franken teure Sensibilisierungs-Kampagne (sie dauerte von Mai 2000 bis März 2001) hauptsächlich vom Fonds Landschaft Schweiz. Je 5000 Franken erhielten die drei besten landschaftsorientierten Angebote, die anlässlich eines Projektwettbewerbes ausgezeichnet wurden.

Das zu Beginn der Kampagne formulierte Ziel, innert fünf Jahren 100 buchbare Projekte vorzuzeigen, konnte nicht erreicht werden. Zwar wurden rund 60 «innovative Projektideen» eines landschaftsorientierten Tourismus im Internetforum vorgestellt und kommentiert. Doch nur zwölf Projekte kamen in die engere Auswahl, die aber zum Teil von hochstehender Qualität sind. «In der Schweiz bestehen noch zu wenig konkrete positive Beispiele», wird denn auch im Schlussbericht der Kampagne kritisch angemerkt.

Prämiert wurden schliesslich drei Projekte: «Lebens- und Erlebnisraum Pfyn-Finges» (eine Auenlandschaft zwischen Leuk und Siders), «Via Valtellina» (eine moderne Begegnung mit dem historischen Weintransport vom Veltlin nach Graubünden) sowie «Schmetterlingspfad Lungern», der bereits Eingang in die neue Kampagne von Schweiz Tourismus (siehe Text nebenan) gefunden hat.

DAS UMDENKEN FÄLLT NOCH SCHWER

Sowohl der Fonds Landschaft Schweiz wie auch der Schweizer Tourismus-Verband bezeichnen die Sensibilisierungs-Kampagne als Erfolg. «Die Kampagne hat mit Sicherheit einen Informationsschub bei den Touristikern gebracht und ihnen bewusst gemacht, dass es neben dem harten Tourismus auch einen schonenden braucht», sagte Gottfried Künzi, Präsident des Schweizer Tourismus-Verbandes, gegenüber der htr. Künzi bedauerte jedoch, dass der Zeitraum der Kampagne zu kurz bemessen gewesen sei.

Auch wenn die Sensibilisierungs-Kampagne in der neuesten Werbeaktion von Schweiz Tourismus offensichtlich aufgenommen wurde, bleibt doch abzuwarten, ob sie nicht als reine Marketing-Strategie betrachtet wird. Selbst Künzi äusserte sich an einem Workshop vom vergangenen März sehr kritisch: «Die Schwierigkeiten liegen weniger in der fehlenden Sensibilisierung als vielmehr beim Umdenken und Umhandeln im Tourismus.» *MK*

NEUE ST-KAMPAGNE / Das Internationale UNO-Jahr der Berge bietet der Schweiz einen willkommenen Anlass, ihr kostbarstes Gut, die Berge, weltweit zu vermarkten. **MANUSCHAK KARNUSIAN**

Ein Land entdeckt seine Berge

Dem Schweizer Sommertourismus geht es nicht gut: Die Hotels sind schlecht ausgelastet, ebenso viele Bergbahnen. Zudem ist die Marke Schweiz seit dem Swissair-Debakel im Ausland kein Gütesiegel mehr. Höchst willkommen sind daher Ereignisse wie das angekündigte UNO-Jahr der Berge oder das Jahr des Ökotourismus. Beide Events nimmt Schweiz Tourismus (ST) zum Anlass, um das beschädigte Image der Schweiz wieder aufzubessern. Die Touristik-Werber tun dies mit ihrem kostbarsten Gut, der Bergwelt, und den darin versteckten ökologischen Nischen. Aus dem Statement «Wenn Berge eine Heimat hätten, dann in der Schweiz», schlussfolgert ST umgehend: «Wer an Berge denkt, denkt an die Schweiz!»

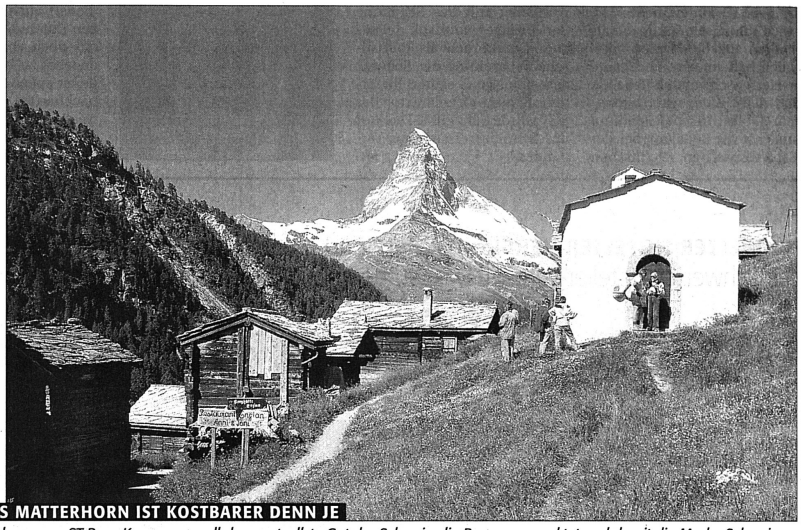


Foto: Wallis Tourismus

DAS MATTERHORN IST KOSTBARER DENN JE

Mit der neuen ST-Berg-Kampagne soll das wertvollste Gut der Schweiz, die Berge, vermarktet und damit die Marke Schweiz gestärkt werden.

NACHHALTIGEN SOMMERTOURISMUS ANKURBELN

Also wohlan, Welt, komm ins Schweizer Bergland! Ab Mitte März 02 startet Schweiz Tourismus weltweit eine gross angelegte Kampagne, die vorab den Sommertourismus wieder in Schwung bringen soll. «Endlich Landschaft. Ihre Schweiz» lautet der Arbeitstitel der Propaganda-Aktion, und es ist augenscheinlich, dass sie eine Anlehnung an die soeben zu Ende gegangene Sensibilisierungs-Kampagne (siehe Text nebenan) «Endlich Ferien. Ihre Landschaft» ist. Als direkte Fortsetzung des Projektes, das aus der Feder des Fonds Landschaft Schweiz (FLS) und des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV) stammte, könne die neue Kampagne jedoch nicht bezeichnet werden, stellt Bernhard Rhyn klar. Der Projektleiter bei Schweiz Tourismus versichert aber: «Auch wir legen Wert auf einen sanften, nachhaltigen Tourismus.»

Zweifelsohne wurde Schweiz Tourismus von der Sensibilisierungs-Aktion inspiriert. Während Jahren war der Schutz der Landschaft für die Touristiker kein Thema. Harter Tourismus mit möglichst hoher Wertschöpfung wurde einem sanften und schonenden Tourismus vorgezogen. Dass jedoch genau die Landschaft das Ferienland Schweiz wertvoll macht, wurde kaum zur Kenntnis genommen. Nun entdeckt die Tourismus-Werbung nicht nur die Naturwunder der Schweiz neu, auch die Ökologie und Nachhaltigkeit werden plötzlich zu willkommenen und vermarktbaren Schlagwörtern.

KAMPAGNE SOLL DREI JAHRE WIRKEN

Als Ziel wird im Projektbeschrieb zur Kampagne nämlich nicht nur die Stärkung der Marke Schweiz vermerkt, sondern auch «die Förderung ökologisch ausgerichteter Projekte». Dass es sich hierbei nicht um leere Worte handelt, zeigt der Wille von Schweiz Tourismus, auch den Fachmann Hans Weiss vom Fonds Landschaft Schweiz in die Kampagne einzubeziehen.

ST wird nächstes Jahr weltweit mit Ökohotels werben, Lehrpfade vermarkten und das Entlebuch oder Aletschgebiet als Naturwunder propagieren. Geschaffen werden soll ausserdem ein Alpenpass (Berg-GA), mit dem analog dem Swiss Flexi Pass die Gäste nach Wahl verschiedene Bergbahnen abfahren können. Damit die ökologischen Projekte tatsächlich nachhaltig wirken, will Schweiz Tourismus die Kampagne auf drei Jahre ausdehnen. Öffentliche Finanzhilfe versprechen sich die Touristiker jedoch nur im ersten Jahr.

NICHT NUR HIGHLIGHTS HINAUSTRAGEN

Geworben wird Querbeet. «12 x die 12 schönsten Bergthemen» heisst das Konzept und soll dem Gast die Schönheiten der Schweizer Bergwelt näher bringen. Wobei für die Touristiker sowohl der Jurabogen wie auch das Vierwaldstättersee-Gebiet zum alpinen Ferienziel gehören. Neu ist, dass neben den Highlights der Schweizer Touristik-Werbung auch wenig bekannte Schönheiten in die Welt hinausgetragen werden. Für «Musts» wird ebenso geworben wie für Geheimtipps, für die Jungfraubahn gleich wie für den Schmetterlingspfad in Lungern. Dass es hierbei jedoch nicht nur um die Schonung der Natur geht, gibt man bei ST unumwunden zu. Projektleiter Rhyn: «Natürlich starten wir eine kommerzielle Kampagne, uns geht es darum, Übernachtungen zu generieren. Angepeilt werden in erster Linie die Märkte Deutschland, Schweiz, Benelux, Frankreich, England und Italien. In den Bahnhöfen von Frankfurt und München werden Riesenbanners aufgehängt, in den Metrostationen von Rom und Mailand werden Plakate für unsere Bergwelt werben. Die Märkte USA und Asien werden in zweiter Priorität beworben.»

HANS WEISS / Der Geschäftsführer des Fonds Landschaft Schweiz ist mit der abgeschlossenen Kampagne zufrieden, betrachtet die neue jedoch mit Skepsis. **MANUSCHAK KARNUSIAN**

«Schumacher allein genügt nicht»

Der Fonds Landschaft Schweiz hat das Projekt «Endlich Ferien. Ihre Landschaft» initiiert. Sind Sie mit dem Ergebnis der Kampagne zufrieden?

Wenn man bedenkt, wie bescheiden unsere Mittel waren, kann man sagen: sie war sehr erfolgreich. Es wurden wichtige Wegmarken gesteckt, und das Projekt geht weiter. Nur: jetzt wird sich zeigen, wie ernst es den Touristikern mit dem Landschaftsschutz ist. Es reicht nicht, wenn man mit Michael Schumacher auf dem Aletschgletscher wirbt, denn schöne Bilder allein genügen natürlich nicht. Es braucht auch den Inhalt Landschaft und das Bewusstsein, dass diese kostbar und gefährdet ist.

Ursprünglich sollten innert fünf Jahren 100 buchbare Projekte vorliegen. Nach eineinhalb Jahren sind es gerade ein gutes Dutzend. Ein Misserfolg?

Noch sind die fünf Jahre nicht vorbei, wir haben allerdings gesehen, dass solche Projekte mehr Zeit benötigen um als Packages aufgeschaltet zu werden. Aber es hat gute Projekte gegeben. Wenn es im Tourismus mehr so laufen würde, dann hätten wir einen nachhaltigen Tourismus.

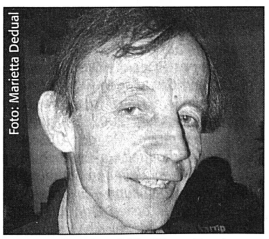


Foto: Marietta Dedual

Hans Weiss, Geschäftsführer Fonds Landschaft Schweiz.

Die Landschaftsschützer und die Touristiker sind zwei sehr ungleiche Partner. Konnten Sie die Tourismus-Fachleute für Ihre Anliegen gewinnen?

Eine neue Sensibilität hat die Kampagne sicher gebracht. Man kann sagen, dass heute praktisch jeder Touristiker davon gehört hat, dass Tourismus und Landschaftsschutz etwas miteinander zu tun haben.

Kann landschaftsorientierter Tourismus überhaupt Wertschöpfung generieren?

Wenn ich diese Frage wissenschaftlich beantwortet muss, kann ich nur sagen: Das müsste zuerst noch genauer untersucht werden. Wir stellen aber fest, dass in den Orten, wo wir Projekte verfolgen, die Logiernächte zum Teil markant gestiegen sind. Wir beobachten auch, dass das Entlebuch seit seinem Gütesiegel für ein Unesco-Biosphären-Reservat mehr Touristen verzeichnet. Wie viele Touristen nun speziell deswegen kommen und wie viele Franken sie liegen lassen, das können wir nicht sagen. Wir sind aber überzeugt, dass diese Art Tourismus langfristig erfolgreich ist.

Was gibt Ihnen diese Sicherheit?

Ich kenne etliche kleine Unternehmen, die mit einem massgeschneiderten Angebot Erfolg haben. So haben zum Beispiel in Gurtnellen im Kanton Uri zwei Frauen aus einer ehemaligen Bergbäuerinnenschule und einem Gasthaus ein Kurshotel und eine Ferienpension gemacht mit der zündenden Idee, dass Familien ihre Haustiere in die Ferien mitnehmen können und diese im Preis inbegriffen sind.

Dies ist ein hübsches, aber doch kleines Beispiel. Damit kann man kaum den Schweizer Tourismus aufrecht erhalten.

Selbstverständlich sind solche Angebote für die millionenschweren Tourismusorte wie Zermatt oder St. Moritz keine Alternative, aber für ein kleines Dorf oder ein abgelegenes Tal können ein oder zwei solche Betriebe über Sein oder Nichtsein entscheiden – was volkswirtschaftlich wichtig ist.

Wie erklären Sie denn einen landschaftsorientierten Tourismus?

Es geht uns nicht darum, dass die Leute ja nicht mit dem Auto anreisen. Wir fordern nicht nur einen ökologischen, sondern einen nachhaltigen Tourismus. Das heisst, das Angebot soll nicht von einer Trendsportart abhängig sein, die übermorgen wieder verschwindet. Es soll auch nicht abhängig sein von Krisen, Konjunktur oder dem Frankenkurs. Es soll im Gegenteil so stabil sein, dass es auch in einer oder in mehreren Generationen noch besteht.

Und wie engagiert sich der Fonds Landschaft künftig?

Wir planen – ähnlich dem Tourismus-Preis «Milestone» – einen «Greenstone-Preis», der ein landschaftsorientiertes Produkt auszeichnen soll.

ÖSTERREICH / Das kleine Weinland Österreich ist uns punkto Qualität und internationale Bekanntheit mehr als um eine Nasenlänge voraus. Dazu hat das Streben nach Qualität und Authentizität geführt. **CHANDRA KURT**

Schätze aus dem östlichen Nachbarland

Das älteste Weindorf Österreichs wurde rund 700 vor Christus gegründet. Trotz derart alter Tradition sind es momentan die jungen Winzer, die in Österreich das Sagen haben und die ihre neuen, qualitätsfixierten Ideen umsetzten. Sie haben ihre Güter und Höfe meist vom Vater geerbt, kultivieren die Reben jedoch autonom und, wie es ihre Vorfahren wohl bezeichnen würden, «modern».

Spannend an dieser Entwicklung ist das Zusammentreffen von Tradition und Innovation. Denn auf der einen Seite ist man damit vertraut, was weltweit für Trends grassieren, und auf der anderen Seite gilt das Interesse mehrheitlich den Ursprungssorten des Landes. Also nicht primär den Modesorten Cabernet Sauvignon und Chardonnay, sondern den heimischen Reben wie Zweigelt, Blaufränkisch oder Riesling und Grüner Veltliner. Hinzu kommt, dass der Terroirgedanke in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat.

Foto: zvg



NECKENMARKT

Im Mittelburgenland stellte der Weinbau schon zur Zeit der römischen Legionäre eine der wichtigsten Einnahmequellen dar.

IMMER MEHR ROTWEINSORTEN

Österreich erfreut sich einer grossen Sortenvielfalt, die auf unterschiedlichen Bodensorten kultiviert werden. Von Bedeutung sind an die 20 Weisswein- und zehn Rotweinsorten. Im Moment sind noch rund zwei Drittel der Rebfläche mit Weissweinsorten bepflanzt, wobei der Trend zum Rotwein laufend zunimmt und mancher Winzer mehr Rotweinsorten anpflanzt als früher. Innerhalb des Landes gibt es insgesamt 16 offizielle Weinbaugebiete, die sich alle grosso modo um Wien gruppieren. Die sich im Ertrag befindlichen 55 000 Hektar Rebfläche, werden von rund 40 000 Weinbauern bewirtschaftet, wobei nur etwa 6500 selber Flaschen abfüllen. Die anderen Winzer liefern ihre Ernte entweder an Winzergenossenschaften oder an Weinkellereien.

Eine der interessantesten Regionen Österreichs ist die Wachau, die Heimat der Smaragd-Weine. Das Geheimnis dieser Tropfen ist nicht ihr Name, sondern ihre Qualität, denn die Bezeichnung Smaragd ist allein den wertvollsten Weinen des österreichischen Weinbaugebietes Wachau vorbehalten. «Smaragd» ist neben den Klassifizierungen «Steinfeder» und «Federspiel» die Bezeichnung für die Kategorie von Qualitätsweinen, welche aus Trauben ab einem Reifegrad von 90 Grad Öchsle gekeltert wurden. Diese besonders kostbaren Weine können nur in den besten Jahren gewonnen werden.

Der Name «Smaragd» leitet sich von den Smaragdeidechsen ab, die sich auf den steilen Steinterrassen in den Wachauer Weinbergen besonders wohl fühlen. Sie sind Symbol für Wachauer Trauben mit vollendeter physiologischer Reife.

Zur Weinherstellung können die in der Wachau heimischen Qualitätsrebsorten wie beispielsweise der Riesling oder der Grüne Veltliner verwendet werden. Smaragd-Weine dürfen erst ab dem 1. Mai des auf die Lese folgenden Jahres in den Verkauf gebracht werden.

TOLLE TROPFEN FÜR UNTER 20 FRANKEN

Obschon diese Weissweine zu den schönsten Europas zählen, werden sie nach wie vor unterschätzt. Zu diesem Schluss kommt man auf jeden Fall, wenn man ihre Preise hört. Denn für weniger als 20 Franken kann man sich bereits unvergessliche Tropfen besorgen – ein Betrag, der deutlich im Schatten etablierter weisser Burgunder oder Loire-Weine steht. Bevor man sich allerdings mit den Wachauer-Weinen auseinander setzt, lohnt es sich, den einen oder anderen Tropfen der unweit gelegenen Weingebiete zu entkorken. Zumal einem manch önologische Entdeckung garantiert ist.

DEGUSTATIONS-NOTIZEN / Das Interesse Österreichs gilt mehrheitlich den heimischen Rebsorten wie Zweigelt, Blaufränkisch, Riesling oder Grüner Veltliner. Verschiedene Produkte dürfen sich sehen lassen. **CHANDRA KURT**

Weine, die halten, was sie versprechen

Die htr stellt zwei Produktelinien vor, auf die zu 100 Prozent Verlass ist:

Weisswein-Tipp: Weingut Fred Loimer

• Grüner Veltliner 2000, Langenloiser
Charakter: Einladender Auftakt mit würzigen Aromen. Erinnert an einen Heustock und Wiesenblumen. Im Gaumen sehr knackig und spritzig mit einer frischen Säurenote. Geschliffenes Finale. Unkomplizierter Grüner Veltliner mit einer einfachen Eleganz.
Passt zu: Apéro, Vorspeisen.
Preis: Fr. 14.–

• Grüner Veltliner 2000, Käferberg
Charakter: In der Nase Haselnussaromen sowie eine dezente Würznote. Wirkt deutlich fetter als der Langenloiser. Auch im Gaumen viel mehr Schmelz und Tiefe. Ausgewogen, elegant mit schönem Säure-Fruchtspiel. Ein charakterstarker Grüner Veltliner, der seiner Sorte alle Ehre macht.
Passt zu: Grillierter Fisch, Sushi, Gemüsegerichte.
Preis: Fr. 19.–

• Grüner Veltliner 2000, Spiegel
Charakter: Leuchtet im Glas goldgelb. Erneut eine Stufe fetter als sein Vorgänger Käferberg. Lagerte im grossen Holzfass und kommt dementsprechend noch etwas breiter und geschliffener daher. Klassischer Esswein, der ohne Speisen etwas alleine da steht. Seine Säure ist rassig und markant, genauso wie sein buttriges Finale. Gilt in Österreich bereits als Kultwein.
Passt zu: Muschelgerichte, Fisch vom Grill, weisses Fleisch.
Preis: Fr. 28.–

• Riesling 2000, Seeberg
Charakter: Goldgelb. Fetter Auftakt mit süssen Rosenaromen und Honignuancen. Viel Frucht im Gaumen mit perfektem Säure-Zuckerspiel. Ein Riesling, der Spass macht und der problemlos einige Jahre gelagert werden kann. Temperamentvolles Finale.
Passt zu: Apéro, Vorspeisen, Krustentiere.
Preis: Fr. 20.–

• Riesling 2000, Steinmassl
Charakter: In der Nase breite Aromapalette, die einen tiefen Wein ankündigt. Im Gaumen dann fett, würzig mit erstaunlicher Tiefe. Man entdeckt Honig- und Blütenaromen sowie einen schönen Schmelz. Ein klassischer Charmeur, dessen Aromen seidig den Hals hinunterfliessen. Sehr elegant.
Passt zu: Weisses Fleisch. Fischgerichte, Sushi.
Preis: Fr. 30.–

Rotwein-Tipp: Weingut Heinrich

• Zweigelt 2000
Charakter: Fettes Granatrot. Im Gaumen samtig und stoffig. Man hat das Gefühl, in ein Beerenkompott zu beissen. Seine Eleganz lässt ihn harmonisch den Hals hinunter fliessen. Ein schöner Gastronomiewein, der trotz seiner mittelschweren Art gut zum Essen passt.
Passt zu: Teigwaren, Fleischgerichte, grillierter Thunfisch.
Preis: Fr. 16.–

• Pinot Noir 2000
Charakter: Dunkles Granatrot. Im Gaumen geschmeidig mit süsser Frucht. Erinnert wegen seiner Dichte an einen Pinot Noir aus Oregon. Sein süsser Schmelz lässt viel mehr an die Neue Welt als an Europa denken. Im Abgang viel Karamell- und Blaubeeraromen.
Passt zu: Wild, Ente, Rindfleisch.
Preis: Fr. 36.–

• Gabarinza 1999
Charakter: Sattes Rubinrot mit Violettschimmer. Würziger Auftakt mit Tiefe. Man entdeckt Waldbeergelée, Schokolade- und Lederaromen. Sehr geschmeidig, trotz den präsenten Tanninen. Ein für Österreich absolut barocker Wein mit fetten Muskeln. Festlich und spannend. Im Finale dominieren Barrique- und Syrah-Aromen.
Passt zu: Rotes Fleisch, exotische Gerichte, Curry, Lamm.
Preis: Fr. 38.–

• Pannobile Rot 1999
Charakter: Sattes Rubinrot. Im Gaumen stoffig mit vordergründiger Würzaromatik. Man entdeckt Schokolade- und Lebkuchenaromen sowie knackige Waldbeeren. Ein Wein mit Tiefe und schön eingebundenen Tanninen. Etwas für den Weingenießer.
Passt zu: Rotes Fleisch, Wild, Braten.
Preis: Fr. 30.–

Alle Weine können bezogen werden bei: advinum, 8633 Wolfhausen, Tel. 055 243 35 34.

Reklame

www.tischtuch.ch

Ein Mausclick zum Mäusesparen - auch für Sie.

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.

blu=win



EHEPAAR MÜSSGENS/ Seit 40 Jahren ist das «Margna» in Sils-Baselgia im Besitz der Familie Müssgens. Ein Portrait. SEITE 11



BED & BREAKFAST / Die günstigen Privatunterkünfte schiessen wie Pilze aus dem Boden. Mit der Vernetzung hapert es aber. SEITE 12

Tourismus Hotellerie

hotel+tourismus revue

INTERNET / Pilotprojekt von Heidiland und Schweiz Tourismus

Heidiland-Portal seit heute online

Seit heute verfügt die Ferienregion Heidiland unter www.heidiland.com über ein neues Internetportal. Das Besondere daran ist in erster Linie seine Entstehungsgeschichte: es ist das Ergebnis einer Kooperation zwischen der Marketingorganisation Heidiland und Schweiz Tourismus. Das Heidiland hat die Inhalte geliefert, die ST-Webabteilung hat diese überarbeitet und die technische und grafische Umsetzung übernommen. Vom Startschuss für das Pilotprojekt bis zur Aufschaltung sind nur gerade dreieinhalb Monate vergangen.

«Die Zusammenarbeit zwischen Heidiland und Schweiz Tourismus klappt grossartig», betont Albin Breitenmoser, der für den Inhalt verantwortliche Projektleiter auf ST-Seite. Neben ihm haben Louis Brauer (Technik) und Sabine Walser am Projekt mitgearbeitet. Sabine Walser ist beim Heidiland angestellt, füllte bei ST aber die Inhalte in das Content Management System ein. Für das Design zeichnet die amerikanische Firma verantwortlich, die auch MySwitzerland.com gestaltet hat. Der von der Ferienregion Heidiland beauftragte Grafiker gab seinerseits aber auch Inputs, wie ein Heidiland-Auftritt auszusehen hat. Die beiden Parteien haben somit das Design gemeinsam erarbeitet. Ein vergleichbarer Prozess spielte sich auch in Bezug auf die Inhalte ab. Laut Albin Breitenmoser hat man dabei auch Erkenntnisse gewonnen, welche in die laufende Verbesserung des ST-Auftritts miteinfliessen werden.

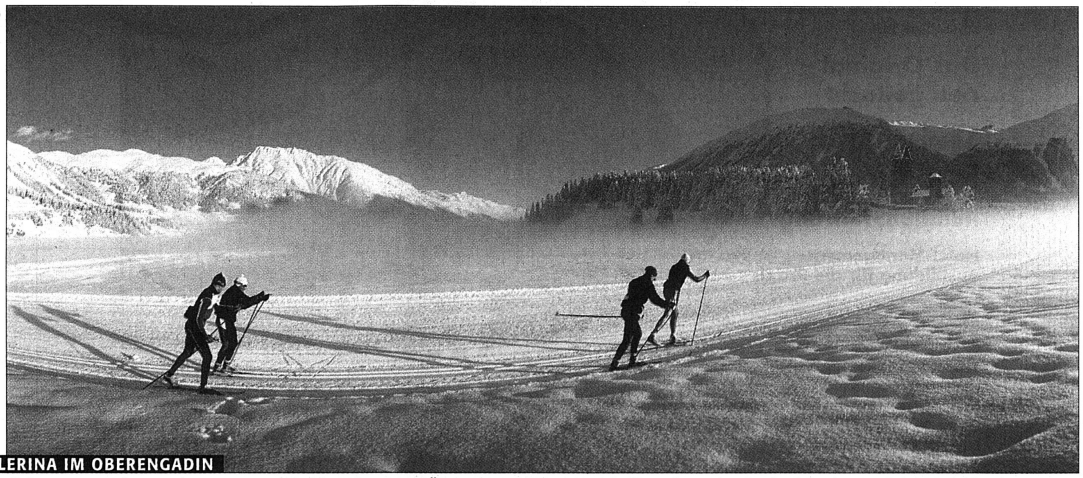
Nächste Woche wird nun bereits die zweite Projektphase in Angriff genommen: Bis im Frühling sollen die fünf Subregionen des Heidilands (Amden, Bad Ragaz, Flumserberg, Kerenzerberg, Pizol) vollständig in das Portal integriert werden. *SST*

Die *hotel + tourismus revue* begleitet das Pilotprojekt «Internetportal Heidiland» in loser Folge. Bereits erschienen: «Vom Know-how profitieren» (Nr. 46, S. 9).

KURZ UND BÜNDIG

STV fordert Wirtschaftsprotokoll. Der Schweizer Tourismus-Verband fordert im Hinblick auf die Parlamentsdebatte über die Ratifizierung der neun Alpenkonvention-Protokolle zusätzlich ein Wirtschaftsprotokoll. Dieses soll die wirtschaftlichen und sozialen Entwicklungsmöglichkeiten der Berggebiete sichern. *SST*

Foto:Swissimage



CELERINA IM OBERENGADIN

Überall dort, wo man schon vor dem 11. September nicht auf Gäste aus Übersee angewiesen war, sieht die Buchungssituation für den Winter 2001/2001 gut bis sehr gut aus.

WINTERTOURISMUS / Schweizer und Europäer machen fehlende Gäste aus Übersee grossenteils wett. Je nach Schneeverhältnissen lassen sich die letztjährigen Resultate vielleicht noch übertrumpfen. **TONI RÜTTI**

Mancherorts gibt es kein Januarloch

Nach dem 11. September scheint Schweizern und Europäern das Fernweh vergangen zu sein. Eine Umfrage der htr ergibt jedenfalls eine zumeist erfreulich hohe touristische Nachfrage für die Wintersaison 2001/02. Das Interesse am Winterferienland Schweiz liegt offensichtlich über demjenigen des Vorjahrs. Die von Schweiz Tourismus lancierte Sonderkampagne sowie alle übrigen Marketingmassnahmen trügen viel zu dieser Ausgangslage bei, sind sich die Tourismusdirektoren einig. «Die gute Binnenkonjunktur und die verstärkten Vermarktungsanstrengungen in der Schweiz und auch in Deutschland werden den Tourismus bis Ostern stabilisieren», glaubt Rolf-Peter Pfaff, Direktor Zentralschweiz Tourismus. Die weltpolitische Lage und die bequeme Erreichbarkeit der Schweiz seien «Determinanten des Erfolgs».

AUSGEBUCHT ÜBER DIE FESTTAGE

Für die Weihnachtstage und über Neujahr meldeten die Winterorte der Zentralschweiz nur noch wenige freie Hotelbetten. Für den Januar sollen die Buchungen bereits 50 Prozent des verfügbaren Bettenangebots betragen. Und während den Sportferien seien bereits 60 bis 100 Prozent der Gastbetten in den Stationen vergeben. «Für die Zentralschweiz ist die Schneesituation über Weihnachten und die folgenden Wochen entscheidend», sagt Rolf-Peter Pfaff. Bei guten Schneeverhältnissen ergebe sich «ein erfreuliches Potenzial an Neukunden, die wir sicher als Stammkunden gewinnen können».

VON DEN EREIGNISSEN NICHT TANGIERT

Gut sieht die Situation auch im Kanton Graubünden aus, wo Schweizer Gäste mit einem 50-Prozent-Anteil den Hauptharst bilden, gefolgt von Gästen aus Deutschland, Italien, Österreich und Holland. Diese Gästestruktur wurde von den jüngsten Geschehnissen nicht tangiert. Laut Graubünden Ferien sind die Hotels und Destinationen an Weihnachten und Neujahr praktisch voll belegt. Zu einem eigentlichen Januarloch soll es auch nicht kommen, und der Februar war schon immer ein starker Monat. «Das Engadin und die Südtäler haben gerade bei den Italienern in nichts an Bedeutung eingebüsst. Desgleichen die anderen Regionen bei den Gästen anderer Herkunft», so Dolores Mark, PR- und Medienverantwortliche von Graubünden Ferien.

WALLIS: NICHT WENIGER ÜBERSEEGÄSTE

Marcel Perren, Marktetingleiter bei Wallis Tourismus, glaubt nicht, dass das Wallis in diesem Winter insgesamt weniger Überseegäste verzeichnen muss als im Vorjahr. Ein Januarloch liegt nicht in der Luft. Marktingmässig konzentriert man sich vorab auf die Schweiz und auf Deutschland. Die zweite Winterhälfte dürfte laut Perren nicht mehr ganz so gut ausfallen wie die erste. «Angesichts der frühen Ostertage rechnen wir hier mit nur mittelmässigen Ergebnissen», sagt Perren. Er hofft für diese Periode mit vielen kurzfristigen Buchungen, was ideale Wetterbedingungen voraussetze.

INDIVIDUALGÄSTE UND GRUPPENTOURISMUS

Überseegäste waren für Gstaad «nie das ganz grosse Thema», sagt Eduardo Zwyssig, Marketingleiter bei Gstaad Tourismus. Für die Festtage sei Gstaad mit Gästen aus der Schweiz und aus Deutschland, Benelux und England so gut wie ausgebucht. Gstaad habe indessen – wie alle Jahre – Mühe, die Betten im Januar auch wochentags zu belegen. Zur Hauptsache werde Gstaad von Individualgästen besucht, so dass das Auf und Ab im Tour-Operator-Bereich nicht von Bedeutung sei.

Anders in Interlaken, wo amerikanische Wintersportgruppen eine nicht unbedeutende Rolle spielen. Interlaken Tourismus wirbt regelmässig und meist mit Erfolg an den in Amerika beliebten «Ski Group Shows». «Wenn jetzt die amerikanischen Gruppen nur nicht in letzter Minute absagen», bangt Tourismusdirektor Urs Zaugg. «Immerhin dürfen wir auch im Winter mit dem Kongress- und Seminartourismus rechnen», sagt Zaugg. Während die Festtage gut gebucht seien, müssten für die Zeit bis März noch Fragezeichen gesetzt werden. Interlaken spürt den 11. September sowie die wirtschaftliche Flaute in Japan ziemlich deutlich; im September hat Interlaken 18 000 und im Oktober 16 000 Logiernächte verloren.

Gedämpfte Stimmung in den Städten

Für Maurus Lauber, Marketingleiter Zürich Tourismus, war die Sonderkampagne von Schweiz Tourismus zu einseitig auf die Wintersportgebiete ausgerichtet. Zürich leide stark unter den fehlenden Gästen aus Übersee.

Raymond Gertschen, Direktor Bern Tourismus, hofft, dass Bern nach dem 11. September «mit einem blauen Auge davonkommt». Laut Peter Schiltknecht, Präsident des Hotelier-Vereins Bern, wurden vorab die Fünf-Sterne-Häuser Berns negativ tangiert.

Nach massiven Einbussen, bedingt durch das Ausbleiben von amerikanischen, asiatischen und britischen Gästen, ist die Stimmung in Luzern gedämpft. Laut Luzern Tourismus haben die internationalen und nationalen Vorkommnisse auch bei Schweizer Gästen eine grosse Verunsicherung ausgelöst. Events sollen den Luzerner Tourismuswinter retten. *TRU*

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

STARKER AUFTRITT MIT STARKEN MARKEN.



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

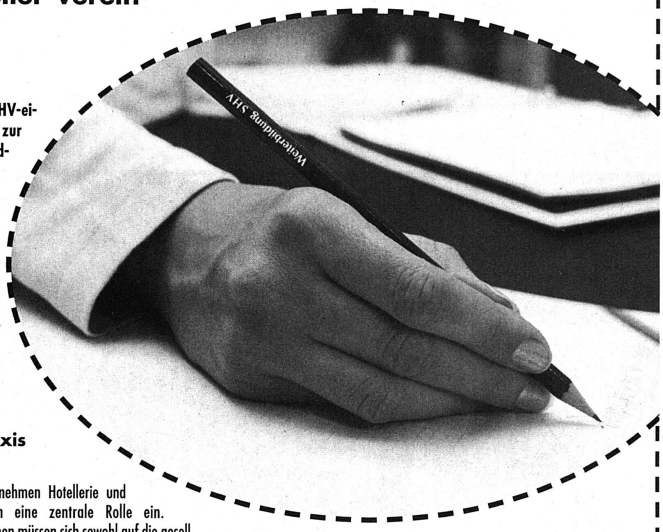
Dies ist ein Erfolgsmittel! Wählen Sie 031 370 43 40

Beratung SHV

Ihr Partner für Organisations- und Küchenplanung

Schweizer Hotelier-Verein,
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 40,
Fax 031 370 43 44

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 Unternehmensführung

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 gesamthaftes, 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. Diplomprüfung) und mehreren Jahren Führungserfahrung. Ebenfalls können in gewissen Bereichen zureichende Vorkenntnisse erfragt werden.

Form
3 Studiengänge zu 12–14 Arbeitstagen

Studiengang 1:	**Mensch**	Management von 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 noch 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
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

Künstleragentur & Tanzschul-Center
Grabenstrasse 9
8952 Schlieren
© 01/ 730 08 00
Diverse Fachausbildungen in Hotelanimation, Show, Tanz und Aerobic
Esther Gabriel

BAZAR

Zu verkaufen elektronische
Stempeluhren
ab Fr. 780.–, rechnende Ausführung ab Fr. 1180.–. Badge-System ab Fr. 1800.– exkl. MWST.
Stets rev. Occ. mit Garantie.
Jäggi + Co Uhrenanlagen
Lyss: 032 384 50 51, Zürich: 01 202 34 61
P 142110/330280

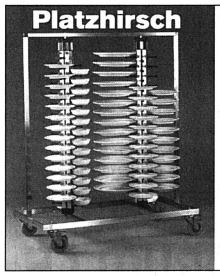
htr
Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



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

ANZEIGEN

Zu verkaufen auch Leasing:
Super-Wellness-Kapsel
Massage-, Aroma-, Farb- und Musiktherapie. Für Stressabau, Muskelverspannungen. Energiesteigernd, schlaffördernd und entspannend, gegen Winterdepression ect. Ideal für **Hotels** wie auch privat, da sehr platzsparend Länge: 3 m; Breite: 1 m, computergesteuert.
Info Tel./Fax 091 604 66 29.
416931/145259

Platzhirsch

PLA MA E
DAS ORIGINAL
Plate Mate AG
Pilatusstrasse 32 – 5630 Muri
Tel. 056 664 02 20 – Fax 056 664 02 21
www.platemate.ch

Kühlanlagen
•
Frühstücksbuffet
•
Pâtisserie-Kühlvitrinen
•
Salatkühlbuffets
•
Norm-Mass
FRIGONORM BERN
Bern: Tel. 031 951 23 73
Lausanne: Tél. 021 625 92 50
P 140346/307602

ESTERMANN SCHWERZMANN
GmbH
Hoteleinrichtungen + Bedarf
www.gastro-einrichtungen.ch
Gästezimmer-Möblierungen

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

GOLF-RESTAURANT
www.golf-restaurant.ch
Auch Nichtgolfer sind herzlich willkommen!
Suchen junge Kaderleute für Küche und Front · qualifizierte Mitarbeiter für Küche und Service · Top Hilfskräfte für Office und Buffet · Flexible Aushilfen für Events
Bieten Top Infrastruktur · Lockere Gäste · Viel Arbeit · Gute Entlöhnung · Geregelte Arbeitszeiten · Wellness zum Relaxen · Wohnen im Hotel · Golf-Kurse für Anfänger · Innovative Führung.
Neu-Eröffnung Juni 2002 Öffentlich geführt · Täglich geöffnet · Durchgehend gesamtes Angebot · Bar-Cafeteria · Bistro · Gartenterrasse · Events bis 200 Personen · Member Lounge
Interessiert? Coni Bieler freut sich auf Ihren Anruf, Tel. 081 641 11 74
CH-7013 Domat/Ems
Telefon 081 633 34 33 · Telefax 081 630 34 35
E-Mail info@golf-restaurant.ch · www.golf-restaurant.ch
Auch Nichtgolfer sind ♥-lich willkommen
Bonaduz Quattro Betrieb

...gefunden
gastro-tipp.ch
... Restaurants • Konferenzräume • Hotels • Freizeitanlagen • Bars und Tipps ...

ROTHORNBAHN / 6,9 Mio. Franken eingenommen

Aktienkapital erhöht

Die Rothornbahn und Scalottas AG hat aus einer Aktienkapitalerhöhung 6,9 Millionen Franken eingenommen. Insgesamt konnten 163 576 Aktien platziert werden. Das Aktienkapital beträgt neu nominal 14,59 Millionen Franken.

Eingeteilt ist es in 455 840 börsenkotierte Namenaktien mit einem Nennwert von 32 Franken je Titel sowie in 284 Namenaktien mit vier Franken Nennwert je Titel, wie die Gesellschaft bekannt gab. Mit der Kapitalerhöhung sei die Basis für den Weiterausbau des Schneesportgebietes Rothorn/Heimberg gelegt.

Die Bahn plant eine neue Sesselbahn am Heimberg. Der Bau ist auf nächsten Sommer vorgesehen. Von dieser Investition, welche die Transportkapazität des Gebietes vergrössert, verspricht sich die Rothornbahn eine Ertragssteigerung. *sda/KJV*

VERKEHRSHAUS / Neue Strukturen gesucht

Stiftung zur Rettung

Das Verkehrshaus Luzern (VHS) fordert von der öffentlichen Hand mehr Geld. Die alte Trägerschaft SBB, Post und Swisscom (die Swissair ist ausgeschieden) will das VHS künftig nicht mehr im bisherigen Ausmass unterstützen und nur noch für Einzelprojekte Geld geben. Dem VHS fehlen nach eigenen Angaben jährlich zwölf Mio. Franken. Zwei bis vier Mio. Franken sollen intern gespart werden, für sechs bis acht Mio. Franken müssten Stadt und Kanton Luzern sowie der Bund aufkommen. Mit neuen Strukturen – gedacht wird an eine Stiftung – möchte das VHS aus seinen Geldnöten finden. Der Stiftung würden neben den Subventionen auch die Einnahmen aus den Eintritten sowie die Mitgliederbeiträge zufliessen. Sponsoren, die in einem Stiftungsrat mitreden, wären eher bereit, Geld zu spenden, hofft man. *TRU*

CO_2-GESETZ / 30 Firmengruppen gebildet

Freiwilligkeit zählt

Die Phase der freiwilligen Massnahmen zur Umsetzung des CO_2-Gesetzes ist im Gang. Bisher sind 30 Firmengruppen gebildet worden oder befinden sich im Aufbau, welche die Klimaschutzmassnahmen gemeinsam umsetzen wollen. Das erklärte Thomas Bürki von der Energieagentur der Wirtschaft an einer Tagung in Bern. Viele energieintensive Unternehmen sind an den Gesprächen beteiligt. Mit freiwilligen Vereinbarungen können sie sich von einer allfälligen CO_2-Abgabe befreien. Das CO_2-Gesetz sieht vor, den Ausstoss des wichtigsten Treibhausgases bis zum Jahr 2010 gegenüber 1990 um zehn Prozent zu senken. Emissionen aus Brennstoffen sollen um 15 Prozent, jene aus Treibstoffen um acht Prozent reduziert werden. Werden die Ziele nicht erreicht, kann frühestens ab 2004 eine Abgabe erhoben werden. *SST*

GONDO / Neue Entwicklung für die Simplon-Region

Kultur-Tourismus am Simplon

Sanfter Kultur-Tourismus soll einen Beitrag an die wirtschaftliche Entwicklung von Gondo VS und der Simplonregion leisten. Zu diesem Schluss kommt eine in Brig präsentierte Studie des Schweizer Heimatschutzes.

Mit ihren historischen Gebäuden und wildromantischen Tälern weise die Region ein grosses touristisches Potenzial auf, heisst es im Bericht. Die Instandstellung des historischen Stockalperwegs und der Aufbau des Ecomuseums habe für die Region Simplon bereits wichtige Akzente in Sinne des sanften Tourismus gesetzt.

FAMILIENFERIEN BEIM GOLDBERGWERK

Gondo komme dabei als Tor zum Simplongebiet eine besondere Bedeutung zu. Nebst der Aufwertung touristischer Attraktionen wie der Stockalperturm oder die Festung schlägt der Bericht insbesondere die Restaurierung des Goldbergwerks vor. Hier liege ein zugkräftiges Potenzial für aktive Familienferien. Mit einem durchdachten, auf das Angebot ausgerichteten Hotelangebot habe Gondo Chancen, zu einem wichtigen Standbein im regionalen Tourismus zu werden, heisst es in der Studie des Berner Büros Berz Hafner + Partner.

Die Studienverfasser liefern kein fertiges «Kochrezept» für die touristische Entwicklung der Passregion Simplon. Für eine professionelle Begleitung zur Erarbeitung eines entsprechenden Konzeptes braucht es weitere finanzielle Mittel. Laut Heimatschutz prüft die Glückskette zurzeit, ob ein Teil der für Gondo gesammelten Gelder für diesen Zweck eingesetzt werden soll. *KJV/sda*

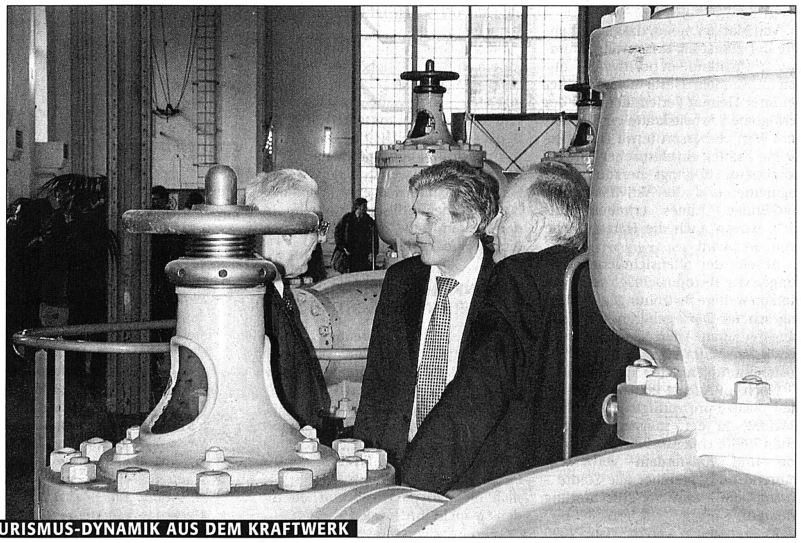
ETHIK UND TOURISMUS / Die Dynamik des Tourismus im Zusammenspiel mit der sozialen Entwicklung war das Thema der diesjährigen Sommets du Tourisme in Genf und Chamonix. **KARL JOSEF VERDING**

Tourismus löst Fortschritt aus

«Dynamiques touristiques et aspirations humaines» – die dynamischen Entwicklungslinien des Tourismus in ihrem Verhältnis zu den Ambitionen und Wünschen der Menschen gaben den dritten Sommets du Tourisme an drei Dezembertagen in Genf und Chamonix das Motto. Und mit den Menschen waren vor allem die touristischen Mitarbeiter vor Ort gemeint. Kann der Tourismus den individuellen und sozialen Fortschritt fördern? Dies war speziell das Thema des Tages in Genf, wo die vorzügliche Event-Plattform des alten Kraftwerks im Zentrum der Stadt den Rahmen für die auf dem Podium und im Publikum international besetzte Veranstaltung bot.

Christian Rey, Präsident des Schweizer Hotelier-Vereins und von Genève Tourisme, brachte das erstrebte Resultat einer «neuen Ethik für den Welttourismus» einleitend auf den Punkt: Es sind «motivierte Mitarbeiter». Und der Bedarf an ihnen, das zeigten die internationalen Beiträge zur Genfer Veranstaltung, ist namentlich in jenen Regionen der Welt sehr gross, die auf dem Weg über den Tourismus überhaupt erst den Einstieg in die weltwirtschaftlichen Zusammenhänge finden wollen. Der «crucial point», die entscheidende Voraussetzung für diese Entwicklung – das betonte Rey – ist die Ausbildung.

Foto: Miroslaw Halaba



TOURISMUS-DYNAMIK AUS DEM KRAFTWERK

Genfs altes Kraftwerk im Zentrum der Stadt ist zu einer attraktiven Event-Location geworden. Peter Keller (Mitte), der Präsident des Comité scientifique, äusserte sich an den Sommets du Tourisme zu den sozialen Aspekten einer nachhaltigen Entwicklung.

TOURISMUS BELEBT DIE GESAMTE STRUKTUR

Francesco Frangialli, der Generalsekretär der Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), betonte am Sommet in Genf, dass Tourismus immer mehr zu einem Schöpfer von Mehrwert, von Reichtum und von neuen Arbeitsverhältnissen geworden sei. In vielen sich entwickelnden Gesellschaften des Südens sei er der erste Auslöser für den Unternehmungsgeist und für die Verbesserung der Lebensqualität der Menschen gewesen. Er könne den Ersatz für eine verschwindende traditionelle Landwirtschaft oder für eine Industrie im Strukturwandel leisten. Gleichzeitig wirke er aber fördernd auf genau diese Erwerbszweige zurück – wie etwa Landwirtschaft, Fischerei, Handwerk und Baukunst –, indem die Produkte des Landes oder der eigenen Region in den Betrieben des Tourismus genutzt werden. Für Regionen, die eigentlich auf den Abstieg hin zu gehen schienen, sei der Tourismus somit eine effektive Chance für die wirtschaftliche Renaissance und die Neudefinition der ökonomischen und sozialen Prioritäten. Professor Peter Keller als Präsident des Comité scientifique der Sommets du Tourisme äusserte sich zu den wirtschaftlichen und sozialen Aspekten einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus. Hier bestehe ein Defizit der Wahrnehmung: Nachhaltigkeit sei bisher fast ausschliesslich auf die natürlichen und makroökonomischen Ressourcen bezogen worden, aber nur wenig auf die menschlichen und sozialen Aspekte.

«POPULÄRSTE FORM DES INDIVIDUELLEN GLÜCKS»

Zwar habe das Phänomen Tourismus zur Entwicklung des menschlichen und sozialen Kapitals beigetragen. Der Tourismus sei sogar die populärste Form des individuellen Glücks. Je nach der Situation eines Landes oder einer Region könnten sich aber auch Widersprüche zwischen den Wünschen und Ambitionen der einheimischen Bevölkerung auf der einen Seite und den Komfortansprüchen einer internationalen Kundschaft ergeben. Verbessern könne sich diese Situation unter anderm durch eine «moralisation du comportement du visiteur», eine verbesserte moralische Sensibilität der touristischen Besucher in einer sich entwickelnden Welt.

Siehe auch Cahier français Seite 1

HOTELPLAN / Zusammen mit Synergi neue Marke «First Business Travel»

Partner im Business-Travel

Die Hotelplan Swiss Group kooperiert in ihrem Segment Geschäftsreisen unter dem neuen Markennamen «First Business Travel» mit der Reiseorganisation Synergi Global Travel. Beginn der Zusammenarbeit ist der 1. Januar 2002, wie Hotelplan bekannt gab.

Synergi zählt laut Mitteilung mit einem Umsatzvolumen von mehr als zehn Milliarden Dollar zu den führenden globalen Reiseorganisationen. Das Unternehmen beschäftigt rund 12 000 Personen und verfügt über ein Netzwerk von 53 Geschäftsreise-Partnerunternehmen mit mehr als 3000 Niederlassungen. *KJV/sda*

TOURISMUSVERBAND / Region engagiert sich stärker

Mehr Geld fürs Heidiland

Im Jahr 2002 hat die sanktgallisch-glarnerische Tourismusdestination Heidiland knapp 1,11 Mio. Franken zur Verfügung. Dank Mehrleistungen des Kantons St. Gallen sind dies 97 500 Franken mehr als in diesem Jahr.

Gemäss Budget der Trägerorganisation Tourismusverband Sarganserland-Walensee kann die Geschäftsstelle der Ferienregion Heidiland in Sargans 612 000 Franken für Marketing und Verkaufsförderung einsetzen, rund 85 000 Franken mehr als im Jahr 2001. Die Einnahmen stammen einerseits vom Kanton St. Gallen, der seinen Beitrag um 100 000 auf 400 000 Franken aufgestockt hat. Wie Präsident Christian Nigg an der Budgetversammlung in Pfäfers mitteilte, wurde mit dem Kanton für die nächsten fünf Jahre ein Leistungsvertrag abgeschlossen.

Weitere 153 000 Franken tragen die 15 Mitgliedsgemeinden rund um Walensee und Gonzen bei. Die 31 privaten Mitglieder zahlen 554 500 Franken. Das sind Organisationen und Betriebe wie Touristikvereine, Bergbahnen, Schiffs- und Tansportunternehmen, Skischulen, Hotel- und Gastronomieverbände.

Laut Heidiland-Geschäftsführer Marco Wyss liegt das Schwergewicht im sechsten Betriebsjahr in der Verkaufsförderung. Akquiriert werden sollen vor allem Busunternehmen und Reiseveranstalter. In den Bereichen ausländische Märkte und Internet wird eng mit Schweiz Tourismus zusammengearbeitet. *KJV/sda*

WENGEN TOURISMUS / Drohender Konkurs wurde abgewendet

Nachlass-Vertrag erreicht

Der Nachlassvertrag zwischen Wengen Tourismus und seinen Gläubigern ist zu Stande gekommen. Mit der getroffenen Einigung konnte ein drohender Konkurs abgewendet werden. Der Nachlassvertrag wurde zwar nicht einstimmig verabschiedet, das nötige Quorum wurde dennoch erreicht, wie Jörg Gnotke, Direktor Wengen Tourismus auf Anfrage sagte. Die Nachlassdividende beträgt 14,7 Prozent.

