Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue

Herausgeber: hotelleriesuisse

Band: 110 (2002)

Heft: 43

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



24. OKTOBER / 24 OCTOBRE 2002 € 2.90 / FR. 4.30



ROBERTO BURDESE / Der Vizepräsident von Slow Food Italia äussert sich zur Philosophie der «Genuss»-Bewegung. SEITE 2



REINHARD SPRENGER / Der deutsche Trainer und Berater hat am «Power-Tag» für das Führungsprinzip «Vertrauen» plädiert. seite 6



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier francais

BLICKPUNKT

Im Nach-Expo-Sog handeln

CHRISTINE KÜNZLER

Nun ist sie also zu Ende, die Expo.02. Mit einem einträglichen Finale. Sie hat – und das schaffen lange nicht alle Events – niemanden kalt gelassen. Entweder man mochte sie, oder eben nicht. Die Medien haben sich mit Berichterstattungen übertroffen - im Positiven wie im Negativen. Im Vorfeld überwogen die negativen Berichte, im Nachhinein die positiven. Das ist meistens so wenn alles vorbei ist, verklärt sich die ganze Sache etwas. Am Beispiel Ferien: Wieder zuhause, erinnert man sich an all die guten Ferienerlebnisse. Kleine Unstimmigkeiten wie schlechtes Wetter, Auseinandersetzungen mit dem Partner oder überfüllte Bergrestaurants sind vergessen.

Von diesem Mechanismus kann auch die Drei-Seen-Region profitieren. Jetzt, wo die positiven Expo.02-Erinnerungen noch andauern und den Ärger über die teuren Abbrucharbeiten übertönen – jetzt ist es Zeit, zu handeln. Touristiker der Expo-Regionen, schnürt also eure Nach-Expo-Packages: «Ruhe und Genuss danach», «Was gibt es ausser der Expo.02 sonst noch zu sehen?» oder was auch immer. Wer vom Expo-Effekt profitieren will, sollte sich nicht zurücklehnen und warten, bis die Erinnerungen an die Landesausstellung verblasst sind.

INHALT Meinungen Aktuell Themen Tourismus 7/9 Publireportage Hotellerie Gastronomie/Technik 13/14/15/17 Die Letzte 3. Bund Cahier francais



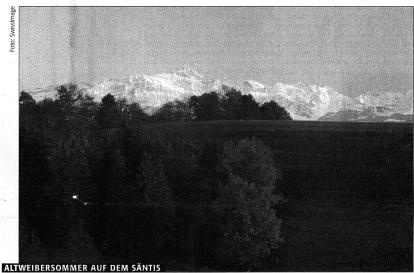
BERGHOTELS / Ein Uno-Jahr der Berge alleine bringt nicht mehr Gäste. Streikt die Sonne, reicht die Schweiz-Tourismus-Promotion nicht aus. Die Bergkampagne hat keinen Run ausgelöst. MIREILLE GUGGENBÜHLER

Auf das Wetter kommt es an

Einen Run auf Berghotels hat sie nicht ausgelöst, die Kampagne von Schweiz Journsmus zum Uno-Jahr der Berge. Dies zumindest ist den Aussagen einiger Berghoteliers zu entnehmen. Verantwortlich für volle Terrassen und Zimmer sei nach wie vor das Wetter, geben die Angefragten zu Protokoll. Tourismus zum Uno-Jahr der Berge.

Etwas besser scheinen die Angebote in der Angebotsbroschüre zur Kam-pagne gelaufen zu sein. «Wir wissen», so Silvia De Vito, Mediensprecherin von Schweiz Tourismus, «dass der Gor-nergrat, das Jungfraujoch und der Pilatus ein gutes Echo mit direktem Bezug auf die Kampagne erhalten haben.» Über die Buchungs-Telefonnummer der Berge-Kampagne sind 5400 Anfra-gen eingetroffen. «Dies ist allerdings nicht mit direkten Buchungen gleich-

Bereits ist man bei Schweiz Tourismus am Planen der neuen Moodbroschüre im Rahmen der drei Jahre laufenden «Berge®»-Kampagne. Ne-ben bekannten Themen wie Gletscher werden neu zwölf Tipps zum Thema Wasser zu finden sein. Dies in Anlehnung ans kommende Uno-Jahr des



Bei schönem Wetter ist das Berggasthaus auf dem Säntis voll – mit oder ohne Bergpromotion.

HOTELINDUSTRIE / Die grossen Hotel-Unternehmen kämpfen um die Positionierung ihrer Marken und sind dafür auch zu Strategieänderungen bereit. Das zeigt eine englische Studie. KARL JOSEF VERDING

«Hotelindustrie ist unerwachsen»

«Die Hotelindustrie durchlebt immer noch ihre Kindheit.» So lautet ein provozierender Satz im Einstieg zu dem 650 Seiten starken Trend-Hand-buch des Londoner Forschungs-Teams von Travel & Tourism Intelligence (TTI): «The International Hotel Industry. Corporate Strategies and Global Opportunities.» Warum «Kind-heit»? – Nach Meinung der TTI-Auto-ren deshalb, weil die 200 grössten Hotelgesellschaften der Welt immer noch nur für eine Minderheit des Hotel-Zimmerangebotes stehen. Nur ein

Drittel der weltweiten Hotel-Kapazität ist nach der von TTI zitierten Schätzung der World Tourism Organization in der Hand dieser Gesellschaften. Ausserhalb von Nordamerika sei ihr Vordringen vergleichsweise schwach. Sie finden es gemäss den TTI-Daten immer noch schwierig, die in Europa und dessen Hauptstädten dominie-rende «market power» etablierter Hotels mit individuellen Besitzern und Betreibern zu verdrängen. Der Haupt-Kampfplatz der Hotelgesellschaften sei gegenwärtig um die Marken herum

gelagert, beobachten die Autoren. Fast alle weltweit agierenden Hotelbetreiber haben erkannt, dass gute Marken einen Wettbewerbsvorteil bedeuten.» Allerdings funktionierten sie anders als bei Coca-Cola oder IBM. was noch nicht jeder begriffen habe. Entscheidend für die erfolgreiche Definition einer Hotelmarke sei die «cu-stomer experience» (Kundenerfahrung) gerade auch der weichen Faktoren wie Service und Kommunikation.

Für Besitz-, Management- oder Leasing-Gruppen von Hotels sei es leichter, eine einheitliche Markenführung durchzusetzen als für reine Marketing-Verbindungen von ansonsten unabhängigen Hotels. Die besseren unter diesen letzteren Verbindungen hätten erkannt, dass eine Zusammenarbeit in Bereichen wie Rekrutie-rung, Qualitätssicherung, Training, Einkauf, Partner-Marketing, Kunden-Loyalitätsprogrammen und diversen neuen Technologien die Profitmarge der einzelnen Hotels verbreitere und die gemeinsame Marke stärke. Siehe auch Seite 12

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





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

> Miele Professional Tel. 056 / 417 24 62



MIRUS SOFTWARE

Ausgereifte Software hilft Zeit sparen. Ohne Kompromisse.

Unne Kompromisse.

Bereits über 1500 Betriebe profitieren von den hervorragenden Funktionen unserer Mitarbeiternanagement -, Finanzbuchhaltungs -, Kreitoren und Debitorensoftware sowie unserem überdurchschnittlichen Kundendienst. Und die setzig wachsende Anzahl der begeisterten Kunden



w.mirus.ch · EMail: info@mirus.ch

htr in kürze

International / Hotels widersetzen sich der Krise: Das «Fenzema Resort» war einst eine US-Kaserne im Niemandsland, heute ist es das einzige Fünf-Sterne-Hotel in Vietnam. Und die Société des Bains de Mer in Monte-Carlo präsentierte ein Gewinniahr. Seite 4

Berufskleidung / Immer mehr Gastronomiebetriebe wollen einheitlich gekleidete Mitarbeitende. Denn die Berufskleidung gehört als Bestandteil der Corporate Identity zur Visitenkarte des Unternehmens. Seite 5 Emotionen / Die Organisationsberaterin Karin Vey findet, dass es im Hotel nicht auf die grossen inszenatorischen Gesten ankommt, sondern auf das Zwischenmenschliche. Zum Thema Emotionen spricht sie am Luzerner Tourismustag.

Nachfolge / Wie regelt der Klein- und Familienbetrieb erfolgreich seine Nachfolgeplanung? Konrad Annasohn, VR-Delegierter der Internationalen Treuhand AG, gab am Swiss Economic Forum in Thun zehn heisse Tipps. Seite 11 Gastronomia 2002 l / «Der Sechste Sinn, Intuitionen für die Zukunft» – das Motto der diesjährigen Fachmesse für Lebensmittel sowie Hotel- und Gaststättengewerbe in Lausanne steht für die Kundenzufriedenheit. Noch vertieft wird das Hauptthema am runden Tisch des Gastropodiums. Seite 13

Käse / Zum zweiten Mal hat der Käsespezialisten-Verband Fromarte die innovativen Gewinner des «Swiss Cheese Award» auserkoren. Besonders erfolgreich waren die Käser aus dem Toggenburg. Seite 14 Mystery-Park / Nun sind auch die Pläne für die Gastronomie des Erlebnisparks in Interlaken gereift; geplant ist ein, Food-Court – Asiatisches aus dem Wok bis zur Rösti. Neue Wege werden auch bei der Geschirrentsorgung begangen: zum Einsatz gelangt kompostierbares Material.

