

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 110 (2002)  
**Heft:** 25

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 18.08.2025

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



**INGE HOFMANN** / Die deutsche Forscherin sieht im «Faulsein» ein noch nicht entdecktes touristisches Potenzial. **SEITE 2**



**HOTELGRUPPEN** / Eine EHL-Studie vergleicht den RevPAR-Umsatz von Einzel- und Gruppenhotels im Zürcher 4-Sterne-Segment. **SEITE 4**



# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

## Was zählt nun wirklich?

MARIETTA DEDUAL

Der erste Eindruck zählt. Das sagt Ihnen beinahe jeder Berater, und manch einer hebt sogar den Mahnfinger und warnt, dass ein verpatzter erster Eindruck nur sehr schwer zu korrigieren sei. Das deutsche Magazin Focus widmet in seiner neuesten Ausgabe dem Thema sogar die Titelseite und zitiert darin einen Wirtschaftspädagogen, der behauptet, dass der erste Eindruck auch den zweiten (Eindruck) prägt. «Finden wir jemanden auf den ersten Blick sympathisch, dann behandeln wir ihn freundlich. Das wird erwidert, und schon ist die Basis für ein gutes Miteinander gelegt.»

Ich habe dieser Erst-Eindruck-Theorie immer misstraut. Wo kämen wir hin, wenn der Mensch in Sekundenbruchteilen schubladisiert würde?

Der «Behavioral-Psychologie» sei Dank, dass es nun auch andere Erkenntnisse gibt. Richard D. Chase, Professor für Operations-Management an der University Southern California in Los Angeles, untersucht seit Jahren die Geheimnisse des guten Dienstleistungsmanagements und hat herausgefunden, dass nicht der erste, sondern der letzte Eindruck entscheidend ist. Chase zur «Financial Times Deutschland»: «Für eine positive Bewertung ist das Ende einer Serviceleistung deutlich wichtiger als der Anfang oder Mittelteil. Ein vermässeltes Finale bleibt länger in Erinnerung als ein starker Auftakt.»

**INHALT**

Meinungen	2
Aktuell	3
Thema Hotelgruppen	4
Thema Naturnaher Tourismus	5
Tourismus	7/9/10
Hotellerie	11
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



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

**SPREITENBACH** / Die Fastfood-Kette Burger King entdeckt die Schweiz

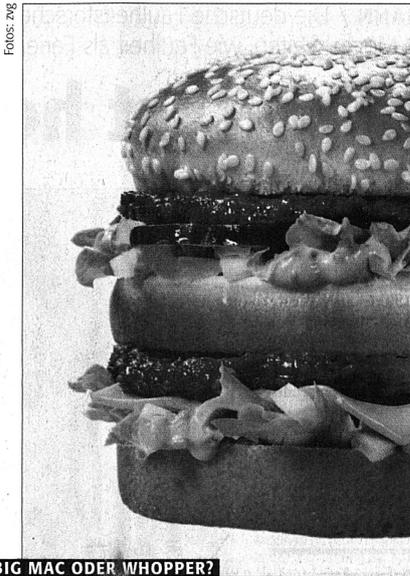
## Expansion ist lanciert

Aufgrund der grossen Erfolge im deutschsprachigen Raum, möchte Burger King jetzt auch die Schweiz erobern. Die kürzliche Eröffnung des ersten Burger-King-Drive-Ins in Spreitenbach soll dabei zum Startschuss der Expansion auf den Schweizer Quick-Service-Restaurantmarkt werden. Vom ersten (gescheiterten) Anlauf in den 80er Jahren, in der diesigen Fastfood-Landschaft Fuss zu fassen, sind nur die Burger Kings in Genf und Lugano geblieben.

Von einem eigentlichen «Burgerkrieg» ist die Schweiz aber noch weit entfernt: Marktführer McDonald's betreibt hierzulande rund 130 Quick-Service-Restaurants und ist damit (vorläufig) in einer komfortablen Lage.

In Österreich, ebenfalls ein neues Burger-King-Land, wurden innerhalb der letzten anderthalb Jahre zwölf Burger-King-Restaurants eröffnet. **MJP**

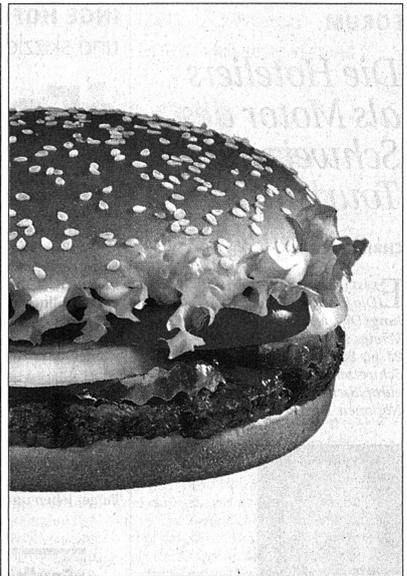
Siehe Seite 13



FOTOS: ZHG

**BIG MAC ODER WHOPPER?**

Mit einem «gesunden Wachstum» möchte sich Burger King im von McDonald's dominierten Schweizer Quick-Service-Restaurantsegment etablieren.



**ADELBODEN** / Gründung eines Wellness-Vereins

## «Wellness neu definieren»

Forscher Start von Roland Huber, dem neuen Tourismusdirektor in Adelboden: Anlässlich einer Kick-off-Veranstaltung wurde gestern der Verein «Alpine Wellness Adelboden-Schweiz» gegründet, als Partnerorganisation zu den Alpine-Wellness-Vereinen in Tirol und Südtirol.

**SIEBEN BAUSTEINE STEHEN IM MITTELPUNKT**

«Das Modewort Wellness ist zertrampelt», sagt Roland Huber, «im Wirrwarr um das Verständnis des Begriffes wollen wir einheitliche, nach europäischen Normen definierte Qualitätsstandards für Alpine Wellness festlegen.» Sieben Bausteine stehen dabei im Mittelpunkt der künftigen Aktivitäten: Forschung und Entwicklung, Aus- und Weiterbildung, Produktentwicklung, Benchmarking, Qualitätsmanagement, Marktforschung und gemeinsames Marketing. Das Kompetenzzentrum «Alpine Wellness

Adelboden» soll Wissen schaffen über den gesundheitsfördernden Nutzen von Ferien in den Alpen, die Gäste-Bedürfnisse besser eruieren sowie zu einem gebündelten Angebot verhelfen.

**PHILOSOPHISCHE VORTEILE DER HÖHENLAGE**

Als mögliche Mitglieder nennt Projektleiter Roland Huber, der in Zusammenarbeit mit Tirol in den letzten zwei Jahren die Idee hierfür entwickelt hat, zunächst die Vereine Adelbodens, aber auch Bergbahnen, Skischulen, Gemeinde oder die IG Dorf. «Wir wollen die Vorteile der Höhenlage aufzeigen, sowohl geografisch, medizinisch wie philosophisch.» Dass Adelboden noch über kein Gesundheitsbad verfügt, erachtet Huber in Bezug auf die Wellness-Aktivitäten nicht als Nachteil: «Zuerst erarbeiten wir die Plattform, um daraufhin künftigen Investoren zu beweisen, dass wir bereit sind.» **GW**

Siehe Seite 3

**SPITZENGASTRONOMIE** / Top-Service und Self-Service

## Bald selber schöpfen?

Was heute kaum vorstellbar ist, könnte in wenigen Jahren Wirklichkeit sein: Self-Service in einem mit Michelin-Sternen hochdekorierten Gastronomiebetrieb – als parallele Schiene zum Top-Service. Zumindest wenn es nach den Vorstellungen von Uta Bühler geht, einer langjährigen deutschen Restaurant-Chefin und Konzept-Entwicklerin. Was die Preise nach oben treibe, sei gar nicht so sehr der Wareneinsatz, sondern vor allem die Personalkosten, ist Uta Bühler überzeugt.

**SPÄTESTENS IN FÜNF JAHREN**

Die 41-Jährige, die sich nach 18 Jahren als Gerantin im Sternerestaurant mit der Firma «Synergie-Konzepte» auf das Beratungsfeld begeben hat, sieht eine Aufteilung in Service und Self-Service gerade in der Top-Gastro nomie kommen. «Spätestens in vier bis fünf Jahren wird sich das durchgesetzt haben», so Uta Bühler.

Für Peter Moser, Küchenchef im Restaurant «Les Quatre Saisons» (18 Gault-Millau-Punkte) des Basler Hotells Europe, ist zwar klar, dass sich die Spitzengastronomie quersubventionieren müsse, um die hohen Waren- und Personalkosten verkraften zu können. «Bei Warenkosten von 35 bis 40%, Personalkosten von 40 bis 50% und indirekten Betriebskosten bleibt nicht mehr viel übrig», so Moser.

**ALTERNATIVE ZUM SELF-SERVICE**

Trotzdem will er nicht auf Selbstbedienung setzen. Denn eine Quersubventionierung sei mit anderen Mitteln möglich. Gastronomien, welche über kein Hotelzimmerangebot verfügen, müssten ein Zweitrestaurant eröffnen, zum Beispiel eine Brasserie. Eine andere Möglichkeit sei das Catering «oder wenn nötig der Glace-Verkauf auf der Strasse.» **DST/GU**

Siehe Seite 15

**REBAG DATA AG**

hotel informatik

keys

protel

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

Soeding 36

01-711-7410

01-711-7429

www.rebag.ch

**Miele**

Wäscherei-Leasing

3.75 %

Das Leasing für anspruchsvolle Rechner. Verlangen Sie noch heute Ihre individuelle Offerte.

Miele Professional

Tel. 056 / 417 24 62

**LUZERN HOTELS**

Der Online-Stellenmarkt der Luzerner Hotellerie

WWW. luzern-hotels.ch

St. Karlstrasse 74 • CH-6004 Luzern

Telefon 041 241 10 30 • Fax 041 241 10 32

info@luzern-hotels.ch • www.luzern-hotels.ch

**Kaffee erleben**

**ILLYCAFE AG**

8800 Thalwil, Wiesengrundstrasse 1

Tel. 01 723 10 20, Fax 01 723 10 21

illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

## htr IN KÜRZE

**Hotelgruppen** / Generieren Hotels mit einer Gruppenverbindung einen besseren Umsatz pro verfügbares Zimmer (RevPAR) als Einzelhotels? An der Lausanner Hotelfachschule wurde dies am Beispiel der Vier-Sterne-Hotels in Zürich untersucht. **Seite 4**

**Naturnaher Tourismus** / Sensibilisierung, Zusammenarbeit und Partizipation sind einige wichtige Punkte, um einen naturnahen Tourismus – als ein Standbein des Binnentourismus – zu bieten. **Seite 5**

**Werbung** / Schöne Landschaftsbilder allein genügen nicht, um Gäste anzulocken. Denn fällt die Werbung nicht auf, vergisst der Konsument die Botschaft umgehend. Dies zeigt eine Umfrage der Allgemeinen Plakatgesellschaft am Beispiel Zermatt. **Seite 7**

**Internet** / Schweiz Tourismus und die Ferienregion Heildal haben die Entwicklungsphase für ihr gemeinsames Internet-Projekt abgeschlossen. Beide Seiten sind vom erzielten Ergebnis überzeugt. **Seite 9**

**Park Hotel Weggis** / Das zum Fünf-Sterne-Haus avancierte Hotel hat einen neuen Festsaal und einen neuen Wellnessstrakt erhalten und positioniert sich neu als Ganzjahresbetrieb. Jetzt stehen auch sechs Spa-Cottages zur Verfügung. **Seite 11**

**Burger King** / Aufgrund der grossen Erfolge im deutschsprachigen Raum will die Fastfood-Kette Burger King nun auch die Schweiz erobern. Jaap Schalken, der General Manager für Zentral-europa, sieht in der Schweiz ein grosses Wachstumspotential. Im Interview mit der htr erläutert er seine Strategie. **Seite 13**

**Kombigeräte** / Combisteamer, Ott Freezer, Hold-o-mat, Inducs, Auftisch-Réchauds oder Variobräter – die multifunktionale Kochtechnik befindet sich auf dem Vormarsch. Platz- und Budgetprobleme zwingen aber zum Umdenken: Lösungen bieten Geräte mit mehreren Funktionen. **Seite 14**

**Portrait** / Der polyglotte Bündner Reto Gaudenzi, Chef der St. Moritz Consulting, ist immer auf Achse und auf verschiedenen Bühnen daheim – so hat ihn Berlin immer wieder fasziniert. Seine grosse Leidenschaft aber gilt dem Polospiel. **Seite 17**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**Marketing** / Ferienmessen, Werbung aller Art sowie Artikel in Zeitungen und Zeitschriften sind zur Hauptsache die Möglichkeiten, die sich den Tourismusvereinen bieten, um Herr und Frau Schweizer dazu zu bewegen, im eigenen Land Ferien zu machen. **CF Seite 1**

**Finanzprobleme** / Welche Risikofaktoren gibt es? Eine Untersuchung von 43 unabhängigen Hotelunternehmungen zeigt die hauptsächlichsten Gründe wirtschaftlichen Scheiterns auf. **CF Seite 2**

**Waadt** / Philippe Thuner, der neue Präsident der Waadtländer Hotellerie, plädiert für die Zusammenlegung der Hotellerie-Sektionen von eng miteinander verbundenen touristischen Regionen. **CF Seite 3**

**Österreich** / Der österreichische Tourismus hat von dem zum vierten Mal in Kaprun-Zell am See abgehaltenen Welt-Tourismus-Wettspielen profitiert, um sein Sportferien-Angebot zu präzisieren. 480 Tourismusfachleute aus 33 Nationen massen sich im Wettkampf. **CF Seite 5**

## FORUM

## Die Hoteliers als Motor des Schweizer Tourismus

CHRISTIAN REY\*

Es ist wieder einmal so weit: Die jährliche Delegiertenversammlung (DV) des Schweizer Hotelier-Vereins steht vor der Tür. Vom 24. bis 26. Juni 2002 trifft sich die Schweizer Hotellerie in Genf, dem europäischen Sitz der Vereinten Nationen. Die DV ist ein Marktplatz



für Delegierte sowie interessierte Hoteliers: Begegnungen finden statt, neue Kontakte können geknüpft und alte gepflegt werden, Diskussionen werden geführt und Ideen ausgetauscht. Sie passt damit hervorragend in diese von Kontaktfreude und Weltoffenheit geprägte Stadt. Seien Sie herzlich willkommen!

Der geschäftliche Teil der DV wird genutzt, um die strategischen Entscheidungen der Verbandsleitung sowie deren Umsetzung durch die Direktion unter die Lupe zu nehmen. Ausserdem stehen eine Debatte über die Jahresziele und Schwerpunktthemen der Geschäftsstelle an sowie die Standardtraktanden Wahlen, Geschäftsbericht und Rechenschafts-ablage für das vergangene Jahr. Dieser offizielle Teil der DV wird schliesslich mit einem Gastreferat von Bundesrat Pascal Couchepin zum Thema «Die Hoteliers als Motor des Schweizer Tourismus» abgerundet.

Als Bürger von Genf und überzeugter Verfechter einer weitoffenen Schweiz freue ich mich natürlich ganz besonders, dass die SHV-Delegierten ihre Versammlung in einer der zahlreichen UNO-Gebäulichkeiten abhalten. Möge der Geist der Verständigung und der Öffnung nach aussen auch unsere Debatten beflügeln.

Wenn wir den Blick auf die allgemeine wirtschaftliche und tourismuspolitische Lage lenken, stellen wir fest, dass es sowohl Schatten als auch Licht gibt: Die jüngsten Statistiken zur Lage der Hotellerie sowie die aktuellsten Prognosen geben zu Besorgnis Anlass, ebenso der gegenüber dem Euro zu starke Frankenkurs. Andererseits gibt es auch Lichtblicke. Ich denke hier insbesondere an die sich abzeichnenden Resultate der Vernehmlassung des Tourismusberichts, die unserer Branche positive Impulse geben werden. Lassen Sie uns also gemeinsam die Herausforderungen der Zukunft anpacken!

\* Christian Rey ist Präsident des Schweizer Hotelier-Vereins.

INGE HOFMANN / Die deutsche Faulheitsforscherin propagiert die neue Faulheit als ideale Lebensform und skizziert Möglichkeiten, wie Faulheit als Ferienangebot verstanden werden kann. INTERVIEW: OLIVER PICHLER

## «Faulheit ist heute Luxusgut»

Sie sagen, Sie haben die Faulheit wiederentdeckt. Was ist das Neue an Ihrer Sichtweise zur Faulheit?

Faulheit war früher etwas ganz Selbstverständliches. Heute leben wir in einer Welt, die immer schneller wird. Da ist Faulheit ein Überlebensgeheimnis. Dazu gilt es das verkümmerte Bewusstsein für wohlthuendes Faulsein wieder heranzubilden.

Und was sagt die Wissenschaft dazu?

Wissenschaftlich steht hinter meinen Faulheits-Überlegungen die Alterstheorie die besagt, dass Lebewesen, die es etwas gelassener angehen, länger leben und länger fit bleiben.

## «Faulheitsinseln können im einfachsten Hotel etabliert werden.»

Immer mehr Menschen suchen jedoch beispielsweise in den Ferien Aktivität und Action.

Das ist oberflächlich betrachtet richtig. Unterbewusst zeugt dieser Drang vom schlechten Gewissen vieler Menschen, sich im Alltag zu viel zugemutet zu haben und dass sie viel von dem, was sie eigentlich möchten, nicht ausleben konnten.

Der Wunsch nach Ferienerlebnis zeugt von Alltagsdefiziten?

Diese Alltagsdefizite lassen Ferienhektik entstehen. Alles was man sich selbst versagt hat – Bewegung, Entspannung, gutes Essen oder Gemeinsamkeit – will man in die Ferien repacken. Dazu kommt der Drang vieler Menschen, bisher Erlebtes immer wieder übertreffen zu wollen. Die Folge ist eine Lebenstempoerhöhung. Der Mensch flüchtet von einer Überholspur auf die andere, statt in den Ferien einmal das Tempo runterzufahren.

Und wie soll das Tempo runtergefahren werden?

## Zur Person

Inge Hofmann (40) lebt in München, ist Lebensmittel- und Biochemikerin und seit vielen Jahren als Wissenschaftspublizistin und Fachbuchautorin tätig. Ein besonderer Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Faulheitsforschung. Von ihr stammen aber auch zahlreiche Lifestyle-Ratgeber zu Themen wie Ernährung, Immunsystem und Altern. Im Jahr 2000 wurde sie mit dem Journalistenpreis der Deutschen Gesellschaft für Ernährung ausgezeichnet. Dem Thema Faulheit widmet sie sich in ihrem Bestseller «Faulheit ist das halbe Leben» (2000, Mosaik Verlag) und in ihrem neuesten Buch «lebe faul, lebe länger» (2002, Mosaik Verlag). OP

Foto: zsg



INGE HOFMANN

Tourismus-Mitarbeiter, so die deutsche Faulheitsforscherin, sollten ihre Gäste nicht zum Nichtstun anregen, sondern im Sinne von «weniger ist mehr» beraten.

Dazu brauchen die Menschen Hilfestellung, um die für das Faulheitsdenken typische «Weniger-ist-mehr-Philosophie» selbst leben zu können. Konkret zu zeigen, wie dieses «Weniger» aussehen kann, ist besonders wichtig. In den Ferien sollte man sich eine Änderung des Tempos gönnen und sich den Luxus der Faulheit ganz bewusst leisten.

Wie ist man heute denn richtig faul?

Ich rate zu einem Wechsel des Selbstverständnisses von Faulheit. Absolute faul zu sein bedeutet nicht absolutes Nichtstun, sondern dem Körper genau das zu geben, was er braucht. Ich nenne es «Biologische Faulheit».

Biologische Faulheit?

Das heisst, sich nach den ureigsten Gesetzen des Körpers zu verhalten und nicht permanent Bedürfnisse zu übergehen, die Wünsche des Körpers feinfühlig spüren, und sich nicht immer zu irgendetwas drängen lassen.

Wie können Tourismusbetriebe die Faulheit zum Angebot machen?

Sie können ihr Angebot kanalisieren, das heisst dem Gast zu vermitteln, dass er zwar das Gesamtangebot nutzen kann, aber im eigenen Sinn nicht kurzfristig nutzen sollte. Gerade bei Wellness-Hotels ist die Gefahr der «gesunden» Reizüberflutung gross. Hier ist kompetente Hilfestellung bei der

über Ruhe finden können, auch müssen die Betten verschiedene Kissen haben und man muss ausschlafen können ohne Sorge zu haben, auf sein Frühstück verzichten zu müssen.

Wie müssen Tourismus-Mitarbeiter das Thema «Faulheit» angehen?

Sie sollten den Gast optimal im Sinn von «weniger ist mehr» beraten können, den Gast aber auch nicht drängen. In ihrem Verhalten müssen sie Ruhe und Gelassenheit, Achtsamkeit und Aufmerksamkeit vermitteln.

## «Bei Wellnesshotels ist die Gefahr der gesunden Reizüberflutung gross.»

Stehen die besonderen Services der Luxushotellerie, wie etwa der Butler-Service, in einem Zusammenhang mit Faulheit?

Ich finde, diese Luxus-Services passen gut zur Faulheit. Jeder Service, der es dem Gast angenehmer macht und ihm die Möglichkeit gibt, sich nicht um alles kümmern zu müssen, sondern den Kopf frei zu haben, ist ideal. Dadurch reduzieren sich die Sachzwänge und es wird leichter, nach seinen eigenen Bedürfnissen zu leben und sich auf sich selbst zu konzentrieren. Umsorgt werden bringt auch Geborgenheit.

Doch welcher Hotelmanager würde schon neue Angebotserüberlegungen mit dem Titel Faulheit versehen?

Ich würde bei dem Begriff Faulheit bleiben, denn das Wort ist bekannt, man braucht es nicht zu erklären. Vielmehr bin ich überzeugt, dass das Wort sein negatives Image verlieren wird.

Da hilft es zum Beispiel, von der Faulheit als Luxusgut zu sprechen. Und wer will in seinem tiefsten Inneren nicht zumindest im Urlaub auch einmal so richtig faul sein?

## Geschichte der Faulheit

Faulheit, die Unlust sich zu betätigen, hat heutzutage oft einen negativen Beigeschmack. Dabei hat Faulheitsdenken historische Wurzeln. Schon Gotthold Ephraim Lessing mit seinem Gedicht «Lob der Faulheit» im 18. Jahrhundert oder Bertrand Russell mit seinem Aufsatz «Lob des Müsiggangs» im Jahre 1935, widmeten sich dem Thema. Dem Faulheitsdenken könnte eine Renaissance bevorstehen, rät es heute doch nicht zu purem Nichtstun, sondern zu intelligentem «biologischen Faulenzen». OP

## «Alltagsdefizite lassen Ferienhektik entstehen.»

Wie wird ein Hotelzimmer zu einer Faulheitsinsel?

Wichtige Faktoren, die eine Wohlfühlumgebung schaffen, werden leider allzu oft nicht erfüllt. Es sind dies etwa: eine angenehme Temperatur, ein bunter Blumenstraus, auch tags-

**RASTSTÄTTEN / Test des Automobilclubs ADAC  
Schweiz ist Testsieger**

Die Schweiz hat beim Test von 65 europäischen Raststätten durch den deutschen Automobilclub ADAC mit lauter guten Bewertungen die Nase vorn, gefolgt von Frankreich. Testsieger wurde mit 89,86% der möglichen Punkte und der Note «gut» die Raststätte Montélimar Ost an der A7 Valence-Orange. Die Schweizer Raststätte Gunzgen Süd an der A1 Bern-Zürich liegt auf Platz zwei mit 88,05% und erhielt vom ADAC ebenfalls die

Note «gut». Auf Platz drei findet sich die erste deutsche Raststätte mit 86,31% und einem weiteren «Gut»: Dresdner Tor Süd an der A4 Chemnitz-Dresden. Auch die anderen in der Schweiz vom ADAC getesteten Raststätten wurden mit der Note «gut» ausgezeichnet. Es sind dies Gotthard West an der A2 und Glarnerland West an der A3. Mit der Auszeichnung «gut» wurden insgesamt neun Raststätten bewertet. DST

**Vier Feriendörfer sind geschlossen**

**Club Méditerranée.** Vier von fünf Feriendörfern des Club Méditerranée in der Schweiz bleiben vorläufig geschlossen. Einzig der Club Med in Villars-sur-Ollon nimmt den Sommerbetrieb auf. Aus Leysin hat sich der Club bereits im Herbst zurückgezogen. Wengen, Pontresina, Sankt Moritz und Valbella sind bis Herbst 2002 zu. Am Schweizer Sitz in Glatzgrug wird dies laut «Bund» mit der konzerninternen Konkurrenz begründet. TRU

**Grünes Licht für Mystery Park**

**Interlaken.** Die Finanzierung des Mystery Parks ist gesichert. Sie erfolgt über eine Wandelanleihe von insgesamt 35 Mio. Franken. Rund zwölf Privatpersonen, Pensionskassen und andere institutionelle Anleger haben bereits 32 Mio. an Zeichnungen fest zugesagt. Ihre Interessen vertritt Franz Gyger, der mit seiner Beteiligungsgesellschaft die Restfinanzierung sicher gestellt hat. Neuer Eröffnungstermin ist der 24. Mai 2003. SST

**ZÜRICH / Hans-Rudolf Rütli gibt die Direktion ab  
Wechsel im «Dolder»**

Hans-Rudolf Rütli wird die Direktion des Dolder Grand Hotel noch vor Ende des laufenden Jahres abgeben. Gemäss Beat R. Sigg, CEO der Dolder Hotel AG, möchte sich Hans-Rudolf Rütli beruflich verändern und im Ausland tätig werden. Sein Nachfolger stehe aber noch nicht fest, wie Sigg auf Anfrage bestätigte; der frei werdende Direktionsessel des Zürcher Elitenshotels soll demnächst zur Ausschreibung kommen. MJP



Hans-Rudolf Rütli will im Ausland tätig werden.

**FLUGHAFEN BERN-BELP / Fünf Airlines haben unabhängig voneinander beschlossen, Bern-Belp stärker zu nutzen. Sie wollen Incoming-Touristen aus den Nachbarländern und England bringen. Der Flughafen erhält ein General Aviation Center. KARL JOSEF VERDING**

**Bern bringt Airlines auf neue Ideen**

Die deutsche Lufthansa wird ab dem 1. Juli 2002 dreimal täglich vom Berner Flughafen Belp nach München und retour fliegen. Dadurch sollen einerseits Fluggäste aus der Bundeshauptstadt und ihrer Region in das «stark wachsende, südliche Lufthansa-Drehkreuz München» mit Richtung Süd-, Ost- und Südosteuropa gebracht werden. So erklärte es Steffen Harbarth, General Manager der Lufthansa für die Schweiz und Liechtenstein, an einer Medienkonferenz mehrerer Airlines und der Flughafen-Gesellschaft in Belp. In der Gegenrichtung werde die Destination Bern wesentlich gestärkt. «Wichtige Firmen-Partner wie Siemens in München haben diese neue Verbindung von uns verlangt», betonte Harbarth; ausserdem werde der Markt des Ferienverkehrs ins Berner Oberland und namentlich in die Jungfrau-Region bedient. Auch das Netzwerk der Lufthansa-Partner in der Star Alliance werde nun mehr Incoming-Reisende für die Berner Feriengengebiete und die Bundeshauptstadt generieren.



**BERN BAUT AUS**  
Marcel Müller (links) von Inghams Travel und Renate Moser von InterSky zählen zu den Flug- und Reiseveranstaltern, die den ausgebauten Flughafen Bern-Belp nutzen und zugleich den Incoming-Tourismus seines Einzugsgebiets fördern werden.

**NEUE INCOMING-GÄSTE  
AUS ALLEN RICHTUNGEN**

Mit eigenen Netzwerk-Ideen, aber noch ohne die Namen von Allianz-Partnern – wofür er sich entschuldigte, trat Björn Näf, der stellvertretende Direktor der SWISS an der Medienkonferenz auf. Die Schweizer Airline bietet seit dem

15. Juni einen zusätzlichen täglichen Flug Bern – Basel – Bern (7.10h ab Bern, 20.15h ab Basel). «Damit», so Näf, «geniesst die Bundeshauptstadt eine massiv verbesserte Anbindung an das Europa-Netz der SWISS». Die Angebotserweiterung umfasse die Destinationen München, Mailand, Toulouse, Nizza,

Bilbao, Rom, Madrid, Florenz, Alicante und Sevilla. Ausserdem die SWISS in Bern ihr zentrales Gepäcksystem aufbauen.

Am 15. Juli 2002 wird Air Alps, die österreichische Regionalfluglinie mit südtiroler Geldgebern (86% des Kapitals), Rechtsitz in Bozen und Ge-

schaftssitz in Innsbruck, zum ersten Mal von Bern in Richtung Rom abheben. Sie wird montags bis freitags Berner Passagiere in 1 Stunde 25 Minuten nonstop in die ewige Stadt bringen. Umgekehrt profitieren wieder die Berner Destinationen. «Die Jungfrau-Region hat in Rom einen grossen Namen. Sie ist dort bereits selber im Markt tätig», unterstrich Daniel Steffen von den AirBusiness Consultants für Air Alps. Auch südtaliensche Passagiere könnten durch die enge Kooperation von Air Alps mit Alitalia aus Kalabrien, Apulien und Sizilien einmal täglich via Rom nach Bern gelangen.

Marcel Müller vom englischen Veranstalter Inghams Travel gab bekannt, dass wegen des Erfolgs des letzten Berner Winterferien-Geschäfts in Zukunft nicht nur London, sondern drei englische Quellmärkte – London, Manchester und Birmingham – von InterSky und British Europe mit wöchentlichen Winter-Ferienflügen nach Bern bedient werden.

**GEIST UND BEREITSCHAFT  
BERNS GEWÜRDIGT**

Ihren 10 000. Flugpassagier nach zwölf Start-Wochen in Bern – und zwar eine in Sion lebende Französin – konnte die InterSky mit Linienflügen nach Wien und Berlin am 18. Juni auf dem Flughafen Belp begrüssen. «Der Start ist geglückt», freut sich InterSky-

schäftsführerin Renate Moser. «Besonders gut laufen Feriendestinationen. Wir werden den Incoming-Tourismus weiter ausbauen.»

Alle Airline-Vertreter lobten übereinstimmend und mit Betonung die Berner Gastfreundschaft und Dienstbereitschaft, welche neben den Marktfaktoren ausschlaggebend für die Ausweitung ihres Geschäftes mit dieser Flug-Destination sei.

**Flexibler Terminal**

Anschliessend an die Medienkonferenz der Airlines und der Flughafen-Leitung fand die ordentliche Generalversammlung der Alpar Flug- und Flugplatzgesellschaft statt. Im Mittelpunkt stand der Bericht über die zügig ablaufenden Bauvorhaben für den Terminal, der flexibel auf eine modulare Erweiterung ausgelegt ist. Der Kanton beginnt noch im Juni mit dem Bau der neuen Flughafenzufahrt. Die Inbetriebnahme des neuen General Aviation Centers ist für Mitte Mai 2003 geplant.

Die GV endete mit einem Vortrag über den «Flughafen Schweiz – die Abhängigkeit von den Fluggesellschaften» von Josef Felder, CEO des Unique Flughafens Zürich. Die «Kartelle und Monopole» im Fluggeschäft, so stellt Felder fest, «werden aufgebrochen». Er hob die «sehr enge Verbindung zu Bern» hervor. KJV

**ADELBODEN / Der neu gegründete Verein «Alpine Wellness Adelsboden-Schweiz» will von Gesundheits- bis Farbberatung alles bieten. In näherer Zukunft ist gar ein europäisches Alpenforum geplant. GREGOR WASER**

**Konkurrieren mit Meeres-Ferien**

«Mit kleinen Schritten beginnen», lautet das Motto des neu gegründeten Vereins «Alpine Wellness Adelsboden-Schweiz». Dieser strebt die Einbindung der lokalen Vereine und Organisationen an, um gemeinsam die Idee eines alpinen Wellnesscenters anzupacken. Weiter soll der Aufbau eines Kompetenzzentrums Inhalte für Wellness in den Bergen definieren. Dazu gehören Forschung und Entwicklung, Aus- und Weiterbildung, Produktentwicklung, Benchmarking, Qualitätsmanagement, Marktforschung und gemeinsames Marketing.

Eine Grundlage für den Begriff «Alpine Wellness» ist die in Österreich durchgeführte AMAS Höhenstudie, die den fundierten Beweis erbringt, welche positiven gesundheitlichen Auswirkungen ein Aufenthalt in der Höhe mit sich bringt. «Die Alpen als gesundheitsfördernde Gegenwelt zu den Meeres-Destinationen besitzen bereits ausgeprägte individuelle gesundheitstouristische Kompetenzen», lautet ein Fazit der Studie.

Als Partnerorganisation der gleich positionierten Vereine in Tirol und Südtirol kann «Alpine Wellness Adelsboden» auf ein kompetentes Netzwerk und Qualitätssystem zurückgreifen. Als weitere Schritte sind die Gründung der europäischen Plattform geplant, sowie die Durchführung eines jährlichen Alpenforums. Begegnungen, Marktvergleiche und konkrete Projektarbeiten in Workshops zum Thema «Alpen» stehen dabei im Fokus. Ebenfalls strebt der neu gegründete Verein die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus an und will auf dem Gütesiegel des Schweizer Tourismus-Verbandes aufbauen.

«Adelsboden besitzt historisch und aktuell die Voraussetzungen, kompetent zum Thema Alpine Wellness Stellung zu beziehen», sagt Roland Huber. Dabei hat er zwei strategische Richtungen im Blickfeld: einerseits die gesamte Sport- und Aktivitäten-Palette, andererseits die ruhige Streusiedlung und das geplante Alpenbad. Huber: «Wir werden ganz klar definieren, wieso ein Gast nach Adelsboden, Wengen oder Gstaad kommen soll und nicht etwa nach Zürich. Das Thema allgemeine Wellness müssen wir kanalisieren auf alpine Wellness. Berge haben andere Kriterien als Förderungsselement.» Inhaltlich sollen die Aktivitäten des Vereins über das Thema Bäder hinausgehen und die gesamte Gesundheitsberatung integrieren, bis hin zu Farbberatern und Psychologen.

**MITGLIEDERZAHL IST  
GEGEN OBEN OFFEN**

Über die angestrebte Anzahl Mitglieder des Vereins «Alpine Wellness Adelsboden-Schweiz» will sich Roland Huber noch nicht festlegen und spricht

von einer Zielsetzung, die gegen oben offen sei. Als einmalige Eintrittsgebühr werden 5000 Euro verlangt, im Weiteren ein Jahresbeitrag von 1000 Euro. Erste Projektziele des Kompetenzzentrums sind die Entwicklung und Führung des Netzwerkes, die Definition von Qualitätsstandards sowie deren Überprüfung wie auch die Schulung, die Kommunikation, die Produktgestaltung und der Vertrieb.

Die Erteilung des Leistungsauftrages zwischen dem Kantonalen Amt für wirtschaftliche Entwicklung (KAWE) und der Tourismusdestination Adelsboden-Frutigen sieht in den nächsten drei Jahren die Durchführung ganz konkreter Projekte vor. Einerseits verlangt das KAWE die Entwicklung eines Tourismus, der den Grundsätzen der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Nachhaltigkeit entspricht. Dann aber auch die Steigerung der wirtschaftlichen Effizienz und Stärkung der Ertragskraft wie die Ausschöpfung fachlicher Synergien, die Verbesserung der Servicequalität und die Stärkung des Tourismusbewusstseins in der Bevölkerung.

**KURZ UND BÜNDIG**

**Jungfraubahn Holding.** Bei der Jungfraubahn hat sich das Geschäftsjahr gut angelesen: Die Einnahmen aus Skipassen stiegen gegenüber dem Vorwinter um 2,5%. Im letzten Jahr hat das Unternehmen mit einem Verkehrsertrag von 74,1 Mio. Fr. das zweitbeste Ergebnis aller Zeiten realisiert. Der Gewinn von 14,25 Mio. Fr. blieb jedoch unter demjenigen von 2000 (17,9 Mio. Fr.). SST/sda

Reklame

**Der Partner**  
für textile Hotel- und Gastronomieausstattung

Tischwäsche, Fröhenwäsche, Bettwäsche, Bettwaren  
Küchenwäsche, Sandergüter, Berufsbekleidung  
Einwirkmaschinen, Entwässerungen

Qualitätsbewusstsein und Individualität – kompetente und fachkundige Beratung

Wäschekrone

Wäschekrone GmbH + Co. KG | Vertrieb Schweiz  
Auel Baso, Via Coronello, CH-6576 Germa Sanbaratro  
Tel 091 79420 22, Fax 091 79426 55, Mobil 079 2303974  
aeb@wsc.krone.ch, www.waeschekrone.de

**HOTEL-VERBINDUNGEN** / Produzieren Hotels mit Gruppenverbindung einen besseren Umsatz pro verfügbares Zimmer (RevPAR) als Einzelhotels? An der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) wurde dies am Beispiel der 4-Sterne-Hotels in Zürich untersucht. **MACY MARVEL**

# Eine Hotelgruppe hilft nicht überall

Die spezifische Nachbarschaft eines Hotels, und nicht die Verbindung mit einer Hotelgruppe, ist der hauptsächliche Bestimmungsfaktor des RevPAR (Revenue per available room; Umsatz pro verfügbares Zimmer). Das zeigen die Resultate einer Studie über das Vier-Sterne-Hotelsegment in der Stadt Zürich. Die Studie wurde vom Ehrenstudenten Mark Jacob unter der Anleitung von Professor Macy Marvel an der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) erarbeitet.

Auf der Basis von Zahlen für das Jahr 2000 zeigten unabhängige Einzelhotels einen wesentlich höheren RevPAR als die freiwilligen Mitglieder von Hotelgruppen. Der durchschnittliche RevPAR von unabhängigen Einzelhotels war auch leicht höher als derjenige von integrierten Kettenhotels; dieser Unterschied war allerdings statistisch nicht bedeutsam.

## INZELHOTELS IN DER INNENSTADT IM VORTEIL

Die Untersuchung von 23 Hotels, die 95 Prozent der Vier-Sterne-Hotelpkapazität in der Region Zürich repräsentierten, zeigt eine überraschende Homogenität in Bezug auf die Belegung, die im Jahr 2000 zwischen 70% und 86% variierte. Aber die Bandbreite des RevPAR in diesen Hotels war – bedingt durch wesentliche Unterschiede in den Durchschnittspreisen – gross: Der RevPAR variierte von 102 bis 316 Franken. Die hauptsächliche Erklärung für diese grossen Unterschiede liegt in der «micro-location», der spezifischen Nachbarschaft der Hotels. Hotels in den zentralen Stadtgebieten von Zürich wie «Bahnhofstrasse und linkes Limmatufer» oder rund um die Börse erreichten durchschnittliche RevPARs von 252 und 227 Franken, während in den nicht zentral liegenden Stadtgebieten wie «Industrie» oder «Zürichberg» Durchschnittspreise pro verfügbares Zimmer von 123 und 149 Franken erzielt wurden.

Gleichwohl wird der Grad der Bindung an eine Hotelgruppe wichtiger, wenn Hotels in den nicht zentralen Stadtgebieten betrachtet werden. Denn Hotels, die zu einer integrierten Kette gehörten, erzielten hier bessere durchschnittliche Preise pro verfügbares Zimmer als freiwillige Mitglieder von Hotelgruppen und als Einzelhotels, obwohl die Differenz zu den Einzelhotels statistisch nicht bedeutsam war.

## NACHBAR-WIRKUNG AUS DER EIGENEN GRUPPE

Den Gegensatz dazu bilden die zentralen Stadtgebiete: Hier erzielten die unabhängigen Einzelhotels wesentlich bessere Resultate als die freiwillig gebundenen Hotelgruppenmit-

Foto: Swiss-Image



**BERVORZUGTES GEBIET FÜR EINZELHOTELS**

Im 4-Sterne-Segment des Zürcher Stadtzentrums erzielen Einzelhotels höhere Umsätze pro verfügbares Zimmer als Gruppenmitglieder.

glieder, und auch bessere als die Hotels der Hotelketten, obwohl die Differenz zu den Hotelketten statistisch nicht bedeutsam war.

Ein weiterer Aspekt, den die Studie untersuchte, war die Wirkung der «territorialen Nachbarschaft» (engl. territorial encroachment) eines oder mehrerer Hotels der gleichen Kette auf das Geschäft eines Hotels. Hier wurde herausgefunden, dass Hotels, die zu einer Gruppe gehören, die drei oder mehr Hotels im gleichen Gebiet hat, wesentlich schlechter abschneiden als Hotels in einer Gruppe mit nur einem oder zwei weiteren Hotels in der Nähe. Da nur bestimmte freiwillige Hotelgruppen mehr als vier Hotels in der Stadt Zürich haben, erklärt dieses Ergebnis vielleicht die konstant unterdurchschnittliche Performance von Hotels in dieser Kategorie, so wie sie oben beschrieben ist.

Ein anderer Punkt, der Hotelverbindungen betrifft, ist die Auswirkung des wirtschaftlichen Klimas.

Es sollte beachtet werden, dass diese Studie ihre Erhebungen während des Jahres 2000 machte – ein aussergewöhnlich gutes Jahr für das Hotelgeschäft in Zürich und in der Schweiz generell.

## GRUPPEN-VORTEILE IM UMFELD EINER KRISE

Wenn es den meisten Hoteliers gut geht, mag das Branding als weniger wichtig erscheinen. Hingegen werden in einer Periode wie derjenigen nach

dem 11. September 2002 die Vorteile der Verbindung mit einer Hotelgruppe meistens besser sichtbar.

Am Ende schliesslich stellt die Studie den Wert der Sterne-Hotelklassifikation des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) zur Diskussion. Wie ist es möglich, dass Hotels der gleichen Kategorie innerhalb einer geographischen Nachbarschaft solch grosse Unterschiede in ihren Durchschnittspreisen (Average Daily Rate; ADR) und im durchschnittlichen Umsatz pro verfügbares Zimmer (RevPAR) zeigen?

50% der Manager der für die Studie erfassten Hotels sind der Meinung, dass das gegenwärtige Klassifikationssystem des SHV keine ausreichende Differenzierung zwischen den Hotels erlaubt. Sie stellen somit die Homogenität des Vier-Sterne-Segments infrage. Weitere 37% der Manager waren zwar der Meinung, dass das SHV-System gut sei, obwohl sie weitere Kriterien der Differenzierung für angebracht halten.

Aus dem Englischen übersetzt von Karl Josef Verdäng

## RevPAR nach Distrikt und Hotelverbindung

Verbindungsart	Aussengebiete* in Fr.	Stadtzentrum** in Fr.
Integrierte Kette	175	203
Freiwillige Kette	137	183
Unabhängige Einzelhotels	150	227
<b>Durchschnitt</b>	<b>154</b>	<b>218</b>

\* Enge, Seefeld, Industrie und Zürichberg

\*\* Bahnhofstrasse und linkes Limmatufer, Niederdorf und rechtes Zürichseeufer sowie Börse

## Der Autor

Professor Macy Marcel besitzt umfangreiche Berufserfahrungen im Finanzsektor. Unter anderem war er ein Moderator der Hotel Investment Conference vom März 2001 in Berlin. Er unternahm Marktstudien für das Consulting von Travel and Tourism Intelligence in London. Vor sechs Jahren wurde er ein Mitglied des Lehrkörpers der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Vorher war er acht Jahre lang Spezialist der Investment-Strategie und Finanzanalyst für zwei Genfer Privatbanken gewesen. Tätigkeiten vor diesem Genfer Engagement waren: Trainer für Finanzfragen bei der Digital Equipment Corporation, Buchprüfer bei PricewaterhouseCoopers in Genf, und Wertpapier-Analyst bei The Value Line Survey in New York. **KJV**

## Gruppen-Nutzen am Resultat messen

Ein überraschendes Ergebnis der Studie war es, dass nur eine kleine Anzahl der untersuchten Hotels die Kosten der Verbindung mit einer Hotelgruppe im Auge zu behalten scheint, oder gar eine Kosten-Nutzen-Analyse versucht – zum Beispiel durch den Vergleich der Kosten mit der Summe der zusätzlichen Einnahmen durch die Gruppe. Nur acht der 23 untersuchten Hotels konnten verlässliche und genaue Angaben über die Kosten ihrer Hotelverbindung liefern.

Die Zürcher Hoteliers wären gut beraten, wenn sie den Zusatznutzen ihrer Hotelverbindung genauer anschauen würden, vor allem unter Beachtung der Struktur ihrer wöchentlichen Belegung, die zu 75 bis 80% aus Geschäftsreisenden besteht. Der Gesamtdurchschnitt der Belegung der Zürcher Vier-Sterne-Hotels im Jahr 2000 von 76% verhielt die markante Differenz zwischen Montag bis Don-

nerstag einerseits – wo die Belegungsrate knapp über 90% betrug – und den Wochenenden, an denen die Belegung auf 50 bis 60% fällt.