Zu den Hauptgläubigern zählten unter anderem die örtlichen Bahnen, die Banken sowie die eidgenössische Steuerverwaltung. Die Schulden von Wengen Tourismus beliefen sich auf insgesamt einen Betrag von rund 1,2 Mio. Franken.

Mit dem Nachlassvertrag sind jedoch noch nicht alle Probleme gelöst. Als nächstes steht die dringende Sanierung der Kurortseinrichtungen an. Erneuerungsbedarf haben insbesondere die Kunsteisbahn, das Schwimmbad, der Sportpavillon, die Minigolfanlage, der Spielplatz, die Feuerstellen und 250 Sitzbänke.

Die Kosten für die Sanierung dieser Infrastruktur belaufen sich in den nächsten fünf Jahren auf 2,5 Mio. Franken. Wengen Tourismus versucht nun, das Geld über lokale Sponsoren zu beschaffen.

Wengen Tourismus hatte im Sommer 2000 ein Gesuch um Nachlassstundung einreichen müssen. Ins Schlingern kam die Tourismusorganisation durch den Kauf und den Unterhalt von touristischen Anlagen. *KJV/sda*

TOURISMUS-KRISE / Die Krise lässt sich ins Positive wenden. Ratschläge dazu gaben Experten an der «13th European Hotel Industry Investment Conference» in London. Sie wurde von den Hospitality Consulting Services der Agentur Andersen veranstaltet. **JACKIE MITCHELL**

Aus der Krise wachsen neue Chancen

Hotels in den städtischen Metropolen werden in der durch die Anschläge und Kriegshandlungen ausgelösten Krise weiterhin einen Rückgang ihres Geschäfts verzeichnen müssen. Aber Hotels in Provinzstädten sind davor weitgehend durch die inländische Nachfrage geschützt, obwohl es auch in diesem Segment der Hotelmärkte weitere Rückgänge geben wird. – Das sind einige der Punkte, die Nick van Marken, einer der Partner in der Leitung der Hospitality Consulting Services von Arthur Andersen, an der 13. European Hotel Industry Investment Conference in London aufzeigte. Die Konferenz hatte rund 250 Teilnehmer; die meisten kamen aus Grossbritannien, und 36 Prozent waren Hotelbesitzer oder -betreiber.

SEPTEMBER-EINSTURZ FÜR ALLE – AUSSER GENF

Van Marken meint, dass sich mehrere der zuerst als Krise wahrgenommenen Umstände in positive Wirkungen umwandeln: Gäste machen näher bei ihrer Heimat Ferien; der Pool der verfügbaren Arbeitskräfte wird in seinem Wert verbessert (etwa durch Ex-Airline-Kräfte); ein elastischer Budget-Hotelsektor überragt herkömmliche Segmente; und die Aktivitäten von Low-Budget-Airlines erhalten Auftrieb, wovon auch die Hotelbranche profitieren wird.

Abseits der offensichtlichen Wirkungen der Terroranschläge sieht van Marken weitere Bedrohungen des Hotelgeschäfts: Dazu gehören der Rückgang der japanischen Nachfrage, steigende Versicherungskosten und die Kosten für ungenutzte Kapazitäten.

Noch im August 2001 hatten sich die Umsätze pro verfügbares Zimmer (RevPAR) in den meisten europäischen Städten mit Ausnahme von London und Amsterdam verbessert, während im September alle Städte – ausser Genf – eine Verschlechterung erlebten.

In Frankreich war das Jahr 2000 sehr stark, mit einem Anstieg des RevPAR von 18 Prozent, im 2001 sind es nach Hochrechnung 8 Prozent. In Deutschland reduzierte sich das RevPAR-Wachstum von 11 auf 1 Prozent. Italien verzeichnet einen Rückgang von 16 auf 11 Prozent, Spanien von 12 auf 7 Prozent: Barcelona, als Beispiel, von 21 auf 7 Prozent.

Und wie sieht es in der weiteren Welt aus? Moskau erscheint immun gegenüber den Terror-Nachwirkungen, mit einem RevPAR-Wachstum von 21 Prozent in diesem Jahr. Istanbul hingegen ist von 26 auf 6 Prozent abgestürzt.

QUELLMARKT USA: WANN ENDET DIE REZESSION?

Die meisten der Konferenzteilnehmer (65 Prozent) waren der Meinung, dass die US-amerikanische Rezession sich über drei Viertel des Jahres 2002 erstrecken werde, mit einer leichten Erholung an seinem Ende. 74 Prozent glaubten, dass Deutschland am längsten für die wirtschaftliche Erholung brauchen werde.

Kevin Grice, Senior Economist bei American Express, sagte, dass eine Rezession in den USA als unausweichlich erscheine, aber wahrscheinlich mild und kurz bleibe – mit einer Erholung bereits im zweiten Quartal. Das Wachstum des Bruttoinlandsproduks (BIP) in der «Eurozone» werde in der zweiten Hälfte 2001 und den ersten Monaten 2002 zu einem Stillstand kommen. In der zweiten Hälfte 2002 sollte es auch hier zu einer Erholung kommen.

BANKER-RATSCHLAG: «BLEIBEN SIE SICHTBAR!»

Während der Konferenz gab es eine Sitzung mit führenden Analysten zum Thema «Was sollten Hoteliers angesichts der gegenwärtigen Krise tun?» Craig Fraser von Goldman Sachs sagte: «Seien Sie so aktiv wie Sie können, mit so wenig Kapital wie möglich.» Sarah Ellis von ABM Amro Equities rief ins Publikum: «Keine Panik! Werten Sie nicht Ihre Aktivposten ab, und befremden Sie nicht Ihre loyalen Kunden.»

Ben Britz von Morgan Stanley gab den Rat: «Bleiben Sie sichtbar. Das Schlimmste wäre es, in sich zusammenzusinken. Besuchen Sie die Investoren, sprechen Sie mit den Kunden.»

Foto: Express



TRAFALGAR SQUARE IN LONDON

Die historische Überlieferung ist eines der stärksten Argumente für den Tourismus in Grossbritannien. Aber wie in anderen Ländern Europas gibt es auch hier eine starke Umstrukturierung der Quellmärkte mit preislichen Auswirkungen.

Raffles/Swissôtel plant eine Europa-Expansion

Richard Helfer, Präsident und CEO der Raffles Holding Ltd., also der neuen Swissôtel-Eigentümerschaft, stellte an der Londoner Konferenz seine Gesellschaft vor. Er sagte, offenbar sei er immer zur falschen Zeit am falschen Ort. Er sei am 11. September in Washington DC gewesen, und am Tag des Swissair-Grounding in Zürich. Helfer erklärte, es sei das Ziel seiner Gesellschaft, 60 Prozent ihres Hotelbesitzes im «Management by contract» mit Mehrheits-Teilhabern zu betreiben (gegenwärtig seien es 55 Prozent), und für 40 Prozent der Mehrheitsbesitzer zu sein.

Die Akquisition von Swissôtel, so Helfer, habe das Raffles-Portfolio von 6000 auf 13 139 Zimmer erhöht. «Wir sind unserem Plan um zwei volle Jahre voraus.» Angesichts der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation seien Neubau-Geschäfte und weitere «Mergers & Acquisitions deals» angehalten worden, aber die Gesellschaft wolle bald damit weiterfahren, die Marke Raffles zu stärken und in Europa zu expandieren.

Wie sieht Helfer die Auswirkungen des 11. September? «Wir müssen sicherstellen, dass der Gast die gleiche positive Erfahrung in unseren Hotels macht wie vor dem 11. September», betont er. «Man muss vorsichtig sein. Wie einen Knie-Reflex beim Arzt kann man auch schnell eine Negativ-Reaktion in der Qualität eines Hotels haben. Wir müssen geistig beweglich sein und jetzt die Gelegenheit ergreifen, um neue Geschäfts-Segmente wie zum Beispiel Spas in unser Portfolio zu bringen.» Die Renovationsprojekte in den bestehenden Raffles-Hotels würden fortgesetzt, und weiteren Hotelprojekten werde Priorität zugewiesen. «Nichts was wir tun darf die Qualität der Hotels beeinträchtigen.»

Die Business-Travellers kommen zurück, beobachtet Helfer. «Am meisten beschäftigen uns aber die Freizeit-Reisenden: Sie buchen sonst weit im Voraus, und momentan halten sie Ausschau nach etwas, das ihrem Zuhause nahe ist.» *JM*

GROSSBRITANNIEN / 2001 war kein gutes Jahr für die britische Hotel- und Tourismusindustrie. Bis zum Sommer wirkte die Krise der Maul- und Klauenseuche. Und dann kamen die terroristischen Angriffe auf die USA mit ihren Nachwirkungen. **JACKIE MITCHELL**

Der schlimmste Oktober seit dem Golfkrieg

Eine neue Studie des International Passenger Survey besagt, dass die Zahl der Besucher aus Übersee in Grossbritannien im September 2001 um elf Prozent gegenüber dem Vorjahr zurückging, und zwar auf zwei Millionen.

In der Periode vom Januar bis September 2001 nahm die Zahl der Besucher aus Übersee insgesamt um sieben Prozent auf 18,3 Millionen ab, und ihre Ausgaben gingen um 8,9 Milliarden Pfund (21 Mia. Franken) zurück. Die British Tourist Authority (BTA) geht von einem Rückgang des Gesamtumsatzes im Incoming-Tourismus um 20 Prozent oder rund 10,8 Milliarden Pfund (25,4 Mia. Franken) gegenüber dem Vorjahr aus.

SALES-STÄRKEN «GREAT HERITAGE» UND SPORT

Die relativ besten Resultate in diesem britischen Tourismus-Herbst kommen aus den westeuropäischen Quellmärkten, die insgesamt nur um rund sechs Prozent nachliessen, gegenüber Nordamerika mit 17 Prozent und dem Rest der Welt mit 18 Prozent. Jeff Hamblin, der Direktor der BTA, sagt: «Diese Zahlen sind für uns keine Überraschung. Um die Entwicklung ins Positive zu wenden, müssen wir auf unsere Kernwerte (engl. core values) zurückgreifen, um neue Gäste zu gewinnen.» Das bedeute Promotion für die vier zentralen Anziehungskräfte (key strengths) Grossbritanniens: Tradition, Countryside, City-Life und Sport. Hamblin weiss: «Der Oktober wird der schlimmste Monat in diesem Jahr sein, aber danach rechnen wir mit einer Erholung.»

Wie also wird sich die Tourismus-Industrie wehren? Die British Tourism Authority investiert fünf Millionen Pfund (11,75 Mio. Franken) in eine internationale Marketing-Kampagne. Als erste werden die folgenden sieben Quellmärkte anvisiert: Deutschland, Frankreich, Belgien, Irland, Niederlande, Kanada und USA. Die Kampagne wird von Januar bis März 2002 laufen; wenn die Regierung die weitere Finanzierung billigt, soll sie dann noch weiterlaufen. Das goldene Thron-Jubiläum der Königin und die Commonwealth-Games im 2002 passen genau auf zwei der vier hervorgehobenen Sales-Stärken der Kampagne: «Great Heritage» und «Great Sport». Ein Schlüsselelement der Kampagne soll es sein, die Briten zu motivieren, ihre Freunde und Verwandten ins Land einzuladen.

AUSSERHALB LONDONS EIN HELLERES BILD

Es überrascht nicht, dass die britische Hotelindustrie keine gute Performance seit dem 11. September aufweist. Für die Hotels in London war der Oktober 2001 der schlimmste Monat seit dem Golfkrieg. Das zeigt die neueste Untersuchung von 122 Hotels der Hauptstadt durch die Consulting-Spezialisten von Pannel/Kerr/Forster (PKF). Die Belegung fiel um 20 Prozent auf 66 Prozent, verglichen mit dem Vorjahr. Die Zahl der von Japanern gebuchten Hotelzimmer fiel um 51 Prozent, diejenige der von US-Amerikanern gebuchten Zimmer um 43,5 Prozent. Bei den Europäern beträgt der Rückgang 19 Prozent. Die Studie ergab, dass das Deluxe-Segment mehr gelitten hat als das mittlere und das Budget-Segment.

Ausserhalb von London sieht das Bild der PKF-Studie etwas heller aus: Die Belegung fiel um drei Punkte auf 74 Prozent. Ähnlich der Industry Benchmark Survey von Arthur Andersen: London hat hier im Oktober 22,5 Prozent verloren, und die Zimmerpreise gingen um 13 Prozent zurück. Das führte zu einem Verlust von 32,6 Prozent im RevPAR (revenue per available room = Umsatz pro verfügbares Zimmer). Den regionalen Hotels ging es im Oktober besser als denen in London: 73 Prozent Belegung anstelle von 66,5 Prozent. Der Grund: Die britischen Kunden entscheiden sich jetzt eher für Ferien im eigenen Land als im Ausland.

Hilton International hatte im September und Oktober einen RevPAR-Einbruch von elf Prozent weltweit zu verzeichnen. David Michels, Chief Executive für England, sagte gegenüber der htr: «Wir fanden heraus, dass flugabhängige Destinationen am meisten betroffen waren; aber wenn die wichtigen Märkte autonah waren, ging es viel besser.» In London verloren Hiltons Fünf-Sterne-Hotels 31,7 Prozent ihres RevPAR-Umsatzes, in der Provinz verloren die Hilton-Hotels nur 2,9 Prozent.

Krasse Preisnachlässe und Abstürze

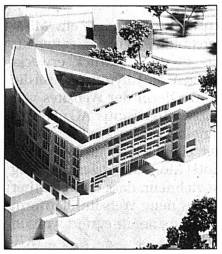
Einige Londoner Hotels haben auf den Rückgang des Geschäfts in der gegenwärtigen Krise mit Preisnachlässen reagiert. Zum Beispiel verkaufte das «Inter-Continental» am Hyde Park Corner in London ein Luxus-Zimmer für 159 Pfund Sterling (374 Franken) inklusive Mehrwertsteuer und Frühstück, das normalerweise mindestens 358 Pfund (840 Franken) kostet. Das Park Lane Hotel, wo ein Doppelzimmer normalerweise 350 Pfund (820 Franken) kostet, offeriert gegenwärtig Weekend-Breaks für 59 Pfund (140 Franken) pro Person und Nacht.

Die britische Hotelgruppe Jarvis hat einen Absturz um 36,1 ihres Gewinns vor Steuern im bisherigen Jahresverlauf zu verzeichnen. Chairman John Jarvis sagt: «Ereignisse von nie dagewesener Art haben kurzfristig unser Geschäft beeinträchtigt. Es ist zu früh, um vorauszusagen, wie unsere Märkte sich ins 2002 hinein entwickeln, aber wir ziehen alle Register, um den Umsatz zu optimieren und die Kosten zu drücken. Unsere Anstrengungen in Marketing und Promotion werden umorientiert auf Inland-Ferien und inländische Short-Breaks; dort hoffen wir auf eine schwungvollere Nachfrage.» *JM*

BADEN / Gegenvorschlag zum bestehenden Umbau-Projekt

Neubau-Studie für Hotel Verenahof

Statt für einen Umbau des Hotels Verenahof in Baden, plädiert die Verenahof AG für einen Neubau: Sie präsentiert gegenwärtig eine Studie, bei der «nicht die Sicht der Denkmalpflege, sondern die betriebliche Perspektive im Zentrum steht», wie Abraham J. Guggenheim, Verwaltungsratsdelegierter der Verenahof AG, betont. Die Studie des Zürcher Architekturbüros Senn & Kühne sieht ein Wellnesshotel mit 84 Zimmern und sechs Suiten vor (siehe Bild). Die Realisierung des Projekts wird mit rund 52 Millionen Franken veranschlagt, inklusive Thermalbad und Ausbau der bestehenden Tiefgarage. Die Verenahof AG ist nicht bereit, das 80-Millionen-Umbau-Projekt mitzutragen, das in Zusammenarbeit mit der Stadt Baden entwickelt worden ist. Laut Guggenheim erfüllt dieser Vorschlag die Anforderungen an ein attraktives Ferienhotel nicht. *SST*



ADELBODEN / Parkhotel Bellevue investierte 5 Mio. Franken in neues Konzept

Hotel mit «Aqua vitalis» verjüngt

Am letzten Freitag hat das Parkhotel Bellevue in Adelboden sein erweitertes Wellness-Center «Aqua vitalis» mit insgesamt mehr als 1300 m² eröffnet. Dieses ist mit einem Aussen-Solbad, römischen Thermen, Hallenbad, Saunen sowie diversen Massage- und Beauty-Räumlichkeiten ausgestattet. In den Wellness-Ausbau wurden fünf Mio. Franken investiert. Ein Team von Spezialisten steht den Gästen in der Anlage zur Verfügung, zum Beispiel für eine Massage mit anschliessender Körperpackung, eine Thalasso-Therapie oder ein orientalisches Serail-Schönheitsbad. Die mehr sportliche Betätigung findet im Cardio & Fitness-Bereich statt: an TechnoGym-Geräten und mit täglich stattfindenden Aqua-Fit- und Wellness-Lektionen.

Das Vier-Sterne-Hotel, das den Alpine Classics Private Hotels angeschlossen ist, wird Wellness- und Beauty-Arrangements von zwei bis sieben Tagen anbieten. In diesen Angeboten sind die Übernachtung mit Gourmet-Halbpension (auf Wunsch Cuisine minceur), der freie Eintritt in das Wellness-Center sowie Schönheits- und Wohlfühlprogramme mit Massagen, Körperpackungen, Bädern und Schönheitspflege bereits eingeschlossen. Eine «Body-Forming-Woche» (sieben Nächte) ist beispielsweise ab 1520 Franken buchbar. *KJV*

DORLY UND SEPP MÜSSGENS / Das Vier-Sterne-Hotel Margna in Sils-Baselgia ist seit 40 Jahren im Besitz der Familie Müssgens. Das Hoteliererehepaar blickt auf ein erfülltes Leben zurück und hat auch für die Zukunft einige Pläne. **MARIETTA DEDUAL**

«Wir ergänzten uns immer sehr gut»

«Wir haben miteinander Glück gehabt». Da sind sich Dorly und Sepp Müssgens einig. Der kurze Blick über den Tisch ist voller Wärme. Die Müssgens sind seit 46 Jahren verheiratet und haben «einander beruflich und privat ergänzt». Sepp Müssgens verrät zudem noch eines ihrer Rezepte für eine gute Ehe: «Wir konnten einander nie lange böse sein».

Portrait

Das Paar hat in Sils-Baselgia, dem Ort, den bereits Friedrich Nietzsche liebte und von dem er behauptet hat: «so still hatte ich's noch nie», ein Stück Oberengadiner Hotelgeschichte geschrieben.

«NIE MEHR – UND TROTZDEM …»

Ganz so still wie zu Nietzsches Zeit ist es in Sils-Baselgia zwar nicht mehr, aber neben dem mondänen St. Moritz ist das Dorf immer noch eine Oase der Ruhe. Ruhig ist es auch im Hotel Margna. Die beinahe meterdicken Mauern des ehemaligen Herrschaftshauses, laut Legende vor sehr langer Zeit als Wiedergutmachung für einen Seitensprung erbaut, schützen im Winter gegen Kälte und sind im Sommer angenehm kühl – und halten sämtliche Geräusche draussen.

«Als ich sie im Sommer 1959 in dieses Haus brachte, hat meine Frau nach 14 Tagen gesagt: ‹Da bringst du mich nicht mehr hinaus›» meint Sepp Müssgens, und Dorly Müssgens wendet ein: «Und trotzdem ist es jetzt vielleicht bald Zeit zu gehen.»

Damals – heute. Dazwischen ist beinahe ein ganzes Leben eingebettet: Gäste betreuen, eine Ehe leben, Kinder grossziehen, am Hotel anbauen, das Hotel umbauen. Im Laufe der Jahre haben die Müssgens mehr als 40 Millionen Franken investiert und verbaut. Heute beträgt der Umsatz über sieben Millionen, der Cashflow 1,5 Millionen Franken, das Betriebsergebnis I 37 Prozent.

HANDWERK VON DER PIKE AUF GELERNT

Es ist gemütlich am Tisch, nicht mal ein Handy dudelt. Der Hausherr wird verlangt, der Kellner bringt das Telefon an den Tisch: Am anderen Ende sitzt Rudolf Schmidt, der Präsident des Hotelier-Vereins Graubünden. Die Herren sind befreundet und tauschen sich auch beruflich ab und zu aus: Sepp Müssgens war vor Rudolf Schmidt von 1989 bis 1995 Präsident des Hotelier-Vereins Graubünden.

Zurück zum Tischgespräch und zu Müssgens Werdegang (in Stichworten): Gymnasium, zwei Jahre «Baur au Lac» in Zürich (alle Sparten), Venedig, Kellner in London, «obwohl ich vom Service keinen blassen Dunst hatte». Dann kam die Stelle als Journalführer/Kassier im «Flüela» in Davos, wo Sepp Müssgens bald zum Chef de Réception befördert und der Chef de Réception zum Journalführer degradiert wurde. «Doch wir teilten uns die Löhne, so blieb die Harmonie gewahrt». Sein Chef damals, der Papa Gredig, «war eine Figur. Man nannte ihn den Landvogt, er war ein schwieriger Patron». Dass der junge Müssgens es «so gut mit ihm konnte» führt er heute auf sein gutes Englisch zurück, denn der Gredig sei total englisch-«minded» gewesen. In dieser Zeit lernte Sepp Müssgens auch die junge Dorly Hürzeler kennen, die ebenfalls eine Saison in Davos arbeitete … und bald wurde aus den beiden ein Paar.

Und so ging es weiter: Winter im «Flüela» in Davos, Sommer im «Storchen» in Zürich, Winter im «Flüela» in Davos, dann ein Abstecher zum «Montreux Palace». Nach Gredigs Tod wurde Sepp Müssgens, gerade 26 Jahre alt, Direktor des «Flüela». Der Versuch, das «Flüela» im Sommer offen zu halten, scheiterte, und Müssgens kam im Sommer 1959 ins «Margna».

33 ANGESTELLTE UND ZWEI GÄSTE

Die erste Sommersaison dauerte vom 13. Juni bis zum 19. September und brachte damals einen Umsatz von gerade 267 000 Franken. Während der Wintermonate war er wieder Hoteldirektor in Davos. Ein Jahre später gelang es ihm – obwohl er nichts geerbt und wenig gespart hatte – , das Hotel Margna zu kaufen. Die Schweizerische Volksbank, als Besitzerin, kam mit dem Verkaufspreis entgegen, ein Geschäftsmann aus Davos stellte ihm 100 000 Franken zur Verfügung, und mit 150 000 Franken griff ihm die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit unter die Arme unter dem Titel «Reprivatisierung von Bankhotels».

Im Jahr 1962 machten die Müssgens das Hotel winterfest und hofften auf die Eröffnung der Corvatschbahn. Die verzögerte sich, und das Paar verbrachte den Januar mit 33 Angestellten und zwei Gästen. Sepp Müssgens: «Das gab rote Zahlen. Aber bereits im dritten Winter ging's bergauf.» Nur einmal noch mussten die Müssgens tief Atem holen: das war 1972, als der Umbau (Speisesaal, Küche usw.) eine Million Franken mehr kostete als erwartet.

DAS SCHICKSAL WOLLTE ES ANDERS

Alles lief rund – da schlug das Schicksal zu. Der Sohn war für die Übernahme des Hotels ausgebildet, hatte acht Jahre lang Amerikaerfahrung gesammelt und kehrte 1989 ins Engadin zurück, um das «Margna» zu übernehmen. Im Jahr 1991 wurde ihm das Haus offiziell übergeben – und im Februar 1992 musste er notfallmässig ins Kantonsspital Zürich. – Diagnose: Hirntumor an einer heiklen Stelle. Sepp Müssgens: «Glücklicherweise konnte der Tumor operiert werden und erwies sich nicht als bösartig.» Aber die Folgen der Operation machten und machen Christoph Müssgens zu schaffen: Ständige Kopfschmerzen und eine geringere Belastbarkeit. Seit der Operation verträgt Christoph Müssgens die Höhe nicht mehr. Besser geht es ihm auf Meereshöhe. Daher führt er jetzt in Südfrankreich das «Jujubier», ein kleines «Bed & Breakfast». Mutter Müssgens erzählt vom Heimweh des Sohnes – und jeder Satz spiegelt auch das Heimweh der Mutter nach dem Sohn.

100 JAHRE – OHNE UNTERBRUCH

Die Töchter der Müssgens, beide im Engadin verheiratet und beide Mütter, wollen und können das Hotel nicht weiterführen. Und Sepp Müssgens meint weise: «Es funktioniert nur, wenn jeder Rappen reinvestiert wird.» Bei so vielen Beteiligten – drei Kinder, zwei Schwiegersöhne, vier Enkelkinder – wäre das wohl schwierig. Und so denkt er an Verkauf. Denkt daran, öfters in Südfrankreich, in der Nähe des Sohnes, wo sie ein Haus besitzen, Golf zu spielen, zu Reisen und sich dem Leben ausserhalb des Hotels zu widmen. Das Jubiläumsjahr 2001 – es sind nämlich genau 100 Jahre her, dass das Hotel jeden Sommer, ohne Unterbruch, geöffnet war –, wurde zusammen mit den vielen Stammgästen (80 Prozent der Gäste kommen regelmässig ins «Margna») und den vielen treuen Angestellten gefeiert; der Küchenchef Battista Guattini und der Oberkellner Bruno Cappellini sind seit 30 Jahren im Hause und viele andere seit 10, 15 oder 20 Jahren.

Im Jahr 2002 soll der Wellnessbereich des «Margna» noch attraktiver gemacht werden. Obwohl das operative Geschäft ganz in den Händen des Hoteldirektorenpaars Andreas und Regula Ludwig ist: Grössere Investitionen sind Chefsache. «Dann sehen wir weiter».



Foto: Marietta Deduel

SEIT 1959 IN SILS-BASELGIA

Dorly und Sepp Müssgens haben aus dem «Margna» ein respektables Hotel mit viel Atmosphäre gemacht.

Die Personen

Namen: *Dorly und Sepp Müssgens*
Alter: *Sie 68, er 72*
Kinder: *Zwei Töchter, ein Sohn*
Enkelkinder: *Vier*
Lieblingsessen: *Sie: Ein schöner Fisch. Er: Hausmannskost*
Lektüre: *Sie: «Paula» von Isabel Allende. Zudem habe ich eine Vorliebe für Kochbücher. Er: «Die Asche meiner Mutter» von Frank McCourt.*
Wunsch: *Beide: Gesundheit der Kinder und Enkel.*

Was sagen Sie zu …

*… **St. Moritz?** Sie: Wir brauchen St. Moritz. Er: Unsere Gäste können dort einkaufen und an Events teilnehmen. Bei uns finden sie die Ruhe.*
*… **Luxus?** Sie: Ich habe es gerne gut und schön. Luxus ist z. B. nicht Economy fliegen. Er: Wenn man das machen kann, was man gerne möchte.*
*… **Expo.02?** Sie: Der Grundtenor ist positiv. Schade, dass die romanische Sprache nicht besser zum Tragen kommt. Er: Da lasse ich mich überraschen.*
*… **Familie?** Sie: Für mich das Wichtigste. Leider hatte ich zu wenig Zeit für meine Kinder, als diese klein waren. Er: Meine Frau hat da immer ein bisschen ein schlechtes Gewissen. Mit den Enkelkindern verbringen wir viel Zeit.*
*… **Ferien:** Er: Wir waren vor einem Jahr in Florida. Sie: Wir sind oft auch in unserem Haus in Südfrankreich.*

Reklame

www.serviette.ch

Ein Mausclick zum Mäusesparen - auch für Sie.

BAD ALVANEU / Nach vier Jahrzehnten wieder neu eröffnet

Das sechste Bündner Heilbad

Nach einer Bauzeit von 15 Monaten hat das neue Bad Alvaneu im Bündner Albulatal seinen Betrieb aufgenommen. Realisiert hat das Badezentrum der Davoser Unternehmer Hans Christoffel. Geboten werden ein Innen- und ein Aussenbecken mit 34 Grad warmem Wasser, eine Liegewiese, Solarium und Saunen, ein Ruheraum und eine Trinkhalle. Die Kosten beliefen sich auf rund 7,5 Millionen Franken.

Christoffel hat in der Talschaft bereits einen 18-Loch-Golfplatz gebaut. An seinem jüngsten Projekt haben sich die öffentliche Hand und Einheimische mit rund 1,4 Millionen Franken beteiligt. Zum Zentrum auf einem vier Hektaren grossen Gelände gehört ein Restaurant, und im Untergeschoss hat sich die Alvamed AG des einheimischen Arztes Peter Keller eingemietet, welche die medizinische Betreuung sicherstellt. Angeboten werden «mental-medizinische Ferienwochen» mit den Schwerpunkten Erholung, Sport oder Kultur. Mit der Inbetriebnahme hat der Gast in Graubünden nun die Wahl zwischen den sechs Destinationen Alvaneu, Andeer, Klosters-Serneus, Scuol, St. Moritz und Vals. Geworben wird allerdings mit der attraktiveren Sieben: Zu den «Bündner Bäderorten», die gemeinsam Werbung machen, zählt sich auch Bad Ragaz. *UH*

Neue Städte-Website Citytours.org

Korrigenda. Durch ein Missverständnis ist in der letzten htr Nr. 49 der Eindruck erweckt worden, die Citytours AG sei die Entwicklerin der Websites von Luzern Tourismus AG, Luzern Hotels, KKL, Luzern Event Partner, Hotel Palace und Art Deco Hotel Montana Luzern. Richtig ist vielmehr, dass diese Partner in die neue Website-Plattform Citytours.org integriert worden sind. *KJV*

Aktualisierter Seminarführer erschienen

Seminarhotels. Soeben ist die Ausgabe 2002 des Midena Hotelguides «Seminare und Tagungen» erschienen. Auf 272 Seiten werden 245 Schweizer Seminar- und Tagungshotels vorgestellt. Die nach klar definierten Kriterien ausgewählten und von den Herausgebern geprüften Hotels sind umfassend beschrieben und farbig abgebildet. Eine Seminar-Checkliste erleichtert das Einholen von Offerten. *SST*

Le Méridien verteilt Bonusse

«Guest Book». Die Hotelkette Le Méridien lanciert das «Guest Book», mit welchem Reisebüroangestellte angespornt werden sollen, die Häuser der Kette gezielt zu verkaufen. Ab 1. Januar 2002 erhalten alle Counterangestellten, die sich zuvor in das Programm «Guest Book» eingeschrieben haben, eine Provision für jede feste Buchung. Der erzielte Bonus soll den Angestellten direkt und in bar ausbezahlt werden. *HAS*

ROCCO FORTE HOTELS / Die Luxus-Hotelgruppe will in die Schweiz

Zürich und Genf im Visier

Die «Rocco Forte Hotels», derzeit wohl ehrgeizigste familiengeführte Hotelgruppierung im obersten Luxussegment, möchte in die Schweiz. The Honorable Sir Rocco Forte, Chairman und Inhaber der Gruppe, verriet in einem htr-Gespräch: «Ich möchte je ein Haus in Genf und Zürich.» Der 1994 zum Sir geschlagene Brite will mit jedem seiner Hotels «das beste in der jeweiligen Stadt und eines der besten im Lande» schaffen. Er denkt an die Übernahme traditionsreicher Häuser, die keine eigene Zukunft mehr sehen oder auch an die Anpachtung ausbauwürdiger Unternehmen.

Die Luxusgruppe der «Rocco Forte Hotels» mit Zentrale in London, besteht zur Zeit aus acht Spitzenhäusern in Rom, St. Petersburg, Florenz, Brüssel, Cardiff, Manchester, Edinburgh und Brüssel. «In Luzern hätten wir neulich fast einen Pachtvertrag unterschrieben», berichtete einer von Fortes Mitarbeitern. Doch Forte will sich künftig nur noch auf Genf und Zürich konzentrieren, ausserdem auf Paris, London und Berlin. «Auf jeden Fall will ich in Europa bleiben.» Und: «In fünf Jahren möchte ich über 20 Hotels verfügen.» Sein Vater hatte 1934 die Forte-Hotels gegründet, die es auf mehr als 800 Hotels weltweit brachten. Nachdem Forte auch die Meridien-Hotels übernommen hatte, wurde die Gruppe 1996 vom britischen Mediengiganten Granada geschluckt.

FRANKFURTER PALAIS SOLL HOTEL WERDEN

In Frankfurt gab Forte jetzt die Unterzeichnung des Vertrages für ein besonderes Hotelprojekt bekannt: Ein unter Denkmalschutz stehendes Palais aus dem Jahre 1904 wird zum Kernstück eines 120-Millionen-Mark-Hotels mit eigenem Park und kreuzgangähnlichem Innenhof. Investor ist das Familienunternehmen Fay aus Frankfurt und Heidelberg. Für die Entscheidung, die Immobilie auf 30 Jahre an Forte zu verpachten, stand ein Schweizer Hotelier Pate. Firmenchef Andreas-Norbert Fay: «Mir war weder der Name Rocco Forte noch die Gruppe ein Begriff. Und so fragte ich einen befreundeten Hotelier in Pontresina. Der sagte nur: ‹das Beste, was Dir passieren kann.› Also haben wir unterschrieben.»

Nicht nur durch hohen Hotelstandard zeichnet Forte seine Häuser aus, «am allerwichtigsten ist der Service». Jeder General Manager bekommt am Jahresende bis zu 40 Prozent seines Salärs als Bonus, die Hälfte davon für perfekten Service. Um jedes Hotel individuell führen zu können, soll keines über mehr als 160 Zimmer verfügen und trägt auch in jeder Stadt einen ortstypischen Namen. Wie das Haus in Frankfurt heissen wird, weiss Forte allerdings noch nicht. «Bis zur Vertragsunterzeichnung ging alles rasend schnell», betont er. *GU*

Fotos: Sonja Stalder





BED AND BREAKFAST: PRIVATER CHARME INKLUSIVE

Die Nachfrage nach den günstigen Übernachtungsmöglichkeiten ist auch in der Schweiz am Steigen; Fachleute aus der Tourismusbranche attestieren gute Entwicklungsmöglichkeiten (im Bild: B&B-Zimmer von Brigitta Horisberger in Bern).

BED AND BREAKFAST / Privatunterkünfte schiessen wie Pilze aus dem Boden. Erst jetzt aber beginnen sie sich zusammenzuschliessen. Das Erfolgsrezept der aktivsten «B&B»-Vereinigung heisst Internet. **OTTO HOSTETTLER**

Ein Bett mit Familienanschluss

Noch vor wenigen Jahren waren sie in der Schweiz eine Seltenheit: «Bed & Breakfast» wurden «Privatzimmer» genannt, und sowohl Angebot als auch Nachfrage waren gering. Die englische Traditionsgaststätte war im Tourismusland Schweiz nahezu inexistent. Innerhalb weniger Jahre hat sich dieses Segment aber mächtig entwickelt. Die «Unterkünfte mit Familienanschluss» schossen wie Pilze aus dem Boden – quer durch die Schweiz. Betreiber von «B&B» sowie Fachleute aus der Tourismusbranche erwarten in den nächsten Jahren für die unkomplizierte Übernachtungsform eine weitere Zunahme der Nachfrage.

Wie viele «B&B» es heute in der Schweiz gibt, vermag niemand genau abzuschätzen. Beim Bundesamt für Statistik gehen die Privatzimmer auch heute noch neben Jugendherbergen, Backpacker-Herbergen oder «Schlafen im Stroh» im Bereich der Parahotellerie unter. Nur ein kleiner Teil ist verbandsähnlich organisiert. Der grösste Zusammenschluss (255 «B&B»-Betreiber) ist der Verein Homestay, der die Internetsite www.bnb.ch unterhält und unter dem Namen «Bed aNd Breakfast Switzerland» auftritt. Die meisten «B&B» sind Mitglied von lokalen Tourismusorganisationen oder Verkehrsvereinen.

15 000 WEBSITE-BESUCHER PRO MONAT

Das Erfolgsrezept der aktivsten «B&B»-Vereinigung heisst Internet. Über eine professionell unterhaltene Website sind sämtliche angeschlossenen «B&B» im Bild zu sehen, dreisprachig beschrieben und direkt reservierbar. Auch wenn die «B&B»-Vereinigung keine Übernachtungszahlen erhebt: die Zahl der Übernachtungen im familiären Umfeld nimmt markant zu, bestätigen die Verantwortlichen. Sie verweisen unter anderem auf die Anzahl jener Personen, die ihre Website pro Monat besuchen. Diese Marke liegt inzwischen bei 15 000. Gegenüber den Monaten des Vorjahres registriert www.bnb.ch Zunahmen im zweistelligen Prozentbereich.

Eine Art «B&B»-Vereinigung bietet inzwischen auch die Stiftung Veloland Schweiz an, die von zahlreichen Organisationen und Institutionen (Verkehr, Freizeit, Tourismus) initiiert wurde. Als so genannte Partner sind inzwischen über 50 Zimmervermieter der Stiftung beigetreten. In der Westschweiz versucht, ähnlich dem System in Frankreich, ein «Guide de Suisse» sich zu etablieren.

LANCIERUNG EINES KLASSIFIKATIONSSYSTEMS

Genau diese fehlende Vernetzung der Branche möchte der Schweizer Tourismus-Verband vorantreiben. Zita Stahel, zuständig für die Parahotellerie, bestätigt Bestrebungen des Verbandes in dieser Richtung. Doch zurzeit konzentriere man sich auf die Lancierung eines Klassifikationssystems für Ferienwohnungen. Aber: «Jemand müsste die schweizweite Vernetzung der ‹B&B› in die Hand nehmen», sagt sie. Eigene Ideen verliefen bisher im Sand. Bei Schweiz Tourismus (ST) gibt man der Zukunft von Privatzimmern gute Chancen. ST-Sprecherin Silvia De Vito sieht «gute Entwicklungsmöglichkeiten». Vor allem bei Gästen aus dem nahen Ausland sieht sie «ein grosses Wachstumspotenzial». Doch auch sie kritisiert die noch offene Organisation von «B&B». Gäste müssten regelrecht nach einer solchen Übernachtungsgelegenheit suchen. Für Schweiz Tourismus sei «Bed aNd Breakfast Switzerland» klar der wichtigste Ansprechpartner in der Branche.

So wenig es *das* «B&B» gibt, so wenig gibt es auch *den* «B&B»-Kunden. Je nach Region ist auch die Kundschaft völlig anders. Während im Raum Basel Dorette Provoost praktisch keine Touristen an «B&B» vermittelt, sondern sich fast ausschliesslich auf Geschäftsleute und Messebesucher konzentriert, sind es anderswo vorwiegend Touristen. Den Tourismus im Auge hatte Cathy Renggli, als sie 1997 in Sierre mit der Zimmervermietung begann. Von ihrer Motivation, der damaligen Olympiakandidatur, zeugt noch ihre Telefonnummer, die mit 2006 endet. Heute sei die Kundschaft äusserst vielfältig. «Allerdings sind Gäste häufiger zwischen 30 und 60 Jahre alt als ganz jung», sagt Renggli. Ihre Gäste stammen aus der ganzen Welt, vor allem aus den USA, der Schweiz und aus Deutschland.

UNTERSCHIEDLICHSTE KUNDENSTRUKTUR

Dass die Vielfalt der «B&B»-Besucher nicht nur regional gross sein kann, sondern auch bereits auf lokaler Ebene verschieden ist, zeigt die Situation im Berner Seeland. In Büren an der Aare etwa registrieren Rolf und Franziska Thallinger im Sommerhalbjahr fast ausschliesslich Velotouristen. In Biel hingegen, sind es bei Ursula Zurbuchen oft Reisende, die in der zweisprachigen Stadt Halt machen. Dazu kommen Musiker, Sportler oder Berufsleute, die in Biel Ausbildungen besuchen oder an international bekannten Sportanlässen (100-Kilometer-Lauf, Schachturnier) teilnehmen. Und auch Techniker und Ingenieure, die zurzeit an der Expo.02 planen und bauen, entscheiden sich für das «B&B». Wohl nicht zuletzt im Hinblick auf die Expo werden in der Region Biel/Seeland mittlerweile rund 20 Bed and Breakfast unterhalten.

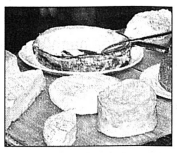
Trotz der steigenden Nachfrage betont Cathy Renggli von «Bed aNd Breakfast Switzerland», dass es für «B&B»-Betreiber am Anfang schwierig sei, Geld zu verdienen. Die meisten Anbieter von Zimmern gingen nebenher noch einem Beruf nach. «Wir machen es nicht nur wegen dem Geld», sagt sie. Das wichtigste seien für sie die vielen interessanten Begegnungen. «Diese Kontakte sind unbezahlbar.»

Ein Reich von Individualisten

Der grösste Zusammenschluss von Bed & Breakfast in der Schweiz ist der Verein Homestay. Als Plattform unterhält der Verein die Internetsite www.bnb.ch, der Auftritt erfolgt unter dem Namen «Bed aNd Breakfast Switzerland». Initiiert wurde dieser Verbund von Cathy Renggli (die in Sierre Zimmer anbietet), Dorette Provoost («B&B»-Zimmervermittlung in der Region Basel) und Nicole Neyroud (Corseaux, VD). Seit dem Zusammenschluss vor drei Jahren mit dem Berner Rolf Suter und seiner «Homestay»-Plattform wächst die Mitgliederliste stetig an. Per Ende September sind 255 «B&B»-Anbieter Mitglied von «Bed aNd Breakfast Switzerland», für das nächste Jahr rechnet Cathy Renggli mit 40 bis 50 Neumitgliedern. «Bed aNd Breakfast Switzerland» ist Mitglied beim Schweizer Tourismus-Verband und legt Minimalanforderungen für «B&B»-Anbieter fest. Unter anderem ist die Anzahl Gästezimmer auf maximal sechs beschränkt, mit je höchstens vier Betten. Zudem verlangt die «B&B»-Vereinigung von den Mitgliedern Preistransparenz, Sauberkeit, Beratung und – entsprechend dem Namen – ein Frühstück, das im Preis inbegriffen ist. OHS



GASTROFÜHRER / Im soeben erschienenen «Guide Rouge» von Michelin figurieren acht neue Sterne-Köche. SEITE 15



KÄSE / Bekannte Käsesorten und neue Spezialitäten: Tradition und Innovation müssen noch lange keinen Widerspruch bedeuten. SEITE 17

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

KAFFEE / Cafetier-Verband erwartet Preisanstieg von gegen 15 Prozent

Aufschlag bis 50 Rappen

Die Erhöhung der Mindestlöhne dürfte nach Ansicht des Cafetier-Verbandes zu einem Anstieg von bis zu 50 Rappen pro Tasse Kaffee führen. Der aufgrund einer Umfrage erwartete Preisanstieg von bis zu 15 Prozent sei der höchste der vergangenen zehn Jahre, erklärte Georg Gnädinger, Zentralpräsident des Schweizer Cafetier Verbandes, am Montag an einer Medienkonferenz.

Gnädinger begründete den Schritt mit dem massiven Kostenschub, der dem Gastgewerbe im nächsten Jahr bevorstehe. Den Löwenanteil bildeten dabei die auf Januar 2002 massiv erhöhten Minimallöhne. Die Personalkosten machten mit einem Anteil von 58,5 Prozent mehr als die Hälfte des Kaffeepreises aus.

Da der Lohnanstieg auf dem Land und in den Agglomerationen höher ausfalle, rechnet der Verband denn mit kräftigeren Preiserhöhungen in diesen Regionen. «Zwischen Stadt und Land werden sich die Preise etwas ausgleichen», sagte Gnädinger.

Im laufenden Jahr ist der Preis des Café Crème in der Deutschschweiz nach Angaben Gnädingers um rund 10 Rappen oder 3,33 Prozent auf durchschnittlich Fr. 3.40 gestiegen. Am billigsten sind Kaffees mit einem Durchschnittspreis von Fr. 3.31 in der Ostschweiz. Wer in der Stadt Zürich einen Kaffee geniessen will, muss mit Fr. 3.49 am meisten auf den Tisch legen. Allerdings sei es auch in Zürich möglich, für 3 Franken eine Tasse Kaffee zu erhalten, da jeder Betrieb in der Preisgestaltung frei sei. *DST/sda*

BAHNVERPFLEGUNG / Autogrill verkauft Passaggio-Rail-Anteil

SBB wirten wieder selber

Die SBB übernehmen per 31. Dezember 2001 von der Autogrill Schweiz 60 Prozent der Passaggio Rail, wie beide Firmen am Montag bekannt gaben. Nach der lauten Kritik von Reisenden wollen die Bundesbahnen nun reagieren. Denn die Reisenden würden automatisch die Verantwortung für die Verpflegung im Zug den SBB zurechnen, auch wenn sie gar nicht von ihnen erbracht würde.

Ab dem nächsten Jahr solle nun das gesamte Verpflegungskonzept gemeinsam mit dem Partner Rail Gourmet, die 40 Prozent an Passaggio Rail hält, auf eine neue Basis gestellt werden. Es stelle sich die Frage, welches Catering im Zug grundsätzlich erwünscht sei, sagte SBB-Sprecher Reto Kormann.

Die Verpflegung im Zug werde aber nicht grundsätzlich «umgegraben». Der Neuanfang solle mit dem gleichen Personal und dem bisherigen Geschäftsführer von Passaggio Rail, Jürg Stettler, durchgeführt werden.

Letztmals waren die SBB vor rund 15 Jahren an der Bahngastronomie beteiligt. Im Juni 1987 verkauften sie ihren 20-prozentigen Anteil an der SSG an die Brauerei Feldschlösschen und die Prodega AG. Später wurde die SSG von Beat Curti übernommen, der sie Ende Dezember 2000 an die italienische Autogrill veräusserte. *DST/sda*

KURT HALLWYLER / Der Direktor der Weinhandlung «Baur au Lac Wein» spricht über die sich wandelnden Einkaufsgewohnheiten in der Gastronomie und über aktuelle Markttrends. **INTERVIEW: MARTIN J. PETRAS**

«Gute Lagerfähigkeit heisst nicht unbedingt höhere Qualität»

Kurt Hallwyler, wie haben sich in den letzten Jahren die Einkaufsgewohnheiten Ihrer Kunden aus der Gastronomie verändert?

Die ganze Weinwelt hat sich in den letzten Jahren enorm verbreitert, sie ist internationaler und schnelllebiger geworden. Ein klassisches Beispiel dafür sind die früher sehr beliebten Beaujolais-Weine, die heute kein grosses Thema mehr sind. Aber auch das Einkaufsverhalten hat sich stark gewandelt. Kommt dazu, dass die Gastronomiekunden früher eher Grosseinkäufer waren, heute hingegen werden keine grossen Weinlager mehr angelegt. Eingekauft werden sechs bis zwölf Flaschen pro Weinsorte, dafür ist das Sortiment viel breiter.

«Mit der modernen Weinherstellung wird der Wein früher trinkreif gemacht.»

Was sind die Hauptgründe für dieses «Just-in-time»-Einkaufsverhalten in der Gastronomie?

Da stellt sich die grosse Frage, wer heute noch bereit ist, den Wein zu lagern. Die Hoteliers und Gastronomen lagern heutzutage bedeutend weniger Wein in ihren Weinkellern als früher. Diese Rolle übernehmen vermehrt die Weinhändler. Mit der modernen Weinherstellung wird der Wein aber auch früher trinkreif gemacht. Alles auf der Welt ist schneller geworden, und so wird auch der Wein jünger getrunken. Die Privatkunden lagern noch ein, die Gastronomen eher nicht mehr.

Ist die geringere Lagerfähigkeit der Weine denn nicht auch eine Qualitätseinbusse?

Dank dem technischen Fortschritt im Weinbau hat der Wein qualitativ zugelegt. Wir haben heute die besseren Weine als noch vor zwanzig oder dreissig Jahren. Auch in schwächeren Jahren kann man qualitativ bessere Weine herstellen. Generell werden weniger lagerfähige Weine produziert. Meiner Meinung nach heisst gute Lagerfähigkeit nicht unbedingt bessere Qualität. Die hohe Schule des Weinmachens ist, Weine zu produzieren, die man jung trinken und auch liegen lassen kann.

Hat sich das Qualitätsbewusstsein der Gastro-Weineinkäufer und der Restaurantbesucher ebenfalls weiterentwickelt?

Wir haben uns vom Sortiment her auf das höhere Marktsegment spezialisiert. Hier ist die Qualität auf einem sehr hohen Niveau geblieben. Früher wurden in erster Linie qualitativ hochstehende Bordeaux- und Burgunder-Weine eingekauft. Heute kommen Top-Weine aus Italien, Spanien und auch aus Übersee dazu. Die Restaurantbesucher sind bedeutend anspruchsvoller geworden.

Verlangen die Weintrinker im Restaurant denn bessere Weine als früher?



Foto: Martin J. Petras

SCHNELLLEBIGER WEINMARKT

Weinprofi Kurt Hallwyler: «Der Schweizer Weinmarkt ist internationaler und trendiger geworden.»

Ich glaube, im gehobenen Segment ist der Konsument viel kritischer geworden. Er verfügt über viel mehr Informationen; er kann sich alles aus dem Internet holen und ihm steht ein riesiges Angebot an Wein-Zeitschriften und Weinbüchern zur Verfügung. Das Wein-Know-how hat allgemein enorm zugenommen.

«Der Weinhandel hat sich in den letzten zehn Jahren mehr verändert als in den 100 Jahren davor.»

Und was veränderte diese ‹Wein-Globalisierung› innerhalb des Schweizer Weinhandels?

Der Weinhandel hat sich in den letzten zehn Jahren mehr verändert als in den hundert Jahren davor. Die Märkte sind aufgegangen, diese Entwicklung ist neu; die italienischen Weine kamen vor etwa dreissig Jahren in die Schweiz und liegen erst seit rund zwanzig Jahren im Trend. Die Weine aus Spanien sind auch eher neu, und den kalifornischen Weinen gelang der Marktdurchbruch in der Gastronomie erst vor etwa zehn Jahren, den chilenischen oder den australischen Weinen erst vor rund sieben Jahren. Der Schweizer Weinmarkt ist internationaler und trendiger geworden. Heute müssen Weine aus der ganzen Welt angeboten werden, während vor zwanzig Jahren nur die Franzosen und höchstens noch Barolo- oder Brunello-Weine bekannt waren.

Ist es nicht auch so, dass der globale Weinmarkt immer neue Weinregionen entdecken muss, um vor allem preisgünstigen Nachschub zu liefern?

Durch die heutige Transparenz der Welt werden überall neue Trends geschaffen, und es entstehen Modeerscheinungen. Für den Weinmarkt kann das bedeuten, dass eine neue Weinregion mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis entdeckt wird. Dann kommen Angebot und Nachfrage zum Tragen. Ist einmal der Marktdurchbruch geschafft, ziehen die Preise nach, wie das Beispiel Kalifornien zeigt.

Wie entwickelt sich in diesem neuen Marktgefüge der Schweizer Wein?

Beim Schweizer Wein gibt es zwei Tendenzen; es gibt in allen Regionen die Spitzen- und Spezialitätenproduzenten, die einen tollen Erfolg haben. Die Schweizer Durchschnittsweine verlieren aber stark an Markt. Besonders bei den Rotweinen besteht in diesem Preissegment schon eine grosse Konkurrenz durch die ausländischen Weine. Durch die Öffnung der Weisswein-Einfuhrkontingente, dürfte sich diese Entwicklung wohl auch bei den Schweizer Weissweinen fortsetzen.

Welche Weinregionen werden Ihrer Meinung nach in der Zukunft stark zulegen?

Ich denke, die Nachfrage nach Weinen aus Südfrankreich könnte in den kommenden Jahren stark zunehmen. Österreich, obwohl noch stiefmütterlich behandelt, ist ebenfalls ein Thema. Und wir glauben auch stark an Portugal mit seinen autochthonen Traubensorten.

Also eine «Back-to-the-roots»-Bewegung, nach der Flut von trendigen Chardonnay-, Merlot- oder Cabernet-Industrieweinen aus Übersee?

Man könnte das durchaus als den Anfang einer solchen Entwicklung bezeichnen.

«Baur au Lac Wein», Urdorf/Zürich

Kurt Hallwyler, 44, stiess vor 13 Jahren zu «Baur au Lac Wein». Seit 1996 ist er Direktor der Zürcher Traditions-Weinhandlung, die sich zu einer der führenden Schweizer Weinhandlungen mit einem Vollsortiment entwickelt hat. Der jährliche Verkauf beläuft sich auf über eine Million Flaschen.