Seite 15

Bodenbeläge / «Mit Füssen getreten» – nichts wird in einem Gebäude so stark beansprucht wie die Fussböden. Hohe Absätze, Schmutz, Nässe und ein ständiger Abrieb setzen dem Bodenbelag zu – trotzdem soll er dauerhauft bleiben. Seite 17

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Expo.02 / Die Landesausstellungwie eine Startrampe fürd Eukunft gebrauchen – die Zeit nach der Expo gibt den Besuchern die Gelegenheit, in die Drei-Seen-Region zurückzukehren, um dort ungestört Ferus um achen. Analysen und Perspektiven auf CF Seite 1

Crans Montana / «Das ungenügende Budget half mit, die Kreativität nur zu fördern», zieht Bruno Huggler nach siebenjähriger Tätigkeit als Marketing-Chef von Crans Montana Touris mus Bilanz. CF Seite 2 Gastronomia 2002 II / Vom 2. bis 6. November 2002 treffen sich im Palexpo-Gebäude in Lausanne wieder alle Berufsgattungen aus der Hotellerie und Gastronomie. Die Hoteliers etwa schätzen den Anlass vor allem wegen seiner «Ambiance romande». CF Seite 3

Hierarchien / Die klassischen Organigramme mit streng hierarchisch gestuften Verantwortlichkeiten scheinen zu verschwinden. Heute ist vor allem Mitdenken und Eigenverantwortlichkeit gefragt. CF Seite 5

KOMMENTAR

Handeln statt jammern!

PETER VOLLMER*

Der Tourismus in der Schweiz durchläuft eine schwierige Durststrecke: Der grosse Anteil an ausländischen Touristen hat in der Vergangenheit die Wertschöpfung in der Branche äusserst positiv geprägt. Umso mehr wirkt sich jetzt der weltweite Einbruch



im internationalen Tourismusmarkt aus. Die Ursachen lassen der Branche nur wenig direkte Einflussmöglichkeiten. Dennoch könnte die schwierige Ausgangslage auch als Chance gesehen werden, jetzt radikal alle Schwachstellen aufzudecken und mit klugen Gegenmassnahmen auch längerfristig zur Stärkung des Tourismus beizutragen.

Peinlich: viele Schwächen kennt man schon lange, doch fehlte der (finanzielle) Zwang zur Bereinigung.

Dem starken Franken, der Reiseund Flugunlust in Übersee, der Börsen- und Konjunkturbaisse, der veränderten Freizeitbedürfnisse zum Trotz:
Beobachter behaupten, dass mindestens 50 Prozent unserer Branchen-Probleme •hausgemacht» sind! Das Qualitätsproblem und mit ihm verbunden
die mangelnde Attraktivität im Ausbildungs- und Arbeitsmarkt steht dabei ganz oben auf der Liste. Es ist fatal,
wenn – aus Gründen der Kosteneinsparungen – schon wieder nach neuen
und billigeren Arbeitskräften von ausserhalb des EU/EFTA-Raumes gerufen
wird

Die zu klein strukturierten Anlagen und Betriebe benötigen dringend das Zusammengehen. Die Misere bei den Verkehrsvereins- und Touristikpromotions-Einrichtungen ist schon sprichwörtlich. Aber auch verstärkte Kooperationen, wenn nicht sogar Fusionen in bestimmter Branchenbereiche (z.B. bei den Bergbahnen) lassen aus falsch verstandenem Konkurrenzneid zu

wünschen übrig.

Dem Tourismus ist gegenüber anderen Wirtschaftszweigen ja eigen, dass er nicht einfach durch andere Branchen ersetzt werden kann, denn er ist – nicht zuletzt aus regionalpolitischen Gründen – standortgebunden und unentbehrlich. Mehr und mehr setzt sich die Erkenntnis durch, dass eine gute und attraktive touristische Infrastruktur besonders auch als Standortvorteil für die übrige Wirtschaft im ganzen Land immer wichtiger wird.
Das touristische Netzwerk hat deshalb genügend Trümpfe, um sich selbstbewusster und sogar mit Stolz für das Überleben, den Weiterausbau und für ein besseres Ansehen insgesamt einzusetzen. Man muss es nur tun!

* Nationalrat, Direktor Verband öffentlicher Verkehr und Seilbahnen Schweiz **SLOW FOOD** / Roberto Burdese, Vizepräsident von Slow Food Italia, empfiehlt gelassener zu leben. Die Umsetzung hänge nicht von der wirtschaftlichen Situation der Betroffenen ab. INTERVIEW: DANIEL STAMPFLI

Nicht den ganzen Tag «slow» leben

Herr Burdese, wie oft essen Sie Fast Food, z. B. bei McDonald's?

Das letzte Mal vor sechs oder sieben Jahren in den USA, denn man muss es einmal im Leben probiert haben. Da mich die damals gemachte Erfahrung jedoch nicht sehr erfreute, habe ich es seither sein lassen.

Aber ist Fast Food nicht ein Ausdruck unserer veränderten Arbeitsund Lebensgewohnheiten?

Ja, sicher. Aber Slow Food stellt sich

Ja, sicher. Aber Slow Food stellt sich nicht a priori gegen Fast Food im Sinne des schnellen Essens. Es geht uns vielmehr um die Veränderung der Lebenseinstellung, d.h. dass man zu einem Slow Life, also zu einer gelasseneren Lebensweise zurückkehren kann.

«Unsere Anliegen sind nicht nur für besser situierte Leute.»

Aber viele in den täglichen Arbeitsprozess eingebundene, nicht privilegierte Personen, können sich doch ein Slow Life sehlicht nicht leisten

ein Slow Life schlicht nicht leisten. Dass man ein Slow Life oder Fast Life lebt, hängt nicht von den ökonomischen oder sozialen Verhältnissen ab, sondern einzig vom eigenen Willen, dies tun zu wollen oder eben nicht. Slow leben heisst nicht, immer in gehobeneren Restaurants essen. Man kann sich zum Beispiel am Abend Zeit nehmen, um sein eigenes Abendessen bewusst zuzubereiten, indem man vielleicht eine Stunde weniger fernsieht. Damit erreicht man auch mehr Respekt vor sich selbst. Es ist vollkommen klar, dass es sehr schwierig ist, das Slow Life über den ganzen Tag zu praktizieren. Wir selber leben auch nicht das Slow Life von morgens bis abends.

Internationale Bewegung

Die Slow-Food-Bewegung, die sich der Wahrung des Rechts auf Genuss verschreibt, zählt 70 000 Mitglieder und ist über fünf Kontinente verstreut in 50 Ländem vertreten. Seit der Gründung im Jahre 1986 durch den heutigen Präsidenten Carlo Petrini hat sich Slow Food dis internationale Bewegung zur Förderung der Lebensmittel- und Weinkultur weiter entwickelt. Mitglieder von Slow Food sind in Convivien organisiert und unterstützen internationale Projekte wie Arche (zum Schutz der Artenvielfalt) oder Slow City (Städte mit Lebensqualität). In der Schweiz albt es 16 Convivien.

Der interviewte Roberto Burdese (33) ist Vize-Präsident von Slow Food Italia. Als studierter Betriebswirtschafter war er zuvor als Buchhalter tätig. DST

www.slowfood.com, www.slowfood.ch



Roberto Burdese von Slow Food Italia: «Für gute Lebensmittel muss ein korrekter Preis bezahlt werden.»

Was genau ist das Ziel von

VON SLOW LIFE ÜBERZEUGT

Slow Food?

Ein Ziel ist die Verteidigung und de Erhalt der biologischen Vielfalt in aller Welt. Das tun wir durch Anlässe wie der Verleihung des Slow-Food-Preises oder Projekte wie die internationalen Förderkreise. Auf der anderen Seite wollen wir Geschmacksbildung fördern. Dies wird sowohl in den Grundschulen als auch über Geschmackserlebnisse an unseren Events bis hin zur Universität des Geschmacks stattfinden, die in wenigen Jahren starten wird. In Italien haben wir mittlerweile 144 Förderkreise. In den nächsten Jahren werden wir hunderte internationaler Förderkreise kreieren.

Wer sind Ihre grössten Kritiker?

Man wirft uns vor, dass Slow Food eine Bewegung ist, die eher den wohlhabenden Leuten dient. Andere vertreten die Meinung, dass Lebensmittel industriell hergestellt werden müssen, damit der ganze Planet ernährt werden kann

Und was antworten Sie diesen

Wer immer noch behauptet, dass eine Massenproduktion im Lebensmittelbereich Hunger und Not aus der Welt schafft, irrt. Wir hatten in den vergangenen Jahren genügend Skandale, die bewiesen haben, dass dies nicht der richtige Weg ist. Man muss vielmehr zur traditionellen Arbeitsweise zurückkehren, die auf Tradition und Geschichte beruht. Auch die Behauptung, dass die Anliegen unserer Bewegung etwas für besser situierte Leute ist, ist ebenso falsch. Wir sind der Ansicht, dass man für gute Lebensmittel einen korrekten Preis bezahlen muss. Man kann durchaus weniger Geld für mehr Qualität ausgeben. Man kann weniger essen, sich aber besser und gesünder ernähren.