Eine bündige Schlussfolgerung aus den Resultaten der Studie ist es, dass die Partnerschaft mit einer Hotelgruppe für die Generierung des Wochentags-Geschäfts wenig bringt, da die Zimmer sowieso verkauft werden. Ausserdem könnte man argumentieren, dass gewisse Hotelverbindungen die Bilanz eines Hotels sogar negativ beeinflussen, da nämlich hohe Kommissionen auf die durch das zentrale Reservationssystem der Gruppe vermittelten Zimmer bezahlt werden; zumal dann, wenn es Zimmer sind, die man direkt verkaufen könnte. Die Hoteliers sollten es in Betracht ziehen, die Verbindung mit einer Gruppe zu suchen, die ihnen mehr Geschäft am Wochenende bringt, wenn ihr Haus typischerweise halb leer ist. **MM**

## RevPAR nach Hotels aus gleicher Kette

Anzahl Hotels aus der gleichen Kette	RevPAR in Fr.
1 bis 2	201
3 bis 4	175
mehr als 4	143
<b>Durchschnitt</b>	<b>180</b>

## Kennziffern von Zürcher Vier-Sterne-Hotels im Jahr 2000

Quartier	Auslastung in %	ADR* in Fr.	RevPAR** in Fr.
Enge	75	214	160
Bahnhofstrasse und linkes Limmatufer	78	321	252
Niederdorf und rechtes Limmatufer	82	226	185
Seefeld	71	231	166
Industrie	80	154	123
Zürichberg	73	203	149
Börse	76	301	227
<b>Durchschnitt</b>	<b>76</b>	<b>235</b>	<b>180</b>

\* ADR: Average Daily Rate

\*\* RevPAR: Umsatz pro verfügbares Zimmer

Quelle: EHL-Studie

**UMWELTPOLITIK / Was Tourismus, Natur- und Landschaftsschutz tun**

## Labels einführen

An der Tagung «natürlich naturnaher Tourismus» erhielten Vertreter von verschiedensten Organisationen die Gelegenheit, kurz zusammenzufassen, was bei ihnen in der näheren Zukunft in Sachen Umweltpolitik und naturnahem Tourismus gemacht wird:

## Mehr sein als «Häuser mit Betten»

Stephan Frischknecht, Präsident Naturfreunde Schweiz: «Naturfreundehotels wollen mehr sein als Häuser mit Betten. Sie öffnen den Zugang zu Besonderheiten von Dörfern und Tälern. Ein Schwerpunkt der Umweltpolitik der Naturfreunde ist die Förderung der nachhaltigen Regionalentwicklung. Dies verlangt nach neuen touristischen Antworten, die professionell entwickelt und umgesetzt werden müssen. Wenigstens drei Viertel des in den Naturfreundehotels erzielten Umsatzes wird regional verausgabt. Aus dem Kreis der 700 000 Mitglieder verwandter Organisationen wird eine gewisse Belegung garantiert.» AM

## «Hüttenwarte lernen Ökologie»

Barbara Leuthold, Biologin und Bergführerin: «Der SAC misst der Vermittlung von Natur- und Umweltthemen seit einigen Jahren zunehmende Bedeutung bei und hat in diesem Zusammenhang verschiedene neue Projekte und Angebote entwickelt: In Leiterkursen wird Natur- und Umweltbildung vermittelt, es sind zwei Bücher zum Thema erschienen, die auf viel Interesse stossen, Hüttenwarte werden im Bereich Ökologie ausgebildet. Die Erfahrungen mit der vermehrten Sensibilisierung und Naturvermittlung sind positiv. Naturerlebnisse empfinden die Gäste stets als Bereicherung einer Bergtour.» AM

## «Wir müssen Verbündete werden»

Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus: «Der lichtblaue Kreis mit den Enzianen, das neu geschaffene Ökolabel für naturnahe, ökologisch sinnvolle Ferienangebote und die gross angelegte Bergsommer-Kampagne im In- und Ausland nutzen im UNO-Jahr des Ökoturismus und der Berge die weltweite Aufmerksamkeit, um auf unsere Echtheit und Einzigartigkeit hinzuweisen. Nur wenn der Tourismus und der Natur- und Landschaftsschutz eine strategische Partnerschaft bilden und zu wahren Verbündeten werden, wenn der naturnahe Tourismus gelebt und mit geeigneten Projekten gefördert wird, geht die Rechnung längerfristig für alle auf.» AM

## «Parklabels als Gütesiegel»

Willy Geiger, Vizedirektor BUWAL: «Die Schaffung von Landschafts- oder regionalen Naturparks sollen in ländlichen Regionen helfen, Wirtschaftsschwäche und Bevölkerungsrückgang zu stoppen, sowie Natur- und Landschaftswerte zu schützen. Die Vernehmlassung zu den Ergänzungen des Naturschutzgesetzes ist bis im Herbst abgeschlossen. Die Schweiz kann mit Parklabels als Gütesiegel eine naturtouristische Marktlücke schliessen und den Konsumenten das Angebot besser vermitteln. Die Errichtung von Parks beruht auf dem Grundsatz der Freiwilligkeit. Der Bund sieht eine selektive Anerkennung vor, die dazu beitragen wird, die Qualität sicherzustellen.» AM

**LANDSCHAFTSSCHUTZ UND TOURISMUS / Sensibilisierung, Zusammenarbeit und Partizipation gelten als die drei wichtigsten Punkte, um naturnahe Tourismusprojekte ins Leben zu rufen. AGNES MÄRKI**

# Der teure Schutz lohnt sich

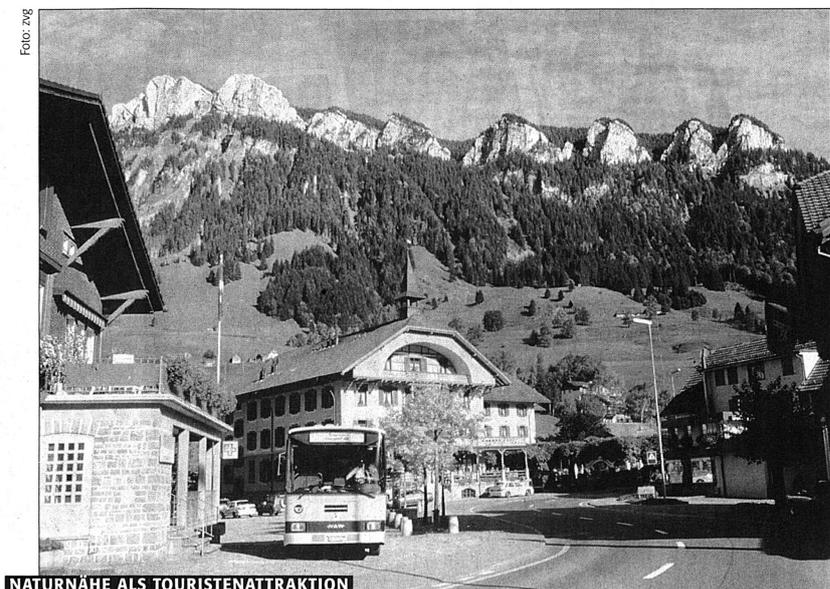
«Die Feriengäste suchen Ruhe und Erholung, Natur und Kultur», fasste Ständerat Eugen David in seinem Votum an der Tagung «Natürlich naturnaher Tourismus» zusammen. «Sie sind sehr wohl bereit, dafür auch zu bezahlen. Der Fonds Landschaft Schweiz ist seinerseits bereit, etwas von seinen Geldern für gute Projekte einzusetzen», ermutigte er als Präsident des Fonds.

## WAS MAN SCHÄTZT, DAS SCHÜTZT MAN AUCH

Um die 150 Teilnehmende aus Tourismus, Landschafts- und Naturschutz und anderen interessierten Unternehmen, hörten sich im Toggenburg an der vom Staatssekretariat für Wirtschaft (seco), vom Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (BUWAL) und von Schweiz Tourismus (ST) organisierten Tagung zahlreiche Referate an zu den Themen: Kann dem Schweizer Tourismus mit der Schaffung von Reservaten und Landschaftsparks nachhaltig auf solide Beine geholfen werden? Was sind die Bedürfnisse der Gäste? Woher kommen die Widerstände gegen solche Vorhaben? Es wurden Projekte vorgestellt, die bereits existieren und solche, die als Vision oder bereits realistisch in Arbeit sind.

Die zahlreichen Redner – Frau war nur eine einzige zu hören – betonten einhellig drei wesentliche Punkte, die für die Realisierung eines Projektes grundlegend wichtig sind: Sensibilisierung, Zusammenarbeit und Partizipation.

«Aus der Vernunftfehe zwischen Landschafts- und Naturschutz ist mit dem heutigen Tag eine verlässliche und strategische Partnerschaft geworden», stellte ST-Direktor Jürg Schmid. «Nur was man schätzt, ist man auch



**NATURNÄHE ALS TOURISTENATTRAKTION**  
Flühi im Entlebuch gehört zum ersten Biosphärenreservat in der Schweiz, welches Tourismus, Natur- und Landschaftsschutz unter einen Hut bringt.

bereit zu schützen», betonte er. Dies führe dazu, dass letztlich alle Bestrebungen darauf hinauslaufen müssten, gemeinsam Werte zu erhalten und so zu vermitteln, dass sie von der Bevölkerung und vom Gast wahrgenommen und geschätzt würden.

Karl Koch, stellvertretender Leiter des Ressorts Tourismus im seco, betonte, dass die Schätzung des Nutzens

von Natur und Landschaft mehr als nur eine ökonomische Spielerei sei. «Landschaftsschutz ist teuer, Schutzinteressen können sich gegen die Nutzungskonkurrenz nur behaupten, wenn Klarheit über die Höhe der Nutzen der Landschaft besteht und welche wirtschaftliche Bedeutung sie als Kapitalstock und Produktionsfaktor hat. Die Landschaft braucht den

Tourismus, wie dieser die Landschaft braucht», erörterte Koch. «Unsere Tagung will das Verständnis für diesen Zusammenhang fördern», gab er seiner Hoffnung Ausdruck. Das Interesse und die vielfältige Teilnehmerschaft liessen darauf schliessen, dass diese Tagung ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem breiten Erkennen der Zusammenhänge ist.

**FORSCHUNG / Eine Studie zeigt, dass naturnaher Tourismus ein wichtiges Standbein des Binnentourismus ist. Und dass naturnahe Gäste Gasthäuser suchen, die von Einheimischen geführt werden. AGNES MÄRKI**

# Gäste wollen regionale Produkte

Mit Gästerausgaben von 2,3 Milliarden Franken und einem Inlandgästeanteil von 30% bildet der naturnahe Tourismus ein wichtiges Standbein des Binnentourismus.

## HOHER STELLENWERT VON SPORTAKTIVITÄTEN

Dies zeigt die Studie der Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft an der Hochschule für Technik Rapperswil und der Abteilung Sozialpsychologie 1 der Uni-

versität Zürich, die im Auftrag des seco gemacht wurde.

«Wir machten eine Angebotsanalyse, eine Anbieterbefragung und eine repräsentative schriftliche Umfrage in der Deutschschweiz. Mit diesen Erhebungen konnten wir ein differenziertes Bild über Angebot und Nachfrage des naturnahen Tourismus in der Schweiz gewinnen. Wir haben dabei unter anderem festgestellt, dass es sich beim naturnahen Tourismus nicht bloss um eine Nische handelt», so Dominik Siegrist, promovierter Geograph

und massgeblich an der Untersuchung zu den wirtschaftlichen Potenzialen und Erfolgsfaktoren eines naturnahen Tourismus in der Schweiz beteiligt.

Bei der Vorstellung der Studie wies Siegrist auf den wichtigen Stellenwert der sportlichen Aktivitäten in der Natur hin. «Zudem zeigen die naturnahen Gäste ein ausgeprägtes Bedürfnis nach von Einheimischen geführten, gemütlichen Gasthäusern und eine Vorliebe für regionale und biologische Produkte.»

## EINTEILUNG IN FÜNF GÄSTEGRUPPEN

Die naturnahen Gäste lassen sich gemäss der Studie in fünf Untertypen charakterisieren:

- Die «Sportlichen» mit einem besonderen Interesse zu naturnahen sportlichen Aktivitäten, aber auch für Schutzgebiete. Ihr Anteil an der Schweizer Wohnbevölkerung beträgt 9%.
- Die «Regionalen» mit hohem Anspruch an ein regionales Kulturangebot. Sie sind durchschnittlich älter, verdienen gut. (Anteil an der CH-Wohnbevölkerung: 8%.)
- Die «Ethischen», die explizit einen umwelt- und sozialverträglichen Tourismus wünschen. Sie besitzen eine überdurchschnittliche Bildung, weisen einen hohen Frauenanteil auf und üben naturnahe sportliche Aktivitäten aus. (Anteil an der CH-Wohnbevölkerung: 5%.)
- Die «Wenigverdienenden» mit hohen Ansprüchen an den Urlaub, sie machen besonders oft Urlaub mit Kindern. (Anteil an der CH-Wohnbevölkerung: 4%.)

– Die «Gemütlichen», denen sportliche Aktivitäten nicht so wichtig sind. Sie schätzen intakte Landschaften, verdienen überdurchschnittlich und sind älter als der Durchschnitt der Naturnahen. (Anteil an der CH-Wohnbevölkerung: 4%.)

## ALLE BETEILIGTEN SOLLEN MITBESTIMMEN

Diese neuen Gästetypen sind bereit, so die Studie, für qualitativ gute Angebote 10 bis 20% mehr zu bezahlen. «Wenn die Gäste den persönlichen Mehrwert des naturnahen Tourismus erkennen, sind sie auch bereit, einen gerechten Preis dafür zu bezahlen», stellt Dominik Siegrist fest. Glaubwürdigkeit sei dabei ein wesentlicher Faktor. Zunehmend wird eine enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Anbietern notwendig sein. «Gütezichen, wie es sie zum Teil bereits gibt oder wie eines von Schweiz Tourismus vorgestellt wurde, leisten einen wichtigen Beitrag zur Qualitätserkennung», so Siegrist.

Ein naturnaher Tourismus, so eines der Fazite aus der Studie, soll sich aus den regionalen Bedürfnissen heraus und über die Mitbestimmung aller Beteiligten entwickeln. Natur, Landschaft und Umwelt, die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Gegebenheiten sollen dabei geachtet und nachhaltig geschützt, gefördert und finanziert werden. «Gelingt dies, wird damit ein entscheidender Beitrag zu einer nachhaltigen Weiterentwicklung des Schweizer Tourismus geleistet», ist Dominik Siegrist überzeugt.



**SCHÜTZENSWERTE SCHWINGFESTKULTUR**  
Zu einer nachhaltigen Weiterentwicklung des Schweizer Tourismus gehört gemäss Dominik Siegrist das Fördern sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Gegebenheiten.

**EIN EMPFANG 1. KLASSE FÜR IHRE KUNDEN.**



Der neue  
**JUMPY Kombi Club**

Für die Beförderung von 8 bis 9 Personen konzipiert, bietet der Jumpy Kombi Club Ihren Passagieren einen optimalen Komfort bis in die kleinsten Details. Neben dem Fahrer-Airbag gehören Zentralverriegelung und elektrische Fensterheber zur Serienausstattung. Für das vollkommene Wohlbefinden der Fahrgäste wurde an alles gedacht. Mit dem Jumpy Kombi Club reisen Sie ganz eindeutig in der 1. Klasse.

Jumpy Kombi Club 2.0i-16V, Fr. 26'950.- (ohne MwSt), Jumpy Kombi Club 2.0 HDi 110 PS, Fr. 29'950.- (ohne MwSt).



**BERLINGO** (1.4i 600 kg, 75 PS)

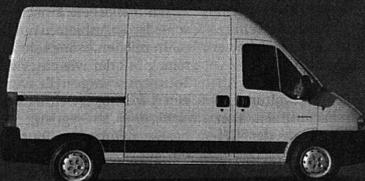
**Hitpreis** (ohne MwSt) **Fr. 11'990.-\*** oder **Prämie bis zu Fr. 4'044.40**

3 m<sup>3</sup>, 600 oder 800 kg Nutzlast, 1 oder 2 seitliche Schiebetüren, ein umfassendes Angebot an Motoren und Ausstattungen.

(2.0i 16V, 138 PS) **JUMPY**

**Hitpreis** (ohne MwSt) **Fr. 17'990.-\*** oder **Prämie bis zu Fr. 4'044.40**

Von 7.5 bis 22 m<sup>3</sup>, 4 Höhen, 3 Längen, 1'000 bis 1'765 kg Nutzlast, 3 Motoren. Mehr als 100 Ausführungen.



**NEUER JUMPER** (Kastenwagen 29C 2.0i, 110 PS)

**Hitpreis** (ohne MwSt) **Fr. 21'990.-\*** oder **Prämie bis zu Fr. 5'055.50**

Von 7.5 bis 22 m<sup>3</sup>, 4 Höhen, 3 Längen, 1'000 bis 1'800 kg Nutzlast, 3 Motorisierungen, Schalt- und Automatikgetriebe. Mehr als 100 Ausführungen.



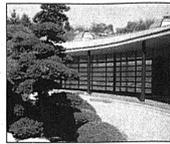
www.citroen.ch

Prämie auf die Bruttopreise von Fr. 5'055.50 beim Jumper und von Fr. 4'044.40 beim Berlingo und Jumpy. Angebote nicht kumulierbar, gültig für die genannten vorrätigen Neuwagen bei Kauf vom 11. Mai bis 30. Juni 2002. \*Auf die Hitpreise ist kein Nachlass möglich.

NICHTS BEWEGT SIE WIE EIN CITROËN.  **CITROËN**



**INTERNET / Der Web-Verantwortliche bei ST, Thomas Winkler, ist mit dem Heidiland-Portal zufrieden. SEITE 9**



**PARK HOTEL WEGGIS / Der Erweiterungsbau besteht aus Festsaal, Wellnesstrakt mit «Spa-Cottages» und Therapie- und Fitnessräumen. SEITE 11**



hotel+tourismus revue

**WERBUNG /** Schöne Landschaftsbilder allein genügen nicht, um Gäste zu holen. Fällt die Werbung nicht auf, vergisst der Konsument die Botschaft umgehend. Dies zeigt eine Umfrage der Allgemeinen Plakatgesellschaft am Beispiel Zermatt. **CHRISTINE KÜNZLER**

# «Nur gute Werbung regt zum Denken an»

Die Landschaft ist das höchste Gut der touristischen Schweiz und das Matterhorn ist ein USP per se. Doch schöne Landschaftsbilder reichen nicht aus, um Gäste zu holen. Das hat Zermatt Tourismus dank einer repräsentativen Umfrage der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG) festgestellt. Befragt worden sind 200 Personen zwischen 17 und 74 Jahren in Bern und Agglomeration, wo die Plakate letztes Jahr zwei Wochen hingen (vgl. Kasten).

Das Plakat zeigte das Matterhorn, eingebettet in eine herbstliche Landschaft, und warb für Herbstferien in Zermatt (siehe 1. Bild). Die Umfrage indes zeigt ein weniger schönes Bild: Lediglich 20% der Befragten erinnerten sich an das Plakat. Wohlverstanden: drei Tage nach Verschwinden der Plakate. Der Durchschnittswert bei 111 getesteten Kampagnen für Konsumgüter liegt bei 47%. Das unterdurchschnittliche Zermatter Resultat ist gemäss Tourismusdirektor Roland Imboden auch darauf zurückzuführen, dass von Zermatt weniger Plakate hingen als von den anderen getesteten Kampagnen.

Am besten erinnerten sich die 25- bis 34-jährigen befragten Männer an das Zermatt-Plakat: 27% (Durchschnitt aller getesteten Kampagnen: 52%).

## DAS PLAKAT HAT GUT GEFALLEN

Dieses Segment der jungen Männer scheint sich grundsätzlich am meisten für Zermatts Plakat interessiert zu haben, denn auch bei den Fragen nach der Markenzuordnung und dem Gefallen sind die Werte dort am höchsten: 67% bei der Markenzuordnung (Durchschnitt: 65%), 100% beim Gefallen (Durchschnitt: 61%). Das gleiche Resultat zeigt sich bei den 65- bis 74-jährigen (Durchschnitt: 70%): Alle mochten das Plakat.

Nicht gut abgeschnitten hat Zermatt im Durchschnitt aller befragten Altersklassen bei der Markenzuord-

nung: Nur 38% jener, die sich an das Plakat erinnerten, wussten, wer da überhaupt geworben hat. Der Durchschnittswert aller 111 Kampagnen beträgt 61%. Mit 87% überdurchschnittlich gut steht Zermatt Tourismus indes da, wenn es ums Gefallen geht (Durchschnitt aller Kampagnen: 64%).

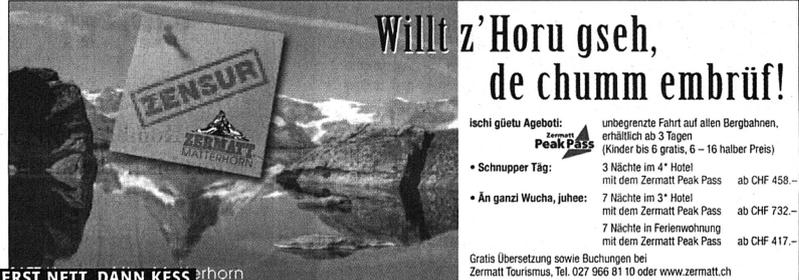
## ZERMATT TOURISMUS ZIEHT KONSEQUENZEN

Tourismusedirektor Roland Imboden interpretiert die Auswertung auf seine Art: «Das Matterhorn wird sehr viel für Werbung verwendet, was für Zermatt positiv ist, solange es sich um Qualitätsartikel handelt. Durch diese zahlreichen Verwendungen erzielt aber das Matterhorn weniger Wirkung.» Eine Werbung mit dem Matterhorn werde lediglich im Sinne «aha, eine Werbung mit Matterhorn» wahrgenommen, vermutet Imboden.

Das Fazit, das er daraus zieht: «Ein Plakat braucht gar nicht zu gefallen, damit der Konsument die Message versteht.» Doch gibt er zu bedenken, dass allein die Tatsache, dass es auffällt und die Message klar transportiert, noch keinen Kaufwunsch auslöst.

«Da sich Zermatt in Zukunft auf Plakat- und Inserate-Kampagnen beschränkt, ist es für uns wichtig zu wissen, wie wir unsere Botschaft übermitteln können», hält Imboden fest. Die Erkenntnisse aus der APG-Umfrage hat Zermatt umgesetzt. Zusammen mit den Zermatter Bergbahnen hat Imboden ein «provokatives» Inserat kreiert (siehe Bild unten), das er in einem Pre-Test den Gästen vor Ort vorgelegt hat. Das Echo, so sagt er, sei durchwegs gut gewesen. Die «Zensur» über dem Matterhorn und die Einleitung in Walliserdeutsch – des Schweizer zweitbeliebtesten Dialekt – mache die Botschaft vielleicht nicht sofort erkennbar, denkt Imboden. «Sehr wahrscheinlich muss sich der Konsument mit der anspruchsvollen Message auseinander setzen, damit er weiss, was wir sagen wollen.»

Foto: Zermatt Tourismus



Das obere Plakat warb letztes Jahr für Herbstferien in Zermatt. Das Bild fand Gefallen, doch die Botschaft kam nicht an. Nun hat Zermatt Tourismus reagiert und setzt auf eine provokative Inseratenkampagne. Laut Peter Marti scheitern aber beide Kampagnen an ihrer schlechten Qualität.

## Das rät der Werbefachmann Peter Marti am Beispiel Zermatt

«Werbung hat wenig mit Logik zu tun. Vielmehr aber mit Emotionen, Assoziationen, Imaginationen.

Zuerst wird das Plakat von der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG) als eines der langweiligsten Plakate überhaupt ausgezeichnet. Eine Saison später zeigt sich Zermatt mit einer so genannt provokativen Werbung. Das Problem ist nur, dass beides schlechte Werbung ist. Was ist geschehen?

Der Gast muss nicht nach Zermatt fahren. Tut er dies trotzdem, dann hat er andere Gründe als nur das Angebot und die Dienstleistungen im Dorf. Er kommt, um jemand zu sein, um dazu zu gehören, um an einem Erlebnis teilzuhaben. Deshalb muss die Werbebotschaft nicht einfach ein Image oder eine Marke transportieren, sondern Status, Selbstverwirklichung und Individualisierung versprechen.

Wenn früher die Gäste von sich aus Zermatt buchten, muss heute Zermatt die Gäste begeistern. Dazu reichen Aussagen, wonach man in Zermatt wandern, skifahren, bergsteigen und geniessen kann, nicht mehr. Das setzt der Gast voraus.

Provokation ist und bleibt ein Stilmittel und ist nur anzuwenden, wenn der Inhalt der Aussage – also die Werbebotschaft – diese Anforderungen erfüllt. Gute Werbung regt zum Denken an, macht Spass oder löst eine Handlung aus. Werbung muss tief unter der Haut wirken und nicht nur auf deren Oberfläche. Werbung ist dann gute Werbung, wenn ein kreativer, fantasievoller Auslöser den Betrachter selbst auf die richtige, eigene Deutung bringt. Eine Art Suggestion also. Werbung ist

dann gute Werbung, wenn sie lockt, nicht gleich zum Angebot, sondern über Herz und Bauch zum Produkt, in diesem Fall Zermatt.

Der Gast steht beschreibenden, imperativen oder superlativen Werbebotschaften gegenüber. Damit werden keine Freundschaften geschlossen, sondern Feindbilder aufgebaut oder Langweile gesendet. Der Gast muss verleitet werden, an der ausgesendeten Botschaft zu partizipieren, eine gedankliche Lücke zu schliessen. Das hinterlässt den bleibenden Eindruck und bringt mehr Gäste in den Ort.» CK

Peter Marti ist der Inhaber der Marti Communications in Zürich und ist unter anderem Geschäftsführer der Swiss Deluxe Hotels.

## APG testet die Wirkung der Plakate

Die Allgemeine Plakatgesellschaft (APG) testet für ihre Kunden die Wirkung der Plakate. Laut dem Projektverantwortlichen, Christof Hotz, ist diese Umfrage kostenlos für Kunden, die eine grosse, nationale Plakatkampagne lancieren. Für die anderen Kunden kostet dieser Test rund 20'000 Franken. Neu werden laut Hotz 300 statt nur 200 Konsumenten befragt. Und zwar nach der Erinnerung,

der Markenzuordnung und nach dem Gefallen der Kampagne. Bei der Frage, ob sich der Konsument an das Plakat erinnert, werde ihm ein Plakat «mit verwischter Marke» vorgelegt. Künftig sollen jährlich 200 Kampagnen getestet werden: In Welchen ä 5 Plakate, damit die APG eine feinere Datenbank aufbauen und branchenspezifische Vergleiche ziehen könne. CK

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

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

**GASTROOBJEKT**  
SPANN Möblierungssysteme für das Gastgewerbe  
offiz. Werksvertretung Schweiz  
Pro Büro AG, 4153 Reinach/BL  
Tel. 061 711 99 55, Fax 061 711 99 17

**sulcusag.ch**  
Ihr Partner für  
**Kassensysteme**  
Infoline: 041 289 10 10

Hygiene-Sicherheit mit System  
Securité d'hygiène avec système  
Heidel SCOLAS  
The Service Company

SCHO WEDER ALTE KAFI!  
Frischen heissen Kaffee, jederzeit, ob für ein paar oder 1000 Gäste!  
www.Cafitesse.ch  
Repa AG | 5703 Seon | 062 775 07 07



**Schweizer Hotelier-Verein**  
Weiterbildung

**Jetzt anmelden**

**Mitarbeiter  
Empowerment  
2. Zyklus**

**Ziele**

Weiterbildung wirkt der oft grossen Überforderung im hektischen Berufsalltag entgegen und macht die Mitarbeiter zufriedener und motivierter. Dies wiederum führt zur Verminderung von Fluktuationen und fördert gleichzeitig den Führungsnachwuchs für die gesamte Branche.

**Zielgruppe**

Der Seminarzyklus richtet sich an MitarbeiterInnen aus der Hotellerie und dem Tourismus, die sich berufsbegleitend weiterbilden und erste Führungsaufgaben in einem Betrieb übernehmen möchten.

**Kursdaten**

14.–16. August 2002	Unit 1 Führung Modul A
18.–20. September 2002	Unit 1 Führung Modul B
13.–15. November 2002	Unit 2 Marketing Modul A
Frühjahr/Sommer 2003	Unit 2 Marketing Modul B
	Unit 3 Rechnungswesen Modul A
	Unit 3 Rechnungswesen Modul B

**Beginn 3. Zyklus**

15.–15. November 2002	Unit 1 Führung Modul A
Frühjahr/Sommer 2002	Fortsetzung

**Zulassung**

Die Teilnehmenden haben eine abgeschlossene Berufslehre im Hotel- oder Gastgewerbe und praktische Erfahrung. Andere Qualifikationen werden von Fall zu Fall überprüft. Pro Kurs sind maximal 20 Teilnehmende zugelassen. Die Aufnahme erfolgt nach Eingang der Anmeldung.

**Referenten**

Qualifizierte Didakten und in der Praxis erfahrene Trainer teilen sich in die Vermittlung der speziell für diese Zielgruppen definierten Module.

**Durchführungsort**

Hotelfachschule Thun, Mönchstrasse 37, 3602 Thun, 033 227 77 77, [www.hfthun.ch](http://www.hfthun.ch)

**Kursdauer**

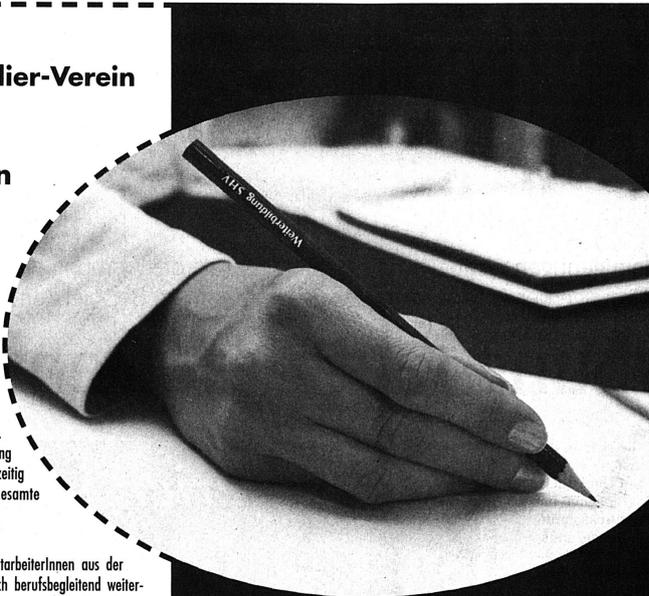
Pro Unit 3 Tage:  
1.: 09.00–17.30; 2.: 08.30–17.30; 3.: 08.30–17.00

**Kosten**

Zyklus 18 Tage, CHF 4500.–, Unit 6 Tage, CHF 1750.–, Modul 3 Tage, CHF 900.–

**Prüfungsgebühr**

CHF 300.–. Diese wird anteilmässig pro Modul erhoben. Zusätzlich Kursgeldpauschale für Unterkunft, Verpflegung, Getränke, Infrastruktur, Dokumentation.



**Fortsetzung 1. Zyklus**

14.–16. August 2002	Unit 2 Marketing Modul A
18.–20. September 2002	Unit 2 Marketing Modul B
13.–15. November 2002	Unit 3 Rechnungswesen Modul A
Frühling 2003	Unit 3 Rechnungswesen Modul B

**Quereinsteigen  
möglich!**

**Noch wenige Plätze für  
Zyklus 1 (Unit 2  
Marketing, Modul A) sind  
frei – jetzt anmelden!**



HOTELA unterstützt  
Ihre berufliche Weiterbildung

Bitte senden, faxen oder mailen Sie Ihre  
Anmeldung an  
Schweizer Hotelier-Verein  
Weiterbildung  
Postfach  
3001 Bern  
Tel. 031 370 42 61  
Fax 031 370 42 62  
[weiterbildung@swiss-hotels.ch](mailto:weiterbildung@swiss-hotels.ch)  
[www.weiterbildung-shv.ch](http://www.weiterbildung-shv.ch)

**HOTELSCHULE LÖTSCHER**

*Grundlagen zum Erfolg*

**Réceptionskurs 1**

4-wöchiger Intensiv Ein-/Umsteigerkurs mit FIDELIO Software  
14. Oktober bis 8. November 2002 und  
28. April bis 23. Mai 2003

Weitere interessante Kurse im Angebot. Verlangen Sie bitte unser  
detailliertes Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer  
Homepage - [www.hotelschule-loetscher.ch](http://www.hotelschule-loetscher.ch)

HOTELSCHULE LÖTSCHER, Färbisstrasse 18, 7270 Davos Platz  
Tel. 081 420 65 26 E-Mail: [info@hotelschule-loetscher.ch](mailto:info@hotelschule-loetscher.ch)



International College of  
Hotel Management

ATTENTION

**Swiss Hotel School  
Diploma Graduates**

Obtain a Bachelor Degree in Australia from  
International College of Hotel Management.

Work placements are available.

Online study is possible.

Pathways to Masters Degrees are open  
to Degree holders.

For further details please contact  
International College of Hotel Management  
GPO Box 249  
Adelaide SA 5001 Australia

Tel: +61 8 8223 6039  
Fax: +61 8 8224 0984  
Email: [admissions@ichm.edu.au](mailto:admissions@ichm.edu.au)  
Website: <http://www.ichm.edu.au>

145916/414422

**Spanisch lernen in Lateinamerika**

Argentinien - Bolivien - Chile  
Costa Rica - Dom. Republik  
Ecuador - Guatemala - Honduras  
Kuba - Mexiko - Panama  
Paraguay - Venezuela  
Brasilien (portug.) - Praktikas - Flüge

Idomas & aventuras fon 041 242 05 05  
Hirschengraben 41 fax 041 242 05 06  
Postfach 7419 internet <http://www.idomas.ch>  
CH-6000 Luzern 7 E-Mail [info@idomas.ch](mailto:info@idomas.ch)

**Italienisch in Florenz**

**Spezialangebot:**

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag,  
in kleiner Gruppe und Unterbringung  
in Einzelzimmern  
Total SFR 790.–

Fragen Sie uns bezüglich längerer  
Kursdauer bzw. spezielle Kurse  
für den Tourismus.

Scuola Toscana  
Via dei Benci, 23  
50122 Firenze/Italia  
Tel. und Fax 0039/055 244583  
[www.scuola-toscana.de](http://www.scuola-toscana.de)

149196/990239



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch  
anwendbares **FRANZÖSISCH**  
CCIEL Negrasso  
F-73370 CÉLÉSTELLE  
Telefon: 0033-5-49-279.275  
Fax: 0033-5-49-272.179  
E-Mail: [cciel@melecom.fr](mailto:cciel@melecom.fr)  
<http://www.melecom.fr/cciel>

- \* Schwerpunkt Hotellerie und allgemeine
- \* Intensivkurse für jede Stufe und Alter in familiärer  
Landhaus-Atmosphäre
- \* inklusive Exkursionsprogramm (Degustation  
(Bordeaux, Cognac, Austerfelder etc.)
- \* Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe
- \* Menu-Übersetzungen für Hotelbetriebe

145391/262204

**Über Internet und  
nette Gäste.**

Abonnieren und inserieren:  
Telefon 031 370 42 22,  
Telefax 031 370 42 23,  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

htr

**ANZEIGEN**

Aus Hotelliquidation  
günstig abzugeben!

ganze Kücheneinrichtung  
Geschirr, Besteck  
Daunenduvets, Wäsche  
Haartrockner, TV usw.

Telefon 033 855 11 12

149760/70637

**IMMOBILIER**

Vitrines à pâtisserie  
Buffets à salades  
Buffets réfrigérés  
petits déjeuners  
Mesure standard

**FRIGONORM**

Lausanne: Tél. 021 625 92 50  
Bern: Tél. 031 951 23 73

**ANZEIGEN**

**GASTRONOMIE**

... UND WIE!

[www.rainerburri.ch](http://www.rainerburri.ch)

149531/416173

**www.dreifondues.ch**

Drei Fondues in einem Topf?  
TOP AUCH FÜR IHR RESTAURANT!  
Der Erfinder - Tel. 027 956 26 26

149345/44040

**Mehr Geld und mehr Zeit durch  
Arbeiten von Zuhause**

[www.smile2000.ch](http://www.smile2000.ch)  
(bitte Code 96 angeben)

Info auch via Tel. 091 743 08 17

149654/201758

## «DIAVOLEZZA-BAHN» / Neubaupläne bleiben Tiefer Jahresgewinn

Der Verwaltungsrat der Diavolezza-Bahn AG will das Unternehmen in den Prosperitätsbereich führen, wie es an der Aktionärsversammlung hiess. Trotz einem «Geschäftsjahr der Extreme» wird an den Neubauplänen festgehalten; der Ersatz der Diavolezza-Bahn durch eine Umlauf-Gondelbahn soll so bald als möglich erfolgen, wobei sich der Zeitpunkt noch nicht festlegen lasse, so die «Engadiner Post». Der Cashflow lag

im vergangenen Geschäftsjahr um 41 Prozent unter dem Fünfjahres-Durchschnitt, der Jahresgewinn erreichte nur 26 Prozent des Vorjahres und ist mit 54 000 Franken der tiefste seit Jahren.

Ursache für das schlechte Geschäftsjahr seien zwei ausserordentliche Winter gewesen; während der Winter 00/01 übermässig viel Schnee brachte, war es im Winter 01/02 extrem wenig. TRU

## FILZBACH / Geopark-Höhenweg eröffnet Geologie erwandern

Im Glarner Kerenzerbergdorf Filzbach ist der Geopark-Höhenweg eröffnet worden. Auf diesem Weg können Wanderer in sieben Tagesetappen ein geologisch interessantes Gebiet kennen lernen.

Die Wanderung ist modulartig angelegt, so dass nach jedem Teilstück auch ins Tal abgestiegen werden kann. Entlang der Wanderroute können natur- und erdgeschichtliche Phänomene beobachtet wer-

den. Beschrieben sind sie in einer Broschüre, die bei den regionalen Tourismusbüros erhältlich ist. Die Broschüre gibt auch Auskunft über Wanderdauer und Unterkunftsmöglichkeiten. Im Weiteren sollen nächstes Jahr an den wichtigsten Stellen Hinweistafeln aufgestellt werden.

Der Geopark-Höhenweg ist ein Teilprojekt des Vereins Geopark Sarganserland-Walensee-Glarnerland. SST/sda

## INTERLAKEN / Autobus AG / Oberland Tours Stellenabbau

Die Autobus AG / Oberland Tours muss redimensionieren: Per Ende September erfolgt ein Personalabbau; zudem verkauft das Unternehmen acht ältere Reisebusse und vermietet nicht mehr beanspruchte Räume weiter.

Der Grund für diese Umstrukturierung liegt laut Pressemitteilung darin, dass die Autobus AG nach dem 11. September hohe Verluste hinnehmen musste. Zudem musste das

Busunternehmen vor einem Jahr seinen Linienverkehr im Raum Interlaken an Postauto Berner Oberland weitergeben.

Die Auto AG / Oberland Tours will sich in Zukunft auf Reisen und Ausflüge für Firmen, Vereine, etc. sowie auf ausgeschriebene Fahrten und Rundreisen konzentrieren. Transferfahrten für Reisegruppen aus Nordamerika und aus dem asiatischen Raum werden nur noch beschränkt weitergeführt. SST

## «BERNE 2010» / Nachhaltigkeit und Finanzen

### «Kein Blankoscheck»

Er wünsche sich einen breiten Diskurs über die Wünschbarkeit olympischer Spiele in der Schweiz, sagte Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Universität Bern, an einer kontroversen Podiumsdiskussion. Diese fand anlässlich der Delegiertenversammlung der Sozialdemokratischen Partei der Stadt Bern statt und setzte sich mit der Olympia-kandidatur «Berne 2010» auseinander. Hintergrund des Streitgesprächs bildete unter anderem die Weichenstellung im Grossen Rat des Kantons Bern, der ein klares Ja zur Kandidatur für die Olympischen Winterspiele 2010 abgegeben hat. «Diese parlamentarische Unterstützung ist für uns von entscheidender Bedeutung und hat Signalwirkung», so der Berne-2010-Verwaltungsratspräsident Martin Hodler. Laut Regierungsrat sollen die Berner bereits am 22. September und nicht erst am 24. November 2002 über die Olympiakredite entscheiden.

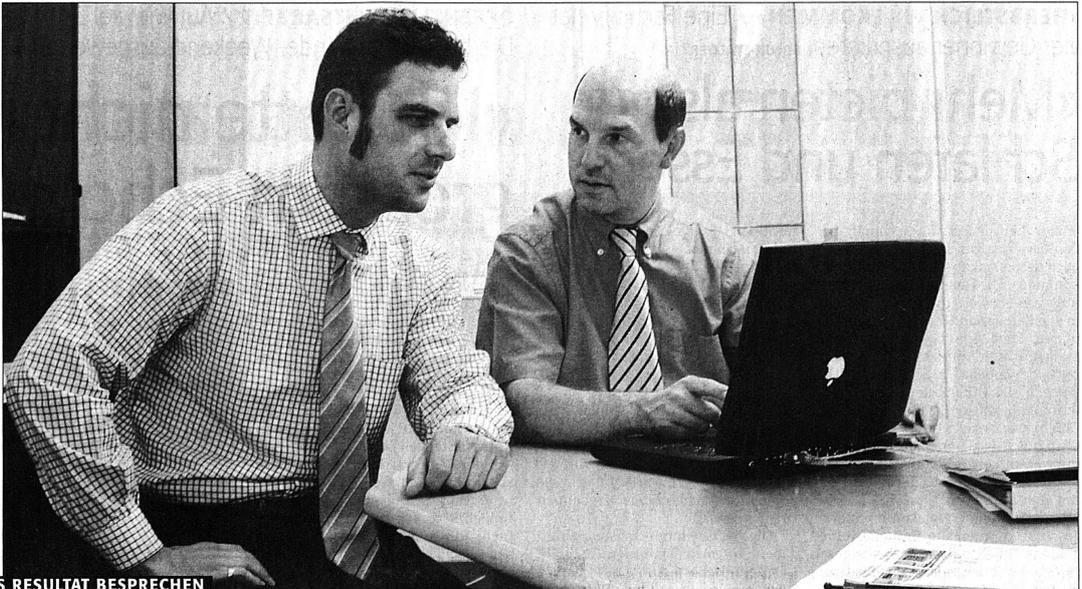
Die dem Projekt kritisch gegenüberstehende Berner SP-Grossrätin Evi Allemann geht davon aus, dass der vorgezogene Abstimmungstermin mit dem Sparpaket zusammenhängt, das im November zur Debatte stehen dürfte. «Es wird versucht, die erforderlichen Kredite für die Olympiakandidatur noch rasch im September durchzuboxen». Klaus Baumgartner, Berner Stadtpräsident und Vizepräsident «Berne 2010», betonte, wie gross der Spardruck im Kanton sei und wie stark dieser alle Entscheide beeinflusse. Die Millionen-Vorlage sei nicht eine Ausgabe, sondern eine Investition, hielt dem Hodler entgegen.

### SOZIALVERTRÄGLICHKEIT NOCH GENAU PRÜFEN

«Einen Blankoscheck für die Olympiakandidatur können wir «Berne 2010» nicht ausstellen, bevor die Sozialverträglichkeit sowie die ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkte der Winterolympiade nicht genau geprüft worden sind», so Evi Allemann. Hodler versuchte auch Fragen aus dem Publikum betreffend Nachhaltigkeit, Umweltverträglichkeit, Finanzierbarkeit, wirtschaftlichen und touristischen Nutzen mit Argumenten zu entkräften. Die «Berne 2010» für den vom IOC geforderten «Questionnaire» arbeitet hat (siehe htr vom 6. Juni). Durch geplant seien die vernünftigsten je durchgeführten olympischen Winterspiele – nicht die grössten, wie sie etwa von den Amerikanern veranstaltet würden. Hodler bat Müller, bei der anstehenden Recherche in Salt Lake City nicht bloss Negativaspekte zu erörtern, sondern faire Ergebnisse über die Folgen der Olympiade zu ermitteln.

Müller würdigte die bisherigen Leistungen des Kandidaturkomitees und deren Absicht, der Nachhaltigkeit Priorität einräumen zu wollen. «Die Machbarkeits- und Nachhaltigkeitsaspekte müssen aber noch intensiv abgeklärt werden. Zudem ist absolute Projekttransparenz herzustellen», forderte Müller. Er warf «Berne 2010» eine gewisse Strategielosigkeit vor. TRU

Foto: Sonja Stalder



**DAS RESULTAT BESPRECHEN**

Marco Wyss, Direktor Ferienregion Heidiland (l.), und Thomas Winkler, Direktor Web Division Schweiz Tourismus, besprechen das Resultat ihrer Zusammenarbeit.