Ursprünglich für die Privatkunden gedacht, verfügt «Baur au Lac Wein» heute über drei Absatzkanäle: Beliefert werden über 1000 Hotels und Restaurants, mehrere hundert Fachhändler sowie rund 23 000 Privatkunden. Das Sortiment umfasst an die 1200 verschiedene Weine mit 45 Generalvertretungen für rund 500 Weine aus der ganzen Welt. In den Kellern des 1987 eröffneten, modernen Hauptsitzes in Urdorf werden durchschnittlich 600 000 Flaschen gelagert, mit einem Raritätenkeller für weitere 120 000 Flaschen. Neben dem Hauptsitz in Urdorf betreibt «Baur au Lac Wein» weitere Verkaufsstellen; den ShopVin im Zürcher Hauptbahnhof sowie den Hotel-Weinladen.

Das Hotel Baur au Lac zählte ab 1875 zu den ersten Häusern, die auf dem Platz Zürich Bordeaux-Weine anboten. Der heutige Hotel-Weinladen entstand 1902 unter dem Namen «Bonne Ménagère». *MJP*

www.bauraulacwein.ch

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 UEBERBLICK ÜBER UNSER VIELSEITIGES ANGEBOT

TEL. 0900'57'99'91

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

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

Wir verkaufen im Herzen von **Wattwil SG**

Gasthaus mit Restaurant

Das traditionsreiche Gasthaus befindet sich an zentraler, gut frequentierter Lage. Gepflegtes Restaurant mit Stübli (30 Plätze), Saal im 1. OG (60 Plätze, unterteilbar), grosser Speisesaal im 2. OG (80 Plätze), 8 Gästezimmer (13 Betten). Das Objekt ist teilweise renovationsbedürftig.

Der Verkaufsrichtpreis für diese repräsentative Liegenschaft beträgt **Fr. 320'000.–**

Auskunft erteilt:
isag, KB Immoservice AG
Immobilienhandel, 9014 St. Gallen
Tel. 071/231 48 55
E-Mail: christian.kuenzle@isag.ch
Code: K-50000-00776

isag KB Immoservice AG

www.isag.ch

Zu verkaufen oder zu vermieten

Gourmet-Restaurant

Auf dem Lande 15 Minuten von Zürich.

Sehr erfolgreicher Betrieb dank weitherum bekannter Gourmetküche. Garantierter 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. Ungekündigtes Personal. Heimelige Wirtewohnung. Personalzimmer. Interessantes Finanzierungsmodell. Anfrage von Direktinteressierten unter gastrotop@hotmail.com.

144637/416653

Zu verpachten per 1. Juli 2002 an guter Geschäftslage in Ilanz

Hotel-Restaurant Rätia

an tüchtiges, fachkundiges Wirtepaar.

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte bis 31. Oktober 2001 an:

Genossenschaft
Hotel Rätia
z. H. des Präsidenten
Herr Claus Tischhauser
Via la Lutta 16, **7130 Ilanz**
Telefon 081 925 24 64

P 142106/60160

Costa Rica
200 Zimmer, Fr. 15 000 000.–

Montreux
50 Zimmer, 2600 m² Umschwung
Fr. 3 500 000.–, optimale Rendite

Genfersee
90 Zimmer, 3200 m² Umschwung
Fr. 15 000 000.–

Genfersee
20 Min. von Genf Flughafen
100 Zimmer, Fr. 9 000 000.–

Auskunft:
Natel 078 804 57 33
Fax 021 729 14 59

145196/416898

Zu verkaufen in Zürich-Nord bekanntes und exklusives

Speiserestaurant

geeignet als Gourmet-Restaurant für kreativen Koch oder Gastwirt. Ca. 80 Sitzplätze, diverse Zimmer u. Säli, Gartenterrasse, Kegelbahn etc., zahlreiche Parkplätze.

Auskunft erhalten Sie unter Chiffre 101201, Schmid Annoncen AG, Postfach, 8034 Zürich.

145194/58882

Zu verpachten per Frühjahr/Sommer 2002

Hotel Restaurant Rhonequelle

3999 Oberwald VS

Schönes Berghotel an der Furkapassstrasse mit Sommer- und Winterbetrieb. Ausgangspunkt für Skitouren. Schlittelweg. Total renoviert 1996. 8 wunderschöne Doppelzimmer, eleganter Saal (45 Plätze), Restaurant (30 Plätze), grosse Gartenterrasse.

Telefon 027 973 40 83,
Fax 027 973 40 84, Josef Iten.

145013/27120

Zu vermieten nach Vereinbarung in der Umgebung Basel (ca. 10 Autominuten)

Nachtlokal (Kt. AG)

EG.: Bar mit ca. 100 Pl.
UG.: Bar mit ca. 60 Pl.

Gute Lage für Night-Club.
Inventar muss übernommen werden.

Anfragen unter Chiffre H 001-777700, an Publicitas AG, Postfach, 5001 Aarau.

P 145218/382708

Zu vermieten nach Vereinbarung in Grossbasel-West an Ringstrasse zum Flughafen

Hotel/Restaurant

Hotel bestehend aus 26 Einzel-, Doppel- und Dreier-Zimmern, verteilt auf 3 Stockwerke. Zimmer in sehr gutem Zustand und mit schön renovierten Bädern/WC oder Duschen/WC, teilweise mit Balkon/Terrasse. Dazu Dachstock mit 4 nicht renovierten Personalzimmern mit Etagen-WC und Etagen-Bad. Moderne Réception, Personenlift.

Restaurant/Saal mit 51 Sitzplätzen, Gartenrestaurant mit 40 Sitzplätzen, voll möbliert, sep. Gaststube im Untergeschoss mit Täferdecke, Einzelgarage, div. Lager- und Nebenräume, Parkplätze vor dem Haus. Grossinventar in Miete eingeschlossen.

3 Büros mit direktem Zugang von der Réception aus.
Auch separat, z. B. als Ladengeschäft nutzbar mit eigenem Eingang.

Objekt geeignet als Hotel/Pension oder zur Einzelvermietung.

Für weitere Auskünfte oder eine Besichtigung wenden Sie sich bitte an Herrn M. Cengia, Tel. 061 317 67 27.

IT Immobilien Treuhand AG
Tel. 061/317 67 67 • Fax 061/317 67 68
Rennweg 40 • Postfach • 4020 Basel
info@it-immobilien.ch • www.it-immobilien.ch

AG Gastgewerbliche Liegenschaften

Im Auftrag unseres Mandanten suchen wir im Tessin oder übrige Schweiz

Hotel Garni

mit ca. 30 Zimmern, allenfalls ein Hotel/Gasthaus mit wenig Küchenanteil, zu mieten, evtl. Mietekauf oder Kauf.

Bitte nur schriftliche Angebote an:

Beat J. Küttel
Hungerbüelstrasse 22 Postfach 8502 Frauenfeld
Telefon 052 720 20 50 Fax 052 720 35 19
e-Mail: Info@aggastro.ch

145213/384006

Top Chance

Im Auftrag vermieten wir nach Vereinbarung umsatzstarke Restauration im Emmental.

Sind Sie ein Vollblut-Restaurateur mit Flair für Bankette und à la Carte? Mit Ihren Kochkünsten und dem Organisationstalent haben Sie die besten Voraussetzungen, unsere breite Stammkundschaft weiter zu pflegen.

Haben wir Interesse geweckt?
Dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen.

Gastroconsult AG, Unternehmensberatung
Gabi Haas Tel. 031 340 66 28
Standstrasse 8 Fax 031 340 66 33
3000 Bern 22 gabihaas@gastroconsult.ch

145142/300152

Immobilien Bergün/Bravoun

Zu verkaufen in Bergün/Bravougn

Hotel Restaurant «Weisses Kreuz»

Das Hotel (bekannt aus der Fernsehserie "die Direktorin") befindet sich an zentraler Dorflage an der Albulastrasse in Bergün.

Raumprogramm
- Öffentliches Restaurant mit 36 Plätzen
- Gartenrestaurant
- Speisesaal mit 50 Plätzen
- 18 Doppelzimmer mit Dusche/WC oder Bad/WC
- 8 Einzelzimmer mit Dusche/WC oder Bad/WC
- 7 Personalzimmer
- genügend Aussenparkplätze

Kontakt: Rainer Stocker
rainer.stocker@gkb.ch
Tel. 081/256 95 92
www.gkb.ch unter «Immobilien-Markplatz»

Graubündner Kantonalbank

Rüti ZH

Zu vermieten im Dorfzentrum **Rüti ZH** (Hauptstrasse)

Wohnhaus Restaurant BÄREN

Zusätzlich: 4-Zi.-Whg, 5 sep. Zimmer, Oekonomie-/Garage-Gebäude. PP im Hof. Als Bauland (631 m2, Kernzone) bebaubar. Geeignet auch als Büroge-bäude. Mietzins Fr. 4,200.– exkl. (Kauf möglich).

STADLER IMMOBILIEN
8645 JONA
Telefon 055 225 39 39
www.stadler-immo.ch

Geschäftsführer/Internationaler Hotelier (MBA) **sucht:**

Hotel Garni/Chalet

bis zu 20 Zimmer

- zur Pacht
- zur aktiven Beteiligung

in der gesamten Schweiz. Kurzfristige Übernahme erwünscht.

Neue Marktsegmente und Top-Service werden gross geschrieben.

Angebote bitte unter Chiffre 00000, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

416897/145185

Restaurant in Luzern oder Umgebung

zur Pacht gesucht

Singapur-Schweizer sucht ein Restaurant (50–80 Plätze), gern schon mit asiatischer Kücheneinrichtung in der Stadt Luzern oder Umgebung. Parkplätze sollten vorhanden sein. Partner sind willkommen.

Offerten bitte unter Chiffre 145219, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

145219/416920

Raum Bern, gern verkehrsgünstiger Randbezirk

Wir suchen in Stadtnähe im Raum Bern, ab Sommer 2002 zur Miete:

• ein Hotel •

ca. 100 Betten, mit 4 grossen Seminarräumen und Restaurant

Angebote bitte unter Chiffre 145211, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

145211/59471

Zu verkaufen:

Kleiner Gastro-Betrieb

im sonnigen Appenzeller Hinterland. An Hauptstrasse, 35 Pl., Terrasse 30 Pl., grosser Parkplatz,
VP Fr. 620 000.– WIR-Anteil möglich.
Zuschriften unter Chiffre D 138-34553 an Publicitas AG, Postfach 1360, 9102 Herisau.

P 145175/382708

activ gastro

Zu verkaufen:

Hotelbijou bei Gstaad

Restauration 100 Sitzplätze plus Gartenterrasse mit 100 SP, 19 Hotelzimmer. Baujahr 1991 Attraktiver Verkaufspreis

Auskunft:

Activ Gastro GmbH
Balmfluhstrasse 19, 4515 Oberdorf
Tel. 032 / 622 60 80,
Fax: 032 / 754 31 04
info@activgastro.ch

Über Gastronomie und Hotellerie. Im Abo immer günstiger!

Name _____

Vorname _____

Beruf/Position _____

Firma _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort _____

Land _____

Telefon _____

	1/2 Jahr	1 Jahr	2 Jahre
Schweiz	☐ Fr. 87.–*	☐ Fr. 145.–*	☐ Fr. 250.–*
Westeuropa (Priority)	☐ Fr. 133.–	☐ Fr. 237.–	☐ Fr. 434.–
Übriges Europa (Priority)	☐ Fr. 136.–	☐ Fr. 244.–	☐ Fr. 446.–
USA + Kanada (Priority)	☐ Fr. 147.–	☐ Fr. 265.–	☐ Fr. 490.–
Übrige Länder (Priority)	☐ Fr. 160.–	☐ Fr. 289.–	☐ Fr. 540.–

☒ Zutreffendes bitte ankreuzen. * inkl. MWSt.

Alle Preise in Schweizer Franken inkl. Porto.
Einzelverkaufspreis Fr. 4.30/DM 5.50/ÖS 38/Lit 5500



Ausfüllen und einsenden an: **hotel+tourismus revue, Abonnementsdienst, Postfach, CH-3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Fax 031 370 42 23**

BESSER IM BILD.

STROMMARKT / Kantone kritisieren komplizierten Verordnungsentwurf

Liberalisierung: Opposition wächst

Gegen die Verordnung des Elektrizitätsmarktgesetzes des Bundes (EMG) wächst der Unmut. Die St. Galler Regierung etwa unterstützt das EMG, lehnt den dazugehörigen Entwurf für eine Elektrizitätsmarktverordnung indessen entschieden ab. Die Verordnung müsse total überarbeitet werden.

Mit dem vorliegenden Entwurf würde die Sicherheit der Stromversorgung «in hohem Mass gefährdet», heisst es in der Vernehmlassung aus St. Gallen. Es würden die nötigen finanziellen Mittel fehlen, um die Netze zu unterhalten, zu erneuern und wo nötig zu erweitern, schreibt die Regierung. Zudem sei der Entwurf «nahezu einmalig kompliziert und überaus stark regulierend»; die Verordnung schränke die Handlungsfreiheit der Elektrizitätsversorger unnötig stark ein. Ähnlich äussern sich weitere Kantone. Die Bündner Regierung kritisiert zudem die Regelung der Durchleitungsvergütung. Anstelle des Buchwertes der Anlagen als Richtwert verlangt Graubünden den Zeitwert für die Vergütung.

Das EMG, über welches das Volk im Sommer 2002 abstimmen wird, betrachten die meisten Kantone als nötig, weil die Öffnung des Strommarkts nicht aufgehalten werden könne. Mit dem EMG würden die nötigen Spielregeln erlassen. *CM/sda*

«TONI MOLKEREI» / Mischwerk aus Raumdesign, Musik, Events und Food

Hiltl liefert vegetarisches Angebot

«Keine Ahnung – fragen Sie mich in einem Monat wieder nach den Umsätzen», entgegnet Rolf Hiltl lachend auf die Frage, was die neue «Toni-Molkerei» denn in Sachen Food budgetiere. Die «Toni Molkerei», ein neues urbanes Ausgehlokal im Kreis 5, wird dieses Wochenende in ehemaligen Molkereiräumlichkeiten (daher der Name) eröffnet. Nicht einfach ein Club, sondern ein «zeitgenössischer Treffpunkt», ein Mischwerk aus Raumdesign, Musik, Videoinstallationen, Subkultur-Events und Gastronomie soll es gemäss Initiator Walter Hügli werden. Für das Catering – als Zulieferer – konnte der Chef des traditionsreichen vegetarischen Restaurants «Hiltl», Rolf Hiltl, gewonnen werden.

Während einerseits neuartige Klang- und Lichtinstallationen auf die Besucher einwirken, werden andererseits im Food-Raum Hiltls Falafel, Taboulé, Zimt-Harissa, Chilischoten mit Sauerrahm sowie Milchdrinks mit und ohne alkoholische Zusätze angeboten.

Das von Mittwoch bis Samstag ab 23 Uhr geöffnete Lokal bietet aussserdem abwechselnd DJs und Live-Musikern eine Plattform. *CM*

«Toni Molkerei», Förrlibuckstr. 109, Zürich. Eröffnung ist am 15. Dezember ab 23 Uhr.

BERN / Bärenplatz-Wirte dürfen nicht mehr heizen

Zoff um Wintergärten

Der Berner Stadtrat will die rechtswidrige Beheizung der Restaurant-Wintergärten am Bärenplatz nicht nachträglich legalisieren. Ein SVP-Postulat, das eine entsprechende Änderung der Überbauungsordnung verlangt hatte, wurde vom Rat abgelehnt.

Mit 32 zu 36 Stimmen schickte das Stadtparlament das Postulat von Erich Ryter (SVP) bachab, gegen den Willen der Stadtregierung: Sie hätte den Vorstoss entgegennehmen und eine Änderung der Überbauungsordnung prüfen wollen.

Wie der zuständige Gemeinderat Alexander Tschäppät vor dem Rat erklärte, muss die Regierung nun den betroffenen Restaurateuren die Konzessionen kündigen. Offensichtlich wolle eine Ratsmehrheit den Jetzt-Zustand nicht länger tolerieren. Demnach müsse dem geltenden Recht Nachachtung verschafft werden.

BAUORDNUNG VERBIETET DAUERHAFTE BEHEIZUNG

Zurzeit werden die Restaurant-Vorbauten am Bärenplatz entgegen der geltenden Überbauungsordung beheizt. Doch die 1997 vom Volk gutgeheissene Bauordnung verbietet die dauerhafte Beheizung der Wintergärten aufgrund von Umweltschutzbedenken.

Im nun abgelehnten Postulat hatte Erich Ryter eine Streichung des Beheizungsverbots für die provisorischen Glasvorbauten gefordert: Die momentan zum Einsatz kommenden mobilen Heizkörper seien in der Überbauungsordnung ausdrücklich zu erlauben. Begründung: schliesslich werde selbst der kleinste Marktstand so beheizt.

Weder das linksgrüne Lager noch die Mitte-Fraktion der GFL/EVP mochte sich dieser Argumentation anschliessen. SP-Sprecher Beat Zobrist etwa drohte: «Der Gemeinderat täte gut daran, das geltende Recht durchzusetzen; sollte er dies nicht tun, so provoziert er eine Aufsichtsbeschwerde».

FDP-Vertreter Thomas Balmer dagegen tat derlei Ansichten als «typisches Beispiel der linken Reglementierungslust» ab. Peter Bernasconi von der SVP bezichtigte die Befürworter des Heizverbots gar der «Gewerbefeindlichkeit»: «Wer gegen die Beheizung der Wintergärten ist, will die Altstadt nicht beleben.» *CM/sda*

KURZ UND BÜNDIG

Hohe Busse für Bierbrauer. Die Europäische Kommission hat über drei Luxemburger Brauereien wegen verbotener Preisabsprachen und Bildung eines Kartells die Busse von total 448 000 Euro verhängt. Betroffen sind die Brauereien Brasserie Nationale-Bofferding (400 000 Euro), Brasserie de Wiltz (24 000 Euro) und Brasserie Battin (24 000 Euro). *r./CM*

GUIDE ROUGE SUISSE 2002 / Während ein Restaurant neu mit einem zweiten Michelin-Stern ausgezeichnet wurde, erhielten acht Gastronomen neu je einen Stern. **DANIEL STAMPFLI**

Erster Stern für die Stadt Bern

Bei den Lokalen, die dieses Jahr das erste Mal mit dem Michelin-Stern empfohlen werden, handle es sich meistens um Restaurants, in denen der Chef nur mit einer kleinen Brigade am Herd steht, kommentiert die Michelin SA ihren jüngsten «Guide Rouge», der seit vergangenem Freitag erhältlich ist. Sieben von acht neuen Sternen befinden sich in der Deutschschweiz – einer erstmals in der Stadt Bern – und ein Stern in der französischen Schweiz. Weiter warten muss die Deutschschweiz nach wie vor auf das erste Lokal, das mit drei Sternen ausgezeichnet würde.

Michelin stellt folgende Tendenz fest: «Einige Chefs haben sich von der sonst üblichen Speisekarte getrennt und konzentrieren sich mit ihrem Können auf ein einziges Menü.» Zu ihnen zählt auch Beat Blum vom «Wein und Sein» in der Berner Altstadt, der täglich ein Vier-Gang-Menü im Angebot führt. Blum war vor einem Jahr in Bern mit seinem 25-plätzigen exklusiven Weinrestaurant gestartet, nachdem er zuvor bereits in der «Mühle» in Fläsch von Michelin für sein Können ebenfalls einen Stern zugesprochen erhalten hatte. Vom Gault Millau erhielt er in Bern auf Anhieb 15 Punkte. Über die Konsequenzen der jüngsten Auszeichnung macht sich Beat Blum keine Gedanken. Er möchte sich erst mal einfach darüber freuen. Für ihn das beste Kompliment sei übrigens, wenn ihm die Gäste zu verstehen geben, dass sie sich bei ihm ebenso wohl wie zu Hause fühlen.

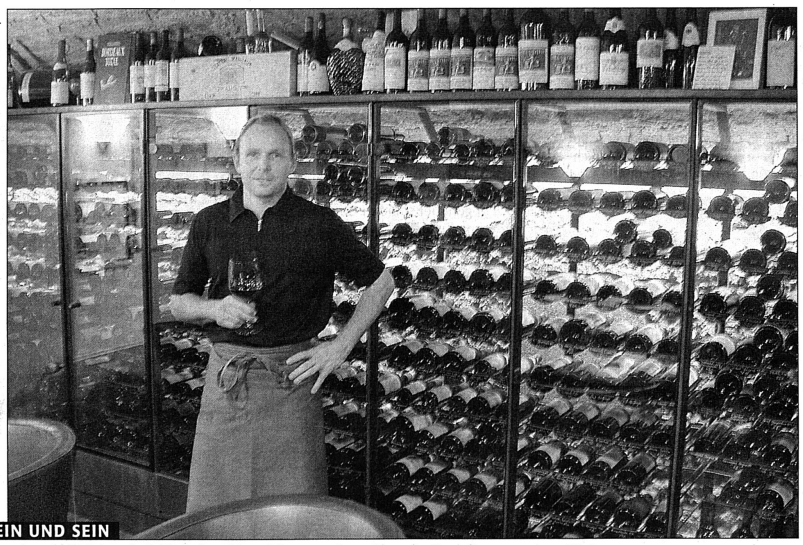


Foto: Daniel Stampfli

WEIN UND SEIN

Gastgeber und Küchenchef Beat Blum freut sich am meisten über die Komplimente seiner Gäste.

ZWEIMAL DREI STERNE IN DER WESTSCHWEIZ

Einziger Neuzugang mit zwei Michelin-Sternen in der Ausgabe 2002 ist das Restaurant «Jöhri's Talvo» in St. Moritz/Champfèr. Der Chef Roland Jöhri präsentiere eine «zeitgemässe, kreative Küche», so das Urteil der Michelin-Tester. Gewisse Rezepte seien von lokalen bündnerischen Traditionen inspiriert.

PROMINENTER VERLUST IN ZÜRICH

Wie bereits letztes Jahr erhielten nur das «Hôtel de Ville» in Crissier (Philippe Rochat) und das «Le Pont de Brent» (Gérard Rabaey) in Montreux drei Sterne. Somit stellen sowohl die Deutschschweiz als auch das Tessin auf diesem höchsten Michelin-Niveau nach wie vor Ödland dar.

Ihren Michelin-Stern verloren haben in der jüngsten Ausgabe des Guide Rouge sechs Restaurants, unter ihnen der «Sonnenberg» von Jacky Donatz in Zürich, das «Sukhothai» ebenfalls in Zürich und das «Real» in Vaduz/Liechtenstein.

Mit dem «Bib Gourmand» empfiehlt der Guide Rouge insgesamt 103 Restaurants, welche sorgfältig zubereitete und preiswerte Mahlzeiten anbieten. 13 davon haben diese Auszeichnung in diesem Jahr zum ersten Mal erhalten. 25 Restaurants wurden gegenüber dem Vorjahr nicht mehr gelistet.

Neu ein Stern: La Pinte, Baden/Dättwil; Wein und Sein, Bern; Rigi, Greppen; Lampart's Art of Dining, Hägendorf; Zum Gupf, Rehetobel; Jörimann's Refugium, St. Moritz; Adelboden, Schwyz; Du Cerf, Sonceboz

Neu zwei Sterne: Jöhri's Talvo, St. Moritz/Champfèr

Stern verloren: Zum Wohl Sein, Arosa; Auberge de la Couronne, Apples; Neubad, St.Gallen; Real, Vaduz; Sonnenberg, Zürich; Sukhothai, Zürich.

Neu Bib Gourmand: Basilicum, Bottmingen; Victoria, Meiringen; La Grotta, Freiburg; Straussennest, Laax/Salums; La Paranthèse, La Chaux-de-Fônds; Hof zu Wil, Wil; Frohsinn, Gerlafingen; Zum Alten Stephan (im Restaurant), Solothurn; Le Sonalon, Verbier; La Fleur de Sel, Cossonay; Zum Goldenen Kopf, Zürich/Bülach; Barometer, Zürich; Caduff's Wine Loft, Zürich.

DEUTSCHLAND / Thomas Martin vom «Jacobs Restaurant» in Hamburg wurde durch den Gastroführer Gault Millau Deutschland zum Koch des Jahres gekürt. **DANIEL STAMPFLI**

18 Punkte für einen Hamburger

«Er ist ein phänomenal perfekt arbeitender Koch», urteilt Gault Millau Deutschland über den 35-jährigen Thomas Martin vom «Jacobs Restaurant» im Hamburger Traditionslokal «Louis C. Jacob». Der französische Restaurantsführer kürte ihn in seiner Deutschland-Ausgabe 2002 zum «Koch des Jahres» und verlieh ihm 18 von 20 möglichen Punkten. Damit zählt Martin zu den 33 besten Köchen Deutschlands.

Martins Küche sei nicht experimentell, nicht abenteuerlich, und wenn bei ihm gelegentlich Zitronengras vorkomme oder Curry, dann nicht, weil er auf die modischen Trends der Fusionskocherei schiele, sondern weil ihm andere Gewürzwelten helfen würden, ein klassisches Gericht in einem neuen aromatischen Licht erscheinen zu lassen, so Gault Millau. Er koche klassisch, aber die Ergebnisse seien von einer «wunderbaren Leichtigkeit». Martin kombiniere französische, vorzugsweise mediterran-französische Gerichte mit feinster regionaler Küche.

INSGESAMT SECHS 19-PUNKTE-KÖCHE

An der deutschen Spitze stehen mit jeweils 19 Punkten, der Höchstnote für die weltbesten Restaurants, die Küchenchefs Harald Wohlfahrt von der «Schwarzwaldstube» in Baiersbronn-Tonbach, Helmut Thieltges vom «Waldhotel Sonnora» in Dreis bei Wittlich, Dieter Müller vom «Restaurant Dieter Müller» in Bergisch Gladbach bei Köln, Hans Haas vom Münchner «Tantris», Dieter L. Kaufmann von der «Traube» im rheinischen Grevenbroich sowie Heinz Winkler vom «Restaurant Heinz Winkler» in Aschau.

Insgesamt bewertet der Gault Millau in seiner neuen Ausgabe 1369 Restaurants. Die 30 Tester verliehen 999 Luxuslokalen und Landgasthöfen, Bistros und Hotelrestaurants die begehrten Kochmützen.

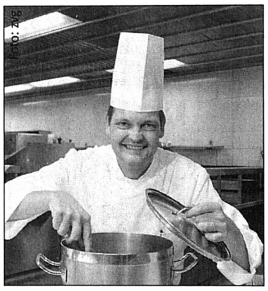


Foto: zVg

Koch des Jahres: Thomas Martin.

Weihnachtsgebäck mit gesunder Hirse

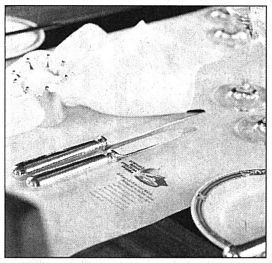
Der gute Tipp, das Genüssliche einmal mit der Gesundheit zu verbinden, ermöglicht der Hausfrau ein Guetzeln mit gutem Gewissen. Weihnachts-Guetzlitaler mit Hirseflocken duften weihnächtlich durchs Heim. Für die Geniesser ist es ein angenehmes Gefühl, wenn man beim Knabbern auch noch etwas für die Gesundheit tut. Die Hirse mit einem hohen Anteil an Kieselsäure sowie an Mineralstoffen, Spurenelementen und Fluor, fehlt weitgehend in der üblichen Ernährung. Sie ist die ideale Aufbaunahrung für schöne, kräftige Nägel, gesunde Haare und Zähne und für eine elastische Haut. Die Zwicky Bio-Hirseflocken sind sorgfältig nach dem Verfahren von Prof. Dr. W. Kollath verarbeitet, bekannt als Collatieren. Bei dieser Stabilisierung des Vollwertes bleiben beim Zwicky Produkt im Gegensatz zu normal verarbeiteten Hirseflocken alle wertvollen Bestandteile der Hirse über einen langen Zeitraum erhalten. Die Bio-Hirseflocken sind im Lebensmittelhandel, in Drogerien und Apotheken erhältlich.



E. Zwicky AG
Schälmühle, Hasli
8554 Müllheim-Wigoltingen
Telefon 052 763 17 44

Ein neues, stilvolles Medium

Der Tischset-Spezialist Bruhin AG hat gemeinsam mit dem Service-Compris-Team der Schweizer Milchproduzenten SMP und den Kommunikations-Profis von Diem Seiler DDB den Tischläufer entwickelt. Mit dieser Innovation beweisen die Schweizer Milchproduzenten SMP, dass sie mit ihrem Konzept «Lust auf Schweizer Küche» wirklich neue und Erfolg versprechende Wege gehen. Der Tischläufer soll vor allem in Restaurants eingesetzt werden, die herkömmliche Tischsets nicht auflegen. Der Tischläufer besteht aus qualitativ hochstehendem Vlies. Angenehm zum Anfassen und sympathisch fürs Auge. Der Tischläufer deckt immer zwei Plätze gleichzeitig ab. Die theoretisch grosse Werbefläche sollte jedoch dezent gestaltet werden, passend zum Stil von Restaurants, die Tischsets bisher skeptisch gegenüber standen. Eine Herausforderung für jeden Kreativen!



Bruhin AG
Druckerei
8807 Freienbach
Telefon 055 415 34 34
Fax 055 415 34 99
info@bruhin-druck.ch
Schweizer Milchproduzenten SMP
Service Compris
3000 Bern 6
Telefon 031 359 57 79
Fax 031 359 58 55
vf@swissmilk.ch

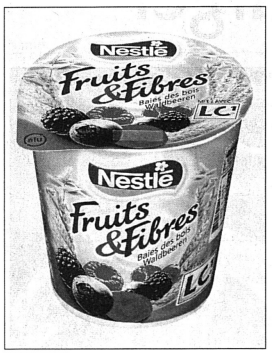
Mauer-Trockenlegung ist die wichtigste Altbausanierung

Viele Hausbesitzer, Gemeinde- und Kirchenbehörden geben über Jahre für Schäden an feuchten Mauern ein Vermögen aus, ohne das Problem loszuwerden. Aus dem Boden im Mauerwerk aufsteigende Feuchtigkeit verschwindet weder durch Wärmedämmung, noch durch einen neuen Verputz. Eine erfolgreiche, dauerhafte Sanierung ist durch Trockenlegung ohne bauliche Eingriffe möglich. Bei kapillar aufsteigender Bodenfeuchtigkeit hat sich der Einsatz des elektronischen MTSys-Mauertrocknungs-Systems in der Schweiz bereits vielhundertfach bewährt. Es bringt ohne Eingriffe ins Mauerwerk durch das elektrophysikalische Prinzip der Feldumkehr die aufsteigende Wasserbewegung dauerhaft zum Stillstand. Das Mauerwerk trocknet langsam ab. In den Räumen sinkt die Luftfeuchtigkeit, wodurch sich Heizkosten sparen lassen. Muffel- und Modergeruch, schwarze Flecken, Schimmelbildung, Schimmelpilz, Tapetenablösungen, das Ausblühen von Salzen, verschwinden, Keller werden trocken. Das System ist günstig, umweltfreundlich und eignet sich für alle Baumaterialien und Gebäudegrössen.

MTSys
7017 Flims
Telefon 081 911 12 88

Nestlé – Fruits&Fibres mit LC1

Eine neue Generation von Milchprodukten hält Einzug ins Kühlregal: Nestlé Fruits&Fibres kombiniert erstmals die nutritionellen Vorteile von Nahrungsfasern mit den bekannten Stärken von LC1. Herr und Frau Schweizer essen pro Tag und Kopf ca. 19 g Nahrungsfasern. Zu wenig, sagen Ernährungsspezialisten. Sie empfehlen, täglich mindestens 30 g zu verzehren. Wichtigste Quellen von Nahrungsfasern sind Vollkorngetreide, Früchte, Gemüse, Salat und Hülsenfrüchte. Als eines der ersten Produkte im Joghurtbereich enthält Nestlé Fruits&Fibres einen relativ hohen Anteil an ausgewählten Nahrungsfasern. Dabei handelt es sich um unverdauliche Kohlenhydrate, die praktisch keine Kalorien zuführen, trotzdem eine lang anhaltende Sättigung bewirken, zudem die Verdauung auf sanfte Weise regulieren und die Darmflora positiv beeinflussen. Nestlé Fruits&Fibres gibt es in den Sorten Erdbeere, Waldbeere, Banane und Pfirsich und ist in den meisten Schweizer Lebensmittelgeschäften erhältlich.

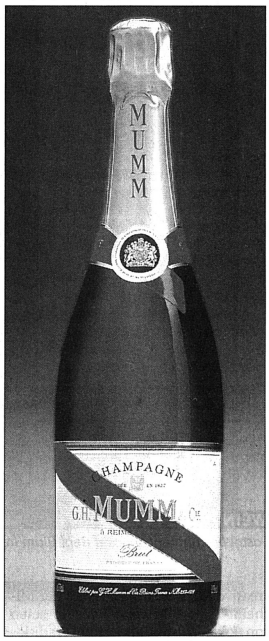


Nestlé Suisse SA
rue d'Entre-Deux-Villes 10
1800 Vevey/VD
Telefon 021 924 31 11
Fax 021 944 30 19

Kalkulierte Rezepte – Calcmenu 2.7

Enggist & Grandjean Software, einer der führenden Software-Entwickler für die Gastronomie und Ernährungsindustrie, hat vor kurzem die neue Version 2.7 von Calcmenu freigegeben. In der konkurrierenden Welt der Gastronomie spielen richtig kalkulierte Rezepte eine Hauptrolle, wenn die Rentabilität eines Betriebes garantiert werden muss. Es ist die Verantwortlichkeit des Küchenchefs, sicher zu gehen, dass die Gerichte, die im Betrieb gedient werden, richtig berechnet sind, um eine gesunde Gewinnspanne sicher zu stellen. Diese Verantwortlichkeit wird aber häufig vernachlässigt, weil sie zeitraubend ist. Calcmenu beinhaltet automatische Rezept- und Menuberechnungsfunktionen sowie Lagerverwaltung mit Bestellfunktionen, was den Küchenchefs erlaubt, Rezepte innerhalb von Minuten zu berechnen – dies gibt ihnen mehr Zeit, um ihre Küche für ein rentables Geschäft zu handhaben.

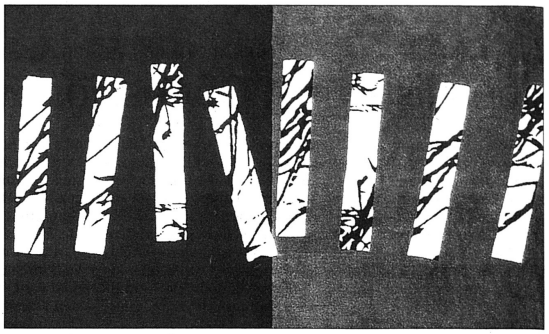
www.calcmenu.com/version27.htm,
www.calcmenu.com/rezepte,
info@calcmenu.ch



Neuer Auftritt für Champagne MUMM

Der offizielle Champagner der Formel 1 gestaltet heute das Produktedesign seines gesamten Sortiments neu, dies nach seinem Zusammenschluss mit dem britischen Wein- und Spirituosenkonzern Allied Domecq und nach der Lancierung der neuen internationalen Werbekampagne. Das neue Produktedesign ist Teil der globalen Strategie des Hauses, die darauf abzielt, das Prestige und das Image der Marke zu fördern und ihre Bekanntheit inner- und ausserhalb Frankreichs zu erhöhen. Eine konkrete Umsetzung dieser seit zwei Jahren praktizierten Strategie ist die erstmalige Neugestaltung des Hauptproduktes Mumm Cordon Rouge. Die Etikette enthält zwar nach wie vor das charakteristische Band, die Kappe ist aber neu goldfarben und wird in grossen roten Buchstaben mit dem Schriftzug Mumm bedruckt. Das ganze Sortiment wird in diesem Stil neu gestaltet. Mumm Cordon Rouge, Mumm Cordon Rouge Millésimé, Mumm Rosé, Mumm Demi-Sec und Mumm de Cramant tragen nun mit dem gleichen Raffinement zum Erfolg der Marke Mumm bei.

Bols-Cynar-Ballantine's AG
Postfach 39
8030 Zürich
Telefon 01 254 33 00
Bestellungen 01 254 33 33
Fax 01 254 33 11



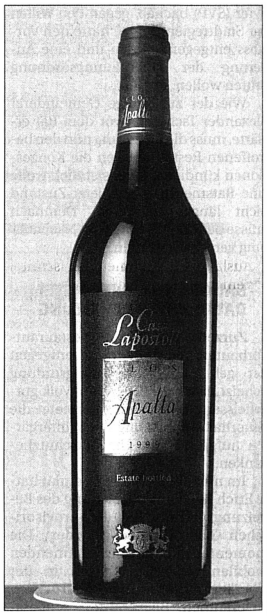
Designteppiche im Trend

Geknüpft, gewoben oder handgetuftet entstehen Designteppiche, die von Künstlern, Designern oder oft sogar vom späteren Käufer selbst entworfen wurden. Manche erinnern an Art-Deco-Motive, andere an kubistische Bilder, konkrete Kunst oder Phantasie-Werke. Dabei handelt es sich oft um Einzelstücke, in jedem Fall aber um einmalig schöne Stücke, die jedem Raum eine individuelle Note verleihen. Es gibt kaum einen namhaften Designer, der nicht den Handtufttepich als Ausdrucksmittel entdeckt hätte. So stehen eine Vielzahl von Entwürfen zur Verfügung. Meist sind es Einzelstücke oder sie werden in sehr limitierter Auflage hergestellt. Der Künstler überträgt die Produktion seiner Textilbilder meistens der Teppichindustrie, welche die Kunst des Handwebens, Handknüpfens und Handtuftens versteht. Die erfahrenen Praktiker können die ausgefallensten und kompliziertesten Muster ausführen. Grösse und Form bieten keine Probleme. Auch Farben, Spezialgarne und der Wechsel von hoch- zu niederflorig sind wunschgemäss einsetzbar.

Teppich Forum Schweiz
Dorfplatz 3
8126 Zumikon
Telefon 01 918 14 22
Fax 01 918 18 84
info@Teppich-Forum-Schweiz.ch
www.teppich-forum-schweiz.ch

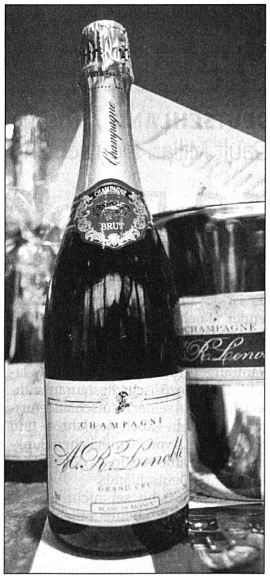
Clos Apalta 1999 – chilenische Rarität

Der Clos Apalta 1999 – ein Meisterwerk des Önologen Michel Rolland – ist eine wahre Rarität, kommen doch weltweit nur gerade 12 000 Flaschen in den Verkauf. Die für die Assemblage ausgewählten Trauben stammen aus über 50-jährigen Rebstöcken des Rebberges Apalta. Dieser elegante Wein setzt sich aus den Traubensorten Carmenère, Merlot, Cabernet Sauvignon und Malbec zusammen. Die ursprünglich von Bordeaux stammende Carmenère ist der Merlot-Traube sehr ähnlich, zeichnet sich jedoch durch ausgeprägte Fruchtaromen und eine kräftigere Struktur aus. Die Ausreifung dieses Spitzenweins erfolgte während 21 Monaten in neuen französischen Eichenfässern. Die Trauben dieser Edelcuvée sind von perfekter Ausgewogenheit, mit hohem Säuregrad und voll ausgereiften Früchtearomen, was auf ein äusserst trockenes Klima und wenig behangene Rebstöcke zurückzuführen ist. Der Wein ist fast schwarz mit purpurnen Reflexen. In der Nase herrschen Noten von roten Früchten vor. Der erste Eindruck im Gaumen ist die ausserordentliche Dichte und die Reichhaltigkeit. Das Finale ist nachhaltig und wundervoll samtig.



Veuve Clicquot (Suisse) SA
Telefon 022 939 37 37

A. R. Lenoble «Blanc de Blancs»



Seit zwei Jahren führt die Weinhandlung Baur au Lac als Generalimporteur für die Schweiz die Produkte von «Champagne A.R. Lenoble» aus Damery-Champagne. Im Guide Parker werden unter der Rubrik «meilleurs producteurs de Blanc de Blancs» folgende Lenoble-Produkte erwähnt: Grand Cru Blanc de Blancs, Grand Cru Blanc de Blancs Millésime 1995 und Grand Cru Blanc de Blanc Cuvée du Millénaire. Die Bezeichnung «Blanc de Blancs» gilt für Champagner, welche nur aus den Chardonnay-Trauben hergestellt sind. Zur bestehenden Vertretung der Champagner-Marke «Philipponnat», für welche die Baur-au-Lac-Weinhandlung den Vertrieb in der Schweiz seit Jahrzehnten übernimmt – und die auch als Hausmarke des Hotels Baur au Lac gilt, stellt die Marke Lenoble dank diesen Blanc-de-Blancs-Cuvées eine ideale Ergänzung der Champagner-Sortiments dar: Zwei kleine Weingüter mit verschiedenen Philosophien und mit verschiedenen Weinstilen.

Baur au Lac Weinhandlung
Spitalgasse 71
8902 Urdorf
Telefon 01 743 44 50
Fax 01 734 29 09
www.bauraulacwein.ch

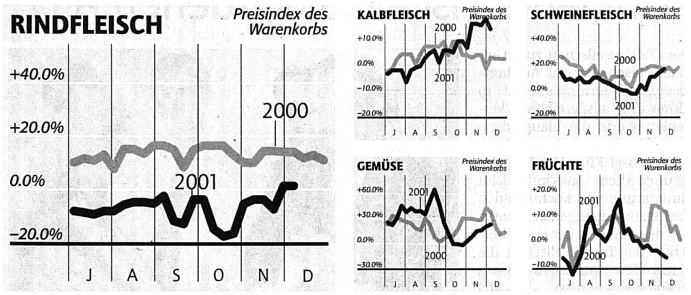
SALGESCH / Walliser Weindorf geht mit Differenzierung in die Offensive

Neues Qualitätslabel für Wein

Das Walliser Weindorf will der Öffnung der Märkte und der Importkontingente mit einer Offensive begegnen: Salgesch lanciert das erste Wein-Qualitätslabel der Schweiz. Bereits 1988 ging das Weindorf mit der Einführung der Erntebeschränkung und des damit verbundenen ersten Grand Cru der Schweiz neue Wege

Jetzt wollen die Salgescher den Qualitätsstandard (zurzeit rund 45 Betriebe) weiter ausbauen. Jeder Betrieb hat die Möglichkeit, das Qualitätslabel zu erlangen, das in Zukunft neben der ausgezeichneten Qualität der Produkte sicherstellt, dass von der Produktion, Organisation, Führung über das Marketing bis hin zur generellen Dienstleistung gegenüber dem Kunden ein Standard geschaffen werden kann, der sich von den übrigen Weinregionen der Schweiz klar abhebt. Salgesch will damit eine Benchmark-Stellung erreichen und sich als Marke noch stärker im Markt festsetzen. Die Kriterien, mit denen ein Betrieb das Qualitätslabel mit verschiedenen Stufen mit drei Jahren Gültigkeit (Bronze, Silber und Gold) erreichen kann, mussten zum Teil neu erarbeitet werden. Zudem umfasst das Label nicht nur die Weinbranche. Auch die Hotellerie und weitere Dienstleistungsbetriebe können das Label erlangen. *r./CM*

PRODINDEX 10. 12. BIS 15. 12. 2001 *Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega*



ROHMILCHKÄSE / Was macht Schweizer Käse aus?

Tradition und Qualität

«Unser naturbelassener Rohmilchkäse ist ein Aushängeschild», so Schmutz: «Damit heben wir uns von Massenware ab. Um weiterhin auf Zusatzstoffe zu verzichten, vermeiden wir Silagefütterung und kreieren das Label ‹silofrei›. Dies und unsere strenge Milchhygiene sind Voraussetzungen, um Schnitt- und Hartkäse aus Rohmilch herzustellen.»

Dies hilft gleichzeitig den Kleinkäsereien, denn der Industrie gelingt es kaum, grosse Mengen topfrischer Rohmilch zu beschaffen. Und: Je länger die Reifung dauert, desto wichtiger ist die anfängliche Milchhygiene. Gerade bei lange gereiftem Käse ist unsere Käsekompetenz am grössten.

ROHMILCHKÄSE ALS POLITIKUM

«Ausländischer Emmentaler ist mit unserem nicht vergleichbar», so der FAM-Käseforscher Hans-Peter Bachmann: «Im Ausland wird er mit Pastmilch und Schnellreifung produziert. Dabei leiden Geschmack und Haltbarkeit.»

Unser Rohmilchkäse wird zum Politikum. Die Slow-Food-Bewegung wehrt sich gegen den Entwurf der neuen Lebensmittelverordnung LMV, welcher thermisierte Milch der rohen gleichstellt. Thermisierung ist eine Unterpasteurisierung, welche ungesunde Bakterien dezimieret, gleichzeitig aber auch geschmack-verbessernde abtötet. Laut Entwurf der revidierten LMV könnte dieser Unterschied wegfallen. Die Petition will den «Rohmilchkäse retten» und findet die Bezeichnung «Rohmilchkäse» aus thermisierter Milch einen Ettikettenschwindel.

WIE GESUND IST DER KÄSE?

Käse ist reich an Calcium, aber auch Cholesterin. «Massvoll konsumiert (ca. 60 g pro Portion) kann man aber auch Vollfettkäse durchaus empfehlen», sagt Franziska Uhlmann von der Schweizerischen Vereinigung für Ernährung. Auch das Milchfett hat ein schlechtes Image. «Zu Unrecht», so Hans Eyer von der FAM: «In Wahrheit besitzt es Vorteile dank ‹konjugierten Linolsäuren CLA›.»

Diese sind ebenso wertvoll wie die Omega-3-Fettsäuren, welche es übrigens auch enthält. Beide Säuren sind Schutzfaktoren gegen zahlreiche Herz-Kreislauf-Krankheiten». Interessant: Die Höhenlage der Weide beeinflusst durch ihre Kräuter-Flora das Milchfett. Bergmilch enthält gemäss FAM doppelt so viele wertvolle «CLA» wie Talmilch.

Und sie verbessert den Geschmack. Am würzigsten wird Käse, wenn die Kühe im Sommer frische Kräuter auf den Alpweiden abgrasen – dies wurde durch die FAM wissenschaftlich bestätigt. Jede Weide liefert einen unterschiedlichen Geschmack, und die Sonnenseite einen stärkeren als die Schattenseite.

KÄSE / Die Schweizer Käsewirtschaft rüstet sich für die Marktöffnung – mit Innovation, aber auch mit gesteigerten Ambitionen bei der Qualität. Der Verband Fromarte hat die besten Käse prämiert. **GUIDO BÖHLER**

Schweizer Käse wird innovativ

Tradition und Innovation müssen kein Widerspruch sein. Kulinarisch konservative Schweizer essen zwar mehrheitlich traditionelle Käsesorten, verlangen aber zunehmend Spezialitäten. Dank der Liberalisierung des Käsemarktes werden solche nun hierzulande entwickelt und mit Erfolg vermarktet.

Vieles hat sich geändert: Der Rorschacher Käsespezialist Matthias Kündig anerkennt die einheimischen Fortschritte: «Seit Abschaffung der Käseunion sind die Schweizer Käser innovativer geworden, besonders die gewerblichen.» Trotzdem beträgt unser Käsekonsum nur 16 Kilo pro Person und Jahr. Zum Vergleich: Franzosen essen 25 Kilo und Deutsche 20 Kilo, allerdings inklusive Quark. «Die Schweiz versäumt es, die Zurückhaltung beim Fleisch für den Käseabsatz zu nutzen», meint der österreichische Innovationsberater und Käse-Marktexperte Günter Hosp, «wenn sich Konsumgewohnheiten ändern, muss man zupacken.»

Foto: Guido Böhler



NEUHEITEN STIMULIEREN DEN KONSUM

Traditionelle und neue Käsesorten ergänzen sich: Dank der Liberalisierung des Käsemarktes blühen Innovation und Erfolg.

VIEL FANTASIE IN ITALIEN

«Die italienische Käse-Vielfalt ist gewaltig», schwärmt Arne van Grondel von Michel Comestibles, «Piemonteser Käse ist in der Schweiz nur zu wenig bekannt.» Es gibt dort Spezialitäten wie Geissen-Blauschimmelkäse sowie mit Barolotrester affinierten Bergkäse. Kündig lobt die Piemonteser, die «nahe am Markt operieren und keine Preis-Konzessionen machen müssen». Italien mit seiner Verschmelzung von Alpen- und Mittelmeer-Esskultur hat ideale Voraussetzungen. In der Schweiz jedoch brillieren die Tessiner mit grosser Käse-Individualität und erzielen schöne Preise. «Aber die andern Kantone haben aufgeholt und bei der Innovation die Wende geschafft», so Anton Schmutz, Geschäftsleiter des Käserei-Verbandes Fromarte. «Käseneuheiten dürfen nicht allzu exotisch werden» meint Hosp: «Die konservativen Essgewohnheiten setzen eine Grenze». Ideal ist daher eine als Neuheit verpackte Tradition, wie die Höhlenreifung. Dass man sie zu einem Werbekonzept erheben kann, muss wohl den Marketingstrategen eingefallen sein. Doch Emmi AG geht noch weiter: Ihr höhlengereifter Emmentaler wird 14 statt nur 12 Monate gelagert und entwickelt eine braunschwarze Rinde, sein Erkennungsmerkmal.

Neuheiten stimulieren den Konsum, aber man darf die traditionellen Produkte nicht vernachlässigen. Damit unsere Käsereien spitzenklassigen Käse produzieren, hat Fromarte einen neuen Anreiz geschaffen: die «Swiss Cheese Awards». Kürzlich hat sie die Preise zum ersten Mal verliehen (siehe Box), auch einen für Innovation. Sieger in dieser Kategorie ist der Entlebucher Schnittlauch-Käse, ein vollfetter Weisschimmel-Weichkäse aus Rohmilch mit frischem Schnittlauch im Teig.

Im Vorfeld des Wettbewerbs gab es Nebengeräusche: «Emmi und SDF haben sich aus der Jury zurückgezogen», so Schmutz: «Dies in der Folge eines Debakels bei den Emmentaler-Übernahmepreisen, welche die zwei Grossen der Branche den Käsereien kürzen wollen.»

DEN KÄSE ZELEBRIEREN

Das letzte Glied ist wichtig. Hosp konstatiert, dass «die Käsekompetenz des Servicepersonals oft zu wünschen übrig lässt». Die kann man sich aneignen: Kurse gibt es bei der Käseschule der «Käseorganisation Schweiz» (KOS). Kursleiter Christoph Beeler erklärt in Tages- oder Halbtageskursen Einkauf und Schnitttechnik, vor allem in der kalten Küche. Der Gstaader Käser Hanspeter Reust gibt Tipps: «Gastwirte sollen mit dem Dorfkäser zusammenzuspannen. Dieser kann für die Gäste einen Apéro im Reifelager organisieren oder ein ‹Buurezmorge› auf der Alp, kombiniert mit Schaukäsen. Die Gastwirte ihrerseits sollen den Käse mit Gefühl und Stolz zelebrieren, mithin richtige Storys daraus machen». Hosp appelliert: «Zelebriert den Schweizer Käse mit heiler Alpenwelt, genau nach dem Vorbild der Appenzeller-Werbung».

Das Gstaader Hotel Bernerhof ist vorbildlich: Es serviert nicht nur unsere berühmten Erlebnis-Spezialitäten Fondue und Raclette auch für eine Einzelperson, oder Salat mit frischem Berner Oberländer Schafkäse, sondern auch saisonale und vollreife Käsesorten aus dem Wagen zum Dessert.