Würden alle nach den Slow-Food-Grundsätzen leben, hätten also Lebensmittelskandale wie BSE vermieden werden können ... Dies ist schwierig zu sagen. Aber betrachten wir als Modell unseren Förderkreis, der sich mit einer autochthonen piemontesischen Rinderrasse befasst: Hier gelten sehr strenge Richtlinien, indem zum Beispiel den Rindern keine Antibiotika, kein Silofutter und keine Vitamine verabreicht werden. Es gelangen nur natürliche Nahrungsmittel zur Anwendung. Man lässt diesen Rindern in der freien Natur die Zeit zu wachsen und zwingt sie nicht zu einem kürzeren Lebenslauf. Solche Rinder könnten sicher nie von BSE befallen werden. Selbstverständlich ist es sehr schwierig, sich dieses Modell für die ganze Welt vorzustellen. Man sollte aber bewusster und vernünftiger werden.

«Man kann weniger essen, sich aber besser und gesünder ernähren.»

Insbesondere in den Städten werden laufend neue Fast-Food- und Take-away-Betriebe eröffnet. Kämpfen Sie da nicht auf verlorenem Posten?

Auch in Italien wurden «minderwertige» Restaurants eröffnet. Wir fühlen uns aber nicht als Machtlose, die gegen Riesen kämpfen. In Italien haben wir zum Beispiel die Wiederbelebung der traditionellen Gasthäuser erwirkt. Diejenigen, die es schon gab, sind jetzt bekannt und sehrbeliebt. Ebenso sind neue hinzugekommen. Auch in der gehobenen Gastronomie wurde die traditionelle Küche wiederbelebt. Vielleicht bewegen wir uns in Zukunft auf ein Verhältnis 50:50 zu, das heisst, dass dann vielleicht die Hälfte der Konsumenten unshängig vom Einkommen sich für die qualitative Ernährung entscheidet, die andere Hälfte sich nicht gross für die Qualität interessiert.

Bald eine Universität des Geschmacks

Im Oktober 2004 will Slow Food mit einem ersten akademischen Lehrgang starten. Das Studium der gastronomischen Kultur soll Jugendlichen ermöglichen, nach Studienabschluss in der Gastronomischen Journalismus oder im Marketing zu arbeiten. Unterrichtet werden Geschichte und Tradition der verschiedenen Lebensmittelproduktionen. Ebenso werden die verschiedenen Verarbeitungsweisen der Produkte hervorgehoben. Die Studenten können vor Ort in Italien und in aller Welt diese Produktionen besichtigen und kennen lernen und von den Produktenten Lernen.

duzenten lernen.

Ein zweiter Studiengang, der im
Oktober 2006 starten wird, hat die

Agroökologie zum Thema. Die Studenten werden Agronomie studieren, mit dem Schwerpunkt Erhalt der Umwelt. Dieser Lehrgang ist eng an die internationalen Förderkreise gebunden. Gelehrt werden soll an zwei Zwillingsuniversitäten: in Pollenzo bei Bra im Piemont, dem Sitz von Slow Food, und in Colorno in der Nähe von Parma.

in Colorno in der Nöhe von Parma.
Die von Slow Food geplante Universität des Geschmacks soll als Privatinstitut und nicht als öffentliche Universität betrieben werden. Roberto Burdese: «In ihrer Art ist die Initiative einzigartig, denn es gibt in der ganzen Welt noch keine Universität dieser Art.» Es gebe auch noch keine Möglichkeit, sich in diesem Rahmen der Gastronomie zu diplomieren. DST

ÖSTERREICH / Schweizer Wintergäste

Mehr Logiernächte

In der Wintersaison 2001/02
nahmen die Schweizer in
Österreich hinter Deutschland,
den Niederlanden und Grossbritannien die 4. Stelle bei den
Logiernächten von Ausländern
ein. In der Wintersaison
2001/02 ergaben sich 1,344
Mio. Logiernächte und 314 725
Anklinfte von Schweizer Gästen. Das sind 9,1% bzw. 7,9%
mehr als in der Wintersaison
2000/01. Zum Vergleich: In der
Wintersaison 1995/96 wurden

in Österreich 1,194 Logiernächte und 279 338
Ankünfte von Schweizer Gästen registriert. Nach Bundesländern aufgeschlüsselt erfuhren in der Wintersaison
2001/02 Salzburg mit einem
Plus von 41,9% und Kärnten
mit einem Plus von 23,8% die
höchsten Steigerungen bei den
Logiernächten. Das Burgenland legte um 14% zu. Die Steiermark musste eine Abnahme
von 13,4% hinnehmen. TRU

Beauty-Center umgebaut

Victoria-Jungfrau. Das Clarins Beauty-Center im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, Interlaken, wurde in zweimonatiger Umbauzeit komplett renoviert und erweitert. Die Investitionen belaufen sich auf 250000 Franken. Die Anzahl der Beauty-Kabinen wurde von drei auf sechs Räume verdopelt und der Bereich für ganzheitliche Behandlungen neu designt. In allen Kabinen gibt er Tageslicht und helle Parkettböden. TRU

McDonald's: Gewinnrückgang

Drittes Quartal 2002. Die weltgrößte Hamburger-Restau-rantkette McDonalds hat im dritten Quartal 2002 bei leicht steigenden Umsätzen wie erwartet einen Gewinnrtickgang verzeichnet. Der Konzern wies einen Reingewinn von 468,7 Millionen Dollar aus, nach 545,5 Millionen Dollar im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz stieg um drei Prozent auf 10,91 Milliarden Dollar, wie der in Oak Brook/Illinois, USA, domilizierte Konzern mitteilt. CM

ALKOHOLKONSUM / Starker Anstieg bei Alcopops

Bald neue Steuer?

Weil der Konsum von Spirituosen und vor allem der alkoholhaltigen Süssgetränke Alcopops stark gestiegen ist, prüft die Eidg. Alkoholverwaltung (EAV) zwei Massnahmen. Zur Diskussion stehen die Erhöhung der Steuern auf Spirituosen und eine Sondersteuer aus Alcopops. Der «Kometenhafte Anstieg» der Importe von Alcopops in den letzten 18 Monaten sowie die statistisch gesicherten Hinweise auf die bes

sorgniserregende Änderung des Trinkverhaltens von Heranwachsenden veranlasse die EAV, dem Bundesrat einen Vorschlag zum Erheben einer Sondersteuer auf Alcopops zu unterbreiten, schreibt die EAV in
einer Medienmitteilung. Die direkt Betroffenen werden in
diesen Tagen konsultiert. Nach
Alkoholgesetz, Artikel 22 Absatz 1 setzt der Bundesrat den
Steuersatz fest, nachdem er die
Beteiligten angehört hat. DST

ZÜRCHER HOTELIERS / Warum bleiben Gäste nicht länger in Zürich? An der «Plattform 'O2» der Zürcher Hoteliers wurden die fehlenden touristischen Dienstleistungen und Attraktionen erörtert. **GREGOR WASER**

«Einen Monolithen für Zürich»

Nimmt man das geballte Know-how und die zahlreichen Verbesserungsvorschläge der sieben Diskussionsteilnehmer der «Plattform '02» der Zürcher Hoteliers: Zürich wäre die attraktivste Stadt der Welt. Zwar ist es noch nicht so weit, doch immerhin sind die Ideen dazu da. Vor über 200 Gästen eröffnete ZHV-Präsident Guglielmo Brentel einen illustren Diskussionsabend und blickte dabei zwei Jahre zurück: «Zürich wurde damals zur hippsten» Stadt Europas erkoren. Mittlerweile haben wir aber einen Besucherrückgang von über 30%. Wir brauchen neue Lösungsansätze.» Die Region sei doch unvergleichlich attraktiv und Zürich eigne sich in besonderem Mass für Tagesausflüge.

Wieso es dem internationalen Gast aber nicht unbedingt in Zürich gefällt, diese Antwort erhielt Guglielmo Brentel sogleich von Tyler Brülé (siehe Kasten). Und zwar umfassend. Ob grössere Taxis, längere Ladenöffnungszeiten, weniger Fussgängerzonen («do not pedestrianize»), besser angeschriebene Flughafen-Züge oder gestyltere Hotels: Brülé würde, wenn man ihn liesse, Zürich kurzerhand auf den Kopf stel-

«BAHNHOFSTRASSE GLEICHT EINER GEISTERSTADT»

Nicht in allen Punkten einig mit Brülé war Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid – gerade beim Thema Fussgängerzonen. Ein Schwerpunkt auf Schmids Liste hingegen: der Wunsch nach einem Wahrzeichen, einem «Monolithen», wie er sagt. Mit dem ersehnten Kongresszentrum könnte der oberste Schweizer Touristiker eines Tages vielleicht gar zwei Anliegen befriedigt sehen. Doch vorerst kämpft Schmid um kleinere Anliegen, wie etwa um längere Öffnungszeiten. «Spätabends gleicht die Bahnhofstrasse doch einer Geisterstadt», so Schmid.

Skeptisch äusserte sich August Villiger, Direktor «Theater Casino Zug», zu den Ausführungen Brülés: «Zürich darf doch nicht einfach das machen, was alle anderen auch machen. Man



Zürichs neue touristische Zukunft wurde an der «Plattform '02» noch nicht definiert. Die Podiumsteilnehmer nannten jedoch so viele Verbesserungsvorschläge, dass der Weg zur attraktivsten Stadt der Welt nicht mehr weit sein kann.

muss die Eigenart bewahren und Vorhandenes besser integrieren.» Als kontreten Vorschlag fügte er das Beispiel des Opernhauses an: «Es kann doch nicht sein, dass das Opernhaus für Zürichs Gäste immer ausgebucht ist.»