**INTERNET** / Schweiz Tourismus und die Ferienregion Heidiland haben die Entwicklungsphase für ihr gemeinsames Internet-Projekt abgeschlossen. Beide Seiten sind vom Ergebnis überzeugt. SONJA STALDER

## Kleine Region, grosse Lösung

«Wir haben eine Lösung realisiert, die sonst – in dieser Frist und Komplexität – nicht möglich gewesen wäre», zieht Marco Wyss, Direktor Ferienregion Heidiland, Bilanz. Seit kurzem sind die vier Subregionen Amden, Bad Ragaz, Flumserberg und Kerenzerberg in das neue Heidiland-Portal integriert. Die im letzten September gestartete Projektphase ist somit termingerecht abgeschlossen worden. Das Besondere an dieser Lösung: Das Heidiland hat – als erste Schweizer Region – seinen Web-Auftritt an Schweiz Tourismus (ST) delegiert. ST hat die Projektleitung, die Entwicklung sowie die Content-Beratung und –Aufbereitung übernommen. Wyss: «Wir wollen unsere Ressourcen vor Ort dort einsetzen, wo wir die Kernkompetenzen haben. Im IT-Bereich liegen sie ganz sicher nicht.» Die Portal-Lösung basiert auf dem Content Management System (CMS), das ST auch für [www.MySwitzerland.ch](http://www.MySwitzerland.ch) verwendet.

In der jetzt angelaufenen Betriebsphase schaltet ST neue Angebote auf und nimmt Feinkorrekturen vor,

während das Heidiland und die Subregionen den Veranstaltungskalender, die Daily News etc. betreuen. «Wir rechnen bei uns mit 25 bis 30 Stunden Arbeit pro Monat», sagt Thomas Winkler, Direktor der ST-Web-Division.

Die Betriebsphase ist erneut ein Testfall: «Wir prüfen bis Ende Jahr, ob ST seine Versprechungen in Bezug auf die laufende Aktualisierung einhält», so der Kunde Wyss. Eine Alternative wäre, diese Arbeit wieder selbst zu übernehmen. Allerdings würde ST in diesem Fall die Forderung stellen, dass die hohe Qualität des Contents weiterhin gewährleistet sein müsste.

### «VIEL ARBEIT UND VIEL SCHWEISS»

«Hinter der jetzigen Lösung steckt viel Arbeit und viel Schweiß», betont Winkler. Auf Schweiz-Tourismus-Seite hat sich eine Person vier Monaten lang 100 Prozent für das Projekt engagiert. Zudem hat eine Heidiland-Mitarbeiterin fünf Monate direkt bei ST gearbeitet und Content in das System einge-

geben. Winkler: «Diese Lösung war ideal. Die Mitarbeiterin hat Kenntnisse über die Region mitgebracht und technisches Know-how nach Hause genommen».

### NEUE INTERESSENTEN HABEN ANGEKLOFFT

Ob sich der Aufwand direkt auszahlt, lässt sich schwer abschätzen. Wyss hat sich als Ziel gesetzt, dass die Zahl der «Hits» um 30% auf 150 000 pro Jahr steigen sollen. «Im Moment sieht es so aus, als ob wir dieses Ziel erreichen könnten.» Die Verweildauer liegt gegenwärtig bei acht Minuten, was Winkler bereits als «sehr guten Wert» beurteilt. Zum Vergleich: Besucher der ST-Web-Site verweilen im Durchschnitt 9,5 Minuten. Ziel ist es im Weiteren, die täglich verfügbaren statistischen Daten über eine längere Zeitspanne hinweg auszuwerten. Wyss: «Wir wollen analysieren, für welche Angebote sich die Besucher besonders interessieren und welche sie rechts liegen lassen.»

Bereits jetzt ist aber Wyss überzeugt, dass er ein ursprünglich formuliertes, qualitatives Ziel erreicht hat: Das Heidiland-Portal hat dazu beigetragen, dass die Region gegen innen und aussen stärker als Destination wahrgenommen wird. «Wir haben sowohl von Gästen als auch von der Bevölkerung durchwegs positive Reaktionen erhalten.» Zudem habe das gemeinsame Projekt die Partner in der Region noch stärker zusammengeschweisst.

Auch für ST ist die Rechnung aufgegangen: Das System ist heute «mandantenfähig», neue Interessenten haben bereits angeklopft. Winkler: «Wir hatten rund zehn Anfragen, davon vier konkrete.» Dazu zählen unter anderem Thunersee Tourismus, die Alpen Region Brienz-Meiringen-Hasliberg sowie Basel Tourismus. Winkler geht davon aus, dass ST ein bis zwei weitere Projekte pro Jahr realisieren kann.

Die [hotel-tourismus.ch](http://hotel-tourismus.ch) revue hat über das Pilotprojekt «Internet-Portal Heidiland» in loser Folge berichtet. Mit diesem Artikel schliesst sie diese Serie ab.

### «Wir sind keine Web-Factory»

«Wir sind keine Web-Factory», betont Thomas Winkler, Direktor Web Division bei Schweiz Tourismus. ST bietet lediglich seine bestehenden Module an, macht aber keine neuen Programmierungen. Wer also beispielsweise einen E-Shop will, liegt bei ST falsch. Zudem sind die Mitsprachemöglichkeiten in Bezug auf das Layout und die Navigation beschränkt.

Nicht zuletzt muss ein Kunde mindestens 50 000 Franken für das Internet-Projekt aufwerfen können. Winkler: «Wenn jemand mit 20 000 Franken zu uns kommt, rate ich ihm, dieses Geld in gute Texte, Bilder und Übersetzungen zu investieren. Diesen Content können wir dann unter [www.MySwitzerland.ch](http://www.MySwitzerland.ch) aufschalten.» SST

### Direkte Kosten: 90 000 Franken

Schweiz Tourismus (ST) hat der Ferienregion Heidiland 90 000 Franken für die Realisierung des Internet-Portals in Rechnung gestellt – die Integration der vier Subregionen inbegriffen. Thomas Winkler, Direktor ST-Web-Division, warnt in diesem Zusammenhang allerdings vor dem Fehlschluss, dass der Betrag von 90 000 Franken durch fünf geteilt werden könne, um

den Preis für einen einzelnen Auftritt zu erhalten: Die Integration der Subregionen basiere auf der Hauptarbeit für das Heidiland-Portal.

Neben den 90 000 Franken hat die Region Eigenleistungen im Wert von rund 50 000 Franken erbracht. Die jetzt begonnene Betriebsphase verrechnet ST mit 3000 Franken pro Monat. SST

**BRIG / BVZ Zermatt-Bahn AG und Furka Oberalp Bahn AG**

## Der Fusion steht nichts im Weg

Das Fusionsmodell für den Zusammenschluss der BVZ Zermatt-Bahn AG und der Furka Oberalp Bahn AG steht. Die Verwaltungsräte beider Unternehmen haben die Grundlagen genehmigt. Der definitive Fusions-Entscheid soll am 12. September fallen; läuft alles wie geplant, wird die Fusion auf den 1. Januar 2003 erfolgen.

Das Fusionsmodell sieht die Schaffung von drei Gesellschaften vor: eine Management-, ei-

ne Verkehrs- sowie eine Infrastruktur-Gesellschaft. Das fusionierte Unternehmen will laut Pressemitteilung die Marktführerschaft im Bereich des öffentlichen Verkehrs im Oberwallis, im Urserental und der Surselva ausbauen sowie als Erlebnisbahn der Alpen gelten. In diesem Zusammenhang steht auch der Relaunch des Glacier-Express. Generell rechnen die Verantwortlichen damit, dank der Fusion alleine bei den Investi-

tionen rund 40 Millionen Franken einsparen zu können.

Die operative Führung der fusionierten Bahn wird Hans-Rudolf Mooser übertragen. Mooser ist derzeit noch Vorsitzender der Gruppenleitung der BVZ Holding AG. Die BVZ Zermatt-Bahn AG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der BVZ Holding AG. Die Furka Oberalp Bahn AG befindet sich mehrheitlich im Besitz von Bund und Kantonen. **SST**

**BÜNDNER BERGBAHNEN / Diskussion über Halbtax-Abos an der GV**

## «Abzocker»-Image wurde kritisiert

Die Bündner Bergbahn-Betreiber wehren sich gegen das «Abzocker»-Image, das durch den Austritt verschiedener Bahnen aus dem Halbtax-Verbund entstanden ist. Eine Rückkehr zum Halbtax-Verbund war an der Generalversammlung des Branchenverbands Bergbahnen Graubünden aber kein Thema.

Der Verband legte in Bezug auf den neuen Verteilschlüssel Zahlen auf den Tisch: Danach

sank der Jahresertrag aus dem Halbtax bei der Weissen Arena AG in Flims/Laax von 350 000 Franken auf unter 60 000 Franken. Die Gotschnabahn im Prätigau erhielt statt 96 000 Franken bloss noch 9 000 Franken. Solche Einbussen würden die «Bergbähler» einfach nicht mehr verkraften, sagte Verbandspräsident Gaudenz Beeli. Ein Preisvergleich mit Bergbahnen in der übrigen Schweiz habe ausserdem ergeben, dass die

Bahnen in Graubünden auch ohne Halbtax nicht teurer seien.

Beim Branchenverband wird allerdings eingeräumt, dass die Kommunikation der Austritte aus dem Halbtax-Verbund nicht optimal gelaufen sei. Der Verband will deshalb die Öffentlichkeitsarbeit verbessern und hat den entsprechenden Betrag im Budget 2003 von bisher 15 000 Franken auf neu 35 000 Franken aufgestockt. **SST/sda**

**«HERBSTLICH WILLKOMMEN» / Eine Fachjury hat vier Gewinner auserkoren. SONJA STALDER**

## «Mehr bieten als nur Schlafen und Essen»

Jetzt stehen sie fest, die Gewinner des Wettbewerbs zur letztjährigen Gastfreundschaftsaktion «Herbstlich Willkommen». Die Fachjury unter der Leitung von Schweiz Tourismus (ST) hat in den Kategorien Tourismusorganisationen, Hotellerie, Gastronomie und Transport den Tourismusverein Lenzerheide-Valbella, das Sunstar Hotel in Wengen, das Hotel Rothorn in Visperten sowie die Bergbahnen Grächen ausgezeichnet.

• Auf die «Nuss-Jagd» hat der Tourismusverein Lenzerheide-Valbella seine Gäste geschickt: In der freien Natur, aber auch unter dem Hotelkissen oder zwischen den Socken im Sportgeschäft konnten die Besucher eine goldene Nuss finden. Wenn sie diese Nuss beim Tourismusverein abgaben, durften sie ein Los ziehen und gewannen mit etwas Glück einen Gutschein für ein Vermicelles, für einen Blumenstrauß oder für eine Hotelübernachtung. Tourismusbetriebe und Gewerbetreibende aus der ganzen Region haben die Aktion unterstützt und Preise zur Verfügung gestellt. «Wir glauben an das Potenzial des Bergherbstes», betont Urs Wagenseil, Direktor Tourismusverein Lenzerheide-Valbella.

• Das Sunstar Hotel in Wengen bot seinen Gästen eine ganze Palette herbstlicher Erlebnisse: Mit dem Küchenchef konnten sie eine Alp besuchen und Käse degustieren oder in der Hotelküche Holundergelee einkochen. Die Kinder buken in der Dorfbäckerei ein Herbstbrot oder bastelten sich einen Drachen. «Wir wollen unseren Gästen mehr bieten als nur Schlafen und Essen», erklärt Yves Timonin, der gemeinsam mit seiner Partnerin Grit Schlutter das Hotel führt.

• Dass der Herbst auch durch den Magen gehen kann, hat Paula Zimmermann vom Hotel Rothorn in Visper-

terminen gezeigt: Sie hat ihre Gäste mit verschiedenen Spezialitäten wie Raclette oder Käseschnitten bekocht, hat ihnen den regionalen Wein vorgestellt und sie zum Apéro mit herbstlichem Gemüse zum Knabbern eingeladen. «Die Aktion ist bei den Gästen sehr gut angekommen; sie zeigten sich sehr interessiert», stellt Paula Zimmermann fest.

• Einen Apfel und ein Los erhielten die Gäste der Bergbahnen Grächen. Wer mit dem Los einen Treffer landete, erhielt ein Säckchen Tee, «zum Vorbeugen gegen die Wintererkrankungen», wie Sophie Amstutz von den Bergbahnen Grächen erklärt.

Die vier Gewinner sind aus 36 Eingaben ausgewählt worden. Ziel der Gastfreundschaftsaktion «Herbstlich Willkommen» ist es, dem Gast einen Mehrwert zu offerieren und ihn mit direkter Ansprache, Tipps und Vorschlägen zu überraschen. Träger der Aktion sind neben ST die Konferenz der regionalen Verkehrsdirektoren der Schweiz (RDK), der Schweizer Hotelier-Verein, GastroSuisse, der Verband öffentlicher Verkehr, Seilbahnen Schweiz sowie der Schweizer Tourismus-Verband.

## Neuaufgabe

Im Rahmen der Herbstkampagne (Start: 27. August) wiederholt Schweiz Tourismus diesen Herbst die Gastfreundschaftsaktion. Gemeinsam mit den touristischen Dachverbänden schreibt ST auch den Wettbewerb für die originellsten Ideen erneut aus. Zu gewinnen sind vier Zwei-Tages-Aufenthalte in vier Luxushotels für zwei Personen inklusive Dinner. **SST**

Ideenkatalog, Key Visuals, Anmeldeformular für den Wettbewerb unter: [www.STnet.ch](http://www.STnet.ch)

**ÖFFENTLICHKEITSARBEIT / Auf wie viel Echo kann ein Presse-Anlass stossen? Die htr hat ein Wander-Weekend ausgewertet. MARIETTA DEDUAL**

## «Ich hatte nicht mit so grossem Echo gerechnet»

Mehr als 20 redaktionelle Artikel, breite Streuung, zahlreiche Namensnennungen: Die hotel + tourismus revue (htr) hat das Echo auf einen dreitägigen Presse-Event ausgewertet (vgl. Tabelle).

Rund 30 Journalisten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz folgten im Juni 2001 der Einladung zum «Internationalen Lowa & Gore Presse-Wander-Weekend» ins Hotel Europa in St. Moritz/Champfèr.

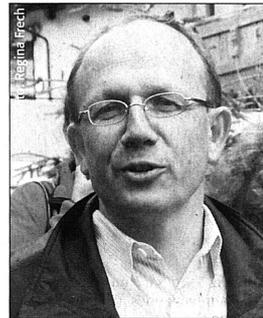
Die hotel + tourismus revue hat die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ersucht, ihr Artikel zuzusenden und hat anschliessend René Urfer, Geschäftsführer Lowa Schweiz und Mitorganisator des Anlasses, mit der «Ausbeute» konfrontiert.

■ René Urfer, haben Sie im Jahr 2001 Ihr Marketinggeld richtig eingesetzt?

Ja, ich habe das Gefühl, dass wir das Geld sehr gut eingesetzt haben. Das Image ist uns wichtig. Wir sind darauf angewiesen, dass wir den Namen Lowa nach aussen tragen und ich glaube, dass uns dies mit dieser Aktion gelungen ist.

■ Und die Quantität dieser Veröffentlichungen ...

... hat uns überrascht. Ich hatte nicht mit so viel Echo gerechnet.



René Urfer, Geschäftsführer Lowa Schweiz.

■ Wie viel hat Sie die ganze Veranstaltung gekostet?

Die Veranstaltung wurde ja nicht nur von uns finanziert, sondern von Gore-Tex (Flugkosten), Lowa und den Partnerhotels\*. Uns hat die Veranstaltung zirka 15 000 Franken gekostet. Die Gesamtkosten des Anlasses betragen rund 60 000 Franken.

■ Auf was achten Sie, wenn Sie so eine Veranstaltung organisieren? Was ist Ihnen wichtig?

Dass wir einen guten Mix haben von Journalisten (verschiedene Zeitungen und Zeitschriften, geografische Streuung, Fachpresse) und dass wir ein attraktives Programm bieten und Informationen weitergeben können, welche die Journalisten interessieren.

■ Was sind die grössten Fehler, die man aus Ihrer Sicht machen kann?

Zu viele Informationen in einer zu kurzen Zeit.

■ Ihr Rezept ist also?

Schauen, dass wir Zeit haben, während der etwas Abenteuerliches zu unternehmen, nicht allzu viel Pressekonferenz-Programm während des Tages.

PS - Bei der diesjährigen Pressekonferenz standen die Besteigung eines Viertausenders, Gletscherkunde mit Begehung einer Gletscherspalte oder eine Schluchtwanderung zur Auswahl auf dem Programm. Es nahmen mehr als 30 Journalistinnen und Journalisten daran teil.

\* Den Partnerhotels (=Bernerhof- in Gstaad, das Hotel Post in Samnau, das Hotel Europa in St. Moritz und der «Walliserhof» in Saas Fee) ist jeweils ein Testcenter angegliedert. Hotelgäste können unentgeltlich Lowa-Wanderschuhe testen.

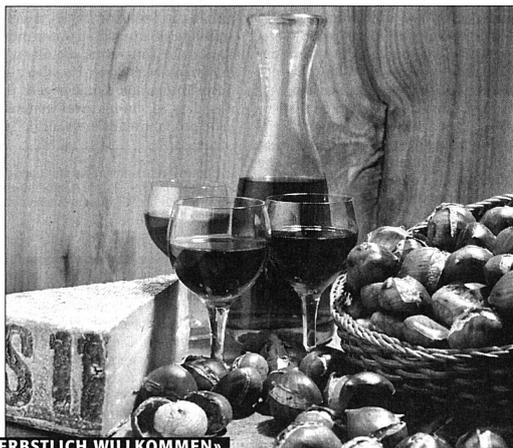
## Wie berichtet wurde – ein Medienspiegel

Zeitung/Zeitschrift Auflage	Erscheinungsweise	Anschläge (Zeichen)	Namensnennung					
			Lowa	Gore	St. Moritz	Champfèr	Hotel Europa	Hoteldirektor Bützbeger
Berge (30 000)	M	950	1	-	2	-	3	-
BR Sport Rundfunk	W	1155	2	-	1	1	1	-
Brauerer-Journal (4600)		2700	3	-	2	-	2	-
Coop Zeitung (2 002 141)	W	975	1	-	3	-	3	-
DAV-Panorama (430 000)		990	2	-	-	1	1	-
Die Südostschweiz (138 893)	T	1860	2	-	3	-	4	1
Draussen (59 000)	2xJ	560	2	-	1	-	2	-
Engadiner Post (8500)	T	1782	1	-	2	2	4	2
Fit for Life (20 743)	2M	1064	2	-	-	1	1	-
Fuss + Schuh (1500)	M	1200	4	-	-	1	1	-
Gastrojournal (26 500)	W	561	-	-	2	-	3	-
Globo (Ende 2001 eingestellt)	M	680	2	-	1	1	1	-
hotel+tourismus revue (22 000)	W	6142	3	-	4	-	9	3
In Form	4M	3300	8	-	6	-	7	-
Neue Zürcher Zeitung (169 118)	T	1305	1	-	2	-	2	2
Schaffhauser Nachr. (26 147)	T	1710	-	-	5	1	5	5
Sonntagszeitung (220 102)	W	378	1	-	2	1	3	-
Sport + Mode (8400)	M	14 700	23	-	9	1	4	1
St. Galler Nachrichten (53 948)	T	1760	1	-	3	-	6	-
St. Moritz Aktuell (4500)	2W	1870	1	-	3	-	5	-
Süddeutsche Zeitung (436 051)	T	2107	-	-	1	-	-	-
Touring (103 308)	W	2812	2	-	6	-	8	2
Trekkers World (Globus) (50400)	M	624	2	-	1	1	1	-
Vital (127 667)	M	138	1	-	1	-	1	-
Wander Revue (18 000)	M	2046	7	-	7	-	5	1
Zolliker Bote (7211)	W	1443	-	4	-	-	6	-

- M = monatlich, W = wöchentlich, T = täglich, J = jährlich  
- In der Regel entsprechen 35 Anschläge/Zeichen einer Textzeile

Fett = ausländische Medien

Foto: Swiss-Image



«HERBSTLICH WILLKOMMEN»  
Dem Gast einen Mehrwert bieten und ihn überraschen, das ist Ziel der Gastfreundschaftsaktion «Herbstlich Willkommen».

## AMADEUS / «Dynamic Access» für Reisebüros «Nahtloses System»

Mit dem neuen Produkt «Dynamic Access» von Amadeus können Reisebüros, die an das Amadeus-System angeschlossen sind, während aller Stufen des Buchungsprozesses die Informationen direkt aus dem Reservierungssystem einer Hotelgruppe abrufen. Dies soll absolute Genauigkeit und Zuverlässigkeit der Tarif- und Verfügbarkeitsdaten bieten.

Ein verbessertes Datenbank-Management der betei-

ligten Hotelgruppen sichere die Übereinstimmung der Daten aller Kanäle. Der Wunsch der Reisebranche nach einem nahtlosen Datenzugang über verschiedene Verkaufskanäle hinweg werde damit erfüllt.

Dynamic Access ist seit dem 12. Juni 2002 erstmals für Marriott International Hotels verfügbar, dem Partner von Amadeus zur Markteinführung der neuen Anbindung. Andere Hotelgruppen sollen folgen. **KJV**

## SIX CONTINENTS / Auf Budgetmarke gesetzt 60 Häuser bis 2007

Die britische Hotelgruppe Six Continents forciert in Deutschland ihr Budget-Konzept. In den Ausbau ihrer Marke Express by Holiday Inn, die in Deutschland nur an fünf Standorten präsent ist, will sie rund 140 Mio. Euro investieren. Bis Ende 2003 sollen sechs neue Häuser des Typs Garni in Köln-Mülheim, München, Hamburg, Berlin, Düsseldorf und Frankfurt eröffnen. Shane Harris, Vice President of Development,

betonte, man wolle die nächsten 20 neuen Projekte selbst erbauen, um über diese Objekte Fremdinvestoren anzuziehen.

Die Standard-Investition für ein 110-Zimmer-Hotel beläuft sich auf fünf Mio. Euro plus Grundstück. Express by Holiday Inn zählt in Europa, Nahost und Afrika 104 Häuser. In Spanien und Grossbritannien sind je 20 neue Häuser geplant. **MAL**

## HSMAI / 30-Jahre-Jubiläum im Bruno-Weber-Park Jubiläums-Sommer

Die Hospitality Sales & Marketing Association International (HSMAI), Swiss Chapter, feiert ihr 30-jähriges Jubiläum am Abend des 2. Juli 2002 mit einem Sommer-Event im Bruno-Weber-Park in Dietlikon. Damit soll für die HSMAI-Veranstaltung ein spezieller, aber auch lockerer Rahmen gewährleistet werden: bestehend aus Kultur – mit der Führung durch den Bruno-Weber-Park – und Gemütlichkeit: mit dem an-

schliessenden Apéro und dem grossen BBQ-Dinner. Der Anlass wird in Partnerschaft mit der FBMA durchgeführt.

Kosten: 100 Franken pro Person (Parkführung, Apéro, BBQ-Dinner) bzw. 90 Franken (ohne Parkführung). **KJV**

Für weitere Informationen und Anmeldung (bis 28. Juni 2002): HSMAI Geschäftsstelle, Beat Blumenthal, Schindlerstrasse 5, 8006 Zürich, info@hsmai.ch

## KURZ UND BÜNDIG

**Neue Besitzerin.** Die Bauruine des Hotels Bellevue, die seit zweieinhalb Jahren inmitten von Rigi Kaltbad steht, hat in der Hilmag AG, einer Tochterfirma der Wüest Bauunternehmung in Nebikon, eine neue Besitzerin gefunden. Verkäuferin war die Refugium Vitznauerhof AG des Bauherrn Paul Kostrewa. Laut «Neue Luzerner Zeitung» ist die Firma Wüest eines von mehreren Unternehmen, deren Rechnungen Bauherr Kostrewa nicht bezahlt habe. Jetzt wird ein Investor gesucht, der das Hotel fertigstellt. **TRU**

## Rückgang im Kanton Graubünden.

In Graubünden waren die Logiernächtezahlen in den 18 wichtigsten Wintersportorten auch im April tiefer als im gleichen Zeitraum des Vorjahres (-30,7% auf 167 689 Einheiten; ganzer Kanton Graubünden: -39,8% auf 195 680 Einheiten). Massgeblich dazu beigetragen haben die diesjährigen frühen Osterfeiertage; die Hotels schlossen dieses Jahr zwei Wochen früher als im 2001, wie die «Südostschweiz» berichtet. Einige wenige Orte konnten ihre Logiernächtezahlen steigern. Dazu gehören unter anderem Anderer, Susch und Brusio. **TRU**

## Kempinski Grand Hotel des Bains.

Die Kempinski Hotels SA hat das St. Moritzer Parkhotel Kurhaus für eine feste Dauer von 20 Jahren gepachtet. Es soll im Dezember als Kempinski Grand Hotel des Bains wieder eröffnet werden. Besitzerin ist die SüBA Beteiligungs AG, Wien. In einer ersten Etappe werden rund 55 Mio. Franken in den Um- und Ausbau investiert. Projektiert ist eine Wellness- und Fitness-Oase, die laut «Engadiner Post» keine Wünsche offen lassen soll. Robert Eberhard hat als leitender Arzt des Heilbades die «Paracelsus Stiftung Heilbad St. Moritz» gegründet. Die Bäderabteilung soll unter dem Namen «Medizinisches Therapiezentrum Heilbad St. Moritz» auf eigene Rechnung geführt werden. **TRU**

## Relais-du-Silence-Hotels Schweiz.

Die Firmen Aimal AG und Optimas AG, Brüttisellen, wurden als Sekretariat und nationale Marketing-Zentrale der Hotelgruppe Relais-du-Silence-Hotels Schweiz gewählt. Die 32 Hotels in der Schweiz sind spezialisiert auf Individualgäste der Alterskategorie 45 bis 75 Jahre. Laut Pressemitteilung hat die Zusammenarbeit mit Partnern und der Aufbau einer gemeinsamen Internet-Plattform Priorität (www.silence-hotel.com und www.silence-hotel.ch). Es werden noch Hotels gesucht, die dieser internationalen Vereinigung beitreten möchten. **TRU**

## Anleitung für Personalchefs der Hotellerie.

Der «Zeugnis-Ratgeber für die Hotellerie» soll Personalverantwortlichen als praktische Anleitung dienen. Auf einer Diskette findet man Musterzeugnisse und Tipps für recht- und silichere Zeugnisse inklusive Checklisten, Formulare, Fallbeispiele und Textbausteine. Zu beziehen ist die Diskette zum Preise von 65 Franken bei der Management Informations, Publikationen in Zürich. **TRU**

Bestellung per Telefon 052 383 36 36 oder per Fax 052 383 36 38

**PARK HOTEL WEGGIS /** Das zum Fünf-Sterne-Haus avancierte Hotel hat einen neuen Festsaal und einen neuen Wellnessstrakt erhalten und positioniert sich neu als Ganzjahresbetrieb. **TONI RÜTTI**

# Privatsphäre im Spa-Cottage

Mit Baukosten in der Höhe von rund 20 Millionen Franken ist das Park Hotel Weggis – seit 1. Januar 2002 ein Fünf-Sterne-Haus, das einzige dieser Kategorie in Weggis – um ein Neubauprojekt erweitert worden. Dieses wurde grösstenteils mit Eigenmitteln finanziert. Das Projekt besteht aus – dem High-Tech-Festsaal «Aquarius Hall» mit einem Foyer, – einer neuen Küche für den neuen Festsaal und für das bestehende Restaurant «Sequoia», – dem Wellnessstrakt mit den Spa-Cottages, Fitness- und Behandlungsräumen, – verschiedenen Infrastruktur- und Technikräumen, – einem neuen Weinkeller im Untergeschoss, – einem Umbau im Erdgeschoss des Hauptgebäudes (Hotelhalle und Réception) sowie – einem japanischen Garten.

Realisiert wurde das Projekt in einer Bauzeit von acht Monaten. Die offizielle Eröffnung für das neu auf Ganzjahresbetrieb umgestellte Hotel findet morgen Freitag statt.

## STUNDENWEISE MIETBARE COTTAGES

«Der Bereich «Sparkling Wellness» wurde als Säulenarkade mit Blick auf den Innenhof mit dem japanischen Garten angelegt», so Gastgeber Peter Kämpfer. Zur Verfügung stehen neben Kosmetik-, Fitness-, Massage- und Therapieräumlichkeiten sechs je 70 m<sup>2</sup> grosse Spa-Cottages aus massivem Sipo-Mahagoniholz. Diese sind ausgestattet mit Whirlpool, Sauna, Dampfbad, Kneipp-Brunnen, Solarium, Massagetisch, Fussbecken und einer Ruhezone mit Wasserbett. Die Spa-Cottages können für mindestens zwei Stunden von zwei bis vier Personen für 240 Franken gemietet werden. Die Pools werden für neue Gäste frisch gefüllt. Das Abwasser dient der Wärmerückgewinnung; das Warmwasser wird damit vorgewärmt.

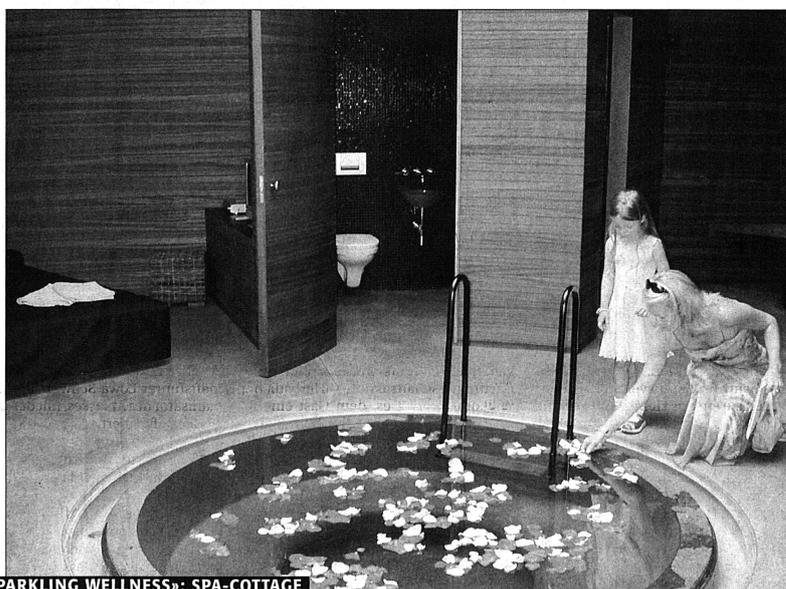
Der neue Festsaal «Aquarius Hall» hat eine Doppelhaut-Glasfassade, wobei die innere aus Wärmeschutzglas und die äussere aus Einfachglas besteht. Im Zwischenraum befindet sich ein Sonnenschutz sowie die Fassadenbeleuchtung. Die Möblierung stammt aus italienischen Design-Werkstätten. Bei der Auswahl der Musikanlage habe man auf höchste japanische Qualität gesetzt. Bedient wird der Festsaal «Aquarius Hall» von der neuen Küche und den neuen Kühlräumen im Untergeschoss.

Mit dem neu angelegten japanischen Garten sei die erste öffentlich zugängliche Anlage dieser Art mit echtem, uraltem Baumbestand aus Japan geschaffen worden, informierte Kämpfer.

## QUALITÄTSGÜTESIEGEL UND ISO-NORM 9001/4

«Wir wollen bei der «Software» das gleich hohe Niveau wie im Hardware-

Foto: Toni Rüttli



«SPARKLING WELLNESS»: SPA-COTTAGE

Zur Verfügung stehen sechs je 70 m<sup>2</sup> grosse Spa-Cottages. Sie können für mindestens zwei Stunden von zwei bis vier Personen für 240 Franken gemietet werden.

Bereich erlangen. Entsprechend wurde der 110-köpfige Mitarbeiterstab bereits geschult», so Kämpfer. Bei der Projektierung des Anbaus sei darauf geachtet worden, durch Tageslicht sowie teilweise Seesicht in der Küche angenehme Arbeitsplätze zu schaffen. «Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden überträgt sich auf die Gäste», so Kämpfer. Nachdem die Qualitätsgütesiegel der Stufen I und II bereits erarbeitet worden waren, werde jetzt ISO-Norm 9001 und 9004 angepeilt. «Sobald Stufe III möglich ist, werden wir alles daran setzen, diese zu erwerben», sagt Kämpfer.

## ANGESPROCHEN WERDEN VORAB PRIVATGÄSTE

Zur Neupositionierung sagt Kämpfer: «Wir haben den Fokus auf Privatgäste, auch Familien, und in zweiter Linie auf Geniesser sowie Kleinseminare plus Incentive-Reisen gerichtet.» Reisegruppen hingegen figurieren nicht unter den angepeilten Kundensegmenten. Laut Claudia Ciullo, Marketing, konzentriert sich das Marketing zur Hälfte auf die Schweiz. Im Ausland nehme Deutschland die stärkste Position ein. Zum Vermarktungskonzept gehöre, dass der Gästebetriebsgrösste Aufmerksamkeit geschenkt werde.

Kämpfer und sein Stellvertreter Roland Reinhard sind überzeugt, dass das 43 Zimmer zählende Hotel längerfristige Chancen auf eine Auslastung zwischen 85 bis 90% hat. Je nach Entwicklung sei denkbar, bis in drei Jahren durch einen weiteren Neubau total 80

bis 100 Zimmer anbieten zu können. Im Bereich des Möglichen liege es zudem, dereinst ein Hallenbad auf das

Dach des Wellnessstrakts zu bauen, und die Hotelanlage mit einer Tiefgarage zu ergänzen.

Anzeige



Hotel Stoller, Stoller Gastronomieunternehmen  
Badenerstrasse 357, Postfach, CH-8040 Zürich,  
Tel. ++41-(0)1-405 47 47, http://www.stoller.ch,  
E-Mail: info@stoller.ch, Fax ++41-(0)1-405 48 48

In der City im Zentrum von Zürich West,  
dem neuen trendigen Zürcher Stadtteil suchen  
wir für unser Top-4-Sterne-Hotel

## Internationale Branding-, Marketing-Organisation

mit gegenseitigen Synergien zur Kooperation  
im Geschäftstourismus.

Unser Unternehmen umfasst 79 und 22 Zimmer,  
modern und neuzeitlich eingerichtet, einem hohen  
Standard entsprechende Infrastruktur.

Die grosszügigen Restauration verfügt über bis  
zu 400 Sitzplätze, sowie Seminar- und  
Tagungsmöglichkeiten.

Der Gesamtbetrieb wird mit einem zertifizierten  
Qualitäts-Management-System nach ISO 9001 geführt.

Ihre schriftliche Präsentation richten Sie bitte an:  
**Hotel Stoller, Werner Stoller**  
Badenerstrasse 357, 8040 Zürich

14976/141246



zufrieden

## Mit dem Gelben Konto in Euro bleiben Sie ein perfekter Gastgeber.

Seit dem 1. Januar 2002 sind die Euro-Noten und -Münzen für über 300 Millionen Menschen in den 12 Euroländern Realität. Viele Ihrer Gäste aus dem europäischen Ausland werden es in Zukunft mit Sicherheit begrüßen, wenn sie bei Ihnen auch in Euro bezahlen können. Mit dem Gelben Konto in Euro können Sie Ihren Gästen

diesen Wunsch problemlos erfüllen. Denn das Euro-Bargeld können Sie auf das Gelbe Konto in Euro so einfach einzahlen, als wären es Schweizer Franken. Rufen Sie uns deshalb noch heute an unter 0848 848 848. Wir beantworten gerne Ihre Fragen und stellen Ihnen auf Wunsch die Anmeldeunterlagen zu.



**KÜCHENTECHNIK /** Multifunktionale Kochgeräte sind trotz steigender Beliebtheit nicht immer die beste Lösung. SEITE 14



**RETO GAUDENZI /** Der in Berlin tätige Chef der St. Moritz Consulting ist immer auf Achse und überall zu Hause. SEITE 17

**Gastronomie  
& Technik**

**hotel+tourismus revue**

**NATIONALRAT /** Gegen Ausbau sämtlicher öffentlich zugänglichen Bauten

## Wenig Gehör für Behinderte

Der Nationalrat will den Schutzbereich des Gleichstellungsgesetzes für Behinderte nicht auf privatrechtliche Arbeitsverhältnisse ausdehnen. Abgelehnt hat der Nationalrat auch den behindertengerechten Ausbau sämtlicher bestehenden öffentlich zugänglichen Bauten und Anlagen, wie zum Beispiel Restaurants.

Hätte der Nationalrat der Ausdehnung des Geltungsbereichs auf alle Arbeitsverhältnisse zugestimmt, hätten behinderte Menschen private Arbeitgeber einklagen und die Beseitigung von diskriminierenden Arbeitsbedingungen verlangen können. Mit 91 zu 81 Stimmen beschloss der Nationalrat, dass bestehende Bauten von der behindertengerechten Anpassung ausgenommen werden sollen. Er folgte dem Ständerat auch mit seinem Beschluss, dass für Behinderte nur Wohngebäude mit mehr als acht Wohneinheiten für Behinderte zugänglich gemacht werden müssen, die neu gebaut oder renoviert werden.

Zudem baute der Nationalrat bei Renovierungen oder Neubauten eine Bremse ein: Renovierte und neue Bauten müssen nur dann behindertengerecht ausgebaut werden, wenn der Aufwand für die Anpassung 5% des Versicherungswertes respektive Neuwerts nicht übersteigt. DST/sda

## KURZ UND BÜNDIG

**Ständerat für Alkoholwerbung.** Der Ständerat hat mit 22 zu 11 Stimmen eine Initiative von Carlo Schmid (CVP/AL) übernommen und einer vorgezogenen Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) zugestimmt. Danach sollen die privaten Fernseh- und Radiostationen für Wein, Bier und sauren Most werben und ihre Sendungen für Spots unterbreiten dürfen. DST/sda

**Pomdor übernimmt Sinalco.** Die Pomdor AG übernimmt von der Feldschlösschen Getränke AG die Marke Sinalco. Der Kauf der Markenrechte wurde per 31. Juli 2002 wirksam, die Produktion wechselt per Ende 2003 von Eglisau nach Sursee, teilen die beiden Vertragsparteien mit. Für die Gastronomiekunden ändere durch die Übernahme nichts. Für die Feldschlösschen Getränke AG sei mit diesem Verkauf die Konzentration auf die Kernkompetenzen Bier und das Unterstützungsgeschäft durch die eigenen Mineralwasser abgeschlossen. DST

**SV-Group baut Qualitätsmanagement aus.** Die in der Gemeinschaftsgastronomie tätige SV-Group verstärkt ihr Qualitätsmanagement durch die Einsetzung eines Supply Chain Managers. Die neu geschaffene Stelle wird per 1. Juli mit Rolando Rigotti besetzt. Vor seinem Wechsel zur SV-Group war Rigotti als Vice President Supply Management bei der Swissair tätig. DST

**Bio-Festival in Zofingen.** Der dritte Bio Marché findet vom 21. bis 23. Juni 2002 in Zofingen statt. An über 100 Marktständen präsentieren Bio-Produzenten und -Händler aus dem In- und Ausland ihre Spezialitäten und Neuheiten. DST

**BURGER KING /** Jaap Schalken, der General Manager von Burger King für Zentraleuropa sieht in der Schweiz ein grosses Wachstumspotenzial. Er spricht über die Expansionsstrategie. INTERVIEW: MARTIN J. PETRAS

# Mit Fokus auf die Jugendlichen

■ Jaap Schalken, mit welcher Strategie möchte Burger King die Schweiz erobern?

Wir haben eigentlich keine landestypische Strategie. Unsere Organisation ist europäisch aufgebaut, mit regionalen Restaurant-Support-Centers für jedes Land. Wir sehen Europa als ein Ganzes. Wir haben in den deutschsprachigen Ländern ein kräftiges Wachstum. Nach der sehr erfolgreichen Entwicklung der letzten Jahre in Deutschland – aber auch in Österreich, wo wir vor erst drei Jahren angefangen haben –, ist es jetzt ein logischer Schritt, dass wir ebenfalls in der Schweiz expandieren möchten.

■ Sind zurzeit weitere Burger-King-Eröffnungen in der Schweiz in Ihren Pipelines?

Unsere Mannschaft beschäftigt sich zurzeit sehr intensiv mit der Schweiz. Das war mal anders. Über weitere Eröffnungen sprechen wir aber erst, wenn es so weit ist. Wir sind aber mit zahlreichen möglichen Franchisesees für verschiedene Standorte im Gespräch. Einige sind konkret, andere sind weniger konkret.

■ Ist für dieses Jahr mit weiteren Burger-King-Eröffnungen zu rechnen?

Wir streben in der Schweiz ein gesundes Wachstum an. Zuerst in der Deutschschweiz, dann in den restlichen Landesteilen. Erst wenn wir die Unterschrift unter einem Vertrag haben, können wir eine Neueröffnung ankündigen. Und das ist zu diesem Zeitpunkt noch nicht der Fall.

## «Wir setzen hauptsächlich auf die Mund-zu-Mund-Propaganda.»

■ Die nachfolgende Frage hören Sie sicher nicht zum ersten Mal: Haben Sie keine Bedenken, sich im Schweizer Fastfood-Markt durchsetzen zu können, angesichts der Übermacht von rund 130 McDonald's-Betrieben?

Der Wettbewerb ist immer da. Es gibt aber auch weitere Wettbewerber, die schnell und innovativ sind – genauso wie wir mit unserer neuen Mannschaft. Der Quick-Service-Res-

aurant-Markt ist in ganz Europa wie auch in der Schweiz nach wie vor ein Wachstumsmarkt. Wir sind überzeugt, dass wir hier ein sehr wettbewerbsfähiges Angebot haben. Das zeigt auch unser Erfolg in den anderen europäischen Märkten. Wir haben keinen Grund, daran zu zweifeln, dass dies in der Schweiz anders sein sollte.

■ Seit rund einem Monat ist das Burger-King-Drive-in in Spreitenbach eröffnet. Wäre ein Start an einer städtischen Zentrumsstelle nicht interessanter gewesen, um den Bekanntheitsgrad von Burger King zu steigern?

Für uns ist die Wirtschaftlichkeit wichtig. Unsere Franchisesees müssen glücklich sein; mit ihrem Restaurant, mit ihren Kunden und mit uns. Wir suchen zusammen mit dem Franchiseseer nach der besten Lage. Wenn wir Franchisenehmer haben, die in Zürich, Basel, Bern oder Luzern ein Restaurant eröffnen möchten, werden wir das tun. Es muss aber eine Basis für die Wirtschaftlichkeit gegeben sein. Unsere Marke ist sehr stark, auch in der Schweiz.

■ Trotzdem ist die Marke Burger King in der Schweiz noch nicht so po-

filiiert. Kommt dazu, dass der erste Expansionsversuch in die Schweiz in den 80er-Jahren eigentlich gescheitert ist.

Es ist richtig, dass wir in der Schweiz noch nicht den Bekanntheitsgrad wie einige unserer Mitbewerber haben. Wir sind aber bekannt genug, denn viele Schweizer kennen Burger King aus dem Ausland. Wir setzen hauptsächlich auf die Mund-zu-Mund-Propaganda, die wir mit lokalen Werbemaassnahmen unterstützen. Wir fahren in vielen Ländern gut damit.

■ Ein wichtiger Anteil am Erfolg von Burger King in Deutschland wird der besonderen Fokussierung auf die ausgehfreudige Altersgruppe der 15- bis 25-Jährigen zugeschrieben, während beim Marktführer McDonald's Familien mit Kindern den Schwerpunkt bilden. Sind Sie da nicht erst recht auf 1A-Zentrumsstellen angewiesen?

Das sehen wir anders. Das grösste Wachstum in Deutschland erreichen wir im Drive-in-Sektor. Unsere Hauptzielgruppe sind die jungen Leute um die zwanzig, und die gibt es auch in Spreitenbach. Die Jungen wohnen ja nicht in der Stadt, sie wohnen noch oft ausserhalb bei den Eltern, wo sie auch

mal ausgehen möchten. Obwohl wir alle Gäste lieben, haben wir den Einrichtungsstil unserer Restaurants auf die Jungen ausgerichtet. Grundsätzlich möchten wir bei den Standorten aber vielseitig sein. An Innenstadtlagen sind wir genauso interessiert wie an Shopping-Centers oder Drives wie in Spreitenbach. Aber wie schon gesagt, unser Franchisese muss von der Lage genauso überzeugt sein wie wir.

■ Das heisst, Ihre Strategie für die Schweiz ist es, ausschliesslich mit Franchisenehmern zu arbeiten.

Das ist richtig. In unseren Hauptmärkten haben wir Company-Operationen, wie das zum Beispiel in Deutschland der Fall ist. Wir finden, das ist für die Schweiz die beste Strategie, wie in zahlreichen anderen europäischen Ländern auch.

■ Suchen Sie neben den Einzel-Franchisenehmern in der Schweiz auch nach einem grösseren Partner? Autogrill beispielsweise ist schon Ihr Partner in Italien.

Eine solche Partnerschaft würde ich sehr begrüssen. Aber es muss für beide Sinn machen. Wir haben schon einige Gespräche geführt und sind auch weiterhin mit allen im Gespräch.

Fotos: Martin J. Petras



JAAP SCHALKEN

Der General Manager von Burger King Central Europe setzt in der Schweiz auf ein «gesundes Wachstum».



«ÜBER DEN ERWARTUNGEN»

Auf einer Fläche von 136 Quadratmetern verfügt das Burger King Spreitenbach über 104 Sitzplätze im Innern sowie über weitere 40 Plätze im Freien. Im Bild Franchisenehmer Thomas Winkler.