Cheese-Award-Sieger, Neuheiten, Bestseller, Trends:

Swiss Cheese Awards von Fromarte 22.11.01	*Käse-Innovation*	*Entlebucher Schnittlauchkäse von George Hofstetter, Doppelschwand*
	Emmentaler	*Fritz Gfeller, Strohwilen*
	Alpkäse	*Hans Trachsel, Lenk*
	Sbrinz	*Oskar Flüeler, Alpnach Dorf*
	Ziegenkäse	*Käserei Stofel, Unterwasser*
	Frischkäse	*Kräuter-Frischkäse von Urs Kämpf, Thunstetten*
	Übrige Halbhartkäse	*Toggi Bergkäse, Heiterswil*
Chäslaube Kündig 071 841 17 75	*Stanser Chuefladen*	*Weicher Rohmilch-Rotschmierkäse*
	Ittinger Kloster-Brie	*Halbfett-Rohmilch-Brie*
	Thurgauer Bluestar Piemonteser	*Rohmilch-Blauschimmel-Weichkäse*
	Erborinato di capra	*Geissen-Blauschimmelkäse*
	Testun	*Rohmilch-Bergkäse mit Barolotrester affiniert*
Michel Comestibles 033 823 13 14	*Piemonteser*	
	Escarun di Capra	*Rahm-Ziegenkäse, Rarität*
	Tuma dla paja	*Schaf-Doppelrahm-Weichkäse*
Neu von Emmi Käse AG 041 227 27 27	*Dôme blanc*	*Schneeweisser Schimmel-Schnittkäse in Gugelhopfform*
	Quartino 1/4-fett (Migros)	*6% Fett, gleich cremig wie vollfett, eine technologische Innovation*
Neu von Swiss Dairy Food SDF 031 930 21 11	*Grill-Cheese*	*Frischkäse, der nicht schmilzt oder anbrennt. 16% Fett (pflanzlich)*
	Moutardier	*mit Senfkörnern*
Innovationen der eidg. Foschungsanstalt für Milchwirtschaft FAM 031 323 84 18	*Käse aus Milchkonzentrat*	*Käseherstellung ohne Mokenabfluss.*
	Fettreduzierte Käse	*Viertelfettkäse, die cremiger sind als vollfette dank Zugabe von Ziger.*
Innovationen der Hochschule Wädenswil 01 789 99 00 und der FAM	*Knusperfondue*	*Frühlingsrolle mit Käsefüllung.*
	Käsedrink	*Trinkjoghurt mit flüssigem Käse*
Innovationspreis Agro Marketing Suisse	*Bronze 2001: BAER*	*Pastmilch-Weichkäse*
	Gold 2000: Mock, Waldstatt	*Doppelrahm-Kräuter-Frischkäse*

Käseschule der Käseorganisation Schweiz, KOS: Tel. 031 359 57 79.

ALTREU / Speise- und Ausflugsrestaurant ausgezeichnet

«Goldener Fisch» für «grüenen Aff»

Die «Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch» hat das Ausflugsrestaurant «zum grüene Aff» in Altreu (SO) ausgezeichnet. Verliehen wurde die blaugoldene Tafel für die exzellente Fischküche. Josef Küng, Pächter des «grünen Affen» (links im Bild, im Hintergrund die Kochbrigade), durfte am vergangenen Montag aus den Händen der Vorsteherschaft der Tafelgesellschaft die blaugoldene Auszeichnungstafel entgegennehmen. *MD*

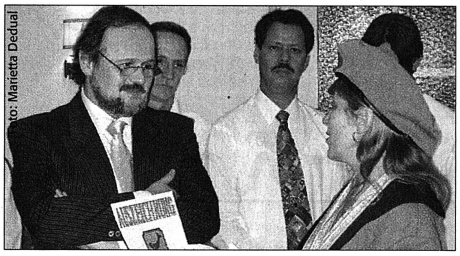


Foto: Marietta Dedual

Grösste Disco der Schweiz

«Music-World Help». Im thurgauischen Islikon soll bis spätestens Ende März 2002 die grösste All-in-one-Disco der Schweiz eröffnet werden. Der 1600 Quadratmeter grosse Tanztempel bietet Platz für mehr als 1000 Besucher. Die Betriebsbewilligung steht noch aus. Der Disco-Komplex mit dem Namen «Music-World Help» soll in den alten Räumlichkeiten der Ami-Nudelfabrik in Islikon bei Frauenfeld entstehen. *DST/sda*

Stephan Eichers Hoteltäume

Engelberg. Der Schweizer Musiker Stephan Eicher hat diesen Herbst das neue Best-Of-Album «Hotel*S» herausgegeben. Neben den alten Hits kann sich auch das CD-Cover sehen lassen: Denn obwohl das alte Hotel Hess in Engelberg, wo Eicher während Jahren komponierte und Platten aufnahm, Ende März 2000 abgerissen wurde, ist es nun als Fünf-Stern-Variante grafisch auferstanden. Als Vorlage dienten drei Hotels auf dem Bürgenstock. *DOS*

ZITAT DER WOCHE

«Alles auf der Welt ist schneller geworden, und so wird auch der Wein jünger getrunken.»

Kurt Hallwyler, Direktor der Weinhandlung «Baur au Lac Wein» in Urdorf/Zürich, im Interview auf *Seite 13*

PEOPLE FAX: 031-370 42 24 – E-MAIL: REDAKTION@HTR.CH

Der gebürtige Aarauer **Franklin P. Haller** hat die Direktion des Vier-Sterne-Hotels Parco San Marco in Cima di Porlezza (auf der italienischen Seite



des Lago di Lugano) übernommen. Bis zu seiner Rückkehr nach Europa war er als Deputy Director General & Vice President Operations für die Safir International Hotel Management in Kuwait tätig. Von 1991 bis 1993 leitete er den Privatisierungsprozess der 32 staatlichen Interhotels in den neuen Bundesländern. Vorgängig stand Haller während dreier Jahre als Präsident der Gruppe Mövenpick Hotels International vor. Internationale Erfahrung sammelte er in verschiedenen Führungspositionen bei Hilton International nach seinem Abschluss an der Hotelfachschule Lausanne. *DOS*

Bernd Ackermann übernimmt auf die Wintersaison hin das Zepter in der Küche des «Souvretta House» in St. Moritz. Ackermann, der zuletzt im Steigenberger «Belvédère» Davos tätig war, tritt im «Suvretta House» die Nachfolge des langjährigen Chefkochs **Fritz Grossert** an, der Ende Sommer aufgehört hat. *DST*

Beat Schmidt-Peixoto (35) ist seit dem 1. Dezember 2001 neuer Leiter der Gastronomie im KKL Luzern. Er tritt die Nachfolge von **Karin Frunz** an. Schmidt amtete von 1999 bis 2001 als Direktor des Lake Side Casino Zürichhorn. *DST*

Thomas und **Karin Jucker**, beide ehemalige Kadermitarbeiter im See & Parkhotel Feldbach, Steckborn, haben die Führung des Gasthofs «Adler» in Mammern übernommen. Er amtet als Küchenchef, sie als Patronne. Das Management des Gasthofs hat seit Anfang September das See & Parkhotel Feldbach mit Direktor **Daniel Füglister** übernommen. *DST*

Anton Scherrer ist zum Verwaltungsratspräsidenten der Hotelplan Internationale Reiseorganisation AG bestimmt worden. **Jörg Zulauf** wurde zum Vizepräsidenten, **Liliane Jaquier** als Personalvertreterin gewählt. Der bisherige Verwaltungsratspräsident **Mario Bonorand** schied aus. *DOS*

Klaus Knappik, CEO der Swisscargo und Mitglied der Konzernleitung der Swissair Group, verlässt Ende Jahr das Unternehmen. Danach wird **Heinz Kupferschmid** ad interim die Geschäftsleitung übergeben. Kupferschmid war bisher CFO und Mitglied der Geschäftsführung Swisscargo und davor bei den Firmen Danzas und Jacky Maeder in verschiedenen Managementpositionen tätig. *DOS*

Der Verwaltungsrat der Kuoni Reisen Holding AG wird der kommenden Generalversammlung vom 15. Mai 2002 beantragen, **Andreas Schmid** (44) als neuen Präsidenten des Verwaltungsrates der Gesellschaft zu wählen. Er ist CEO und Verwaltungsratspräsident der Barry Callebaut AG, Zürich, der Weltmarktführerin für Kakao- und Schokoladeprodukte. Seit 1998 ist Schmid zudem VR-Mitglied der weltweit tätigen Adecco AG und seit April 2000 auch VR-Präsident der Flughafen Zürich AG. *DOS*

Sandra Jacobs heisst ab Anfang Oktober die neue Sales & Marketing Direktorin des Luxushotels Ritz-Carlton in der Autostadt Wolfsburg. Die in Troisdorf geborene 31-Jährige schloss 1994 die Hotelfachschule Pegnitz als staatlich geprüfte Hotelbetriebswirtin ab.



Danach startete sie ihre Karriere im Verkauf im Sheraton Essen Hotel. Krönender Abschluss war der Gewinn der European Masters im Jahre 1999 und 2000. An diesem Incentiveprogramm der Starwood Hotels nehmen alle Verkäufer Europas teil. *DOS*

Oliver Staas (37) wurde zum General Manager des Erstklass-Hotels Radisson SAS Royal Hotel in St. Petersburg, Russland, ernannt. Das Hotel hat im August seine Türen geöffnet und soll einer der führenden Beherbergungsbetriebe vor Ort werden. Zuvor arbeitete Staas während 18 Jahren in der Hotellerie. *DOS*

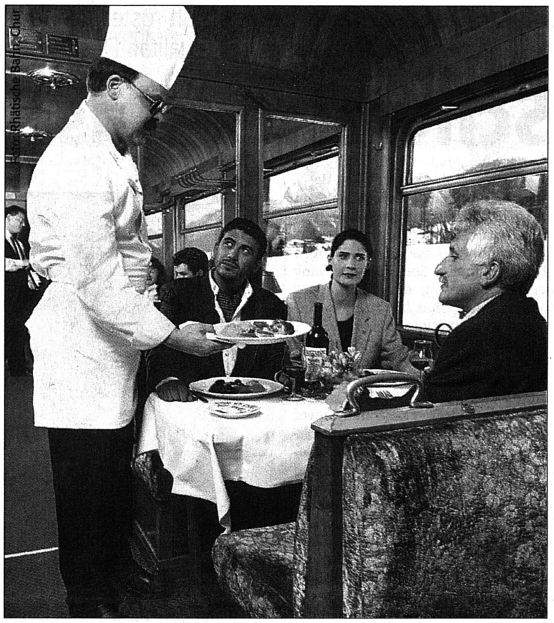


Foto: Marietta Dedual

Kulinarische Sternstunden.

Beinahe schon traditionell finden auch diesen Winter die Gourmetfahrten in einem der drei «Gourmino's» der Rhätischen Bahn, den azurblauen Speisewagen im Stile der 30er Jahre, statt. Jeden Freitag, vom 21. Dezember bis 8. März, werden junge Talente aus der Bündner Gastroszene die Gäste zwischen Chur und St. Moritz bekochen. DOS

HFT LUZERN / Erfolgreicher Diplomabschluss

Schule und Beruf vereinen

42 Absolventinnen und Absolventen der Höheren Fachschule für Tourismus (HFT) an der Hochschule für Wirtschaft Luzern durften am 16. November 2001 im KKL Luzern ihr Abschlussdiplom entgegennehmen. Während zweier Jahre mussten die frisch diplomierten Tourismusfachleute ihre 80-prozentige Berufstätigkeit und die Schule unter einen Hut bringen und bewiesen damit ihre grosse Belastbarkeit und ihr Durchhaltevermögen.

Einer der profiliertesten Touristiker der Schweiz, Marco Hartmann, seit 1999 CEO der Hapimag AG, nahm in seiner Festrede Bezug auf die aktuelle Lage im Tourismus. Er ist überzeugt, dass das aktuelle Tief in der Reisebranche überwunden wird und sich neue Chancen ergeben. Den frischgebackenen Tourismusfachleuten gab er die chinesische Weisheit mit auf den Weg: «Wenn der Wind bläst, baue man Windmühlen und keine Mauern.» *DOS*

Anderegg Marc, Zürich; Baumann Beat, Kloten; Bay Vanessa, Bern; Berger Nicole, Thun; Bieri Sarah, Cham; Blättler Markus, Luzern; Bolliger Dunja, Inwil; Bolliger Markus, Amsoldingen; Bosshart Hans, Thun; Bouvard Tamara, Wettingen; Breitenmoser Anita, Zürich; Christen Bernadette, Stansstad; Flückiger Yvonne, Dielsdorf; Frei-Christen Franziska, Oberdorf; Gmür Franziska, Baden; Holdener Isabelle, Luzern; Hug Yolanda, Lenzburg; Infanger Sandra, Luzern; Jost Brigitte, Engelberg; Limacher Evelyn, Höri; Llopart Alfonso, Luzern; Margiotta Janine, Baar; Markoff-Keller Nathalie, Emmetten; Marti Mirjam, Wimmis, Mathieu Sascha, Zürich; Mathis Andrea, Ebikon; Meister Conrad, Adligenswil; Niggli Franziska, Solothurn; Nijhof Lara, Engelberg; Quadri Sibilla, Watt; Roth Daniel, Rohr; Schertenleib Beatrice, Baden; Schmitter Andrea, Zürich; Schneider Petra, Kappel; Stern Claudia, Olten; Stöckli Manuel, Bern; Tacchella Valentina, Zürich; von Holzen Esther, Engelberg; Wiederkehr Nathalie, Studen; Wüthrich Christine, Thun; Wyler Bernhard, Wettingen; Zeltner Rachel, Niederbuchsiten.

GLOSSE

Advent

HANSPETER GSELL*

Die Offerte des Schreiners erreichte mich irgendwann im Herbst: Sie kam zu spät, war fehlerhaft, schludrig und ungenau. Ich verzichtete dankend und entschied mich für ein anderes Angebot.



Der Brief erreichte mich am 10. Dezember. Mit vorweihnächtlichen Grüssen liess man mich wissen, dass der Advent vor der Tür stehe und dass sich im Restaurant «etwas tue». Neben der Tatsache, dass sich der Advent zu diesem Zeitpunkt nicht mehr vor der Tür, sondern schon längst dahinter befand, weckte die Formulierung «es tut sich was» mein Interesse.

Hochglänzend und vierfarbig werden mir Advents-, Weihnachts- und Sylvester-Menus empfohlen. Zwischen den Zeilen fliegen unzüchtig missgeborene Engel herum, und das Bild eines festlich geschmückten Tisches erinnert mich an meine letzte Visite beim Magenspezialisten. Die Akzente auf den Wörtern wurden nach dem Zufallsprinzip fallen gelassen und unterstrichen die zügellose Anarchie des Textes.

«Der Küchenchef prepariert Sie, soviel Sie wollen.» Ob hier Kannibalen am Herd stehen? «Lassen Sie sich von uns das alte Jahr ausklingen.» Und wie bitte wollen Sie mich ausklingen? Die Erklärung «Werfen Sie einen kurzen Blick auf die Menus und Sie werden sehen, was ich damit meine» verwirrt mich und ich weiss wirklich nicht, was er damit meint. Meint er vielleicht die «Medaillon mit Bordeaux-Weinsauce» oder den «geräuchten» Lachs? Oder eventuell die «Eventailles» oder sogar die unübertreffliche «suprème in Gele»? Nein, lieber B. in F., sicher werde ich mich von Ihnen weder prepariren noch ausklingen lassen.

* Hanspeter Gsell lebt in Basel. 25 Jahre Erfahrung in der Gastronomie und im Weinhandel sowie ein unbändiger Drang, die Welt zu bereisen, haben bei ihm einen grossen Ideenfundus entstehen lassen.

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue Die Fachzeitung 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 Rütti (TRU), Sonja Stalder (SST), Dr. Karl Josef Verding (KJV).
Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM), Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfli (DST).
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM), Francis Granget (FG).
Milestone: Dr. Peter Kühler (PK).
Produktion: Dominique Schmidt (DOS).
Layout: Roland Gerber (RG), Karin Gugger (KG), Brigitte Pauli (BP), Gilbert Perrot (GPE).
Korrektorat: Paul Le Grand.
Korrespondenten:
Ueli Handschin (UH), Graubünden; Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Heribert Purtscher (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Gerhard Lob (GL); Tessin; Georg Ubenauf (GU), Frankfurt; Reto Westermann (RW), Zürich.

Verlag:
Iris Strebel (Verlagsleitung), Erich Weber (Anzeigenleitung).
Abonnemente: Anna-Lisa Casaluci, Fabienne Korous.
Stelleninserate: Andres Jakob, Marc Moser, Rainer Schmidli.
Geschäftsanzeigen: Dominik Chammartin, Erich Weber.

Druck:
Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Bern.

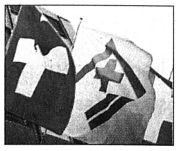
Auflage:
13'001 Ex. WEMF-beglaubigt,
22'000 Ex. Vertriebsauflage

Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–.

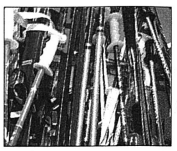
ISSN: 1424-0440

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-Reisedienste
– 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@swisshotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: media@swisshotels.ch
Stelleninserate:
Tel. 031 370 42 42/43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: media@swisshotels.ch
Geschäftsanzeigen:
Tel. 031 370 42 27, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: media@swisshotels.ch
Internet: http://www.htr.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



SSH / Les délégués de la Société suisse des hôteliers ont arrêté la stratégie de leur association. **PAGE 2**



CHARTERS DES NEIGES / Ce week-end, les premiers avions vont se poser à Cointrin. Mais on ignore s'ils vont faire le plein. **PAGE 3**

Cahier français

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

hotel+tourismus revue

MICHELIN / Quatorze hôtels de Suisse romande ont fait leur entrée au «Guide rouge»

Un nouveau symbole pour les hôtels

L'édition 2002 du «Guide rouge» que Michelin a consacré à la Suisse vient de sortir de presse. Quatorze nouveaux hôtels de Suisse romande y ont fait leur entrée, soit, dans l'ordre alphabétique de la localité: l'Hôtel du Lac aux Brenets (NE), l'Hôtel des Alpes à Bulle (FR), l'Hôtel de la Gare à Courgenay (JU), La Bonne Auberge et l'Hôtel du Cavalier à Delémont, le Golden Arch Hotel à Estavayer-le-Lac (FR), l'Auberge des Quatre-Vents à Fribourg, les hôtels Edelweiss, Churchill et Comédie à Genève, l'Hôtel Forclaz Touring à Martigny, l'Hôtel Ambassador à Nyon, l'Auberge du Barrage à Rossens (FR) et l'Hôtel Atlantic à Sierre.

L'édition 2002 comporte également un nouveau symbole pour les hôtels. Celui-ci, caractérisé par deux arbres verts, indique «la présence d'un véritable parc attenant à l'hôtel», peut-on lire dans le «Guide rouge». Un tel symbole a, par exemple, été accordé à l'Auberge des Quatre-Vents à Fribourg qui, comme on l'a relevé ci-dessus, a fait son entrée cette année dans le «Guide rouge».

QUATRE NOUVEAUX «BIBS GOURMANDS» ROMANDS

Au niveau des restaurants, on relève, pour la Suisse romande, l'attribution d'une première étoile Michelin au Restaurant du Cerf à Sonceboz (BE). En revanche, l'Auberge de la Couronne à Apples (VD) a perdu son étoile. Enfin, un seul restaurant est passé d'une à deux étoiles. Il s'agit du Jöhri's Talvo à Champfèr, près de Saint-Moritz.

Le «Guide rouge» ne recense cependant pas seulement des restaurants gastronomiques. Il met également un point d'honneur à mentionner des restaurants qui «proposent une cuisine soignée à un prix très doux». Ces restaurants sont distingués par un «Bib gourmand», soit un symbole rouge représentant le visage de Bibendum, le célèbre «bonhomme Michelin».

L'édition 2002 du «Guide rouge» recense 103 «Bibs gourmands» dont quatre sont mentionnés pour la première fois en Suisse romande. Il s'agit de La Grotta à Fribourg, de La Parenthèse à La Chaux-de-Fonds, du Sonalon à Verbier et de la Fleur de sel à Cossonay. Ce dernier n'est autre que l'annexe du Restaurant du Cerf qui compte deux étoiles Michelin et qui est dirigé par le grand chef Carlo Crisci. *LM*

LES SOMMETS DU TOURISME / Le Code d'éthique de l'Organisation mondiale du tourisme était au cœur des débats de la session genevoise des 3èmes Sommets du tourisme. **MIROSLAW HALABA**

Un garde-fous pour le tourisme

Genève, mercredi, et Chamonix, jeudi et vendredi, ont accueilli la semaine dernière, les quelque trois cent cinquante participants des 3èmes Sommets du tourisme. Des participants qui, durant trois jours, ont mis un peu de côté leurs préoccupations quotidiennes pour se pencher sur le développement durable de leur activité et, en particulier, de ses aspects sociaux. Un thème bateau pour certains, mais cependant essentiel si l'on songe aux tensions et aux dégâts considérables que le développement du tourisme a déjà occasionnés dans de nombreux pays. Même si, à première vue, ils paraissaient parfois éloignés des réalités suisses, les thèmes traités durant le sommet et les réflexions exprimées peuvent trouver des applications dans notre pays.

Photo: Miroslaw Halaba



LES SOMMETS DU TOURISME À GENÈVE

Secrétaire général de l'OMT, Francesco Frangialli (à d.), en compagnie ici du professeur Peter Keller, s'est montré optimiste pour l'avenir du Code d'éthique du tourisme.

LE TOURISME, UNE FORME DE BONHEUR

Le volet genevois, qui s'est déroulé le premier jour de la manifestation et qui a été suivi par environ deux cents personnes, a été consacré en particulier aux conséquences néfastes du développement touristique et, partant, à la nécessité de le maîtriser davantage. «C'est seulement si elle est saine économiquement et qu'elle répond aux attentes, tant de ses clients que de ses employés, que l'entreprise touristique pourra perdurer», a déclaré en ouvrant les débats le président de Genève Tourisme et de la Société suisse des hôteliers, Christian Rey.

«Le tourisme représente, dans les sociétés développées, la forme la plus populaire du bonheur individuel», a souligné le professeur Peter Keller, responsable du service «tourisme» du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) et président du Comité scientifique des Sommets du tourisme. Partant de là, on pourrait penser que les voyagistes, marchands de rêves touristiques, sont conscients des effets de leurs activités sur les populations et les lieux visités. Or, ce n'est pas vraiment le cas et comme le développement touristique n'est pas prêt de s'arrêter les problèmes ne feront que s'aggraver si des mesures correctives ne sont pas prises.

UN CODE ADOPTÉ PAR PLUS DE CENT PAYS

Soucieuse de promouvoir le développement harmonieux du tourisme, l'OMT – dont la Suisse est membre, rappelons-le – espère que le Code d'éthique qu'elle a rédigé et qui a été adopté par 107 membres sur 130, arrivera à corriger le tir. Comme l'a expliqué à Genève le secrétaire général de l'OMT, Francesco Frangialli, le code a pour objectif, d'une part, «de réduire au minimum les effets négatifs du tourisme sur l'environnement, les communautés d'accueil et le patrimoine culturel» et, d'autre part, de «maximiser les bénéfices» que peuvent espérer les habitants des zones visitées et les entreprises des pays récepteurs et des pays émetteurs». Citant un paragraphe de ce garde-fous, Francesco Frangialli a souligné, histoire de rassurer les entrepreneurs, qu'un «tourisme durable n'est nullement incompatible avec une libéralisation accrue des conditions qui président au commerce des services».

QUEL AVENIR POUR LE CODE D'ÉTHIQUE?

Le code est «ambitieux», a dit le secrétaire général de l'OMT. Il embrasse un large éventail de thèmes, tant économiques que culturels, environnementaux ou sociaux. Aura-t-il cependant des chances de s'imposer? Francesco Frangialli fait preuve d'optimisme, un optimisme que plusieurs arguments viennent conforter. Il souligne tout d'abord, que lors de l'assemblée générale de l'OMT qui s'est tenue il y a deux mois à Séoul et à Osaka les membres ont adopté «à l'unanimité» la création d'un comité d'éthique qui aura pour mission de suivre et de coordonner la mise en œuvre du code, ceci dans l'attente de la mise en place d'un mécanisme de règlement des conflits. Au cours des dernières semaines, l'Assemblée générale des Nations Unies a pris «solennellement» le code en considération» et différentes organisations, dont l'Union européenne, se sont prononcées en sa faveur. Francesco Frangialli a, par ailleurs, indiqué que certains pays tels que l'Argentine et le Vénézuéla ont introduit les principes du code dans leur législation, ce qui leur donne un caractère contraignant. L'intérêt général devrait ainsi être, à ses yeux, un moteur suffisamment puissant pour inciter les gouvernements, désireux d'appliquer une politique de développement durable, à prendre le Code d'éthique en considération.

Instaurer «un carrefour universel»

Les Sommets du tourisme, dont la 3e édition s'est déroulée la semaine dernière à Genève et à Chamonix, ont pour objectif d'instaurer «un véritable carrefour universel» sur le développement durable du tourisme, ceci par l'échange de réflexions et d'expériences. Ils jouent un rôle d'interface entre les divers milieux économiques et politiques liés au tourisme, mais sont souvent cloisonnés.

Organisés par la Ville et par l'Office du tourisme de Chamonix et Genève Tourisme et soutenus financièrement par diverses institutions franco-suisses liées au tourisme, ces sommets ont, jusqu'à présent, traité trois aspects de la problématique du développement durable du tourisme, à savoir: en 1999, le tourisme et l'environnement, en 2000, le tourisme et la croissance, et, cette année, le tourisme et la société. La 4e édition de cette manifestation devrait se dérouler l'an prochain durant la première semaine de décembre et avoir pour thème le tourisme et la culture.

Afin de marquer «l'internationalité et l'esprit d'ouverture» de la manifestation, manifestation présidée par le maire de Chamonix, Michel Charlet, la séance inaugurale est organisée à Genève, les deux autres journées se déroulant ensuite à Chamonix. A noter que le Comité scientifique des «sommets», est placé sous la direction du professeur Peter Keller, responsable du service »tourisme» du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco). *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

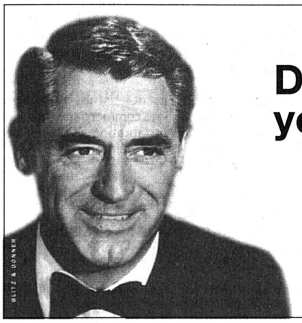


Minibar AG Swiss Operations
Ruessenstrasse 5a, CH-6340 Baar
Tel. ++41-41-767 23 40, Fax: ++41-41-767 23 55
www.minibar.ch

hoteljob

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

EXPO.02 / Une nouvelle plate-forme de réservation dans la région des Trois-Lacs

Plus de 800 hôtels recensés

Les organisations touristiques de Bienne, de Neuchâtel et d'Yverdon-les-Bains, soutenues par celles de Genève, de Lausanne, de Berne et de Zurich, ont créé, dans le cadre du projet «Gates-to-Expo», une nouvelle plate-forme de réservation électronique. Celle-ci a été présentée mardi à Bienne. «La création de cette plate-forme a été motivée par le fait qu'une certaine saturation est d'ores et déjà prévisible au niveau de l'hébergement à Bienne, Neuchâtel, Morat et Yverdon-les-Bains, ainsi que dans la région des Trois-Lacs», a relevé Philippe Streiff, administrateur de Tourisme neuchâtelois.

«Ainsi, cette nouvelle plate-forme doit avant tout nous permettre de répondre à la demande du client et nous ne voulons en aucun cas lui répondre: ‹Chez nous, c'est plein. Allez voir ailleurs›. Il nous a donc semblé indispensable de créer des possibilités d'extension vers les villes voisines et un grand pas a été effectué lorsque les organisations touristiques de Berne, de Lausanne, de Genève et de Zurich ont été intégrées cet automne au projet ‹Gates-to-Expo›. D'autres régions, celles de Montreux-Vevey et de Morges-Nyon, nous ont aussi rejoint depuis», a ajouté Philippe Streiff.

LE CANTON DE FRIBOURG AUX ABONNÉS ABSENTS

On l'aura peut-être remarqué, le canton de Fribourg brille donc par son absence dans les «régions voisines» précédemment évoquées. «C'est en effet le système de réservation Deskline qui fournit la base des données de ‹Gates-to-Expo›. Or, le canton de Fribourg dispose d'une plate-forme de réservation qui lui est propre et ni Morat, ni Fribourg ne sont intégrées à ‹Gates-to-Expo›. Cela, en raison de problèmes de compatibilité qui sont relatifs aux différents systèmes de réservation et qui n'ont pas encore pu être résolus», a déploré Samuel Kocher, directeur de Bienne Seeland Tourisme.

En attendant une éventuelle résolution de ces problèmes, 825 hôtels ont déjà pu être recensés dans la nouvelle plate-forme de réservation. Il est à relever que celle-ci sera accessible via l'adresse Internet www.gates-to-expo.ch qui est opérationnelle depuis mardi. *LM*

ASSEMBLÉE DE LA SSH / Mardi à Berne, les délégués de la Société suisse des hôteliers se sont penchés sur les orientations stratégiques de leur association pour les prochaines années. **MIROSLAW HALABA**

Accent sur les compétences-clés

Voilà deux ans maintenant que la Société suisse des hôteliers (SSH) a mis le cap sur de nouveaux horizons. De nouveaux statuts lui ont permis de revêtir les atours d'une association régie par des critères d'économie d'entreprise. L'adaptation des structures et de l'organisation aux nouveaux objectifs est un travail de longue haleine. Les travaux avancent cependant à «bonne allure», a indiqué mardi devant les délégués réunis en assemblée générale à Berne le président de la SSH, Christian Rey.

Dans cette optique, l'assemblée, suivie par environ quatre-vingts membres, a été principalement consacrée à la présentation des orientations stratégiques pour les prochaines années. Dans un long exposé, Christian Rey a mis en évidence les facettes de cette stratégie, non sans avoir porté, au préalable, un regard inquiet sur les perspectives économiques et, en particulier, sur l'évolution du franc suisse.

«LE TERME DE LOBBYING N'A RIEN DE SUSPECT»

En raison de son rôle d'association et d'entreprise, la SSH doit offrir «un large éventail de prestations, tout en évitant de se transformer en grand bazar sans personnalité», a dit le président central. Pour y arriver, le Comité directeur, d'entente avec la direction, a décidé de concentrer l'activité de l'association sur ses compétences-clés. On relèvera ainsi que la SSH entend soigner son image de marque et asseoir sa présence sur le marché et sur le terrain politique. Elle veut apparaître comme une association «puissante, dynamique et capable de collaborer». Elle souhaite ensuite intensifier son action dans le domaine de la défense des intérêts politico-économiques. «A nos yeux, le terme de lobbying n'a rien de suspect dès lors qu'il s'agit de mettre sur la table, sans détour, les intérêts légitimes de l'hôtellerie et du tourisme et de les défendre de manière méthodique», a lancé Christian Rey.

COLLABORATION AVEC SUISSE TOURISME

Autre domaine de compétence: la classification des hôtels. Il s'agit notamment ici d'assortir celle-ci de critères de qualité. Selon la SSH, les efforts en matière de qualité et d'investissements ont connu en Suisse une dynamique supérieure à celle constatée sur les marchés étrangers comparables. C'est une bonne base pour lancer, en collaboration avec Suisse Tourisme, une promotion par segments plus ciblée. On notera que la SSH place aussi sur la liste de ses compétences-clés ses médias, ses services de conseils aux entreprises et de formation, les prestations des institutions sociales Hotela, ainsi que les relations avec les partenaires sociaux.

CONCEPT DE DÉFENSE DES INTÉRÊTS

Se penchant encore sur la défense des intérêts de politique économique, Christian Rey a indiqué qu'un concept avait été mis au point par le directeur, Christoph Juen, et son équipe. Ce concept veut donner à la SSH les moyens «d'empoigner les problèmes, avant qu'ils ne fassent l'objet de débats parlementaires. Les thèmes jugés prioritaires feront l'objet d'un programme d'action portant sur plusieurs années. Dans cet ordre d'idées, la SSH envisage de travailler davantage avec les associations régionales afin de définir sa position. «Notre branche doit éviter de prêter le flanc à la critique, car il importe que nous formions un front uni et parlions d'une seule voix dans les sphères politiques», a dit le président central.

Au cours de la nouvelle année, la défense des intérêts économiques passera en particulier par un engagement en faveur du maintien du taux préférentiel de la TVA. «Il nous faudra mettre les bouchées doubles en 2002 si nous entendons remporter une victoire, fut-elle partielle», a lancé Christian Rey. Parmi les autres thèmes prioritaires figurent la modernisation du financement hôtelier et la restructuration de la Société suisse de crédit hôtelier, la prorogation de l'arrêté Innotour et la mise en place d'un nouveau concept de formation dont les détails devraient être présentés le 19 décembre par le Conseil fédéral.

INTENSIFIER LA COMMUNICATION

La poursuite de ces divers objectifs sera étroitement liée à la communication. Ici aussi, la SSH veut accentuer ses efforts. Elle envisage, a dit encore Christian Rey, «d'intensifier sa présence médiatique». Elle utilisera Internet pour porter ses revendications politiques devant le public. La communication interne sera, elle aussi, améliorée, grâce au réseau Intranet. L'association sera, par ailleurs, présente au salon international ITB à Berlin sous le label «Hôtellerie suisse» et aux salons des vacances de Berne, de Zurich, de Genève et de St-Gall. On notera enfin, toujours sur le plan de la communication, l'organisation, le 12 mars, du traditionnel «Polit-Event» à l'intention des parlementaires.

Photo: Miroslaw Halaba



CHRISTIAN REY ET CHRISTOPH JUEN

Le président et le directeur de la SSH, ont présenté aux délégués la stratégie de l'association pour 2002 et ces prochaines années.

Le budget pour l'année 2002 a été accepté

De l'assemblée de mardi à Berne, on retiendra également les informations suivantes présentées en bref.

Budget 2002. *Les délégués ont accepté sans opposition le budget, presque équilibré, de l'association pour 2002. Celui-ci présente des recettes pour 36,2 millions de francs et des dépenses pour 36 millions. En dépit des dépenses imprévues, les comptes 2001 ne devraient pas être dans le rouge.*

Convention collective. *La demande d'extension du champ d'application de la CCNT révisée a été adressée au Conseil fédéral. La réponse est attendue prochainement.*

Groupements hôteliers. *Les groupements hôteliers pourront profiter de l'offre Internet de la SSH et se présenter au pavillon «Hôtellerie suisse» en mars à l'ITB à Berlin.*

Classification hôtelière. *Les normes 2005 de la classification hôtelière, qui subira une refonte totale, devraient être mises en consultation ce printemps. La présentation aux délégués est prévue pour le printemps 2003.*

Séminaire de chef d'entreprise. *Le séminaire de chef d'entreprise de la SSH sera valorisé et fera l'objet d'un examen supérieur. Il sera aussi proposé aux hôteliers allemands.*

Représentation de la SSH. *La SSH représente 43% des hôtels suisses, qui disposent 67% des lits et enregistrent 75% des nuitées. L'objectif est d'avoir respectivement 50, 70 et 80%.*

Introduction de l'euro. *La SSH a participé à la publication d'une brochure sur l'introduction de l'euro destinée aux PME et dont la version française vient de sortir. Elle a aussi mis en place une ligne téléphonique directe pour les éventuelles questions, soit le numéro: 031/370.42.50. D'autre part, le président de la SSH, Christian Rey, participera dimanche 16 décembre à l'émission de la Télévision suisse romande, Droit de cité, consacrée à l'euro.*

Assemblée des délégués. *Rappelons que la prochaine assemblée des délégués aura lieu le 25 juin 2002 à Genève. Elle aura notamment pour invité le conseiller fédéral Pascal Couchepin.* *MH*

ANNONCE/IMMOBILIER

créatif SUCCÈS AMBITION

Vous faites face à un problème important dans votre entreprise ?
Vous cherchez une solution innovatrice ?
Ou juste une nouvelle perspective ?

Les compétences analytiques et le pouvoir créatif d'une équipe d'étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne sont à votre service !

Au cours de leur dernier semestre, les étudiants du programme « Hautes Etudes en hôtellerie et professions de l'accueil » doivent mener à terme un projet attribué par une entreprise partenaire.

Travaillant en petites équipes, ils remplissent leur mission qui s'étend des études de planification et de marché, des analyses commerciales déjà existantes jusqu'à la création de nouveaux concepts de restauration et d'hébergement. Ceci est juste un aperçu des projets réalisés jusqu'à maintenant !

ECOLE HOTELIERE DE LAUSANNE
Depuis 1893
La première au monde

Intéressé ? Pour plus d'information,contactez M. Ray Iunius, Ecole hôtelière de Lausanne, Tél. 021 785 15 07. Email : ray.iunius@ehl.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

LA ROCHE - CAFE-RESTAURANT « AUX MONTAGNARDS »



A 15 km de Fribourg, 10 km Bulle
8 min jonct.A1/A12, au centre-village, restaurant 40 pl, café-bar 60 pl, s. de banquet 75 pl, petite s. à manger 20 pl, 2 appart. 5 pces. **Grand potentiel.** Transf. 1992, 94, propriété entretenue, 2'487 m², parking ext., terrain 2'794 m².
Prix vente très attractif !
Excellent rapport prix/prestations
www.bulliard.ch ou tél. 026/322.47.55

htr

Tout sur l'actualité et la crème fouettée.

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

CHÂTEAU-D'ŒX / Label de qualité niveau 2

Un office performant

Trois ans après avoir obtenu le label Q de niveau I, Château-d'Œx Tourisme est le premier office du tourisme du canton de Vaud à obtenir le Label de qualité pour le tourisme suisse de niveau II. «Pour cette reconnaissance supérieure, notre réflexion s'est portée sur la gestion de l'entreprise (l'OT et la Centrale de réservation du Pays-d'Enhaut sont concernés), précise Philippe Sublet, directeur. Ainsi après sondage auprès de la clientèle et des collaborateurs à tous les niveaux, des mesures ont été définies afin d'assurer la qualité de nos prestations.»

Avec pour objectif de déclencher une réflexion continue au sein de l'entreprise, le programme a notamment pris en compte la satisfaction des collaborateurs et le développement de la notion de responsabilité. Formalisé, il facilitera la formation de nouveaux collaborateurs. *JJE*

ST / L'«été à la montagne» sera présentée à l'ITB

Avec douze partenaires

L'année 2002, on le sait, a été décrétée «année internationale de la montagne» par l'ONU. Suisse Tourisme (ST) en profitera pour lancer au niveau international une campagne de promotion sur le thème de l'«été à la montagne». Ce que l'on ignorait, c'est le nombre de partenaires officiels qui soutiendront ST dans cette nouvelle campagne. Ceux-ci sont au nombre de douze* et ont été dévoilés la semaine dernière.

Au niveau romand, il s'agira de Valais Tourisme et de l'OTV. La campagne en faveur de l'été à la montagne de ST sera lancée officiellement le dimanche 17 mars à l'occasion de l'ITB de Berlin, le plus important salon touristique au monde. *LM*

* Engadin Ferien, Oberengadiner Bergbahnen, Rigibahnen, Schilthorn, Jungfraubahnen et les OT des Grisons, de Suisse centrale, de l'Oberland bernois, du Valais, du canton de Vaud, du Tessin et de la région d'Aletsch

MOLÉSON / Voulez-vous aller skier à Cerro Bayo?

Jumelage en Argentine

La station de Moléson-sur-Gruyères n'est jamais à court d'idées originales. Voilà qu'elle vient de se jumeler avec une autre station, un peu plus éloignée que celles avec qui elle procède déjà à des échanges de bons procédés dont profitent les titulaires d'abonnement de saison, à savoir les stations valaisannes d'Anzère et de Nax.

Car, cette fois, sa partenaire n'est autre que Cerro Bayo, l'une des plus grandes stations d'Argentine qui leur accorde le libre-parcours sur ses propres remontées mécaniques.

«Une première mondiale sans doute», relève Philippe Micheloud, le patron de la station fribourgeoise, en présentant cette nouvelle possibilité de skier, gratuitement, en été, dans l'hémisphère sud. Il suffit d'y aller! Ce type de jumelage, faut-il le préciser, a l'avantage de ne rien coûter... et de séduire les médias! *JS*

VERBIER / Nouvelle télécabine des Ruinettes

La fin des bouchons

Adieu les files d'attentes, de plus d'une heure parfois, sur la ligne Le Châble-Verbier-Les Ruinettes! Avec l'inauguration, les 15 et 16 décembre, de la nouvelle télécabine des Ruinettes, Téléverbier devrait s'être débarrassé des derniers gros problèmes de bouchons qui pouvaient gâcher le plaisir des skieurs. Cette ligne, c'est la porte d'entrée quasi obligée, la colonne vertébrale du domaine skiable. Autant dire que «cette amélioration constitue une gros pas en avant pour le confort des skieurs», se réjouit Pierre-Yves Délèze, de Verbier Tourisme.

En clair, le débit de cette installation hautement stratégique a doublé: la nouvelle télécabine à quatre places peut transporter entre 1100 et 1600 passagers à l'heure, alors que l'ancienne ne pouvait en absorber que 680. De plus, le voyage entre Le Châble (800 mètres d'altitude), et le sommet de la ligne (2200 mètres d'altitude) ne durera plus qu'une petite quinzaine de minutes, soit neuf de moins qu'auparavant.

L'ARGENT DE LA CDA

La nouvelle télécabine des Ruinettes a coûté 17 millions de francs. Pour se la payer, il fallait trouver de nouveaux investisseurs. D'où l'entrée de Téléverbier en bourse de Paris et l'arrivée dans le capital-action d'une certaine Compagnie des Alpes (CDA). L'affaire Téléverbier commençait. Elle n'a d'ailleurs pas encore vraiment fini de secouer le canton. Mais c'est une autre histoire...

Sous l'impulsion de la CDA, qui détient aujourd'hui 21,8% de la société bagnarde, Téléverbier a réalisé un sondage auprès de sa clientèle. Il en ressort que les remontées mécaniques doivent moderniser leurs infrastructures. Après le remplacement de la bonne vieille télécabine des Ruinettes, construite en deux temps, en 1966 et en 1975, il faudra donc ouvrir d'autres chantiers: les derniers téléskis-assiettes devraient ainsi être remplacés par des télésièges, comme à Savoleyres.

Parmi les différents projets de la société, citons aussi le développement de la zone des Mayens-de-Bruson et la télécabine des Ruinettes qui vise toujours plus haut avec la construction d'un tronçon Ruinettes-Attelas. *GZ*

MÉLI-MÉLO

Une nouvelle collection de livres. Ancienne directrice de l'OT de Zinal, Yvonne Jakus a fondé à Ayer les Editions Porte-Plumes qui lanceront le 15 décembre une nouvelle collection de livres sur le Valais. Ceux-ci s'adressent «autant aux hôtes qu'aux habitants du lieu». Le premier de ces livres est consacré à St-Maurice. Verbier, le Val d'Entremont, le Grand-St-Bernard, Martigny, Nendaz et Loèche sont en préparation. *LM*

GENÈVE / Les premiers charters neige se poseront sur le tarmac de l'aéroport de Cointrin ce week-end. Le programme des vols reste identique mais, pour l'heure, on ne sait pas s'ils seront remplis. **VÉRONIQUE TANERG**

Les charters neige au rendez-vous

Malgré la mauvaise conjoncture économique qui se répand en Europe et les attentats du 11 septembre encore présents dans toutes les mémoires, la saison d'hiver ne s'annonce pas trop mauvaise à l'aéroport de Genève. «Les charters neige seront aussi nombreux que l'an dernier», affirment à la fois Philippe Roy, porte-parole de l'aéroport et Peter Hallewell, représentant du Tour operator coordination committee, (TOCC), une association qui regroupe les principaux voyagistes britanniques et scandinaves.

EST-CE QUE LES VOLS SERONT COMPLETS?

Pourtant, les deux spécialistes relativisent aussitôt ce succès: «Reste à savoir si les vols seront complets. A l'heure actuelle, il est impossible de se prononcer.» L'an dernier, 200 000 skieurs ont transité par l'aéroport de Genève pour rejoindre les stations. Les tours-opérateurs spécialisés dans le charter ski ont planifié à l'avance leurs vols à destination de Genève. Ils ont affrété, comme l'an dernier, cinquante à soixante vols le samedi et une quinzaine le dimanche. La saison débute le week-end du 15 au 16 décembre pour s'achever à Pâques. Les skieurs, Britanniques ou Scandinaves pour la plupart, se dirigent à 80% vers les stations françaises.

LES BELGES SONT FURIEUX CONTRE SWISSAIR

De l'avis du TOCC, comme les Britanniques sont moins nombreux à se rendre aux Etats-Unis, depuis les attentats, ils pourraient se tourner vers les Alpes. Car pour eux, l'Amérique du nord est également une destination qu'ils apprécient pour le ski. Les amateurs de sports d'hiver pourraient donc se tourner vers les stations européennes, cette saison, ce d'autant plus que les Jeux olympiques seront organisés à Salt Lake City. Compte tenu de l'envergure de la manifestation, il sera en effet impossible de skier dans l'Utah en février.

De leur côté, les Belges sont furieux contre Swissair depuis que le transporteur aérien suisse a lâché leur compagnie aérienne Sabena. Et par extension, ils pourraient boycotter la Suisse. Le porte-parole de l'aéroport de Genève, Philippe Roy, se veut néanmoins résolument optimiste: «A moins qu'il y ait de nouveaux événements sur le plan international, la saison hivernale s'annonce bien.» Pour Noël, les stations romandes ainsi leurs concurrentes savoyardes affichent en effet complet.

Photo: A.J. Geisser



SAISON D'HIVER

Du côté des charters neige, en tout cas, on ne ressent pas tellement les effets négatifs des drames survenus cet automne. Les premiers vols auront lieu ce week-end à Genève.

CROSSAIR / La nouvelle liaison hivernale entre Bâle et Sion permet d'attirer en Valais des touristes en provenance d'Allemagne, mais aussi des Pays-Bas et de la Scandinavie. **LAURENT MISSBAUER**

Berlin–Sion en à peine trois heures

«Crossair fliegt Sie ins Skiparadies Wallis», soit «Crossair vous emmène en Valais, le paradis du ski». Telle est l'invitation que Crossair présente cet hiver sur son site Internet. La mise en service, du 22 décembre au 6 avril, d'une nouvelle liaison directe qui relie tous les samedis l'aéroport de Bâle à celui de Sion met en effet les aéroports de Berlin, Hambourg et Bonn à trois heures de la capitale valaisanne.

Le décollage de Berlin, par exemple, est fixé à 7 h 25 et l'atterrissage est prévu à Sion à 10 h 25. Cela, après avoir rapidement changé d'avion à Bâle. Une fois arrivés à Sion, les passagers poursuivent leur route en bus à destination de Zermatt, Saas Fee, Verbier, Crans-Montana et Nendaz, indique Crossair. Cette dernière précise aussi que les passagers qui profiteront de cette offre pourront transporter gratuitement vingt kilos de bagages supplémentaires, ce qui devrait leur permettre d'emporter leurs skis et leurs chaussures de ski.

AMSTERDAM, COPENHAGUE ET HELSINKI RELIÉES À SION

On relèvera en outre que cette liaison entre Sion et Bâle s'avère aussi intéressante pour relier la capitale valaisanne à Amsterdam et aux cinq villes scandinaves suivantes: Copenhague, Göteborg, Helsinki, Oslo et Stockholm. Il est ainsi possible de partir de Helsinki, Amsterdam et Copenhague, pour ne citer que trois exemples, à respectivement 7 h, 7 h 05 et 7 h 10 et d'arriver à Sion à 10 h 25 en passant par le «hub» de Bâle.

Enfin, on relèvera que cette ligne Sion–Bâle peut aussi intéresser les Valaisans souhaitant se rendre dans la métropole bâloise ou les Bâlois désirant se rendre en Valais. Le prix du vol aller-retour, d'une durée de cinquante minutes, est en effet de 205 francs (245 francs avec les taxes d'atterrissage), soit un prix comparable à celui du voyage en train en première classe – 212 ou 222 francs selon que l'on passe par Lausanne ou par Brigue –, qui dure 3 h 30 et qui nécessite un, voire deux changements de train.

DES OFFRES «TRAIN ET AVION» POUR LES BÂLOIS?

Le seul problème, c'est qu'il n'est pas possible de partir et de revenir le jour même en avion. Un produit touristique «train et avion», similaire à celui proposé par le passé par Crossair et les CFF entre Bâle, Berne, Genève, Zurich et Lugano avec l'aller en avion et le retour en train – ou le contraire – pourrait cependant être envisageable. Une autre possibilité serait de proposer une offre touristique sur deux week-ends avec, par exemple, une excursion gastronomique avec visite de caves un week-end et un tournoi de golf ou le match opposant le FC Sion au FC Bâle un autre week-end.

«Il s'agit là de produits touristiques qui sont envisageables et que, pour certains, nous avons déjà mis sur pied avec les responsables de Classic Air. Ces derniers présentaient toutefois l'avantage de venir et de repartir le même jour avec leur DC3 et leurs passagers ont pu profiter chez nous d'offres touristiques comprenant un concert d'orgue à Valère ou des dégustations de vin», relève Eddy Peter, le directeur de Sion Tourisme.

«Ainsi, nous n'avons encore rien planifié avec ce nouveau vol Bâle–Sion. Il faut en effet tout d'abord connaître les taux d'occupation de ces vols avant de proposer un produit touristique précis et d'entrer éventuellement en contact avec les CFF pour une offre combinée «train et avion»», conclut Eddy Peter.

VEVEY / Une nouvelle extension pour l'Hôtel Pavillon

Neuf suites de plus en mars 2002

Après les grands travaux aboutis en 1999, peu avant la Fête des Vignerons, qui avaient porté la capacité de l'établissement à 84 chambres, la société Gestion hôtelière Ming SA poursuit l'extension de l'Hôtel Pavillon (quatre étoiles) à Vevey.

Durant l'hiver, neuf nouvelles «executive junior» suites seront ainsi créées dans des locaux jusqu'ici occupés par des bureaux. Prévu à hauteur d'un million de francs, le budget comprend également des travaux de liaison de la nouvelle partie au corps central de l'hôtel.

L'année 2001 n'a, par ailleurs, pas manqué d'aménagements dans l'établissement, principalement au niveau des restaurants. Ainsi, la coupole «Belle-Epoque» (elle date de 1912) du restaurant principal a-t-elle été complètement rafraîchie, les fresques refaites et, durant l'été, c'est le bar «L'Orient-Express» qui a été à son tour réhabilité. «Avec pour ambition, précise Christophe Ming, sous-directeur en charge de la promotion et des ventes, d'en faire ‹Le Bar› de Vevey.»

Enfin, comme plusieurs autres établissements hôteliers vaudois, le «Pavillon» a abandonné sa fonction de point de courses permanent du PMU, concentrant les activités du jeu au snack «Le Cockpit». *JJE*

Oui au projet de bowling

Château-d'Œx. Le législatif communal a accepté de débloquer un crédit de 33 000 francs pour l'étude et la mise à l'enquête publique d'un bowling, nous apprend «La Liberté». Cette piste de jeu, à construire sous la patinoire – qui sera rénovée –, revêt «une importance cruciale pour l'avenir touristique de la région», ont estimé les autorités. Le bowling devrait être achevé à la fin 2002 pour un coût global de 5 millions. *FG*

PAPILIORAMA / Trop à l'étroit à Marin

Bientôt à Chiètres?

Installé depuis 13 ans à Marin-Epagnier (NE), le Papiliorama pourrait déménager sur sol fribourgeois. La commune de Chiètres a accepté d'octroyer gratuitement un droit de superficie de 66 ans sur un terrain de 4,9 hectares. De quoi séduire la direction du centre tropical qui cherche à s'agrandir, mais qui n'en a pas la possibilité sur son emplacement actuel.

Comme l'Etat de Neuchâtel a longtemps tardé à proposer au directeur du Papiliorama et Nocturama un autre site avec des possibilités d'extension, Caspar Bijleveld s'est résigné, cet été, à chercher un terrain ailleurs. A Chiètres, la population l'a accueilli les bras ouverts.