Beim Stichwort Eigenart kam auch

Beim Stichwort Eigenart kam auch Hans Leu, Privatier und Verwaltungsrat des Hotels Giardino in Ascona, in Fahrt. Er ortet am Flughafen noch Potenzial: «Wieso nicht mehr Folklore? Während man auf das Gepäck wartet, könnten Trachtengruppen die Gäste beim Warten unterhalten.» Und zudem ortet er bei der Herzlichkeit ein Defizit in Zürich: Gerade in Ascona höre man regelmässig wie freundlich man sei im Gezensatz zu Zürich.

man sei im Gegensatz zu Zürich. Interessant waren auch die Ausführungen von Kaspar Loeb, CEO der DDB Gruppe Schweiz und Kreateur des Zürich-Auftritts «Downtown Switzerland». «Zürich darf nicht in Schönheit sterben. Hier ist ein Riesenpotenzial, doch die Leute kriegen das nicht mit.» Zürich sei eine verschlossene, eingeschüchterte und leicht verklemmte Stadt. Und zudem ein wenig kommunikationsgestört.

«VERMEHRT UMGEBUNG EINBINDEN»

Den Blickwinkel des Gastes verinnerlicht hat Stefan Egli, Verantwortlicher für die Destination Management Companies bei Kuoni Incoming; «Wir müssen auf die einzelnen Märkte schauen. Was sagen Japaner und Inder? Wieso kommen sie nicht vermehrt nach Zürich?» Um gleich auch die Antwort anzufügen: «Zürich wird nur als Stadt promotet. Dabei müsste man vermehrt die ganze Umgebung einbinden.» Bei den internationalen Gästen höre Zürich nicht an der Stadtoder Kantonsgrenze auf.

oder Kantonsgrenze auf.

Und dieses Anliegen unterstrich auch Guglielmo Brentel: «Zürich ist nicht nur eine Stadt, sondern eine Feriendestination am See und in den Alpen. Dazu gehört auch Winterthur mit all seinen Museen. Oder Rapperswil und der Zürichsee mit unzähligen kulturellen Sehenswürdigkeiten. Von Zürich aus lassen sich Tagesauflüge in die Alpen, nach Schaffhausen, ins Appenzellerland, ins Bündnerland oder in die Innerschweiz unternehmen. Wieso sind wir nicht in der Lage, diese Produkte effizienter zu vermarkten?»
Zürichs touristische Zukunft wur-

Zürichs touristische Zukunft wurde an diesem Abend nicht neu definiert. Zumindest sorgte die ZHV-Plattform am anschliessenden Apéro im neuen «Strozzi's» für einigen Gesprächsstoff. Ob nun, wie ZHV-Präsident Brentel dies wünschte, sogleich Arbeitsgruppen oder Interessengemeinschaften die neuen Inputs umsetzen werden oder ob Tyler Brûlé künftig als Ideengeber Zürichs Touristikern zur Seite stehen wird, bleibt vorerst aber noch offen.

KURZ UND BÜNDIG

Waadtländer Triumph am 13. Chasselas-Cup. Nachdem 2001 und 2000 die Walliser abgesahnt hatten, strahlten dieses Jahr die Waadtländer um die Wette. Ihr Triumph war total, belegten sie doch die ersten vier Plätze im Finale des 13. Chasselas Cup, organisiert im Rahmen der Berner Weinmesse. Sieger wurde Jean-François Chevalley mit seinem «Calamin Réserve du Margis», vor dem Zweitplatzierten Pascal Fonjallaz mit seinem «Dézaley L'Ermite» und dem Drittplatzierten Jean-Daniel Porta mit seinem Villette Les Echelettes. DST

Mehr Besucher an der Berner Weinmesse. Die Organisatoren der 32. Berner Weinmesse und die ausstellenden Fachhändler konnten einen rund zehnprozentigen Zuwachs der Besucherzahlen registrieren. Damit hätten auch die Umsätze gehalten oder sogar gesteigert werden können, so die Organisatoren. Als sehr erfolgreich habe sich auch das Konzept mit dem Ausbau des Delikatessenmarktes erwiesen, der mit bekannten Berner Fachgeschäften realisiert wurde. DST

Eden Roc, Ascona. Im Bericht über den neuen «Gault Millau Schweiz 2003» (hrt vom 10. Oktober) wird das Hotel Eden Roc in Ascona (mit 14 Gault-Millau-Punkten) unter den Absteigern aufgezählt. Präzis müsste es heissen, dass die beiden Starköche Chris Trewer und Stefan Schüller das 16-Punkte-Restaurant aLa Brezza» verlassen haben. «La Brezza» vird jetzt neu positioniert und der designierte Küchenchef Rolf Krapf soll sein Konzept im Frühling 2003 vorstellen. Das Hotelrestaurant des «EdenRoc» kommt 2003 – wie schon bereits 2002– auf 14 Gault-Millau-Punkten. MD

Anzeige



Maximale Qualität Minimaler Preis

EUROTREND 2

Modern, preiswert, pflegeleicht

Doppelzimmer komplet wie abgebildet (inkl. Matratzen)

Lieferfrist 4-5 Wochen

Set ab CHF 2'980.-



Althausweid 16 6047 Kastanienbaum Tel. 041 342 19 29 Fax 041 342 19 30 info@gastro-einrichtungen.ch www.gastro-einrichtungen.ch

es um das touristische Zürich, aus dem Blinkwinkel des internationalen Gastes, äussert sich Brûlé sehr kritisch. Eine ganze Reihe an Verbesserungsvorschlägen nannte der Kanadier an der Plattform der Zürcher Hotels. Schlecht kommen auch die Takis weg: die seien zu klein und hätten teilweise Drittwelt-Niveau. Weiter der Verlegen d

Zwar ist Lifestyle-Guru Tyler Brûlé ein

bekennender Zürich-Fan. Doch geht

Tyler Brûlés Vorschläge für Zürich

Hotels. Schlecht kommen auch die Taxis weg: die seien zu klein und hätten teilweise Drittwelt-Niveau. Weiter bringt er wenig Verständnis den eingeschränkten Laden-Öffnungszeiten entgegen. «Das entspricht nicht modernem, städtischem Leben», bemängelt er. Schlecht findet er auch den starken Fokus auf globale Marken.

«Die findet man doch überall, Inco-

ming-Gäste möchten vermehrt lokale Marken sehen.»

Natürlich war Brülé von den ZHVOrganisatoren im Vorfeld aufgefordert worden, kritische Statements zu äussern, um die Podiumsdiskussion anzuheizen. Doch die Vielzahl an Haaren, die er in Zürichs Suppe fand, überraschte dann doch. So fuhr er fort mit einer Kritik an den SBB und dem Hauptbahnhof. Man müsste die Airportbahn als solche deklarieren, fordert Brülé. Und richtig in Fahrt kam erbei den langfristigen Verbesserungsmöglichkeiten. Als unerlässlich erachtet er zum Beispiel den Bau eines städtischen Spas. Zudem fordert er so genannte «Chip-Chic»-Hotels – gestylte
und doch zahlbare Hotels. Es sei nicht die Zeit, um zurückzulehnen. GW

MONACO / Die «Société des Bains de Mer» (SBM) in Monte-Carlo präsentierte für das letzte Geschäftsjahr (Abschluss März 2002) einen Gewinn. Rückschläge mussten vor allem im Geschäftsbereich Spiele hingenommen wurden. MARTIN J. PETRAS

Die Hotels widersetzten sich der Krise

«Das Roulette drehte gegen uns», kommentierte Jean-Luc Biamonti, Verwaltungsratspräsident der Société des Bains de Mer (SBM) in Monte-Carlo, sinnbildlich die Resultate des Geschäftsjahres 2001/2002 (Abschluss März 2002), die anlässlich der SBM-Jahresversammlung kürzlich publizierten wurden.

Die SBM, welche sich zu 69 Prozent in den Händen des monegassischen Staates befindet, hält im Fürstentum das Spiel-Monopol und betreibt, ne-ben weiteren Aktivitäten, auch vier

Hotels und insgesamt 23 Restaurants. Trotz eines Jahres, das weltweit durch Einbrüche im Tourismussektor geprägt wurde, präsentierte die SBM mit einem Gewinn von 20,9 Millionen Euro (Vorjahr: 29,5) ein insgesamt po-sitives Ergebnis. In erster Linie dank teilweise nicht aufgebrauchter Rückstellungen der letzten Jahre.