## Burger-King-Drive-in, Spreitenbach

«Wir sind am Anfang fast überrannt worden», gibt sich Thomas Winkler, der Franchisenehmer des neuen Burger-King-Drive-ins in Spreitenbach mit dem ersten Geschäftsmonat seines Betriebs zufrieden: «Wir liegen bis jetzt umsatzmässig klar über unseren Erwartungen.» Er beziffert das Umsatzbudget fürs erste Jahr mit drei Millionen Franken. Im Burger-King-Drive-in Spreitenbach arbeiten insgesamt rund 57 Mitarbeiter, davon 11 als Festangestellte. Eine Restaurant-Schicht wird von 23 Mitarbeitern bestritten. In Spreitenbach, in der Nähe des Einkaufszentrums Tivoli, wurde kürzlich das erste Burger-King-Drive-in der Schweiz eröffnet. MJP

## Deutlich mehr Alcopop-Importe

**Trendgetränk.** Im Jahr 2001 ist der Import von den bei Jugendlichen beliebten Premix- und Alcopop-Getränken in die Schweiz sprunghaft angestiegen. Waren im Jahr 2000 noch 1,7 Millionen Flaschen mit süßigem, aber alkoholhaltigem Inhalt importiert worden, zählte man im letzten Jahr 28 Millionen Flaschen. Das sind gemäss Berechnungen der Eidgenössischen Alkoholverwaltung 430 165 Liter reinen Alkohols. *DST/sda*

## «Wirtegesetz» soll bleiben

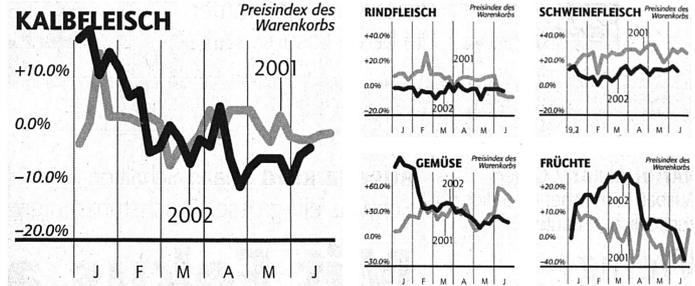
**Kanton Thurgau.** Der Regierungsrat des Kantons Thurgau hat empfohlen, eine Motion zur Aufhebung des Gastgewerbesgesetzes für nicht erheblich zu erklären. Eine Aufhebung führe nur scheinbar zu einer Liberalisierung, so die Begründung der Regierung. Bei Wegfall des Gastgewerbesgesetzes müssten zusätzliche Gesetzes- und Verordnungsbestimmungen geschaffen werden, und es gebe verschiedene Vollzugsprobleme. *DST/sda*

## Kein Restaurant im 17. Stock

**Stadt Zürich.** Im Dachgeschoss des 17-stöckigen Verwaltungszentrums Werd in Zürich wird nun doch kein Restaurant eingerichtet. Im April 2002 hatte die Stadt die Ausschreibung für das Einrichten eines Restaurants hoch über der Stadt Zürich durchgeführt. Die Auswertung hätte nun ergeben, dass der Nachteile der hohen Investitionen und das Fehlen eines Ausseraumes den Vorteil der einzigartigen Aussicht nicht wettmache. *DST/sda*

## PRODINDEX 17. 6. BIS 22. 6. 2002

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



**UNIVERSALGERÄTE /** Der Einsatz von solchen Kochgeräten ist nicht immer sinnvoll

## Funktionen mit Kompromissen

Wenn man eine Funktion im Dauerbetrieb anwendet, ist ein spezialisiertes Gerät effizienter als ein multifunktionelles. Zum Regenerieren etwa eignet sich laut Hugenotbler AG der Regenerier-Beschleuniger besser als der Combisteamer, weil in seinem vergrößerten Innenraum mehr Teller Platz haben. Demgegenüber bietet er beim Garen weniger Möglichkeiten. Schöni bestätigt: «Je spezifischer man produziert, desto rationeller sind monofunktionale Geräte, und desto zweckmässiger müssen sie konstruiert sein.» Beispielsweise erlaubt der «Rapid»-Pastakocher von Electrolux effizientes Kochen von grossen Teigwarenmengen dank einem zusätzlichen Boiler, welcher das Wasser vorheizt.

Zusatzfunktionen sind attraktiv, können aber die Qualität tangieren: Ein interessantes Fallbeispiel ist das Heissluft-Fritieren: Seit kurzer Zeit offeriert «Rational AG» zu ihrem Combisteamer Gitterkörbe, die mit tiefgekühlten Normal-Pommes gefüllt werden. Sie lassen die heisse Luft durchströmen, so dass die Pommes knusprig werden. Deren Fettgehalt erreicht auf diese Weise nur 6% statt wie in der Friteuse 12%. Aber der halbierte Fettgehalt ergibt ein anderes Mundgefühl – man kann diese Halbfett-Pommes besser, gesünder oder trockener finden; mit Bestimmtheit sind sie anders als die normalen. Hinzu kommt, dass die Industrie-Frites nicht im edlen Erdnussöl der Gastronomie, sondern in billigerem Palm-Soja-Fett vorproduziert werden. Beim Heissluft-Fritieren unterbleibt daher die geschmackliche Veredlung. Trotzdem: «Für Kinder mögen die Vorteile überwiegen», anerkennt Schöni. Gewöhnungsbedürftig ist ein reduzierter Fettgehalt in jedem Fall, wie zahlreiche «Low-Fat-Produkte» demonstrieren.

### ES GIBT KEIN IDEALES UNIVERSALGERÄT

Ähnlich der Combisteamer: je jedes Universalgerät ist er nicht für alle Anwendungen ideal. Dampfgaren kann der Drucksteamer rationeller und schneller, ausserdem verbraucht er weniger Energie und Wasser. «Salvis» schreibt in ihrem Kochhandbuch, dass die grüne Farbe von Bohnen nur im Drucksteamer gleich gut erhalten bleibt wie im Wasser. Im Combisteamer verfährt sich das empfindliche Chlorophyll unter Einwirkung des Luftsaurestoffes bei Hitze bräunlich. Beim drucklosen Dämpfen bleibt Luft im Garraum, beim Kochen im Wasser hingegen nicht, und auch beim Druckgaren wird der Garraum vor der Bedampfung entlüftet. Die Sauerstoff-Entfernung schützt die sensiblen Farbstoffe wie auch die Vitamine, und verbessert den Wärmeübergang. Laut physikalischen Gesetzen gibt Dampf mehr und schneller Wärme ans Kochgut ab als heisse Luft. *GB*

**KOMBIGERÄTE /** Multifunktionelle Kochtechnik befindet sich auf dem Vormarsch. Platz- und Budgetprobleme zwingen zum Umdenken: Lösung bieten Geräte mit mehrfachen Funktionen. **GUIDO BÖHLER**

## Die Distanzen werden kleiner

Der Combisteamer beweist es: Doppelfunktionen haben Chancen. Hanspeter Schöni vom Schweizer Hotelier Verein SHV betont, der Combisteamer habe sich durchgesetzt, «weil er nicht nur mehrere Funktionen bietet, sondern sie auch zu hoher Zufriedenheit ausübt». Ein anderes Beispiel, der Hold-o-mat, erlaubt sowohl Niedertemperatur-Garen wie auch Warmhalten, weil beide Funktionen bei identischen Prozess-Bedingungen stattfinden. Nebst diesem Glücksfall gibt es «Kombigeräte» mit wechselbaren Werkzeugen oder Grundgeräten mit Erweiterungen: in einer Druck-Braisiere kann man ebenso gut braten wie druckgaren.

Diese Erweiterung verteuert zwar das Gerät, schmälert aber nicht seine Hauptfunktion, im Gegenteil: Das Ragout kann man im selben Gerät anbraten und druckgaren ohne es umzuschütten – ein Rationalisierungseffekt.

### WENIGER PFANNEN IN DER KÜCHE

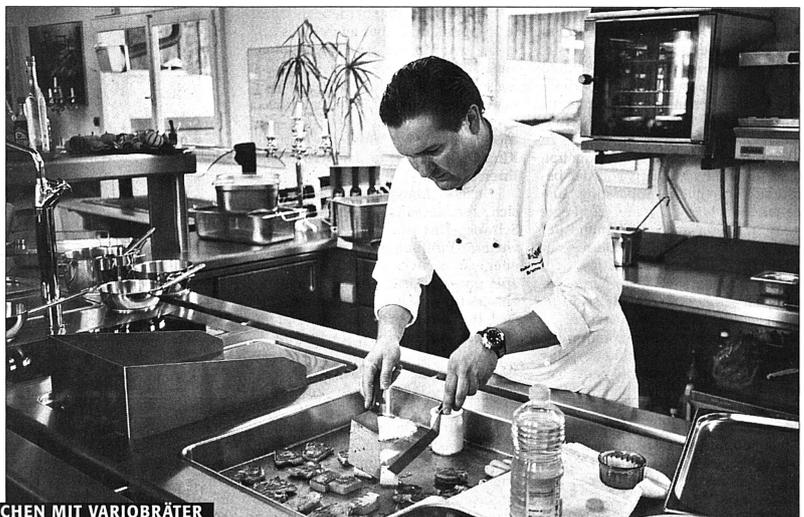
Bei den andern thermischen Kombigeräten beginnt die Markteroberung erst, aber auch sie bieten Vorteile: Küchenplaner Bruno Jucker von «Gastro Pro» weist darauf hin, dass «man damit Herdfläche spart und weniger mit Pfannen hantiert». Bruno Keller von «Keller Hotelmaschinen KHM» folgert, dass dabei die gesamte Produktionsfläche verkleinert werden kann, was kürzere Distanzen bedeutet: «Der Koch kann mit zwei Schritten in seinem Cockpit jedes Gerät bedienen.»

«Weniger Pfannen» bedingt, dass die Lebensmittel in den «Variogeräten» direkt auf der Heizfläche resp. in einer gemeinsamen Wasserwanne gegart werden. Dies erfordert im Fall des Variobräters «einen problemlosen Wechsel des Gargutes, indem man die Rückstände mit dem Spatel abschabt», betont Keller, und «die Heizfläche muss antihaf-vergütet sein, damit keine Geschmacksübertragung stattfindet». Wenn man die Restwärme nutzt, spart man ferner Energie. Aber «die mehrfachen Funktionen muss man wirklich ausnutzen», gibt Keller zu bedenken: «Jedes Gerät ist nur so gut wie die Bedienung.»

### ORGANISATIONSTALENT GEFORDERT

Schöni weist darauf hin, dass «das Kaufentscheidende die wirtschaftlichen Vorteile bei kleinen Küchenräumen und -budgets» sind. Und Jucker stellt fest: dass «sich die Multifunktionalität für die öffentliche Gastronomie eignet, weil man hier viele verschiedene Speisen in kleinen Mengen zubereitet. Bei einer Renovation werden meistens Cockpit-Konzepte realisiert werden». In GV-Küchen indessen produziert man grosse Mengen von wenigen Menus, dazu eignen sich Geräte mit optimierten Funktionen besser.

Foto: Guido Böhler



### KOCHEN MIT VARIOBRÄTER

Einige multifunktionelle Geräte erlauben nicht nur nacheinander, sondern auch gleichzeitig unterschiedliche Speisen zu garen.

Trotz unbestrittenen Vorteilen der Multifunktionalen: Ist ein solches Gerät mit der einen Anwendung besetzt, steht es für eine andere nicht zur Verfügung. Gleichzeitig ist nur möglich, wenn mehrere Speisen ähnliche Garmethoden benötigen wie Rösti, Gemüse und Fleischspießli im Variobräter. Schöni empfiehlt, «Engpässe organisatorisch aufzufangen. Nach beendeter Produktion wird das Gerät für «à la carte» frei. Besitzt man mehrere multifunktionelle Geräte,

profitiert man auch von einer mehrfachen Flexibilität: die Spießli kann man wahlweise im Bräter oder auf dem Variobräter grillen.

### NICHT ALLES MACHBARE IST SINNVOLL

Aber beim Konzept der Mehrfach-Funktionen gibt es Grenzen: Im Variokocher könnte man zwar Kartoffeln kochen, es ist aber nicht sinnvoll, wenn ein Combisteamer zur Verfü-

gung steht. Oder Calamares lassen sich zwar im Variobräter fritieren, im Fall von Pommes rät Keller jedoch ab: Dafür eignet sich die zweckmässiger konstruierte Friteuse besser. Und Druckgaren ist beim Variobräter nicht im Programm. Ähnlich beim Combisteamer: Laut Werbung kann man ihn für fast jeden Zweck einsetzen. Aber an der Grenze des Machbaren muss man Kompromisse machen: So kommt traditionell glasiertes Gemüse aus der Sauteuse doch besser heraus.

## Was können multifunktionelle Geräte?

### Gerätetyp, Marke, Lieferant

Vario-Geräte, Palux, KHM Keller Hotelmaschinen 01 802 30 40

KHM sowie Electrolux, 062 837 61 61  
Druck-Braisiere, Elro sowie Electrolux 056 648 91 11,  
Koch-Kühl-Rührkessel, Ott Freezer, 062 961 08 10,

sowie Elro und Electrolux  
Hold-o-mat, Hugenotbler, 031 858 17 17

Auftisch-Réchauds, Inducis, 071 350 05 87  
Combigriddle, Salvis Grossküchensysteme, 041 269 81 11  
Combisteamer, Rational, 062 797 34 44

### Funktionen und Angaben des Herstellers

Variobräter: Bratfläche mit 10 cm Rand und Auslauf. Als Option mit Deckel zum Dämpfen. Funktionen: Braten, Dünsten, Saucenfleisch, Suppe, Grill, schwimmend backen.

Variokocher: Becken mit Heizschlangen und Auslauf. Funktionen: Pasta und Reis kochen in Gitter-Einsätzen. Siedfleisch und Suppe direkt im Becken zubereiten.

Als Bainmarie mit oder ohne Wasser einsetzbar.

Bratherd: Heizfläche mit Fettauffangrinne. Für Pfannen oder als Grill.

Braten, Kochen, Druckgaren in Flüssigkeit, Druckdämpfen ohne Kontakt zur Flüssigkeit, Niedertemperatur-Garen, Langzeitgaren über Nacht.

Ott: Programmierbarer Rührkessel zum Pasteurisieren, Kühlen und Freezein. Mit abstreifenden Rührarmen. Für Glace, Cremes, Saucen, Teige. Neu mit Programm für Joghurt und Käse. Ab 1 Liter.

Elro / Electrolux: Kessel mit Rührwerk zum Kochen und Kühlen. Ab 10 Liter. Ofen mit stiller Wärmeübertragung (ohne Umluft) zum Warmhalten und Niedertemperatur-Garen.

Induktionsréchaud mit austauschbaren Aufsätzen: Wok, Griddleplatte, Pastakocher.

Griddleplatte mit Wanne für 10 Liter Sauce.

Heissluft-Fritieren in GN-Fritierkörben: in GN 1/1 können 3,0 bis 3,5 kg TK-Pommes in 12 Min. ausgebacken werden.

Kein Anspruch auf Vollständigkeit

**DEUTSCHLAND** / Ein neues «Doppelkonzept» steht der Top-Gastronomie in Deutschland ins Haus: Neben Top-Service parallel auch Self-Service in der Sterne- und Mützen-Gastronomie. **GEORG UBENAUF**

## Bald Self-Service im Gourmet-Tempel?

Dieser unglaubliche Schritt wird im «Grossen Kanton» schon in Fachkreisen diskutiert. Und: «Ich wurde bereits nach einem Konzept-Entwurf angefragt», sagt die langjährige Restaurant-Chefin und jetzige Konzept-Entwicklerin Uta Bühler. Auf einem Fachforum erklärte sie kürzlich: «Wir sind nicht entschlossen genug, unseren Gästen den realen Preis für unsere Leistung abzuverlangen». Dabei sei es «gar nicht so sehr der Wareneinsatz, der uns zu schaffen macht». Vor allem die Personalkosten für den Service würden die Preise nach oben treiben.

### AUFTEILUNG IN DER TOP-GASTRONOMIE

Uta Bühler nimmt kein Blatt vor den Mund, wenn sie die Kalkulation vieler Gastronomiebetriebe als «Sterbehilfe» bezeichnet. «Es kann doch nicht richtig kalkuliert sein, wenn ein Mittagmenü für 3,50 oder 4,00 Euro verkauft wird. Das sind Sterbenspreise, die alles kaputt machen.» Und wenn Gäste dann solche – meist mit viel unberechnetem Einsatz von Familienmitgliedern entstandene – Preise mit denen in der gehobeneren Gastronomie vergleichen, «dann sind sie oft nicht bereit, das zu bezahlen».

Die 41-Jährige, die sich nach 18 Jahren als Gerantin im Sternerestaurant mit der Firma «Synergie-Konzepte» auf das Beratungsfeld begeben hat, sieht daher eine Aufteilung in Service und Self-Service auch und ge-

rade in der Top-Gastronomie kommen – «spätestens in vier bis fünf Jahren wird sich das durchgesetzt haben».

### QUALITÄT MUSS GLEICH SEIN

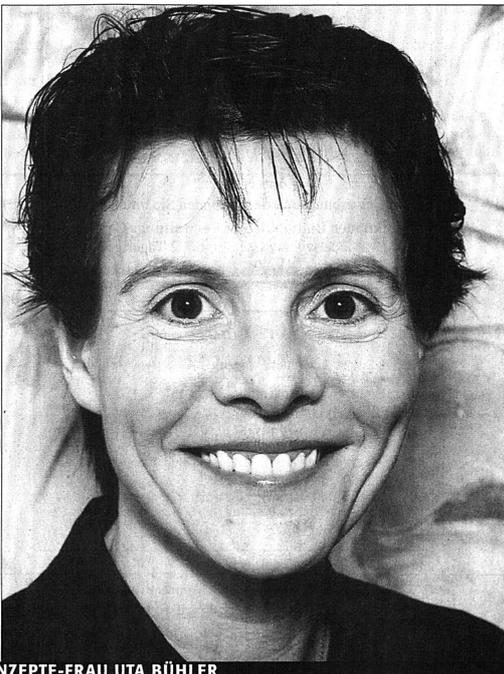
Und die initiativ Frau sieht Chancen für beide Bereiche: «Der erfolgreiche Gast, oft Single, geht zwar gern zum Essen ins Restaurant, will aber nicht jeden Tag sechs Stunden dort sitzen. Wenn wir ihm mit Self-Service dieselbe Qualität bieten, wird er zufriedener öfter kommen». Andererseits wird durch den Vergleich mit dem Servicebereich auch deutlich, um wie viel teurer ein gepflegtes Essen mit gutem Service ist «und sein muss», wie Uta Bühler betont.

### AUSSER-HAUS-KONSUM LEGT WEITER ZU

Sie nennt dafür sogar Zahlen und glaubt, dass sich ein Preisunterschied von «etwa 40%» herauskristalisieren wird. «Warum soll nur die Fast-Food-Gastronomie mit Self-Service Erfolg haben?», fragt die Konzepte-Frau. Gerade hat sie in Düsseldorf ein Strassenfest mit 14 Sterne-Köchen veranstaltet, bei dem aber auch auf der Strasse bedient und abgeräumt wurde.

Da in Deutschland mehr und mehr Single-Haushalte sogar «ohne Küche eingerichtet» werden, gerade die gut verdienenden Ein-Personen-Haushalte aber zum Ausser-Haus-Essen

Foto: Ztg



**KONZEPT-FRAU UTA BÜHLER**

«Spätestens in vier bis fünf Jahren wird sich die Aufteilung in bediente Gastronomie und Self-Service auch in der Top-Gastronomie durchsetzen.»

tendieren, sieht sie aus ihrer Prognose schon bald Realität werden. «Auch in den Biergärten in Westdeutschland, weniger im Süden, bürgert es sich allmählich ein, dasselbe Angebot gebracht zu bekommen oder es sich selber zu holen – mit beachtlichen Preisunterschieden», berichtet sie.

### GAST MUSS SERVICE SCHÄTZEN LERNEN

Wenn erst einmal ein solches «Doppelkonzept» Fuss fasst in der Gastronomie, «erkennt der Gast, wie viel er für guten Service bezahlen muss», sagt Uta Bühler. Für sie wird auch «immer Top-Gastronomie mit Top-Service verbunden bleiben». Doch die zweite Möglichkeit wird es ebenso geben müssen. Und dann, ist sie überzeugt, «wird der Gast auch bereit sein, die tatsächlichen Kosten zu zahlen».

### HERAUSFORDERUNG FÜR DIE GASTRO-FÜHRER

Wie allerdings Tester wie Gault Millau, Michelin oder Varta in Zukunft Sterne-Restaurants begutachten werden, die neben einem Service-Bereich auch Self-Service anbieten werden, ist für sie ungewiss. «Angenehm testen sie ja nur die Küche», überlegt sie mit einem zögerlichen. «Man müsste rechtzeitig mal mit denen reden.» Es tut sich was, im «Grossen Kanton». Die Schweiz wird die Augen offen halten müssen ...

Anzeige

# WEG WIE NIX.

**PLANET HOLIDAY**  
by SWISS TXT

Mit Planet Holiday gehen Ihre Traumreisen und Last-Minute-Angebote weg wie nix. Platzieren und verkaufen Sie Ihre Highlights auf dem populären Reisemarktplatz in Teletext, Internet und via SMS. Günstig, einfach, schnell; kurz: höchst effizient. Alles Weitere unter 01 396 14 44 und E-Mail [swisstxt@radiotele.ch](mailto:swisstxt@radiotele.ch). Teletext SF1, ab Seite 401, und [www.planetholiday.ch](http://www.planetholiday.ch).

**HESSER**UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELIERIE & RESTAURATION

- VERKAUF-VERMIETEN
- FINANZIERUNGSKONZEPTE
- BETRIEBSANALYSEN
- VERTRÄGE/GUTACHTEN
- MARKETINGKONZEPTE

UNSERE HOTLINE (FR. 4. 23 MIN.) GIBT  
IHNEN EINEN UEBERBLICK ÜBER UNSER  
ANGEBOT AN BETRIEBEN MIETE-KAUF  
TEL. 0900'57'99'91

POSTSTRASSE 5, CH-8808 PFÄFFIKON  
055/410'15'57 - 079/422'37'24  
FAX 055/410'41'08

Per sofort oder nach Vereinbarung zu vermieten

**Ristorante Napoli**  
Zürichstrasse 16, 6004 Luzern

100 Plätze plus zusätzlich 50 Terrassenplätze,  
zentral gelegen, nahe Löwendenkmal und Möbel  
Pfister.

Das Inventar ist zu übernehmen.  
Miete pro Monat Fr. 9050.- inkl. NK.

Interessenten melden sich ab 17.00 Uhr unter  
Telefon 079 309 91 11.

P 149762/321699

Sind Sie ein ausgebildetes, erfahrenes und  
motiviertes Pächter(Ehe)paar und suchen  
einen Gastronomiebetrieb zum pachten?

Im historischen, kulturellen Reuss-Städtchen  
mit ca. 4'200 Einwohner suchen wir Sie!

Sie verstehen es, den Ort wo man sich  
trifft und wohl fühlt, mit **Eigeninitiative,  
Kreativität und Flair** zu führen.

- Speisesaal unterteilbar für 100 Personen
  - Restaurant für 45 Personen
- 2 Sonnenterrassen für 50 Personen
  - 10 Gästezimmer
- Wirtwohnung • 2 Personalzimmer
  - Grosszügige Parkplatzierung  
rund um den Betrieb.

Interessiert?

Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:  
**Eckauer Immobilien & Verwaltungs GmbH**  
Niederwilerstrasse 32 • 5522 Tägerig

**Historische Weinstube** per sofort

und das Speiserestaurant **AMADEUS** per sofort oder  
später, in Stein am Rhein, in der Fussgängerzone, **einzel**  
oder zusammen zu vermieten:

Für die Weinstube (Umsatz ca. 1/2 Mio.) sind keine Küchenmit-  
arbeiter nötig, da alle Spezialitäten vom Restaurant **AMADEUS**  
bezogen werden können.

Das Speiserestaurant mit Saal kann selbständig geführt wer-  
den.

Sehr interessante Mietzinskonditionen. Schauen Sie ins Inter-  
net um mehr darüber zu erfahren ([www.reor.ch](http://www.reor.ch)) oder rufen Sie  
uns an. ReOr-Ber. 8185 Winkel. Tel. 01 862 49 40

149439/238684



verkauft an guter Lage in

**Grindelwald  
Hotel-Betrieb**

ca. 67 Hotelbetten (36 Hotelzimmer), heime-  
liges Restaurant mit ca. 175 Plätzen, Terras-  
sensitzplätze. **Interessante Gelegenheit!**  
GRIWAPLAN Immobilien-Treuhand AG  
Chalet Diamant, 3818 Grindelwald  
Tel. 033 853 45 00 / Fax 033 853 45 16

Zu vermieten per sofort o.n.V.

**Musikbar/Pub/Restaurant**

(ca. 15 Min. von Schaffhausen)

Säli, Bar, Gartenwirtschaft, Stammtisch  
für Verein, genügend Parkplätze.

**3-Zimmer-Wirtwohnung** mit separater  
Küche. Telefon 052 672 71 71

149674/418701

Tessin

Zum Verkauf steht ein gepflegtes

**exklusives 3-Stern-Hotel  
am Lago di Lugano**

Direkt am **Lago Maggiore** gelegen – mit  
23 Doppelzimmern, 3 Restaurants,  
Schwimmbad, Schiffsteg und Perso-  
nalhaus.

Weitere Infos:

**PLT Invest SARL**,  
Postfach, 8033 Zürich,  
Telefon 01 361 11 25, Fax 01 361 12 55,  
E-Mail: [em-orn.steiger@plt.ch](mailto:em-orn.steiger@plt.ch)

146704/247804

LUGANO – CENTRO  
VENDESI

in posizione molto attrattiva

**IMMOBILE DI 6 PIANI (R7)**

1390 m<sup>2</sup>, 13 posteggi interni.  
Attualmente adibito a **GARNI**.  
Libero da vincoli edificatori.  
Prezzo interessante.  
Trattative direttamente con i  
proprietari.

Per maggiori informazioni scrivere alla  
Casella postale 2249, 6901 Lugano.

149759/406073

**Ortsgemeinde Rapperswil****Schloss Rapperswil**

Einmalige Gelegenheit

Für unser Schlossrestaurant suchen wir auf den 1. Februar 2003 ein-  
nen neuen Pächter. Die einmalige Ambiance in historischen Räumen,  
gepaart mit erstklassiger Küche, bietet beste Erfolgsaussichten.

Räumlichkeiten: Restaurant 40 Plätze  
Rittersaal 65 Plätze  
Grafenstube 18 Plätze  
Schlosshof 50 Plätze

Was wir erwarten: hohe gastronomische Kompetenz für die  
Führung eines nicht alltäglichen Betriebes mit  
überregionalem Bekanntheitsgrad.

Falls Sie die Herausforderung anspricht, zögern Sie nicht mit einer  
schriftlichen Bewerbung an:

Ortsgemeinde Rapperswil  
z. H. Walter Zweifel  
Untere Bahnhofstrasse 24, 8640 Rapperswil

149763/418732



Wir vermieten

**Restaurationsbetrieb**

- Pizzeria mit 120 Plätzen
- Bistro mit 40 Plätzen
- Gemütliches Restaurant mit  
54 Plätzen
- Bar mit 16 Plätzen
- Kein Kauf des Inventars

Schriftliche Bewerbung an:

**Bautreuhand Christoffel**  
Obere Strasse 19  
7270 Davos Platz

**Gsell & Partner**

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

**RESTRUKTURIERUNG  
SANIERUNG**  
in Tourismus/Hotellerie

**Unternehmenskrise?**

Wir begleiten Sie diskret,  
effizient, persönlich.

- Sanierungskonzepte
- Bankverhandlungen
- Stärkung des Erfolgspotenzials
- Turnaround

Gsell & Partner GmbH  
Restrukturierungen

Zentralstrasse 10 • CH-6003 Luzern  
Tel. 041 220 2000 • Fax 041 220 2001  
e-mail: [info@gsellundpartner.ch](mailto:info@gsellundpartner.ch)  
Internet: [www.gsellundpartner.ch](http://www.gsellundpartner.ch)

Graubünden/Alpenarena

Zu verkaufen

**Restaurant – Bar  
– Pizzeria**

- grosse Aussichtsterrasse
- grosser Saal, Seminarraum  
bis 100 Personen
- kleiner Seminarraum bis 30 Personen
- Kinderspielzimmer neben  
dem Restaurant
- Parkplätze und viel Umschwung

Zu besten Konditionen!

Zimmer- und Wohnungsvermietung  
kann, muss aber nicht übernommen  
werden.

Seriöse Interessenten melden sich bitte  
unter Chiffre 149802, *hotel + tourismus  
revue*, Postfach, 3001 Bern.

149802/114227

**ZENTRALSCHWEIZ:** zu verkaufen in  
bekanntem Winter-/Sommerferienort**Hotelliegenschaft**

mit ca. 80 Betten, kleiner Restaura-  
tion/Bar, Terrasse, Wohnung, an zentraler  
Lage gelegen, zu einem attraktiven  
Preis.

Solvente und seriöse Interessenten sind  
gebeten, unter Chiffre 149764, *hotel +  
tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern  
mit uns in Kontakt zu treten. Diskretion  
ist zugesichert.

149764/417831

**Über Investitionen und Bergstationen.**

## Glace-Ausbau in den USA

**Nestlé.** Der Nahrungsmittelmulti Nestlé bringt sein Glace-Geschäft in den USA in Dreyer's ein. Gemäss einer Vereinbarung wird Nestlé die von ihrer US-Speiseeis-Firma betriebenen Aktivitäten im Austausch gegen 55 Millionen Aktien von Dreyer's abtreten. Nach Abschluss der Transaktion wird Nestlé 67% des Aktienkapitals der vergrösserten Gesellschaft halten. Dreyer's ist der grösste Hersteller und Verteiler von Glace in den USA. *DST*

## Keine Steuer auf Trinkgeldern

**Deutschland.** Kellnerinnen und Kellner in Deutschland müssen künftig ihr Trinkgeld nicht mehr versteuern. Ein entsprechender rot-grüner Gesetzesentwurf wurde vom Bundestag einstimmig verabschiedet. Zuvor hatten Kellner wie auch Handwerker, Taxifahrer, Coiffeure und andere Arbeitnehmer für alle Trinkgelder, die über einen Freibetrag von 1224 Euro (1795 Franken) hinausgingen, Steuern zahlen müssen. *DST/sda*

## Neues Studium in Wädenswil

**Ernährung.** Die Hochschule Wädenswil bietet seit kurzem ein neues Studiengang an. Das dreieinhalb Jahre dauernde Studium bietet im dritten Studienjahr neben den Vertiefungen Lebensmitteltechnologie und Getränke- und Ernährungstechnologie neu ab Herbst 2003 zusätzlich den Bereich Ernährung an. Folgende Schwerpunkte werden u.a. gesetzt: Ernährung von verschiedenen Altersgruppen, Ernährung und Krankheit, Functional Food und Diäten. *DST*

## BSE / Zürcher Forscher warnt Übertragung möglich

Gemäss dem Zürcher BSE-Forscher Kurt Wüthrich kann die neue Variante der Creutzfeldt-Jakob-Krankheit (vCJK), die menschliche Variante des Rinderwahnsinns, möglicherweise auch indirekt nach dem Konsum von Schweine- oder Hühnerbestandteilen ausbrechen. Laut «Sonntagszeitung» hat Wüthrich bei einer Reihe von Tierarten die Struktur des Prionproteins untersucht. Danach seien die Prionproteine

von Mensch, Rind, Maus, Hamster, Schaf, Huhn, Schwein, Schildkröte und Elch praktisch identisch. Zwar ist bisher kein Fall bekannt, bei dem eine BSE-ähnliche Krankheit bei Schweinen oder Hühnern ausgebrochen wäre. Laut Wüthrich besteht aber die Gefahr, dass diese Tiere das BSE-Prionprotein indirekt vom Rind auf den Menschen weiter übertragen, ohne dass die Krankheit bei ihnen ausbrechen würde. *DST*

## Sauberer Futterweizen

**Nitrofen.** In dem aus Deutschland in die Schweiz importierten Futterweizen ist kein Nitrofen gefunden worden. Dies hätten Untersuchungen der Eidgenössischen Forschungsanstalt für Nutztier in Posieux im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) ergeben. Die zehn Proben stammten von sieben Betrieben. Die vorsorglich gesperrten rund 400 Tonnen Futterweizen seien wieder frei gegeben worden, teilte das BLW mit. *DST*

## GLOSSE

### Demokratie im Albisgüetli

NIKLAUS STUBER\*

*Sonne und 462 Gesichter strahlen um die Wette – erstere hoch über Downtown Zürich, die anderen drinnen im pittoresken Saal des Albisgüetli. Ein bunt gemischtes Publikum lässt sich an den runden Tischen nieder: der adrette, agile Banker neben den behäbigen, bedächtigen Bauern, die Hausfrau im kleinen schwarzen und die Businesswoman im perfekt sitzenden*



*Zweireiher. Im modischen Anzug mit korrekt geknüpfter Krawatte stolzieren die einen durch den Saal, die anderen schlurfen in Jeans und Hawaii-Hemd an einen der nach perfekter gastronomischer Vorgabe gedeckten Tische.*

*Die Neulinge unterscheiden sich deutlich von den Habitué(s): Sie blicken erwartungsfroh-nervös im Saal herum und bestaunen die lässig mit übergeschlagenen Beinen und einem Glas Chardonnay in der Hand dasitzenden alten Hasen.*

*Nein, der Grossaufmarsch ist nicht dem Herrn Blocher zu verdanken, der irgendeine Schweizer Tradition ins rechte Licht rückt – obwohl eine Schweizer Urtradition all die Menschen im Albisgüetli versammelt hat. Hier gilt er noch, der Schwur von 1291: «Wir wollen sein ein einig Volk von Aktionären.» Nicht zum Schwur, sondern zum Zeichen der Zustimmung werden die Hände in die Höhe gestreckt. Mit missmutigem Murren wird das knappe Prozent bedacht, welches bei einem Traktandum nicht bloss die Hand zum Schwur – respektive zur Zustimmung – verweigert, sondern gar zum Gegenschwur schreit. Da die Demokratie aber in der Schweiz bereits eingeführt ist und – entgegen allen Unkenrufen – auch funktioniert, werden die Gegenstimmen, wie es sich gehört, gezählt, registriert und ernst genommen.*

*Männiglich ist sich einig: Man ist Aktionär bei einem prosperierenden, modernen Unternehmen in einem traditionellen Markt. Erfolgreich und umweltbewusst schliessen sich nicht aus, soziales Engagement für die Mitarbeiter und für den Breitensport gehen im Einklang mit Gewinnoptimierung. Erfolg im Tagesgeschäft gibt Raum für Visionen und Zukunft. Also Zustimmung mit Überzeugung – und einem kleinen Blick auf die lukullische Speisekarte, die Spargeln und Lachs, Filet an Senfsauce mit frischen Kartoffeln und fruchtige Erdbeeren verspricht, abgesehen von der Trunksame. Bon appétit.*

\* Niklaus Stuber, Mitglied der Direktion des SHV, im Anschluss an die GV der Bon appétit Group AG.

**RETO GAUDENZI /** Der Chef der St. Moritz Consulting ist immer auf Achse und überall daheim – Berlin hat ihn immer fasziniert. Seine grosse Leidenschaft gilt dem Polospiel. **HANS-JÜRGEN MAURUS**

# Polo, Prinzen und Herrscher

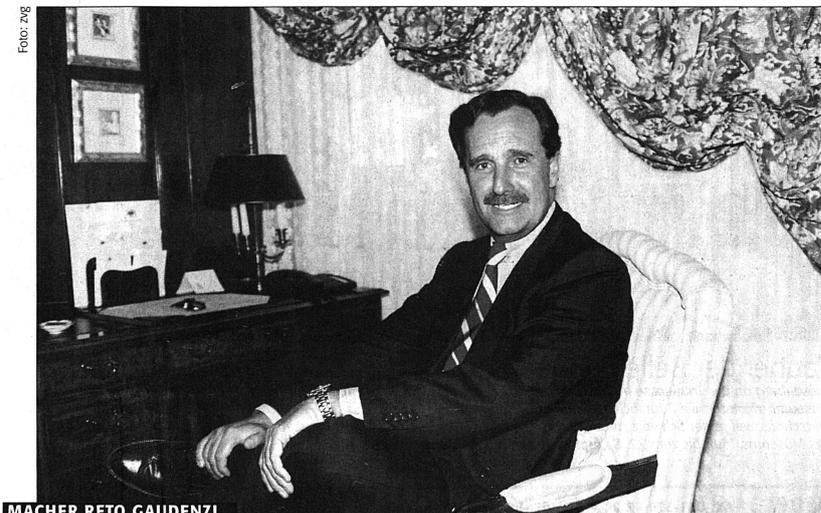
Er ist reaktionsschnell, agil, ein passionierter Reiter und lebt gefährlich, und wenn die Rede auf seine Lieblingssportart Polo kommt, dann gibt es kein Halten mehr. Reto Gaudenzi, Polo-Spieler, Gourmet und Event Manager der St. Moritz Consulting GmbH mit Sitz in Berlin, könnte stundenlang über sein Hobby erzählen. Etwa dass der erste Poloclub in England gegründet wurde, aber die Sportart sehr viel älter ist, weil schon Perser und Inder hoch zu Ross gerne gegeneinander antraten.

## POLO: KONTAKTBÖRSE FÜR PROMIS

Polospieler gehen hart zur Sache, selbst wenn ein VIP wie Prinz Charles auf dem Spielfeld mitwirkt. Gaudenzi hat schon selber mit und gegen den englischen Thronfolger gespielt. Polo

## Portrait

Foto: zvg



## MACHER RETO GAUDENZI

Der polyglotte Bündner und Wahlberliner ist auf verschiedenen Bühnen zu Hause: sei es als Event-Manager oder als Polospieler hoch zu Ross.

ist ein sehr gefährlicher Sport, räumt der Vizepräsident des Berliner Poloclubs unumwunden ein, er selber habe schon einige Unfälle gehabt und einmal sogar einen Wirbel gebrochen, von einigen gebrochenen Fingern und Prellungen ganz zu schweigen. Versicherungstechnisch wird Polo sogar höher eingestuft als die Formel 1.

Und was reizt Reto Gaudenzi dann an dieser Sportart? Es ist ein Kampfsport, so der ehemalige Generaldirektor des St. Moritzer Palace Hotels, es ist Passion dabei, die Pferde, die Härte, die Mannschaft, der Kampf: all das ist ein faszinierender Cocktail. Und Polo ist eine Kontaktbörse: in Berlin trifft sich die Schickeria bei Hummer, Champagner und Currywurst. Gaudenzi trifft Weltstars wie Olympiasieger Ed Moses, Schauspieler, Politiker oder Prinzessinnen.

## INTERNATIONALE LIFESTYLE-EVENTS

Dafür sorgt schon sein Beruf als Event-Manager. Bereits 1987 organisierte der Schweizer in Berlin die Polo-Europameisterschaft sowie zwei Jahre später die Weltmeisterschaft. 1985 hatte er den ersten Polo-Weltcup auf Schnee in St. Moritz auf die Beine gestellt. Eine beachtliche Leistung, wenn man bedenkt, dass Gaudenzi sich von ganz unten als Kochlehrling im Zürcher Grand Hotel Dolder nach oben gearbeitet hat, mit Zwischenstationen im Badrutt's Palace Hotel in St. Moritz, im Palace Hotel Luzern, im legendären Londoner Savoy Hotel sowie dem Steigenberger Hotel Frankfurter Hof.

Nach Berlin verschlug es den Absolventen der Hotelfachschule Lausanne Mitte der 80er Jahre, als er u.a. als Verwaltungsrat für die Interconti-Gruppe tätig war. Berlin habe ihn immer fasziniert, bekennt Gaudenzi;

1996 übernahm er als Generaldirektor das Schlosshotel Vier Jahreszeiten im Berliner Grunewald. Drei Jahre später gründete er seine Firma St. Moritz Consulting, die auf internationale Lifestyle-Events spezialisiert ist.

Etwas das Davidoff-Gourmet-Festival, das in Kitzbühel, Las Vegas oder in Berlin stattfindet und demnächst sogar in Dubai und St. Petersburg über die Bühne gehen wird. Dabei ziehen neun Kochlegenden aus allen Teilen der Welt in die Küchen von neun prominenten Kollegen vor Ort ein. Das Berliner Festival wurde von einer deutschen Zeitung als die «bedeutendste Genussveranstaltung» seit der Gourmet-Nacht von Auguste Escoffier Anfang der 30er Jahre im vornehmen Hotel Adlon gewürdigt.

Darüber hinaus offeriert Gaudenzi Consulting-Dienstleistungen wie die weltweite Beratung und Akquisition von Lizenz- und Sponsoringfragen oder auch Beteiligungen, Vermittlung, Pacht, Management, Projektbetreuung oder Strategien im internationalen Hotellerie-, Gastronomie- und Tourismusbereich. Ein Highlight war

zweifelsohne die Megaveranstaltung zum Schweizer Nationalfeiertag im vergangenen Jahr sowie die Einweihung der neuen Schweizer Botschaft in Berlin. Dieses Jahr wird am 1. August der Kanton Wallis in Berlin vorgestellt. Einzelheiten will Gaudenzi noch nicht verraten.

## «GAG IST WICHTIGER ALS ESSEN UND TRINKEN»

Der Mann aus dem Engadin arbeitet auch für Banken und andere Privatkunden, die originelle Veranstaltungen wünschen, liefert komplette Food-Beverage-Konzeptionen, requiriert gleichzeitig die Sponsoren und vermittelt internationale Führungskräfte. Dabei profitiert Gaudenzi ganz zwangsläufig von seiner 25-jährigen Erfahrung in der Hotellerie und der Tatsache, dass er nebenbei sieben Sprachen spricht.

Es gibt Trends, verrät der eidgenössische Manager. «Heute ist der Gag schon fast wichtiger als das normale Umfeld Essen und Trinken.» Der technische Aufwand bei Lifestyle-Events werde immer grösser und verschlinge entsprechende Summen. Events seien auch Teil einer ausgeklügelten Marketing-Strategie vieler Unternehmen.

## CHAMPAGNER SÄBELN ALS GROSSER HIT

Der Wahlberliner Reto Gaudenzi liebt das Tempo, redet schnell, ist schlagfertig, begeisterungsfähig und kreativ. «Ich bin immer dort daheim, wo ich gerade bin», sagt der Wassermann, und hat entsprechend viele Anekdoten auf Lager. Den Generalmanager eines Londoner Tophotels

schockierte Gaudenzi einst mit dem Hinweis, dessen Laden sei schlecht organisiert, «weil es zu viele Hüftplinge und zu wenig Indianer gebe».

Gaudenzi gibt sich alle Mühe, originelle Lifestyle-Konzepte zu gestalten. Dazu gehört u.a. auch das Champagnersäbeln, ein Brauch, der auf Napoleon zurückgeht. Auf Events sei ein solcher Champagnersäbel ein grosser Hit. Man braucht einen «richtigen Swing», beschreibt Experte Gaudenzi die Technik, «drauf rumhacken bringt gar nichts». Das allgrösste ist dann das Champagnersäbeln zu Pferd, wie der Schweizer bei einer Poloveranstaltung herausgefunden hat.

Und schon lockt der nächste Termin. Der Sultan von Brunei ist gerade in Berlin, doch das verabredete Polospiel wurde vom Protokollchef des Sultans kurzfristig abgesagt. Zum Trost erhielt Reto Gaudenzi eine Einladung nach Brunei. «Das werden wir jetzt endlich machen», sagt der Optimist, «mit der ganzen Mannschaft.»