Aussi, à moins d'un revirement de dernière minute, les coupoles tropicales devraient s'y installer dès le printemps 2003. Coût de l'opération: 9 millions de francs. *FG*

GLION / L'Ecole hôtelière n'est pas à vendre selon Jan Huygen, le président de Glion Group

«Ce sont des bruits infondés»

Certaines rumeurs ont laissé entendre ces derniers temps que l'Ecole hôtelière de Glion serait à vendre. Or, ce n'est guère le cas, nous a confié Jan Huygen, président, CÉO et actionnaire principal de Glion Group, groupe qui est propriétaire de l'Ecole hôtelière de Glion.

«Ce sont des bruits infondés», a-t-il relevé. «Ce qui est vrai en revanche, c'est que comme toute entreprise privée qui entend s'accroître, nous cherchons de nouvelles sources de financement afin de faire rentrer dans notre capital de nouveaux investisseurs. Nous souhaitons en effet renforcer notre structure financière afin de continuer à nous développer». Et ce développement passe, entre autres, par l'inauguration imminente des nouveaux locaux que l'Ecole hôtelière de Glion vient de construire à Bulle. Ces derniers recevront leurs premiers étudiants à la mi-janvier.

«NOUS DÉSIRONS NOUS ÉTABLIR EN CHINE»

Un autre développement sera effectué sur le campus de Leysin. «Celui-ci fera l'objet de rénovations assez importantes car nous y proposerons, à partir du mois d'août 2002, des études en gestion de sport, en parallèle à nos programmes existants. En outre, ce campus accueillera un programme d'enseignement destiné aux jeunes espoirs qui suivront au Centre mondial de cyclisme d'Aigle une formation spécialisée dans les trois disciplines cyclistes olympiques que sont la route, la piste et le vélo tout terrain», a ajouté Jan Huygen.

Ce dernier a aussi annoncé des projets en Extrême-Orient: «Nous désirons également nous établir en Chine car le besoin de personnel qualifié dans l'industrie hôtelière est énorme dans cette partie du monde.» *LM*

LES GENS

C'est **Ermanno Castelli** qui succèdera, au début de l'an prochain, à **Pascal Duperret** à la tête de l'Office du tourisme de Morges et environs. Diplômé de l'Ecole suisse du tourisme de Sierre (volée 1992) avec option incoming, ce Tessinois de 37 ans était depuis 1994 au service «Operating» de Genève Tourisme – il en est le responsable depuis 1999. A ce titre, Ermanno Castelli est d'ailleurs un spécialiste Deskline puisqu'il fut notamment en charge de la formation à ce programme des employés de Genève Tourisme. Très actif dans le domaine associatif sportif (natation) Ermanno Castelli a également travaillé en hôtellerie (entre 93 et 94) à Genève, alors que ses activités, avant l'industrie de l'accueil, lui ont permis d'exercer différentes tâches dans le domaine de la physiothérapie. *JJE*

MONTREUX / Lancé il y a huit ans, le Marché de Noël ne souffre pas de la recrudescence des manifestations du genre en Suisse romande. **JEAN-JACQUES ETHENOZ**

«La force de notre marché de Noël? Sa dimension!»

Lancée à Montreux en 1994, la vogue des marchés de Noël fait recette en Suisse romande – à Montreux, Morges, Bulle, Fribourg, Villars, Ouchy-Lausanne et Yverdon notamment. Au point qu'il faut se poser aujourd'hui la question: cette pléthore de manifestations ne risque-t-elle pas de nuire au genre? D'autant que, favorisés par la morosité de la conjoncture, jamais les forfaits à destination des «marchés» du sud de l'Allemagne (Heidelberg, Francfort), mais aussi de Bâle et de Strasbourg, n'ont eu autant de succès, selon les voyagistes.

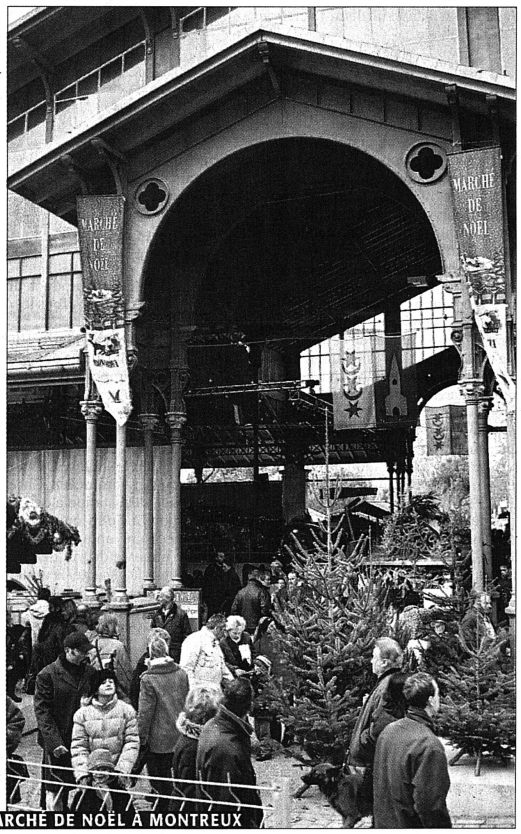
«Qu'à cela ne tienne, rétorque-t-on à Montreux où, pour la huitième fois, un peu plus d'une centaine de chalets forains occupent la Grand-Rue, les quais et le marché couvert. Face au gigantisme allemand, notre force c'est notre dimension; et elle joue aussi en faveur de la Riviera par rapport aux autres marchés romands, plus localisés et... artisanaux.»

CHOIX DRACONIEN DE L'ACHALANDAGE

«Il faut reconnaître, poursuit Harry John, directeur de Montreux-Vevey Tourisme, que les créateurs du marché de Noël – qui est aujourd'hui géré par une fondation – ont, depuis le début, modéré leurs effets et monté en puissance, réservant à chaque nouvelle édition sa surprise (cette année, outre la traditionnelle parade, une grande roue installée sur la nouvelle place du Marché)».

Autre élément évoqué à Montreux, le strict contrôle – un choix draconien à vrai dire – exercé sur la variété de l'achalandage et sa qualité, les «chalets» proposant de la petite restauration, par exemple, sont strictement limités en nombre et en genre. Au niveau des nuitées en revanche, l'effet «Marché de Noël» reste confidentiel, même si Montreux-Vevey Tourisme enregistre cette année de l'«intérêt» pour les forfaits proposés. Mais c'est bien plutôt du côté des autocaristes et des excursionnistes que l'offre séduit.

Photo: Jean-Jacques Ethenoz



MARCHÉ DE NOËL À MONTREUX

Ni trop grande (comme en Allemagne), ni trop petite, la manifestation réserve chaque année son lot de surprises. Et remporte un vif succès.

Dans cette cité-rue qu'est la station de la Riviera, elle se mesure à l'aune des autocars venus du Nord de l'Italie, de France voisine et de Suisse alémanique. Ainsi que sur la base d'un autre indice, celui des informations routières des radios qui depuis le week-end dernier recommandent d'éviter Montreux... «pour cause de Marché de Noël».

LES GENS

Figure marquante du tourisme suisse, **Gottfried Künzi**, 60 ans, prendra sa retraite à fin octobre 2002 et quittera la direction de la Fédération suisse du



tourisme (FST) qu'il assume depuis quinze ans. Originaire d'Adelboden, licencié en sciences politiques de l'Université de Berne, Gottfried Künzi a fait une carrière de journaliste avant d'entrer à la FST. De 1972 à 1973, il a été rédacteur à la Correspondance politique suisse (CPS) avant de devenir, en 1974, rédacteur en chef de notre hebdomadaire. En 1982, il été nommé vice-directeur de la SSH. Ces dernières années, il s'est distingué pour son engagement en faveur du tourisme dans les dossiers tels que la loi sur les casinos, la TVA ou le Label de qualité pour le tourisme suisse. Gottfried Künzi est membre du jury du Prix du tourisme suisse. *MH*

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Interview d'Urs Kamber. L'ancien directeur de la destination Heidiland (180 km de pistes skiables en Suisse orientale) est devenu, il y a un peu plus d'un an, le patron de l'Office du tourisme de Lech en Autriche – c'est le premier Suisse à endosser une telle fonction sur sol autrichien. Urs Kamber, 45 ans, nous avoue aujourd'hui qu'il est «vraiment très positif de vivre et de travailler au sein de l'Union européenne». Et d'inciter les Suisses à «élargir leur horizon et à regarder par-dessus les frontières». **Page 2**

Le succès des «Bed & breakfast» passe par Internet. La tradition des chambres d'hôte, qui nous vient d'Angleterre, est en train de faire sa place en Suisse. Et c'est notamment grâce au web que ce type de parahôtellerie remporte un vif succès. Près de 15 000 visites sont ainsi enregistrées chaque mois sur le site de l'association Homestay, la plus importante de Suisse en matière de «B&B». Les internautes peuvent y lire la description des chambres en trois langues. Et procéder directement à leur réservation. **Page 12**

Les fromagers suisses innovent! Les producteurs de fromage de notre pays se préparent à l'ouverture des marchés en misant sur l'innovation, mais aussi sur la qualité de leurs produits. La libéralisation fait d'ailleurs déjà ressentir ses premiers effets: les nouveaux fromages sortis sur le marché remportent souvent un vif succès. De quoi faire remonter, peut-être, la consommation en Suisse: il s'y consomme 16 kg par personne chaque année, contre, par exemple, 25 kg en France ou 20 kg en Allemagne. **Page 17**

IMPRESSUM

htr **hotel+tourismus revue** L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Editeur:
Société suisse des hôteliers SSH
Monbijoustrasse 130
case postale
3001 Berne

Responsable des médias SSH:
Niklaus Stuber.

Rédaction:
Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH).
Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM), Francis Grangier (FG), secrétaire de rédaction.
Correspondants:
Jean-Jacques Ethenoz (JJE), Vevey;
Danielle Emery Mayor (DEM), Valais;
Henri Jeanneret (HJ), Neuchâtel;
José Seydoux (JS), Fribourg;
Pierre Thomas (PT), Lausanne;
Nicolas Merckling (NM), Genève.
Milestone: Dr. Peter Kühler (PK).

Edition:
Iris Striebel (Cheffe d'édition), Erich Weber (Chef de vente).
Abonnements: Anna-Lisa Casaluci, Nadine Blum.
Annonces: Andres Jakob, Marc Moser, Rainer Schmidli.
Publicité: Dominik Chammartin, Erich Weber.

Impression:
Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Berne.
Tirage: 13'001 Ex. contrôlés REMP, 22'000 Ex. imprimés.
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.–.

ISSN: 1424-0440

Organe officiel de:
- 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
- Food and Beverage Management Association (FBMA)
- 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-Reisedienste
- Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Contacts:
Adresse: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (Lettres de lecteurs, People, etc.) Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: htr@swisshotels.ch
Abonnements: Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: media@swisshotels.ch
Annonces: Tél. 031 370 42 42/43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: media@swisshotels.ch
Publicité: Tél. 031 370 42 27, Fax 031 370 42 23, E-Mail: media@swisshotels.ch
Internet: http://www.htr.ch

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

Café BISTRO Cafetier

NR. 9/2001 OFFIZIELLES ORGAN DES SCHWEIZER CAFETIER-VERBANDES SCV

Editorial

Regelmässig informiert für weniger Geld



Nun liegt sie vor, die erste Ausgabe von «Café-Bistro» im neuen Kleid. Ab nächstem Jahr kommt das Café-Bistro zwölfmal (statt bis anhin neunmal) in dieser Form als Beilage der «hotel+tourismus revue» zu Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser: Neu erhalten Sie jeden zweiten Donnerstag im Monat ein Café-Bistro zusammen mit der aktuellen hotel+tourismus revue – der Fachzeitung für Tourismus und Gastgewerbe mit dem grössten nationalen Stellenmarkt der Branche. Und das Ganze kostet Sie zudem noch weniger: Das Jahresabonnement «Café-Bistro» gibt es jetzt für 48 statt 68 Franken.

Auch in Zukunft will Café-Bistro sich wie bis anhin an Café-Manager aus dem gesamten deutschsprachigen Raum richten. Besonders gefreut hat uns deshalb, dass beim nationalen deutschen Coffeeshop-Kongress, der in Bad Homburg im November seine Premiere feierte (Seite 6), Café-Bistro den Vorsitz übernehmen durfte. Denn die Grenzen weichen für die Café-Konzepte zunehmend auf: Berichteten wir in der letzten Ausgabe über den Schritt von Cup&Cino in die Schweiz, hat nun Kaffee-Riese Tchibo (Jahresumsatz mit Kaffee gut 2,5 Mia. DM) mit seinen Shops aus Cafébar und Non-Food-Handel das Gleiche vor.

Nun wünsche ich Ihnen Spass beim Lesen dieser Neuausgabe. Und natürlich: Gespannt erwarte ich Ihr Feedback zum relaunchten Auftritt!

Gudrun Schlenczek

Inhalt

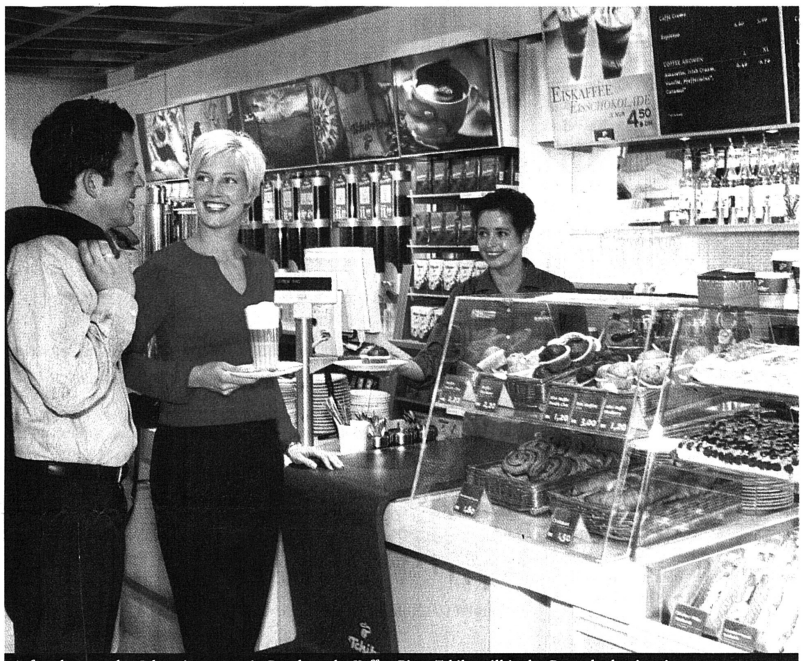
CaféService ..... Seite 2
- Interview: Mark McKeon, Starbucks

Coffeeshop aktuell ..... Seiten 3/5
- Aus für Aroma in England
- SFCC kommt nach Zürich

Nachschlag ..... Seite 4/6/7

Kaffee-Riese Tchibo plant Shops für die Schweiz

Die deutsche Tchibo Frisch-Röst-Kaffee GmbH soll internationaler werden. Nach dem erfolgreichen Test in England will man sich nun neu auch in der Schweiz mit Ausschankfilialen versuchen. Als Erstes in der Deutschschweiz.



Anfang kommenden Jahres ist es soweit: Der deutsche Kaffee-Riese Tchibo will in der Deutschschweiz seine erste Ausschankfiliale realisieren. Konzept: Trendige Coffeebar kombiniert mit Non-Food-Handel. Foto: zvg

Nachdem der letzte Eduscho-Shop in der Schweiz vor einigen Jahren seine Türen schliessen musste, sollen nun die Tchibo-Ausschankfilialen den erhofften Erfolg bringen. Das Tchibo-Shop-Konzept wurde inzwischen durchgestrählt und mit trendiger Coffeebar ausgestattet. Relaunched will der Hamburger Röster nun nämlich sein Glück mit den Shops auf neuen Märkten versuchen. Dabei setzt man wie in Deutschland voll auf die Marke Tchibo. Eduscho – die Eduscho GmbH wurde 1997 von Tchibo übernommen – ist vielmehr dem Detailhandel vorbehalten. Ausnahme: Österreich. Hier haben die Eduscho-Ausschankfilialen aus Tradition deutlich die Nase vorn (siehe Tabelle).

✦ England: In einem Jahr 12 Shops

Die Tchibo Frisch-Röst-Kaffee GmbH, die ihr Geld (Umsatz 2000: 5,5 Mia. DM) zu 53 Prozent mit Non-Food und noch zu 47 Prozent mit Kaffee verdient, aber beispielsweise in Polen, Ungarn, Tschechien Marktführer bei Röstkaffee im Detailhandel ist, hat vor einem Jahr angefangen, ihr Shop-Konzept auch ausserhalb der Stammmärkte Deutschland und Österreich, nämlich in England, zu testen. Zwölf Filialen zählt man dort bereits binnen dieses einen Jahres. Trotzdem sei man noch in der Testphase und über die weitere Zukunft Tchibos in England will Pressesprecherin Alexandra Grabner sich heute noch nicht auslassen. Auf jeden Fall: Auch die deutschsprachige Schweiz soll Anfang kommenden Jahres mit dem ersten Tchibo-Shop beglückt werden. Präsent ist man hier seit rund zwei Monaten mit einem Internetauftritt (www.tchibo.ch) und bereits seit dem vergangenen Jahr mit dem Versandhandel (Non-Food).

Die Ausschankfilialen – eine Mischung aus Cafébar und Non-Food-Bereich, Filialgrösse ab 55 bis über 100 m² Verkaufsfläche und mit Sitzplätzen ausgestattet – bieten deutsche und italienische Kaffeespezialitäten aus dem Halb- oder Vollautomaten. Der Kaffee ist günstiger als bei der Konkurrenz mit einem Einheitspreis in Deutschland von 3 DM für den Cappuccino (large) und 1.80 DM für die grosse Tasse Filterkaffee. Der Food (Sandwichs, Muffins usw.) wird heute noch komplett verzehrfertig angeliefert. Der Kaffeeverkauf selbst soll Frische und Qualität demonstrieren: Aus transparenten Gefässen werden die Kaffeebohnen für den Kunden individuell abgefüllt.

✦ Österreich: Tchibo-Coffeebar

Verabschiedet hat man sich bereits vor gut einem Jahr jedoch von der Strategie, eigenständige Tchibo-Coffeebars (ohne Non-Food; noch drei Outlets in Deutschland) zu multiplizieren. Die dafür eigens gegründete Tchibo Coffeebar GmbH existiert inzwischen nicht mehr. Mitgenommen hat man aber die entwickelten trendigen Konzeptelemente der Coffeebar und diese im Rahmen des Relaunches in die Ausschankfilialen impliziert.

Auch in Österreich befindet sich Tchibo auf neuen Wegen: Der starken Präsenz von Eduscho-Ausschankfilialen zum Trotz offeriert man in den heute sieben «Tchibo Coffeebars» einen neu gestylten Kaffeegenuss: Von den «herkömmlichen» rund 150 Tchibo- und Eduscho-«Ausschankfilialen» unterscheiden sich die Coffeebars vor allem durch ein erweitertes Snackangebot sowie eine breite Auswahl an Kaffeespezialitäten, vom «Caffè Macchiato» bis zum aromatisierten Eiskaffee. Der Firmenphilosophie entsprechend werden in den österreichischen Coffeebars so wie in den deutschen Ausschankfilialen neben Kaffee auch diverse Waren, von Textilien bis zu Elektrogeräten, verkauft. Dazu Tchibo-Österreich-Geschäftsführer Harald J. Mayer: «So entsprechen wir den Bedürfnissen moderner Stadtbewohner wohl am besten.»

Gudrun Schlenczek
Mitarbeit: Heribert Purtscher

Tchibo-Shops

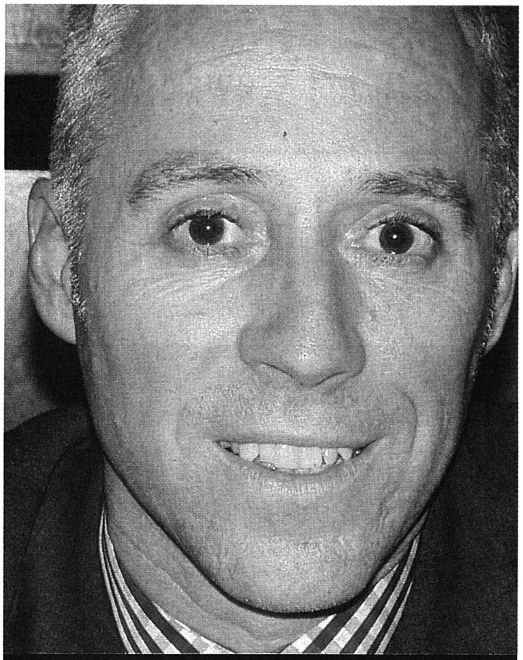
Anzahl Ausschankfilialen (Nov. 2001):		
Deutschland		280*
Österreich	Tchibo	30+7**
	Eduscho	120
England		12

* Tchibo und Eduscho, rund 100 mit modernisierter Coffeebar. Umbau soll bis Ende 02 abgeschlossen sein; insgesamt zählt man in Deutschland rund 850 Tchiboläden.
** Österreich: 7 moderne Coffeebars



«Wir müssen in jedem Land viel dazu lernen»

Mark McKeon ist der Präsident von Starbucks Europe, Middle East und Africa. Café-Bistro sprach mit ihm über seine Pläne in Europa und darüber, wie er das Starbucks-Konzept den länderspezifischen Konsumgewohnheiten anpasst.



Mark McKeon ist Präsident von Starbucks Europa, Middle East und Africa. *Foto: Gudrun Schlenczek*

Café-Bistro: Meine erste Frage an Sie: Wird Karstadt der einzige Partner auf dem deutschen Markt für Starbucks sein?
Mark McKeon: In Bezug auf die Shopentwicklung hat Karstadt Quelle in Gesamt-Deutschland die Exklusivrechte. Was jedoch andere Ziele betrifft, zum Beispiel den reinen Handel mit Starbucks-Produkten wie dem Frappuccino, ist das nicht abschliessend. Aber in den nächsten fünf bis zehn Jahren konzentrieren wir uns auf das Shopgeschäft. Denn die Konsumenten müssen die Marke Starbucks erst mal kennen lernen.

Mit Karstadt haben Sie sich einen Partner mit vielen Standorten an Land gezogen. Wie viele Karstadt-Häuser werden bald einen Starbucks-Coffeeshop haben?
Co-Branding ist – wenn man gerade frisch in einen Markt eintritt – für keine Marke förderlich. Deshalb haben wir mit Karstadt vereinbart, dass wir Starbucks erst mal unabhängig von der Warenhauskette multiplizieren. Wir wollen damit nicht sagen, dass Karstadt nicht phantastische Geschäfte hat, in denen wir auch zusammenarbeiten könnten. Doch in den ersten zwölf Monaten wird es sehr unwahrscheinlich sein, dass wir einen Store innerhalb eines Karstadt-Hauses realisieren werden.

Hat sich Karstadt verpflichtet, eine bestimmte Anzahl von Stores innerhalb einer bestimmten Zeit zu eröffnen? Denn Sie sind ja auch daran interessiert, dass die Multiplikation zügig voranschreitet.
Natürlich gibt es auch Jointventures mit dem einzigen Ziel, dem anderen den Markteintritt zu verunmöglichen … Wir haben uns beim Jointventure mit Karstadt auf beiden Seiten verpflichtet, uns gegenseitig zu unterstützen, 190 Stores in fünf Jahren zu realisieren. Das ist eine Verpflichtung für beide Seiten.

Ist es nicht schwierig, die entsprechenden Standorte zu finden? Sie haben ja auch in der Schweiz bei manchen Standorten Probleme – zum Beispiel wollte man die Lokalität des Gran Cafés in Zürich nicht an Sie verpachten.
Jeder, dem ein Gebäude gehört, hat das Recht selbst zu entscheiden, wem er es vermieten will. Ob er ein klassisches Café will oder ein zeitgenössisches Kaffeehaus. Nicht jedem gefällt Letzteres. Doch wir haben gemerkt, dass die Schweizer nach einem solchen «Coffeehouse» verlangen, dafür ist klar eine Nachfrage da.

In den USA und in England erzielen Sie einen grossen Anteil des Umsatzes mit Coffee-to-go.
Das kommt ganz auf den Standort an. In London selbst ja, aber ausserhalb kann der Anteil Coffee-to-go auch nur 15 Prozent betragen.

«In der Schweiz sind die Stores doppelt so gross wie in den USA.»

Aber in Schweizer Städten erzielen Sie ja kaum den Coffee-to-go-Umsatz wie in London. Wie wollen Sie das kompensieren, um den notwendigen Umsatz zu generieren?
Ausserhalb von Nordamerika ist der Anteil Coffee-to-go oftmals unter 25 oder sogar unter 10 Prozent. Auf dem internationalen Markt und auch in der Schweiz haben wir die Erfahrung gemacht, dass der Konsument den Coffeeshop als «third place out of home» sehr schätzt. Er will dort seinen hektischen Alltag bewusst unterbrechen und 20 bis 30 Minuten bleiben. In Amerika ist das anders: Hier nimmt man sich den Kaffee ins Auto, ins Büro oder nach Hause. Aber in Europa ist es einfacher, den Kaffee direkt im Shop zu trinken als auf dem Weg zur Universität oder zum Tram. Was für uns aber genauso profitabel ist. Denn der Gast bleibt im Lokal so länger und konsumiert Food – was wiederum einen viel höheren Durchschnittsbon ergibt. Deshalb sind in der Schweiz die Shops im Durchschnitt auch doppelt so gross wie anderswo. Diese Strategie war zwar risikoreich, aber völlig richtig: Die 320 m² des Starbuck-Stores am Central in Zürich sind oftmals komplett belegt.

Wie geht nun die betriebswirtschaftliche Rechnung ohne diesen hohen Anteil von Coffee-to-go auf?
Es funktioniert auf jeden Fall (lacht). Denn der Food wird zwei- bis dreimal mehr nachgefragt als in den USA und damit ist, wie bereits gesagt, der Durchschnittsbon weit höher. Ausserdem verlangt der Verbraucher mehr nach (Anm. d. Red.: hochpreisigem) Frappuccino und Mischgetränken. Auf der anderen Seite ist der Filterkaffee in der Schweiz im Gegensatz zu Nordamerika so gut wie gar nicht gefragt – dieser erreicht maximal 2 bis 3 Prozent und in Grossbritannien sogar nur 1 Prozent. Die Struktur ist also komplett anders.

«Filterkaffee ist in der Schweiz fast nicht gefragt.»

Inwieweit müssen Sie das Starbucks-Konzept den lokalen Bedürfnissen dann anpassen?
Also auf jedem Markt der Welt müssen wir irgendwelche Anpassungen vornehmen. Zum Beispiel, wie wir die Mitarbeiter führen, ist auf jedem Markt total anders. Wir müssen deshalb in bestimmten Gebieten Kompromisse eingehen, aber nicht in allen – zum Beispiel ganz klar nicht bei der Kaffeequalität. Aber bei den Arbeitsmodellen und der Partnerpolitik passen wir uns den lokalen Gegebenheiten an. Und man trinkt natürlich auch seine Tasse Kaffee nicht überall gleich: So geht man in Teilen von Europa oder Asien auch in den ersten oder zweiten Stock. Wir müssen jeweils viel lernen. Beim Foodprogramm, bei der Mitarbeiterpolitik und auch bei der Getränkenachfrage, die sich zum Teil enorm unterscheidet. So dachten wir beispielsweise, dass in der Schweiz der Markt dem Kaffee gehört. Dann merkten wir, dass die Schweiz in Europa einen der höchsten Pro-Kopf-Verbrauch-Werte beim Eistee aufweist. Entsprechend ist auch der Tazo-Tea als Kaltgetränk ein Erfolg.

Wie gehen Sie vor, wenn Sie in einen neuen Markt eintreten?
Wir gehen jeweils mit viel Respekt vor den lokalen Verhältnissen vor. So haben wir in der Schweiz zum Beispiel das erste Mal Café crème eingeführt, in Australien einen «long black» und «short white». Wir müssen eben im jedem Land viel lernen. Wenn wir jedoch entsprechend schnell expandieren wollen, dürfen wir dabei nicht zu viele Fehler machen. Das ist ein Grund auch, sich einen lokalen Partner für ein Jointventure zu suchen. Sonst wird der Markteintritt wesentlich schwieriger.

Wollen Sie in Deutschland auch so grosse Outlets eröffnen wie in der Schweiz?
Wir werden drei verschiedene Grössen haben: Flagship-Stores, mittlere und kleine. Flagship-Stores sind rund 200 m² gross, mittlere Stores zwischen 100 und 200 m² und kleine um die 80 m². Wir werden eine Anzahl Flagship-Stores eröffnen, um den Brand aufzubauen, aber nicht in jedem Ort ist das notwendig.

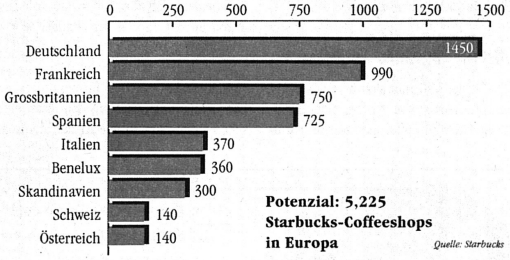
Interview: Gudrun Schlenczek

Starbucks-Milestones

Starbucks 2001:
- Wachstum der Netto-Einnahmen: um 22% auf 2.6 Mia. Dollar
- Nettoertrag ist um 35% gewachsen
- weltweit 1208 Stores in 2001 eröffnet
- 4709 Stores am Jahresende
- präsent in 23 Ländern
- ausserhalb der USA: 404 neue Outlets; Stand Ende 01: 929

Ziele:
- 2005: 6.6 Mia. Dollar Umsatz und 10 000 Stores weltweit
- Aktienertrag: jährliches Wachstum bei 25 bis 30%

Starbucks' Expansionspläne in Europa



Potenzial: 5,225 Starbucks-Coffeeshops in Europa

Quelle: Starbucks

ExPRESSO

Starbucks: Nicht in Karstadt-Warenhäusern. Bei Karstadt Quelle in Essen herrscht auf den Managementagen über das Zusammengehen mit Starbucks Euphorie. Nichts zu spüren von Zweifeln, ob man die hoch gesteckten Ziele einhalten kann. Denn bis zum Jahre 2005 sollen 150 Starbucks-Stores realisiert werden. Allerdings keiner davon in einem Karstadt-Warenhaus selbst. Damit will man erst nach dieser Zeit beginnen, so der heutige Stand der Strategie. Die Karstadt AG hält 82 Prozent an dem Jointventure, Starbucks selbst die restlichen 18 Prozent. Die Expansionsgeschwindigkeit wird im ersten Jahr jener in der Schweiz entsprechen: zwölf Outlets in den ersten zwölf Monaten – und alles in Eigenregie, ein Franchise ist ausgeschlossen. Für die Karstadt-Gastronomie dient der Starbucks-Brand klar als Image-Auffrischer. Karstadt verfügt heute über 144 Free-Flow-Restaurants in Deutschland und eigene Brands wie Frittjes von Holland oder Chicken-Store. Der zukünftige Geschäftsführer von Starbucks Deutschland: Cornelius Everke. *GSG*

✦ ✦ ✦

Starbucks mit zwei Partnern in Spanien. Starbucks hat seinen Partner für den spanischen Markt gefunden, ist unter www.cafe-future.net zu lesen: Nicht mit einem, sondern mit zwei lokalen Unternehmen wird die amerikanische Coffeebar-Kette hier in Zukunft agieren und zwar mit Vips sowie dem katalanischen Unternehmen Molí Vell. Vips (vormals Grupo Sigla) wird in dem neu gegründeten Jointventure die Beteiligungsmehrheit halten und plant, schon im nächsten Frühjahr den ersten Store in Madrid an den Start zu schicken. Der Mehrmarken-Konzern Vips verfügt derzeit über rund 150 gastronomische Betriebe in Spanien, darunter Cafés, die Pizzeria Gino, Bocadillerías sowie Fullservice-Restaurants (u.a. die Lizenz für das derzeit einzige TGIFriday). Für 2001 erwartet man einen Umsatz von 253 Mio. Euro. In den Siebzigerjahren hatte Besitzer Plácido Arango die Marken Vips (Café + Handel) und Aurrera (Supermarkt) nach Erfolgen in Mexiko im spanischen Markt etabliert. Molí Vell wiederum besitzt gut 170 Bäckereien im Land der Sonne, vor allem im Raum Barcelona, einige mit angeschlossenem Café. Zudem schuf man mit der neuen Muttergesellschaft Europastry den heute führenden Hersteller von TK-Brot- und -Backwaren in Spanien (auch in Frankreich, Italien und Lateinamerika tätig). *r.*

✦ ✦ ✦

Hiestand: Umsatzwachstum und Ausstieg in den USA. Die Hiestand-Gruppe hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2001 einen Umsatz von 216,4 Mio. Franken erzielt, was einem währungsbereinigten Wachstum von 50,4 Prozent gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode entspricht. Aus für Hiestand allerdings in den USA: Als Folge der Ereignisse vom 11. September ist die Hotellerie, der einzige Absatzkanal von Hiestand USA, in enorme Schwierigkeiten geraten. Aus diesem Grund hat man den Ausstieg aus den USA beschlossen. Ab 15. November wird Wolfgang Werlé als Nachfolger von Alfred Hiestand als CEO die Hiestand-Gruppe führen. Werlé war bis September 2001 Leiter des Konzernbereichs SAir Relations bei der SAir Group. Der Unternehmensgründer und bisherige CEO, Alfred Hiestand, bleibt Verwaltungsratspräsident und wird sich vermehrt auf den Konzernbereich Produktion und Innovationen konzentrieren. *r.*

Impressum

Café-Bistro-Cafetier – Die Fachzeitung für Cafeterias, Tea Rooms, Café-Conditoreien, Café-Restaurants, Coffeeshops und Cafébars im deutschsprachigen Raum. Offizielles Publikationsorgan des Schweizer Cafetier-Verbandes SCV (Herausgeber).

Verlag: Schweizer Hotelier-Verein; Leitung SHV-Medien: Niklaus Stuber; Verlagsleitung: Iris Strebel; Anzeigenleitung: Erich Weber; Abonnemente: Anna-Lisa Casaluci; Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, E-Mail: verlag@swisshotels.ch, www.swisshotels.ch. **Redaktion:** Gudrun Schlenczek (GSG, Chefredaktorin), E-Mail: gudrun.schlenczek@swisshotels.ch; Saskia Ott Zaugg (SOZ), saskia.ott@swisshotels.ch; Telefon 031 370 42 16, Fax 031 370 41 44. **Layout:** Karin Gugger. **Korrektorat:** Ursula Affolter Eicher. **Korrespondenten für diese Ausgabe:** Heribert Purtscher, Wien. **Adresse Redaktion/Verlag:** Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern; Telefon 031 370 42 22, E-Mail: cafebistro@swisshotels.ch. **Erscheinungsweise:** 12-mal pro Jahr. Bezugspreis: Jahresabonnement Fr. 48.–, im Kombi mit der hotel+tourismus revue Fr. 145.–. **Im gleichen Verlag:** hotel + tourismus revue, Hotel & Gastgewerbe, gv::swiss.

ExPRESSO

Fellerstandorte an Merkur. Die von der Passaggio-Gastronomiegruppe noch unter der Bon Appétit Holding übernommene Café-Feller-Gruppe (14 Betriebe) wird nun unter der italienischen Mutter Autogrill weiter abgestossen. Dabei kann Starbucks Schweiz (Swiss Star Ltd.) weniger Feller-Standorte übernehmen als anfangs gedacht. An verschiedenen Standorten – wie an der Marktgasse in Bern und im Gran Café in Zürich – wollten die Vermieter einem Pachtvertrag mit Starbucks anscheinend nicht zustimmen. Als Gewinner geht nun die Merkur AG hervor: Diese konnte von der Autogrill Schweiz AG, Zürich, ein schönes Paket mit sechs Standorten für Gastro-Objekte und einen Produktionsstandort übernehmen. Zwei weitere ehemalige Fellerbetriebe gingen bereits an Einzel-Gastronomen. Noch drei Standorte weisen ein Potenzial für Starbucks vor, wovon einer schon unter den Fittichen des Coffeeshoppers ist (Waisenhausplatz, Bern). Von den verbleibenden zwei Lokalitäten ist noch eines zu haben, eines will Autogrill selbst nutzen. *GSG*

✦✦✦

Der erste Nannini-Shop ohne Globus. Das erste Nannini-Outlet in der Schweiz soll Mitte Februar in Lausanne seine Türen öffnen (individueller Franchisenehmer), anschliessend das zweite in Genf. Die erste gemeinsame Coffeeshop-Eröffnung mit dem Franchisenehmer «Magazine zum Globus», Zürich, ist auf den 17. April terminiert: in Luzern (Kapellplatz), direkt gefolgt von Eröffnungen in St. Gallen (Multergasse) und Wädenswil (Zugerstrasse) zusammen mit je einem Oviesse-Geschäft, der neuen Textil-Kette der Globus-Gruppe. Bewusst geht man in kleinere Städte, um nicht dort präsent zu sein, wo schon alle anderen Systemer ihr Glück versuchen. Dank der Food-Lastigkeit ist Nannini für solche C-Lagen auch geeignet. Die Vermarktungsrechte, welche Alessandro Nannini der Globus-Gruppe übertragen hat, gelten für die ganze Schweiz sowie die südlichen Bundesländer Deutschlands und die grenznahen Departemente Frankreichs. Kurz vor der Expo.02 folgt in Biel ein weiterer Coffeeshop im neuen «Midi»-Einrichtungshaus von Interio. Bis zum Jahr 2004 sind rund 20 bis 25 Coffeeshops geplant. *GSG*

✦✦✦

Barry Callebaut floriert. Barry Callebaut erzielte im per 31. August 2000 abgeschlossenen Geschäftsjahr Verkaufserlöse von 2,4 Milliarden Franken, was gegenüber dem Vorjahr einer Steigerung um 7 Prozent entspricht. Das Betriebsergebnis (EBIT) wurde um 14 Prozent auf 149 Millionen Franken gesteigert. Der im Berichtsjahr erwirtschaftete Konzerngewinn beträgt 90 Millionen Franken. Der Kooperation mit führenden Markenartikelherstellern komme eine wachsende Bedeutung zu, heisst es in der offiziellen Pressemitteilung. Die Akquisition der europäischen und afrikanischen Aktivitäten von van Houten dient vor allem dem Ausbau der Marktpräsenz in Osteuropa, Afrika und im Nahen Osten. Mit einer Umsatzsteigerung um 42 Prozent ist der Bereich Gourmet & Spezialitäten im Berichtsjahr erneut nachhaltig gewachsen. Der Bereich erzielte einen Umsatz von 549 Millionen Franken. Dies entspricht 23 Prozent des Konzernumsatzes. Die wichtigsten Produkte sind Markenschokolade, Mischungen für Verpflegungsautomaten, Fruchtzubereitungen und Spezialitäten wie biologische Produkte. Neu konzentriert sich Barry Callebaut auch auf die Entwicklung von Produkten mit gesundheitsförderndem Zusatznutzen. *r.*

Münchner Kette drängt nach Zürich

Die Münchner San Francisco Coffee Company drängt es nach Süden: Im kommenden Frühjahr will man zwei Shops in Zürich eröffnen. Das Konzept besticht durch seinen edel-puristischen Stil.



SFCC: Das individuelle Coffeeshop-Konzept aus München soll jetzt den Schweizer Markt erobern. Foto: zvg

Die San Francisco Coffee Company aus München (www.sfcc.de) will jetzt ein Stück Kalifornien in die Schweiz bringen: Am 15. Januar eröffnet die junge Coffeeshop-Kette, die erst 1999 in Deutschland startete, ihr erstes Outlet in Zürich am Bleicherweg 30. Mit 170 Quadratmetern wird es einer der bisher Grössten von SFCC. Noch im Frühjahr 02 soll ein zweites Outlet in Zürich folgen. Konzept und Preise werden hier zu Lande wie in Deutschland sein (ohne Währungskorrektur). Das heisst: Den Espresso gibts ab Fr. 3.50 und den Latte Macchiato ab Fr. 4.90. Die gute Expansion in München spricht für das Coffeeshop-Konzept (acht Eröffnungen in drei Jahren), das die Atmosphäre der kalifornischen Stadt San Francisco spiegelt. Schon auf den ersten Blick unterscheiden sich die SFCC-Oasen von vielen anderen Cafébars. Die exklusive Einrichtung, entwickelt vom Münchner Architekturbüro Grill und Köppel, hat eine klare Linienführung. Puristisch, edel und in den Firmenfarben Hellblau und Orange – kombiniert mit Mahagoni-Regalen – zeigen sich die Coffee Places. Die Outlets sind im Durchschnitt 80 Quadratmeter gross und verfügen über jeweils etwa 15 Sitz- und Stehplätze. Wer es etwas gemütlicher mag, kann in den so genannten «Hang Out Corners» im Ledersofa und Sessel entspannen. Authentizität hat bei SFCC oberste Prämisse. Auch im Food bleibt man deshalb streng kalifornisch: Wraps und Sandwichs, aber keine Bagels.In München erzielt man im Durchschnitt 30 Prozent des Umsatzes mit Food und davon 10 Prozent mit Wraps. Der Coffee-to-go-Anteil liegt, so SFCC-Geschäftsführerin Katharina Bernau-Seiguer, bei mindestens 30 Prozent.

Trotz Erfolg musste man den ersten Standort in München schon wieder schliessen: Das Outlet im Univiertel an der Amalienstrasse in München entpuppte sich als weniger attraktiv. Zu wenig Schaufensterfront und Gasträume im Untergeschoss führt Bernau-Seiguer als Gründe an. Doch weniger SFCC-Coffeeshops werden es deswegen nicht: Bereits Ende Januar will man einen Flagship-Store an einer 1A-Lage in München (Tal 15) realisieren und verfügt damit wieder über acht Standorte in Deutschland.

Gudrun Schlenczek

Aroma England sucht Käufer

Die Kaffeehauskette von McDonald's hat zumindest in England nicht funktioniert: Dort ist man bereits am Verhandeln, wie man die 35 Aroma-Standorte (alles Eigenregie, 25 in London) wieder los wird. Der Burger-Brater hatte anscheinend aufs falsche Pferd gesetzt, als er 1999 die damals 23 Aroma-Coffeeshops in England erwarb. Nun besinnt man sich jenseits des Kanals eines Besseren und sieht gleichwohl die Zukunft mehr im Food als im Kaffee: Mit der frisch erworbenen 33-Prozent-Beteiligung an der erfolgreichen britischen Sandwich-Kette «Pret A Manger» (gut 100 Standorte) setzt McDonald's auf den Erfolg gehobener Schnellverpflegung. Geeignete Aroma-Standorte sollen denn auch aller Voraussicht nach in Pret-A-Manger-Shops umgewandelt werden. Am Aroma-Sitz in der Schweiz in Zug sieht man den Ereignissen aber relativ gelassen entgegen. Denn: Die Schweizer Aroma-Linie unterscheidet sich in vielem von der englischen. Allein der Auftritt hat mehr Stil. Und auch beim Kaffee bietet man bessere Qualität. *GSG*

Spettacolo: Shop-in-shop

Nach der Premiere im September in Mannheim (Café-Bistro berichtete) folgte nun der zweite Coup in der deutschen Hauptstadt: Am 6. November eröffnete ein Caffè Spettacolo in Berlin am Alexanderplatz. In der Schweiz wurde am 11. Dezember der erste Shop-in-shop in der Hauptpost Basel realisiert. Eine ideale Werbeplattform hat man in der sonntäglichen Fernsehserie «Lüthi & Blanc» des Schweizer Fernsehens gefunden. *GSG*

Café Nescafé auf Expansionskurs

Nestlé-Österreich-Chef Werner Baudrexl ist auf Standortsuche für das erste «Café Nescafé» in Wien. Für ganz Österreich sind für den Einstieg zwei bis vier Standorte geplant. Die Outlets sollen auf Franchise-Basis betrieben werden. «Café Nescafé ist Teil unseres neuen Gesamtkonzepts, das den Ausser-Haus-Bereich stärker berücksichtigt», erklärt Baudrexl. Ein weiterer Baustein dieser Initiative sind kleinere «Nescafé-Corners». Der Start dazu erfolgte im Sommer dieses Jahres im Rahmen des Nestlé-Engagements bei den Salzburger Festspielen. International startete die Cafébar Nescafé 1996 in Grossbritannien. Heute zählt man 92 Cafébars und davon 90 Prozent als Shop-in-shop.

Nestlé hat bereits im Mai 1999 in Frankfurt einen ersten Coffeeshop eingerichtet. Das aufwändig mit viel Glas und Holz eingerichtete Lokal erfreut sich, so Svoboda, vor allem bei der Jugend grosser Beliebtheit. Nun steht man unmittelbar vor einem weiteren Expansionsschritt: Anfang Oktober eröffnete ein Coffeeshop in der Galerie des Münchner Hauptbahnhofes. Noch im gleichen Monat folgten ein Café Nescafé in der Bremer Innenstadt sowie ein weiteres Outlet im Main-Taunus-Einkaufszentrum nahe Frankfurt. Hier konnte die ECE Projektmanagement GmbH als Partnerin gewonnen werden. Die Gruppe managt etwa 80 grosse Shoppingcenter in Ballungsgebieten in ganz Deutschland. Weitere Eröffnungen, u.a. in Dessau und Stuttgart, sind bereits fixiert. Da neben den eigenständigen Nescafés auch noch weitere 15 Coffee-Bars als «Shop-in-shop-Lösungen entstehen, werden die Deutschen Ende 2001 unter insgesamt 35 Nescafé-Coffeeshops und Coffeebars wählen können. Ausserdem wird bereits in 75 Grosskinos Nescafé an Besucher ausgeschenkt: «Ein zusätzlicher Imagegewinn bei den Verbrauchern, was letztlich auch unserem Stammgeschäft im Handel zugute kommt», unterstreicht Gerrit Repko, Vorsitzender der Geschäftsführung der Nestlé Foodservice GmbH. *HP*



CAP
Global-Rechtsschutz

gastroLex®

GLOBAL-RECHTSSCHUTZ FÜR DAS GASTGEWERBE

gastroLex® bietet den Unternehmungen des Gastgewerbes eine einzigartige globale Rechtsschutzdeckung und exklusive CAP Vorteile.

ICH WILL GASTROLEX PRÜFEN!

☐ Bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf.
☐ Bitte senden Sie mir den Qualitätstest gastroLex®.

Coupon einsenden an:
CAP Rechtsschutz · Poststrasse 30 · 6301 Zug · Telefon 041 726 84 84 · Fax 041 726 84 81 · www.cap.ch

Name/Vorname: _____

Firma: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

IgehoNEWS

Nachschlag zur Igeho 2001. Ausgefeilte Halbautomaten, neue Kaffeemischungen und der Vollautomatenhersteller Schaerer, der erstmals mit Halbautomaten von La Spaziale an der Igeho präsent war. Für die Schweiz und Deutschland hat die Moosseedorfer Firma nun nämlich den Exklusivvertrieb inne. Und: Auch deutsche Confiserie gab es zu degustieren: «Drei Meister» aus Werl stellten aus, mit dem Hause «Teekanne», Düsseldorf.





Mövenpick wieder dabei

Seit Jahren erstmals wieder an der Igeho in Basel: Mövenpick Foods Switzerland überraschte mit einem eigenen Stand. Im Gegensatz zur Schwesterfirma Deliciel in Birmensdorf vermarktet Mövenpick Foods Switzerland Ltd mit Sitz in Cham ausschliesslich jene Produkte, welche den Mövenpick-Brand tragen: Kaffee, Glace, Lachs. Der Kaffee wurde neu in ein ganzes Verkaufsförderungskonzept eingebunden (Foto) und ist nun mit Tassen, Kaffeerahm und Zuckersticks zu haben – alles mit Mövenpick-Café-Logo (dasselbe wie für die Mövenpick-Coffeeshops, Pilot in Zürich am Rindermarkt). International erzielt Mövenpick Foods rund 100 Mio. Franken Umsatz pro Jahr. Zielgruppe ist die eher gehobene Gastronomie. Angestrebt wird qualitatives Wachstum. *GSG*

Wiener Kaffeehaus-Kultur

Der italienische Barista-Kult bekommt Konkurrenz: Die Berner Blaser Café AG hat frisch auf die Igeho 01 eine Wiener Kaffeehaus-Mischung unter dem Namen «Servus Amadeus» lanciert. Der Marketingleiter Samuel Zenger ist überzeugt, dass gerade der Wiener Stil für denCafetier eine praktikable Alternative zum italienischen Stil darstellt. Denn: Die Wiener Kaffeehaus-Kultur ist genauso mit Vollautomaten realisierbar und nicht auf hohe Barista-Kunst angewiesen. Ausserdem bestechen traditionelle Wiener Kaffeegetränke wie der Einspänner (Foto) optisch, winken deshalb schon mit einer attraktiven Marge und sind obendrein leicht zuzubereiten. Rezepte und Kaffeekarte – in Zusammenarbeit mit der Pierrot-Lusso AG, Ostermundigen – bietet Blaser Café dem Kunden passend zur Kaffeemischung. Weiter hält Blaser Café zwei neue Specialities im Sortiment, darunter einen echten Mokka aus Äthiopien. Lagenkaffees sind zwar auch bei Blaser Café heute noch ein Nischenprodukt. Allerdings hat sich der Umsatz in den letzten zwei Jahren fast verfünffacht. Weitere Infos: www.blaser-cafe.ch. *GSG*

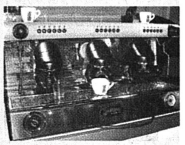


Halbautomaten-Design

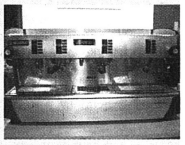
Faema – Vertrieb durch Vendomat AG in Bolligen – relauncht eine Legende: 1961 wurde das Modell E 61 mit Erfolg lanciert, nun folgt der zweite Streich derselben genau 40 Jahre später an der Igeho 01: Die so genannte «Legend» (Foto) ist ausgestattet mit neuer Technologie, aber im Original-Design (Preis: 11 800 Franken).



In drei verschiedenen Farben – Rot, Blau, Schwarz (Foto) – ist die neue Milano von San Remo erhältlich. Aber nicht nur das Design ist edel – im Innern ist der Wasserboiler neu aus Kupfer und jeder Siebträger wird nun einzeln elektronisch gesteuert. Erhältlich ist die Maschine über Italcaffè, Wetzikon. Preis für eine dreigruppige: 6500 Franken. Italcaffè vertreibt auch den Caffè Moak eines sizilianischen Rösters.