Doch die Auswirkungen des 11. September haben auch im exklusiven Fürstentum Monaco deutlich ihre Spuren hinterlassen: Der konsolidier-Umsatz des Unternehmens sank auf 298,6 Millionen Euro, was einem Rückgang von 8 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht und das konsolidierte Betriebsergebnis ergab ei-nen Verlust von 13,9 Millionen Euro

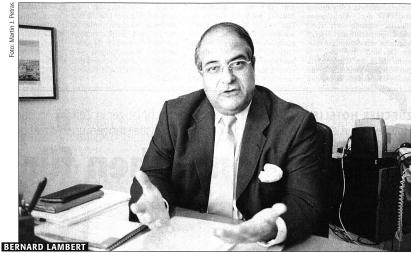
> Hotellerie/Gastronomie 4 Hotels mit insgesamt rund 600 Zim-mern: Hôtel de Paris, Hôtel Hermitage,

(Vorjahr: 20,4 Millionen Euro Ge-

CASINOS AM STÄRKSTEN **BETROFFEN**

Während sich die Hotels und Restaurants krisenresistent zeigten und mit einem Umsatz von 109,5 Millionen Euro das Vorjahresniveau halten konnten, wurde der Geschäftsbereich Spiele hart getroffen. Hier sank der Umsatz auf 183,3 Millionen Euro, was einem Rückgang von 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Spürt Monaco denn vermehrt die

Konkurrenz der Spielbanken in ande-ren europäischen Ländern, neuerdings auch in der Schweiz? Bernard Lambert, der neue CEO der SBM, zu deren Verwaltungsräten auch Michel Rey, Direktor des Zürcher Erstklasshotels Baur au Lac zählt, ist überzeugt, dass Monaco «dank seinem Mythos und seiner Sicherheit» als der europäische Casino-Standort unangefochten bleibt. Man wolle sich in Zukunft aber nicht auf den Lorbeeren ausruhen, sondern die Strategie sei vielmehr, die «Performance zu steigern» und mit «aggressivem Marke-ting diese Sonderstellung zu halten», ergänzt der frühere President und Ma-naging Director von Le Meridien Hotels



Seit sechs Monaten CEO der Société des Bains de Mer: «Die SBM kann man mit einem dieser grossen Hotels in Las Vegas vergleichen, wo von Hotel, Restaurants, über Sport und Unterhaltung bis hin zum Casino alles unter einem Dach ist.¤

and Resorts. Und welche Prioritäten haben die einzelnen Geschäftsbereiche innerhalb der zukünftigen Unternehmensstrategie? «Wir verfolgen eine Gesamtstrategie, die SBM kann man mit einem dieser grossen Hotels in Las Vegas vergleichen, wo von Hotel. Restauants, über Sport und Unterhaltung bis hin zum Casino alles unter einem Dach ist.» Gemäss Lambert verfolgen die Spezialisten der einzelnen Sektoren dasselbe Ziel – und spielen «wie viele Solisten in mehreren Orchestern» dieselbe «Melodie»: Zufriedenheit der

Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre. Das Fürstentum Monaco möchte mit

dem neuen Veranstaltungs- und Kongresszentrum Forum Grimaldi, wie auch mit der sich im Bau befindenden schwimmenden Anlegebrücke grosse Kreuzfahrtschiffe vor dem alten Hafen, neue Gästesegmente anlocken.

HOTELPROJEKTE

Die Hotelkapazität des Fürstentums Monaco umfasst insgesamt rund 2300 Hotelzimmer. Mit den Häusern «Hôtel de Paris», «Hôtel Hermitage» «Monte-Carlo Beach Hotel» sowie dem «Hôtel Mirabeau» verfügt die SBM bereits über deren 600. Und mit zwei Grossprojekten soll das Zimmerange bot nahezu verdoppelt werden: Das 330-Zimmer-Neubauprojekt «Hôtel du Larvotto» (Budget: 190 Millionen Euro) soll bis 2005 fertiggestellt werden und das «Ermitage» wird um zwei Stock-werke erhöht, wodurch zusätzliche 70 Zimmer und 7 Suiten entstehen werden (Fertigstellung: Frühjahr 2004).

«Monaco braucht mehr Hotelzimmer», fasst der Chef der Société des Bains de Mer Bernard Lambert zusammen, «und wir müssen jetzt investieren, um bereit zu sein, wenn es wieder aufwärts geht.»

Monte-Carlo Beach Hotel sowie I'Hôtel Mirabeau (von der SBM geführt) sowie Gesamtumsatz: insaesamt 23 Restaurants Spiele Unterhaltung/Sport/Spa

Casinos, Cabaret du Casino, L'Opéra, Le Sporting Monte-Carlo, Monte-Car-lo Beach, Thermes Marins (Spa- und

Société des Bains de Mer, Monte-Carlo

183.3 Restauration: (in Mio. Euro) 59.0

SBM-Geschäftsjahr 2001/2002

Gesundheitszentrum), Monte-Carlo Country Club (mit 23 Tennisplätzen), Monte-Carlo Golf Club (18 Löcher)

www.montecarloresort.com

FURAMA RESORT HOTEL / Der Heidelberger Paul Stoll leitet das einzige Fünf-Sterne-Resort Vietnams. Leute, die bei ihm arbeiten wollen, müssen bereit sein, «immer mindestens fünf Jobs gleichzeitig zu bewältigen». ROBERT FISHMAN

«Wir arbeiten hier in der vierten Dimension»

Der Heidelberger Hotelbetriebswirt Paul Stoll leitet das nach eigenen An-gaben erfolgreichste Hotel Vietnams. Das einzige Fünf-Sterne-Resort des Landes setzte im vergangenen Jahr sieben Millionen US-Dollar um und erzielte einen Gewinn von rund 2,6

Millionen US-Dollar. «Als wir hier angefangen haben, hielten uns alle für verrückt», erinnert sich Stoll an den Baubeginn vor sieben Jahren. Auf dem Gelände der einst grössten US-Kaserne in Vietnam baute die Hongkonger Furama Hotel Enterprises Ltd. (FHRI) zusammen mit der staatlichen vietnamesischen Da Nang Tourism Co. (Danatours) für 40 Millionen US-Dollar das Luxusresort. Das Grundstück direkt am goldgelben China Beach unweit der Millionenstadt Da Nang gehörte einer reichen Hongkonger Familie, die jetzt auch drei von vier Anteilen des Furama hält. Der Rest gehört dem vietnamesischen Staat.

«AUS DEM BAUCH» FÜR STANDORT ENTSCHIEDEN

Die Entscheidung für den Standort traf Stoll, der seit 1994 für die FHRI in Vietnam arbeitet, «aus dem Bauch». Da Nang war damals eine für den Tourismus uninteressante Hafen- und Industriestadt. Die wenigen Gäste, die hier Station machten, blieben im Durchschnitt nur einen halben Tag.

Inzwischen lockt das Furamasort mit Zimmerpreisen ab 118 US Dollar zahlungskräftige Touristen in die Region, die Stoll gerne als Land-schaft des Weltkulturerbes vermarktet

wissen will. Im Umkreis von zwei Stunden Fahrzeit liegen im touristischen Neuland Zentralvietnams drei frisch zum Weltkulturerbe erklärte Stätten: der alte Handelshafen Hoi An aus dem 17. Jahrhundert, die Reste der hinduistischen Cham-Tempel bei My Son und die ebenfalls im Krieg schwer beschädigte und wieder aufgebaute Verbotene Stadt der vietnamesischen Kaiser in Huê. Stoll sieht sich in seiner Begeisterung für seine Wahlheimat mehr als Tourismusentwickler denn als Hotelmanager. Letzteres sei nur eine seiner «zehn Funktionen». Durch sein Engagement unter anderem in regionalen Tourismuskomitees

der zentralvietnamesischen Provinzen hat sich Stoll das Vertrauen der Regierung in Hanoi erworben. Die hat dem deutschen Hotelbetriebswirt schon mehrere Auszeichnungen für seinen Einsatz in der Tourismusentwicklung und -werbung verliehen.

UNIABSOLVENTEN ALS MITARBEITER

Erfolg ist - das weiss auch Stoll eine Frage der Mitarbeiter. Das Furama-Resort rekrutiert sein Personal von der Universität Da Nang. Aus 4000 Bewerbungen suchte Stoll vor fünf Jahren die ersten 400 aus. Seine Kriterien: Ehrlichkeit, Arbeitseinstellung, Bildung, äussere Erscheinung und Englischkenntnisse. Tatsächlich ist das «Furama» eines der wenigen vietnamesischen Hotels, in denen man sich problemlos auf Englisch verständigen kann. Überall sonst im Lande brauchen die europäischen und nord-amerikanischen Touristen Hände und Füsse, um nur eine simple Bestellung im Restaurant aufzugeben. Nur im Restaurant aufzugeben. Nur schriftlich klappt die Verständigung

einigermassen problemlos.

Sechs Monate lang trainiert das «Furama» seine neuen Mitarbeiterin-nen und Mitarbeiter in Englisch, Französisch, Hygiene, Service, Kos-metik und anderen für den Betrieb wichtigen Fertigkeiten. Inzwischen haben Einheimische das gesamte mittlere Management einschliess-lich der Personalabteilung übernommen. Gefragt sind die Jobs im «Furama»

nicht nur wegen der für vietnamesische Verhältnisse guten Bezahlung (ab 100 US-Dollar im Monat). Stoll kümmert sich um seine Leute. So lädt das «Furama» einmal im Jahr die Familien der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Tag der offenen Tür ein. «Damit wollen wir Verständnis für die Arbeitsbedingungen schaffen», nennt der Manager die Gründe. Ge-arbeitet wird im «Furama» an sechs

Tagen die Woche zehn Stunden lang. Während der vietnamesischen Sommerferien öffnet sich das Luxusresort auch für weniger betuchte ein heimische Gäste. Für Vietnamesen gibt dann 66% Rabatt. «Wir wollen kein es dann 66% Rabatt. «Wir wollen kein reines Ausländerhotel sein», so Stoll.