## Zur Person

**Name:** Reto Gaudenzi  
**Alter:** Jahrgang 1952  
**Beruf:** Unternehmer, Chef von St. Moritz Consulting GmbH  
**Wohnort:** Berlin  
**Zivilstand:** verheiratet  
**Kinder:** 1 Sohn, 1 Tochter  
**Liebblingsgericht:** Spaghetti alla arrabbiata  
**Liebblingsgetränk:** Königs Pilsner  
**Aufsteller:** Positive Menschen  
**Absteller:** Langweiler  
**Liebste Aufenthaltsorte:** Berlin, St. Moritz, Miami, Malibu  
**Hobby:** Polo. *MAU*

FC GASTRO EMMENTAL / Benefiz-Spiel für «Arche Fonds»

## Sportliche Emmentaler Wirte

Gastro Emental, die Branchenorganisation der Emmentaler Wirte, organisierte auf der Burgdorfer Allmend ein Fussballspiel gegen den FC Nationalrat. Da es auch nach der Verlängerung unentschieden stand, kam es zum Penaltyschiessen, welches von den Wirten schliesslich mit 5:2 gewonnen wurde. Der Erlös von 8000 Franken kommt dem «Arche Fonds» zugute; die Organisation hilft Familien mit krebserkrankten Kindern. **DOS**



Foto: Ztg

MILESTONE 2002 / Tourismuspreis Schweiz

## Neue Bewerbungen

Wieder sind neue Bewerbungen für den «Milestone» eingegangen: «Sport und Tourismus» heisst das neue Ausbildungsmodul der Eidg. Fachhochschule für Sport in Magglingen. Ziel: neue Betätigungsfelder für Sport-Studierende und vermehrte Kontakte zur Tourismuswirtschaft. «Ferien miteinander», ein Projekt der Diplomklasse der Int. Schule für Touristik in Zürich, soll den Behindertentourismus in der Schweiz fördern. **PK**

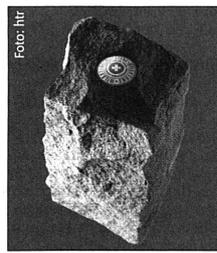


Foto: htr

ZITAT DER WOCHE

### «Faulheit ist ein Überlebensgeheimnis.»

Die deutsche Faulheitsforscherin Inge Hofmann zum Thema Faulheit als Ferienangebot auf Seite 2



Foto: Martin J. Petras

**Zauber der Belle Epoque.** Das Museum «Schweizer Hotellerie und Tourismus» ist 1992 im Haus zum Friesenberg an der Triftgasse in der Zürcher Altstadt eröffnet worden. Dorothée und Beat Kleiner (im Bild), die Träger des Museums, richteten die Räumlichkeit ein, um Dokumente und Objekte aus der Pionierzeit einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige der Schweiz zu bewahren. «Zauber der Belle Epoque», die aktuelle Ausstellung zum 10-jährigen Jubiläum des Museums, läuft bis zum 22. Dezember (Informationen unter 01 261 80 83). **MJP**

PEOPLE FAX: 031-370 42 24 – E-MAIL: htr@swisshotels.ch

Der Nachfolger von **Regula Weyermann** an der Spitze der Corporate Communications der Kuoni-Gruppe heisst **Stephan Wehrle**. Er begann seine berufliche Laufbahn im Tourismus, bei SSR-Reisen. Dann erlernte er bei Teletext das journalistische Handwerk und war anschliessend fünf Jahre Ressortleiter bei der hotel-tourismus revue. Von 1993 bis 1995 berichtete er für verschiedene Schweizer Medien aus London.



Dann wechselte er in die Unternehmenskommunikation: Ab 1996 agierte er eidg. dipl. PR-Berater als Kommunikationsverantwortlicher der Division Strategy & International für Swisscom und als Senior Consultant für die Agentur Trimedia Communications. **DOS**

Die Führung des Seehotels Sonne in Küsnacht am Zürichsee ist verstärkt worden: Die Direktion liegt neu bei **Catherine Julien** (37) und **René Grütter** (40). Beide verfügen über langjährige Erfahrung in der Hotellerie. Während der vergangenen sieben Jahre waren sie in leitenden Positionen des Fünf-Sterne-Hotels Widder in Zürich tätig. Der Verwaltungsrat des Seehotels Sonne hat überdies **Beat R. Sigg** zum Delegierten ernannt. Er wird diese Funktion in Ergänzung zu seiner Tätigkeit als Geschäftsvorstand der Dolder Hotel AG ausüben. **DOS**

Im Rahmen der durch die Beratungsfirma BortnerMeichtry AG ausgearbeiteten Neuausrichtung von Grächen Tourismus wurde der neue Tourismusmanager gewählt. Geschlossen entschied sich der Vorstand für **Martin Schürch**. Der 30 Jahre junge Tourismusfachmann übernimmt den seit dem Weggang von **Melchior Kalbermatten** vakanten Posten auf das neue Geschäftsjahr, per 1. November 2002. Der Berner Schürch besuchte nach einer kaufmännischen Ausbildung und sechsjähriger Tätigkeit in der Versiche-

rungsbranche die Tourismusfachschule in Siders. Seit dem 1. Juli 2001 ist er Leiter von Grächen-St. Niklaus-Marketing. Bis zu seinem Stellenantritt wird das Büro wie bis anhin durch **Amanda Martig** geleitet. **DOS**

**Daniel Humm**, die «Entdeckung des Jahres 2002» von Gault Millau in der Deutschschweiz, wird seine Gäste neu im Appenzellerland bekothen. Die **Familie Eberle** vom Gasthaus zum Gupf in Rehetobel konnte den jungen, ambitionierten Meisterkoch und Spezialisten der leichten mediterranen Küche, als Chefkoch für das kulinarische Wohl auf dem Gupf gewinnen. **MJP**

**Robert Hubmann** heisst der neue Küchenchef im Hotel des Alpes in Flims-Waldhaus. Hubmann arbeitet unter anderem bei **Anton Mosimann** in London und bei **Rudy Egli** im Arosa Kulm Hotel. **DST**

**Andreas und Monika Stump** werden ab 1. September 2002 die Leitung des Schlosshotels Adler in Reichenau übernehmen. Ihre bisherigen Stationen waren das Hotel Montreux-Palace und das

INDIEN-TOGGENBURG / Sponsorenfahrt

### «bikeforhelp-Tour»

Der 25-jährige Graf Christoph von Toggenburg ist am Ziel seiner 9000 Kilometer langen «bikeforhelp-Tour» von Indien ins Toggenburg auf der Alp Gamplüt bei Wildhaus eingetroffen. Die Fahrt führte ihn durch die Wüsten Pakistans und des Irans sowie über die Berge Kurdistans. Somit konnte das Toggenburg vier Monate nach dem Grosseinsatz des Doppel-Olympiasiegers Simon Ammann erneut einen «grossen» Toggenburger empfangen. Gestartet war der Nachfahre der Grafen von Toggenburg am 1. Januar 2002 bei der Schweizer Botschaft in Neu Dehli zu einer Sponsorenfahrt zu Gunsten der seiner Meinung nach heilbaren Krankheit Lepra. In zwölf Ländern hat er über 80 000 Franken an Spendengeldern zugesichert erhalten, die er gänzlich der Organisation «Ciomal» des Malteserordens und der deutschen «Gerhard Fischer» Stiftung zukommen lässt; beide Organisationen setzen sich im Kampf gegen die Lepra ein. **TRU**

GLOSSE

### Funktionsduft

HANSPETER GSELL\*

Da meine Hände vom jahrelangen Schreiben in kalten Mansarden spröde und rau geworden sind, verwende ich regelmässig eine Handcreme. Ihr pflegender Wirkstoff – es handelt sich um den Extrakt der Aloe Vera – bringt meinen müden Schreihänden sofort lebendige Spannkraft, prosaischen Glanz und journalistische Griffigkeit zurück.



Seit kurzem muss ich mich nun nicht mehr täglich salben, und mein Federkiel freut sich des fettfreien Schreibens. Ich kann nämlich meine Handcreme jetzt als «Beauty-Drink» zum Apéro schlürfen. «Trink dich schön» heisst die Werbewirtschaft, und liebevoll hat man dem Getränk neben Aloe Vera gleichzeitig auch noch Biotin zugesetzt. Dieses wird mich ab sofort vor Ekzemen, Schleimhautentzündungen und Haarausfall beschützen. Warum man das Biotin nicht einfach Vitamin H nennt, weiss ich nicht. Vielleicht, weil der Körper im Normalfall genügend eigenes Vitamin H produziert?

Der Functional Drinks sind keine Grenzen gesetzt. Man denke nur an den trinkbaren Sonnenschutz («Trink dich braun mit Sherpa Cola») oder an die süffig-prickelnde Zahnpasta («Trink dir ein weisses Lächeln»). Barolo mit Betablockern für den älteren Herrn, Frizzantino gegen das Blonde im Mann, Mosquito bianco mit integriertem Insektenschutz und Malariaphylaxe.

Nun, ich werde auch weiterhin meine Handcreme einreiben und nicht zum Frühstück trinken. Ich streiche mir schliesslich mein Shampoo auch nicht aufs Brot. Obwohl: Immerhin enthält es Extrakte aus drei Honigsorten...

\* 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 Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Gegründet 1892  
**Herausgeber:**  
 Schweizer Hotelier-Verein SHV  
 Mönchbühlstrasse 130  
 Postfach  
 3001 Bern  
**Leitung SHV-Medien:**  
 Niklaus Stuber.  
**Redaktion:**  
 Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).  
 Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH).  
 Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK).  
 Mireille Guggenbühler (MG).  
 Toni Rüttli (TRU), Sonja Stalder (SST),  
 Dr. Karl Josef Verding (KV).

**Gastronomie/Technik:** Christian Meyer (CM),  
 Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfli (DST).  
**Cahier français:** Miroslav 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).  
**Korrektur:** Paul Le Grand.  
**Korrespondenten:**  
 Ueli Hanschlin (UH), Graubünden;  
 Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Henbert  
 Pürtscher (HP), Wien; Maha  
 Fitz-Willems (MFP), München; Gerhard Lob (GL),  
 Tessin; Georg Ubenau (GU), Frankfurt;  
 Reto Westermann (RW), Zürich.

**Verlag:**  
 Ina Stiebel (Verlagsleitung), Markus Marchel (Verkauf/leitung),  
 Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluc.  
 Stellensinote: Andres Jakob, Marc Moser.  
 Geschäftsanzeigen: Markus Marchel (Verkauf/leitung),  
 Roger Stemmer.  
 Inhouse: Patrick Stalder.  
**Druck:**  
 Fischer AG für Data und Print,  
 Druckzentrum Bern.  
**Auflage:**  
 11'198 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  
 (HISMA) Swiss Chapter  
 – Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)  
 – Swiss Partner für den Bustourismus  
 – Verband Schweizer Badekurorte (VSB)  
 – Swiss International Hotels (SIH)  
 – Schweizerische Vereinigung der  
 Firmen-Resedienste  
 – Article Internationale des  
 Sous-Directeurs et Chefs de Réception  
 des Grands Hôtels (AICR).

**Kontakte:**  
 Adresse:  
 Mönchbühlstrasse 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 25,  
 E-Mail: media@swisshotels.ch  
 Stellensinote:  
 Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
 E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch  
 Geschäftsanzeigen:  
 Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,  
 E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch  
 Internet: www.swisshotels.ch  
 Für unverlangte Manuskripte und Sendungen  
 wird jede Haftung abgelehnt.



**MONTREUX /** Les fusions des sections ont été à l'ordre du jour à l'AG d'«Hôtellerie vaudoise». **PAGE 3**



**VALAIS /** C'est à Morgins que Valais Tourisme a tenu son AG. Il y a notamment été question de moyens financiers «trop faibles». **PAGE 5**



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

hotel+tourismus revue

COMMENTAIRE

## «Le retour du crétin des Alpes»

LAURENT MISSBAUER

**P**as content, mais alors pas content du tout le journaliste fribourgeois Antoine Ruff qui a rédigé à la «Une» du quotidien «La Liberté» du 12 juin dernier un billet d'humeur intitulé «Le retour du crétin des Alpes». Et quelles ont donc été les raisons de son mécontentement? «C'est la brochure de 32 pages que Suisse Tourisme a encartée dans le dernier numéro de la prestigieuse revue française «Alpes Magazine», nous a-t-il répondu.



Dans son article, Antoine Ruff relève certes que la brochure de Suisse Tourisme est «une bien jolie brochure avec de bien jolies photos, mais le bilan de cette opération provoque un gigantesque fou rire devant un texte qui ne pourra que persuader nos amis français du retour du légendaire crétin des Alpes en Helvétie primitive.»

«Plutôt que du crétin des Alpes, j'aurais dû parler de l'andouille des plaines car le traducteur de service a vraiment atteint des sommets en matière de contresens et de fautes de français», nous a confié le journaliste fribourgeois qui a utilisé dans son article les termes de «pataquès» et de «lourdeurs droit décalquées du tudesque originel». Parmi les «perles» citées par Antoine Ruff, on relève notamment Kofi Annan «ensemble avec» Adolf Ogi, «trompe alpestre» pour cor des alpes, ainsi que «téléphérique aérien», une «offre de câlineries» et un «savoureux air bienfaiteur».

Dans l'édition du 28 mars du journal que vous tenez dans vos mains, nous avons déjà fustigé le français approximatif utilisé dans la nouvelle brochure de Suisse Tourisme. Les remarques acerbes du journaliste fribourgeois ne sont donc pas nouvelles. Elles viennent cependant rappeler une nouvelle fois que l'image que Suisse Tourisme donne de notre pays en France et dans les autres pays francophones est tout simplement indigne de la qualité prônée par les instances dirigeantes du tourisme helvétique. Et cela, nous ne pouvons le tolérer.

**MARKETING /** Salons, publicités et articles dans les journaux sont trois des principaux moyens pour inciter les Suisses à passer leurs vacances d'été dans leur pays. Tour d'horizon. **LAURENT MISSBAUER**

# Susciter l'intérêt par la presse

Les Suisses sont les premiers clients du tourisme helvétique. Ce truisme a une nouvelle fois pu être vérifié lors de l'assemblée générale de l'Association cantonale vaudoise des hôteliers (ACVH) qui s'est tenue la semaine dernière à Montreux (lire en page 3). Présenté à cette occasion, le rapport annuel 2001 d'«Hôtellerie vaudoise» – le nouveau nom de l'ACVH – a en effet clairement indiqué que les Suisses arrivaient en tête dans le canton de Vaud. Sur un total de 2,5 millions de nuitées, ils en ont réalisé 909 000, soit 36,3%.

Il s'agit là d'un chiffre qui est suffisamment évocateur pour se demander, d'une façon générale et à l'aube de la présente saison estivale, quels sont les efforts qui sont entrepris pour inciter encore plus de Suisses à passer leurs vacances d'été dans leur pays. Interrogé à ce sujet, François Michel, sous-directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) et responsable de la division marketing, a répondu que l'OTV était présent chaque année aux salons touristiques de Bâle et de Zurich et qu'il promouvait à cette occasion la saison d'été.

## UN PUBLI-REPORTAGE DANS LE «MATIN DES VACANCES»

François Michel a également relevé que son plan d'activités publicitaires et promotionnelles comprenait toute une série d'annonces dans la presse aussi bien romande qu'alsacienne. Sans vouloir être exhaustif, on relèvera que l'OTV a notamment publié un publi-reportage estival de six pages sur les Alpes vaudoises et le Jura vaudois dans le «Matin des vacances». «De tels reportages ont un effet immédiat et se

Photos: OTV



## LE JURA VAUDOIS

L'OTV a financé un publi-reportage estival de six pages sur les Alpes vaudoises et le Jura vaudois dans le «Matin des vacances».

répercutent, deux ou trois jours plus tard, par une augmentation sensible des téléphones que nous recevons à notre office. Et ces demandes ne nous permettent pas seulement de distribuer nos différentes brochures «Fêtes et festivals», «Vacances nature» ou «Voyage culturel dans la Région du Léman», mais elles nous permettent éga-

lement d'avoir un contact direct avec nos hôtes», explique le sous-directeur de l'OTV.

## AUGMENTER LA NOTORIÉTÉ DU SITE INTERNET

Selon François Michel, une grande partie de ces contacts se répercute sur le tourisme d'excursion, mais celui-ci peut parfois se transformer en un tourisme de séjour, lors des week-ends, par exemple. Les efforts effectués par Valais Tourisme au niveau de la clientèle helvétique passent aussi par la presse, relève Marcel Perren. Le responsable du marketing de Valais Tourisme cite ainsi la campagne nationale réalisée dans le «Matin-Dimanche», le Sonntagsblick et le Sonntagszeitung, les dimanche 2, 9 et 16 juin. C'est avant tout par la presse que nous arrivons à susciter un intérêt digne de ce nom, estime-t-il.

«Ces campagnes nationales nous permettent aussi d'augmenter la notoriété de notre site Internet www.valais-tourisme.ch sur lequel nos hôtes peuvent trouver une mine de renseignements. Cet été, nous avons également invité une centaine de représentants de la presse à séjourner en Valais. Pour l'instant, une cinquantaine de journalistes étrangers, ainsi qu'une demi-

douzaine de journalistes suisses ont répondu favorablement à notre invitation», ajoute Marcel Perren. Verbier Tourisme a lui aussi invité plusieurs journalistes en joignant à son invitation un couteau suisse et un pain de seigle.

## UNE OPÉRATION ORIGINALE À VERBIER

Patrick Messeiller, le directeur de Verbier Tourisme, n'a cependant pas attendu la venue des beaux jours pour promouvoir la saison d'été. Un dépliant, intitulé «Verbier, magie estivale» et tiré à 25 000 exemplaires, a ainsi été distribué dans la station durant l'hiver déjà.

Cette opération originale, qui se pratique également en Autriche, n'est pas dénuée de bon sens: «D'après nos estimations, le tourisme hivernal représente 75 à 80% de la station. Pour faire connaître les possibilités offertes par Verbier l'été, notamment les événements de qualité qui s'y déroulent, il est donc primordial de pouvoir s'adresser en priorité à notre clientèle hivernale. Par ailleurs, ce dépliant «Verbier, magie estivale» a été joint à tous les courriers répondant à une demande d'informations pour l'été», remarque-t-on à Verbier Tourisme.



## LE CHÂTEAU DE CHILLON

«Le tourisme d'excursion peut parfois se transformer en tourisme de séjour», estime François Michel, sous-directeur de l'OTV.

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne • REDACTION: tél.: 031 370 42 16, fax: 031 370 42 24, e-mail: htr@swiss-hotels.ch • EDITION: tél.: 031 370 42 22, fax: 031 370 42 23, e-mail: media@swiss-hotels.ch

\* \* \* \*

# Micros Fidelio

Hôtel Cailler, Charmey-Gruyère

Produits Micros-Fidelio de  
Check-In Data 021 632 91 00. **CHECK IN DATA**  
Chez eux chez les meilleurs.

noteljob

## LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

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

**vanBaerle**

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vaisselle   Cuisine   Textile   Esages   Ambiance

van Baerle & Cie AG  
Schützenmatenstrasse 2 - 4142 Münchenstein  
Tel. 061 415 91 11 - Fax 061 415 92 22 -  
http://shop.vanbaerle.ch

EHL / Forum de clôture des SBP

## Trois prix décernés

Pour la première fois depuis sa création en 1998, l'unité Projets d'étudiants en entreprise (Student Business Project) de l'EHL remettait des prix à l'issue de la présentation finale des travaux d'étudiants. Attribués par un collège d'experts, trois distinctions étaient décernées dans les catégories Créativité (originalité, imagination), Succès (faisabilité, adéquation au marché) et Ambition (attraction pour les investisseurs, résultats dé-

passant les attentes des mandants).

Une dizaine de projets étaient en concurrence. Le prix Créativité a été attribué à un projet développant un concept de Studio Hotel; le prix Succès à une équipe mandatée par Nestec, pour une campagne de marketing produit et le prix Ambition, à l'équipe qui a développé un concept de commercialisation pour un appareil de nettoyage. JJE

VUISSENS (FR) / Parcours officiellement inauguré

## Nouveau golf 18 trous

Ouvert progressivement depuis juillet 2001, le golf de Vuissens, au cœur de l'enclave fribourgeoise du même nom dans le canton de Vaud, en Haute-Broye, est désormais complet avec ses dix-huit trous.

Inauguré samedi en présence des milieux politiques, touristiques et goliques concernés, il apparaît d'ores et déjà comme une réalisation de grande qualité en pleine campagne, totalement intégrée aux

champs qui l'entourent. Le golf compte aujourd'hui 300 membres, il en manque encore 150 pour disposer d'une situation optimale; le jour où l'effectif de 450 membres sera atteint – ce qui ne saurait tarder –, les responsables du golf rénovront la ferme du XVIIIe siècle qui le jouxte et qui servira de club-house. Vuissens inscrit désormais son nom dans les grandes infrastructures touristiques de la Broye. JS

MONTREUX / Fin de «Narcisses en fête»

## Le retour d'un symbole

«Les narcisses ont retrouvé leur rôle d'ambassadeur de la Riviera vaudoise», s'est réjoui Patrick Henry, directeur du marketing partenaires au sein de Montreux-Vevey-Tourisme, au terme de la deuxième édition de «Narcisses en fête» qui s'est achevée le 6 juin. Outre des excursions commentées dans les prairies des Avants et des Pléiades, les visiteurs ont notamment réservé un franc succès aux expositions et au village

des narcisses installé sur la place du Marché, à Montreux.

«De nombreuses entreprises ont par ailleurs commandé des cartons de fleurs, note encore Patrick Henry, signe que la neige du printemps redonne un véhicule publicitaire.» A tel point que, du côté de Montreux, on songe à donner de l'ampleur à la manifestation, sans se déterminer encore sur l'opportunité d'une Fête des Narcisses. JJE

LAC LÉMAN / Succès pour les croisières gastronomiques sur le «Montreux»

## Gastronomie embarquée très prisée

«C'était un pari, nous l'avons réussi!». Un an après le lancement de la formule des croisières gastronomiques sur le «Montreux», tant la CGN que le Beau-Rivage Palace de Lausanne qui assure le catering haut de gamme embarqué, les deux partenaires, ont dit leur satisfaction, la semaine dernière, à Lausanne.

## CHIFFRE D'AFFAIRES CONFIDENTIEL

Ainsi, sans évoquer un chiffre d'affaires qui est «commercialement confidentiel», ils ont indiqué que, durant les deux mois de disponibilité en ligne régulière, le bateau avait accueilli 59 000 personnes (pour 500 places à disposition) et que les croisières du soir (160 places pour un buffet gastronomique) avaient régulièrement affiché complet.

«Pour nous, souligne Andres Oppenheim, directeur d'exploitation du Beau-Rivage Palace, le pari était d'autant plus difficile que nous n'avions aucune expérience de ce genre de catering et que les contraintes étaient nombreuses pour ce qui est devenu notre «inboard ball room»: dimension des cuisines, approvisionnement (trois à quatre fois par jour parfois en urgence hors le port d'attache), préparation délocalisée, etc.»

Ce qui explique, justifie-t-il encore, cette option «buffet» prise dès le départ et qui avait été mise en cause lors des premiers mois d'exploitation du système: avec ces contraintes, impossible en effet d'accueillir 160 convives et de leur proposer une carte, pas plus en croisières privées qu'en service régulier (juillet-août), les deux offres occupent le bâtiment à raison de moitié-moitié (mais il n'y a pas de fondue à bord).

## UNE BRIGADE DE 30 PERSONNES

Le palace d'Ouchy compte sur une brigade de 30 personnes pour assurer son mandat alors que la CGN emploie six personnes. La compagnie compte d'ailleurs poursuivre son effort. «Génère, nous réclame cette même formule, précise Luc-Antoine Baehni, directeur. Et les négociations sont sur le point d'aboutir, sans que nous ne sachions encore très bien quel bateau nous allons transformer dans ce sens: le Rhône comme l'a laissé supposer le DSR qui souhaite en obtenir le catering (comme pour le reste de la flotte) ou le «Savoie» qui, dans sa configuration actuelle, exigerait moins d'aménagement.»

La question du financement (le budget de cette éventuelle opération n'est pas encore fixé) reste d'autre part à régler, mais Genève (qui participe au budget de la CGN à hauteur de 28%) tient à accueillir cette formule de prestige à succès. JJE

DIFFICULTÉS FINANCIÈRES / L'analyse de 43 hôtels indépendants a permis d'établir les principales causes de défaillance. Et un cours se tient à l'EHL en prolongement à cette étude. EMMANUELLE BEAUFILS\*

## Un hôtel sur deux est défaillant

«Faire état de manière précise des difficultés financières des hôteliers, notamment en matière de solvabilité. Identifier ensuite les facteurs de risque qui jouent un rôle dans la défaillance.» C'est le double objectif d'une enquête menée auprès de 43 hôtels. L'outil d'analyse ainsi proposé aux hôteliers leur permet de se comparer aux plus performants, de mieux comprendre leurs faiblesses au plan financier et, le cas échéant, d'explorer de nouvelles pistes pour restaurer ou développer le potentiel de rentabilité nécessaire pour lever de nouveaux fonds.

Cette étude alimente aussi le débat mené dans le cadre de la révision de la nouvelle loi sur le tourisme. Le rapport en consultation, depuis le début 2002, sur l'amélioration de la structure et de la qualité de l'offre hôtelière indique en effet que, pour bénéficier des aides nouvelles, les hôtels seront évalués sur la base de leurs performances actuelles ou potentielles. Et, «les établissements qui ne satisfont pas à ces conditions sont amenés tôt ou tard à sortir du marché».

## PLUS DE LA MOITIÉ DE «DÉFAILLANTS»

Sur 43 établissements analysés, dont 35 sont exploités par leur propriétaire, 25 (soit 58%) s'avèrent défaillants – à des degrés de gravité divers. Pour ces hôtels, les fonds générés par l'exploitation ne permettent pas d'assurer à la fois la rémunération des banquiers et des actionnaires et le renouvellement de l'investissement.

Alors, endettement excessif ou rentabilité insuffisante? Ce sont, en fait, les problèmes de rentabilité qui prédominent (19 cas sur les 25 défaillants). Pour ces hôtels, la valeur de rendement par chambre n'atteint pas le coût de reconstruction théorique dans la catégorie d'hôtel concernée (évaluation faite d'après le modèle du crédit hôtelier). Pour quelques cas, cette situation se double d'un surendettement et fait apparaître une insuffisance de liquidité: ne parvenant pas à couvrir le service de la dette, certains établissements s'endettent à court terme alourdissant ainsi leur charges financières, diminuant davantage leur rentabilité.

Six hôtels seulement sont concernés par le seul problème d'endettement excessif: on distingue les cas d'investissements récents où l'endettement est une preuve de dynamisme et les cas d'investissements moins récents où l'hôtel est surendetté car il n'a pas remboursé son ancienne dette. Ces établissements-là sont donc condamnés à une dégradation lente s'ils persistent à ne pas reconstituer leur capacité à investir et ce en dépit de bonnes performances de rentabilité.

## SOUS-ACTIVITÉ SUBIE OU MÉRITÉE?

Dans l'hôtellerie suisse, les taux d'occupation sont faibles. Ce qui entrave considérablement la rentabilité.



## HÔTELLERIE SUISSE

Les taux d'occupation y sont faibles. Ce qui entrave considérablement la rentabilité.

La sous-activité est un problème majeur puisqu'elle frappe 14 des 19 hôtels ayant une rentabilité insuffisante. La localité s'avère être le principal facteur explicatif de cette sous-activité et notamment pour de nombreuses stations de montagne (les trois quarts des établissements de montagne sont défaillants selon nos critères et avec des niveaux de défaillance plutôt plus élevés). Dans ces stations, on déplore le manque d'enneigement dû à une altitude insuffisante, le manque d'infrastructures, le manque de dynamisme, parfois un accès difficile. Certains éta-

blissements dans la zone des lacs appartiennent à des localités insuffisamment attractives au plan touristique (de beaux paysages mais un manque d'activités). Un mauvais emplacement entraîne irrémédiablement un problème de sous-activité pour l'hôtel qui s'y trouve.

L'âge moyen des infrastructures, équipements et installations est compris entre 5 et 10 ans. On assiste au vieillissement de «l'outil» qui, s'il n'a pas d'effets sur la compétitivité dans l'immédiat, peut en avoir un à terme. Certains investissements sont par

ailleurs totalement inadéquats par rapport à la demande. L'insuffisance du positionnement marketing est également à déplorer pour l'ensemble des hôteliers de notre échantillon. On note toutefois l'incidence positive de certaines affiliations à des chaînes volontaires qui confèrent à l'hôtel une spécialisation et contribuent dans une certaine mesure à augmenter l'activité de l'hôtel.

## UNE GESTION DES COÛTS PÉU DYNAMIQUE

Les dérapages imputables à la sous-gestion des coûts sont limités (5 sur 25) et portent essentiellement sur les coûts du personnel. Le nombre moyen d'employés par chambre est dans certains cas anormalement élevé par rapport à la moyenne de la catégorie et notamment dans des hôtels de petite taille à taux d'occupation faible et comprenant un restaurant relativement important. L'existence d'un restaurant, s'il procure des revenus supplémentaires, alourdit considérablement la structure des coûts (plus de coûts fixes). Quelques hôtels défaillants font apparaître une charge salariale annuelle par effectif supérieure à la moyenne de notre échantillon (39 200 francs), dérapages le plus souvent imputables aux prélèvements de la direction. A cet égard, la structure juridique de société anonyme, par la plus grande transparence dans les comptes qu'elle implique, limite ce phénomène et facilite par là-même la constitution de réserves.

Par ailleurs, le non-recours à des solutions d'out-sourcing de certains services, une gestion trop classique de l'hôtel et le maintien de son ouverture toute l'année impliquent également un surcroît de charges à caractère fixe. Mais de manière générale, les charges apparaissent bien contenues. Les hôteliers plutôt que de chercher à développer de nouvelles sources de revenus ont plutôt adapté leur structure de coûts à des taux d'activité bas. On notera des niveaux de salaires moyens extrêmement faibles pour certains hôtels gérés par leur propriétaire qui vont jusqu'à sacrifier une partie de leur rémunération pour assurer la survie de leur établissement, des situations non durables à terme.

## UN COURS E-LEARNING

Afin de donner un prolongement pratique à cette étude, l'EHL organise un cours\*\* qui permettra d'initier l'hôtelier à la problématique financière et de se familiariser avec les ratios d'analyse les plus pertinents grâce à des études de cas réels (cours collectifs par classe de 10) et d'effectuer avec l'aide du professeur un diagnostic financier en ligne de son propre hôtel (cours individuels).

\* Emmanuelle Beaufils, professeur à l'EHL.  
\*\* Renseignements et inscriptions: emmanuelle.beaufils@ehl.ch

## Qu'est-ce que la défaillance financière?

Lorsqu'un établissement entre dans une période financièrement difficile, l'exploitant commence par réduire les dépenses à caractère discrétionnaire: il réduit en priorité la rémunération de l'actionnaire, la sienne pour autant qu'il en soit le propriétaire, puis il réduit les sommes qu'il affecte au financement de l'immobilier, c'est-à-dire à l'amortissement de la dette ou à l'autofinancement des nouveaux investissements. Si les difficultés s'aggravent, il diminue ses dépenses d'entretien et dans une phase plus difficile il se voit dans l'incapacité de payer ses charges financières, et à un stade ultime, ses dépenses courantes d'exploitation. C'est en fait l'insuffisance des flux de fonds générés par l'explo-

tation qui constitue la situation de défaillance. Ces trois étapes ainsi décrites constituent trois degrés de défaillance de gravité croissante.

Ainsi, le ratio principal que nous utilisons pour la mesure de la défaillance est un ratio faisant intervenir le «Free Cash Flow» (ou cash flow disponible pour la rémunération des bailleurs de fonds) et le montant de l'endettement soit la couverture de la dette par la valeur de rendement de l'actif, valeur obtenue par capitalisation d'une rente annuelle perpétuelle (ici le cash flow annuel disponible durable) au coût théorique du capital. La méthode et les hypothèses de calcul de ce ratio sont dans une large mesure celles préconisées par la SCH. EB

## LAUSANNE / Splitting des actions du Beau-Rivage Petits porteurs gâtés

Lors de l'assemblée générale de la société, début juin, les actionnaires de Beau-Rivage Palace SA ont accepté la proposition de leur Conseil d'administration de convertir la totalité du capital social en 180 000 actions privilégiées A et 320 000 actions ordinaires B. Ces dernières (81,2%) sont toutes détenues par l'actionnaire principal, Sandoz FF Holding SA.

L'objectif de l'opération, acceptée à l'unanimité, était de

faire profiter les petits actionnaires d'un dividende (10% pour l'exercice), elle était soutenue par l'actionnaire majoritaire soucieux de reconnaissance envers les petits porteurs assurant leur confiance à la société.

Le paiement de ce dividende devrait être reconduit d'année en année, pour autant que les charges résultant de son paiement ne grèvent pas excessivement les finances et les comptes de la société. JJE

## VAUD / Publication du rapport annuel de l'ACVH: une mine de renseignements «Hôteliers, la politique vous attend»

La lecture du rapport annuel 2001 d'Hôtellerie vaudoise – l'ex-Association cantonale vaudoise des hôteliers (ACVH) –, rapport présenté la semaine dernière à Montreux, à l'assemblée générale de l'association (lire ci-dessous), a notamment permis de faire plus ample connaissance avec les préoccupations du comité et de son nouveau président, Philippe Thuner. Celui-ci, dans son avant-propos, a ainsi lancé un

appel à tous les hôteliers vaudois afin qu'ils s'engagent en politique. «La troisième branche économique du pays – et même la deuxième de notre canton – est très nettement sous-représentée, voire pas représentée du tout, dans les institutions politiques, si bien que la plupart des politiciens ignorent son importance», a écrit Philippe Thuner. Plus loin, Karlheinz Luky, le vice-président en charge des finances, a

relevé qu'Hôtellerie vaudoise envisageait, cette année, une «certaine refonte de la publication l'Infohôtellerie» afin de la rendre plus informative pour les personnes extérieures à la branche.

Quant à Jacques Pernet, vice-président en charge du tourisme et du marketing, il a déploré que l'opération «La nuit à petit prix», lancée l'année passée, n'ait pas rencontré le succès escompté. LM

## Pas d'hôteliers à Gastronomica?

Lausanne. Gastronomica, le salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de la cuisine qui se tiendra à Lausanne du 2 au 6 novembre ne comptera-t-il aucun stand tenu par des hôteliers? Il semble que non. Hôtellerie vaudoise déplore certes l'absence de la Société suisse des hôteliers, dont la raison exacte lui échappe, mais envisage tout de même de tenir un stand en collaboration avec l'Ecole hôtelière de Lausanne et Hotela. LM

## AUBERGES DE JEUNESSE / L'association a continué sur sa «bonne» lancée au début 2002

### «Un premier trimestre très satisfaisant»

«Après un résultat annuel 2001 positif, les Auberges de jeunesse suisses (AJS) peuvent également se considérer très satisfaites du bouclage du premier trimestre 2002.» Tel est le bilan dressé par l'association pour les trois premiers mois de l'année en cours. Le nombre des nuitées enregistrées dans les 62 établissements s'élève à 227 211 (+1,8%). Et cela, «malgré des conditions météorologiques fort difficiles: manque de neige dans diverses régions de montagne et temps très changeant au printemps».

#### UNE GESTION DES COÛTS EFFICACE

Quant au résultat d'exploitation des 47 auberges de jeunesse gérées pour le propre compte des AJS, il a pu être augmenté de 1,4%, à 8,35 millions de francs. «Le total du résultat dépasse même de 24% celui du budget», communiquent les Auberges de jeunesse suisses. Ces chiffres positifs seraient dus «à la hausse du produit d'exploitation et à une gestion des coûts efficaces».

En raison d'une clientèle très diversifiée (jeunes, familles, groupes ou écoles de Suisse et de l'étranger), les AJS n'ont par ailleurs pas eu à subir de répercussions des événements tragiques de l'an passé (attentats de New York, faille de Swissair, etc.). Au contraire, souligne l'association, «les hôtes suisses, qui ont tendance à passer davantage leurs vacances en Suisse, n'ont pas seulement compensé les baisses enregistrées sur les marchés d'outre-mer en 2001, mais ont également largement contribué à l'excellent résultat du premier trimestre 2002».

#### UNE ANNÉE 2001 «RÉJOISSANTE»

En ce début d'année, les Auberges de jeunesse suisses continuent donc sur leur lancée. Le rapport annuel qui vient de paraître le confirme: «2001 a été un exercice extrêmement réjouissant pour les Auberges de jeunesse suisses». Au total, les 62 établissements ont enregistré 868 135 nuitées (+6,6%).

«Ce résultat est d'autant plus réjouissant que le nombre de lits, en comparaison avec 2000, a diminué de 6295 à 6173 (-1,9%)», précisent les AJS qui ajoutent que 50% des hôtes venaient de Suisse. Quant aux hôtes étrangers, l'Allemagne se trouve en tête (14%), suivie des Etats-Unis (4%), du Japon, de l'Angleterre, de la France et de l'Espagne avec chacun 2%. Des clients qui ont de plus en plus tendance à réserver par le biais d'Internet. Jusqu'à 3000 sessions sont ouvertes chaque jour sous www.youthhostel.ch et un séjour sur dix est réservé en ligne. Le tirage des brochures a d'ailleurs diminué d'environ 30%. FG

## HÔTELLERIE VAUDOISE / Le nouveau président des hôteliers vaudois a lancé un vibrant plaidoyer en faveur de la fusion des sections dans des régions touristiques «cohérentes». LAURENT MISSBAUER

### «Il faut passer la vitesse supérieure pour réorganiser les sections»

C'est une «Hôtellerie vaudoise» – le nouveau nom de l'Association cantonale vaudoise des hôteliers – résolument tournée vers l'avenir qui a tenu, la semaine dernière, à Montreux, ses assises annuelles. Outre le fait que celles-ci ont été les premières à avoir été orchestrées par le nouveau président Philippe Thuner et par la nouvelle secrétaire générale Gisèle Merminod, en place depuis respectivement douze et quatre mois, Hôtellerie vaudoise est en effet appelée à mener à bien différents dossiers.

Un des plus importants sera d'accélérer le processus de fusion des différentes sections d'Hôtellerie vaudoise: «Une seule vraie fusion, celle de Vevey et de Montreux, a eu lieu pour l'instant, mais sans la section de Lavaux, restée sur le bas-côté», a déploré Philippe Thuner. Dans la région de La Côte et dans celle des Alpes vaudoises, un groupement de sections a déjà vu le jour, mais on ne peut pas encore véritablement parler de fusion.

#### LE «GRAND DÉFI» D'HÔTELLERIE VAUDOISE

«Il convient maintenant de passer la vitesse supérieure», a ajouté le président d'Hôtellerie vaudoise. «Lorsque notre association a décidé d'encourager fortement les sections à fusionner pour constituer des régions correspondant aux régions touristiques du canton, le but était que les hôteliers montrent l'exemple aux offices du tourisme. Que d'énergie gaspillée, que d'argent nécessaire à gérer et à administrer plutôt que de pouvoir investir sur les marchés pour remplir nos hôtels. Pour Hôtellerie vaudoise, la réorganisation des sections constituera le grand défi de ces prochaines années.»

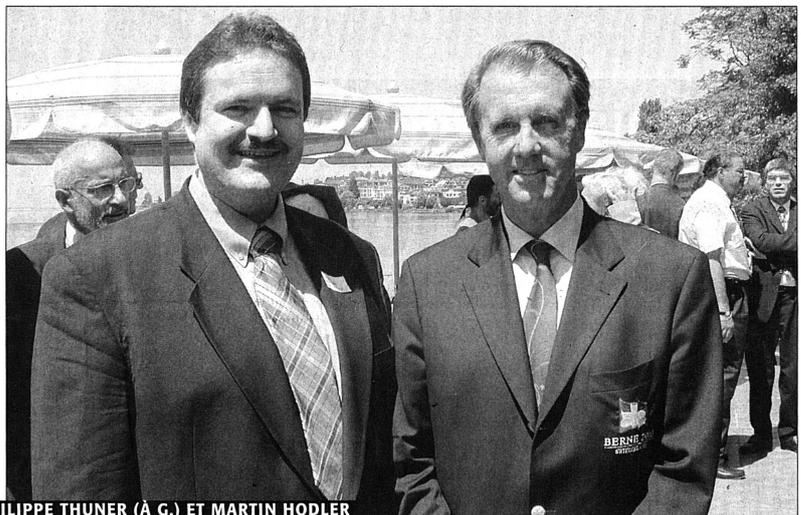
## NEUCHÂTEL / Un mois après l'ouverture de l'Expo.02, le directeur de l'Hôtel Palafitte, Antoine Chaumeron, dresse un bilan positif. Les hôtes sont satisfaits et le restaurant cartonne. JEAN-JACQUES ETHENOX

### L'expérience devrait être prolongée

«Nous montons en puissance et les chiffres atteignent nos prévisions. Le taux d'occupation oscille autour des 50%». Satisfait, Antoine Chaumeron, directeur de l'Hôtel Palafitte, le palace neuchâtelois d'Expo.02: l'établissement fait recette et la plupart des hôtes qui ne profitent généralement des installations sophistiquées du palace sur pilotes que pour une seule nuit, promettent de revenir.

Les quelques lacunes relevées par les premiers clients (des «mystery guests», en avril), notamment en matière de service, ont été corrigées par

Photo: Laurent Missbauer



PHILIPPE THUNER (À G.) ET MARTIN HODLER

Le nouveau président d'Hôtellerie vaudoise pose à côté du président de la candidature Berne 2010 qui a été longuement applaudi après l'exposé qu'il a présenté aux hôteliers vaudois.

En attendant cette réorganisation, on relèvera que les nuitées hôtelières vaudoises ont baissé, en 2001, de 0,8% par rapport à 2000. Les attentats du 11 septembre, la débâcle de Swissair et le ralentissement conjoncturel de plusieurs marchés ont été avancés pour expliquer ce recul et les perspectives pour 2002 sont pour le moins réservées. «La force du franc suisse a en effet renchéri nos prix de 10% pour les Européens», a encore relevé Philippe Thuner.

Tout n'est pas négatif cependant. L'Expo.02 devrait en effet permettre aux hôtels de plaines d'augmenter le nombre de leurs nuitées. Il en va de même avec Telecom 2003.

#### BERNE 2010 ET SES IMPULSIONS «POSITIVES»

A plus long terme, la candidature de Berne-Montreux pour les Jeux olympiques d'hiver de 2010 pourrait également avoir des retombées posi-

tives pour le canton de Vaud. Invité à s'exprimer au terme de l'assemblée générale d'Hôtellerie vaudoise, Martin Hodler, le président de la candidature de Berne-Montreux 2010, a su se montrer très convaincant. Au terme de son exposé au cours duquel il a notamment évoqué les «recettes garanties» de 900 millions de francs et les impulsions «positives» que les Jeux ne manqueraient pas d'avoir sur le tourisme et l'économie, il a été longuement applaudi.

#### UNE «TABLE» FORT PRISEE

C'est en effet une «table» fort prisée dans la région que celle du chef Yannick Lecoq. On s'y presse à tel point que, «très vite, nous avons dû refuser

du monde pour conserver des tables pour nos hôtes en hébergement. Aujourd'hui, les gens ont pris le réflexe de la réservation», précise Antoine Chaumeron.

Ces hôtes justement, toutes leurs réactions sont favorables. Ils sont étonnés tout d'abord par une réception ce se fait sans comptoir mais en fauteuil dans le lobby, avant que le client ne soit dirigé vers son pavillon en voiture électrique.

Ils sont ébahis ensuite par toute la technologie en place (passes à empreintes digitales, «touch pad» pilo-

tant toutes les installations des suites, etc.).

#### UNE EXPÉRIENCE PROLONGÉE

Quant à leur éventuel retour après l'exposition, il pourra très probablement se faire bien au-delà d'octobre 2003, date de fermeture prévue. «Des discussions en ce sens sont en cours. Si elles aboutissent nous devons repasser par le stade de la mise à l'enquête», conclut Antoine Chaumeron. Ce qui prolongera le délai d'exploitation.



**Enrichissez-vous en lisant:**

## Gagnez 10'000.- francs en espèces!

### Les nouvelles ont toujours la cote

Aimeriez-vous être au courant de ce qui se passe dans votre branche? Connaître les nouvelles, les tendances et les événements marquants? Vous informer des offres? Et apprendre ce que disent les leaders d'opinion? Il vous suffit de lire «l'hotel+tourismus revue» de la Société suisse des hôteliers: la plateforme d'information pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs.



Renvoyer de suite votre coupon «Gagnez et Profitez» dûment rempli.

Profitez de cette occasion unique! Pour ce faire,

- retournez le coupon ci-dessous
- appelez-nous au 031 370 42 22
- ou envoyez-nous un e-mail à [media@swisshotels.ch](mailto:media@swisshotels.ch)

### Semaine après semaine, des informations de première main

«L'hotel+tourismus revue» fait des recherches minutieuses et soulève des sujets qui vous permettront d'actualiser votre savoir. De plus, le journal offre le plus grand marché de l'emploi de la branche et de Suisse. Il contient également des cahiers supplémentaires comme le «Café-Bistro/Cafetier».

### Abonnez-vous de suite - au prix spécial unique!

#### ABO A L'ESSAI

10 numéros pour seulement Fr. 25.- (au lieu de Fr. 43.-)

#### ABO ANNUEL

51 numéros pour seulement Fr. 145.- (au lieu de Fr. 219.30)

Prix pour l'étranger sur demande.

### COUPON «GAGNEZ ET PROFITEZ»

- Je souhaite un abonnement à l'essai:  
Envoyez-moi les 10 nos de «l'hotel+tourismus revue» pour seulement Fr. 25.- (au lieu de Fr. 43.-).
- Je souhaite un abonnement annuel  
(51 nos) de «l'hotel+tourismus revue» pour seulement Fr. 145.- (au lieu de Fr. 219.30).

A renvoyer de suite pour prendre part au tirage au sort.

Nom/prénom \_\_\_\_\_

Entreprise \_\_\_\_\_

Rue/no \_\_\_\_\_

NPA/lieu \_\_\_\_\_

Téléphone (la journée) \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

- Je participe uniquement au tirage au sort.