Vollautomatisch reinigen wie ein Vollautomat lässt sich die neue Rancilio-Kaffeemaschine. Bei der Classe 10 ist alles elektronisch einstellbar, von der Vorbrühzeit bis zur Einschalt- oder Reinigungszeit. Die dreigruppige Classe 10, die auch sämtliche italienischen Kaffeespezialitäten automatisch liefert, kostet rund 13 000 Franken (www. rancilio. com). *GSG*

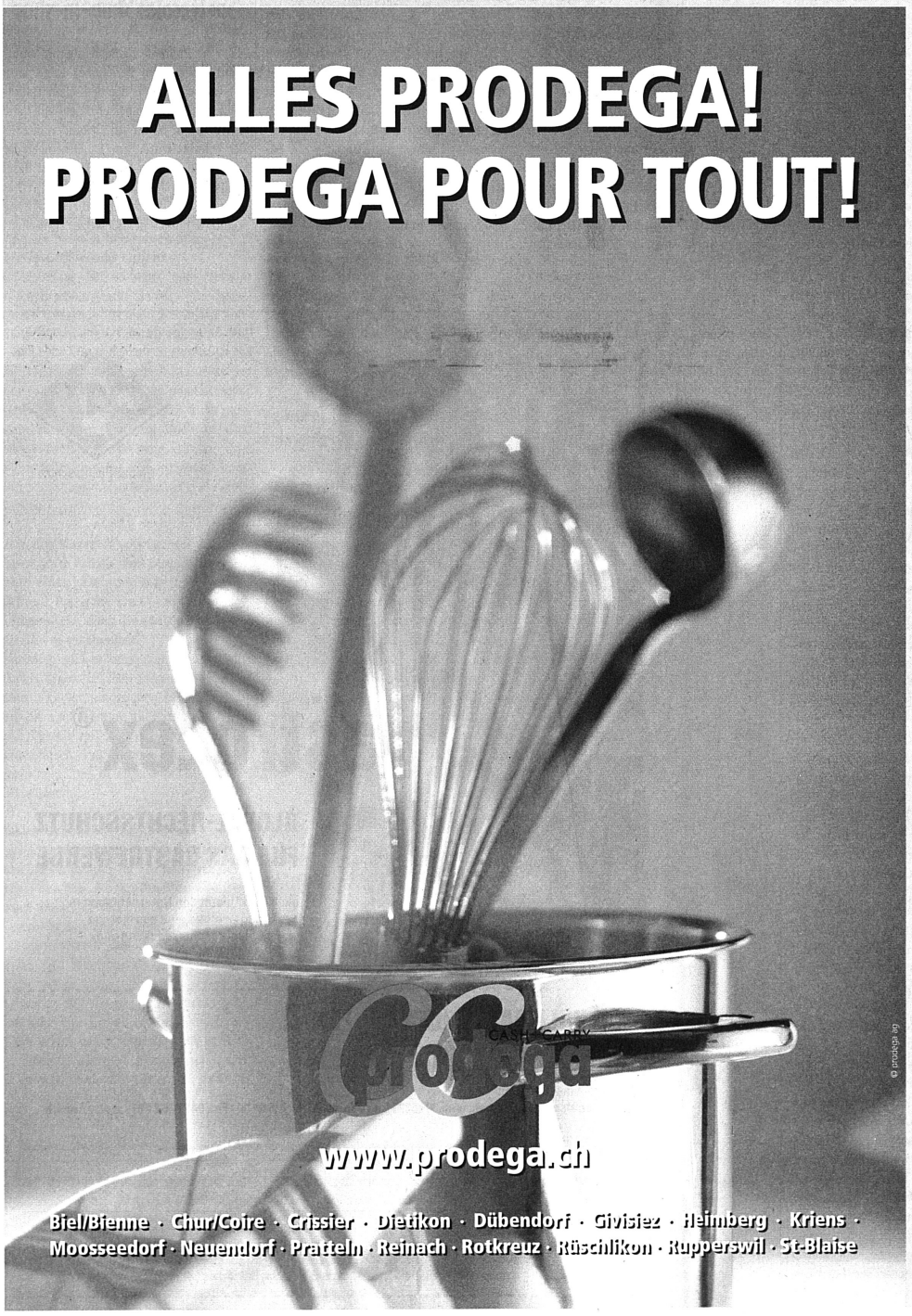


Tee-Qualität im Trend

Das Luzerner Teefachgeschäft mit Teehandel, L'Art du Thé (www.art-du-the.ch), macht Furore: Vor gut vier Jahren rief die Marketing-Beraterin Barbara Vogel-Häfliger den Handel mit hochwertigen Tees aus persönlicher Überzeugung heraus ins Leben. Seit Juni dieses Jahres ist das florierende Luzerner Geschäft nicht mehr nebenbei zu bewältigen, und so widmet sich die Geschäftsführerin heute voll dem Handel mit seinen 200 Teesorten und hat ihre anderen Mandatsaufträge beendet.



Sechs Mitarbeiter beschäftigt L'Art du Thé mit dem Geschäft an der Pfistergasse in Luzern heute. Wichtiger Kunde ist die Gastronomie: Rund die Hälfte des Umsatzes erzielt man heute bereits im Gastgewerbe, schätzt Vogel. Kein Wunder, hat doch Vogel mit ihrem Angebot – auch an exquisiten Beuteltees – eine Marktlücke in der Schweiz getroffen, die beispielsweise in Deutschland heute noch durch das Frankfurter Teehaus Ronnefeldt abgedeckt wird. Vogel präsentierte in der World of Inspiration an der Igeho aber mehr als Tee: Ihre neueste Kreation ist ihr selbst designter Teekrug «Solo» (5 dl), produziert von Royal Porcelain in Thailand, der durch Design und Handlichkeit für den Portionenservice am Tisch überzeugt Gastro-Preis für das dreiteilige Set: Fr. 48.50. Nicht neu, aber im Trend ist das Produkt «Roibosh», ein teinfreies Kraut (Ginsterbusch) für den Aufguss, das es bei L'Art du Thé in verschiedenen Aromen gibt und neu auch bei Hochstrasser, Littau, im Angebot ist. *GSG*



Coffeeshops: Der grosse Überblick zum Jahresende

Was der deutschsprachige Markt heute hergibt: Café-Bistro hat hier jene Coffeebar-Systemer aufgelistet, die am expansivsten sind oder sein werden. Deutlich: Die Ersten haben noch die Nase vorn. Und: Der typische deutsche Coffeeshop legt rund drei Eröffnungen pro Jahr hin.

Zum Jahresende liefert Café-Bistro das aktuelle Ranking des deutschsprachigen Coffeeshopmarktes. Noch immer haben jene die Nase vorn, die schon länger am Markt sind: In Deutschland sind das die Ausschankfilialen von Tchibo, die aufgrund ihrer neuen Ausrichtung konzeptionell zumindest versuchen, es den Coffeeshops gleichzumachen. In Österreich ist das Segafredo, der Röster gehört auch in Deutschland zu den Ersten. In der Schweiz wiederum ist die Merkur-Gastronomie mit Spettacolo weiterhin die Nummer eins. Das wird auch erstmal so bleiben. Starbucks wird Spettacolo voraussichtlich erst Ende nächsten Jahres punkto Anzahl Standorte einholen: Dann wollen beide um die zwanzig in der Schweiz zählen.

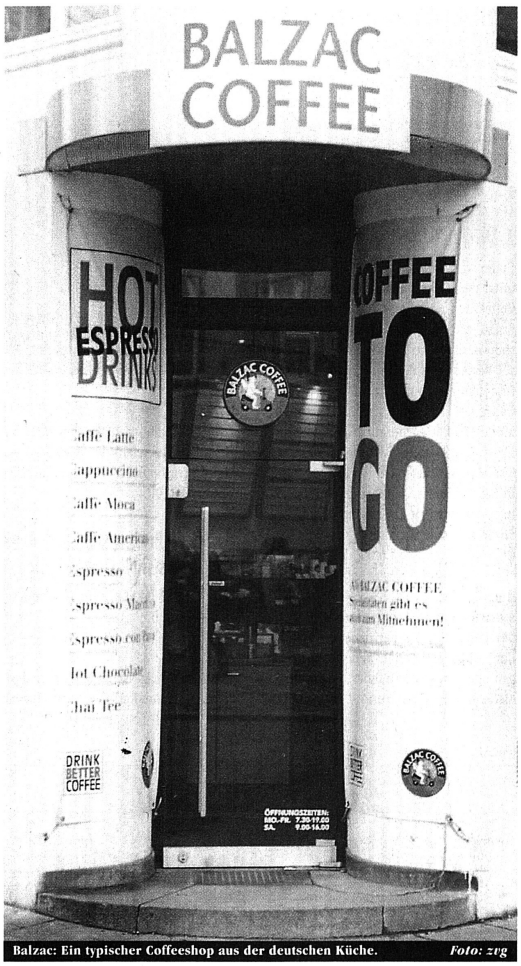
Das einschneidende Ereignis dieses Jahres auf dem europäischen Festland war die Ankunft von Starbucks, in der Schweiz und in Österreich haben die ersten Outlets ihre Türen geöffnet. In Spanien und Deutschland hat man bereits Partner. Denn allgemein gilt: Der Coffeeshopmarkt ist grundsätzlich kein nationaler, sondern ein internationaler. Fünf der Top Ten auf dem Festland sind auch in England unter den ersten zehn: Starbucks, Costa, Ritazza, Aroma, Nescafé.

✦ Der typische US-Style

Der deutsche Coffeeshopmarkt ist der ältere im Vergleich zu Österreich und der Schweiz und bietet weit mehr Systeme heute als die Nachbarländer. In Deutschland bestimmen allgemein von Individualpersonen selbst entwickelte Konzepte das Bild, die internationalen Coffeeshopper – abgesehen von der Dominanz von Lavazza und Segafredo – sind noch kaum präsent. Das kann sich aber schnell ändern. So war auch Costa Coffee in England lange allein auf weiter Flur und deutlich der Leader, inzwischen holt dort Starbucks schon saftig auf. Und: Die in Deutschland entwickelten Konzepte präsentieren sich vielfach im typischen US-Style eines Coffeeshops, auch mit ausgeprägtem Merchandising. Was sie meist allerdings nicht haben: die gemütlichen Sesselounges von Starbucks. Dafür bieten manche mehr Eleganz und Design (zum Beispiel Coffeeshop Einstein in Berlin) – und Kaffeequalität. Im allgemeinen prägen Halbautomaten die deutsche Coffeeshopszene – und es sind immer ähnliche Marken, die man in den Outlets antrifft. Trotzdem: Auch Vollautomaten kommen zum Zuge: Cafetiero, ein Brand der Restaurationsbetriebe Stockheim, setzt beispielsweise auf Schaerer-Maschinen.

✦ Die ersten Einbrüche

Deutscher Wachstumssieger: Bei den typischen Coffeeshops ist das Costa – ein Brand der Whitbread-Gruppe – mit acht neuen Outlets innerhalb von zwei Jahren. Sonst liegt der jährliche Multiplikationsrhythmus der meisten deutschen Coffeeshopper bei durchschnittlich zwei bis drei Eröffnungen pro Jahr. Dabei haben diejenigen, die in Eigenregie multiplizieren,



Balzac: Ein typischer Coffeeshop aus der deutschen Küche. *Foto: zvg*

sogar einen Vorsprung vor jenen, die auf Franchise setzen – wenn man mal von Segafredo absieht. Einer, der eine gute Handvoll Schliessungen hinnehmen musste, ist World Coffee: Statt über zwanzig Ende letzten Jahres zählt das Unternehmen heute nur noch 15 Shops.

✦ Aus für Passaggio Caffè?

Auch in der Schweiz machen zwei bereits Rückzieher – die Gründe liegen hier jedoch nicht in Rentabilitätsproblemen der Cafékonzepte: Einmal wird Bonne Journée durch die Selecta-Übernahme von Compass wahrscheinlich bald verschwinden, da Compass eigene Konzepte hat und zudem die Cafépräsenz durch ein weiteres Konzept in der Schweiz – neben Caffè Ritazza und Café Select – noch ausbauen will. Zum anderen wird wohl auch Passaggio Caffè (zwei Outlets in zwei Jahren) über kurz oder lang von der Bildfläche verschwinden. Wurde das Cafébar-Konzept doch vor zwei Jahren noch innerhalb der Bon Appétit Group lanciert und gehört nun wie die gesamte Passaggio-Gastronomie zu Autogrill. Doch die italienische Gruppe verfügt selbst über den relativ starken Cafébar-Brand «A-Café» und visiert zudem eine Zusammenarbeit bei Food Courts mit Starbucks an.

Anfang kommenden Jahres drängen dafür zwei neue ausländische Coffeeshopper auf den Markt: Nannini wird voraussichtlich Mitte Februar in Lausanne das erste Outlet eröffnen und die Münchner San Francisco Coffee Company im Januar in Zürich. Aber auch die Zulieferer des jungen Coffeeshopmarktes schauen gern über die Grenze: Der Bremer Röster Azul ist schon länger mit I.O.-Kaffee in der Schweiz, Cup&Cino aus Paderborn versucht hier zu Lande Fuss zu fassen, und die Alexander Schärf & Söhne GmbH aus der Wiener Neustadt (Coffeeshop Company) berät und liefert ihre Halbautomaten.

Gudrun Schlenczek

Expansive Coffeeshops und -bars in Deutschland

Marke/Firma	Start	Standorte Ende 01	Kaffeemaschine	Kaffee-Leader	Kaffeepreis** Cappuccino/ L. macchiato	USP	Betreibermodell
Tchibo +Eduscho	1999 (1950)	280* 2 reine Coffeeshops	k.A.	k.A.	3 DM (large) 3 DM	altbekannt, Non-Food, preiswert	Eigenregie
Segafredo	1990	90	La San Marco	L. Macchiato	individuell	itallen. Espresso; starke CI	Franchise
Lavazza	1992	33°° +34°	verschiedene	Cappuccino L. macchiato	3.30 – 4.50 DM/ 4.00 – 5.20 DM	ital Espresso, bekannter Röster	Kooperation
Café Nescafé	1999 Shop-in-shop	5+ 35	San Remo	L. Macchiato	individuell	bekannte Marke	Franchise
Caffè Ritazza	1998	4 8°	Schaerer	Cappuccino L.macchiato	1 bis 5 DM	Konzept eines Caterers	Eigenregie
Jacobs°°°	2000 Shop-in-shop	1+ 17	Thermoplan Bremer Viva	J_Cup Vanilla	2.90 – 3.50 DM für J_Cup-Drinks	alles ganz anders: neue Kaffeeformel	Zukunft: Franchise
World Coffee	1997	15	Carimali	Cappuccino	4 DM/4.50 DM	typ. Coffeeshop	Eigenregie
Wiener's	1997	14	Schärf	Melange	Melange: 4.80 DM	wienerisch	
Cafetiero	1998	12	Schaerer La Marzocco	Cappuccino	3.90 – 4.50 DM	Pure Origins, Conran-Design	Eigenregie Franchise
Café Einstein	1999	11	La Marzocco	Cappuccino Caffè latte	4.11 Euro 4.11 Euro	elegant, hat Namen in Berlin	Eigenregie
Balzac Coffee	1998	10	Halbautomat	Caffè Latte	4 bis 5 DM	typischer Coffeeshop	Eigenregie
San Francisco Coffee Company	1999	8	Cimbali Bonamat	White Chocolate Mocca	4.90 DM 5.60 DM	spezielles Design, typischer Coffeeshop	Eigenregie
Costa Coffee	2000	8	CMA	k.A.	4.90 DM	Food: frisch; Englands Nr.1	Eigenregie
Woyton	1998	7	La Marzocco	Caffè latte	3.80 DM	foodlastig, Combi-Meal	Eigenregie
Black Bean	1998	5	ECM	Cappuccino Caffè latte	3.30 – 3.80 DM 4.50 DM	typ. Shop; Bagels aus New York	Franchise
Testa Rossa	1999	5	Cimbali	Cappuccino	3.90 – 5.20 DM 4.90 – 5.80 DM	Italo-Style made in Austria	Franchise
Spettacolo	2001	2	Cimbali	k.A.	≈ 4.70 DM	Italo-Style aus CH	Eigenregie Ziel: Franchise

* bis Ende 02 alle Ausschankfilialen modernisiert mit trendiger Coffeeshopecke / ** kleinste Grösse / ° in Betriebsrestaurants / °° davon 14 als Shop-in-shop / °°° die detaillierten Angaben betreffen J_Cups

Quelle: Café-Bistro 2001, Bern

Expansive Coffeeshops und -bars in der Schweiz

Marke/Firma	Start	Standorte Ende 01	Kaffeemaschine	Kaffee-Leader	Kaffeepreis** Cappuccino/ L. macchiato	USP
Spettacolo Merkur Gastronomie starke Mutter	1999	**13** +5 (in Avec-Shops)	Cimbali	Latte	Fr. 3.70 Macchiato Fr. 3.50	Style: italienisch
Starbucks	2001	**8**	La Marzocco	Macchiato Caramel	Fr. 4.80 Fr. 5.80	internat. Leader, typischer Coffeeshop
Ritazza (Compass)	1999	**5**	Schaerer Cimbali	Espresso Cappuccino	Fr. 1.80 – 4.20	internationales Konzept
Aroma	2000	**4**	Schaerer Otto oder quattro	milkbased Coffees	Fr. 4.30 Fr. 4.80	europäischer als Starbucks
Xpresso	2000	**3**	Cimbali Cafina	Espresso	Fr. 3.30	Mutter: Pause Café mit Tradition
Il Caffè di Roma	2000	**3**	La Spaziale	k.A.	Fr. 3.90	Pure Origins, typisch italienisch
Mövenpick Café	2001	**1**	La Spaziale	Cappuccino Caffè latte	Fr. 4.30 Fr. 4.50	Ice-cream; Frozen coffee mit Mousse
Nannini	2002	**–**	Faema	noch offen	noch offen	italienisch/eigener Food

** kleinste Grösse

Quelle: Café-Bistro 2001, Bern

Expansive Coffeeshops und -bars in Österreich

Marke/Firma	Betreibermodell	Start	Standorte Ende 01	Kaffeemaschine	Kaffeepreis Cappuccino	USP
Segafredo	Franchise	1989	**≈ 50**	La San Marco	28–37 ATS	italienische CI
Coffeeshop Company	Eigenregie Franchise	1999	**5**	Schärf	34 ATS	typischer Coffeeshop
Testa Rossa	Franchise Eigenregie	1999	**13**	La San Marco	individuell	italienisch
Nannini	Franchise	1999	**3**	Faema	38 ATS	italienisch; Food
Cup&Cino	Franchise	2000	**1**	Eigenmarke	29 ATS	sonst stark in Gastronomie
Mövenpick Café	Eigenregie	1999	**1**	La Spaziale	34 ATS	Qualitätsmarke

Stark präsent sind in Österreich zudem Tchibo mit heute sieben Coffeeshops und 30 Ausschankfilialen sowie Eduscho (120 Ausschankfilialen); Nestlé will neu mit der Cafébar Nescafé Fuss fassen.

Quelle: Café-Bistro 2001, Bern

Coffeeshop 2001: Eine neue Plattform für die Kaffeewelt

In Bad Homburg stiess der erste deutschsprachige Coffeeshop-Kongress auf gute Resonanz: Der Veranstalter, die B+P Managementforum GmbH, konnte 150 Teilnehmer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zählen. Café-Bistro war aktiv dabei.

Es wurde auch Zeit. Die noch sehr junge, aber umso dynamischere Coffeeshop-Branche braucht eine Plattform für den persönlichen Kontakt, einen Ort des aktiven Informationsaustauschs. Die B+P Managementforum GmbH hat die Initiative ergriffen und Anfang November den ersten Coffeeshop-Kongress im Kurhaus in Bad Homburg lanciert. Die Resonanz: Eine stattliche Teilnehmerzahl von rund 150 Fachleuten aus der Coffeeshop- und Zuliefererwelt. Auch die im Foyer des Kongresssaals angegliederte kleine Messe war seitens der Aussteller gut gebucht. Hier sorgten neben anderen Segafredo Zanetti und Bremer Kaffeemaschinen für die Kaffeepause, Dawn und Hiestand für den passenden Snack.

Einer, der als Benchmark für die internationale Coffeeshopwelt omnipräsent ist, durfte auch beim ersten deutschsprachigen Kongress nicht fehlen: Der Präsident für Starbucks Europe, Middle East und Africa, Mark McKeon, wurde als Keynote Speaker berufen und verriet der Hörerschaft einmal mehr die Erfolgsfaktoren: «Starbucks ist eine Marke mit Gefühlen und in dieser Art gibt es wenige.»

Keine Angst vor Starbucks

Genauso omnipräsent wie Starbucks war unter den Teilnehmern und Referenten des Coffeeshop-Kongresses in Bad Homburg die Frage, wie stark sich die Café- und Coffeeshop-Branche im deutschsprachigen Raum vor der Ankunft des internationalen Riesen fürchten muss: Anlass zur Sorge zeigten die wenigsten. So stellte die Referentin Erika Müller, Leiterin Merkur Gastronomie, in ihrem engagierten Vortrag beispielsweise fest: «Wir verdienen keinen Rappen weniger in Bern, seitdem Starbucks mit einem Store in der Hauptstadt präsent ist.» Im gleichen Sinne reagierte Katharina Bernau-Seiguer, CEO San Francisco Coffee Company, München – trotzdem warnte sie: «Jeder Coffeeshopbetreiber muss sein Konzept darauf ausrichten, dass Starbucks kommt.» Über das Potenzial, das der deutsche Markt für Coffeeshopper hergibt, gehen die Meinungen allerdings auseinander: Während Mark McKeon von allein rund 1500 Starbucks-



Erika Müller, Leiterin Merkur Gastronomie, überzeugte mit ihrem Vortrag über Spettacolo.



Gerd Bringewatt, Geschäftsführer Lavazza Deutschland, zählt immer mehr Shop-in-shop-Bars.



Die Chefredaktorin von Café-Bistro, Gudrun Schlenczek, als Vorsitzende der Coffeeshop 2001.

Outlets spricht, schätzt Consulter Philipp Keller aus Bielefeld das gesamte Potenzial für Coffeeshops in Deutschland ebenfalls auf rund 1500 …

> **«Nur 29 Prozent der Gäste denken, dass sie löslichen Kaffee in der Nescafébar trinken.»**
>
> *Gerhard Idel*

Doch Starbucks ist nicht der einzige Konkurrent, der der Kaffeewelt erwächst: Absatzkanäle wie Tankstellen und Drogeriemärkte sind überproportional am Wachsen: Der Umsatz der deutschen Tankstellenshops ist seit 1992 bis zum letzten Jahr um 33 Prozent gewachsen und jener in Drogeriemärkten um 71 Prozent, so Björn Kroog, Nielsen GmbH, Hamburg. Zu den zehn umsatzstärksten Fastfoodern in Deutschland zählen heute immerhin bereits drei Mineralölgesellschaften, führt weiter Peter Hack, Vorstandsvorsitzender der Hack AG, Kurtscheid, aus: BP Petit Bistro, Aral sowie Esso. Während 1984 der Shopanteil nur zu 10 Prozent am Tankstellenertrag beteiligt war, waren es 2000 bereits 47 Prozent (Quelle: Aral). Gerade Tankstellenshops seien dabei häufig mit einer Caféecke/-bar ausgestattet.

Segafredo an Tankstellen

Segafredo ist ein Röster, der die Zeichen der Zeit erkannt hat und mit der Mineralölgesellschaft AGIP kooperiert. Franz Schwaiger, Geschäftsführer der Segafredo Zanetti GmbH Deutschland, will bis Ende Jahr in Deutschland gesamthaft rund hundert Outlets realisiert haben. Aber auch bei

Publireportage

Wenn der frische Saft kein kalter Kaffee ist

Das Seminar ist anstrengend, die Pause verdient. Grossandrang am Buffet. Ein frisch gebrühter Kaffee macht die Teilnehmer wieder munter. Grossandrang auch in der Kantine des Sportplatzes. Erfrischende Getränke müssen rasch den ärgsten Durst stillen. In solchen Momenten sind leistungsfähige Getränkesysteme notwendig. Die Repa AG aus Seon bietet mit Cafitesse und Bibsy entsprechende Lösungen an. Erfolgreich – seit über 40 Jahren…



Das vielblättrige Kleeblatt der Repa AG: Die Getränkesysteme Cafitesse und Bibsy erfüllen höchste Kundenansprüche und sichern eine feste Marktposition.

Drehen wir das Rad der Zeit zurück. Als im Jahre 1964 die ersten Repa-Fahrzeuge durch die Lande kurvten, setzte sich das Ladegut aus Premix-Ausschankanlagen, entsprechendem Zubehör sowie aus Containern und Fässern für Softdrinks und Bier zusammen. Ziel der Trucks: Getränkehersteller und Brauereien. Nur ein paar Jahre später, nämlich 1970, wagte die Repa AG den Schritt ins Postmix-Geschäft. Damit verbunden war der Aufbau einer Service-Organisation für die direkte Belieferung und Betreuung der Kunden. Und im Zuge dieser Entwicklung übernahm die Repa AG 1982 die Generalvertretung für das Cafitesse-Kaffeesystem des niederländischen Veredlers Douwe Egberts.

Premix? Postmix?

Wie interessant die Repa AG im Laufe ihrer Geschichte für potente Partner war, und wie innovativ die Zukunft in diesem Hause angegangen wurde, beweist die Tatsache, dass das Unternehmen 1985 von der Rivella AG, Rothrist, übernommen und bereits zwei Jahre danach das Getränkesystem Bibsy erfolgreich eingeführt wurde.

Die Frage einer endgültigen und klaren Weichenstellung stellte sich immer deutlicher und das Ergebnis manifestierte sich 1994, als der langjährige Geschäftsführer Kurt Bertschi im Rahmen eines Management-Buy-Out die Aktien der Repa übernahm. Der Postmix-Bereich verblieb bei der Rivella AG, und die eigenständige, fortan nurmehr auf dem Premix-Bereich spezialisierte Repa AG zog nach Seon. Heute stehen der Kundschaft rund zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Verfügung. Ihre primäre Aufgabe: Der Vertrieb der Getränkesysteme Cafitesse und Bibsy sowie die Sicherstellung optimaler Serviceleistungen nach dem Verkauf.

Stets «auf Draht»

Optimale Serviceleistungen – darauf legt die Repa AG in der Tat sehr viel Gewicht. «Sie können sich einfach auf den Verkauf der Getränke konzentrieren». Mit dieser Aussage wird betont, dass sich der Kundendienst «immer auf Draht» befindet. Rund um die Uhr, sieben Tage in der Woche. Als besondere Dienstleistung gewertet wird, dass es der Repa AG dabei nicht allein um die Wartung der Geräte geht, sondern auch um die Belieferung der Kunden mit den notwendigen Basisprodukten, sprich primär mit der erstklassigen Douwe Egberts-Kaffeemischung oder mit den Getränkekonzentraten für Orangen- und Grapefruitsaft, Eistee oder Blutorangen-Nektar. Alle vier Wochen geht das Repa-Team auf grosse Tour, auf dass sich bei den rund 1000 aktiven Kunden in der ganzen Schweiz die Lager nie erschöpfen. Nicht von ungefähr bezeichnet sich die Repa AG in ihrer Dokumentation als «Partner für rationelle Getränkeversorgung».

Cafitesse… im Spital

Direkt am Speiseverteilband in der Zentralküche meistern Cafitesse-Kaffeemaschinen und Micherhitzer problemlos Zubereitung und Portionierung. Ein stufenlos verstellbarer Hubwagen erleichtert die Bedienung, das Füllen und das Reinigen. Mit der dezentralen Kaffee- und Milchzubereitung auf der Etage oder der Station wird ein Top-Hotelservice erreicht. Die Gäste schätzen frisch gebrühten, heissen Kaffee zum Frühstück und zwischendurch. Dank dem Cafitesse-System kennen sie die effektiven Kaffeekosten.

Mehr… Leistungen

Der Gastro-Boy, ein praktischer Rollwagen, Getränkepackungserwärmer, ein Tassenwärmeschrank: Zusatzgeräte, die ebenfalls zum Sortiment der Repa AG gehören und im Rahmen der von der Firma massgeschneiderten Lösungsvorschläge wichtige Optionen darstellen.

Bibsy… gegen den Durst

Bibsy ist das einzigartige Ausschanksystem mit dem Fruchtsäfte und andere Getränke gekühlt und absolut hygienisch ausgeschenkt werden. Fruchtsaft- und Getränkekonzentrate gelangen direkt aus der praktischen Bag-in-Box ins Glas. Die erfrischenden Getränke kommen so nie mit Luft oder Teilen des Gerätes in Kontakt. Die Getränkequalität bleibt erhalten, absolute Hygiene ist gewährleistet. Reiner Orangen- und Grapefruitsaft, Blutorangennektar, Eistee usw. sind im Angebot. Je nach Verbrauch werden Geräte inklusive Service leihweise zur Verfügung gestellt.

Cafitesse… im Hotel

Ob nur ein paar wenige oder tausend Gäste, ob in der Tasse, im Kännchen oder im Krug, jede Portion wird erst bei Bedarf frisch gebrüht, ohne Verlust an Kaffee und Geschmack. Cafitesse-Maschinen sind schnell, einfach zu bedienen und betriebssicher. Der Reinigungsaufwand ist gering. Papierfilter und Kaffeesatz gibt es nicht. Der Kunde kennt die tatsächlichen Kaffeekosten genau. Je nach Verbrauch entstehen für Maschinen und Service keine Auslagen. Douwe Egberts, gegründet 1753, einer der grössten und erfahrensten Kaffeeveredler, hat das Cafitesse-System entwickelt, das heute global die Kaffeeversorgung im professionellen Einsatz wesentlich vereinfacht.

Flagge zeigen

Rationelle Getränkeversorgung ist eine Seite, eine andere ist der rationelle Ausschank von qualitativ hochstehenden Produkten. Die Getränkesysteme Cafitesse und Bibsy sind die entsprechenden Garanten dafür und das Fundament dieser Erfolgsgeschichte fusst auf der Repa-Postmix-Philosophie, die – wie erwähnt – im Jahre 1970 ihren Anfang nahm und sich zwölf Jahre später mit der Übernahme der Generalvertretung des Cafitesse-Kaffeesystems bestätigte. Ebenso wie das fünf Jahre später eingeführte Bibsy-System für gekühlte, kohlensäurefreien Getränke, segelt auch Cafitesse unter der Flagge Qualität. Wirtschaftlichkeit und Sicherheit. Die Plazierung bedürfnisgerechter Geräte, die Lieferung ausgesuchter Qualitätsprodukte und der angetönte zuverlässige Kundenservice – diese Marktleistungen hat sich die Repa AG aufs Banner geschrieben und trägt diese Fahne stolz und aufrecht im Wind des hart umkämpften Marktes.

repa GETRÄNKESYSTEME

Verdienste der Repa AG

Wenn Hotelgäste am Frühstücks- oder Bankett-Tisch den feinen, frisch zubereiteten und heissen Kaffee geniessen, wenn in Spitäler und Heimen eine professionelle Kaffee- und Milch-Zubereitung gelobt wird, dann ist das ein Verdienst der Repa AG. Wenn durstige und erschöpfte Gäste in reinem Orangensaft mit Fruchtfleisch, im Blutorangen-Nektar, im Eistee mit reinem Schwarztee-Extrakt Erfrischung suchen, sich gütlich tun an Tranksame, die aus Konzentraten in der praktischen Bag-in-Box entstammen, dann ist das ebenfalls ein Verdienst der Repa AG.

Der Umstand, dass das Unternehmen stets eine genaue Analyse der individuellen Ist-Situation vornimmt, Wirtschaftlichkeitsberechnungen für Geräte und Produktebedarf anstellt und massgeschneiderte Lösungsvorschläge entwickelt, gewährleistet, dass die Kunden sich nicht auf 0815-Lösungen zu beschränken haben und sich die Gäste nicht mit 0815-Getränken zufrieden geben müssen.

Drogeriemärkten ist für Coffeeshops genauso eine Shop-in-shop-Lösung durchaus denkbar (Beispiel: Cafetiero bei Douglas-Parfümerie in Düsseldorf).

«Der Coffeeshop anvanciert zur lifegestylten Beverage-Food-Bar.»

Kai Ellerbrock, Market Grounds

Einen weiteren wachsenden Absatzkanal für den Ausser-Haus-Konsum von Kaffee führte Hansjürgen Heinick von der BBE-Unternehmensberatung, Köln, an und zitierte dabei eine hauseigene Studie: Bei einer Umfrage bei Bäckern (2000) nannten 41 Prozent das Stehcafé als den bedeutendsten Trend bei der Betriebskonzeption.

✦ Der Hit: Saisonspezialitäten

Andererseits bekommen wiederum die Bäcker Konkurrenz durch junge Sandwich-Maker: Ein führender Lieferant im Bereich Frische-Sandwich ist Mike's Sandwich aus Hamburg. Die Botschaft von Christoph Kadereit, geschäftsführender Gesellschafter der Koka Verwaltung GmbH: «Der Kunde spricht auf Saisonspezialitäten besser an als auf eine zu breite Produktepalette.» Kaffeekenner Steffen Schwarz von Dionysos Consulting, Mannheim, warnte allgemein vor einer zu breiten Produktepalette, da sonst «die Profilschärfe verloren geht».

Dass der Konsument sich jedoch gerne von viel Marketing und Kaffee-Show verführen lässt, beweist gerade die sehr differenzierte Coffeeshopszene und nicht zuletzt auch die Cafébar Nescafé mit heute fünf Standalone-Outlets in Deutschland: Nur 27 Prozent der Gäste wissen oder denken nämlich, dass sie in der Nescafé-Cafébar löslichen Kaffee trinken, machte Gerhard Idel, Leiter Nescafé Out of Home bei der Nestlé Foodservice GmbH in Frankfurt, deutlich.

Gudrun Schlenczek

Der Coffeeshop-Kongress 2002 findet am 21./22.3.2002 in Bad Homburg statt. Informationen: B+P Management Forum GmbH; Tel. 0049 617 29 66 60; E-Mail: info@managementforum.com

Backnews von der Coffeeshop 2001



Hiestand Backwaren GmbH präsentierte gemeinsam mit der Ladenbaufirma Wescho Holding GmbH und der Miwe GmbH eine ganz junge Idee: ein Standard-Modulsystem für die Bäckerei – bestehend aus Cafébar, schmaler Theke und Rückwand mit Ofen sowie Kaffeemaschine –, das auch für kleinsten Raum geeignet ist. Denn der ehemalige Schweizer Marketingverantwortliche von Hiestand und heute in der gleichen Funktion in Deutschland, Heini Max Surber (Foto), ist überzeugt: Die Erfolgsformel für guten Absatz ist ein schmales Sortiment.



Dawn Foods International GmbH zeigte original amerikanischen Food: Produziert werden die Halbfertigprodukte für die «authentisch amerikanischen Feingebäcke» in England. In Deutschland ist Dawn seit fünf Jahren auf dem Markt und setzt dieses Jahr rund 2 Millionen DM um. Der weltweite Umsatz liegt bei 750 Mio. US-Dollar. Abnehmer sind in Deutschland vor allem die Bäcker. *GSG*

Die Cafébar vom Bäcker für den Supermarkt

Die Bäckerei Pollmeier aus Bielefeld hat eine Cafébar nicht für die eigenen Filialen, sondern für Top-Innenstadtlagen entwickelt. Der Pilot im Supermarkt soll kein Einzelfall bleiben.

Aus einer Urlaubsbekanntschaft wurde Profession: Thomas Pollmeier, der im Raum Bielefeld 21 Filialen zu seiner Bäckerei Pollmeier GmbH mit Sitz in Bielefeld zählt, kam auf den Kaffee respektive Espresso während den Ferien in Italien. Ganz unabhängig von der Bäckerei realisierte er im Vorkassenbereich im Marktkauf (Supermarkt) in Bielefeld den ersten «Cafébar»- Testbetrieb. Denn, so Pollmeier an der Coffeeshop 2001 in Bad Homburg: «Bäckerladen und Cafébar passen nicht zusammen. Denn in der Cafébar verkauft man eine Pause und in der Bäckerei kauft man eher auf die Schnelle.»

Bewusst beschränkte er sich beim Design der Cafébar auf das Wesentliche und hielt insbesondere die Rückwand beim Pilot schlicht. Denn: «Ein Supermarkt ist sowieso schon überreizt.» Die Cafébar ist zum Supermarkt hin komplett offen und der Sitzbereich mit mit hoher Bestuhlung für den schnellen Konsum im Supermarkt ausgestattet. Trotzdem: Der Materialmix aus Holz, Glas und Edelstahl ergibt eine Ambiance, wie man sie normalerweise im Supermarkt eben nicht erwartet. Entsprechend schenkt das Personal den Kaffee aus einem dreigruppigen Cimbali-Halbautomaten aus (2 Vollzeitkräfte, 1 Teilzeit, 3 Aushilfen). An den gut frequentierten Tagen zählt die Cafébar über 400 Kunden pro Tag und an den übrigen 250 bis 350. Der Durchschnittsbon liegt dabei über 6 DM. Die Kaffeesorten: Hauskaffee, Espresso, Espresso spanisch, Espresso III. Die Bohnen werden auch frisch abgefüllt verkauft (250 Gramm: 12.95 DM). Beim Kaffeekonsum vor Ort nennt Pollmeier Caffè Latte, Cappuccino und Filterkaffee als Leader. Als Snacks offeriert man Pannini, Ciabatte, Sandwichs, Obstsalat, Paulinchen, Muffins, Choc Pollis, Croissants. Im Winter wird das Fooodsortiment durch Crêpes erweitert und im Sommer durch Glace. Als Muss bezeichnet Pollmeier auch Alkoholisches wie Prosecco, Ramazotti und Campari. Die stärkste Tagesfrequenz liegt zwischen 11.30 und 14 Uhr, Probleme bereitet gerade im Supermarkt das Frühstücksgeschäft. Aber auch kalte Specialities, die in diesem Umfeld noch schnell als «kalter Kaffee» wahrgenommen werden. Das Preisniveau der Cafébar im Marktkauf liegt rund 50 Pfennig unter dem üblichen Gastroniveau in Bielefeld: Cappuccino für 3.50 DM, Espresso für 2.50 DM, Latte Macchiato für 4.50 DM.



Die «Cafébar» – das Konzept eines deutschen Bäckers für den Supermarkt.

Gudrun Schlenczek

KOLANDA
GENUSS HAT EINEN NAMEN
12.12.2001
Unser Thema: Kaffeekultur in Perfektion
Wir gratulieren zum 60-jährigen Jubiläum
GARAGE BASILISK AG
Cellwar
CRETTI & CO. KAFFEE-SURROGAT-FABRIK
Dietiker of Sitzerland
Dixa Herbs and Spices
DOMACO Dr. med. Aufdermaur AG
ELAG VERPACKUNGEN AG
ETIMARK
GONDRAND
HUG Feines aus Luzern
Kambly
Lächerli-Huus BASEL
LANDE Lande AG
Walter Matter walter matter s.a.
Sweet Basel AG
TRAEUBLER Alois Traeubler AG
REGIA wassermann
wipf Flexible Packaging Technology
WMF Eine gute Idee
ZUMAR Zucker in Bestform
ZÜRICH Generalagentur Reinach BL business-partner

merkur
Die Schweiz vom Feinsten.

HENNIEZ

Krankenkasse KBV
Direktion · 8402 Winterthur

SCHALLER UTO
GEWERBEKÄLTE, KLIMA / FROID COMMERCIAL, CLIMAT

Cash+Carry
CC A Angehrn

SCV-News

Welchen Wert besitzt ein Arbeitszeugnis heute noch?

Pflicht des Arbeitgebers
Die Pflicht des Arbeitgebers, auf Verlangen des Mitarbeiters resp. der Mitarbeiterin jederzeit ein Zeugnis ausstellen zu müssen, wird in OR Art. 330a festgehalten. Weiter hält das OR fest, dass das Zeugnis sich über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses sowie über die Leistungen und das Verhalten des Mitarbeiters resp. der Mitarbeiterin ausspricht.

Vorgegebene Zeugnisinhalte
Heute kommt es immer mehr vor, dass ausgetretene MitarbeiterInnen mit dem Inhalt eines Zeugnisses nicht einverstanden sind und eine Neuformulierung verlangen. In diesen Fällen wird dann oft das nachzubessernde Zeugnis von Sozialdiensten, Gewerkschaften oder RAV inhaltlich fix und fertig dem Arbeitgeber zur Unterschrift vorgelegt.
Welchen Wert besitzt dann noch ein solches Arbeitszeugnis, das unter Zwang und/oder des Friedens Willen unterschrieben wurde und dem Mitarbeiter u.U. Fähigkeiten und Leistungen bezeugt, die nicht der Realität entsprechen? Kaum ein Arbeitgeber wird aber kostbare Arbeitszeit aufwenden und sich stark engagieren, um über den Inhalt und Text eines Zeugnisses zu streiten. Nur äusserst selten lässt er daraus einen Gerichtsfall werden. Also wird er im Normalfall das ihm «neu» vorgelegte Zeugnis, zwar widerwillig, aber dennoch unterschreiben. Der nächste Arbeitgeber wird sich bedanken …

Was muss/darf in einem Zeugnis stehen:
- Dauer des Arbeitsverhältnisses
- Art des Arbeitsverhältnisses
- Leistungen
- Verhalten
- evtl. Beschrieb der Aufgaben.

Gemäss gängiger Gerichtspraxis hat ein Zeugnis grundsätzlich das Fortkommen des Arbeitnehmers zu fördern und somit wohlwollend zu sein.
Negative Beurteilungen (z.B.: er bemühte sich, er war stets bemüht, unzuverlässig, pflichtgemäss, seinem Ausbildungsstand entsprechend usw.) sollten deshalb weggelassen werden.

Neustes Gerichtsurteil
Ein interessantes, neueres Gerichtsurteil des Arbeitgerichtes Zürich hält aber auch Folgendes fest:
- Anrecht auf ein sehr gutes/hervorragendes oder gutes Zeugnis (Noten 5.5–6) kann nur ein Mitarbeiter beanspruchen, dessen Leistungen auch hervorragend waren (nachweisbar).
- Bei Arbeitsverhältnissen unter 2/2,5 Jahren kann der Arbeitnehmer in den wenigsten Fällen ein sehr gutes Zeugnis beanspruchen, weil hervorragende Leistungen auch während einer gewissen Dauer erbracht werden müssen.
- Kündigungen des Arbeitsverhältnisses bereits nach einigen Monaten nach Stellenantritt geben von vornherein nur Anrecht auf ein knapp genügendes Zeugnis.
- Hinweise auf berufliche Veränderung des Arbeitnehmers gehören nicht in ein Zeugnis.

Darum mein dringender Aufruf an alle Arbeitgeber:
- **keine Einmischung von Sozialämtern, Gewerkschaften, RAV dulden**
- **ehrliche Zeugnisse ausstellen**
- **bei Neueintritten unbedingt mündliche Referenzen beim letzten, evtl. auch vorletzten Arbeitgeber einholen.**

Georg Gnädinger
Zentralpräsident SCV

Quelle: OR, Streiff/von Kaenel (a.a.O., N3 zu Art. 330a OR), Arbeitsgericht Zürich

Unbedingt schon heute vormerken

Montag, 6. Mai
GV Cafetier Verband Luzern-Zentralschweiz

Mittwoch, 8. Mai
GV Cafetier Verband Basel-Nordostschweiz

Mittwoch, 15. Mai
22. Brotmärt in Zürich

Donnerstag, 23. Mai
GV Schweizer Lunch Check

Dienstag, 28. Mai (evtl. 22.5.)
GV Verband Bern-Mittelland

Mittwoch, 29. Mai
GV Cafetier Verband Zürich-Aargau-Nordostschweiz

Mittwoch/Donnerstag, 19./20. Juni
DV und 6. Fachtagung SCV (Hopfen & Malz)

Der SCV – Ihr Partner

Schweizer Cafetier Verband
Bleicherweg 54, 8039 Zürich
Der wendige, flexible Arbeitgeber-Verband im Gastgewerbe
Dienstleistungen von A–Z
Tel. 01 201 67 77, Fax. 01 201 68 77
cafetier@swissonline.ch
www.cafetier.ch
Zentralpräsident:
Georg Gnädinger, Zürich
Geschäftsführerin:
Johanna Bartholdi, Zürich
Zweigstelle
Berner Cafetier Verband
Martin Urfer
Neuengasse 20, 3011 Bern
Tel. 031 311 12 36

Schweizer Cafetier-Verband

Weiterbildungskurse 2002

Kaffee- und Teekultur
2.02. Ganztägiger Kurs über Provenienzen, Mischungen, Fantasy, Kreationen

Weine kennen, prüfen und geniessen
9.02. Ganztägiger Kurs, von der Rebsorte bis zum Glas, Degustation, geeignet sowohl für Privatpersonen wie Cafetiers, welche die Gäste mit einem ausgewählten Weinsortiment verwöhnen wollen

Café-Tour in Down Town Switzerland
16.03. Besuch und Analyse von traditionellen Cafés und Bistros und von In-Lokalen. Stärken/Schwächen-Analyse des eignen Betriebes

Barista-Kurs
Mai/Oktober 1. Barista-Kurs in der Schweiz, in Zusammenarbeit mit der SCAE (Special Coffee Association of Europe). Zwei Tage im Frühsommer (Einführung und Techniken), Herbst: zwei Tage (Vertiefung und Kreationen)

Weitere Kurse und detailliertere Angaben über die Kurse können Sie aus unserer Weiterbildungsbroschüre ersehen.
Erhältlich ab 1.11.01 bei:
Schweizer Cafetier Verband
Bleicherweg 54
8039 Zürich
Tel. 01 201 67 77
Fax 01 201 68 77
E-Mail: Cafetier@swissonline.ch

Übersicht Preise Service-Verträge

Service-Verträge für Kaffee-, Abwaschmaschinen und Registrierkassen sind im Gastgewerbe weit verbreitet. Besonders bei den Kaffeemaschinen liegen die Preise für Service-Verträge über der Grenze von Fr. 1000.– und gehören deshalb nicht zu den zu vernachlässigenden Betriebsunkosten.
Ein Preisvergleich für solche Service-Verträge ist aber in den meisten Fällen wegen der Firmenbindung praktisch unmöglich. Auch vor Neuinvestitionen sollten die Preise für Service-Abonnemente resp. für Reparaturen in die Berechnungen einbezogen werden.
Der Schweizer Cafetier Verband stellt eine Übersicht dieser Preise der 13 grössten Schweizer Firmen den Interessierten zur Verfügung (wird gratis abgegeben).
Schweizer Cafetier Verband
Bleicherweg 54, 8039 Zürich
Tel. 01 201 67 77
Fax 01 201 68 77
E-Mail cafetier@swissonline.ch

SCV-Highlights

Dreitägiger Bistro-Küchenkurs

12./19./26. Januar 2002, 09.00 –16.00 Uhr

Kleine Küche – Grosse Wirkung

Probleme, qualifizierte, gelernte Küchenmitarbeiter zu finden?

Kleine Kücheninfrastruktur und/oder gegenwärtig ein eher kleines (unbefriedigendes) Küchenangebot?

WIR HABEN DIE LÖSUNG
- Erster professioneller Kochkurs für Bistros
- Trendgerichte, welche Gäste begeistern und die Kasse stimmen lassen
- Optimaler Einsatz von Convenience-Food

Kurstermin: 12./19./26. Januar 2002, von 09.00 – 16.00 Uhr

Preis: Fr. 775.– inkl. umfangreiche Dokumentation und Rezeptsammlung, Essen und Getränke

Weitere Informationen:
Schweizer Cafetier-Verband, Bleicherweg 54, 8039 Zürich
Tel. 01 201 67 77, Fax 01 201 68 77

SCV-Terminkalender 2002

Dienstag, 15. Januar 2002
1. Sitzung Zentralvorstand
Donnerstag, 24. Januar 2002
1. Sitzung Weiterbildungskommission
Dienstag, 29. Januar 2002
1. Vorstandssitzung ZCV
Dienstag, 29. Januar 2002
1. Vorstandssitzung BCV
Dienstag, 26. Februar 2002
1. Sitzung Geschäftsleitung
Dienstag, 9. April 2002
2. Sitzung Zentralvorstand
Dienstag, 16. April 2002
2. Vorstandssitzung BCV
Mittwoch, 17. April 2002
2. Vorstandssitzung ZCV
Dienstag, 30. April 2002
2. Sitzung Geschäftsleitung

Cafetier-Verband Bern-Mittelland

Wirtekurs

(mit Alkohol nur 6 Wochen!)

Anerkannt in allen Kantonen (mit Ausnahme einzelner Westschweizer Kantone) für das Gastgewerbe.

Beginn: 29. April 2002, 14. Oktober 2002

Kursgeld: Fr. 3200.– inkl. Einschreibe- und Prüfungsgebühr

Anmeldungen: BCV, Neuengasse 20, 3011 Bern, Tel. 031 311 12 36, Fax 031 312 32 80

CLAUSTHALER
BIER-BIÈRE-BIRRA
PREMIUM ALKOHOLFREI

TRADE MARK
Heineken®

SWISS
egro

Scana



NR. 50/13. DEZEMBER/13 DÉZEMBRE 2001

stellen revue marché de l'emploi htr

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

hotel+tourismus revue

Wir suchen nach Vereinbarung für unser 4-Stern-Hotel mit grosser Restauration und Seminarräumlichkeiten in der Zentralschweiz

DIREKTOR - DIREKTIONSEHEPAAR

Anforderungsprofil:

- fachkundige und selbstsichere Führungspersönlichkeit (Mindestalter 30 Jahre)
- Absolvent CH-Hotelfachschule-VDH/SHV
- nachgewiesene erfolgreiche Führungserfahrungen im Hotel- und F&B-Bereich
- Gastgeber
- konsequente gewinnorientierte Betriebsführung
- verkaufsorientiert und qualitätsbewusst

Interessenten senden Ihre Bewerbungsunterlagen an Chiffre 145247, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

145247/280208

Geschäftsführer/in gesucht 70-100%

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen Geschäftsführer/in für unser Fast Food/- und Takeaway Restaurant in Basel.

Jobprofil:
- Gästebetreuung
- Mitarbeiterführung
- Schichtführung im Tournus
- Betreuung kleinerer Projekte
- Administrative Arbeiten

Ihr Profil:
- Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre alt
- Sie haben eine Ausbildung im Gastgewerbe
- Evt. Höhere Fachausbildung (nicht Bedingung)
- Sie haben einige Jahre Berufserfahrung
- Sie sind kontaktfreudig und flexibel
- Sie bleiben auch im Stress cool

Dann sind Sie unser Mann/Frau! Wir bieten Ihnen ein interessantes Arbeitsumfeld, zeitgemässe Entlöhnung und Aufstiegsmöglichkeiten in unserem Expandierenden Geschäftsnetz.

Sie sind Interessiert? Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit CV und Bild an AS Cityline AG, z.H. M. Atici, Steinenberg 21, 4051 Basel.

145269/387994

Hotel
EUROPE
For Pleasure And Business.

Wir sind das führende ****Hotel in Basel, in unmittelbarer Nähe der Messe, mit 170 Zimmern, zwei Restaurants sowie einem Tagungs- und Bankettcenter.

Per 1. März 2002 oder nach Vereinbarung suchen wir eine gästeorientierte Persönlichkeit als

Front Office Manager/-in (D/E/F)

Sie haben fundierte Réceptionserfahrung aus Mittel- oder Grossbetrieben der Stadthotellerie und suchen die Herausforderung, bei der Sie Ihre persönliche Ausstrahlung, gepaart mit Know-how und Flair für kooperative Personalführung in einer Dauerstellung einbringen können.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Hotel Europe
Frau R. Bunke, Personalleiterin
Clarastrasse 43, CH-4005 Basel
Tel. 0041 61 690 87 75
ruth.bunke@balehotels.ch

Member of Worldhotels

145220/3140

KRAMER GASTRONOMIE

Bewegen & Begeistern

Für unser

Zic Zac Rock-Garden

im Letzigrund Zürich

suchen wir nach Vereinbarung
initiative und kontaktfreudige Persönlichkeit als

GESCHÄFTSFÜHRER/IN

Wir kultivieren ein Klima für gute Ideen und bieten eigenverantwortliche Selbständigkeit und alle Entwicklungsmöglichkeiten einer expandierenden Unternehmung.

Sie haben eine selbständige und verantwortungsbewusste Denk- und Handlungsweise, natürliche Autorität und Durchsetzungsvermögen um ihr ca. 30köpfiges junges und motiviertes Team zu führen. Gastgewerbliche Ausbildung und Führungserfahrung, sowie ausgeprägter Sinn für Teamarbeit befähigen Sie, diese herausfordernde Aufgabe erfolgreich zu meistern.

Dies ist jedoch noch nicht alles!

Was wir vor allem suchen, ist eine Persönlichkeit, die unser Moto LOVE ALL, SERVE ALL voll mitlebt, jemanden der Freude daran hat, mitzurocken und unsere Gäste in einem nicht alltäglichen Umfeld den Alltag vergessen lässt.

Take the Chance in ein nicht alltägliches Umfeld einzusteigen.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Kramer Gastronomie
Frau Jacqueline Kramer, Herdernstrasse 56
8004 Zürich

145244/376787

Parco San Marco

Hotel**** Parco San Marco, das einfach einzigartige Hotel am Lago di Lugano (Italien). "Einfach einzigartig" ist sowohl unser Slogan für die nächste Saison als auch die Beschreibung Ihrer Aufgabe als

hoch motivierter und qualitätsversessener Küchenchef

Sie sind kreativ und haben Erfahrung mit der italienischen Küche und Sprache, welche für unsere internationale Kundschaft sowie für Ihre zukünftige Brigade von höchster Wichtigkeit ist. Menschlichkeit, Humor und Durchsetzungsvermögen sind nebst Kalkulation und budgetorientiertem Arbeiten Ihre Werkzeuge zum gemeinsamen Erfolg.

Starten Sie mit uns in einem einmaligen Ambiente - 30'000 m² Parkanlage, 112 Suiten, 3 Restaurants, Hotelbar und 2 Aussenbars, Beauty- und Wellnessbereich) - in die 3. Sommersaison (Mitte März bis Mitte November (Schweizer Arbeitsvertrag).