Mit den vietnamesischen Gästen und Angestellten kommt der Hoteldirektor «gut zurecht». Europäer, die wie er in Asien arbeiten wollen, müssten vor allem «zuhören können» und die «einheimische Kultur achten».

Auch europäische Gastronomiefachleute, die in Asien Erfahrungen sammeln wollen, müssen hier mehr arbeiten als zu Hause. Noch wichtiger aber ist die Bereitschaft, «immer mindestens fünf Jobs gleichzeitig zu bewältigen». Den meisten Bewerbern aus den Industrieländern fehle es an der für Südostasien notwendigen Flexibilität. «Wir arbeiten hier in der vierten Di-mension», warnt Stoll die Kollegen, die meinen, sie könnten sich unter Palmen ein paar ruhige Monate gönnen.

www.furamavietnam.com

Die Zahlen & Fakten

– 200 Zimmer mit 400 Betten

400 Mitarbeitende

Auslastung: - Juni & Juli 2001: im Durchschnitt 83%

Erwartete Auslastung im Jahresdurchschnitt 2002: rund 73%

Gästezahlen: – 1997 (Eröffnung):

17000

2001 rund 68 000 voraussichtlich rund 78 000

Geplante Angebote: - 27-Loch-Golfplatz

Kongress- und Ausstellungshalle mit 200 zusätzlichen Zimmern ab

AUFGEBAUT IM TOURISTISCHEN NIEMANDSLAND Vor sieben Jahren ist das Furama-Resort im damals touristischen Niemandsland, auf dem Gelände der einst grössten US-Kaserne in Vietnam, aufgebaut worden.



Im Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken wird auch bei den Berufskleidern das Traditionnelle mit dem Modernen verbunden. Im Bild: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Brasserie.



Wer ein exotisches Restaurant führt, versucht durch das Einkleiden des Personals in landestypische Kleidung Identität zu schaffen.



Heutzutage ist das Tragen moderner und eleganter Kleidung im Hausdienst in vielen Häusern Standard.



Der Barman eines traditionellen Mehrsternehauses trägt andere Kleidung als derjenige eines modernen Hauses, in welchem mehrheitlich jüngere Gästen anzutreffen sind.

BERUFSKLEIDUNG / Sie ist die Visitenkarte des Hotels oder Restaurants und ist ein Bestandteil der «Corporate Identity». Immer mehr Gastrounternehmen wollen deshalb einheitlich gekleidete Mitarbeitende. HEDWIG SCHAFFER

Kleider repräsentieren das Haus

Von Kopf bis Fuss gepflegt wirken muss, wer im Zürcher «Baur au Lac» arbeitet. «Wir spielen ja alle eine Rolle. Es ist ein bisschen wie im Theater», hält die Directrice Viviane Rey fest. «Wer für uns arbeitet, muss unser Haus repräsentieren». Das «Baur Au Lac» lege Wert darauf, dass der Gast auf den ersten Blick erkenne, ob eine Person zum Mitarbeiterstab gehöre oder nicht. Nobelhotels haben, so scheint es, keine Schwierigkeiten, ihr Personal für das Tragen von Arbeitskleidung zu motivieren.

FÜR ALLE GIBT'S MASSGESCHNEIDERTES

«Wir bieten unseren Mitarbeitenden geschmackvolle Kleider mit hohem Tragkomfort, und das sagt ihnen zu», erklärt Esther Beck, PR- Managerin im Grand Hotel Victoria-Jungfrau, Interlaken. Wer nicht in gängige Konfektionsgrössen passe, profitiere von Änderungen oder werde sogar massgeschneidert eingekleidet. Dass vom Concierge über den Chauffeur bis zum Chasseur sowie vom Kellner und der Serviceangestellten über die Buffetdame bis zum Koch alle eine gute Figur machen, ist für Arbeitnehmer so wichtig wie für Arbeiteber.

Kleine Betriebe kennen diese Sorge nicht. Ein Beispiel von vielen: Esther Zurbriggen, welche gemeinsam mit ihrem Mann Pirmin das Drei-Sterne-Hotel Pirmin Zurbriggen in Saas Almagell führt, bedient die Gäste in einem Dirndl-Kleid. «Bei uns geht es familiär zu und her – ich sehe nicht ein, warum wir eine Uniform tragen sollten.» Auch der einzigen Service-

Angestellten macht sie keine Kleider-Vorschriften: Hübsch und heimelig soll sie daherkommen, mehr verlange sie nicht.

BERUFSKLEIDER MÜSSEN ZUM HAUS PASSEN

In einem Punkt sind sich grosse wie kleine Betriebe einig: Das Personal muss so gekleidet sein, dass es zum Charakter des Hauses passt. Hoteliers, Pächter und Geschäftsführer sind sich bewusst, dass die gewählte Berufskleidung die textile Visitenkarte des Unternehmens ist.

In Hersteller-Kreisen gilt «Corporate Fashion» klar als unverzichtbarer Teil der «Corporate Identity», Denn die CI wird ja als Summe der Persönlichkeit, des Verhaltens, der Kommunikation und des Erscheinungsbildes des Unternehmens definiert. Harmonieren diese Bereiche in einem Auftritt nicht miteinander, entsteht eine Disharmonie. Und wenn irgend etwas nicht stimmt, spüren es alle Beteiligten bewusst oder zumindest unbewusst, und die Mitarbeiterin so gut wie der

«Wie in der Architektur des Grand Hotels Victoria-Jungfrau wird auch im Bereich der Berufskleider das Traditionelle mit dem Modernen verbunden», ergänzt Esther Beck: «Im Restaurant La Terrasse tritt das Personal nostalgisch gekleidet auf – im Restaurant Pastateca und in der Brasserie Jungfrau im Bistrostil.»

In der Verwaltung sei im Sommer ein weisses T-Shirt vorgeschrieben – im Winter eine Bluse mit Foulard. Die Mitglieder der Geschäftsleitung tragen gediegene Privatkleider in Dunkelblau, Anthrazit oder Schwarz und Namensschilder.

BERUFSKLEIDUNG KOSTET VIEL GELD

Für Businesskleidung greifen renommierte Hotels tief in die Kasse. Im «Victoria-Jungfrau», welches 250 Mitarbeitende beschäftigt, wurden 2001 für 136 015 Franken neue Uniformen angeschafft. Hinzu kamen Kleiderentschädigungen für Mitarbeitende ohne Uniform von 54 310 Franken, plus eine Entschädigung von total 47 500 Franken für das Direktionsteam. Die Kosten für die hausinterne Reinigung der Berufskleider erhoben sich im gleichen Jahr auf 89 545 Franken. Bezüglich des Auftritts und der Entschädi-

gungen wurden im Rahmen des Qualitäts-Managements klare Richtlinien framuliert, und zwar schon vor 15 Jah-

Ilm «Baur Au Lac» kommen wie in allen anderen Betrieben Menschen mit unterschiedlichstem Körperbau zusammen, weshalb nicht in Asien eingekauft werden kann, wo die Produktion wesentlich günstiger wäre als hierzulande. «Hinzu kommt, dass wir Wert auf Qualität und Eleganz legen sowie auf Kleider, die allen stehen», betont Viviane Rey. Ebenso wichtig wie die Kleidung ist für sie jedoch die gepflegte Frisur.

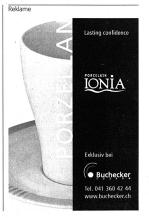
Marktpräsenz mit Bistroschürze markieren

Workfashion Com AG in Hägendorf ist in der Schweiz der grösste unabhängige Produzent und Lieferant von Berufskleidern. Mit dem Teilbereich Hotellerie-Gastronomie-Tourismus wird knapp ein Fünftel des Umsatzes erarbeitet. Der Marketingleiter Christian Schwab glaubt jedoch, dass dieser Sektor im Zeitalter der Imbissketten weiter ausbaubar ist. «Wir stellen keine hochwertigen Blazer, sondern funktionelle, industriewäschetaugliche Arbeitskleidung her», präzisiert er. Marktpräsenz könne allein schon

Marktpräsenz könne allein schon mit einer attraktiv dekorierten Bistroschürze markiert werden. Arbeitskleidung verändert sich laut Schwab parallel zur Konfektionsmode. Vor allem, was die Farben und das Design betreffe. Die Materialien werden immer leichter und pflegeleichter. Eine technische Neuheit gibt es dank der Nanotechnologie: Es sind dies Gewebe mit hoher Schmutzabwehrung. Kaffee beispielsweise erzeugt auf ihnen keine Flecken und wird einfach mit einem Tuch abgewischt.

Auch Esther Saffi von Dreifus-Hauser AG, Schwerzenbach, stellt im Berufskleider-Business eine kontinuierliche Zunahme fest. Die Firma hat sich auf Massgeschneidertes spezialisiert. Alles sei im Trend, sowohl ganze Kostüms wie auch einzelne Hosen und Jupes. Eher neu seien Gilets, die wie eine Schürze um die Taille gebunden würden.

würden.
Die Spilag AG in Basel fabriziert im
Bereich Hotellerie-Gastronomie Kochjacken. Nach Auskunft von Adrian
Trummer, Leiter Innendienst, besteht
das Basis-Sortiment aus fünf Modellen
in je acht Grössen. Die weissen Jacken
sind mit Applikationen in Schwarz oder
verschiedenen Farben erhältlich. HS



REINHARD SPRENGER / Der deutsche Trainer und Berater für Personalentwicklung hielt am «Power-Tag» in Feusisberg ein engagiertes Plädoyer für das Vertrauen als wichtigstes Führungsprinzip. Sonja Stalder

«Vertrauen verpflichtet! – Verstehen Sie?»