Prière de découper et de retourner dûment rempli à l'adresse suivante:  
Société suisse des hôteliers, *hotel+tourismus revue*,  
Monbijoustrasse 130, case postale, CH-3001 Bern, fax: 031 370 42 23

Conditions de participation:  
Tout le monde peut participer au tirage au sort, à l'exception des collaborateurs de la Société suisse des hôteliers. Toute forme de correspondance est exclue, au même titre que le recours juridique.  
Le tirage au sort aura lieu le 30 décembre 2002.

Société suisse des hôteliers · *hotel+tourismus revue*  
Monbijoustrasse 130 · 3001 Bern · téléphone 031 370 42 22 · fax 031 370 42 23  
E-Mail [media@swisshotels.ch](mailto:media@swisshotels.ch) · [www.swisshotels.ch](http://www.swisshotels.ch)

# hotel+tourismus revue

## RANDONNÉES PÉDESTRES / François Perraudin publie un guide Pour découvrir le val de Bagnes

François Perraudin présente deux itinéraires: le tour des villages et le tour du val de Bagnes. Il décrit chaque étape, parle aussi du patrimoine naturel et humain rencontré en chemin. «Ce patrimoine est essentiel à mes yeux, car il donne sa réelle valeur à la randonnée en montagne», souligne l'auteur.

François Perraudin a choisi d'utiliser le concept «Octavius» de Gallimard et Zanardi Editrice: les pages du petit livre se

déplient pour donner de l'espace aux textes, aux photos et aux cartes; une fois replié, le guide se glisse dans une poche. Chaque étape comprend une carte topographique (1:50 000), un profil de marche, un descriptif de l'itinéraire et une présentation aussi bien par le texte que par l'image.

Le papier est spécialement développé pour ne pas se déchirer après de nombreux plis. Le concept Octavius est

applicable pour d'autres régions et on espère que cela se fera un jour. Prix du guide: vingt francs.

Ancien journaliste, François Perraudin est lui-même guide de montagne et photographe; il a aussi travaillé à Téléverbier. Fin connaisseur de sa région, il signe avec le peintre Arnould Oosthoek un ouvrage qui vient de paraître et qui s'intitule «Regard sur... Verbier et le val de Bagnes». DEM

## Des Français à Crans-Montana

**Thermalisme.** On croyait Aquamust né après onze ans d'attente. Le futur centre thermal de Crans-Montana sera géré, dès fin 2006, par le groupe Eurothermes déjà présent à Lavey-les-Bains. Les contrats ont été signés pour une durée de 25 ans. Aquamust sera ludique et orienté wellness. Outre les trois résidences prévues, le projet comporte aussi un hôtel pour lequel les promoteurs cherchent un opérateur professionnel. DEM

## VALAIS / Mise en route de Sion Région Tourisme Nouvelle destination

Les 21 sociétés de développement de Sion Région Tourisme se sont réunies, cette semaine, pour décider de la mise en route de la destination, suite à l'étude réalisée par Enrique Caballero. Premier acte: l'engagement d'un chef de projet pour une rapide mise en route de la centrale régionale. «Il est primordial que l'unité entre les partenaires demeure intacte et que personne ne reste au bord du chemin», déclare le

président de la Région Gilles Martin. Depuis sa création, Sion Région Tourisme regroupe déjà ses forces pour se tourner prioritairement vers le client. Une brochure régionale en quatre langues a été éditée, «grâce à la bonne collaboration de l'ensemble des partenaires. Ce document sera le pilier principal de notre promotion extérieure. Il pourra également servir de guide pour nos hôtes sur place.» DEM

VALAIS / Le canton tarde à entériner le texte réclamé par la loi

## Une politique du tourisme tant attendue

Valais Tourisme attend avec impatience la validation de la «Politique du tourisme», cet outil dont le canton est censé se doter, comme le stipule la loi de 1996. Un texte qui doit permettre à l'Etat et aux acteurs concernés d'orienter la branche pour les années à venir.

Les choses prennent du temps pour valider le projet dont la première mouture remonte à décembre 1999: le Conseil d'Etat a interrompu les travaux afin de pouvoir s'inspirer de l'étude qu'il avait commandée sur la valeur ajoutée. Publiés il y a juste une année, ses résultats prouvaient que le tourisme avait un effet multiplicateur pour toute l'économie valaisanne.

«La politique du tourisme est une vision qui doit orienter tout notre travail. J'espère que ce texte pourra être validé cette année encore», affirme Urs Zehnhäuser, directeur de Valais Tourisme. Il signale qu'une entrevue devrait avoir lieu bientôt avec le conseiller d'Etat Jean-René Fournier.

### UNE VISION QUI S'APPLIQUE DÉJÀ

Yvan Aymon, directeur adjoint, signale que l'organisation faitière travaille déjà avec le texte proposé. Un texte qui oriente «le tourisme valaisan dans le respect des exigences du développement durable». La Politique du tourisme est divisée en cinq domaines: économie, social, environnement, qualité et sécurité. «Chacun de ces chapitres introduit les lignes directrices de systèmes de management basés sur les normes ISO 9001 et 14001 et les principes du Total Quality Management», peut-on lire.

Le texte demande que la population indigène bénéficie pleinement des apports économiques de la branche (qui constitue un quart du PIB). Différentes mesures sont proposées, notamment dans le but d'améliorer encore la valeur ajoutée. Côté social, on vise deux objectifs: l'épanouissement de la population et le maintien des places de travail en zones montagneuses. L'environnement est reconnu comme étant le capital de la branche et tous les partenaires sont encouragés à mettre en place un Système de management environnemental. Au chapitre qualité, on lit que le Valais veut viser l'excellence, et cela passe par l'amélioration continue des prestations. Dernier point, la sécurité, qui demande la mise en place d'un système de management approprié.

Avec la nouvelle marque générique «Valais» (créée par les différents organismes faitiers de l'économie), on assiste donc à la maturation d'un premier fruit d'une politique, avant même que celle-ci soit validée par le Gouvernement... DEM

Le projet de Politique du tourisme peut être consulté sur le site [www.valais-excellence.ch](http://www.valais-excellence.ch), au chapitre présentant le projet.

AUTRICHE / Le tourisme autrichien a profité des 4es Jeux mondiaux du tourisme, qui se sont tenus la semaine dernière à Kaprun-Zell am See, pour présenter son offre de vacances sportives. MIROSLAW HALABA

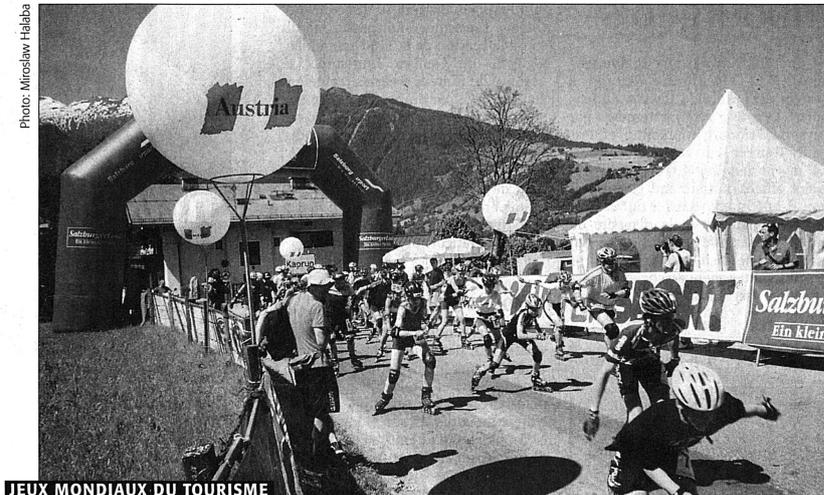
## Accent sur les activités sportives

Le tourisme autrichien et son porte-drapeau, l'Office national autrichien du tourisme (Österreich Werbung), ont de l'ambition et sont, de ce fait, très offensifs. On se souvient qu'en janvier, lors de l'Austrian Travel Business (ATB), pendant autrichien du Switzerland Travel Mart, le directeur général de Österreich Werbung, Arthur Oberascher, avait déclaré: «Notre objectif est de faire de l'Autriche la meilleure adresse pour des vacances de qualité et d'en faire la destination européenne numéro un.» L'offre touristique autrichienne se profile notamment au travers de ses produits «bien-être», de son tourisme d'affaires et de ses activités culturelles et sportives.

### UNE MANIFESTATION UNIQUE

C'est ce dernier segment que l'office national et ses partenaires ont mis en évidence en organisant la semaine dernière les 4es Jeux mondiaux du tourisme à Kaprun-Zell am See, dans la province de Salzbourg. Quatre cent quatre-vingts professionnels du tourisme et journalistes, représentant 33 nations, parmi lesquelles figurait la Suisse, ont pu tester l'offre d'activités sportives, tant estivales qu'hivernales, de la région. La plupart d'entre eux étant des décideurs, les impressions qu'ils ont recueillies peuvent avoir un effet multiplicateur notable.

Cette manifestation unique a aussi permis à l'Office national autrichien du tourisme de se présenter. «Elle a montré que nous sommes actifs et que nous avons des idées», a indiqué la responsable de l'antenne suisse à Zurich, Carmen Breuss. A noter aussi que ces jeux ont donné un coup de pouce à une région qui avait été durement éprouvée par l'accident du funiculaire du Kitzsteinhorn qui avait fait 156 vic-



JEUX MONDIAUX DU TOURISME

Les participants ont pu tester l'offre de vacances sportives à Kaprun-Zell am See.

times en novembre 2000. En mettant désormais aussi l'accent sur les activités sportives (randonnées pédestres, cyclotourisme, golf et sports hivernaux en particulier), le tourisme autrichien met en évidence une offre dont l'abondance est reconnue.

### UNE DESTINATION POUR LES SPORTIFS

Ainsi, une étude a montré que l'Autriche est considérée par la clientèle allemande (premier marché avec 45,9% des 52,8 millions de nuitées de l'année 2001) comme la destination numéro un pour les vacances sportives esti-

vales et hivernales. «D'autre part, a dit la semaine dernière Arthur Oberascher, 7% des vacanciers européens font des voyages à but sportif et 41% de ceux qui viennent en Autriche font des vacances sportives.»

Pour le reste, le tourisme autrichien est optimiste pour la saison estivale. «Nous prévoyons une hausse du chiffre d'affaires de 3%», souligne Carmen Breuss. L'été 2002 est, bien entendu, placé sous le signe de l'Année internationale de la montagne, mais aussi sous le signe de l'eau. Une grande campagne de promotion a en effet été lancée pour promouvoir toutes les activités de loisirs liées à l'eau, comme le wellness,

un segment où l'Autriche est particulièrement bien placée.

### Succès suisses

Quatre cent quatre-vingts professionnels du tourisme, représentant 33 nations, ont participé aux 4es Jeux mondiaux du tourisme la semaine dernière à Kaprun-Zell am See (Autriche). Parmi eux, 35 Suisses qui se sont distingués par leurs performances. Ils ont en effet remporté 21 médailles, soit 9 d'or, 4 d'argent et 8 de bronze. Neuf disciplines étaient inscrites au programme. MH

VALAIS TOURISME / Lors de son assemblée générale, la semaine dernière, l'association touristique a notamment évoqué ses moyens financiers qu'elle a qualifiés de «trop faibles». DANIELLE EMERY MAYOR

## Faute d'argent, pas de campagnes!

Valais Tourisme ne s'adresse jamais, ou presque, à Monsieur et Madame Tout-le-monde pour les inciter à passer leurs vacances en terre valaisanne. «Nous sommes complètement absents en Suisse au niveau du grand public», avoue Yvan Aymon, directeur adjoint de l'association faitière. «Nous travaillons beaucoup avec les médias et surtout avec les tours-opérateurs, en fait nous travaillons presque exclusivement avec des multiplicateurs.» La faute au manque de moyens financiers, comme l'écrit le député et acteur touristique Enrique Caballero: «Valais Tourisme ne dispose que d'un budget d'environ 5,5 millions de francs avec quelques 14 millions de nuitées et 140

sociétés de développement affiliées». De son côté, le canton de Vaud dispose de 6,5 millions de francs pour 5 millions de nuitées et une quarantaine de sociétés affiliées. Si on prend le Tirol du Sud (T), son budget dépasse les 14 millions de francs, soit presque trois fois plus que Valais Tourisme, pour trois fois moins de nuitées!

### UNE TAXE DE PROMOTION TOURISTIQUE

La loi sur le tourisme de 1996 a permis aux communes qui le désirent de prélever une taxe de promotion touristique auprès de tous ceux qui bénéficient des retombées économiques de

la branche. Mais toutes les communes ne l'ont pas fait. Et l'application des différents règlements ne semble pas être idéale. Avec la taxe de promotion touristique, les inégalités entre hébergeurs avaient été réduites puisqu'ils ne sont plus les seuls à financer le marketing. Mais tout n'est pas encore parfait. «Ainsi, affirme Enrique Caballero, un propriétaire de résidence secondaire qui ne met pas en location son logement n'est pas assujéti, comparativement à celui qui loue son bien immobilier et qui, par conséquent, rend service aux différents acteurs économiques de la station.»

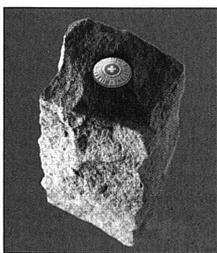
L'étude sur la valeur ajoutée a permis de constater que toute l'économie

valaisanne tire profit du tourisme. Pourtant, remarque Enrique Caballero, l'Etat du Valais n'investit que 0,04% de la valeur ajoutée brute du tourisme. Et puis il subsiste des inégalités entre plaine et montagne par exemple: un hypermarché en plaine ne paye pas cette taxe, alors même qu'il est un concurrent direct du petit commerce en station qui, lui, finance la promotion touristique.

Le Groupe Tourisme demande donc au Conseil d'Etat de se pencher rapidement sur la procédure adéquate pour aboutir à la modification de la loi de 1996 et permettre au Valais de pouvoir faire une promotion touristique d'une plus grande envergure.

## MILESTONE 2002 / Prix du tourisme suisse Nouveaux candidats

Deux nouvelles candidatures pour le Prix du tourisme suisse «Milestone 2002» ont été adressées aux organisateurs. La première émane de l'Ecole fédérale de sport de Macolin qui présente son nouveau module de formation «sport et tourisme». La seconde provient de l'Ecole de tourisme de Zurich qui propose un projet de promotion du tourisme pour les handicapés. Dépôt des candidatures: 31 juillet. **MH**



## VILLARS / Nouvelle équipe à la tête de l'OT Présidence collégiale

Comme nous le laissons entendre lors de l'annonce de la nomination du Veveysan Patrick Henry à la tête de l'Office du tourisme de Villars, c'est un comité directeur qui remplacera le président Didier Marlier. Ce dernier a décidé de mettre un terme volontaire à son mandat. La semaine dernière, l'assemblée générale de l'OT a entériné ce choix. Ainsi, en septembre, lorsqu'il remplacera Yves Defalque à

la tête de l'OT, Patrick Henry travaillera en collaboration avec une présidence collégiale composée du syndic et responsable du tourisme, Michel Dätwyler, représentant la Municipalité, de Dominique Dietrich (Eurotel Victoria), président des hôteliers de la station, de Jérôme de Meyer (qui fut président de l'OT jusqu'en 1996), représentant les écoles privées et de Pierre Besson, directeur des remontées mécaniques. **JJE**

## MONTREUX / Un plateau «à 100 millions de dollars» Plus de 120 voitures

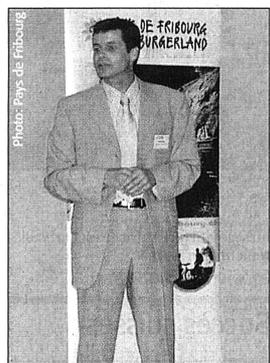
Montreux sera le théâtre ce week-end d'une rétrospective des grands-prix qui ont eu lieu sur la Riviera à partir de 1934. «Plus de 120 voitures, dont de nombreuses Ferrari, valant au total 100 millions de dollars seront présentes. De façon statique le samedi et en démonstration le dimanche sur un circuit de 2,6 km qui empruntera notamment les quais de Montreux», ont indiqué les organisateurs. **LM**



ZURICH / L'UFT et Fribourg Tourisme se sont présentés sur les rives de la Limmat

## Avec douze partenaires fribourgeois

Le premier «Workshop Freiburgerland» s'est récemment déroulé à Zurich, au Lake Side Casino Zürichhorn. Organisé conjointement par Pays de Fribourg Marketing et Fribourg Tourisme, il a réuni une douzaine de partenaires fribourgeois (régions, offices du tourisme, Forum Fribourg, hôtels, etc.) dans le but de présenter la richesse et la diversité de l'offre touristique fribourgeoise en matière de tourisme d'affaires auprès des différentes agences, sociétés et associations organisatrices de congrès,



Erich Bapst, responsable du marketing du Pays de Fribourg, lors du récent «Workshop Freiburgerland» de Zurich.

de séminaires et d'événements des rives de la Limmat.

Erich Bapst et Christophe Renevey, tous deux du département marketing de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT)-Pays de Fribourg, et Eva Hasselgren, du département marketing de Fribourg Tourisme, l'Office du tourisme de la ville de Fribourg et de ses environs, ont été les principaux interlocuteurs présents à ce premier «Workshop Freiburgerland» qui a notamment réuni ateliers de travail, concours, cocktail et vaches de la Poya des artistes du Resto-roule de la Gruyère. Cette opération devrait très probablement être reconduite en 2003. **JS**

## MÉLI-MÉLO

Nyon reçoit Nyons. Le comité d'organisation du jumelage Nyon-Nyons célébrera officiellement ce week-end le mariage entre la ville vaudoise de Nyon et la ville française de Nyons dans la Drôme. Afin de recevoir les délégués nyonnais de la «meilleure façon qui soit», Nyon Région Tourisme, la municipalité de Nyon et l'Association Nyon-Nyons organiseront à cette occasion une «grande fête» dans toute la ville. **LM**

GENÈVE TOURISME / L'année 2001 a été marquée par un recul des nuitées de 1,4%. L'avenir s'annonce toutefois meilleur. **LAURENT MISSBAUER**

## Croissance en vue pour 2003

C'est un message résolument positif que François Bryand, le directeur de Genève Tourisme, a fait passer mardi soir à l'occasion de la 118e assemblée générale de Genève Tourisme. Le nombre de nuitées à certes reculé en 2001 de 1,4% par rapport à 2000, mais la progression avait été de 1,9% jusqu'à fin août, soit avant les attentats du 11 septembre. «Aujourd'hui, les perspectives pour 2002 peuvent être qualifiées de bonnes. En effet, malgré un premier trimestre difficile, la tendance s'est inversée dès le mois d'avril», a annoncé François Bryand.

### L'AVENIR S'ANNONCE SOUS DE BONS AUSPICES

Et cette tendance devrait se poursuivre: «Le deuxième trimestre, particulièrement intense sur le plan des congrès, devrait rétablir l'équilibre et nous faire retrouver une croissance régulière au cours du second semestre. Notre objectif d'atteindre 2,5 millions de nuitées en 2003, contre 2,3 millions en 2001, reste donc parfaitement d'actualité», a ajouté le directeur de Genève Tourisme.

S'agissant de l'avenir, celui-ci s'annonce sous de bons auspices. L'année 2003 ne sera en effet pas seulement «une année Telecom» – que le conseiller d'Etat Carlo Lamproch a qualifié mardi soir de Jeux olympiques des télécommunications – mais sera

Photo: Genève Tourisme/Pierre-Alain Champod



### LE JARDIN ANGLAIS DE GENÈVE

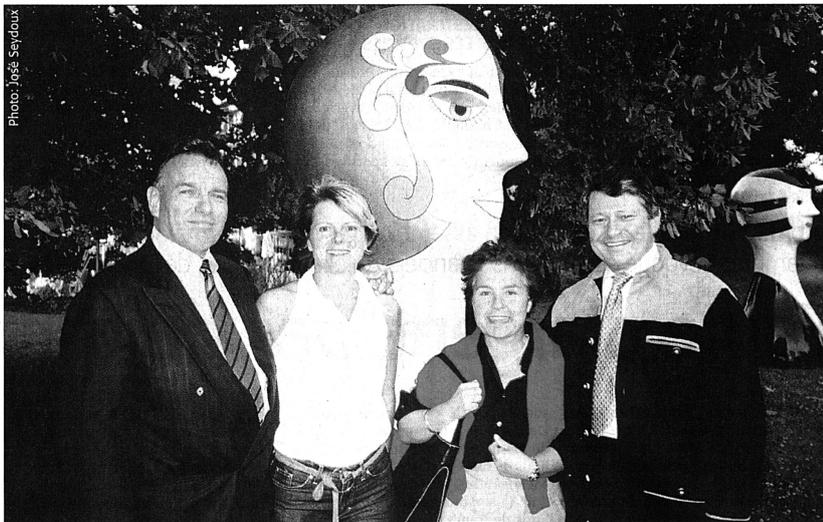
Deux congrès mondiaux qui se dérouleront en 2007 sont d'ores et déjà acquis.

également le théâtre du Sommet mondial de la Société de l'information. «Les années 2004 et 2005 seront aussi très riches en grandes réunions et deux congrès mondiaux sont d'ores et déjà acquis pour 2007», a conclu François Bryand.

### LES FÊTES DE GENÈVE ET LEUR NOTE LUDIQUE

Christian Rey, président de Genève Tourisme, s'est lui aussi déclaré

confiant: «Fondamentalement, l'être humain n'a pas changé de tout au tout. Son désir et son besoin de voyages, de rencontres et de visites culturelles demeure. Il continuera donc à se déplacer à l'avenir dans des lieux sécurisés, stables, attractifs et intellectuellement enrichissants comme Genève, sans oublier la note ludique. Une note que notre ville offre avec les Fêtes de Genève qui ont émerveillé près de deux millions de spectateurs l'an passé.»



Des «stamm-chapters» AEHL à l'Expo.02. On sait l'importance et la vitalité de l'Association des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) qui forme un réseau de 5000 membres dans une centaine de pays. Cette activité passe en particulier par les 64 Stamm-chapters de l'Association, relatée quatre fois l'an par la revue «Ehlan» et on line sur les sites Internet [www.aehl.ch](http://www.aehl.ch), [www.aehl.org](http://www.aehl.org) ou [www.aehl.net](http://www.aehl.net). La Suisse compte 15 organisations de ce type qui ont à cœur de mettre sur pied diverses réunions et autres manifestations mensuelles ou en tout cas trimestrielles. Dernier exemple en date, la réunion inter-stamm Fribourg-Valais, dans le cadre de l'Expo.02, qui a permis aux Anciens de visiter l'artefact de Morat pour terminer la soirée en beauté par un repas à la Pinte de Meyriez. Sur notre photo prise dans les jardins du Vieux-Manoir à Meyriez, on reconnaît, de gauche à droite, Alexandre Scheuchzer, ancien président fondateur du Stamm de Fribourg, Jacqueline Rostand, «stamm lady» de Fribourg, Elisabeth Pasquier, «stamm lady» du Valais, et Gilbert Montani, l'hôtelier moratois, également ancien «stammvater» de Fribourg. **JS**

## D'UNE LANGUE À L'AUTRE

La Suisse touristique et ses paysages. La Suisse touristique doit beaucoup à ses paysages. On estime en effet que leur utilité pour le tourisme est de 2,5 milliards de francs par an. Ce chiffre a été dévoilé la semaine dernière lors d'une manifestation de deux jours organisée à Wildhaus (SG) par le Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), l'Office fédéral de l'environnement, des forêts et du paysage et Suisse Tourisme sur le thème «Tourisme très nature». **Page 5**

La Cervin «censuré». Une enquête a révélé que seulement 20% des personnes sondées se souvenaient, trois jours après la fin de la campagne, de la photo du Cervin que Zermatt Tourisme avait placardé pendant deux semaines en automne à Berne. Et sur ces 20%, seuls 38% savaient que cette affiche souhaitait promouvoir le tourisme à Zermatt. Tirant la leçon de cette enquête, la nouvelle campagne de Zermatt Tourisme proposera une photo où le Cervin sera masqué par un post-it sur lequel il est inscrit «censuré». **Page 7**

Les vainqueurs de la campagne d'automne. Suisse Tourisme a enfin fait connaître les prestataires qui ont su faire passer le message «bienvenus en automne» dans les catégories suivantes: office du tourisme (OT), hôtels, restaurants et remontées mécaniques. Les vainqueurs ont été l'OT de Lenzerheide-Valbella (GR), l'Hôtel Sunstar à Wengen (BE), le restaurant de l'Hôtel Rothorn à Visperterminen (VS) et les remontées mécaniques de Grächen (VS). On relèvera que l'OT Lenzerheide-Valbella avait organisé une chasse à la noix d'or. Celle-ci cachée aussi bien en pleine nature, que sous l'oreiller de la chambre d'hôtel ou dans un magasin de sport, permettait de gagner des vermicelles ou une nuit d'hôtel si elle était découverte. **Page 10**

## IMPRESSUM

### h+ hotel + tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers SSH, Montbrioustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Responsable des médias SSH: Niklaus Studer.

Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD), Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halaba (MH), Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM), Francis Grangier (FG), secrétaire de rédaction.

Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Wevey, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais, Henri Jeanneret (HJ), Neuchâtel, José Seydoux (JS), Fribourg, Pierre Thomas (PT), Lausanne, Nicolas Merckling (NM), Genève.

Editeur: ImSibel (Chiffre d'édition), Markus Marchel (Chef de vente).

Abonnements: Nadine Blum, Anne-Lisa Casulius, Annonces: Andes Jakob, Marc Moser.

Publicité: Markus Marchel (Chef de vente), Roger Stamm.

Administration: Patrick Stäbler.

Impression: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Berne.

Tirage: 11'198 Ex. contrôlés REMP, 22'000 Ex. imprimés.

Prix de vente: (TVA inclus).

Vente au numéro Fr. 4.50; Abonnement 1 an Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Montbrioustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Rédaction: (lettres de lecteurs, les gens, etc.)

Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: [h+@swiss-hotels.ch](mailto:h+@swiss-hotels.ch)

Abonnements: Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: [meda@swiss-hotels.ch](mailto:meda@swiss-hotels.ch)

Annonces: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: [marcmoser@swiss-hotels.ch](mailto:marcmoser@swiss-hotels.ch)

Publicité: Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: [patrick.staebler@swiss-hotels.ch](mailto:patrick.staebler@swiss-hotels.ch)

Internet: [www.swiss-hotels.ch](http://www.swiss-hotels.ch)

# stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

## Strozzi's Più - Paradeplatz - Zürich

Strozzi's Più öffnet am 1. Oktober 2002 seine Tore an exklusivster Lage in den alten Schalterhallen der Credit Suisse zwischen Paradeplatz und Bahnhofstrasse in Zürich.

In urban gestaltetem Ambiente mit kosmopolitischem Anspruch wird hier eine neue moderne Art der Esskultur und des Seins gelebt. Restaurant, Lichthof, Bar/Lounge und Boulevard bilden das aussergewöhnliche Raumangebot. Asiatische und mediterrane Einflüsse prägen das hochstehende Foodkonzept.

Wir suchen per 15. September 2002

<b>Bartender</b> w/m	<b>Chef de Service</b> w/m Servicemitarbeiter w/m Betriebsassistent w/m	<b>Koch</b> w/m Thai-Koch w/m
-------------------------	--	--

Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:  
Restaurant Strozzi's AG, U. Strozzege, Münchhaldenstrasse 19, 8008 Zürich,  
www.strozzi.ch, strozzi@strozzi.ch



Für unser 4\*-Hotel vor den Toren Luzerns suchen wir nach Über-einkunft einen

### Küchenchef

Wir bieten Ihnen eine interessante Position, bei der Sie die Verantwortung über unser Tagesrestaurant, ein französisches Restaurant, Catering und unsere Banketräume tragen.

Sie sind belastbar, qualitätsorientiert, motivieren Ihre Mitarbeiter und haben Freude an der Lehrlingsausbildung.

Wenn Sie sich für diese Herausforderung angesprochen fühlen und an einem langfristigen Arbeitsverhältnis interessiert sind, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Zuschriften unter Chiffre C 185-18530, an Publicitas AG, Postfach 991, 6371 Stans

149777/382708



## METROPOLE HOTEL

★★★★  
INTERLAKEN

Das Hotel Metropole in Interlaken ist ein modernes 4-Sterne-Hotel SHV mit 93 Zimmern, 2 Suiten und 162 Betten, einem Seminar- und Bankettbereich, dem Spezialitätenrestaurant Bellini, dem Panoramarestaurant Top o'Met, einem Speisesaal, der Metro-Bar, der Diskothek Black & White, einem Hallenbad mit Sauna und Massagebereich sowie einer Shopping Gallery.

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

### PersonalleiterIn

Die berufliche Herausforderung für BewerberInnen, die über Interesse, das Durchhaltevermögen, einen festen Willen sowie die nötige Portion Enthusiasmus verfügen. Umfangreiches Tätigkeitsfeld in der allgemeinen Personaladministration und im kaufmännischen Bereich.

Das Metropole-Hotel beschäftigt permanent ca. 100 und während der Sommersaison ca. 115 Mitarbeiter.

Selbständiges, genaues und gewissenhaftes Arbeiten ist eine absolute Grundvoraussetzung. Ein gutes Zahlenverständnis, logisches Denken, Organisationsfähigkeit und menschliche Kompetenz sowie die Eigenschaft, komplexe Zusammenhänge zu verstehen, sollte vorhanden sein. Diskretion und Loyalität stellt für Sie eine Selbstverständlichkeit dar.

Sie arbeiten gerne in einer internationalen Equipe und sind auch Erneuerungen gegenüber aufgeschlossen. Gute Fremdsprachenkenntnisse in Englisch und Grundkenntnisse in Französisch, gute EDV-Kenntnisse in Access 8.0, Word 97 und Excel 97 und Internet bringen Sie mit. Eine kaufmännische Ausbildung ist von Vorteil, aber keine Bedingung. Sie sollten über 25 Jahre sein und bereits berufliche Erfahrung in der Personaladministration sowie Kenntnisse im Arbeitsrecht haben.

Wenn Sie bereit sind, sich nach gründlicher Einarbeitung längerfristig zu engagieren, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme via e-mail oder die Zusendung Ihrer kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Ein detailliertes Anforderungsprofil finden Sie unter dem Link Jobbörse auf unserer Homepage. Für weitere Informationen steht Ihnen gerne Herr Steffen Bischoff zur Verfügung.

Hotel Metropole AG  
Höhweg 37 - CH - 3800 Interlaken  
www.metropole-interlaken.ch  
personal@metropole-interlaken.ch

149706/16454



DER KULTUR GEWINDET

## UNSER UND IHR ZIEL: ZUFRIEDENE GÄSTE, DIE GERNE WIEDER KOMMEN.

Wir suchen für unsere weltgewandten Gäste

### RESERVATIONSMITARBEITERIN

Sie verkaufen aktiv und kompetent unsere Hotelzimmer, verarbeiten und bestätigen diese mit Hilfe des Fidelio Front Office und Word. Sie verstehen es, das PALACE LUZERN gegen aussen zu repräsentieren und vermitteln unsere Philosophie «Der Gast im Mittelpunkt».

Diese Position setzt sehr gute Sprachkenntnisse (D, F, E), Erfahrung an einer Hotelreception, gute Umgangsformen sowie Freude an Verkaufsförderung voraus.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns auf Ihr Schreiben!

Für weitere Fragen steht Ihnen Frau Ester Unruh, Personalchefin, Telefon direkt 041 416 10 04, gerne zur Verfügung.

DAS FÜHRENDE 5-STERNHOTEL AM VERWALDSTÄTTERSEE:  
3 RESTAURANTS, BAR, KONFERENZRAUME,  
168 ZIMMER

# PALACE LUZERN

★★★★★

6002 LUZERN · HALDENSTRASSE 10 · PERSONALBÜRO TEL. +41 41 416 10 04  
e.unruh@palace-luzern.ch · www.palace-luzern.com

AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEM BESITZ:  
VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA · INTERLAKEN

149313/23159

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.

## Koch (m/w) 100%

Mit Ihrer abgeschlossenen Berufslehre sowie einigen Jahren Berufserfahrung sind Sie Koch mit Liebe und Begeisterung. Wie war's mit einer neuen Herausforderung? In unserem Personalrestaurant Post in Bern mit täglich ca. 500 Mittagessen sind Sie für die Angebotsplanung, die Produktion, das Bestellwesen, die Rezeptierung und die Kalkulation mitverantwortlich. Ausserdem kümmern Sie sich um die Einhaltung der Qualitätsvorgaben sowie der Hygienevorschriften und vertreten bei Bedarf den Küchenchef.

Selbständigkeit, Organisationstalent, Kreativität und unternehmerisches Denken gehören zu Ihren Stärken. Dank Ihrer EDV Kenntnisse bereiten Ihnen sowohl allf. administrative Arbeiten als auch die Rezeptierungen am PC keine Probleme.

Die Stelle möchten wir per sofort oder nach Vereinbarung besetzen. Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit, Arbeitszeiten von ca. 6.30 - 16.00 Uhr (Mo - Fr), Weiterbildungsmöglichkeiten, ein 13. Monatsgehalt ab erstem Tag plus 5 Wochen Ferien.

Möchten Sie unsere Begeisterung mit uns teilen? Dann zögern Sie nicht - senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: SV-Service AG, Personalrestaurant Post, Frau Liselotte Kaderli, Engehaldenstr. 35, 3012 Bern, Telefon 031 338 86 13.

Weitere Stellen unter: www.sv-group.com

# SV

service

## Pächter Pächter(ehe)paar

Wir möchten unser an einmaliger Lage auf Passhöhe (2200 m) gelegenes



Hotel Bernina Hospiz an engagierte Gastronomen verpachten. Das Hotel wurde gründlich renoviert. Wir bieten faire und interessante Pachtbedingungen. Eine sehr gute Gelegenheit für ein einsetzungsfreudiges Ehepaar vom Hotelfach gut zu verdienen. Pachtbeginn: Winter 2002 Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, die selbstverständlich vertraulich behandelt werden, an:

BATTAGLIA + CO.  
7742 Poschiavo (GR)

149590/390041

INHALT: Kader 2-4 / Tourismus 5 / Deutsche Schweiz 5-10 / Svizzera Italiana / International 11 / HRC / Image / Stellengesuche 14 ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr  
SOMMAIRE: Suisse romande 11 / Demandes d'emploi 14 / Marché de l'emploi 14 DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by JOBS AND MORE

Die Zukunft mit Ihnen in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich  
Fon 01 225 80 90

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



Wir bringen Ihre Karriere auf Kurs  
www.horega.ch

## Der direkte Link zum Arbeitsmarkt



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

# GastroJob



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.

## AUGUST

PIZZERIA · BAR · HOTEL

Bahnhofstrasse 14  
6110 Wollhusen  
www.pizzeria-august.ch

Italienische Küche, Pizza, Pasta,  
ein reichhaltiges Antipasti- und Salatbuffet  
und über 100 Weine –  
ein Stück Italien in Wollhusen.

Wir suchen eine gewinnende Persönlichkeit als

## Geschäftsführer (w/m)

Was Sie mitbringen:

- fundierte gastgewerbliche Ausbildung
- Freude, einen Betrieb selbstständig zu führen, unternehmerisches Denken
- die Fähigkeit, ein Team zu begeistern
- Durchsetzungsvermögen, Dynamik und Belastbarkeit
- Liebe zur italienischen Gastfreundschaft, zu gutem Essen und Trinken

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung.

Karl Dübendorfer, Remimag Gastronomie AG  
Buzibachweg 3, 6023 Rothenburg  
Telefon 041 289 02 13  
karl.duebendorfer@remimag.ch, www.remimag.ch

## Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

htr

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



www.paukleezentrum.ch

Das Paul Klee-Zentrum sucht einen Mieter Gastronomie

Das neue Paul Klee-Zentrum wird – von renommierten Architekten Renzo Piano gebaut – von 2005 an ein neues kulturelles und touristisches Highlight in Bern sein. Mit der einmaligen Kunstsammlung, erstklassigen Ausstellungen, einem Kindermuseum, einem Konzert- und Vortragssaal sowie vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten entlang der Museumsstrasse. Teil dieses Gesamterlebnisses wird auch eine aussergewöhnliche Gastronomie sein. Für dieses Ziel wird die Miete der Gastronomie von der Maurice E. and Martha Müller Foundation als Bauherrin ausgeschrieben. Das Konzept sieht ein Restaurant mit Bar/Lounge als gastronomischem Treffpunkt, ein Museumscafé und verschiedene Räume für Tagungen, Anlässe und Bankette vor. Die Vermietung findet bevorzugterweise auf der Basis einer Rohbaumiete statt und erfordert ein entsprechendes finanzielles Engagement. Gesucht sind Interessenten, welche die Begeisterung für eine einmalige Verbindung von Gastronomie und Kultur mitbringen.

Nähere Unterlagen erhalten Sie beim Beauftragten für die Mietersuche: Martin Volkart, Beratung – Begleitung – Projekte, Loretostrasse 17, 4500 Solothurn, Telefon 032 621 80 36, Telefax 032 621 890 39.

## 5\*-CHANCE IN 3\*-HOTEL

für ein gleichermassen sympathisches wie kompetentes

## • Geschäftsführer-Paar

**Sie:** eine charmante Frontfrau, u.a. mit Erfahrung in den Bereichen Réception und Administration.

**Er:** fachlich versierter, kreativer Küchenchef, Führungserfahrungen und mit Sinn für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge.

Zusammen leiten Sie das wunderschön, direkt am kleinen See gelegene, gepflegte und gut ausgelastete 26-Zimmer-Hotel im Bündnerland. Neben Ihren täglichen fachlichen Aufgaben pflegen Sie den Kontakt zu den zahlreichen Stammgästen und Passanten und - durch Marketing-Massnahmen - auch zu potentiellen neuen Gästegruppen.

Wenn Sie diese attraktive Aufgabe anpacken möchten, nehmen wir gerne Ihre Unterlagen entgegen.



14977146183

www.gastrouisse-jobservice.ch

GASTROUISSE  
JOB SERVICE

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

## IHRE CHANCE

Bekannter Landgasthof, idyllisch gelegen im Herzen der Zentralschweiz im Kanton Zug, wartet auf einen

## Pächter / Geranten

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie Ihre Bewerbung an:

HOREKA AG, Föhrenweg 23  
6405 Immensee, Zentralschweiz  
149888/418772



## Mission:

Wir verwöhnen Menschen mit jedem Produkt, jeder Geste und jedem Detail.

- GeschäftsführerIn
- AbteilungsleiterIn
- TeamleiterIn

- Ich liebe den Umgang mit Menschen und habe Spass GastgeberIn zu sein.
- Ich habe das Talent, Kundenwünsche zu erkennen und darauf einzugehen.
- Gerne möchte ich für ein Unternehmen arbeiten, welches mein Potenzial schätzt, mich fördert und mir Möglichkeiten zur internen Weiterbildung bietet.
- Teamwork heisst, sich gegenseitig zu unterstützen, um Gästen und Kunden das Beste zu bieten.
- Ich mag es, täglich gefördert zu werden und messe mich stets an den Besten.
- Mir liegt viel daran, meinen persönlichen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens zu leisten.

Haben Sie alle Punkte mit Ja beantworten können? Dann schlage ich vor, dass Sie uns baldmöglichst Ihre vollständigen Unterlagen schicken!

Eva Bertoli  
Mövenpick Gastronomie Schweiz AG  
Zürichstrasse 106, 8134 Adliswil  
Tel: 01 712 24 23  
eva.bertoli@moevenpick.com



Mehr über Mövenpick Gastronomy International unter [www.moevenpick.com](http://www.moevenpick.com)

## hotel staff

human resources management

Die Personaldienstleistung mit den drei Grundlagen: Flexibilität - Mobilität - Rentabilität  
«Die geeignete Person zum richtigen Zeitpunkt im treffenden Umfeld»

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams eine unternehmerisch denkende

## PersonalberaterIn

Integration - Fachkenntnisse - Engagemant - Leadership-Qualitäten

... sind Stichwörter, mit denen Sie sich identifizieren. Berufserfahrung in Hotellerie oder Gastronomie haben Sie nach abgeschlossener Aus- und Weiterbildung erworben. EDV- und Kommunikationswendigkeit sowie eine rasche Auffassungsgabe sind für Sie selbstverständlich. Ihr Idealalter ist zwischen 24 und 32.

Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle, entwicklungs- und selbstständige Aufgabe an einem modernen Arbeitsplatz, welche Freude und Beteiligung voraussetzt.

hotelstaff ist eine erfolgsorientierte und solide Unternehmung, welche Mandate für Kaderselektionen, Feststellenvermittlung, Try&Hire sowie Zeitarbeit betreut und mit den verschiedensten Unternehmen im In- und Ausland verhandelt. Für Sie die Herausforderung, in der Sie Ihre Stärken unter Beweis stellen.

Für weitere Fragen stehe ich Ihnen persönlich zur Verfügung. Diskretion gegenüber dem jetzigen Arbeitgeber und Dritten ist garantiert. Ihr Kurt Oehrl

Personaldienstleistungen  
für Hotellerie, Gastronomie,  
Tourismus, Catering und Events

Lintheschergasse 3 8023 Zürich 1  
Telefon 01/201 24 66  
Internet 01 229 90 00  
E-Mail www.hotelstaff.com  
Kurt.Oehrl@hotelstaff.ch

human resources  
management

www.hotelstaff.com

## hotel staff

Kurt.Oehrl@hotelstaff.ch

Personaldienstleistungen  
für Hotellerie, Gastronomie  
Catering und Events  
Lintheschergasse 3  
8023 Zürich 1  
Tel 01 229 90 00  
Fax 01 229 90 01

## Über Marketing und Dumping.

htr

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

## New Challenge

Personalberatung &amp; Vermittlung

Für Kader- und Fachstellen in  
bestausgewiesene Hotel- und  
Gastronomie-Betriebe.

Gabriela Weber  
Telefon 01/201 24 66  
Seestrasse 160, 8002 Zürich  
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch

## hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



Schweizer Hotelier-Verain

Hoteljob Personalberatung  
Montbijoustrasse 130 Telefon 031 370 43 33  
Postfach, CH-2001 Bern Telefax 031 370 43 34  
http://www.hoteljob.ch  
e-mail: hoteljob.be@swiss-hotels.ch



## verwöhnen sie gerne gäste?

Das \*\*\*\*-Kurhotel Valens ist ein moderner und vielseitiger Betrieb, welcher eng mit der Klinik Valens verbunden ist. Wir brauchen Verstärkung für die Betreuung unserer Gäste und suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Assistenten/-in Serviceleitung (100%)

Ihre Hauptaufgaben:

- Verantwortung für geordneten Ablauf im Hotelpiscesaal
- Bankettorganisation
- Verantwortung für die fachgerechte Mise en place
- fachliche Anleitung des zugewiesenen Servicepersonals
- aktive Mitarbeit im Hotelpiscesaal und Restaurant

Ihr Profil:

- mind. 25 Jahre jung, flexibel und dynamisch
- abgeschlossene Berufslehre GAFA oder SEFA
- 2-3 Jahre Berufspraxis
- Freude am Beruf und Umgang mit Menschen
- routiniert im A-la-carte-Service
- Sinn für Teamarbeit

Sind Sie interessiert und wollen weitere Auskünfte? Dann richten Sie Ihre Anfragen bitte an Frau Elisabeth Hérve, Chef de Service, Tel. 081 303 16 04.

Ihre schriftliche Bewerbung schicken Sie an:



KURHOTEL VALENS

# valens

kurhotel valens, herr giordano mancinelli, personalabteilung, 7310 valens e-mail: g.mancinelli@klinik-valens.ch tel 081 303 11 24

## Lindner Hotels & Alpentherme LEUKERBAD

Leukerbad

Faszination  
für Körper, Geist und Sinne.

## Wir suchen einen Sous Chef mit Pioniergeist

Haben Sie schon gekündigt?

Suchen Sie eine Stelle in der Ihre Fachkompetenz gefragt ist?  
Möchten Sie in einer sicheren und schönen Umgebung leben?

Wir brauchen Ihr Fachwissen

Wir bieten Ihnen eine hervorragende Infrastruktur mit einer neuen Küche.  
Wir bieten Ihnen ein à-la-carte-Restaurant, ein Wellness Bistro, eine Gartenterrasse und ein Halbpension-Restaurant.

Wir erwarten viel von Ihnen

Wir wollen erfolgreich zusammenarbeiten.  
Wir wollen zusammen ein Wellnesskonzept erarbeiten, umsetzen und unsere Zukunft gemeinsam gestalten.

Und nach der Arbeit können Sie sich nach Herzlust in unserer Alpentherme, der grössten Wellnessanlage in den Walliser Alpen erholen.

Melden Sie sich umgehend bei uns und senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse.

Frau Andrea Kuonen freut sich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf! Tel. 027 4721614, Human Resources.

Lindner Hotels & Alpentherme Leukerbad

Human Resources  
Dorfplatz 1  
CH-3954 Leukerbad  
Andrea.kuonen@lindnerhotels.ch  
www.lindnerhotels.ch

149836/413617

## SUNNE

Seehotel Restaurant Sonne, Seestrasse 120, 8700 Küsnacht am Zürichsee

Unsere 300jährige Tradition hindert uns nicht daran modern zu arbeiten, professionell aufzutreten, den Gast willkommen zu heissen und..... Gastfreundschaft zu leben.