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

VIP Club Sport- und Freizeitpark AG
Herr Franklin P. Haller oder Herr Beat Wüest
Casella postale 2030
6901 Lugano

145197/396498

Adecco HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

→click →choose →work



Personal-berater/in

Nach Ihrer beruflichen Grundausbildung in der Hotellerie oder Gastronomie und dem Hotelfachschulabschluss wissen Sie, dass es im Leben noch mehr gibt ...

Weitreichende Grossprojekte und eine sehr starke Marktpräsenz prägen unsere Arbeit mehr denn je und veranlassen uns, weitere Personalberater/innen zur Unterstützung und Stärkung der bereits sehr erfolgreichen Teams zu engagieren.

Ihr neuer Arbeitgeber ist der weltweit grösste Konzern im Bereich Personaldienstleistungen und mit Adecco Hotel & Event haben Sie sich den Marktleader für Hotellerie, Gastronomie und Event ausgesucht. Sie sind 26 bis 30 Jahre jung, intelligent, lebensfroh und wünschen sich einen tollen Start ins neue Jahr.

Senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an Eva Bachmann.

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

People make the difference.

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.

Küchenchef 100 % (w/m)

Für das SBB Ausbildungszentrum in Murten suchen wir einen versierten und innovativen Küchenchef. Sie sind verantwortlich für die Gesamtleitung der Küche und planen die Produktion sowie den Einkauf. Die Durchführung von Banketten oder Anlässen bis 500 Personen meistern Sie mit Kreativität und Ihrem Organisationstalent. Sie werden von Ihrem Küchenteam, welches Sie nach modernen Grundsätzen führen und motivieren, tatkräftig unterstützt. Ihr Verantwortungsgebiet beinhaltet ebenfalls die Einhaltung der Qualitäts-, Hygiene- und Budgetvorgaben. Persönliches Engagement, unternehmerisches Denken und gute EDV-Anwenderkenntnisse sind für Sie selbstverständlich. Stellenantritt: ab sofort oder nach Vereinbarung.

Wir bieten eine vielseitige Tätigkeit, Weiterbildungsmöglichkeiten, 13. Monatsgehalt plus 5 Wochen Ferien.

Möchten Sie unsere Begeisterung mit uns teilen? Dann zögern Sie nicht – senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: SV-Service AG, Leitung Betriebsgruppe Segment Public, Herr Silvio Bernasconi, Belpstrasse 41, Postfach, 3014 Bern Tel. Auskünfte erteilt Herr Gabriel Tinguely, Betriebsleiter, unter 079 419 01 69.

Weitere Stellenangebote unter www.sv-group.com

SV service

INHALT: Kader **2–4** / Tourismus **4** / Deutsche Schweiz **5–10** / Svizzera Italiana **11** / International / HRC / Image / Stellengesuche **12**

SOMMAIRE: Suisse romande **11** / Demandes d'emploi **12** / Marché d'emploi **12**

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

JOBS AND MORE
Stellenvermittlung
Buchhaltungen
Lohnadministration

ZÜRICH: 01 225 80 90
www.gastronet.ch

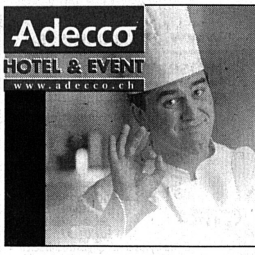
Stellenvermittlung/Kaderberatung
Stänzlergasse 7 · 4051 Basel
Tel. 061 281 95 75

HoReGa Select

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 Nº 1 en Ressources Humaines
Offres d'emplois en page 3.

People make the difference.

ZERMATT BERGBAHNEN

Für Bergsteiger bedeutet das Matterhorn - der Schweizer Berg schlechthin - eine ungeheure Faszination und grosse Herausforderung.

Gehören Sie zu den Menschen, die Freude an hohen Zielen und schwierigen Gipfeln haben und sich gerne grossen Herausforderungen als Führer der Seilschaft stellen, dann können Sie sich in Zukunft vom Mythos Matterhorn täglich inspirieren lassen.

Im Winter 2002 wird ein Generationenentscheid in Zermatt gefällt. Die Matterhornbahnen AG, die Zermatter Rothornbahnen AG, die Standseilbahnen Zermatt-Sunegga AG sowie die Sportarea der Gornergrat-Monte Rosa-Bahnen werden sich zu einer neuen Bergbahnunternehmung zusammenschliessen. Diese wird über 200 Mitarbeiter beschäftigen und einen Verkehrsumsatz von rund Fr. 50 Mio. erzielen. Eine der grössten Bergbahngesellschaften der Schweiz entsteht!

Im Auftrag des Steuerungsausschusses suchen wir den neuen

CEO für die Zermatt Bergbahnen AG

Eine neue Ära beginnt am Fusse des Matterhorns. Sie übernehmen die geschickte Lenkung einer Schlüsselunternehmung!

Dabei sind Sie verantwortlich für
- > den Aufbau der neuen Unternehmung
- > die operative Geschäftsführung, insbesondere Marketing, Finanzen und Personal
- > die Strategieentwicklung in Zusammenarbeit mit dem Verwaltungsrat und deren operative Umsetzung
- > die Zusammenführung der vier Unternehmenskulturen (und die Leitung von „Schlüsselprojekten")
- > die Vertretung des Unternehmens im Markt und im wirtschaftlichen und touristischen Umfeld

Diese Herausforderung ist ausgerichtet auf strategisch denkende, kundenorientiert handelnde und starke Persönlichkeiten. Beste Grundlagen sind ein gesunder Leistungsausweis aus Führungspositionen im Tourismus-, Freizeit- oder Transportbereich, eine fundierte betriebswirtschaftliche Ausbildung (Uni, ETH oder FH) mit technischem Sachverständnis. Sie verfügen über ein intaktes Beziehungsnetz in Wirtschafts- und Tourismuskreisen und leben echte Kommunikation täglich vor. Zudem gehört Englisch für Sie zum Alltag und Französisch und Italienisch (mündlich) fällt Ihnen leicht.

Senden Sie Ihre Unterlagen mit Foto und Handschriftprobe bis spätestens 15. Januar 2002 an

Dr. Roland Zegg, Grischconsulta AG
Masanserstrasse 82, 7000 Chur
Tel. 081 354 98 00
www.grischconsulta.ch

Diskretion zugesichert.

GRISCHCONSULTA

Demnächscht in Langenthal (BE) & in Davos!!!

***Krayzee** Kau, se anders*

***Swiss**Beiz, luckt for Swiss **Boss**.*

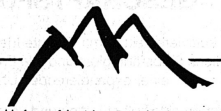
Pleese bewirb Di nau!!!



CRAZY COW
ässe + trinke

Bewerbige (mit allem was dezue g'hört und em Stichwort Langenthal oder Davos) an:
CRAZY COW® Leoneck AG, Herrn Dirk Baumann
Bahnhofstrasse 4, 8810 Horgen, baumann@crazycow.ch, www.crazycow.ch
Fon: null-eis-siebe-zwei-acht-nün-foif-nün-null

144372/399133



Für meinen lebhaften, erfolgreichen Ganzjahresbetrieb mit ausgeprägter Sommersaison am bekannten Höheweg, dem Treffpunkt in Interlaken, suche ich per 1. Februar 2002 oder nach Vereinbarung den:

Frontleiter / Betriebsassistenten

Das Des Alpes hat...
- ein modernes Restaurant mit 80 und eine Bar mit 20 Plätzen
- die schönste Gartenterrasse in Interlaken mit 170 Plätzen und eine Sommerbar mit Platz für gut und gerne 100 Personen
- einen Take-away Bereich mit Glacéstand
- eine familiäre Atmosphäre mit aufgestelltem Mitarbeiterteam
- einen spannenden und lebendigen Gästemix

Besitzen Sie:...
- eine zupackende Grundhaltung, unternehmerisches Denken?
- positive Ausstrahlung, Durchsetzungsvermögen und Belastbarkeit?
- Erfahrung in Mitarbeiterführung, gute Computerkenntnisse?
- eine fundierte gastgewerbliche Ausbildung und Interesse für Wein?
- den Wunsch nach einer befriedigenden, längerfristigen Anstellung?

Dann sind Sie mein Mann, um...
- als Gastgeber kompetent und umsichtig aufzutreten.
- die Servicemitarbeiter motivierend, fördernd und fordernd zu führen.
- das PC-Kassenverbundsystem Xenia (TopPos) zu betreuen.
- eventuell eine eigene Homepage zu entwerfen.
- mich in allen Bereichen kompetent zu vertreten.

Ich freue mich, Sie kennenzulernen! Martin Soche, Restaurateur

Des Alpes
RESTAURANT & BAR
TERRASSE & SOMMERBAR
Höheweg 115 - 3800 Interlaken
Telefon 033 822 23 23 - Fax 033 821 05 85
desalpes@freesurf.ch

GRAND HOTEL BEAU RIVAGE
3800 INTERLAKEN



Sind Sie unser neuer «Stern» am Beau-Rivage-Himmel ?

*Unser *****-Hotel mit 99 Zimmern und verschiedenen Restaurants sowie Bankett- und Kongressräumlichkeiten gehört zu den führenden Hotels in Interlaken. Stil und Qualität setzen seit Jahrzehnten die Hauptakzente.*

Der jetzige Stelleninhaber verlässt uns, um eine neue Aufgabe in Angriff zu nehmen. Aus diesem Grund bieten wir per **1. März 2002** einem jungen, engagierten und unternehmerisch denkenden Fachmann die Stelle als

Küchenchef

Diese Position erfordert:
- vielseitige Erfahrung in der 4*- oder 5*-Hotellerie
- Freude am kreativen Kochen auf hohem Niveau (14 Gault Millau)
- Flair für Mitarbeiterführung und Organisation.

Sie übernehmen:
- eine motivierte Brigade, bestehend aus 10 Mitarbeitern
- eine sehr vielseitige Küche (Halbpension, à la carte, Bankette)
- den Einkauf, Organisation und Produktion für alle Bereiche
- eine interessante und fordernde Jahresstelle

Zur Erfüllung dieser Tätigkeit bekommen Sie die nötigen Kompetenzen, um mit Elan Neues zu bewirken. Fühlen Sie sich von dieser Aufgabe angesprochen? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit komplettem Dossier und Foto an folgende Adresse:

Grand Hotel Beau Rivage
Herr Roland A. Vescoli, Direktor, 3800 Interlaken
Tel. 033 826 70 07, Fax 033 826 70 08
beaurivage@email.ch
www.beaurivage-interlaken.ch

SUMMIT HOTELS & RESORTS

144942/16110

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

SUCHEN SIE EINEN INTERESSANTEN BETRIEB?

WIR SUCHEN FÜR VERSCHIEDENE HOTEL- UND RESTAURATIONSBETRIEBE AN GUTEN GESCHÄFTSLAGEN IN DER DEUTSCHSCHWEIZ EINE NEUE BETRIEBSLEITUNG, EINEN MIETER ODER EINEN MIETER MIT KAUFRECHT, DH. WIR KÖNNEN INTERESSANTE UEBERNAHMEKONZEPTE ANBIETEN. WENN SIE SICH FÜR UNSERE ANGEBOTE INTERESSIEREN ERWARTEN WIR GERNE IHRE KONTAKTAUFNAHME.

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

---

htr

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

---

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

Wir sind ein international tätiges Unternehmen der Gemeinschaftsgastronomie und lassen in über 170 Restaurants der ganzen Schweiz jede Mahlzeit zu einem echten Erlebnis werden.

Für das Mitarbeiterrestaurant der Firma Dow (Europe) SA in Horgen suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung folgende Persönlichkeit:

Küchenchef

Als zukünftiger Küchenchef führen Sie 14 MitarbeiterInnen und sind verantwortlich für die kulinarischen Höhepunkte im Selbstbedienungsrestaurant und im Direktionsrestaurant. Ausserdem verwöhnen Sie unsere Gäste bei Gross- und Kleinanlässen.

Sie sind zwischen 30 und 40 Jahre jung und lieben das dynamische Umfeld eines lebendigen Betriebes. Sie haben bereits Lehrlinge ausgebildet und verfügen über Führungserfahrung. Auch der Umgang mit den PC ist kein Problem für Sie (MS Office). Kalkulationssicherheit gehört ebenso zu ihren Stärken wie Belastbarkeit, Flexibilität und Qualitätsbewusstsein.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Herausforderung, beste Sozialleistungen, in der Regel Sa/So frei, 5 Wochen Ferien und den 13. Monatslohn ab dem 1. Tag.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto:

Compass Group (Suisse) SA
Eurest/Restaurant Dow
Herr Marcel Bischofberger
Bachtobelstrasse 3
8810 Horgen

Eurest
A member of Compass Group PLC

DREILINDEN
Hotel
Restaurant
Sport

Der klassische Hotel-, Seminar-, Sport- & Restaurantbetrieb wurde unter neuer Führung im Juli übernommen und liegt im Herzen der Schweiz. Die natürliche, traditionelle und mediterrane Küche und das Sport-, Seminarangebot sind die tragenden Pfeiler unseres Betriebes.

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung sportliche temperamentvolle MitarbeiterIn:

- **Küchenchef**
  langjährige Kaderposition
  oder vergleichbare Verantwortung
  im Gastgewerbe.

Gerne laden wir Sie ein und zeigen Ihnen, was wir alles zu bieten haben, wir freuen uns auf Ihren Anruf unter 062 922 94 22.

Weststrasse 90, CH-4900 Langenthal

145246/101834

---

human resources management

Wir bringen zusammen, was zusammen gehört.

hotel staff

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

---

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

JOB SERVICE

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

---

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!

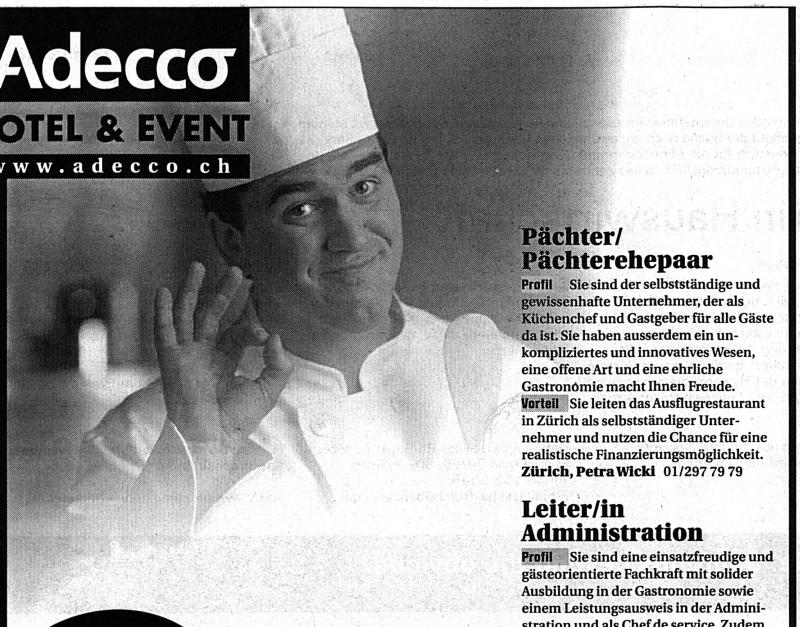
www.hotelstellenmarkt.de

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

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch
→click →choose →work



Einloggen!
7228 offene Stellen,
2137 tolle Kandidaten
per Mausklick.
www.adecco.ch

Pächter/ Pächterehepaar

Profil Sie sind der selbstständige und gewissenhafte Unternehmer, der als Küchenchef und Gastgeber für alle Gäste da ist. Sie haben ausserdem ein unkompliziertes und innovatives Wesen, eine offene Art und eine ehrliche Gastronomie macht Ihnen Freude.
Vorteil Sie leiten das Ausflugrestaurant in Zürich als selbstständiger Unternehmer und nutzen die Chance für eine realistische Finanzierungsmöglichkeit.
Zürich, Petra Wicki 01/297 79 79

Leiter/in Administration

Profil Sie sind eine einsatzfreudige und gästeorientierte Fachkraft mit solider Ausbildung in der Gastronomie sowie einem Leistungsausweis in der Administration und als Chef de service. Zudem sind Sie eine stabile Persönlichkeit mit gezeichneten Französischkenntnissen.
Vorteil Ihre Aufgabe in diesem Unternehmen im Herzen von Genf liegt im Kassa- und Personalwesen, ausserdem sind Sie ein verkaufsstarker Gastgeber, der aktiv unterstützend mitarbeitet. Eine abwechslungsreiche Stelle mit Klasse.
Zürich, Petra Wicki 01/297 79 79

Alleinkoch
Tagesdienst

Profil Führung einer modernen, sehr gut eingerichteten Küche, Zusatz- und Überwachungsfunktionen im Produktionsbereich, Verantwortung für die vielseitige und fantasievolle Angebotsgestaltung.
Vorteil Geregelte Arbeitszeiten (8.00 bis 15.30 Uhr, Sonntag/Montag frei), gute Sozialleistungen, sichere Jahresstellung. In der Region Walensee gelegen, Eintritt per sofort möglich.
St. Gallen, Urs Kläger 071/228 33 43

Sous Chef M/W
Attention, c'est chaud!

Profil Zum «Executiv-Chief» braucht es noch ein paar Meilen, aber hier können Sie schon eine Nase voll schnuppern! Auf jeden Fall brauchen Sie Ihre Kenntnisse und Erfahrung als Gastronomiekoch oder einer ähnlichen Weiterbildung aber auch Ihre Kreativität, Ihr Durst nach Neuem und Ihr unternehmerisches Denken. Menuplanung, Kalkulation, Einkauf, Lagerbewirtschaftung und Lehrlingsausbildung sind neben dem Kochen Ihre Aufgaben um den Küchenchef zu unterstützen. EDV- und Französischkenntnisse erleichtern es Ihnen Ihre Gäste in der Brasserie mit Hummer, im Thai-Restaurant mit Spring-Rolls, im Night-Club mit Finger-food-Apero oder beim Out-Door-Catering mit umwerfenden Buffets zu begeistern.
Vorteil Die nicht alltägliche Herausforderung in diesem modernen Viersterne-Seminarhotel im Zentrum von Fribourg erleichtert Ihnen per sofort oder nach Vereinbarung den Schritt in die internationale Hotellerie. Sie suchen ja nicht den «eight-to-five-Job» sondern die Adrenalin pulsierende Hektik in einem jungen, eingespielten Team und einer professionellen Infrastruktur. Also «attention c'est chaud – envoyer»! Senden Sie mir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.
Bern, Alex Trinkler 031 310 10 10

Chef de service
Restaurant oder Bankett

Für ein bekanntes Businesshotel in der Stadt Zürich suchen wir den erfolgreichen und führungsstarken Frontleiter. Sie sind eine verkaufsstarke Gastgeberpersönlichkeit mit modernen Führungseigenschaften? Oder sind Sie eher das organisatorische Talent für die grosse Bankettabteilung? In diesem schönen Hotel braucht man Sie per sofort oder nach Vereinbarung, um einen weiteren Erfolg sicherzustellen.
Zürich, Petra Wicki 01/297 79 79

Bardame

Profil Sie haben eine Grundausbildung in der Gastronomie, fundierte Berufserfahrung in Erstklass-Häusern sowie gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch. Sie sind eine fröhliche, innovative und selbstständige Persönlichkeit, die ihre Gäste gern professionell und zuvorkommend bedient und berät.
Vorteil Sie leiten die Bar in einem bekannten Viersterne-Hotel in Basel selbstständig, betreuen die vielen Stammkunden und die internationalen Gäste von jung bis alt. Arbeitszeit ist immer abends bis etwa 1.00 Uhr.
Basel, Julia Schulze 061/264 60 40

People make the difference.

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

Marktgasse 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

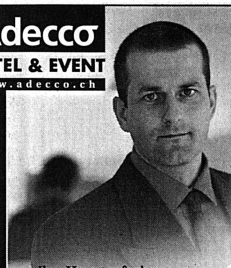
Fbg. de l'Hôpital 9, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032/729 10 33
neuchatel.hotelevent@adecco.ch

Viale S. Franscini 30, 6901 Lugano
Telefono 091/910 20 30
lugano.hotelevent@adecco.ch

EXPO.02

Planen Sie einen Anlass im Zusammenhang mit der Expo? Wir sind der exklusive Personaldienstleister im Bereich Gastronomie für alle Events – auch rund um die Expo! Lassen Sie sich beraten, wir finden immer die richtige, individuelle Lösung. Olivier Courvoisier in Neuchâtel ist Ihre Ansprechperson, oder kontaktieren Sie die Filiale in Ihrer Region.

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch
→click →choose →work



Im Auftrag eines Erstklass-Hauses in Graubünden suchen wir einen oder eine

Leiter/in Kongressbüro

Ihre Hauptaufgaben:
- Sie sind für alle Bankette, Seminare und Events von 10 bis 300 Personen zuständig
- Sie offerieren, verkaufen, organisieren und betreuen bis hin zur Rechnungsstellung
- Sie organisieren kreative Rahmenprogramme und entwickeln neue, zündende Ideen in den Bereichen Event-Angebot, -Werbung und -Verkauf

Gewünscht werden:
- Eine fundierte Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie (Service- oder Kochlehre, Hotelfachschule)
- Praktische Erfahrung im F&B-Bereich
- Eventuell Erfahrung im Marketing und/oder Sales
- Gute Computerkenntnisse
- Die Fähigkeit, Mitmenschen zu begeistern und zu motivieren
- Zupackende Grundeinstellung, gepaart mit unternehmerischem Denken
- Flexibilität, Durchsetzungsvermögen, Belastbarkeit, Organisationstalent und Teamfähigkeit

Geboten werden:
- Selbstständigkeit und viele Kompetenzen
- Arbeitsstelle in einer traumhaften Umgebung

Sie denken ziel- und teamorientiert und Sie überzeugen durch eine gepflegte Erscheinung sowie Ihrer kompetenten Persönlichkeit – dann sind Sie der Kandidat oder die Kandidatin für diese tolle, spannende und nicht alltägliche Herausforderung.

Gaby Steg freut sich auf Ihre kompletten schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

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

People make the difference.

CAFE BAR REPFERGASSE GALERIE 26
8200 Schaffhausen

EINLADUNG ZUM AUSSERGEWÖHNLICHEN

Nur sehr ungern – aber infolge einer neuen Herausforderung – suche ich per 1. März 2002 (od. n.V.) einen Nachfolger als Geschäftsführer in der Rolle eines wahren

GASTGEBERS

Ein kleines motiviertes Team und unsere tollen Gäste wünschen sich eine aufgeschlossene Persönlichkeit für einen weiteren erfolgreichen Aufbau des jungen Lokals. Die einzigartigen Räumlichkeiten, das kleine aber feine kulinarische Angebot, ein hochstehendes Weinangebot sowie unser reichhaltiges Kulturprogramm - mit Anlässen verschiedenster Art – sind die Standbeine der **REPFERGASSE 26** mitten in der wunderschönen Altstadt von Schaffhausen.

Die Stelle richtet sich an einen einsatzbereiten, eigenständigen, kommunikativen Gastroprofi, der nebst fundierten Fachkenntnissen vor allem Freude am "Gastgeber-sein" mitbringt. Es erwartet Sie ein vielseitiger Arbeitsplatz mit grossem kreativen Potenzial, Selbstständigkeit und viel Interessantes mehr. Neugierig?

Für weitere Infos rufen Sie mich an (Herr Matthias Kögl, Tel. 079 629 16 87) oder besuchen Sie uns unter www.repfergasse26.ch

145336/410511

Hardy's

Wir suchen für unseren Betrieb in **Thun** nach Vereinbarung eine/n

Geschäftsführer/in sowie eine/n Geschäftsführer/in-Assistent/in

Sind Sie eine junge, aufgestellte Persönlichkeit mit vielen Ideen, motiviert, belastbar, voller Power und haben bereits erste Führungserfahrungen im Gastgewerbe (Wirtepatent) gesammelt?
Suchen Sie nach einer Möglichkeit, selbstständig und mit viel Initiative unseren Betrieb zu führen?
Dann freuen wir uns, Sie schon bald kennenzulernen.

Bitte senden Sie Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

ALREST VERWALTUNGS AG
Roger Buser
Thannerstrasse 30 in 4054 Basel
Tel. 061 / 301 32 32
Info @ alrest.ch
www.alrest.ch

145230/191566

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

Hotel Restaurant
Waldstätterhof
Luzern

Beim Bahnhof
Zentralstrasse 4
CH-6003 Luzern
Tel. 041 2 271 271
Fax 041 2 271 272
e-mail: hotelwaldstaetterhof@bluewin.ch
www.hotel-waldstaetterhof.ch

In unser junges Küchenteam suchen wir per 1. Januar 2002

Küchenchef m/w

Sie sind jung, initiativ und haben Freude, einem kleinen Team vorzustehen. Sie führen eine gutbürgerliche Küche mit Pfiff und Phantasie und verstehen es, auch in hektischen Zeiten ruhig und freundlich mit Ihren Mitarbeitern umzugehen.

Guter Lohn bei gutem Einsatz ist für uns selbstverständlich.
Ihre Arbeitszeit:
8.30-14.00 und 16.30-20.30 Uhr

Rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre kurze Bewerbung an
J. & M. Dalhoeven

145115/23426

Art's
Pub & Restaurant

Für unseren lebhaften und erfolgreichen Betrieb suchen wir eine/n aufgestellte/n junge/n

Assistent/in des Geschäftsführers

die/der kontaktfreudig ist und es versteht, an der Front mit einem jungen, aufgestellten Team zu arbeiten. Zur Umsetzung von Aktivitäten erwarten wir ausserdem Ideenreichtum und Durchhaltevermögen.

Erfahrung im Gastgewerbe setzen wir für diese vielseitige Aufgabe voraus. Aber auch Quereinsteiger erhalten bei uns die Möglichkeit, ihre berufliche Karriere zu gestalten. Interessiert? Dann rufen Sie uns einfach an oder senden Sie Ihre Bewerbung an:

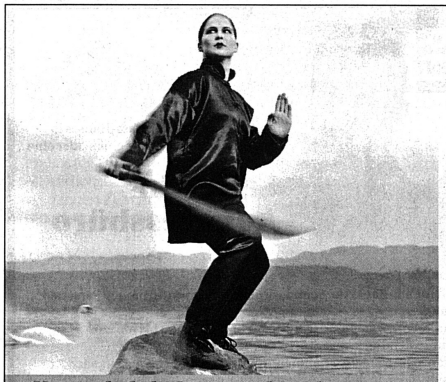
Marcel Gurtner
Obere Bahnhofstrasse 53, 9500 Wil
Tel. 071/911 40 11 oder 079/697 87 17
www.artspub.ch; HALLO@artspub.ch

145200/247049

htr
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



Ungewöhnliche Lösungen brauchen aussergewöhnliche Menschen.

Theresa Patricios, Nicht-Leben Rückversicherung, Süd Afrika, bei Swiss Re seit 1999.
«Kung-Fu ist die ideale Verbindung von Wissen und Intuition. Mehr über mein faszinierendes Hobby und meinen persönlichen Risikopunkt unter www.swissre.com (siehe «Meet Swiss Re» im Annual Reporting 2000).»

Swiss Re

Als ein führendes Unternehmen im Kapital- und Risikomanagement gehen wir ständig neue Wege auf der Suche nach ungewöhnlichen Lösungen. Swiss Re Guest Services ist verantwortlich für die Mitarbeiter- und Gästerestaurants der Swiss Re sowie den Hotel- und Restaurationsbetrieb des Zentrums für den Globalen Dialog in Rüschlikon.

Leiterin Hauswirtschaft

Ihre Aufgaben

Für unser Personalrestaurant Soodring in Adliswil suchen wir eine Leiterin Hauswirtschaft. In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die Organisation und Führung aller Bereiche, die zur Hauswirtschaft gehören, sowie für die Einhaltung der Hygienevorschriften und Richtlinien zur Lebensmittelsicherheit.

Als Vorgesetzte sind Sie Vorbild für Ihre Mitarbeiter. Sie haben Freude mit Menschen verschiedener Kulturen zusammenzuarbeiten, diese zu führen und zu motivieren.

Ihr Profil

- Abschluss HBL oder HWL, einige Jahre Berufs- und Führungserfahrung
- gute Deutsch- und Englischkenntnisse, weiter Sprachkenntnisse von Vorteil
- gute PC-Kenntnisse (MS-Office, Lotus Notes)
- sicheres, gepflegtes Auftreten, Freude am Gästekontakt

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

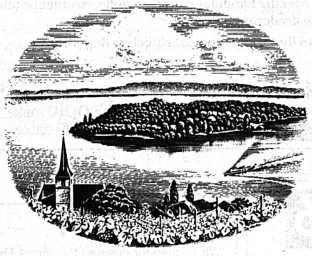
Daniel Ritter, Swiss Re Guest Services, Mythenquai 50/60, 8022 Zürich
Tel. 01 285 3925,
E-Mail Daniel_Ritter@swissre.com

Für Ihre Online-Bewerbung und weitere Karrierepositionen:

www.swissre.com (siehe «Careers»)

Swiss Re. Solutions beyond the obvious.

ST. PETERSINSEL



ILE DE ST. PIERRE

Bielersee · Lac de Bienne

Ich bin reif für die Insel –

was für einmal nicht heisst, ich brauche Erholung, sondern im Gegenteil, ich suche eine neue Herausforderung in der Arbeit.

Für die Sommersaison 2002, Mitte März bis Ende Oktober, suchen wir den

Küchenchef

und den/die

Betriebsassistenten/-in

Der Küchenchef, den wir uns vorstellen, hat Freude an einer marktfrischen und neuzeitlichen Küche, ist fähig, die hohen und wetterbedingten Schwankungen bei den Gästezahlen zu organisieren und verliert zudem auch bei grossem Andrang die Übersicht nicht. 12 – 14 Mitarbeitenden steht er gerne vor.

Unser Betriebsassistent oder die -assistentin unterstützt die Geschäftsleitung in allen gastgewerblichen Bereichen, insbesondere leitet er/sie den Service und erledigt Arbeiten im Büro, er/sie verfügt auch über eine entsprechende Ausbildung oder Erfahrung.

Haben Sie diese Fähigkeiten und möchten sie unter Beweis stellen, so sind Sie reif für die Insel und wir freuen uns über Ihre Bewerbung. Willkommen sind Sie auch, wenn Sie erstmals diese leitende Stelle bekleiden.

Restaurant-Hotel St. Petersinsel
Robert Regli
3235 Erlach
Tel. 032 338 11 14, Fax 032 338 25 82

145344/128783

Restaurant ZUNFTHAUS ZUR WAAG ZÜRICH

Zur Ergänzung unserer Küchenbrigade suchen wir per Januar 2002 oder nach Übereinkunft einen erfahrenen

Küchenchef

Unser erstklassiges Haus liegt im Zentrum von Zürich. Wir bieten geregelte Frei- und Arbeitszeit sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Offerten bitte an:
Restaurant **ZUNFTHAUS ZUR WAAG**
Herrn E. Bergé,
Münsterhof 8, 8001 Zürich
Tel. 01 216 99 66

145217/41548

Zunfthaus zum Löwen Olten

Das Restaurant Alfredo

Wir suchen per 15. Januar oder 1. Februar 2002

Koch (als Chef)

Erfahrung in der italienischen Küche

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf.

SONNTAG UND MONTAG FREI.

Bitte melden Sie sich bei:

Familie Ieracitano
Hauptgasse 6, 4600 Olten
Telefon 062/2122117

GASTHAUS ZUR LINDE

...da wo Essen zum Erlebnis wird

Stellen Sie sich vor, wir bieten Ihnen Ihren Traumjob und Sie bewerben sich.

Für unser neu umgebautes Restaurant im Kanton Zug suchen wir einen

Küchenchef

und

Servicefachangestellte

Bei uns haben Sie die Möglichkeit in einem motivierten Team eigene Ideen einzubringen, selbständig zu arbeiten und kreativ zu sein. Wir arbeiten fast ausschliesslich mit Frischprodukten und verwöhnen unsere Gäste mit liebevoll zubereiteten Menüs.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:
Monika und Viktor Jans
Gasthaus zur Linde
6312 Steinhausen
Telefon 041 748 81 18

145337/97675

htr

Vom Koch bis zur Gouvernante.

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

Über Gastfreundschaft und Seilschaften. htr

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

TOURISMUS

Switzerland Destination Management

Eyes on the Future, Feet on the Ground

Switzerland Destination Management AG bietet Call Center- und E-Commerce Dienstleistungen für Unternehmen an, die Schweizer Tourismusangebote vermarkten. Wir betreiben eigene Call Centers in Zürich und London sowie eine moderne E-Commerce Plattform, welche von Schweiz Tourismus, Swissair, SBB und über 100 Vertriebspartnern weltweit eingesetzt wird.

Für unser Call Center im Stadtzentrum von Zürich, suchen wir nach Vereinbarung vollzeitlich eine/n

Ferienberater/in

Ihre Aufgaben

Verkaufsfördernde Informationsarbeit - mit diesen zwei Wörtern lässt sich Ihr neues Aufgabengebiet als Ferienberater/in bei Switzerland Destination Management AG am Besten beschreiben. Sie informieren unsere Kunden am Telefon und per E-Mail über das Ferienland Schweiz und fördern aktiv den Kauf von touristischen Angeboten. Ihre Verkäufe - Hotel- und Ferienwohnungsübernachtungen, Transportleistungen und Pauschalen - wickeln Sie auf unserer modernen Reservationsplattform ab.

Ihr Profil

Sie verfügen über sehr gute Sprachkenntnisse (D, F, E, evtl. I) oder (NL, D, E) und haben Spass an der telefonischen Beratung einer internationalen Kundschaft. Verkaufen gehört zu Ihren Stärken und das Tourismusland Schweiz ist Ihnen auch nicht fremd.

sowie eine/n

Ferienberater/in Hotel Helpdesk

Ihre Aufgaben

Im Back-Office bei Switzerland Destination Management des Service Center Zürich beraten Sie unsere Kunden, die Ferienangebote in der Schweiz kaufen wollen. Angefangen von einfachen Hotel- und Ferienwohnungsreservationen bis hin zu komplexen Pauschalangeboten. Sie unterstützen unsere Ferienberater bei operativen Herausforderungen im Zusammenhang mit den Hotel Reservationen. Sie sind verantwortlich für die Pflege der SDM Stamm- und Verkaufsdaten im SDM Reservationssystem.

Ihr Profil

Sie verfügen über sehr gute Sprachkenntnisse (D, F, E, evtl. I) haben Hotelerfahrung und Spass an der telefonischen Beratung einer internationalen Kundschaft. Verkaufen gehört zu Ihren Stärken und das Tourismusland Schweiz ist Ihnen auch nicht fremd.

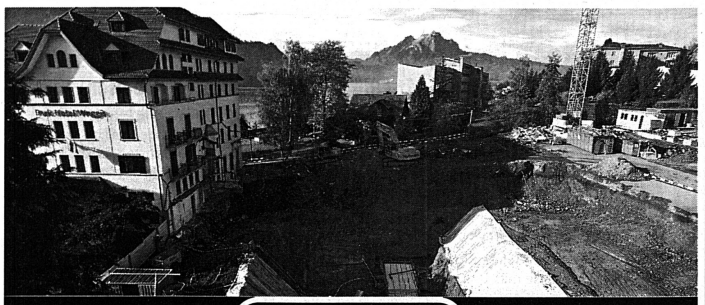
Wir bieten Ihnen

Bei uns finden Sie einen spannenden Arbeitsplatz, ein ambitioniertes Team mit flachen Hierarchien und aussergewöhnlich gutem Betriebsklima. Ausserdem bieten wir Ihnen modernste Technik, viele Entfaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie eine attraktive Vergütung mit Erfolgsbeteiligung und umfangreichen Zusatzleistungen.

Werden Sie mit uns grösser! Schreiben oder rufen Sie Jacqueline Weber an und begeistern Sie uns. Wir freuen uns auf Sie!

Switzerland Destination Management AG
Tödistrasse 51, 8027 Zürich, Telefon 01 205 93 93, Telefax 01 205 93 99
jacqueline.weber@sdm.ch, www.sdm.ch

145245/404775



GaultMillau
HOTEL DES JAHRES 2001

Hier entstehen
Ihre neuen
Arbeitsplätze
ab 14. Juni 2002

Park Hotel Weggis
Annie Hofmann
Hertensteinstrasse 34
6353 Weggis
Telefon 041 390 13 13
www.phw.ch

Daniel Humm
Koch-Entdeckung des Jahres
GaultMillau 2002
sucht
Chef de Partie
Sonntag / Montag geschlossen.
Samstag nur abends geöffnet.
Personal-Zimmer vorhanden.
Junge, motivierte und lernwillige Interessenten(innen) erhalten weitere telefonische Auskünfte beim Inhaber Thomas Maurer.

Wirtshuus Zur Chrone @ Mesikon
Mesikon, 8308 Illnau
Tel. 052/346 29 29, www.mesikon.ch

WIRTSHUUS
ZUR CHRONE @ MESIKON
WWW.MESIKON.CH

145134/415237

Idyllisch liegt das Seminarhotel am Rhein. Modernes Design in historischen Mauern bietet unser Seminarzentrum in der Burg, mit Restauration und Hotelbetrieb.

Unterhof
Unterhof Diessenhofen
Schaffhauserstrasse 8
8253 Diessenhofen
www.unterhof.ch

Bis im Frühling 2002 planen wir unsere Neuausrichtung vom Ausbildungszentrum zum Seminarhotel, bauen Hotelhalle und Réception um und bereiten unsere Bareröffnung vor.

Wollen Sie als teamstarke(r)

Réceptionist/in
ab Februar 2002

unsere anspruchsvollen Seminarkunden kompetent betreuen? Sind Sie sprachgewandt (d, e, f), routiniert im Umgang mit PC und Hotelsoftware, verfügen nach Möglichkeit über einen kaufmännischen Lehrabschluss und lieben abwechslungsreiche Tage in einem internationalen Umfeld?

Dann senden Sie Ihr Dossier an Frau Barbara Lassnig-Aebi, Vizedirektorin und Leiterin Administration.

Ein aufgestelltes 5köpfiges Réception-Team, helle Büroräumlichkeiten mit neuester Infrastruktur und attraktive Anstellungsbedingungen mit unterschiedlichen Arbeitszeiten erwarten Sie. Wir freuen uns auf Sie!

PARKHOTEL WEESEN Schwert

Auf Mitte Februar 2002 oder nach Vereinbarung ist die anspruchsvolle Position als

Küchenchef

neu zu besetzen. Sind Sie kreativ, kalkulationssicher und organisieren gerne? Dann sind Sie unsere Person für die Brigade von 8 Angestellten und Lehrlingen.

Ab März sind zusätzlich folgende Stellen zu besetzen:

Jungkoch/Jungköchin
sowie
Servicefachangestellte(r)

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen freut sich
Donath Anhorn, Direktor

HAUPTSTRASSE 23 8872 WEESEN AM WALENSEE
TELEFON 055-616 14 74/75 FAX 055-616 18 53
info@parkhotelschwert.ch www.parkhotelschwert.ch

Welcome on Board....



....Faszination Zürichsee

Sichern Sie sich bereits heute einen Platz auf unseren Traumschiffen! Unsere Cruise Lines und romantischen Rundfahrten werden auch Sie begeistern!

Für die Saison 2002 (März/April) wartet unsere junge und motivierte Crew noch auf folgende Teammitglieder

Servicemitarbeiter/Innen
Chef de Service
Sous Chefs
Chefs de Partie
Commis de Cuisine

Gerne heissen wir Sie bei uns an Bord willkommen!

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Kramer Gastronomie, Frau Jacqueline Kramer, Herdernstr. 56, 8004 Zürich
E-Mail: kramer.jacqueline@kramergastro.ch,
Tel : +41 / 1 / 406 85 85, Fax: +41 / 1 / 406 85 86

145242/376787

Dancing in der Region Zürich
sucht

Dancingleiter / in

Wir erwarten	Geschäftsinteresse Organisationstalent Gute, gepflegte Erscheinung
Sie bringen mit	Berufs- und Führungserfahrung Freude an der Nachtarbeit
Wir bieten	5-Tage-Woche Selbstständige Tätigkeit Modernes, schönes Dancing
Stellenantritt	sofort oder nach Vereinbarung

Interessenten bewerben sich bei:
Largo Consulting GmbH, Breite 3, 8905 Arni
e-mail:largo.arni@bluewin.ch

145335/402840

Italienisch, aber auch Englisch und Französisch ...

... können Sie täglich anwenden bei unserer Mandantin, einer kleinen und sehr erfolgreichen Unternehmung im Delikatessen-Grosshandel.
Sie suchen eine spezielle Herausforderung im Bereich

Einkauf / Dispo / Assistenz Geschäftsleitung

An dieser Stelle können Sie ihr Organisationstalent spielen lassen. Gerade weil die Unternehmung mit einem kleinen Team eine grosse Aufgabe bewältigt, ist Ihre Flexibilität sehr gefragt. Ihre guten Sprachkenntnisse können Sie täglich in Wort und Schrift anwenden. Einen Teil-Bereich Einkauf erledigen Sie selbständig, arbeiten in der Disposition und gleichzeitig assistieren Sie dem Geschäftsführer. Sie sind dienstleistungsorientiert und arbeiten gerne selbständig. Ihre offene Art und Ihr freundliches Wesen erleichtern Ihnen den Kontakt mit Lieferanten. Kunden und Kollegen.
Was Sie mitbringen: Eine kaufmännische Ausbildung, Berufserfahrung aus dem Einkauf oder Verkauf sowie sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch und Italienisch (am besten Muttersprache) und gute Kenntnisse der französischen und englischen Sprache. Was man mit einem PC alles machen kann, sollte Ihnen geläufig sein. Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Kontaktnahme unter dem Vermerk 3.290.01

SC Schindler Consulting AG
Lindenstrasse 41, 8008 Zürich
Telefon 01 385 95 00

145263/385839

Vielseitig
Denn der rege Betrieb in unserer Personalwohnsiedlung mit Schulungszentrum bietet abwechslungsreiche Arbeiten und viele persönliche Kontakte mit Mitarbeitenden und Gästen.

Als

Concierge
(Beschäftigungsgrad 40–80%)

sind Sie hauptsächlich verantwortlich für den Empfang unserer Mieter und Gäste, das Reinigen und Bereitstellen von Zimmern sowie das Vorbereiten und Servieren von kleinen Verpflegungen. Ihre Arbeitszeit ist unregelmässig mit Schichtdienst bis max. 21.00 Uhr und Wochenenddienst.

Eine hauswirtschaftliche Grundausbildung in einem Grossbetrieb oder eine Ausbildung im Hotelfach (HOFA oder SEFA) setzen wir voraus. Computergrundkenntnisse sind unerlässlich.

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Anstellungsbedingungen, eine sorgfältige Einarbeitung und ein attraktives Weiterbildungsangebot.

Frau Anita Wälchli, Ressortleiterin Personalwohnsiedlung, oder Frau Rebekka Meierhofer, Bereichsleiterin Hotellerie, Telefon 061/436 30 84, geben Ihnen gerne weitere Auskünfte. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an das Kantonsspital Bruderholz, Personaldienst, 4101 Bruderholz.

Kantonsspital Bruderholz

Weitere Informationen finden Sie unter www.bruderholzspital.ch

RESTAURANT OCHSEN GOSSAU

Wir sind:	ein lebendiger Betrieb mit kleiner Birgade von sechs Köchen.
Wir suchen:	**Koch-Pâtissier und Commis de Cuisine** der gepflegtes und sauberes Arbeiten gewohnt ist.
Wir bieten:	5-Tage-Woche, Wohnmöglichkeiten im Haus
Wo sind wir:	im Zentrum von Gossau, 5 Minuten von St. Gallen
Wann:	per sofort oder nach Vereinbarung
Haben wir:	Ihr Interesse geweckt?

Dann melden Sie sich bei:
Martin und Nicola Brunner
Restaurant Ochsen
St. Gallerstrasse 31, 9200 Gossau
Telefon 0041 71 385 25 31
Fax 0041 71 385 08 23,
ochsen-gossau@bluewin.ch

145234/120898

HOTEL Arte
SPREITENBACH

Verzaubern Sie unsere Gäste

Wir sind ein modernes Business-***Hotel mit 66 Zimmern, Restaurant mit Bar, Sommerterrasse, Bankett- und Seminarräumlichkeiten.
Wir suchen per März 02 oder nach Vereinbarung:

Küchenchef
Sous-chef

Sie kochen gern und sinnlich;
frische Zubereitungsarten & Kreationen
vom Herd auf den Tisch.

Kreativ, spannend und modern

Identifizieren Sie sich damit, dann erwartet Sie eine motivierte Küchenbrigade, gute Arbeitsatmosphäre und ein entsprechendes Salär.

Schriftliche Bewerbungen an:
Roland Moduli
Hotel Arte
Wigartestrasse 10
8957 Spreitenbach
Telefon 056 418 42 42

145203/392729

WIDDER HOTEL

at home in zurich

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

etagengouvernante

engagiert, initiativ, zuverlässig

commis pâtissier

qualitätsbewusst, selbständig, zielstrebig

commis de cuisine

exakt, engagiert und für neues offen

entspricht ihnen ein arbeitsplatz in einem jungen team, der ihrer persönlichen weiterentwicklung rechnung trägt? dann freuen wir uns auf ihre ausführliche bewerbung mit foto.

design hotels™
The Leading Small Hotels of the World

widder hotel, rennweg 7, 8001 zürich, tel. 01/224 25 26, fax 01/224 24 24
administration@widderhotel.ch / www.widderhotel.ch

145262/379204

Koordinator/in Diätverpflegung
(Diätkoch m/w mit Flair für administrative Arbeiten)

In der mit modernen Apparaten ausgerüsteten, grosszügigen und hellen Küche der Psychiatrischen Universitätsklinik Zürich arbeiten 40 Mitarbeitende, welche täglich rund 1000 Mahlzeiten für unsere Patienten und rund 250 Mittagessen für die Mitarbeitenden zubereiten. Daneben bedient die Küche auch unsere zwei gut frequentierten Cafeterias sowie Anlässe und Bankette bis zu 150 Personen.

Als wichtigen Mosaikstein in der Küchenorganisation und zur Ergänzung unseres Teams suchen wir **Sie.**

Für diese Herausforderung in einem zukunftsorientierten Umfeld bringen Sie idealerweise mit:

- Diplom für Koch und Diätkoch mit Eidg. Fachausweis
- Mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Diätkoch
- Freude an administrativen Arbeiten
- PC-Anwenderkenntnisse (Küchenlösung LogiMen)
- Erfahrung in der Zusammenarbeit mit der Ernährungsberatung im Grossküchenbetrieb

Als kundenorientierte und kommunikative Persönlichkeit erfüllen Sie vielfältige und anspruchsvolle Aufgaben. Sie nehmen täglich telefonische und schriftliche Aufträge und Informationen im Zusammenhang mit der Patientenverpflegung entgegen und geben diese an die Küchenmitarbeiter weiter. Zusätzlich haben Sie Freude am Organisieren und verstehen es, aus einem Grundangebot die Ableitungen für Diätmenüs selbstständig zusammenzustellen. Ebenfalls zu Ihrem Aufgabenbereich gehören die Bandorganisation und die Bandabnahme.

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Tätigkeit in einem gut eingespielten Team, Weiterbildungsmöglichkeiten und attraktive Arbeitszeiten (in der Regel von Montag bis Freitag).

Haben wir Sie angesprochen? Dann möchten wir Sie gerne kennenlernen.

Gerne gibt Ihnen die jetzige Stelleninhaberin, Frau I. Oehrli-Erni, Tel. 01/384 21 75 weitere Auskünfte. Ihre Bewerbung senden Sie bitte an die Psychiatrische Universitätsklinik, Personaldienst, Postfach 68, 8029 Zürich.

Psychiatrische Universitätsklinik Zürich

Kantonsspital Uri

Für unsere Spitalküche suchen wir auf den 1. Februar 2002 oder nach Vereinbarung

ein Diätkoch/eine Diätköchin
und
einen Koch/eine Köchin

Als unser neuer Mitarbeiter/unsere neue Mitarbeiterin sind Sie zusammen mit fünf weiteren Berufsleuten mitverantwortlich für eine abwechslungsreiche und schmackhafte Zubereitung der Vollkost- und Diätmenüs.

Legen Sie Wert auf eine kollegiale Zusammenarbeit in einem initiativen Team und auf gute fachliche Qualität? Dann sollten Sie sich bei uns bewerben.

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
Herrn W. Bär, Personalchef
6460 Altdorf
(Telefon 041 875 51 03)

229210/145228

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN KKL luzern

Gastronomische und architektonische Höchstleistungen !

Jean Nouvel hat die architektonischen Akzente gesetzt.
Die gastronomischen Akzente werden in unseren Restaurants BISTRO (Tagesrestaurant mit 110 Innen- und 80 Terrassenplätzen) und SEEBAR (Tagesrestaurant/Event-Bar mit 120 Innen- und 120 Terrassenplätzen) sowie in unserer Bankettabteilung (Kapazität bis 1200 Gäste) gesetzt. Zur Ergänzung unserer Teams suchen wir motivierte, jüngere MitarbeiterInnen als

ServicemitarbeiterInnen

(Jahresstellen per sofort/Vereinbarung oder Saisonstellen ab 1.3.02)

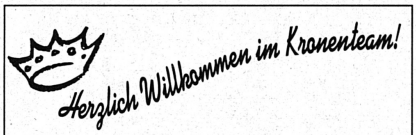
Wir bieten Ihnen kreative, vielseitige und moderne Arbeitsplätze in einem lebhaften Umfeld von Kongressteilnehmern, Konzertbesuchern oder Touristen. Sie verfügen über die nötigen fachlichen Voraussetzungen und Berufserfahrung, sprechen Deutsch (plus F oder E), schätzen die Teamarbeit und sind sich Hektik gewohnt. Haben wir Ihr Interesse geweckt, so sollten Sie uns Ihr komplettes Bewerbungsdossier senden. Bei allfälligen Fragen kontaktieren Sie unseren Leiter Administration, Herr Siegfried Wanner, unter Tel. 041 226 70 73.

Kultur- und Kongresszentrum Luzern Management AG
Personalabteilung
Europaplatz 1
6005 Luzern

Ergänzende Infos unter www.kkl-luzern.ch

KKL
music
congress
event
experience

145340/390946



Möchten Sie Ihr Fachwissen voll einbringen?

Wir, ein bekanntes ****-Hotel (38 km von Zürich entfernt), im Herzen der Schweiz, suchen einen

CHEF PATISSIER

Wir beherbergen und bewirten in unserem Haus Gäste aus der ganzen Welt, welche den kompetenten und freundlichen Service genauso schätzen wie die ausgezeichnete Küche. Weitere Informationen finden Sie unter www.krone-lenzburg.ch

Wollen Sie selbständig und verantwortungsbewusst in einem starken Team arbeiten? Sind Fachwissen, Flexibilität und Einsatz keine Fremdwörter für Sie und möchten Sie dementsprechend verdienen? Rufen Sie uns an, oder richten Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Krone
Herr O. Gerber
Kronenplatz 20, CH-5600 Lenzburg 2
Tel. 0041 62 886 65 65

145074/19429

Autogrill: Ihr Beruf – Ihre Chance

Autogrill ist weltweit der führende Anbieter für Reisegastronomie und betreibt in der Schweiz mit seinen über 2000 Mitarbeitern an 50 Standorten (Autobahnen, Flughäfen, Bahnhöfe, Shopping-Center) verschiedene innovative Konzepte und Dienstleistungen für «people on the move».

Unsere engagierten Teams in der Raststätte Pratteln freut sich ab sofort oder nach Vereinbarung auf Verstärkung! Wir suchen:

Chef de Service (100%)

Service Mitarbeiter/innen
Voll- oder Teilzeit

Hilfskoch

Office Mitarbeiter

Sie verfügen über gute Kenntnisse in der jeweiligen Branche und sind eine motivierte und selbständige Persönlichkeit die Freude an einer abwechslungsreichen Tätigkeit und einer vielseitigen Kundschaft hat? Wir sind an 365 Tagen für unsere Kundschaft da, was die Bereitschaft zu unregelmässigen Diensten voraussetzt.