«Jetzt kommen wir zur Praxis! Ich zeige Ihnen, wie Vertrauen aufgebaut werden kann!» Der deutsche Managementtrainer Reinhard Sprenger schnippt mit den Fingern, um zu zeigen, wie schnell das gehen wird. Zuvor hat er den rund 120 Teilnehmern der Tagung erklärt, weshalb Vertrauen als Führungsprinzip heute so wichtig sei: Eine amerikanische Studie hat gezeigt, dass Menschen ein eigenes und selbstbestimmtes Leben führen wollen. Das Unternehmen, das auf Überwachen,

Disziplinieren, Gleichschalten setzt, wird dem Bedürfnis dieser Menschen nicht gerecht. Sprenger: «Die Fremdsteuerung verdrängt die Selbststeuerung, den Eigenantrieb.» Wenn diese Form der äusseren Kontrolle nicht mehr weiterhilft, dann muss das Vertrauen, das «Commitment» an deren Stelle treten. – Sprenger sucht den Blickkontakt zum Publikum: «Sind Sie dabei? Haben Sie verstanden?»

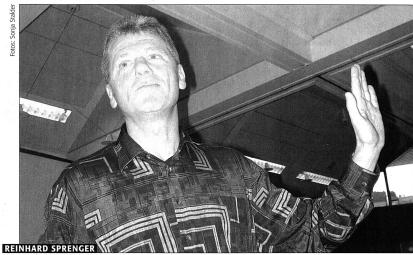
*

«Tourismpool»

Zum «Power-Tag» mit Reinhard Sprenger haben die Vereine FBMA, VDH und HSMAH" eingledden. Es handelte sich dabei um die erste Veranstaltung, welche die drei Organisationen gemeinsam durchgeführt haben. Dieses Beispiel soll Schule machen: Nächsten März wollen die Vereine in Zusammenarbeit mit Tourex, der Hotelfachschule Thun und gastrofacts.ch ein Symposium organisieren. Das Branchennetzwerk tritt unter dem Namen «Tourismpool» auf. «Im Zentrum steht dabei der Gedankenaustausch und die Kontaktpflege», erklärt HSMAI-Präsident Stephan Huber. SST

* FBMA = Food and Beverage Management Association, VDH = Vereinigung diplomierter Hoteliers und Restaurateure SHV, HSMAI = Hospitality Sales & Marketing Association. Wie also Vertrauen schaffen? Laut Sprenger hat jeder «Vertrag» zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften zwei Teile, einen expliziten und einen impliziten. Explizit geregelt sind die Pflichten des Mitarbeiters, implizit das wünschbare Verhalten (dass ein Kellent die Gäste freundlich bedient, gilt als selbstverständlich). Während beim ersten Teil die Sorgfaltspflicht zuoberst steht, ist es beim zweiten Teil das Vertrauen. Wer nun ein Klima des Vertrauens schaffen will, muss den Anteil an explizit Geregeltem möglichst klein halten. Er muss «das Kontrollsystem zurückbauen», wie Sprenger sagt. Ins Zentrum rückt dann das Commitment. Die Führungskraft geht davon aus, dass der Mitarbeitende in jedem Moment sein Bestes gibt. Die Kontrolle ist deswegen aber noch lange nicht

weg, denn: «Ver-trauen ver-pflichtet! Ver-trauen ver-pflichtet!» – Sprenger wiederholt die Sätze, die ihm wichtig



«Vertrauen resultiert aus der Bereitschaft zur Verwundbarkeit», sagt der Managementtrainer und Autor.

sind, und spricht sie besonders deutlich aus.

*

Führungskräfte, die sich auf eine solche Vertrauenskultur einlassen wollen, brauchen Selbstvertrauen, sagt

Sprenger: «Nur Menschen, die sich selber vertrauen, schenken anderen Vertrauen.» Und: «Vertrauen resultiert aus der Bereitschaft zur Verwundbarkeit.» Nur wer bereit sei, sich von der Zustimmung und der Leistung des Mitarbeitenden abhängig zu machen, könne wirklich Vertrauen schenken.

«Was aber geschieht, wenn der Mitarbeitende das Vertrauen missbraucht?», kommt die Frage aus dem Publikum. «Dann lassen Sie die Kommunikation zusammenbrechen», antwortet Sprenger, «seien Sie nicht nachsichtig, nicht verzeihend.» Der Mitarbeiter müsse spüren, dass er zu weit gegangen sei. Erst dann könne die «Ethik der zweiten Chance» zum Zug kommen. Wenn der Mitarbeitende diese Chance wiederum nicht nutze, sei es besser, «die Kooperation auf-

zulösen», sprich: den Mitarbeiter zu entlassen. – Sprenger schlägt, wenn er etwas Wichtiges gesagt hat, die Ränder seiner Schuhsohlen gegeneinander: so ist es!

*

«Wie soll ich reagieren, wenn ich spüre, dass mein Vertrauen in einen Mitarbeiter angekratzt ist?», fragt ein Teilnehmer. «Suchen Sie die offene Konfrontation», so Sprenger, «sagen Sie ihm, dass ihr Vertrauen brüchig geworden ist. Fragen Sie ihn, was Sie gemeinsam tun können, damit keine neuen expliziten Sicherungsmassnahmen notwendig werden.» – «Haben Sie verstanden?», sagt Sprenger und verabschiedet sich, um den Flug zurück nach Deutschland nicht zu





>> 2,50 m Gastfreundlichkeit.

Betrachten Sie das smart cabrio mal aus professioneller Sicht. Sein Design ist eine Einladung, Platz zu nehmen. Das Raumgefühl ist verblüffend. Komfort und Sicherheit genügen höchsten Ansprüchen. Das Fahrverhalten ist flink und agil. Sonne gibts mit dem stufenlos regulierbaren Verdeck auf Tastendruck. Und auch im Winter macht das smart cabrio richtig Spass. Doch das Schönste ist: So viel Gastfreundlichkeit gibts das ganze Jahr zum Tiefsaisonpreis ab nur 17890 Franken oder im günstigen Leasing. Verwöhnen Sie sich mal selbst. Hier finden Sie Ihr nächstes smart Center: www.smart.com

Was nehmen Sie mit nach Hause?



Jörg Arnold, Vizedirektor Hotel zum Storchen, Zürich: «Ich bin mir bewusst geworden, dass man eher dazu neigt, die Kontrollbereiche so gross als möglich und das Vertrauen so klein als möglich zu halten. Vielleicht hat man mit einzelnen Mitarbeitern schlechte Erfahrungen gemacht und nimmt das zum Anlass, alle Mitarbeitenden über den gleichen Leisten zu schlagen.»



Therese Bernet, Leiterin Hotellerie Universitäre Psychiatrische Dienste, Bern: «Ich arbeite in einer staatlichen Institution, in einem eigentlich sehr leistungsorientierten Bereich. Wir haben recht strenge Regelungen, die auch so sein müssen. Da stellt sich schon die Frage, wie wir zu den verantwortungsbewussten und eigenverantwortlichen Mitarbeienden kommen können, von denen Sprenger gesprochen hat.»



Dagmar Weber, Direktorin ArabellaSheraton-Hotel Derby, Davos: «Sehr interessant war die Frage des Vertrauens. Man kippt ja schon immer wieder zur Haltung: «Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser» Das sind wirklich Dinge, die man überdenken und allenfalls im eigenen Management-Stil umsetzen muss. Vieles, was Sprenger erwähnt hat, ist typisch für einen weiblichen Führungsstil.»



Felix Amgwerd, Verkaufsleiter Gastronomie und Speisseverteilung Bendorf Luxern AC: «Wir führen relativ stark nach der Devise «Vertrauen ist gut, Kontrolle ist bessen. Daher war für mich die Aussage «Vertrauen verpflichteb einer der Kernsätze. In der Hotellerie arbeiten wir mit Menschen aus anderen Kulturen zusammen, die teilweise andere Beziehungsbilder haben als wir. Darauf ist Sprenger nicht eingegangen.» SST



KONRAD ANNASOHN / Der VR-Delegierte der Internationalen Treuhand AG sprach über gute Nachfolgeplanung. SEITE 11



PROJEKTSTAU / Die Zahl der projektierten Hotelzimmer in den USA ist innerhalb eines Jahres um 22 Prozent gesunken. SEITE 12

Tourismus Hotellerie

hotel+tourismus revue

KARIN VEY / Die Organisationsberaterin findet, dass es im Hotel nicht auf die grossen inszenatorischen Gesten ankommt, sondern auf das Zwischenmenschliche. Zum Thema «Emotionen» spricht sie am Luzerner Tourismustag, INTERVIEW: SONJA STALDER

«Die kleinen Glücksmomente zählen»

Frau Vey, wenn Sie in den Urlaub fahren, welche Emotionen möchten Sie dann erleben?

Ich möchte gerne ganz Verschiede-nes, eine Palette von komplexen Emotionen erleben. Dazu gehört unter an-derem: Wohlgefühl, Abenteuer und Romantik, Entdecken von alten und neuen Interessen und freudige Überraschung.