Das Viersternhotel Sonne besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern, 3 Restaurants, dem Sunnegarten, 4 Banketräumen bis zu 120 Personen, einer Hotelbar und ist von Zürich mit der S-Bahn in 10 Minuten erreichbar.

Ab Herbst 2002 suchen wir in Kaderposition

den initiativen, verkaufsfreudigen und sprachgewandten

### CHEF DE RECEPTION m/w

Falls Sie über eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie verfügen, gerne Führungsverantwortung wahrnehmen und das Seehotel Sonne mit uns weiter entwickeln und positionieren möchten, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung via Brief oder E-mail.

SEEHOTEL SONNE KÜSNACHT  
René Grüter & Catherine Julen, Direktion  
Seestrasse 120, 8700 Küsnacht  
Tel. 01 914 18 18 / Fax 01 914 18 05  
e-mail: c.julen@sonne.ch  
www.sonne.ch

140730/7841

## MGM

MARCON GASTGEWERBE UNTERNEHMUNGEN

Für unser Themenrestaurant in der Nähe von Luzern suchen wir noch folgenden jungen und aufgestellten Kadermitarbeiter,

### Stv. Geschäftsführer/In

Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre im Gastgewerbe und haben gute Fachkenntnisse in Administration, Küche, Service und Personalführung. Sind gewandt im Umgang mit Gästen und Lieferanten, einsatzfreudig, belastbar und haben einen geübten «Blick fürs Ganze», damit unser Betrieb eine gepflegte und behagliche Atmosphäre ausstrahlt. Der modern eingerichtete Arbeitsplatz bietet einer dynamischen Person eine optimale Herausforderung. Wenn Sie den Wunsch haben, diese nicht alltägliche Position zu besetzen, würden wir Sie gerne über die interessanten Anstellungsbedingungen orientieren. Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Herrn M. Marcon

149847/340251

Sonnenplatz · 6020 Emmenbrücke  
TELEFON 041 260 81 00 · FAX 041 260 69 50

## New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

### Restaurantleiter/In

Sind Sie die führungsstarke, dynamische Persönlichkeit, die Ihr Fachwissen und die Freude am Gastgeberum gerne in einem bekannten Gastro-Unternehmen einsetzen möchte. In den Betrieben in Luzern und Solothurn bestehen interessante Kadernöglichkeiten.

### Betriebsassistent

Sie sind gelernter Koch oder Restaurantprofi mit 2 bis 3 Jahren Berufserfahrung. Wagen Sie den nächsten Schritt! Sammeln Sie erste Führungs- und weitere Berufserfahrungen. Als Allrounder unterstützen Sie das Team an der Front und in der Administration. In bekannten Gastro-Unternehmen bieten sich Einstiegsmöglichkeiten in ZH, LU, SO.

### Küchenchef

Sie kochen gerne besondere Qualität und besitzen die feine Zunge, um mit Ihrer Kochkunst die internationalen Gäste zu verwöhnen. Als starke Führungspersönlichkeit leiten und motivieren Sie eine grössere Brigade problemlos. Ihr Organisationstalent unterstützt Sie in der Umsetzung und Durchführung von kleinen bis grossen Banketten auf hohem Niveau. Dann sind Sie die richtige Persönlichkeit für meine Kunden in der Agglomeration oder Stadt Zürich.

### Sous-Chef

Kochkünstler mit Flair und Freude an der gehobenen Küche oder dem Bankett & Event-Bereich sollten sich die Möglichkeiten in einem \*\*\*\*Hotel in ZH, einem Landgasthof am Zürichsee oder in einem Kongressbetrieb in der Agglomeration ZH nicht entgehen lassen.

### Chef de Partie/Alleinkoch Night

Welcher Fachmann mit Flair und Freude an der gehobenen Küche, möchte die Tagesstunden für Freizeitaktivitäten nutzen und in der Nacht, ein internationales Publikum verwöhnen? Für diese spezielle Aufgabe in einem luxuriösen Umfeld, in der Agglomeration Zürich, bringen Sie mindestens 5 Jahre Berufserfahrung sowie qualifizierte Leistungsausweise der gehobenen à la carte Küche mit.

Interessiert? Dann freue ich mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

### New Challenge

Gabriela Weber Tel. 01/201 24 66  
Seestrasse 160 Fax 01/202 58 68  
8002 Zürich E-mail: newchallenge@bluewin.ch

## Über Internet und nette Gäste.

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

## DAVOS

Auf und nach DAVOS oder bereits DAVOS?

Jung und wild, älter und ein bisschen erfahren, ob Männlein oder Weiblein spielt keine Rolle. Hauptsache, Sie haben Visionen, Pioniergeist und vor allem viel Herzblut für unser Business...

Für eine nigelngelneue, gastronomische Herausforderung in Davos-Platz suche ich eine/n motivierte/n

### Küchenchef

(evtl. auch in Geschäftspartnerschaft)

mit Lust auf den ultimativen Klick (Lancierung eines noch zu erarbeitenden Gastrokonzeptes). Durchsetzungsvermögen und Verantwortungsbewusstsein haben Sie, kalkulationsicher, kreativ, selbstbewusst, offen und tolerant sind Sie.

Ich biete Ihnen das Know-how eines bereits etablierten und erfolgreichen Betriebes (Al Ponte, Davos) mit Synergien im Backbereich, selbständiges Arbeiten, eine potenzielle Gästeschar und natürlich wunderschöne Restaurations- und Küchenräumlichkeiten, die aus dem Dornröschenschlaf wachgeküsst werden wollen.

Für einen ersten Gedankenaustausch rufen Sie mich doch einfach an.

Monika Danese-Roth  
Skistrasse 8b, 7270 Davos-Platz,  
Tel. 081 413 17 23 oder 078 690 92 13

149844/383548

# Vom Koch bis zur Gouvernante.

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



Eine wunderschöne Aussichtslage über dem Zürichsee, 26 moderne Zimmer, Seminar- und Banketräumlichkeiten, 2 Restaurants, Bar, Kegelbahn und ein junges eingespieltes Team warten auf Sie.

Sprachen sind Ihr Hobby, Gäste betreuen macht Ihnen Spass, Sie schätzen selbständiges Arbeiten, Korrespondenz und Reservationswesen im Hotel-, Bankett- und Seminarbereich meistern Sie mit Geschick und Begeisterung! Und jetzt suchen Sie eine neue Herausforderung? Dann haben wir das Richtige für Sie, denn per Mitte September 2002 oder nach Vereinbarung wird bei uns die Stelle als

Empfangs- und F&B-Sekretärin

frei. Weitere Informationen über uns und unser Hotel erfahren Sie, wenn Sie sich bei uns melden! Frau Maya Pfeil freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

BELVOIR RÜSCHLIKON, Hotel - Restaurants Säumerstrasse 37, 8803 Rüschlikon Tel. 01 704 64 64, http://www.belvoirhotel.ch e-mail: maya.pfeil@belvoirhotel.ch

149865/49352



Wir suchen per sofort

Pâtissier/Pâtissière in Jahresstelle.

Wenn Sie Freude am Beruf haben, selbständig und kreativ wirken wollen in einem angenehmen Team, so richten Sie Ihre Bewerbung an Herrn Stefan Meier.

Gasthaus Rathauskeller Erni & Meier AG Ober-Altstadt 1, Postfach, CH-6301 Zug Telefax 041 710 49 77, Telefon 041 711 00 58 www.rathauskeller.ch E-mail: erni@rathauskeller.ch

10681/112038



Grüne Palmen, heisse, südamerikanische Klänge, mediterrane Fischgerichte, coole Drinks und eine tolle Gästeschar sind nicht etwa Ihr Ferienziel, sondern Ihr neuer Arbeitsplatz als

Sous-chef

Eintritt nach Vereinbarung.

Schriftliche Bewerbung an: Camino Gastro AG Kasinostrasse 19, 5000 Aarau Telefon 062 824 82 45

148255/284372



Wir sind ein modernes 4-Sterne-Hotel mit 52 Zimmern, Restaurant, Bar, Bankett- und Tagungsräumen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Réceptionist/in

Sie sind flexibel, belastbar und arbeiten gerne im Schichtbetrieb. Sie sind kaufmännisch ausgebildet, haben Freude am Kundenkontakt und haben gute Englisch- und Französischkenntnisse in Wort und Schrift.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Best Western Hotel Bahnhof Herr Arnold P. Graf Bahnhofstrasse 46, 8201 Schaffhausen www.hotelbahnhof.ch mail@hotelbahnhof.ch



149843/32228



Wir sind ein kreatives Unternehmen mit Spass und Engagement für eine ideale, junge Gastronomie und Hotellerie. Kramer Gastronomie, Zürich, steht für gastronomische Kultur und trendige, pfiffige Betriebe. Eine Crew von rund 850 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vertritt unsere Philosophie mit Begeisterung gegenüber den Gästen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Juli

Assistentin/Assistent des Leiters Zentrale Dienste

Sie arbeiten eng mit dem Leiter Zentrale Dienste zusammen und wollen in den Bereichen Einkauf, Controlling, Unterhalt, Logistik und Administration weitere Erfahrungen sammeln. Sie sind teamorientiert, vielseitig interessiert und hartnäckig. Sie machen gerne Analysen und freuen sich, gute Ideen und Anregungen ins Kostenmanagement einzubringen. Einen gelegentlichen Ausflug an die gastronomische Front schätzen Sie als Abwechslung. Sie verfügen über eine gastronomische oder kaufmännische Grundausbildung. Praxiserfahrung in Küche und Service, sowie zusätzliche Weiterbildung (evtl. Hotelfachschule) sind die idealen Grundlagen für diese Tätigkeit. Sie beherrschen den Umgang mit Internet, E-Mail, Micros-Office-Programmen (speziell Excel) und sind offen für Neues. Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Bankett-Assistentin

In dieser spannenden Funktion, in einem der schönsten Betriebe in Zürich, dem Lake Side Casino Zürichhorn, direkt am See, unterstützen und entlasten Sie den Bankettmanager in allen administrativen und organisatorischen Belangen. Wir bieten ein spannendes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld, moderne Anstellungsbedingungen, sowie geregelte Arbeitszeiten (SA/SO frei).

Für diese Position wünschen wir uns eine junge, vertrauenswürdige Persönlichkeit mit einer kaufmännischen Ausbildung. Wenn Sie flexibel sowie unkompliziert sind, selbständiges Arbeiten lieben und gerne telefonischen Kontakt zu unseren Gästen pflegen, dann sind Sie die richtige Person für diese Stellung. Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Im Zentrum unserer Arbeit steht der Mensch: Sei es als Gast, Partner oder Mitarbeiter. Unsere Qualitätsansprüche sind hoch, unsere Betriebe trendsetzend und innovativ. Als Gast dürfen Sie attraktive Angebote in einem rundum stimmigen Ambiente erwarten. Als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter handeln und entscheiden Sie unternehmerisch mit grosser Selbstständigkeit - im Sinne des Hauses.

Kramer Gastronomie, Jacqueline Kramer, Herdernstrasse 56, 8004 Zürich Tel. +41 1 406 85 85, Fax +41 1 406 85 86, kramer.jacqueline@kramergastro.ch

Restaurant Jäger Murten

Gesucht für unser Restaurant im Zentrum

Serviceangestellte (w)

Saison- oder Jahresstelle, Schichtbetrieb, Zimmer im Haus.

Fam. Laubscher Rest. Jäger 3280 Murten Tel. 026 670 22 20

149643/54577

Vertical advertisement for various hotels and services including Lake Side, Hotel Europe, and Alpbisriederhaus.



Suchen Sie das Besondere? Dann sind Sie bei uns genau richtig. Wer bei uns «nur» an das Wohl der Gäste denkt, liegt falsch, denn auch für gute Laune im Arbeitsteam ist gesorgt.

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir noch:

Réceptionist/in

und

Servicemitarbeiter (m/w)

Inmitten einer herrlichen Bergwelt, unweit dem Weltkurort Gstaad, liegt unser 4-Sterne-Chalet-Hotel. Möchten Sie mehr über uns erfahren? Ja!!!

Dann freuen wir uns auf Ihren Anruf, um Ihnen unsere Philosophie ein bisschen näher zu bringen.

Familie Elisabeth und Peter von Siebenthal Hotel Hornberg 3777 Saanenmöser-Gstaad Telefon +41/33 748 66 88 Fax: +41/33 748 66 89 Email: hornberg@gstaad.ch Homepage: www.hotel-hornberg.ch

149850/29416

TOURISMUS



Die Engelberg-Titlis Tourismus AG koordiniert die touristischen Aktivitäten und verkauft die Angebote der Feriendestination Engelberg-Titlis auf dem internationalen Markt. Mit rund 750 000 Logiernächten pro Jahr und einem überdurchschnittlichen Freizeit- und Ausflugsangebot ist Engelberg der bedeutendste Ferienort der Zentralschweiz.

Zur Ergänzung unseres Marketing-Teams suchen wir die dynamische, fachlich kompetente und teamfähige 25-35jährige Persönlichkeit für die Übernahme vielseitiger Aufgaben als

Verkaufskordinator/in

Sie sind zuständig für den Verkauf der Tourismusdestination Engelberg-Titlis in der Schweiz und in Europa. Sie kreieren Angebote, planen und überwachen die Verkaufskanäle, pflegen die Zusammenarbeit mit unseren Partnern im In- und Ausland und akquirieren erfolgreich im potentiellen Kundensegment. Dabei gewährleisten Sie die Koordination der Abläufe und die enge Zusammenarbeit aller involvierten Stellen zur Erreichung der gemeinsamen Ziele. Diese Position bedingt eine flexible Arbeitszeitgestaltung auch im Sinne von einem gewissen Anteil an Reisezeitigkeit.

Sie verfügen über einen touristischen Background, vorzugsweise mit absolvierter Tourismus-Fachschule oder über eine Ausbildung im Marketingbereich mit entsprechendem Leistungsausweis. Zu Ihren persönlichen Stärken gehören neben verkaufs- und verhandlungsgewandter Kommunikationsfähigkeit ein ausgeprägter Sinn für eine teamorientierte Zusammenarbeit. Bei der Engelberg-Tourismus AG erwartet Sie eine nicht alltägliche Herausforderung mit grossem Entfaltungsspielraum in einem jungen, dynamischen Umfeld. Wir freuen uns, Sie kennenzulernen.

Zur Vorbereitung eines persönlichen und vertraulichen Informationsgesprächs bitten wir Sie vorerst um Zustellung Ihrer aussagekräftigen Bewerbung an unseren neutralen Berater, Herrn Hansjörg Hächler, Unternehmensberatung, Grendel 10, Postfach, 6000 Luzern 15. Informationen zur Destination Engelberg-Titlis erhalten Sie unter www.engelberg.ch

149805/125350



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, Swiss, 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, E und NL) und haben Spass an der telefonischen Beratung einer internationalen Kundschaft. Verkauf 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 Entfaltungsmöglichkeiten 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!

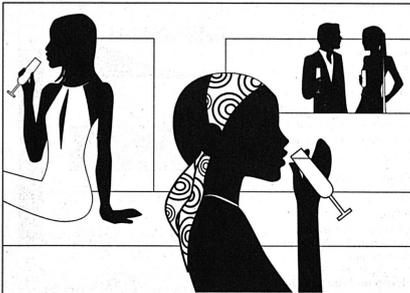
Switzerland Destination Management AG Tödistrasse 51, 8027 Zürich Telefon 01 205 93 93, Telefax 01 205 93 99 jacqueline.weber@sdm.ch, www.sdm.ch

14972/260/00

Vom Koch bis zur Gouvernante.



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, neuernovierte Vierstern-Hotel mit 180 voll klimatisierten Hotelzimmern im Herzen der Stadt Luzern.

Unsere Restaurants der Extraklasse bieten Aussergewöhnliches: Im THAI-GÄRDEN 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 Partys der Zentralschweiz.

Mit Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir:

Latino	<b>Chef Gardemanger</b> → Eintritt Spätsommer
Latino Bar	<b>Barmaid</b>
Pravda	<b>Chef de Bar (w)</b> <b>Barmaid</b>
Penthouse	<b>Barmitarbeiter (m)</b>

Interessiert? Thomas Staub (Tel. direkt 041 226 88 22) freut sich auf Ihren Anruf oder Ihre kurze Bewerbung mit Foto (tstaub@astoria-luzern.ch)

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, CH-6002 Luzern  
www.astoria-luzern.ch/jobs

149869/22667

## HOTEL LAUDINELLA

Kultur | Kongresse  
CH-7500 St. Moritz | Telefon +41 081 836 00 00  
Fax +41 081 836 00 01 | Mail info@laudinel.ch  
www.laudinella.ch

Die Laudinella St. Moritz ist mit 300 Betten und 7 Sälen das grösste Hotel unique im Engadin. Wichtiger Bestandteil des Angebots sind die vielfältigen kulturellen Veranstaltungen und Kursprogramme.

Der gastronomische Bereich wird diesen Sommer vollständig umgebaut und bietet neu: Ein gepflegtes italienisches Restaurant, ein original Thai-Restaurant, ein Delikatessen-Take-away, das Restaurant Stüva, einen gemütlichen Fondue/Raclette-Keller, eine vergrösserte Holzofen-Pizzeria und eine neue Bar.

Zur Ergänzung unseres neuen F&B-Teams suchen wir ab 1. Dezember 2002:

**F&B-AssistentIn**  
in Saisonstelle

**Restaurants-Manager**  
in Jahresstelle

**Servicefachangestellte**  
in Jahres- und Saisonstelle

**ServicepraktikantInnen**  
in Saisonstelle

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:  
Hotel Laudinella, Agnese Bronzini, 7500 St. Moritz  
Telefon +41 081 836 06 04 / Mail: staff@laudinella.ch

149869/23855

## Alpenblick

Hotel-Restaurant Alpenblick

CH-3812 Wilderswil-Interlaken  
Tel. 033 828 35 50, Fax 033 828 35 51  
Internet: www.hotel-alpenblick.ch  
E-Mail: info@hotel-alpenblick.ch

Lieben Sie einen starken Auftritt inmitten der Jungfrau-Region?

In unserem Hotel und Restaurant ist folgender Verantwortungsbereich neu zu besetzen:

Küche: **Chef de partie (m/w)**  
**Saucier (m/w)**

Die Zufriedenheit unserer Gäste ist Ihre grösste Herausforderung. Flexibilität, grosses Verantwortungsbewusstsein und hohe Einsatzbereitschaft zeichnen Sie aus.

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Gerne erzählen wir Ihnen, was wir alles zu bieten haben.



149870/28038



## HOTEL TAMINA BAD RAGAZ

★★★★

Im stilvollen 4\*-Hotel mit 88 Betten, Speiserestaurant, Brasserie, Gartenterrasse, Strassencafé, Seminaren, Tagungen, Banketten sind in absehbarer Zukunft folgende **Jahresstellen** neu zu besetzen:

ab sofort oder nach Übereinkunft:

### Portier / Hausbursche

verantwortungsbewusst, selbständig, sieht die Arbeit, gepflegt, zuverlässig, vielseitig und flexibel, mit Hotelerfahrung und guten Deutschkenntnissen

ab Ende August oder nach Übereinkunft:

### Réceptionist/in

herzlich, aufgestellt, exakt, an selbständiges Arbeiten gewohnt, mit mindestens einjähriger Berufserfahrung, D als Muttersprache wird vorausgesetzt, E-, F- und Fideiökennnisse von Vorteil

ab Mitte September oder nach Übereinkunft:

### Hotelfachassistentin

verantwortungsbewusst, teamorientiert, einsatzfreudig, selbständig mit abgeschlossener Berufslehre oder entspr. Berufserfahrung. Zuständig für Etage/Lingerie und Sauberkeit im ganzen Gästebereich, mit aktivem Mitarbeiten und Führen eines kleinen Teams

Da der langjährige Stelleninhaber sich selbständig macht, ab 1. November oder früher

### Chef de Service

umsichtig, flink, erkennt die Gäste- und Mitarbeiterbedürfnisse, flexibel für à-la-carte und HP, guter Kommunikator mit Organisationsflair, ein Profi, der aktiv mitarbeitet und dem es ein aufrechtes Anliegen ist, seine Gäste zu verwöhnen. Für diese Kaderposition werden gute Sprachkenntnisse sowie Berufs- und Führungserfahrung vorausgesetzt.

Nebst Unterkunft und Verpflegung, die im Haus möglich sind, haben wir einiges zu bieten, denn unserem jungen Team ist ein Umfeld mit Herz und ein harmonisches Ambiente mit viel Liebe zum Detail wichtig.

Auf Ihre schriftliche Kontaktaufnahme mit den üblichen Unterlagen freuen sich Lydia & Hans Rudolf Schmid  
**Hotel Tamina • Am Platz • 7310 Bad Ragaz**  
Telefon 081 302 81 51 • Fax 081 302 23 08  
www.hotel-tamina.ch • info@hotel-tamina.ch

149857/222712

## kunsthausestaurant

ESSEN · BAR · WEINE

Für diesen pulsierenden Betrieb im Zentrum des Zürcher Kulturlebens suchen wir Sie als

### → Weinverkäufer

Als Weinkenner und erfolgreicher Verkaufsberater reizt es Sie, einen neuen (Ihren) Weinladen aufzubauen. Das nötige Rüstzeug dazu bringen Sie mit.

### → Administratorin (Teilzeit)

Ihre Erfahrung in Gastronomie und Administration befähigt Sie, diese interessante und vielseitige Aufgabe zu übernehmen.

Ich freue mich sehr, Sie kennen zu lernen.

Senden Sie mir Ihre Unterlagen oder rufen Sie mich an.

Othmar Gruber, Kunsthausrestaurant  
Heimplatz 1, 8001 Zürich  
Telefon 01 251 53 53, Fax 01 251 67 67  
othmar.gruber@remimag.ch  
www.kunsthausestaurant.ch



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n kompetente/n

## Réceptionist/in

mit Erfahrung im Reservationswesen und Korrespondenz in Englisch und Französisch.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto:

**Hotel Albana Real\*\*\*\***  
Familie Lingg-Monnier  
3920 Zermatt  
Tel. 027-966 61 61  
Fax 027-966 61 62  
hotelalbana@zermatt.com

149859/38687



Wir sind ein renommiertes \*\*\*\*Haus mit Klinikabteilung und verfügen über 140 Betten. Die Sonnmatt liegt idyllisch oberhalb der Stadt Luzern, mit einmaliger Sicht auf See und Berge und geniesst in der ganzen Schweiz einen sehr guten Ruf.

Zur Unterstützung unserer Küchenbrigade in unserem exklusiven Panorama-Restaurant (geöffnet täglich von 07.30 bis 17.00 Uhr) suchen wir per 1. August 2002 oder nach Vereinbarung einen kreativen und motivierten

## JUNGKoch

Für unsere Servicebrigade suchen wir, ebenfalls per 1. August 2002 oder nach Vereinbarung charmante und versierte

## SERVICEFACHANGESTELLTE

mit Erfahrung im a-la-carte-Bereich und Freude und Geschick im Umgang mit anspruchsvollen Gästen.

Es erwarten Sie interessante Stellen in einem eingespielten Team sowie sehr interessante Anstellungsbedingungen und Arbeitszeiten.

Frau C. Zimmermann gibt Ihnen gerne nähere Auskünfte und freut sich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

### SONNMATT

Manuel de Francisco-Schmid, Direktor  
Postfach  
6000 Luzern 15  
Telefon 041/ 375 32 32  
E-Mail: sonnmatt@tic.ch  
www.sonnmat.ch

149811/23337



Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir nach Vereinbarung

### Réceptionistin

in lebhaftes, kleines Team

Wir suchen:  
aufgestellte, fröhliche Mitarbeiter

Sie finden:  
zeitgemässe Entlohnung,  
5 Wochen Ferien, eingespielte Crew

Hotel Krone Sarnen  
Markus Degen, Vizedirektor  
Brünigstrasse 130  
6060 Sarnen  
Telefon 041 666 09 09  
E-Mail: hotelkrone@bluewin.ch

149826/604



## National

Am Hirschengraben

HOTEL-RESTAURANT-THEATER

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Réceptionist/in

für unseren Familienbetrieb direkt im Zentrum von Bern. Unser Haus verfügt über 44 Zimmer, Restaurant, Theater, Disco-Bar...

Neben der Betreuung unserer internationalen Gäste bieten wir eine vielseitige Tätigkeit mit einem guten Arbeitsklima.

Wenn Sie neben D/F/E auch noch EDV-Kenntnisse und Réceptions-Erfahrung mitbringen, dann sind Sie bei uns genau richtig.

Zögern Sie nicht lange und senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen:  
Hotel-Restaurant-Theater National  
Frau Maria Barhoumi-Grünenwald  
Hirschengraben 24, 3011 Bern  
Tel. 031 381 19 88

149814/4472



Die italienische Café-Kette Nannini hat mit der Globus-Gruppe einen Zusammenarbeitsvertrag abgeschlossen. Im April werden in der Schweiz die ersten Nannini Cafés eröffnet.

Für die Neueröffnung der Nannini Cafés in Yverdon (Eröffnung 19.09.02), Wil (Eröffnung 26.09.02), Brugg (Eröffnung 03.10.02), Zürich-Oerlikon (Eröffnung 10.10.02) und Zürich-Limmatplatz (Eröffnung 31.10.02) suchen wir folgende im Gastgewerbe versierte und am Neuaufbau interessierte Persönlichkeiten:

### Restaurantleiter/in

### Leiter/in Service

### Konditor oder Koch als Produktionsleiter/in

### Buffetdame, evtl. Confiserieverkäufer/in

### Serviceangestellte/r (Voll- und Teilzeitstellen)

Nannini bietet Ihnen die fortschrittlichen Globus-Anstellungsbedingungen wie fünf Wochen Ferien, Einkaufsvergünstigungen in allen Globus-Unternehmungen und vieles mehr.

Sind Sie aufgestellt, freuen sich, das Leben zu geniessen und Ihren Gästen ein wenig von dieser fröhlichen, farbigen Stimmung à la Italianità zu vermitteln? Dann sind wir gespannt auf Ihre schriftliche Bewerbung!

### Bewerbungsunterlagen an:

Nannini Café / ABM, Frau Dominique Nucera,  
Schützenmattstrasse, 8180 Bülach,  
Tel. 01 872 87 06, oder Natel 079 238 04 74.

149870/418774

# EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

## Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

**SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?**

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt).

**CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?**

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

**Stellengesuche / Demandes d'emploi**

**Küche / Cuisine**

1	2	3	4	5	6	7	8
5428	Kü/chef/Betriebsleiter	50	CH	August	D/I	Tagesbetr./Zürich+Umgeb.	
5429	Pâtisserie	20	CH	Okto.	D/E/F	SO/BE	
5436	Commis de cuisine/w	19	DE	LE-EG	Sept.	D/E	TI
5439	Demi-chef de partie	22	CH	sofort	D/E/F/I	ZH/BE/TI/Seeregion	
5440	Küchenchef	28	FR	G	Sept.	D/E/F	Personalrest./BL
5447	Commis pâtissière	20	CH	sofort	D/I	TI	
5448	Kü/chef/Sous-chef	28	CH	sofort	D/E/F/I	Bodenseeregion	
5451	Pâtissier	44	CH	sofort	D/E/F	Tagesbetr./Emmental/BE	
5453	Saucier	21	CH	Juli	D	ZH/Inner-CH	
5454	Hilfskoch	22	BD	N	n. Ver.	D/E/I	LU

**Administration / Administration**

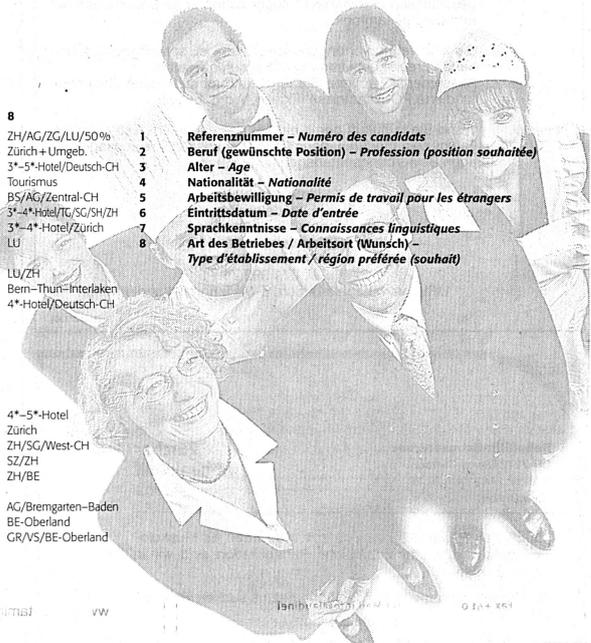
1	2	3	4	5	6	7	8
5417	Anfangsrecept./w	59	CH	August	D/E/F/I	ZH/AG/ZG/LU/50%	
5430	Réceptionsprakt./w	23	CH	sofort	D/E/F	Zürich+Umgeb.	
5431	Anfangsreceptionist	36	CH	sofort	D/E/F	3*-5*-Hotel/Deutsch-CH	
5432	Product Manager/w	27	CH	sofort	D/E/F/I	Tourismus	
5433	G'führer/Aide du patron	46	FR	C	sofort	D/E/F/I	BS/AG/Zentral-CH
5441	Réceptionsprakt./w	20	CH	August	D/E/F	3*-4*-Hotel/TG/SG/SH/ZH	
5444	Chef de réception	48	CH	n. Ver.	D/E/F/I	3*-4*-Hotel/Zürich	
5445	Réceptionniste	38	CH	sofort	D/E	LU	
5446	Direktionsassistent	39	DE	B	n. Ver.	D/E/F/I	LU
5450	Anfangsreceptionist	42	CH	sofort	D/E/F	LU/ZH	
5452	Réceptionniste	23	CH	sofort	D/E/F	Bern-Thun-Interlaken	
5458	Réceptionniste	21	AT	LE-EG	sofort	D/E/F	4*-Hotel/Deutsch-CH

**Service / Service**

1	2	3	4	5	6	7	
5418	Chef de service	23	AL	B	August	D/E	3*-5*-Hotel/Luzern
5419	Service/w	53	CA	C	sofort	D/E/F	TI
5420	Chef de bar/Barman	41	IT	LE-EG	sofort	D/E/F/I	
5421	Kellner	23	PT	LE-EG	sofort	E/F	
5422	Chef de rang	34	IT	LE-EG	sofort	D/E/F/I	Rest./Seereg./10 Wochen
5424	Allrounderin	22	IT	B-EG	sofort	D/E/F/I	LU/ZG
5425	Sefa	33	CH	August	D/E/F	Tagesbetr./GR/60%	
5435	Kellner	23	CN	B	Juli	D/E	
5437	Service/Bardame	25	AT	LE-EG	Juli	D/E	SG/3 Monate
5438	Chef de bar	42	CH	sofort	D	Nachtbetr./ZH	
5455	Service/Récept./w	27	CH	August	D/F	Tagesbetr./AG	
5456	Bardame/Zimmerfrau	37	PT	C	Juli	D/I	Bern

**Hauswirtschaft / Ménage**

1	2	3	4	5	6	7	
5423	Masseur	31	AT	LE-EG	sofort	D/E	
5426	Portier	37	FR	LE-EG	sofort	D/F/I	4*-5*-Hotel
5427	Hofa/stv. Gouvernante	22	CH	Juli	D	Zürich	
5434	Zimmerfrau	27	PT	LE-EG	sofort	E/F	ZH/SG/West-CH
5442	Gouvernante	20	HR	C	sofort	D/E/I	SZ/ZH
5443	Nachtportier	37	HR	C	sofort	D/E/I	ZH/BE
5449	Pianistin	26	IT	LE-EG	n. Ver.	E/I	
5459	Küchenhilfe/w	35	TH	B	sofort	D	AG/Bremgarten-Baden
5460	Haushilfe	31	GM	C	sofort	D/E/I	BE-Oberland
5461	Portier/Chauffeur	41	CH	sofort	D/E/I	GR/VN/BE-Oberland	



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

**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: \_\_\_\_\_

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: \_\_\_\_\_ Jahresstelle / Place à l'année  Saisonstelle / saison

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: \_\_\_\_\_

Bemerkungen / Remarques: \_\_\_\_\_

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: \_\_\_\_\_ Französisch / Français: \_\_\_\_\_ Italienisch / Italien: \_\_\_\_\_ Englisch / Anglais: \_\_\_\_\_  
 (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement: \_\_\_\_\_ Ort / Lieu: \_\_\_\_\_ Funktion / Fonction: \_\_\_\_\_ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): \_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: \_\_\_\_\_ Unterschrift / Signature: \_\_\_\_\_

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden:  Ja -  Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.):  Oui -  Non  
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:  
 Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:  
**Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / Société suisse des hôteliers, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne**



Das Hotel Kapplerhof ist das grösste 4\*-Seminarhotel der Ostschweiz mit 49 Zimmern (12 Einzel-, 37 Doppelzimmern), 16 Seminarräumen, einem grossen Kongresssaal für max. 1200 Personen.

Zusätzlich verfügt das Hotel über ein à la carte Restaurant, Hotelbar, Terrasse, Schwimmbad, Solebad, Solarium, Sauna, Kegelbahn, Billard.

Für unser junges und motiviertes Team suchen wir ab sofort eine/n

## Réceptionist/in

Sie haben Ihre Berufsausbildung in der Hotellerie erfolgreich abgeschlossen und vielleicht sogar schon erste Erfahrungen am Empfang gesammelt.

Sie sind verantwortungsbewusst, flexibel, sprachgewandt und haben Freude am Umgang mit unseren Gästen. Ausserdem benötigen Sie für die Arbeit an unserer Réception fundierte PC-Kenntnisse (Fidelio, Word, Excel).

Wenn Sie in Zukunft gerne ein Teil des engagierten Kapplerhof-Teams sein möchten, dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

Hotel Kapplerhof  
z.H. Madelene Knuth  
Front Office Managerin  
Kapplerstrasse 111  
9642 Ebnat-Kappel  
Tel: 071 992 71 71

URL: [www.kapplerhof.ch](http://www.kapplerhof.ch), E-Mail: [hotel@kapplerhof.ch](mailto:hotel@kapplerhof.ch)

149840274801



## Willkommen

Sie suchen eine neue Herausforderung?  
Wir bieten Ihnen dazu die Gelegenheit:  
Verstärken Sie (Dame oder Herr)  
ab sofort oder nach Vereinbarung unser Team als

### ServicemitarbeiterIn

### BarmitarbeiterIn

Eine moderne Unternehmung  
mit international bekanntem gutem Ruf  
wartet auf Sie.

Martin Beck, Leiter Human Resources,  
freut sich auf Ihre Bewerbung.



14985410682

Rehabilitationszentrum  
CH-7272 Davos Clavadel  
Telefon: +41 81 414 42 22  
[www.zhd.ch](http://www.zhd.ch)

Zürcher  
Höhenklinik  
Davos

Als Zürcher Rehabilitationsklinik mit 100 Betten für Muskulo-skeletale und Internmedizinische Rehabilitation sind wir in Davos ansässig.

Zur Ergänzung unseres Klinik-Küchenteams suchen wir nach Vereinbarung

## Koch mit Spitalerfahrung (evtl. Diätausbildung)

Sie bereiten selbstständig nach Produktionsplänen die Mahlzeiten für Patienten, Gäste und Mitarbeiter zu. Sie tragen aktiv zur Ausbildung der Kochlehrlinge bei. Sie sind teamfähig, flexibel und behalten auch in hektischen Zeiten Ihre Ruhe. Ihr Interesse und die Freude an Ihrem Beruf sind Voraussetzungen für stete Weiterbildung.

Sie finden bei uns einen modernst eingerichteten Arbeitsplatz, zeitgemässe Anstellungsbedingungen nach den Richtlinien des Kantons Zürich und einen attraktiven Arbeitsort.

Unser Küchenchef, Herr P. Häne oder sein Stellvertreter Herr Marcel Coray, geben Ihnen gerne weitere Auskünfte. Ihre Unterlagen senden Sie an

Zürcher Höhenklinik Davos  
Frau Susi Stutz, Personalbüro  
7272 Davos Clavadel  
Telefon 081 414 42 22

## Beste Job-Aussichten im prickelnden St. Moritz

Das Posthotel - mitten im pulsierenden Zentrum von St. Moritz gelegen - bringt Tradition und moderne Hotellerie in harmonischen Einklang. Zur Verstärkung unseres Sommer-Teams suchen wir:

- RéceptionistIn
- Commis de cuisine
- Servicemitarbeiter
- Barman/-woman

Wenn Ihnen ein moderner Arbeitsstil zusagt, der auf Selbstständigkeit, Flexibilität und Teamwork beruht, dann sollten Sie sich bei uns melden. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

POSTHOTEL  
\*\*\*\*  
St. Moritz

Achim Kuhn  
CH-7500 St. Moritz  
Fon + 41 81 832 21 21  
Fax + 41 81 833 89 73  
[achim.kuhn@posthotel-stmoritz.ch](mailto:achim.kuhn@posthotel-stmoritz.ch)

149864/33928



BADEHOTEL BRISTOL  
LEUKERBAD

Das Badehotel Bristol wurde im Jahr 2001 komplett renoviert und bietet folgende Infrastruktur: 85 Zimmer, Restaurant, Bar mit Piano-Lifemusik, 1 Hallenthermalbad, 2 Aussenbäder mit Sprudelbecken, Biosauna, Fitnessraum, Therapieabteilung, Schönheitszentrum.

Das besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und freundliche Betreuung unserer treuen Stammgäste durch unsere Mitarbeiter - die herzliche Atmosphäre. Unsere zukünftigen Kollegen sollten fröhliche und loyale Menschen sein, die gerne in einem unkomplizierten, freundschaftlichen Arbeitsklima arbeiten und die Ferienhotellerie mögen.

Zur Verstärkung unserer Mannschaft suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung, in Jahres- oder Saisonstelle.

Für unser Restaurant (gehobene Gastronomie, kreative, naturbezogene Küche, Themenabende, attraktive Schlankheitskost für Wellnesswochen)

Service **Servicefachmitarbeiter (m/w)**  
(d evtl. f) **(Chef de rang / Commis de rang)**

Im renovierten Hotel Bristol erwartet Sie eine motivierte, offene, humorvolle und dynamische Mannschaft.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild:

ALPINE CLASSICS  
PRIVATE HOTELS

Hotel Bristol, Direktion  
Rathausstrasse 51  
CH-3954 Leukerbad  
Telefon 027 472 75 00  
Fax 027 472 75 52  
e-mail: [bristol@bluewin.ch](mailto:bristol@bluewin.ch)

149891/20257

## Restaurant Dähnhölzli

Möchten Sie in einer attraktiven Umgebung einen jungen Küchenchef unterstützen und einer eingeführten Brigade vorstehen? Helfen Sie uns bei der Verfeinerung eines in den Anfängen bereits bewährten Konzeptes? Sind Sie eine Fachkraft, die selber gerne praktisch arbeitet?

Dann sind Sie unser neuer

### Sous-Chef

Das Restaurant Dähnhölzli setzt sich zum Ziel, seinen Gästen eine frische, saisonale Küche zu bieten. - Das Angebot ist abgestimmt auf Selbstbedienung, bedientes Garten- und 1.-Stock-Restaurant und auf Bankette. Es spricht eine breite Gästeschied an.

Die Stelle bietet einem Fachmann  
- Gelegenheit, sich in einer Jung-Kader-Position zu bewähren  
- sein Können unter Beweis zu stellen  
- ein Gehalt, welches dieser Position entspricht

Interessiert Sie diese Chefstelle im Ganzjahresbetrieb an der Aare?  
Dann freue ich mich auf Ihren Anruf: 079 446 82 34.

Restaurant Dähnhölzli  
H. R. Haller  
Tierparkweg 2  
3005 Bern

genossen an der Aare



Wir sind ein dynamisches

\*\*\*\*ROMANTIK HOTEL

im Herzen von Appenzell, direkt am historischen Landsgemeindeplatz. 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern sich in 37 Zimmer, zwei Restaurants, Bankett- und Seminarräumen und einer Bar um unsere Gäste aus aller Welt.

Um unser Team für die Sommersaison 2002 zu vervollständigen, suchen wir in Jahres- oder Saisonstelle per sofort oder nach Vereinbarung eine innovative

### SERVICEFACHANGESTELLTE

Wir bieten Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz in einem jungen Team und eine erstklassige Infrastruktur.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung und laden Sie gerne zu einem Gespräch nach Appenzell ein.



\*\*\*\*

ROMANTIK HOTEL SANTIS

Catriona & Stefan A. Heeb

Landsgemeindeplatz 9050 Appenzell

Tel. 071 788 11 11 Fax 071 788 11 10

[romantikhotelsantis@bluewin.ch](mailto:romantikhotelsantis@bluewin.ch)

bar  
restaurant  
catering

das führende trendlokal der stadt st.gallen sucht per sofort oder nach vereinbarung zur ergänzung seines teams eine/einen

### servicefachangestellte/n

mit abgeschlossener berufslehre.

bitte senden sie ihre bewerbung mit foto an oliver nett.

netts schützengarten. st.jakobstrasse 35, 9004 st.gallen.

tel. 071 242 66 77. [netts@schuetzengarten.ch](mailto:netts@schuetzengarten.ch)

netts

schützengarten

Restaurant Landhaus  
Taverne Alsacienne  
Schwarzenburgerstr. 134  
3097 Liebefeld  
Tel. 031 971 68 89  
Fax 031 972 02 49



Sie sind ein Teamplayer und wollen auf hohem Niveau kochen (17 Pl. GM), Ihre Kreativität ausleben, selbständig in einer modernen Küche arbeiten und trotzdem am Sonntag und Montag sowie allg. Feiertagen ausspannen?

Dann sind Sie an der richtigen Adresse. Zur Ergänzung unserer jungen und dynamischen Küchenbrigade ist ab Juni oder nach Vereinbarung folgende Stelle zu besetzen:

### Commis de Cuisine

Wenn Sie sich angesprochen fühlen und gerne mehr über Ihren zukünftigen Arbeitsbereich erfahren wollen, zögern Sie nicht und rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Restaurant Landhaus  
Herr Adrian Röthlisberger oder Anton Müller  
Schwarzenburgerstrasse 134  
3097 Liebefeld

148310/202740



Für unser Mittelklasshotel mit 100 Betten, Hausbar, Seminar-/Banketträumlichkeiten und drei Restaurants suchen wir nach Vereinbarung in Jahresstelle freundliche und fachkundige Mitarbeiter:

**Sous Chef**

für unsere moderne à la carte-, Hotel- und Bankettküche

**Réceptionistin/Sekretärin**

als direkte Ansprechperson für unsere Gäste und Fachkraft in administrative Arbeiten mit Berufserfahrung

**Bardame**

in unserer Hausbar mit vielen Hotel- und Stammgästen  
Wir bieten Ihnen eine lebhaft und vielseitige Arbeit im attraktiven Umfeld von Davos. Sind Sie interessiert, uns tatkräftig zu unterstützen? Dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Hotel Bahnhof-Terminus  
Riek und Sigi Ritter  
Talstrasse 3  
7270 Davos Platz  
Telefon 081 414 97 97



149839/95399



**RESTAURANT KRONENHALLE**  
ZÜRICH

In unser traditionsreiches Restaurant mit prominenter internationaler Kundschaft suchen wir ab 1. September 2002, mit Berufslehre und Erfahrung, zur Ergänzung unserer Küchenbrigade

**SOUS-CHEF**

mit guten Fachkenntnissen.

Richten Sie Ihre Bewerbung bitte an:

Herrn H. Lichtenberg, eidg. dipl. Küchenchef,  
Rämistrasse 4, 8001 Zürich,  
der Ihnen gerne telefonische Auskunft erteilt:  
Telefon 01 252 03 92.

144497/130608

**Chef-de-Bar gesucht:**

REX, eine klassische Bar für anspruchsvolle Trinkkultur, sucht Sie als immer gutgelaunte Persönlichkeit. Sie sind ein mindestens 180 cm grosser Mann. Sie haben eine gepflegte Erscheinung und mixen z. B. einen Mojito mit einem Schuss Champagner. Arbeitszeit ab 18.00 Uhr. Arbeitsort nahe Bahnhofstrasse. Auf Wunsch stünde auch ein Zimmer zur Verfügung. Mehr Infos unter Telefon 01 281 99 13.

149750/414531



**Hotel Bernerhof Gstaad**  
VIER STERNE, TAUSEND IDEEN.

Wir sind ein persönlich geführtes, ganzjährig geöffnetes 4-Stern-Hotel im Herzen von Gstaad, haben 90 Betten und 230 Sitzplätze in unseren 3 Restaurants.

Nach Übereinkunft suchen wir:

**Servicefachmitarbeiter (m/w)**

Wenn Ihnen **Gast-Freundschaft** auch so am Herzen liegt wie uns, rufen Sie Bruno Fläcklin, unseren Restaurantleiter an.  
Er gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte.