Bei uns arbeiten Sie in einem motivierten Umfeld und profitieren von fortschrittlichen Anstellungsbedingungen. Gemeinsam bieten wir Menschen, die unterwegs sind, eine entspannte und erlebnisreiche Pause an. Helfen Sie uns dabei?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen:
Raststätte Pratteln AG
Frau Sabine Merholz, Götzisbodenweg 22 in 4133 Pratteln
Tel +41 (0)61 827 57 05 Fax +41 (0)61 827 57 05
Sabine.merholz@autogrill.ch, www.autogrill.ch

AUTOGRILL

CARLTON
RESTAURANTS & BAR

A Taste of Art déco and Culinary Art

Aufgrund unseres grossen Erfolges suchen wir zur Erweiterung unserer Brigade ab sofort oder nach Vereinbarung

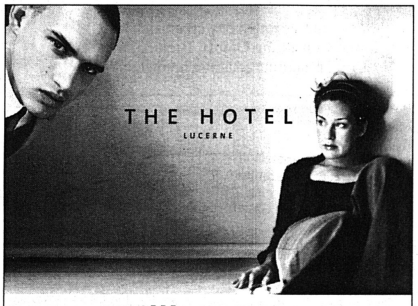
Service-Mitarbeiter/In

Unser junges Art déco Restaurant, im Herzen von Zürich an der legendären Bahnhofstrasse, mit seinen 160 Plätzen erinnert an die Zeit der 20er Jahre, wo der Genuss ganz im Vordergrund stand. Auch in unserem Weinkeller mit 28 Plätzen und über 550 Weinen, sowie in der denkmalgeschützten Locanda (60 Plätze) verwöhnen wir unsere internationale Kundschaft kulinarisch. Ausserdem sind wir eine interessante Adresse für alle Arten von Events.

Bei uns finden Sie Abwechslung ohne Ende, nur am Sonntag ist es regelmässig, dann bleibt unser Restaurant geschlossen. Gutes Salär garantiert !

Ihre Bewerbung oder auch Ihr Anruf freut uns sehr! Für weitere Infos: Daniela oder Markus Segmüller

Carlton Restaurants & Bar, Bahnhofstr. 41, CH-8001 Zürich
Tel. +41/1-227 19 19 Fax. +41/1/227 19 27
E-Mail: info@carlton-zuerich.ch Homepage: www.carlton-zuerich.ch



Willkommen
im Mittelpunkt des Geschehens

Welcome to THE HOTEL. Das vom französischen Stararchitekten Jean Nouvel erbaute Deluxe Boutique Hotel setzt neue Massstäbe in der Hotellerie: 25 atemberaubende Zimmer und Suiten, Restaurant BAM BOU (14 Punkte Gault Millau) mit euroasiatischer Küche und Loungebar.

Wir suchen für dieses aussergewöhnliche Hotelerlebnis aussergewöhnliche MitarbeiterInnen

SERVICEFACHANGESTELLTE BAM BOU

Sie sind mit Herz und Seele eine Gastgeberpersönlichkeit, lieben guten Wein und exklusive Küche.

BARMITARBEITERIN THE LOUNGE

Sie suchen eine neue Herausforderung in einem noch nie da gewesenen Rahmen.

Melden Sie sich bei Urs Langenegger oder senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto (Telefon 041 226 86 86 / ulangenegger@the-hotel.ch).

THE HOTEL, Sempacherstrasse 14, CH - 6002 Luzern
www.the-hotel.ch

145076/142643

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 souhaiteriez. 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
4648	Chef pâtissier	27	CH		März	D	Zentral-CH
4649	Koch	31	DE	B	sofort	D/E	SH/TG/ZH
4652	Commis de cuisine	20	IT	A	sofort	I	
4653	Italien. Koch	27	IT	A	sofort	I	
4658	Koch	40	CH		sofort	D/E/F/I	ZH/BS/ZG
4665	Küchenchef	36	CH		Jan.	D	AG/ZH/Spital
4672	Sous-chef/Kü'chef	42	FR	A	Feb.	D/F	SG/ZH
4678	Küchenchef	31	CH		Feb.	D/E/F/I	Thun/Bern, Tagesbetr.
4682	Küchenchef	42	IT	A	sofort	D/F/I	für ital. Restaurant
4685	Koch/Sous-chef	23	CH		sofort	D/E/F	Veg.-/Vollwerküche, Bern
4686	Pâtissière	22	CH		Mai	D	Winterthur
4688	Chef de partie	23	CH		sofort	D/F	West-CH (Montana)
4691	Kü'chef/Betr.leiter	39	CH		sofort	D/E/F/I	Schichtbetr./Stadt ZH
4692	Küchenchef	35	CH		März	D/E	Zentral-CH
4694	Küchenchef	27	FR	B	sofort	D/F	4–5*-Hotel/BE

Service / *Service*

1	2	3	4	5	6	7	8
4645	Kellner	47	PT	A	Jan.	D/F/I	
4654	Commis de bar	24	IT	A	sofort	E/I	VS/VD
4656	Barman	28	BE	A	sofort	D/E/F/I	
4657	Sefa	44	DE	A	sofort	D	Deutsch-CH
4663	Bardame	50	CH		Jan.	D/E/F	Thun–Bern
4669	Bardame	31	CH		sofort	D/E/F/I	ZH/zus. m. 4670
4670	Bardame	27	CH		sofort	F	ZH/zus. m. 4669
4671	Servicepraktikant	27	CN	B	Jan.	E/F	
4676	Kellner	49	PT	A	sofort	D/E/F/I	Wintersaison
4680	Bardame	36	CH		Feb.	D/E	SO/BE, ist ortsgebunden
4681	Chef de rang/w	27	DE	A	sofort	D/E/F/I	4–5*-Hotel, auch Réc.
4689	Service/w	41	DE		Jan.	D	Nord-CH
4695	Kellner	37	LK		Jan.	D/E	Bern/Mittelland/Oberland
4696	Barman	40	IT	A	sofort	D/F/I	Wintersportort
4697	Service-/F&B-Prakt.	25	IN	B	Jan.	D/E	ZH/LU/ZG
4699	Servicepraktikant	27	CN	B	sofort	E/F	
4700	Chef der rang/w	19	CH		Feb.	D/F	Zürich
4702	Service/Buffet/w	60	DE	A	sofort	D	BE/GR
4704	Sefa	20	CH		Feb.	D/F	Luzern
4706	Service/w	58	CH		sofort	D/E/F/I	GR/BE-Oberland

Administration / *Administration*

1	2	3	4	5	6	7	8
4650	Gesch'führerin	57	CH		sofort	D	
4651	Direktionsass./w	26	DE	A	Jan.	D/E/F/I	TI
4661	Direktionsass./w	24	FR	G	Jan.	D/E/F	BS
4662	Réceptionistin	19	CH		n. Ver.	D/E/F	BE/LU
4666	Réceptionistin	25	DE	L	sofort	D/E	3–4*-Hotel
4667	Réceptionistin	21	MT	B	sofort	D/E/F/I	Bern
4668	Night-Auditor	28	MA	B	sofort	D/E/F	ZH/SG/GR
4674	Back Office/F&B/w	37	DE	G	Jan.	D/E/F	80%, 3–4*-Hotel
4675	Buchhalterin	32	CN	B	Jan.	D/E/F	Hotel/Betriebskette ZH
4684	Chef de réception	39	FR	A	sofort	E/F	3–5*-Hotel
4687	Rest.leiterin	34	CH		Feb.	D/E/F	Speiserest., Bern
4693	Betriebsassistentin	25	CH		sofort	D/E/F	
4705	Réceptionistin	45	CH		sofort	D/E/F	keine Städte

Hauswirtschaft / *Ménage*

1	2	3	4	5	6	7	8
4646	Gouvernante	45	CH		März	D/E/F	Gstaad/VD
4647	Portier	36	PT	A	sofort	F/I	
4655	Hilfskraft	32	PT	A	sofort	F/I	VS/VD
4659	Hilfskraft	25	FR	G	sofort	E/F/I	BS/BL
4660	Zimmerfrau	23	FR	G	sofort	E/F	Basel
4664	Hilfskraft	33	TG	B	sofort	E/F	BS
4679	Hofa	23	KE	C	sofort	D/E	Spital/Altersheim
4683	Haushilfe/w	23	PT	A	März	D/F/I	Zürich
4690	Nachtportier	32	DE		sofort	D/E	
4698	Hilfskraft	20	PT	A	Februar		ZH/LU
4701	Zimmer/Buffet/w	30	IT	A	sofort	D/I	ZH/GL/SG
4703	Allrounder	23	CH		sofort	D	TI (Städte)



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)*

144943/84735

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 negative de votre part, nous ne pourrons 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*

Darf Arbeit Spass machen? - Arbeit muss Spass machen!

Gasthof Kreuz Egerkingen

www.kreuz-egerkingen.ch

Top Stellen für junge Schweizer Gastroprofis

Gasthof Kreuz Egerkingen

DG
DOMINO GASTRO

Weihnachten Zeit für Überraschungen

Servicemitarbeiter/in (m/w)

Für einen gepflegten neuzeitlichen Betrieb in der Stadt Zürich suchen wir eine/n gelernte/n Servicefachfrau/mann. Wenn Sie jung, charmant und kommunikativ sind und gerne für das Wohl Ihrer Gäste sorgen, dann sind Sie genau die richtige Person. Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Chef de Service (w/m)

Für ein gehobenes Restaurant in der Stadt Zürich suchen wir eine/n versierte/n Chef de Service mit einigen Jahren Führungserfahrung. Sie haben bereits in Erstklassbetrieben gearbeitet und sind ein Gastgeber aus Leidenschaft. Hektische Situationen meistern Sie mit Leichtigkeit und Freundlichkeit ist für Sie das A und O. Dann melden Sie sich bei uns!

Sommelier (w/m)

Für einen modernen, gepflegten Betrieb in Zürich suchen wir die/den Fachfrau/mann, die/der das ABC des Weins in und auswendig kennt. Sie stehen gerne an der Front und Ihr Talent ist es, gekonnt die Gastgeberrolle zu spielen. Sie arbeiten selbständig und übernehmen auch die Verantwortung für die Anlässe. Ausserdem bereiten Ihnen flexible Arbeitszeiten kein Kopfzerbrechen. Fühlen Sie sich angesprochen?

Barman

Wir suchen einen aufgestellten attraktiven jungen Mann mit toller Ausstrahlung zwischen 25 und 40 Jahre alt. Sie sind eine starke Persönlichkeit und bringen Erfahrung an der Bar mit. Es erwartet Sie eine elegante, exklusive Bar mit romantischer und bezaubernder Atmosphäre mitten in der Stadt Zürich. Haben wir Ihr Interesse geweckt und freuen Sie sich schon heute Ihre anspruchsvollen Gäste mit Cocktails, Drinks und gute Weine zu verwöhnen?

Chef de partie Tagesdienst (m)

Suchen Sie eine neue Herausforderung mit Entwicklungspotential und geregelten Arbeitszeiten in einer Grossküche in Zürich? Sie sind jung, motiviert, innovativ und haben die Lehre als Koch erfolgreich abgeschlossen. Zudem verfügen Sie über EDV-Grundkenntnisse und möchten sich beruflich weiterentwickeln. Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Chef de partie/Jungkoch (w/m)

Ein renommiertes 4*-Businesshotel in Zürich sucht einen motivierten Jungkoch/Chef de partie, welcher mit der hochstehenden Küche bestens vertraut ist und mit Begeisterung bei der Sache ist. Sie haben die Kochlehre absolviert und suchen eine neue Herausforderung? Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Sous-chef (w/m)

Suchen Sie eine neue Herausforderung und haben keine Angst vor einer grossen Brigade? Dann sind Sie hier genau richtig. Für einen stadtbekannten, lebhaften und nicht alltäglichen Gastrobetrieb in Zürich suchen wir eine starke Persönlichkeit mit Führungserfahrung, die gerne die Verantwortung trägt und die Übersicht nie verliert. Sie sind fachlich kompetent und blühen in hektischen Situation so richtig auf. Rufen Sie uns an!

Küchenchef (m/w)

Ein schönes gepflegtes Restaurant mit drei verschiedenen Restaurationen und traumhafter Aussicht auf Zürich sucht einen kompetenten und ehrgeizigen Küchenmanager. Sie verfügen über ein ausgeprägtes Organisationstalent, einen fairen Führungsstil sowie Erfahrung im A-la-carte- und Bankettbereich. Sie kochen kreativ und saisonal und gestalten das Angebot für diese drei komplett unterschiedlichen Restaurationen. Zusätzlich sind Sie für den gesamten Einkauf und Inventar zuständig und führen eine Küchenbrigade von ca. 17 Mitarbeitern. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Etagengouvernante (w)

Legen Sie Wert auf ein freundliches und angenehmes Arbeitsklima, ebenso liegt Ihnen aber auch ein edles und stilvolles Interieur am Herzen, dann könnte dieses Top-Hotel in der City von Zürich genau Ihren Geschmack treffen. Sie wissen Schönes zu pflegen, sind eine gute Motivatorin für die Etagen-Crew und sind im allgemeinen eine zuverlässige Persönlichkeit die Freude hat Verantwortung zu übernehmen.

Réceptionist/in (m/w)

Sie haben bereits erste Erfahrungen an der Réception gesammelt und arbeiten gerne selbständig in einem kleinen Team? Dann haben wir die richtige Stelle für Sie. Wir suchen eine junge Persönlichkeit, die sowohl gerne administrative Arbeiten erledigt als auch Freude am Umgang mit internationalen Gästen hat. Sie wollen Ihre vielfältigen Sprachkenntnisse täglich zum Einsatz bringen und finden auch in stressigen Situationen immer die beste Lösung um den Gästen einen angenehmen Aufenthalt zu bieten. Interessiert?

Assistentin der Geschäftsführung (m/w)

Für ein wunderschönes und exklusives italienisches Restaurant in der Stadt Zürich, suchen wir eine gepflegte und fachlich kompetente Persönlichkeit. Sie bringen gute Kenntnisse in der Personaladministration mit und beherrschen die Korrespondenz aus dem FF. Sie sind zwischen 30 und 50 Jahren alt und sind bereit die Servicebrigade über den Mittagsservice zu unterstützen. Sie entlasten die Geschäftsleitung und stehen Ihr als rechte Hand zur Seite. Haben wir Sie neugierig gemacht?

Geschäftsführer (m/w)

Sind Sie der geborene Gastgeber und an einem mediterranen, französisch angehauchten Betrieb in der Stadt Zürich interessiert? Für Sie ist es eine Herausforderung ein Team (ca. 25 Mitarbeiter) zu formen, schulen und zum gemeinsamen Erfolg zu führen. Sie sind ein guter Organisator, ehrgeizig, frontorientiert und bringen Erfahrung als Geschäftsführer mit. Packen Sie Ihre Chance und rufen Sie uns an.

Interessiert? Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Roland Eng, Romana Hendry oder Yamuna Wüthrich freuen sich über Ihre Kontaktaufnahme.

01 - 432 73 73

DOMINO GASTRO, Segnesstr. 1, 8048 Zürich
E-Mail: r.eng@dg-jobs.ch / www.dg-jobs.ch

145289/257168



HOTEL SCHWEIZERHOF ZÜRICH

ZÜRICH

ist ein idealer Arbeitsort für junge und moderne Menschen. Mitten in der Stadt am Bahnhofplatz führen wir unser traditionsreiches 4-Stern-Hotel. Die zentrale Lage schätzen unsere Gäste in den 115 Zimmern, in unserem Spezialitätenrestaurant, in der Hotel-Bar und im Café Gourmet.

Ein motiviertes, gut eingespieltes Team sowie eine moderne Küche mit frischen, marktgerechten Produkten bietet die besten Voraussetzungen für einen der attraktivsten Arbeitsplätze im Herzen von Zürich.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Anfang Jahr 2002 einen

Chef de partie
Commis de cuisine

(Ausländerinnen benötigen eine Bew. B oder C)

Interessiert? Rufen Sie doch einfach Vreni Gallmann an oder schreiben Sie uns.

Hotel Schweizerhof Zürich
Bahnhofplatz 7, 8023 Zürich, Telefon 01 218 88 88
e-mail: vgallmann@hotelschweizerhof.com

145202/41068

Die ZFV-Unternehmungen sind eine expandierende Gastgewerbeorganisation in Zürich, Bern, Basel und St. Gallen, beschäftigen in 70 Betrieben über 750 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bieten ihren Gästen Stärkung und Entspannung, frische Produkte, feines Geniessen ...***und ein Lächeln dazu.***

Für das von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant UBS "Key West"
Max Högger-Strasse 82, 8098 Zürich

suchen wir ***per sofort*** eine flexible und frontorientierte

Betriebsassistentin

Sie sind...
hauptsächlich für das Wohl und die Betreuung unserer Gäste, die Mitarbeit am Selbstbedienungsbuffet, im Service sowie bei Caterings, die Organisation und Überwachung von Arbeitsabläufen sowie administrative Arbeiten zuständig.

Wir wünschen uns...
eine junge, fröhliche und aufgeweckte Mitarbeiterin, welche sich nach einer abgeschlossenen gastgewerblichen Ausbildung weiterentwickeln möchte.

Wir bieten Ihnen...
nebst einem sicheren Arbeitsplatz in einem Tagesbetrieb ***(Sie arbeiten Mo.-Fr. von 06.00-15.30 bzw. 08.00-17.00 Uhr),*** eine leistungsorientierte Entlöhnung, Samstag/Sonntag in der Regel frei sowie partnerschaftliche und faire Anstellungsbedingungen, ein multikulturelles, aufgestelltes und motiviertes Team.

Unsere Gäste, Teamgeist, Motivation und Herzlichkeit stehen für uns im Zentrum der täglichen Zusammenarbeit.

Wir hoffen...
Ihr Interesse geweckt zu haben und freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden!

ZFV-Unternehmungen
Die Zürcher Gastronomiegruppe
Mühlebachstrasse 86 · Postfach · 8032 Zürich

145221/41408

RESTAURANT REUSSBRÜCKE

Wir suchen für unsere BRIDGE-BAR

Junge aufgestellte Bardame oder Barman

Hohen Lohn, Umsatzbeteiligung, Kost und Logis auf Wunsch im Hause

Bewerbungen bitte an
Elsi oder Klaus Imhof
Muristrasse 32 • 8913 Ottenbach
Tel. 01-760 11 61 • Fax 01-760 12 50
www.reussbruecke.com
info@reussbruecke.com

145187/350052

ASTORIA

Hotel • Restaurant

Wir sind ein renoviertes 3*-Geschäftshotel in der Stadt Bern mit 63 Zimmern, A-la-carte-Restaurant mit 80 Plätzen, Bankett- und Seminarräumlichkeiten für max. 100 Personen

★ ★ ★

Wir brauchen Verstärkung für unser junges, aufgestelltes Team!!

Réceptionist/in
Ab Februar 2002 oder n. V.

aufgestellte, offene Persönlichkeit, motiviert und mit Spass am Beruf mit 1-2 Jahren Erfahrung
D, E, F und EDV-Kenntnisse (evtl. Fidelio)

★ ★ ★

Zimmermädchen
Mit Erfahrung, per sofort oder n. V.
Arbeitszeit: 07.45 h - 16.30 h

Sind Sie interessiert?
Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Restaurant ASTORIA
Herr Antonios Televantos, Direktor
Zieglerstrasse 66, 3000 Bern 14
Tel. 031 378 66 66
info@astoria-bern.ch
www.astoria-bern.ch

145272/4669

Unser wunderschönes Restaurant im mediterranen Stil und in unmittelbarer Nähe der Bahnhofstrasse von Zürich läuft bombig. Vor allem auch deshalb, weil unsere kleine, aber feine Küche speziell mundige Gerichte aus Frischprodukten hervorzaubert.

Wir suchen nun zur Erweiterung unseres fröhlichen Teams einen jungen (20 bis 30 Jahre), aufgestellten

Koch (Garde-manger/Pâtissier)

mit Flair für Kreativität und Selbständigkeit.
Samstag/Sonntag frei.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freut sich:
Restaurant L'Hexagone
Dany Mössinger
Kuttelgasse 15, 8001 Zürich

145075/158437

Das gibt's doch nicht!

Doch, bei uns im Hotel Schiff am Rhein in Rheinfelden gibt's das!

- **Einen total neu renovierten ***-Stadthotelbetrieb**
- **Eine top moderne Réception**
- **Spätdienst jeweils nur bis 22.00 Uhr**
- **Jedes zweite Wochenende frei**
- **Ein top bezahltes Salär**
- **Aufstiegsmöglichkeiten zum Chef de Réception und, und, und...!**

Per sofort oder nach Übereinkunft suchen wir eine praxiserfahrene

Réceptionistin D, E, F
in Jahresstellung
Fidelio-Front-office-Praxis von Vorteil

Alles was Sie jetzt unbedingt noch wissen möchten, erfahren Sie am Besten bei einem unverbindlichen Kennenlernen. Rufen Sie uns doch einfach an, oder senden Sie uns Ihr Bewerbungsschreiben.

Wir freuen uns auf Sie!

HOTEL RESTAURANT SCHIFF AM RHEIN ★★★

Susanne & Remo Köchli, Gastgeber
4310 Rheinfelden, 061/8362222, www.hotelschiff.ch

htr
Über Marketing und Dumping.

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

Restaurant Zülli, Erlach

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort junge, aufgestellte

Serviceangestellte m/w
sowie
Serviceaushilfen
für unser Speiserestaurant am Bielersee.

Wir bieten 5-Tage-Woche und Dauerstelle! Noch Fragen? Rufen Sie uns an! Wir freuen uns, Sie kennenzulernen. Bewilligung vorhanden.

Oberli Stefan / Lohse Bea
Restaurant Zülli
3235 Erlach
Tel. 032 338 11 22
Natel 079 444 73 87

144465/41652

HOTEL JUNGFRAUBLICK WENGEN
Ganz nah am Himmel

Dienstleistung als Standard!
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 bis Anfang April 02 suchen wir mit baldigem Eintritt:

- **Réceptionist/in**
  sprachenkundig.
- **Praktikant/in**
  für Réception und Saalservice.

Rolf Frick, Hotel Jungfraublick, 3823 Wengen
033 855 27 55, www.jungfraublick.com

SIE

Gastgeber/in für unseren Room-Service

Die Privatklinik Bethanien ist die Klinik am Zürichberg mit 96 Betten. Unsere Patienten haben im Rahmen der Wohlfühlgastronomie Anspruch auf ein umfassendes und qualitativ hochstehendes Dienstleistungsangebot.

Zur Ergänzung unseres dynamischen Teams suchen wir eine fachkompetente und frontorientierte Persönlichkeit für die anspruchsvolle gastronomische Beratung und Betreuung unserer Patienten und Besucher. Arbeitspensum 100% (40 Stundenwoche, 5 Wochen Ferien).

Einer/einem passionierten Gastgeber/in mit Berufsabschluss als **Servicefachangestellte/r, Hotelfachassistent/in** oder einer gleichwertigen Ausbildung bieten wir eine interessante, abwechslungsreiche und nicht alltägliche Herausforderung in einem kollegialen Team (Stellenantritt nach Vereinbarung).

Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Patrick A. Reiter, Leiter Hotellerie, Tel. 01 250 75 30. Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Marie-Therese Hubli, Leiterin Personaldienst.

Wir freuen uns auf Sie.

PRIVAT KLINIK
BETHANIEN
TOBLERSTRASSE 51 / CH-8044 ZÜRICH
www.klinikbethanien.ch

GRAND HOTEL RB BEAU RIVAGE
3800 INTERLAKEN



Sind Sie unser neuer «Stern» am Beau-Rivage-Himmel?

*Unser *****-Hotel mit 99 Zimmern und verschiedenen Restaurants sowie Bankett- und Kongressräumlichkeiten gehört zu den führenden Hotels in Interlaken. Stil und Qualität setzen seit Jahrzehnten die Hauptakzente.*

Schön wär's... wenn SIE ab dieser **Wintersaison** (20. Dezember) mithelfen, unsere Gäste zu verwöhnen:

Réceptions-/Logetournant

mit Führerschein, Réceptionserfahrung, sehr guten Deutsch- und Englischkenntnissen, Fidelio-Erfahrung und Französischkenntnisse wünschenswert.

Gespannt erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen:

Grand Hotel Beau Rivage
Frau Susanne Lötscher, 3800 Interlaken
Tel. 033 826 70 07, Fax 033 826 70 08
beaurivage@email.ch
www.beaurivage-interlaken.ch

1449/416110

SUMMIT HOTELS & RESORTS



AUSGEBRANNT?

Als Profi in der Hotellerie kennen Sie das bestimmt. Wie immer registriert keiner Ihren Arbeitseinsatz. Sie fühlen sich ausgenutzt und ausgebrannt. Wir erkennen Ihren Einsatz an und entfachen Ihre Leidenschaft neu. Für unser Dorint 3-Sterne-Hotel Basel, welches Anfang Mai 2002 seine Türen öffnen wird, sind folgende Positionen zu besetzen:

Zum 1. Januar 2002:

Buchhalter/ Betriebsbüroleiter
für Buchhaltung und Lohnbuchhaltung

Zum 1. März 2002:

Reservierungsleiter
Englisch/Französisch/Deutsch in Wort und Schrift, fundierte Fideliokenntnisse, GDS und Trust, mind. 2 Jahre Berufserfahrung in vergleichbarem Hotel, teamorientiert, Erfahrung in Personalführung

Restaurantleiter
E/F/D, teamorientiert, Erfahrung in Personalführung, Wirtepatent von Vorteil

Küchenchef
teamorientiert und kreativ, qualitäts- und kostenorientiert, Wirtepatent von Vorteil

Haustechniker

Zum 1. April 2002:

Reservierungsassistent
Englisch/Französisch/Deutsch in Wort und Schrift, Fideliokenntnisse

Rezeptionist
Fidelio- und Sprachkenntnisse von Vorteil

Köche
Servicemitarbeiter
für Schichtdienst in unserem Restaurant und/oder der Hotelbar

(alle Positionen m/w)

Das Hotel: 171 Zimmer • À la carte-Restaurant • Lobby-Bar • 5 Konferenz- und Veranstaltungsräume für bis zu 120 Personen

Dorint • Basel
Frau Birgit Doll • Hoteldirektorin
Schönaustrasse 10 • CH-4058 Basel
Tel.: +41 (0) 61/6 86 90 60

EXPECT MORE

Dorint ★★★ BASEL

HOTEL ILLUSTER
Zürichstr. 14, Uster, 01 944 85 85

Für unser Garni-Hotel **in Uster** suchen wir

• jüngere Réceptionistin

Anfängerin wird angelernt. Gute Weiterbildungsmöglichkeit für gelernte Hofa. Etwas Sprachkenntnisse sind von Vorteil, jedoch nicht Bedingung. Eintritt Januar oder nach Vereinbarung.

Gerne erwarte ich Ihren Anruf oder Ihre Kurz-Bewerbung.

Marianne Stelzer, **Telefon 01 944 85 85.**

145132/35319

Wir brauchen einen ausgewiesenen

Koch

für unser Restaurant mit chinesischer und thailändischer Küche.

Wir sind in Neuhausen am Rheinfall.

Er muss die Szechuan- und Kantonküche beherrschen, die thailändischen Spezialitäten kennen und auf Dim Sum spezialisiert sein.

Schriftliche Bewerbungen bitte an Werner Rüegg, Schulsteig 3, 8212 Neuhausen.

145225/416910

Saas-Fee

Wir suchen noch Mitarbeiter als

Serviertochter/Kellner
Buffethilfe

Eintritt 20. Dez. 01 oder Mitte Jan. 02

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Fam. Burgener-Siegfried
Restaurant Chämi-Stuba
CH-3906 Saas Fee
Tel. 027 957 12 78
Fax 027 957 41 47

145274/207292

Hotel Passhöhe, 8843 Ibergeregg SZ

Gesucht für mindestens 3 Monate

Jungkoch m/w
sowie Haustochter
für Zimmer, Lingerie, Office

Auf Wunsch Zimmer im Hause
Geregelte Arbeitszeiten,
grösstenteils Tagesbetrieb

Weitere Auskünfte:
Fam. Rubli-Reichmuth
8843 Ibergeregg
Tel. 041 811 20 49
www.ibergeregg.ch

145123/115770

Lenzerheide Valbella Churwalden Parpan Lenz
SPORTS UNLIMITED

mitarbeiten - mitgestalten

Hotel 1. Klasse sucht zur Ergänzung des Teams für die Wintersaison 2001/2002 (Mitte Dez. '01 bis ca. Mitte April '02) mit der Möglichkeit für die folgende Sommersaison:

Bar:
– Barmaid/Barmen
Tanz-Bar mit Live-Musik
selbständige Arbeit

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:
Herrn T. Vogt

145260/35521



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. Fravchiger

Hotel
Duc de Rohan

Für unser **neues trendiges Restaurant** sowie für unser **14-Punkte-Gault Millau-Restaurant** suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung motivierte und initiative Mitarbeiter/innen:

CHEF DE PARTIE
und
COMMIS DE CUISINE

in unser kreatives Küchenteam

SERVICEMITARBEITER/IN

mit Erfahrung

Sonntag frei!

Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an. Frau Crüzer, Direktion, und Herr Stauffer, Küchenchef, stehen Ihnen für allfällige Fragen gerne zur Verfügung.

HOTEL DUC DE ROHAN
Masanerstrasse 44, 7000 Chur
Telefon: 081 252 10 22
Telefax: 081 252 45 37

145273/7803

Feinschmecker Guide 2001 Fischküche mit Auszeichnung

Hotel Brienz

3855 Brienz am See

Wir suchen in aufstrebenden Hotel-Restaurations-Betrieb in der

Alpen Region Brienz Meiringen Hasliberg

junge/n, dynamische/n

KOCH/KÖCHIN Sous-chef/in
der/die seine Ideen verwirklichen kann
speziell Fischküche
ab ca 1. April 2002
in Saison- oder Jahresstelle

HAUSBURSCHE
ab ca. 1. März 2002
in Jahresstelle

BARMAID / BARMAN
(CH, A, D)
ab sofort oder nach Vereinbarung

Wenn Sie Interesse haben, in unserem Team mitzuhelfen, dann melden Sie sich bei Fam. Beat Wettach
Tel. 033 951 35 51

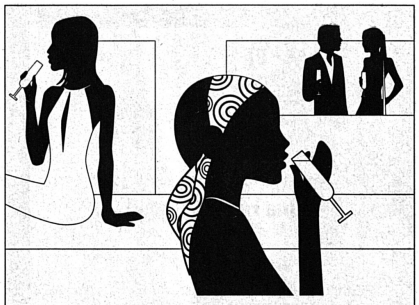
145193/35754

---

htr

Über Bierpreise und Schnapsideen.

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



Willkommen
im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria ist das führende, neurenovierte 4-Stern-Hotel mit 180 voll klimatisierten Hotelzimmern im Herzen der Stadt Luzern. Unsere Restaurants der Extraklasse bieten Aussergewöhnliches: im THAI-GARDEN zelebrieren wir eine mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnete königlich-thailändische Küche vom Feinsten. Ebenfalls mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnet ist unsere mediterrane Cuisine du Marché im Restaurant LATINO. Übrigens - zuerst trifft man sich an unserer Latino-Weinbar mit über 180 verschiedenen Weinsorten aus aller Welt. Hausgemachte Pasta und Holzofen-Pizza servieren wir im wohl schönsten Restaurant der Stadt, dem LA CUCINA. Im PENTHOUSE und PRAVDA, den beiden In-Places und Magnetpunkten des Nachtlebens unserer Stadt, feiern wir mit den bekanntesten internationalen DJs die tollsten Parties der Zentralschweiz.

Wir freuen uns auf Sie!

ServicemitarbeiterIn	**LATINO**
Commis de cuisine	**LATINO**
BarmitarbeiterIn	**PRAVDA**
Cameriere	**CUCINA**

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

145254/22667

HAN MONGOLIAN BARBECUE

Wir sind ein trendiger Betrieb mit asiatischer Erlebnisgastronomie und einer wunderschönen Bar im Kolonialstil. Im Sommer bedienen wir unsere Gäste an einer gemütlichen Cocktail-Bar im Freien.

Wir suchen ab 01.01 2002 oder nach Vereinbarung:

flexible/n und verantwortungsbewusste/n

Barfachfrau
Barfachmann

mit eigenen Ideen und Organisationstalent.

zusätzlich suchen wir:

Baraushilfen (w/m)

Bei uns können Sie Ihre guten Fachkenntnisse täglich anwenden und unsere Gäste mit exotischen, traditionellen und klassischen Cocktails verwöhnen.

Sind SIE an dieser interessanten und abwechslungsreichen Herausforderung interessiert?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto:

HAN MONGOLIAN BARBECUE
Frau Carina Evers · Baarerstrasse 63 · 6300 Zug
Tel. 041 711 56 62
www.han.ch

HOTEL RESTAURANT ***

Panorama

BETTMERALP, WALLIS

Wir sind ein modernes 3-Stern-Hotel mit à-la-carte-Restaurant und Sonnenterrasse. Für die Wintersaison evtl. länger bieten wir eine Stelle an für einsatzbereite und freundliche

Servicefachangestellte oder Servicemitarbeiterin

Eintritt ab 20.12.01 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

BAHNHOF BUFFET ZÜRICH

Innovation und Tradition
unter einem Dach. Unser Unternehmen ist bekannt für eine vielfältige Qualitätsgastronomie im HB Zürich. Zehn Restaurants, Party Service, Konferenz- und Banketträume, Verkaufsstände machen uns zum grössten Bahnhofbuffet Europas. Zur Ergänzung unseres Party2Come Catering Services suchen wir per 1. Februar 2002 eine/n

Assistent/in Event-Manager

Ihre wichtigsten Aufgaben:
- Planen, Organisieren und Koordinieren von Zirkus-, Konzert- und Kinocaterings sowie Firmenanlässen, Apéros und Banketten in Zusammenarbeit mit unserem Leiter Catering Service
- Selbstständige Betreuung der Anlässe inklusive Führung der Mitarbeiter vor Ort
- Abwickeln der administrativen Aufgaben
- Rekrutierung von Aushilfen

Ihr Profil:
Für diese interessante Aufgaben stellen wir uns eine dynamische, selbstständige und flexible Persönlichkeit vor, die auch in hektischen Situationen schnell und überlegt reagieren kann. Sie verfügen über Verhandlungsgeschick und können damit unsere anspruchsvolle Kundschaft fachmännisch beraten. Idealerweise haben Sie die Hotelfachschule abgeschlossen und suchen eine spannende Herausforderung im Event-Management. Für diese äusserst interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit ist eine längerfristige Anstellung erwünscht.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung unter folgender Adresse:

Candrian Catering AG,
Restaurants Bahnhofbuffet Zürich HB, Postfach, 8023 Zürich
Kathrin Siegenthaler, Tel. 01 / 217 15 37, Fax 01 / 217 15 09
e-mail: ksiegenthaler@bahnhofbuffet.ch
www.bahnhofbuffet.ch

HTMi School of International Hotel and Tourism Management

HTMi searches lecturers for the following positions, starting February 2002 or August 2002

- **Hotel & Touristic Mgt** – lecturers with experience
- **F & B lecturer**
- **Office assistant for student internship placement (part-time)**

- Languages: E + D spoken & written
- Swiss nationality or valid working permit
- Accommodation in hotel school can be arranged

Please send your complete C.V., photo and copies of certificates, references to:

HTMi, Hotel Management School, Mr. Valu
Marientalweg 3, CH - 6174 Sörenberg
Tel: 041 – 488 11 25, Fax: 041 – 488 23 44

145248/59471

Spitalverbund AR

Unser Spitalverbund AR umfasst die Spitäler Herisau und Heiden sowie die Psychiatrische Klinik Herisau. Wir bieten Patienten Hotellerieleistungen auf einem hohen Niveau an. Weil zwei unserer bisherigen Küchenchef Stellvertreter eine neue Herausforderung als Küchenchef angenommen haben, suchen wir auf Februar 2002 je eine(n)

Sous-Chef (m/w)

für das Spital Herisau und die Psychiatrische Klinik Herisau

Die kleinen Teams mit je 3 Lehrlingen stellen die Verpflegung der Patienten sicher. Am Mittag wird jeweils auch für die Restaurants gekocht, die für Personal, Patienten und auch für auswärtige Besucher offen stehen.
Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufslehre als Koch und einige Jahre Berufserfahrung, haben Sie vielleicht sogar die Lehrmeisterprüfung absolviert und/oder eine Zusatzausbildung als Diät- oder Spitalkoch? In unseren Küchen erwartet Sie eine sehr selbständige Arbeit in einem übersichtlichen und modernen Spitalbetrieb.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an Herrn Armin Fässler, Küchenchef, Kant. Psych. Klinik, Postfach 223, 9101 Herisau. E-Mail: armin.faessler@spital.ar.ch Telefon 071 353 83 50 oder an Herrn Ralph Hagen, Küchenchef, Kantonales Spital, Spitalstrasse, 9100 Herisau. E-Mail:ralph.hagen@spital.ar.ch Telefon 071 353 21 81. Telefonische Auskünfte erhalten Sie auch von den jetzigen Stelleninhabern: Spital Herisau Herr J. Zahner und Psych. Klinik Herr M. Frick.

Sie finden uns auch im Internet: www.spitalverbund.ch

Spitalverbund AR
Ein Zusammenschluss der Kantonalen Spitäler Herisau und Heiden und der Psychiatrischen Klinik Herisau

---

SWISS HOLIDAY PARK
ERHOLUNG – SPORT – WELLNESS – BUSINESS
VIERWALDSTÄTTERSEE

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:

Asia-Koch

In einem kleinen Team integriert, verwöhnen Sie unsere Gäste täglich mit ihren umfassenden Kochkünsten.

Sind Sie 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 041/825 50 20.

145201/384837

Ochsen Zug



Das Haus mit Ambiance und Komfort im Zentrum der historischen Stadt am Kolinplatz.

Für unser lebhaftes Stadthotel suchen wir nach Übereinkunft eine

Gouvernante

in Jahresstelle.

Eveline Hegglin
City-Hotel Ochsen
Am Kolinplatz
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 wir Ihr Interesse geweckt haben, rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Unterlagen.

144605/41629

---

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

Hôtel EDEN ★★★

54 chambres

Nous cherchons pour date d'entrée immédiate ou à convenir un(e)

Réceptionniste

Vous êtes sourriant(e), dynamique, vous aimez le contact avec une clientèle internationale. Vous possédez de l'expérience dans l'hôtellerie et de bonnes connaissances d'anglais. Nous vous proposons un emploi stable et varié au sein d'une équipe jeune et motivée. Les candidat(e)s de nationalité suisse ou titulaire d'un permis de travail sont prié(e)s de faire parvenir leur dossier complet à l'attention de la direction.

Hôtel Eden, rue de Lausanne 135, 1202 Genève.

145223/12602

S·H·M·S
Swiss Hotel Management School
"Caux-Palace"
1824 Caux/Montreux
(Switzerland)

Les étudiants de l'école hôtelière
SWISS HOTEL MANAGEMENT SCHOOL,
membre de l'ASEH (Association Suisse des Ecoles Hôtelières), recherchent des
PLACES DE STAGE
dans les départements suivants:
service, cuisine et housekeeping.

du 01.02.2002 au 31.08.2002

Nos étudiants parlent couramment l'anglais et étudient le français ou l'allemand.

Pour plus d'information, veuillez contacter:
Ms. Noémie Lutz
SHMS, "Caux Palace", 1824 Caux
Tél.: 021/ 962 09 51, Fax: 021/ 962 95 50, e-mail: lutz@shms.com



... a World Leader in Hotel Management

HOTEL **** SUISSE MAJESTIC MONTREUX

Pour compléter notre équipe, nous recherchons:

Une réceptionniste
&
Un assistant F&B

Parfaite maîtrise du français, allemand & anglais
Expérience à un poste similaire
Bonnes bases des programmes Fidélio, Excel & Word
Entrée immédiate ou à convenir
Faire votre offre avec CV & photo à
l'att. de M. Philippe von Escher
av. des Alpes 43, 1820 Montreux
E-mail: direction@suisse-majestic.ch

145265/45578

LP
LAUSANNE PALACE & SPA

Le Lausanne Palace & Spa, hôtel de grand luxe, membre des "Leading Hotels of the World" recherche pour sa réception

Date entrée à convenir:

RÉCEPTIONNISTE-RÉSERVATION

Français, anglais, allemand
connaissances du logiciel Fidelio seraient un atout
(Suisse ou permis valable)

Envoyer votre candidature détaillée, avec photo:

Lausanne Palace & Spa
Département des Ressources Humaines
Grand-Chêne 7/9, CH-1002 Lausanne

one of "The Leading Hotels of the World"

145261/18724

Wir, ein junges Gastro-Unternehmen, suchen per sofort oder nach Übereinkunft für unser Ristorante San Marco in Fribourg unsere/unseren

Chef de service/Betriebsassistent/in

Hast du Lust, an einem Ort, der vor italienischer Lebenslust nur so sprüht, zu arbeiten?
Zusammen mit uns, willst du in einem jungen Team etwas aufbauen und bewegen?
Führungsqualitäten, Belastbarkeit und Eigeninitiative sind keine Fremdwörter für dich, und du bist zwischen 25 und 35 Jahre alt.

Fühlst du dich angesprochen? Dann sende uns doch bitte deine Bewerbungsunterlagen an folgende Anschrift:

Ristorante San Marco
z.H. Herrn Markus Brunner
Pérolles 18, 1700 Fribourg
Fon 026 322 55 57, Fax 026 322 55 09

145313/399578

Relais du Valais sa

Nous cherchons pour compléter notre équipe

un(e) assistant(e) du chef de service

Votre profil:
- Formation hôtelière ou expérience confirmée dans le service de restaurant de haut niveau et de banquets.
- Dynamique, flexible et ayant le sens des responsabilités.
- Pratique de la langue allemande souhaitée.

Nous vous offrons:
- La possibilité de rejoindre une équipe motivée.
- De travailler dans un cadre exceptionnel, au sein d'un établissement en pleine expansion.

Merci d'adresser vos offres avec CV et photo à M. Frédéric Rudaz, directeur, rte de l'Abbaye 35, 1963 Vétroz.

NOUS CHERCHONS POUR JANVIER 2002 (FRIBOURG)

CHEF DE PARTIE

AVEC EXPÉRIENCE DE LA GASTRONOMIE ET BONNE CONNAISSANCE DE GRANDE TABLE AFIN DE RENFORCR UNE ÉQUIPE DYNAMIQUE ET JEUNE.

POUR UN RESTAURANT DE TRÈS BONNE RENOMMÉE, 15 PTS AU GAULT ET MILLAU, MENTION MICHELIN, EN VIEILLE VILLE DE FRIBOURG. S.V.P. ENVOYER C.V. ET RÉFÉRENCES AVEC PHOTO
POUR TOUT RENSEIGNEMENT TÉL. (026) 322.42.25, FAX (026) 323.12.33, Monsieur Serge CHENAUX

RESTAURANT DU SCHILD, PLANCHE-SUPÉRIEURE 21, 1700 FRIBOURG

145235/410119

---

htr
Tout sur Internet et les bénéfices nets.
Abonnements et annonces:
tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23,
www.htr.ch

Montreux
Golf-Hôtel René Capt

Cherche de suite ou à convenir

SECRÉTAIRE/RÉCEPTIONNISTE
Avec expérience, D, F, E

CHEF DE RANG
Français, allemand, anglais

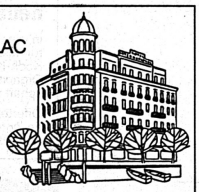
DEMI-CHEF DE RANG

Faire offre avec documents d'usage,
Golf-Hotel René Capt, rue Bon-Port 35, 1820 Montreux.

145279/345995

SVIZZERA ITALIANA

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).

RÉCEPTIONSSEKRETÄRIN
Berufserfahrung, gute Kenntnisse der 4 Hauptsprachen (D, F, I, E) und Praxis auf FIDELIO erforderlich.

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

144599/22063

WELLNESSHOTEL
KURHAUS
CADEMARIO

12 km da Lugano, aperto tutto l'anno, ricerca per il 1.12.2001 o data da convenire personale con contratto annuale e/o stagionale

2 camerieri di sala (lingue I/T)

Interessati con permesso valido sono pregati d'inviare curriculum vitae con certificati alla direzione presso

Wellness Hotel Kurhaus Cademario
6936 Cademario
Telefono 091 610 51 11

145061/6629

SVIZZERA ITALIANA

Parco San Marco

Wir suchen für unser einfach einzigartiges 4*-Hotel am Lago di Lugano (I) – Schweizer Arbeitsvertrag – für die Sommersaison 2002 (März–November):

Service:	**Chef de service** **Kellner** **BarmitarbeiterIn**
Küche:	**Chef de partie** **Pâtissier** **Commis de cuisine**
Housekeeping:	**Gouvernante (Supervisor)**
Club Bambini:	**Freelancer**
Sport & Freizeit:	**Freelancer**
sowie	**Praktikanten** über die Sommermonate in den Bereichen Service, Küche und Réception

Starten Sie mit uns in einem einmaligen Ambiente (30'000 m² Parkanlage, 112 Suiten, 3 Restaurants, Hotelbar und 2 Aussenbars, Beauty- und Wellnessbereich) in die 3. Sommersaison; wir freuen uns auf Ihre aktive Teilnahme am Erfolg!

Sie sprechen Deutsch und Italienisch und arbeiten gerne im Team, dann schicken Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto bis spätestens Ende November an folgende Adresse:

VIP Club Sport- und Freizeitpark AG
Herr Franklin P. Haller oder Herr Beat Wüest
Casella postale 2030
6901 Lugano

145195/396498

Gesucht in Jahresstelle
(mit Wintersport evtl. bis Ende März)
sprach- und fachkundiges Personal,
Eintritt sofort oder nach Übereinkunft

Chef de service (evtl. mit Fähigkeitsausweis)
Anfangsküchenchef-Saucier mit Verantwortung
Barmaid - Dame für Nacht-Club
Rest.-Kellner für à la carte-Service
Serviertöchter für Tagesbar und Tinmello
Hilfspersonal Küche - Buffet - Lingerie

Kost und Logis im Haus.
Offerten sind zu richten mit Unterlagen an die Direktion
Hotel Blauer Diamant, 6805 Mezzovico TI
Tel. 091 946 27 31/32/33, Fax 091 946 27 97

145338/118559

****
HOTEL
ORSELINA
LOCARNO

TESSIN

Suchen Sie eine neue Herausforderung? Ab Ende Februar bis ca. Ende Oktober 2002 bieten wir folgende Stellen:

Sekretärin/Réceptionistin
mit Erfahrung an einer Hotelréception
Muttersprache D, gute Kenntnisse in F + E

Réceptionspraktikantin

Feriengestalterin/Gästebetreuerin

Entremetier

Möchten Sie in einem gepflegten Betrieb und in einem motivierten Team mitarbeiten? Moderne Wohnstudios mit Balkon stehen zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Alberto Amstutz
Hotel Orselina, 6644 Orselina
Tel. 091 735 73 50 / Fax 091 735 73 51

145192/27359

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

ÜBERNAHME IHRER ADMINISTRATION AUF MANDATSBASIS.

NEHMEN SIE MIT UNS KONTAKT AUF !

WIR FREUEN UNS, SIE KENNENZULERNEN.

144965/408220

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

134930/401646

Über Internet und nette Gäste. htr

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

Arbeitsmarktservice www.gastroa.ch
Tel. 079 475 11 33 Fax 081 382 21 56
PERSONALVERMITTLUNG
Personal aus Österreich

140743/403443

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	01 432 73 73	Bern, Schaffhausen	055 415 52 84
Basel	061 313 40 10	Graubünden, Davos	055 415 52 83
Aargau, Solothurn	055 415 52 84	Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken,BE-O.	033 827 04 32	Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84	Romandie, Lausanne	027 945 17 45
Zürichsee, Bodensee	055 415 52 84	Tessin	055 415 52 84

www.dominogastro.ch
DOMINO GASTRO

---

hotel staff
human resources management

Ganze Schweiz
www.hotelstaff.com

Kaderstellen

Sales & Marketing	8 Angebote
Human Resources	4 Angebote
Food & Beverage	25 Angebote
Management	9 Angebote

Feststellen

Administration	18 Angebote
Housekeeping	11 Angebote
Service	93 Angebote
Küche	107 Angebote

Unser Standort

Nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich Come by and find out!

Personaldienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus, Catering und Events

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

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle. htr

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

INTERNATIONAL

RELAIS BORGO SAN FELICE * * * *
seleziona per la prossima stagione
Marzo a Novembre 2002:

Capo Ricevimento Governante
e
Maître d'Hôtel
per il nostro ristorante à-la-carte

Inviare C.V. con referenze a:
Hotel Relais Borgo San Felice
Loc. San Felice
I-53019 Castelnuovo Berardenga Siena
o fax: 0577/359089 o info@borgosanfelice.it

RELAIS & CHATEAUX

145339/416947

Massachusetts
Mediterranean Restaurant
Seeking young, energetic & versatile
Staff for May to December 2002:

Cook with CFC,
Waiter & Asst. Director

Send CV with photo to Mr. Paccaud,
80 Main Street, Lenox, MA 01240, USA

145214/400438

CHÂTEAU DE MONTCAUD
(une île en terre de Provence)

recherche une équipe internationale
(langues: F et E, si possible D)
Saison (mars à octobre) 2002:

Gouvernante générale - Hausdame
et
Assistant(e) Gouvernante
Maître d'hôtel - Restaurantdirektor
et
Assistant(e) Maître d'hôtel
Sommelier
Chefs de rang
Réceptionniste - Empfangssekretär/in
Pâtissier - Konditor/in

CV (avec photo et références à
Rudy W. Baur
CHÂTEAU DE MONTCAUD
F-30200 Sabran
Fax: 0033(0)4 66 89 45 04
e-mail: **montcaud@relaischateaux.com**

RELAIS & CHATEAUX

145189/310

IMAGE

Ihr Gastro-Job im Graubünden
www.jobs-graubuenden.ch

144563/411977

---

www.hoteljobworld.ch
Über 120.000 Anwender nutzen jeden Monat unsere Internet-Jobbörse
3000 Stellenangebote - 600 Gesuche

136631/412843

Vom Nachtportier bis zum Sales Manager. htr

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



Ihr Gastro-Job im Winter
www.gastrojobs.ch

144562/411977

STELLENGESUCHE

Als überzeugter Frontmensch denke und handle ich gästeorientiert und übernehme gerne Verantwortung. Durch meine jahrelange Tätigkeit als

Chefanimateur

habe ich die nötige Erfahrung, um in Ihrem Hotel ein Animationsteam nebst Animationsprogramm aufzubauen bzw. zu beraten. Ich bin 35, deutscher Muttersprache, Fremdsprachenkenntnisse sind Englisch und etwas Spanisch, und ich verfügen über entsprechende Berufserfahrung in der Hotellerie. Sollten Sie Interesse haben eine professionelle Animation aufzubauen, nehmen Sie mit mir Kontakt auf. Bitte nur ernstgemeinte Zuschriften
animationheide@hotmail.com
heikoheide@hotmail.com
Regensburgerstr. 36, 93180 Deuerling
Tel.: 0049 (0)94 98 906 570

144835//416761

Dynamisch junggebliebener dipl. Hotelier-Restaurateur SHV sucht per Frühjahr/Sommer 2002

neue Herausforderung

in einer anverwandten Branche. Offen für alles was meinen Fähigkeiten als Koch-KV-Hotelier-Verkaufstrainer und Organisator entspricht. Reisebereitschaft vorhanden.

Offerten bitte unter Chiffre 145226 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

145226/297690

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle. htr

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

Über Service compris und Exklusives. htr

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

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: Iris Strebel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Andres Jakob, Marc Moser, Rainer Schmidli
E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch, rainer.schmidli@swisshotels.ch

Anzeigentarif (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:

	Nr. 51/52/2001	Nr. 1/2002	Nr. 2/2002	Nr. 3/2002
– Ausgabe	Do 20.12.. 2001	Fr 4.1. 2002	Do 10.1. 2002	Do 17.1. 2002
– Erscheint	Mo 17.12., 12.00	Do 27.12., 12.00	Mo 7.1., 12.00	Mo 14..1., 12.00
– Anzeigenschluss	Mo 17.12., 12.00	Do 27.12., 12.00	Mo 7.1., 12.00	Mo 14.1., 12.00
– Wiederholungen				

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet 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.