HOTEL BERNERHOF  
Bruno Fläcklin  
3780 Gstaad  
Telefon 033/748'88'44  
Fax 033/748'88'40  
www.bernerhof-gstaad.ch  
bf@bernerhof-gstaad.ch

149856/14966

**EIN GUTES TEAM VERSPRECHEN ALLE, ABER NICHT MIT SEESICHT**



Nr.1 | WIRD MAN NICHT ZUFÄLLIG



**DAS BESTE FERIENHOTEL DER SCHWEIZ 2002**

(Bewertung des Wirtschafts-Magazin BILANZ vom August 2001)

Mit unserem Team begeistern wir unsere internationale Gäste mit spritzig verpacktem Glamour und modernem Schick. Möchten Sie wissen wie?

Ab sofort ist folgende Jahresstelle zu besetzen:

Für unser Restaurant "Eden Roc" mit 14 Punkte GAULTMILLAU

**CHEF PÂTISSIER**

In einem persönlichem Gespräch erfahren Sie mehr über diese interessante und abwechslungsreiche Stelle. Gerne sehen wir Ihren vollständigen Bewerbungsunterlagen entgegen.



Rosanna Bonomi - Leiterin Human Resources  
Via Albarelle 16, CH - 6612 Ascona  
Tel. +41 091 785 71 71 Fax +41 091 785 71 43  
www.edenroc.ch info@edenroc.ch

The Leading Small Hotels of the World

GANZJÄHRIG GEÖFFNET

Swiss Deluxe Hotels

**Restaurant Guggach**  
am Bucheggplatz  
8057 Zürich 01-363 32 10

Unser aufgestelltes Team sucht zuverlässige 20- bis 30j. Schweizerin als

**Service-mitarbeiterin**

(auch Teilzeit über Mittag oder Bankettausilfe)

mit abgeschlossener Berufslehre. Möchten Sie in einer angenehmen Umgebung unsere Gäste betreuen, so rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Unterlagen.

Rest. Guggach, am Bucheggplatz, 8057 Zürich, 01 363 32 10

149687/40380

**Restaurant FRÖHSINN**  
Udligenswil

Gesucht per 1. August 02 oder nach Übereinkunft

**Jungkoch m/w**

in Landrestaurant mit 14-Gaultmillau-Punkten und kleiner Brigade. Unser Restaurant befindet sich 10 km ausserhalb von Luzern. Wir freuen uns auf Ihren Anruf  
Telefon 041 371 13 16  
Mittwoch geschlossen.

149510/285439

**Über Marketing und Damping.**



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

Für grosse Privatvilla in Rüschlikon suchen wir auf Ende Sommer/Anfang Herbst

**Erfahrene Hauswirtschafterin**

Sie muss eine **Allround-Könerin** sein im Ordnung-machen, Putzen, Bügeln, Pflegen und präsent sein.

Eher 5½- und 6- als 5-Tageweche. Die Stelle erfordert grosse **zeitliche Flexibilität**, öfter auch einige Stunden Einsatz am Samstag, ausnahmsweise auch einmal am Sonntag, dafür grosszügige Kompensation bei häufiger Abwesenheit des älteren Ehepaars.

Wunderschöne, 70m2 grosse **Dienstwohnung** mit einmaliger Seesicht gehört zur Stelle.

Erfahrung als **Hauswirtschafterin in Privathaus-halt** oder **Hausdame im Hotel** sowie sehr **gute Deutschkenntnisse** in Wort und Schrift sind **Bedingung**.

Idealalter der alleinstehenden, unabhängigen Frau: **45-55 Jahre**.

Senden Sie bitte Ihre Kurzbewerbung mit Photo und Referenzen an Stimulus AG, Bahnhofstr. 32, 8803 Rüschlikon,  
Tel. ab 1. Juli: Bürozeit 01 724 60 57  
ab 18.00 Uhr und Samstag: 043 244 02 12.



*Willkommen*

Unser(e) zukünftige(r)

**Executive Housekeeper**  
(Dame oder Herr)

ist ab 25 Jahre jung, dynamisch, im Hotelfach ausgebildet und bringt schon einige praktische Erfahrungen auf der Etage mit.

In dieser interessanten Position unterstützen Sie ab September 2002 oder nach Vereinbarung unser motiviertes Etagen-Team.

Flexibilität, Freude am Umgang mit Menschen und Sprachkenntnisse (D, E und evtl. I) bringen Sie mit!

Martin Beck, Leiter Human Resources,  
wartet gespannt auf Ihre Bewerbung.



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA  
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 26 77 • FAX 033 828 28 80  
interlaken@victoria-jungfrau.ch • http://www.victoria-jungfrau.ch  
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

**GAST RATHAUSKELLER**  
Stefan Meier & Hubert Erni

Wir suchen

**Servicefachangestellte/n** in Jahresstelle.

Und bieten gepflegte Ambiance, optimale Arbeitsbedingungen, Sonntag und Montag frei.

Rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Wir freuen uns.  
Hubert Erni & Stefan Meier

Gasthaus Rathauskeller Erni & Meier AG  
Ober-Altstadt 1 Postfach CH-6301 Zug  
Telefax 041 710 49 77 Telefon 041 711 00 58  
www.rathauskeller.ch  
E-mail: erni@rathauskeller.ch

107979/112038

**Seehotel PILATUS**  
6052 HERGISWIL  
Bes. Fam. Fuchs  
Tel. 041 630 15 55  
Telex 866 159



Modernstes Haus  
Hallenbad 18'9 m  
Park und Strand  
Ruhige Lage

Unser **SEEHOTEL PILATUS** ist das führende \*\*\*\*-Seminar- und Ferienhotel direkt am Vierwaldstättersee. Seine 100 Betten werden ergänzt durch ein hochstehendes gastronomisches Angebot.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Juli oder nach Vereinbarung

**Chef de partie**  
**Commis de cuisine**

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an  
J. Fuchs  
SEEHOTEL PILATUS, 6052 Hergiswil

149767/15563



MANDARIN ORIENTAL  
HOTEL DU RHÔNE  
GENÈVE

Suchen Sie eine neue Herausforderung? Warten Sie auf eine Gelegenheit, um Ihre Talente als Ingenieur und Führungskraft unter Beweis zu stellen? Reizt Sie eine einzigartige berufliche Erfahrung in der Westschweiz?

Dann sind Sie bei uns an der richtigen Stelle!

Das Mandarin Oriental Hôtel du Rhône, Genf, sucht einen

### Leiter der Abteilung Technischer Dienst

Mit Ihrem aus 12 zwölf Technikern bestehenden Team und einem Budget von einer Million Schweizer Franken sind Sie für den perfekten Unterhalt des Gebäudes und der technischen Installationen in unserem Fünf-Stern-Hotel zuständig und sorgen so für Komfort und Sicherheit unserer Kunden.

Sie sollten über die entsprechenden Diplome und eine reiche Erfahrung verfügen. Perfektes Beherrschen der französischen und ausgezeichnete Kenntnisse der englischen Sprache sind von grossem Vorteil.

Schicken Sie Ihr Dossier mit Begleitbrief sowie Foto und Diplomen an:

Mandarin Oriental Hôtel du Rhône,  
Directeur des Ressources Humaines,  
CP 2040, CH-1211 Genève 1  
Email: henriV@mohg.com

149775/12599

### Alters- und Pflegeheim Herrliberg

### im Rebberg



Für den vielseitigen Bereich Hotellerie in unserem modernen Betrieb suchen wir eine motivierte, selbständige Mitarbeiterin, welche unsere Heimbewohner und Gäste mit einem aufmerksamen Service verwöhnt. Sie übernehmen zudem Aufgaben innerhalb der Hauswirtschaft, welche Sie als Allrounderin herausfordern. Suchen Sie eine geregelte Tätigkeit in einem aufgestellten Team und sind Sie eine gelernte

### Hotelfachassistentin

dann rufen Sie uns an. Wir freuen uns, Sie ab 1. August zu unserem Team zählen zu dürfen. Bestellen Sie unser Bewerbungsformular bei Frau Marianne Haas-Küng, Leitung Hauswirtschaft, unter der Direktwahlnummer 01 915 80 01. Schriftliche Bewerbungen bitte an die: **Heimleitung, Alters- und Pflegeheim «im Rebberg», Schulhausstrasse 44, 8704 Herrliberg**

Besuchen Sie uns im Internet unter [www.rebberg.ch](http://www.rebberg.ch)

149340/40989

### Bären

HOTEL SUHR

Bernstrasse-West 56 - 5034 Suhr  
Telefon 062 855 25 25  
Fax 062 855 25 91  
E-Mail: [mailbox@baeren-suhr.ch](mailto:mailbox@baeren-suhr.ch)  
[www.baeren-suhr.ch](http://www.baeren-suhr.ch)

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. August eine freundliche, aufgestellte

### Servicefachangestellte

Wenn Sie Freude haben an gepflegtem Spisesevice, auch in hektischen Zeiten freundlich und nett bleiben und Sie ausserdem mündliche Fremdsprachenkenntnisse (E/F - nicht Bedingung) mitbringen, dann sollten Sie sich unbedingt bei uns melden. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Hotel Bären, Herr Peter Sprengler, Bernstrasse-West 56 5034 Suhr, E-Mail: [mailbox@baeren-suhr.ch](mailto:mailbox@baeren-suhr.ch)

Auf Wunsch können wir Ihnen ein Zimmer im Haus anbieten.

149822/32204

## Was will man Meer!..

...als einen traumhaften Job an einer romantischen Bar zu haben und dabei sein eigener Chef zu sein.  
Für unsere Bar «La Fregatte» suchen wir Sie als

### Barmaid

Eintritt nach Übereinkunft

Schweizer/innen oder Ausländer/innen mit Bew. B oder C, welche gerne in unserem modernen Hotel in einem jungen Team arbeiten möchten, richten Ihre geschätzte Bewerbung an Herrn Urs Hatt.



## OBERSAXEN

LUMNEZIA-MUNDAUN-ILANZ

Für unser \*\*\*Hotel in Obersaxen suchen wir nach Vereinbarung

- Sekretärin/Réceptionistin
- Réceptionspraktikantin

Wir stellen uns eine flexible und freundliche Persönlichkeit vor, welche Ihren Beruf liebt, gästeorientiert und speditiv arbeitet.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Hotel Central, 7134 Obersaxen  
Pam. S. Caduff-Gwerder  
Telefon 081 933 13 23  
E-Mail: [info@central-obersaxen.ch](mailto:info@central-obersaxen.ch)  
[www.central-obersaxen.ch](http://www.central-obersaxen.ch)

149828/182249

## HOTEL STROHLEIN

Suchen Sie eine neue Herausforderung? Einen Job, der Sie fordert und weiterbringt? Sind Sie selbständig und belastbar? Dann sind Sie für uns der richtige

### Chef de service w/m für unser chinesisches Restaurant Huang Guan

Eintritt: nach Übereinkunft

Weitere Informationen:  
Herr Bruno Bachmann, Direktor  
Brüningstrasse 130  
6060 Sarnen  
Tel. 041 666 09 09  
Fax 041 666 09 10



149756/8034

## Restaurant Lariou Ligerz am Bielersee

sucht per sofort oder nach Übereinkunft

## Koch als Alleinkoch oder als Pächter

Restaurant 70 Plätze, Terrasse 70 Plätze, Saal 80 Plätze mit Seesicht, Wirtedachwohnung mit Cheminée und Galerie, Personalzimmer

Telefon 032 315 11 53

149748/110442



Im Sommer in den Bergen - warum nicht???

Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir per sofort oder Übereinkunft

### Sous-chef

### Chefs de partie

### Service-Mitarbeiterinnen w/m

Restaurant Ascot  
CH-3920 Zermatt  
Tel. 027 967 45 25

149722/52647

Unser \*\*\*-Hotel mit 78 Zimmern und 122 Betten liegt im Zentrum von Zürich. Wir suchen gästeorientierte/n und belastbare/n

### Réceptionist/in Nachconciere

Sprachkenntnisse in D, E, F sind Bedingung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!  
Leoneck Hotel  
Helmut Gold, Direktor  
Leonhardstrasse 1, 8001 Zürich  
Telefon 01 254 22 22, Fax 01 254 22 00  
E-Mail: [info@leoneck.ch](mailto:info@leoneck.ch)  
[www.leoneck.ch](http://www.leoneck.ch)

149752/40681

## Über Aktualitäten und Eventualitäten.

### Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22,  
Telefax 031 370 42 23,  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)



## Reha-Klinik Hasliberg

6083 Hasliberg-Hohfluh

[www.haslibergerhof.ch](http://www.haslibergerhof.ch)  
[info@haslibergerhof.ch](mailto:info@haslibergerhof.ch)

Tel. 033 972 55 55  
Fax 033 972 55 56

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Übereinkunft einen initiativen

### DIÄTKOCH m/w

welche/r auch Freude hat, mit unseren Patienten ab und zu Diätkochkurse in unserer modernen Schulküche durchzuführen.

Es handelt sich um eine interessante Ganzjahresstelle mit geregelter Arbeitszeit

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Für erste telefonische Informationen verlangen Sie bitte Frau Susanne Schärli, Personalabteilung, Direktwahl 033 972 55 63.

149830/164739



Gesucht für die Sommersaison oder Jahresstelle 100 % oder Teilzeit

### Köche (w/m)

### Pizzaiolo

### Service-Angestellte/n (nur mit Service-Erfahrung)

Bitte senden Sie uns Ihre Unterlagen oder melden Sie sich bei Herrn Rolf Baumer:

Tel. 033 654 40 44, Fax 033 654 76 75  
Ab 16.00 Uhr Tel. 033 654 03 03

149768/32123

Willkommen zur Expo 2002!



## CONTINENTAL HOTEL BIENNE

222 Schritte zum Haupteingang!  
444 Schritte zum Bahnhof!

### Wir sind schnell und stark und werden noch stärker und schneller!

Nach dem Motto: Die Expo.02 ist im Hotel Continental in Biel ein voller Erfolg.

Zur Verstärkung unserer Réception suchen wir **die oder den Réceptionist/in** (sofort oder nach Vereinbarung)

Sie sind belastbar, haben Freude an der Business-Hotellerie, und sind eine «Verkäuferin»: Hektische Situationen sind für Sie eine Herausforderung. Sie sprechen und schreiben Deutsch, Französisch, Englisch und sind gewandt am PC.

Wir bieten Ihnen:

- moderne Führungsstrukturen
- moderate Anstellungsbedingungen
- leistungsgerechte Entlohnung
- eine nicht alltägliche Herausforderung

Wenn Sie jetzt mit vollem Herzen «Ja gärrn» sagen, dann senden Sie Ihre komplette Offerte an

Hotel Continental Biel, Frau Nicole Näf, Aarbergstr. 29, 2503 Biel, Tel. 032 327 27 27, E-mail: [info@continental-bienne.ch](mailto:info@continental-bienne.ch) Internet: [www.continental-bienne.ch](http://www.continental-bienne.ch)

149428/4901

# Vom Genfersee bis zum Bodensee.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.  
Abonnieren und Inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

# la réserve

g e n è v e

Après d'importants travaux, l'Hôtel la Réserve réouvrira ses portes à la fin de l'année dans un cadre entièrement nouveau et magnifiquement décoré.

En prévision de cette réouverture, nous recrutons

## pour tous les départements.

Si vous êtes Suisse ou au bénéfice d'un permis de travail, si vous avez un sens inné du service et le désir de relever un défi passionnant dans un univers de luxe, nous vous invitons à nous faire parvenir une lettre de motivation ainsi que votre dossier complet muni d'une photo à l'adresse suivante:

emploi@lareserve.ch

ou, par courrier, au

Département des Ressources Humaines

la réserve genève  
hôtel & spa  
301, route de Lausanne, 1293 Bellevue

149846/0901



Nous souhaitons engager pour notre Restaurant d'Entreprise au Centre de Recherche Nestlé à Vers-chez-les-Blanc (Lausanne)

## UN(E) CUISINIER(ÈRE) TOURNANT

au taux d'activité de 100%

Si vous souhaitez apporter votre contribution active à un restaurant d'entreprise dynamique servant 500 couverts par jour à un public très multinational de chercheurs et de techniciens,

si vous possédez un CFC de cuisinier ou un titre équivalent, une expérience solide dans le domaine de la cuisine et que vous pouvez assurer un poste seul (garde-manger, entremétier, rôti-seigneur-saucier, pâtissier) ainsi que des notions en cuisine végétarienne, un esprit d'initiative et d'équipe, et des connaissances en informatique, -

Veillez faire parvenir votre offre complète (curriculum vitae, accompagné des documents usuels) à l'adresse suivante:

NESTLÉ RESEARCH CENTER  
Département des Ressources Humaines  
Attn. M<sup>me</sup> Coronado  
Vers-chez-les-Blanc  
1000 Lausanne 26

149871/292354



MANDARIN ORIENTAL  
HOTEL DU RHÔNE  
GENÈVE

Vous cherchez un nouveau défi? Peut-être une opportunité de montrer vos talents d'ingénieur et de meneur d'hommes, ou encore tenté par une expérience professionnelle unique en Suisse romande?

Alors contactez-nous!

Le Mandarin Oriental Hôtel du Rhône, Genève, recherche son

## Chef du Service Technique

Responsable d'une équipe de 12 techniciens et d'un budget de F.S. 1 million, vous assurerez le parfait entretien du bâtiment et des installations techniques de notre hôtel 5 étoiles, pour le confort et la sécurité de nos clients. Diplômes et expérience solides sont requis pour ce poste. Maîtrise parfaite du français et excellente connaissance de l'anglais sont des atouts majeurs.

Envoyez votre dossier de candidature avec lettre de motivation, photo et diplômes au:

Mandarin Oriental Hôtel du Rhône  
Directeur des Ressources Humaines  
CP 2040, CH - 1211 Genève 5  
E-mail: henriV@mohg.com

149774/12599



RELAIS & CHÂTEAUX

Roland Pierroz  
Hotel Rosalp  
Relais Gourmand  
19/20 Gault et Millau  
CH-1936 Verbier  
Tél. 027 771 63 23

Cherche pour la saison d'été 2002, entrée début juillet

Cuisine

**Chef de partie**  
**Garçon de cuisine**

Restaurant Gastronomique

**Chef de rang**

Houskeeping

**Garçon d'office**

Faire offre avec photo, curriculum vitae et copies de certificats

(tout dossier incomplet ne sera pas pris en considération).

149754/25904

**htr**

## Tout sur le marketing et le dumping.

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

Recherche

## gérant(s)

pour restaurant de station valaisanne réputée. Situation centrale avec salle 100 cvts, terrasse 60 cvts.

Les candidats sont priés d'envoyer leur dossier sous référence N° 149570 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

149570/24970



Restaurant de l'Aigle Noir

Pour compléter notre brigade nous cherchons de suite ou à convenir

**cuisinier / saucier**  
**sommelier/sommelière**

qualifié

Nous offrons une place stable dans une équipe jeune et dynamique.

Fermé: dimanche et lundi.

Les candidats de nationalité suisse ou titulaires d'un permis valable, sont priés d'envoyer leurs offres à

D. und S. Fraudentier  
Rest. de l'Aigle Noir  
10, rue des Alpes, 1700 Fribourg  
Téléphone 026 322 49 77

142192/95460

**htr**

## D'inspiration et de motivation.



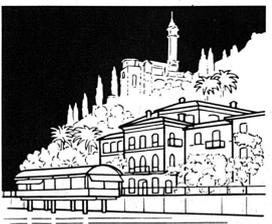
htr  
hotel+tourismus revue

Nulla part, vous ne trouverez plus d'offres d'emploi.

Abonnez et insérez:

Téléphone 031 370 42 22  
Téléfax 031 370 42 23  
www.htr.ch

## SVIZZERA ITALIANA



CARINA CARLTON MORCOTE

Sommersaison in Morcote, Tessin (10 Autominuten ab Lugano)

Für unser gediegenes Familienhotel mit weitherum bekanntem A-la-carte Restaurant der oberen Klasse suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

**Chef de partie / Tournant (w/m)**

\*\*\*

**Commis de cuisine (w/m)**

Geregelte Arbeitszeit und Freitage sind bei uns selbstverständlich.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf. Verlangen Sie Herrn oder Frau Tschannen.

HOTEL-RESTAURANT

# CARINA CARLTON

Fam. R. Tschannen-Ulrichs  
CH-6922 Morcote  
Tel. 091 996 11 31, Fax 091 996 19 29

149829/25666

**PARKHOTEL BRENSCINO BRISSAGO**

Zur Verstärkung unserer Brigade suchen wir ab sofort bis zum 5. November 02:

- 2. Maître d'hôtel
- Servicefachmitarbeiter/in D/I für Saal und Restaurant
- Ragazza Office/Etage
- Tourmante

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Parkhotel Brensino  
z. H. von Fr. Natascha Rothermann  
6614 Brissago  
Tel.: 091 786 81 11  
Fax: 091 793 40 66

149084/6009

**htr**

## Tout sur Internet et les bénéfices nets.

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

Park-Hotel Rovio \*\*\*

Albergo di 3 stelle situato nel caldo clima del Sottoceneri (TI), conosciuto ed apprezzato, cerca da subito:

Etage: **Ragazza ai piani e Lavanderia**

Diversi: **Lavapiatti**  
**Tuttofare/Giardinieri**

Offriamo un ambiente dinamico ed innovativo.

Le candidature da inviare al Park Hotel, 6821 Rovio, Tel. 091 649 73 72

149848/29297

**htr**

## Vom Chauffeur bis zum Chasseur.



htr  
hotel+tourismus revue

Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren:

Telefon 031 370 42 22  
Telefax 031 370 42 23  
www.htr.ch

## INTERNATIONAL



HERZOG  
Winery & Luxury Restaurant

**Neuseeland's**

bestes Restaurant bietet jungen, ambitionierten

**Servicearbeitern**

für die Sommer-Saison von 16. Okt. 2002 bis 16. Mai 2003 die einmalige Gelegenheit ein traumhaftes Land kennenzulernen. Erfahrung in der gehobenen Gastronomie Voraussetzung. Wir bieten Flug, Unterkunft, Mahlzeiten, kleines Salär.

Herzog Winery & Luxury Restaurant  
81 Jeffries Rd. RD3, Blenheim, NZ  
www.herzog.co.nz  
info@herzog.co.nz  
Fax 0064 3 572 87 30

149770/41892

KOCH / Südafrika

Gästehaus mit renommiertem Restaurant an der Gardenroute sucht qualifizierten

## Jungkoch m/w

für Saisonstelle (Sept. 02 bis März 03). Englischkenntnisse, Freude an Natur und Verständnis für Fremdes werden vorausgesetzt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung unter Chiffre 149747 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

149747/415084

# Sonderseite für LehrabgängerInnen



## Page spéciale pour jeunes sortant d'apprentissage

### Suchen Sie gut ausgebildete Fachkräfte?

Die Ausbildungszeit von verschiedenen Berufen in der Hotellerie/Gastronomie ist bald zu Ende.

Auf einer speziell gestalteten Seite offerieren wir Ihnen in 5 Ausgaben je 1 Sonderseite «LehrabgängerInnen». Diese ist speziell für Betriebe reserviert, welche gerne junge, qualifizierte MitarbeiterInnen einstellen.

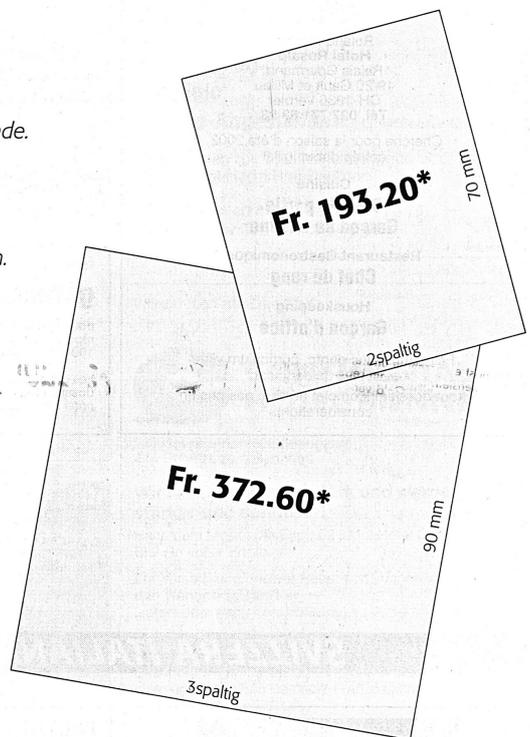
Geben Sie jungen MitarbeiterInnen eine Chance, sich ins Berufsleben einarbeiten zu können.

### Etes-vous à la recherche d'une main-d'œuvre qualifiée bien formée?

La durée de formation dans différentes professions de l'hôtellerie et de la restauration touche bientôt à sa fin.

Nous avons conçu tout exprès à votre intention une page spéciale «Jeunes sortant d'apprentissage» à paraître dans 5 numéros. Cette page est réservée aux établissements qui souhaitent engager de jeunes collaboratrices et collaborateurs qualifiés.

Offrez à ces jeunes une chance de pouvoir se familiariser avec la vie professionnelle.



### Bestellschein für die Sonderseite «LehrabgängerInnen» der hotel+tourismus revue

- Dieses Inserat soll in folgender Ausgabe erscheinen:  
 Nr. 24 (13. 6. 2002)     Nr. 25 (20. 6. 2002)     Nr. 26 (27. 6. 2002)     Nr. 27 (4. 7. 2002)     Nr. 28 (11. 7. 2002)
- Gewünschte Grösse: Breite \_\_\_\_\_ spaltig x Höhe \_\_\_\_\_ mm (alle Grössen möglich)
- Millimeterpreis: 1.38\*
- Verdoppeln Sie den Beachtungsgrad Ihres Inserates mit Farbe (Zusatzkosten Fr. 655.-\* pro Druckfarbe)
- **Inseratenschluss: Montag, 12 Uhr, Freitag der Vorwoche, 12 Uhr mit «Gut zum Druck»**
- Senden oder faxen (031 370 42 23) Sie den ausgefüllten Bestellschein für die Sonderseite «LehrabgängerInnen» mit Ihrem Inseratetext an die hotel+tourismus revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Berne, marc.moser@swisshotels.ch
- **Profitieren Sie!!!**

\* Alle Preise verstehen sich exkl.

### Talon de commande pour la page spéciale de l'hotel+tourismus revue «Jeunes sortant d'apprentissage»

- Cette annonce doit paraître dans l'édition:  
 no 24 (13. 6. 2002)     no 25 (20. 6. 2002)     no 26 (27. 6. 2002)     no 27 (4. 7. 2002)     no 28 (11. 7. 2002)
- Grandeur souhaitée: largeur \_\_\_\_\_ colonnes x hauteur \_\_\_\_\_ mm (toutes les grandeurs sont possibles)
- Prix du millimètre: 1.38\*
- Doubles vos chances de retenir l'attention grâce à une annonce en couleurs (supplément Fr. 655.-\* par couleur)
- **Clôture des annonces: lundi, 12 h, avec «Bon à tirer» vendredi de la semaine précédente, 12 h**
- Envoyez ou faxez (031 370 42 23) le talon de commande dûment rempli avec votre texte d'insertion pour la page spéciale «Jeunes sortant d'apprentissage» à l'hotel+tourismus revue, Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne, marc.moser@swisshotels.ch
- **Ne laissez pas passer l'occasion!!!**

\* Tous les prix s'entendent hors 7,6% TVA.

# Sonderseite

für LehrabgängerInnen

# Page spéciale

pour jeunes sortant d'apprentissage

**Am Tag die Arbeit, am Abend die Freizeit!**  
Für unsere ganzjährig geöffneten Berg-Restaurations auf dem Titlis (Pizzeria / Stübli) suchen wir aufgestellte **Servicefachleute**

Gerne gibt Ihnen Franziska Gander unter 041 639 50 80 oder [gastroland@titlis.ch](mailto:gastroland@titlis.ch) detaillierte Auskunft über die Vorzüge unseres Tagesbetriebes.

Titlis Gastroland  
Postfach 88, 6390 Engelberg  
Tel. 041 639 50 50  
[www.titlis.ch](http://www.titlis.ch)

**250 Stellen = 250 Chancen für Lehrabgänger in allen Bereichen**

**JOB SERVICE** GASTRO SUISSE

[www.gastrosuisse-jobservice.ch](http://www.gastrosuisse-jobservice.ch) Tel. 01-377 55 35

**DG DOMINO GASTRO**

Herzlichen Glückwunsch zum gelungenen Abschluss

Du hast es geschafft und einen wichtigen Meilenstein in deinem Leben erreicht. Wir nun... endlich Geld verdienen. Wir haben eine grosse Auswahl an Stellen angeboten auf dem Platz Zürich für:

**Servicefachangestellte  
Jungköche  
Hotelfachassistenten  
Réceptionisten**

**Wir haben für Dich Deine Traumstelle!**

**Lüt a oder schick eus es E-mail!  
01 432 73 73**

DOMINO GASTRO ENG GMBH,  
Segenstr. 1, 8048 Zürich  
E-Mail: [r.eng@dg-jobs.ch](mailto:r.eng@dg-jobs.ch)

**RÉSIDENCE BERNERHOF HOTELS**

Für unsere 2- und 3-Sterne-Hotels im Berner Oberland suchen wir ab August 2002 oder nach Vereinbarung für die Sommersaison oder Jahresstelle motivierte und flexible Mitarbeiter, um unser junges Team zu vervollständigen.

**Küche:**  
Traditionelle CH-Küche, 2-Stern-Restaurant A-la-Carte/Hotelsaal

> **Koch/Jungkoch (w/m)**

**Restaurant:**  
Hotelsaal/A-la-Carte/Pizzeria

> **Servicefachangestellte** (sprachkundig)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder rufen Sie uns einfach an!

RESIDENCE & BERNERHOF HOTELS  
WENGEN Jungfrau, Fam. Schweizer  
CH-3823 Wengen  
033/855 27 21

**büro metro**

Seit über 50 Jahren die Adresse für Ausland und Schiffsstellen. Spezielle Auslandsvermittlungen für junge Profis.

**KREUZFARTSCHIFFE: PROFESSIONELLES HOTELFACHPERSONAL**

ENGLAND, IRLAND, KANALINSELN:  
**HOTELFACHASSISTENTINNEN  
KÖCHE/KÖCHINNEN  
PÄTTISSIER (M&F)  
KELLNER/KELLNERINNEN  
RÉCEPTIONISTEN/INNEN**

Gute Gelegenheiten, erste Auslandsauftragungen zu machen und das Englisch zu verbessern!

**BÜRO METRO**  
Freigutstrasse 7  
CH-8039 Zürich/Schweiz  
Tel. +41(0)1 201 41 10  
Fax 202 16 46  
E-MAIL: [metroch@attglobal.net](mailto:metroch@attglobal.net)

**Adecco HOTEL & EVENT**  
[www.adecco.ch](http://www.adecco.ch)

**Die coolsten Jobs!**

Nun ist es soweit - die Arbeitswelt wartet auf Sie. Und wir haben die gut bezahlte Stelle, die Sie suchen.

Wir finden für jeden das Richtige, und das in der ganzen Schweiz. Alles ist möglich ...

**Köche  
Servicefachangestellte  
Hotelfachassistenten  
Kaufm. Angestellte**

People make the difference.

Sie sind nur eine Bewerbung oder einen Anruf von Ihrem Traumjob entfernt! Kontaktieren Sie eine unserer Filialen, und starten Sie in eine spannende Zukunft.

Langstrasse 11, 8026 Zürich, Tel. 01 297 79 79  
Streitgasse 20, 4010 Basel, Tel. 061 264 60 40  
Marktgasse 32, 3000 Bern 7, Tel. 031 310 10 10  
Grabenstrasse 40, 7000 Chur, Tel. 081 258 30 75  
Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5, Tel. 041 419 77 66  
Poststrasse 15, 9001 St. Gallen, Tel. 071 228 33 43  
Bd. Jacques-Dalcroze 7, 1204 Genève, Tel. 022 718 44 77  
Pl. de la Riponne 1, 1000 Lausanne 17, Tel. 021 343 40 00  
Fbg. de l'Hôpital 9, 2001 Neuchâtel, Tel. 032 729 10 33  
Viale S. Francini 30, 6901 Lugano, Tel. 091 910 20 30

**Hotelfachangestellte**

Lieben Sie Ihren Beruf?  
Sind Sie motiviert?  
Dann gehören Sie ab August 2002 oder nach Vereinbarung zu unserem jungen Team! Wir suchen Verstärkung von einem/einer freundlichen und aufgestellten **Servicefachangestellten**

Wollen Sie mehr darüber erfahren?  
Auf Ihren Anruf unter der Nummer **062 855 90 20** freuen wir uns!  
S. und D. Goetschi und das Kreszteam.

Und der Abend gehört Ihnen!

Als **Jungkoch (m/w)** unterstützen Sie die Küchenbrigade unseres Panoramarestaurants auf dem Titlis und geniessen dabei die Vorzüge eines Tagesbetriebes!

Gerne gibt Ihnen unser Küchenchef Roger Summermatter, 041 639 50 80, persönlich weitere Infos.

**Wir freuen uns auf Sie.**

Titlis Gastroland  
Postfach 88, 6390 Engelberg  
Tel. 041 639 50 50  
[www.titlis.ch](http://www.titlis.ch)

**hoteljob**

**UND JETZT ET ENSEMBLE**

Das Hotel-Team, findet für Sie die erste Stelle nach dem erfolgreichen Lehrabschluss!

Anne Grivat et Marie-Pierre Calvet sont là pour vous trouver votre PREMIER poste!

Société suisse des hôteliers

Schweizer Hotelier-Verein

Hoteljob, Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Tel. 031 370 43 33  
E-Mail: [hoteljob.be@swiss-hotels.ch](mailto:hoteljob.be@swiss-hotels.ch)

Hoteljob, Rue de Terreaux 10  
Case postale, 1000 Lausanne 9  
Tel. 021 320 28 76  
[hoteljob.vd@swiss-hotels.ch](mailto:hoteljob.vd@swiss-hotels.ch)

[www.hotel-delphin.ch](http://www.hotel-delphin.ch)

Unser moderner Familienbetrieb mit Fischspezialitätenrestaurant direkt am Hallwilersee sucht auf August/September

**SERVICEANGESTELLTE**

Wir wünschen uns aufgestellte, belastbare und flexible Mitarbeiter.

Sind Sie interessiert? So rufen Sie mich einfach an oder senden Sie Ihre Unterlagen an:

Seehotel Delphin  
z.Hd. Herrn Claude Fischer  
5616 Meisterschwanden  
Telefon 056 676 66 80



### JAHRESSTELLEN

Gouvernante 4\*-Hotel Raum Zürich n.V.  
 Geschäftsführerin ital. Spezialitätenrestaurant Bern n.V.  
 Chef de partie Bern, Winterthur, Chur, Regensdorf, Brunegg n.V.  
 Commis de cuisine Bern, Chur, Zürich, Regensdorf, Kanton Aargau n.V.  
 Küchenchef/in lebhafter Betrieb Stadt Bern n.V.  
 Pâtissier/ère Gault/Millau Rest. Kanton Bern Herbst 02 n.V.  
 Pizzaiolo 3\*-Hotel/Restaurant am Walensee n.V.  
 Sous-Chef/in bekanntes Restaurant Bern n.V.  
 Réceptionist/Sekretärin DIE (F) Hotel am Vierwaldstättersee sofort  
 Seminarassistentin Businesshotel Nähe Zürich n.V.  
 Bardame Nachtclub Bern sofort  
 Chef de Service 4\*-Landgasthof Kanton Aargau n.V.  
 Servicefachangestellter 3-4\*-Hotels u. Gourmetrests. in Chur, Aargau, Basel, Wallis, Raum Zürich n.V.

### SOMMERSAISONSTELLEN

Chef de partie Films/Laax, Kanton Wallis  
 Commis de cuisine Zermatt, ob. Zürichsee, Films  
 Sous-Chef/in Hotel/Restaurant Kanton Wallis  
 Chef de rang 4\*-5\*-Hotels in Zermatt  
 Servicefachangestellter 3\*-5\*-Hotel Zermatt und Engadin

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.  
 Frau Annelies Kranz gibt Ihnen gerne  
 weitere Auskunft.

Weitere interessante Stellen auf  
[www.gastrohelp.net](http://www.gastrohelp.net)

Bahnhofplatz 10  
 8853 Lachen

Tel. 055 462 35 25  
 Fax 055 462 35 27  
[www.gastrohelp.net](http://www.gastrohelp.net)  
[info@gastrohelp.net](mailto:info@gastrohelp.net)

## IMAGE



[www.gastro-S.ch](http://www.gastro-S.ch)

Int. Schule für Touristik AG  
 Josefstr. 59, 8005 Zürich  
 Tel. 01 440 30 90  
[www.ist-zurich.ch](http://www.ist-zurich.ch)



### Internationale Schule für Touristik

Orientierungskurs Reisebranche  
*Berufsentscheide leichter treffen!*  
 Dauer: 1 Woche oder 5 Samstage  
 Kursbeginn: mehrmals jährlich  
 Preis Fr. 850.—

Grundkurs Reisebranche  
*Macht fit für die Reisebranche!*  
 3 Monate Intensivkurs oder  
 9 Monate berufsbegleitend  
 Kursbeginn: Feb, April, Aug, Nov 02  
 Preis Fr. 6'800.—

Lehrgang dipl. Tourismus-fachmann/-  
 fachfrau HF  
*Background schafft Sprungbrett!*  
 Vollzeitlehrgang 3 Jahre, davon  
 1 Jahr bezahltes Praktikum,  
 Kursbeginn: Jan, April, Aug;  
 Preis Fr. 7'850.— pro Sem.  
 oder berufsbegleitend 5 Semester  
 Beginn: Feb; Fr. 4'650.— pro Sem.

IST AG Zürich – Höhere Fachschule

Ihr neuer zuverlässiger Partner  
[www.horesto.ch](http://www.horesto.ch)  
 für Stellengesuche und -angebote

Telefon +41 1 721 19 47  
 149350/418308

## hotel staff

human resources management

### Ganze Schweiz

Wir betreuen als Arbeitgeber und Vermittler von  
 Zürich aus die ganze Schweiz für Temporärstellen,  
 Try&Hire, Feststellen und Kaderpositionen;  
 internationale Stellen auf Anfrage.

### Feststellen

Seminarbetreuung & Administration · Chef Pâtissier  
 Koch · Sous chef · Chef de partie · Store Manager  
 Support Manager · Chef de cuisine · Manager Food  
 Service · Receptionist · F&B Manager · Personal  
 Assistent · Regionalleiter · Hauswirtschaftsassistentin  
 Maître d'hôtel · Reservationsmitarbeiterin · Chef de  
 réception · Servicemitarbeiterin · Produktionskoch  
 Geschäftsführer · Küchenchef · Betriebsassistentin  
 Leiterin Hauswirtschaft · Reservationssekretärin  
 Verantwortlicher Koch Tagesdienst · Sales&Marketing

### Expo. 02 Schweizerische Landesausstellung

Bis zum 20.10.2002 im Drei-Seen-Land  
 "Entdeckung" Gestalten Sie mit uns die Exklusiv-Events  
 an der Expo.02. Wir suchen Fachkräfte aus der ganzen  
 Schweiz, die sich unseren erfahrenen Event-Teams  
 anschliessen möchten und während der gesamten Expo  
 vor Ort in den unterschiedlichsten Tätigkeitsfeldern für  
 unsere Kunden im Einsatz sind. Fragebogen bei uns im  
 Internet unter Staff Line.

### 289 herausfordernde Angebote

[www.hotelstaff.com](http://www.hotelstaff.com)

### Unser Standort

### Nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich

Personaldienstleistungen  
 für Hotellerie, Gastronomie,  
 Tourismus, Catering und Events

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



## Service à La Carte

SALAC AG Personalvermittlung

Ihr kompetenter Partner in allen Personalfragen  
 "Engagiere die Besten die du kriegen kannst"

Wir helfen Ihnen dabei!  
 Der erste Schritt zu Ihrem Traumjob: Besuchen Sie unsere  
 Home Page mit den aktuellen Stellenausschreibungen

Cho d'Punt 47, CH 7503 Samedan/St. Moritz  
 Internet: [www.salac.ch](http://www.salac.ch) · e-Mail: [salac@bluewin.ch](mailto:salac@bluewin.ch)  
 Tel.: +41 81/ 850 04 64 · Fax: +41 81/ 850 04 66

[www.gastro.ch](http://www.gastro.ch) E-Mail [gastroa@bluewin.ch](mailto:gastroa@bluewin.ch)

### Job-Vermittlungen

Tel. 079 475 11 33, 081 382 21 23, Fax 081 382 21 56

Sie suchen, wir haben Personal aus Österreich

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 Bin-  
 ningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09  
 134930/401648

## Vom Nachtportier bis zum Sales Manager

Abonnieren und inserieren:  
 Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

## STELLENGESUCHE

### Versierter Kellner (CH)

sucht Stelle.

Tel. 079 285 90 72

319355/149689

### Eine perfekte Unterstützung im Dop- pelpack!

**Mann 43 (Restaurant-Service)**  
**Frau 42 (Saal-Frühstück-Service)**

suchen per sofort eine Anstellung! Wir  
 sind ein dynamisches, verantwortungs-  
 bewusstes Paar mit langjähriger Berufs-  
 erfahrung (auch Schweizer-Erfahrung),  
 welches selbständiges Denken und  
 Handeln voraussetzt.

Unterkunft müsste gestellt werden. Fax  
 und Tel. Deutschland 0049 35433/55309

Peter Richter  
 Bedbergerstr. 2/50  
 D - 03226 - Vetschau

149832/418746

### Dipl. Hoteller SHV (CH) sucht neue Herausforderung ganze Schweiz.

Offen auch für branchenverwandte  
 Angebote, Vertretungen und  
 Kurzeinsätze, Marketingaufgaben,  
 Businessplanerstellung, Fundierte  
 Erfahrung in Hotellerie, Gastronomie,  
 Sales.

Sprachgewandt, teamfähig,  
 kostenbewusst.

Eintritt August oder nach Vereinbarung.

Angebote unter Chiffre K 513-310428,  
 an Publicitas AG, Postfach, 7001 Chur

149776/382708

Chef di cucina italiano. Ventennale es-  
 perienza internazionale. Ottime capacità  
 organizzative e professionali, esame-  
 rebbie proposte di lavoro. Disposto a  
 trasferirsi in tutto il mondo. Libero da fine  
 settembre.

Tel. 0041 79 281 68 60, ore 14.30 - 17.00  
 o dopo 22.00.

149355/418595

Führungsstarke Unternehmungspersönlichkeit mit Ausbildung im Bau-  
 management sowie betriebswirtschaftlichem  
 Nachdiplomstudium (KMU/HSG)  
 und langjähriger internationaler Erfah-  
 rung, D/IE/F, sucht neue Herausforde-  
 rung als

### CEO/Bereichsleiter (GL) oder in ähnlicher Funktion

in international ausgerichtetem Unter-  
 nehmen aus Industrie/Handel oder  
 Dienstleistung (Tourismus/Verkehr/Bau/  
 Immobilien). Hohes multikulturelles Ver-  
 ständnis durch langjährige Management-  
 Erfahrungen vorwiegend in italienischem  
 Sprachraum.

Kontaktaufnahme werden erbeten unter  
 Chiffre D 005-207540, an Publicitas AG,  
 Postfach 4638, 8022 Zürich.

149809/382706

Allrounder (technisch/kauf-  
 männlich versiert) sucht  
**Geschäftsführung  
 oder Übernahme**

eines kleineren Unternehmens,  
 wie bspw. Buchhandlung,  
 Chemische Reinigung,  
 Kioskbetrieb oder aber  
 Kaffee/Restaurant (alkoholfrei).  
 Ausgestaltung Konditionen  
 flexibel. Vorzugsweise  
 Grossraum Zürich.

Angebote sind erbeten unter  
 Chiffre Q 005-208206 an  
 Publicitas AG, Postfach 4638,  
 8022 Zürich.

### Gerant oder Betriebsleiter

im Grossraum Zentralschweiz. Mein  
 Wunsch-Betrieb ist ein Café mit oder  
 ohne Produktion, aber ohne Alkohol-  
 ausschank.

Angebote unter Chiffre 149729 an hotel/  
 + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

149729/418721

## 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: Ins Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Andres Jakob, Marc Moser

E-Mail: [marc.moser@swiss-hotels.ch](mailto:marc.moser@swiss-hotels.ch)

### Anzeigenart (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

– Frontseite / Première page: Fr. 1.58 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
 – Kaderangebote / annonces cadres Fr. 1.48 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
 – Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.38 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
 – Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.45 (inkl. MwSt. / TVA incluse)

### Termine:

– Ausgabe Nr. 26/2002  
 – Erscheint Do 27.6.2002  
 – Anzeigenschluss Mo 24.6., 12.00  
 – Wiederholungen Mo 24.6., 12.00

Nr. 27/2002  
 Do 4.7.2002  
 Mo 1.7., 12.00  
 Mo 1.7., 12.00

Nr. 28/2002  
 Do 11.7.2002  
 Mo 8.7., 12.00  
 Mo 8.7., 12.00

Nr. 29/2002  
 Do 18.7.2002  
 Mo 15.7., 12.00  
 Mo 15.7., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 2000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-bezuglich / 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 versorgen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoss gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.