«Der Hotelier muss ein Gespür für Emotionen haben.»

Weshalb verbinden Sie gera-de diese Erwartungen mit dem Urlaub?

Diese Erwartungen habe ich auch sonst an mein Leben. – Der Urlaub ist für mich eine gewisse «Auszeit», um diesen Emotionen mehr Raum zu geben und so auch wieder Impulse für die Gestaltung des Alltags zu gewin-

Urlaub als «Auszeit» - diese Erwartung teilen Sie wohl mit vielen Menschen. Stimmt also aus touristi-scher Sicht die Kurzformel «Wer Emotionen weckt, hat Erfolg»? Ja. Wenn es gelingt, die Emotionen

zu wecken, die wir als positiv bezeichnen – die Emotionen des Glücks –, dann stimmt das ganz sicher.

Zur Person



Anfang Oktober hat Karin Vey (40) ge-meinsam mit zwei Partnerinnen die Organisationsberatung «Orange Pool» in Zürich gegründet. Zuvor war sie Mitglied der Geschäftsleitung der Bellprat Associates AG in Winterthur, einem Unternehmen, das auf die Konzeption von szenischen Welten, Ausstellungen, Messeständen und Events spezialisiert ist. Ka-rin Vey hat in Darmstadt (D) Physik und Psychologie studiert und im Fach Physik



Der Hotelier kann das Umfeld so beeinflussen, dass sich die Mitarbeitenden und dadurch auch die Gäste wohl fühlen.

Braucht ein Hotelier eine besondere Begabung, um bei seinen Gästen Emotionen zu wecken? - Oder ist letztlich alles eine Frage der «Tech-

Technik allein reicht sicher nicht. Der Hotelier braucht das, was der Psychologe Daniel Goleman «Emotionale Intelligenz» nennt. Er muss ein Gespür für Emotionen haben; er muss wissen, wie er diese in jemand anderem wecken kann und wie gute Atmosphären ent-stehen. Laut Goleman geht es darum, im Gegenüber eine «positive Resonanz» zu erzeugen. Emotional intelli-gentes Verhalten basiert zudem auf einem authentischen Selbstausdruck.

Das sind sicher keine Fähigkeiten, die üblicherweise in der Managementausbildung entwickelt werden. Dazu braucht es Zeit und persönlichen Einsatz. Wenige Leute haben Emotionale Intelligenz als natürliche Gabe, viele Führungskräfte aber verspüren in dieser Hinsicht ein Manko. Da besteht derzeit sicherlich noch ein Defizit.

Als Inszenierungs-Spezialistin kennen Sie aber doch bestimmt einige Tricks, wie ein Hotelier seine Gäste glücklich machen kann. Es kommt nicht auf die grossen

inszenatorischen Gesten an, sondern vielmehr auf das Zwischenmenschliche, auf die kleinen Glücksmomente.

auch Emotionen wecken. Aufwand und «Ertrag» stehen dabei aber oft in keinem vernünftigen Verhältnis.

«Es geht nicht um die Top-Servicequalität. Es geht um eine persönliche Qualität.»

Welches Hotelerlebnis hat denn

bei Ihnen persönlich einen kleinen Glücksmoment ausgelöst? Auf den Malediven, wo ich zum Tauchen war, hatte jeder Tisch seinen persönlichen Kellner. Unser Kellner hatte zum Beispiel ein Faible dafür, aus Papier kleine Figuren zu falten. Manchmal hat er uns beim Essen mit seiner neuesten Kreation überrascht, etwa einer Blume oder auch einem Frosch. Das gab die Möglichkeit, mit-einander ins Gespräch zu kommen und zusammen zu lachen. Das ist ein typisches Beispiel für solche kleinen

Welche Rahmenbedingungen kann der Hotelier schaffen, damit die Gäste solche Glücksmomente erleben gesetzt. Es geht um eine persönliche Qualität, die vom perfekten Service zum perfekten Gastgeber führt. Dazu gehört natürlich auch, den Gast zu kennen und immer besser kennen zu lernen, ihn möglichst individuell anzusprechen und ihm im Idealfall auch massgeschneiderte Angebote und Vorschläge zu machen.

«Emotionen gelten am Arbeitsplatz als Störfaktor.»

Trendforscher prognostizieren, dass das Bedürfnis nach Emotionen im Urlaub noch wachse. Teilen Sie

diese Einschätzung?

Ja, absolut. Das hat etwas mit der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung zu tun. Im Moment sieht ja für die meisten die Realität immer noch so aus, dass wir in unserem Arbeitsleben – das ja doch einen Grossteil unseres Lebens ausmacht – unsere Emotionen kaum ausdrücken können und dass es nur wenige Führungskräfte mit dieser Emotionalen Intelligenz gibt, die ein positives, kreatives Ar-beitsklima schaffen können. Emotionen gelten immer noch als Störfaktor. Das führt dazu, dass man sich an seinem Arbeitsplatz viel weniger lebendig fühlt, als man sich eigentlich fühlen könnte. Dieses Defizit möchte man dann wenigstens im Urlaub in irgendeiner Form wettmachen. In Anbetracht der derzeitigen ökonomi-schen Entwicklung ist es leider wahr-scheinlich, dass dieses Bedürfnis nach Kompensation unbefriedigter emotionaler Bedürfnisse im Urlaub noch stärker wird.

Emotionen – ein Erfolgselixier?

«Emotionen als Lebenselixier – auch ein Erfolgselixier?» Dieses Thema steht im Zentrum des «Tourismustags 2002», der am 8. November in Luzern stattfir det. Neben Karin Vey referiert auch Ernst Wyrsch, Direktor des Steigenberger-Hotels «Belvédère» in Davos. In ei-ner Ideenbörse sammeln die Teilnehmenden zudem Anregungen, wie Gäste erfolgreich glücklich gemacht wer-den können. Die halbtägige Veranstal-tung richtet sich an Touristiker und Ho-

Damit ich mich in einem Hotel

wohl fühle, braucht es natürlich ein

entsprechendes Ambiente. Entscheidend ist aber, dass zwischen den An-

gestellten und dem Management alles

stimmt. Wenn dort eine harmonische

Arbeitsatmosphäre herrscht - und das

merkt man relativ schnell – dann ist es auch für den Gast möglich, sich gut

aufgehoben zu fühlen. Dann wird

man sozusagen temporär Mitglied dieser grösseren Familie. Das stellt

aber sehr hohe Ansprüche an das Ma-nagement. Es geht nicht um Top-Ser-

vicequalität. Die wird sowieso voraus-

teliers aus der ganzen Schweiz. «Emotionen sind ein Thema, das den ganzen Incoming-Tourismus be-trifft. Wir haben einen hohen Anteil an Stammgästen, die sehr sensibel auf Gastfreundschaft reagieren», sagt Rolf-Peter Pfaff, Regionaldirektor Zen-tralschweiz bei der Luzern Tourismus AG. Er gehört gemeinsam mit Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Touris-muswirtschaft in Luzern, zu den Veranstaltern der Tagung. Das Medien-patronat für die Tagung hat die hotel + tourismus revue.

Informationen: www.CentralSwitzerland.ch (Rubrik «Ak-tuell») oder www.itw.ch. Anmeldungen: Info@CentralSwitzerland.ch, Anmeldeschluss ist der 31. Oktober.

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











HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration

- Verkaufen/Vermieter
- Buchhaltung/Treuhand
- Werbeagentur
- Rechtsberatung
- Neue Betriebskonzepte
- Managementseminar
- Fachbücher

Poststrasse 5, CH-8808 Pfäffikon SZ 055/410'15'57 - 079/422'37'24 Fax 055/410'41'06

Im wunderschönen Malcantone/Tessin vermieten wir ab Juni 2003:

Restaurant mit Zimmer. Pizzeria, Bar 100 Plätze

(vollständig ausgestattet)

- Gedeckte Terrasse mit 30 Plätzen 10 Zimmer mit Bad/WC Mehrzwecksaal (100 m²) 40 Parkplätze

Kompletter Neubau in ruhiger und sonniger Lage, 800 m ü. M. und nur 10 Minuten von der Autobahnausfahrt Lugano Nord erntfernt.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Involti Bruno, 6939 Arosio 152032/419798

OBERSAXEN (GR)

An sonniger Lage mit wunderschönem Alpenpanorama verkaufen wir

Hotelparzelle 5'619m²

- Sehr nahe Skiniste und
- geplantem Golfplatz bestehendes Projekt kann übernommen werden

Interessanter Verkaufspreis



allod Telefon 081 257 1



Auf kommende Wintersaison 2002/2003 vermieten wir

Pizzeria/Restaurant

Einrichtung in sehr gutem Zustand Kein Kauf des Inventars

Interessenten für diese Heraus-forderung wollen sich bitte schriftlich bewerben bei Bautreuhand Christoffel, Obere Strasse 19, 7270 Davos Platz. 151182/38206:

An attraktiver Lage in der Stadt Zürich – Nähe Albisriederplatz verpachten wir ein gut eingeführtes

Pub / Restaurant

mit ca. 50 Sitzplätzen. Wir wenden uns an ausgewiesene Gastronomen, welche diesen interessanten Betrieb langfristig betreiben und ausbauen wollen.

BRIGGEN CONSULTING

Tel. 01 390 32 32 INFO@BRIGGEN-CONSULTING.COM

Hotels und Hotelobjekte zur Pacht oder zum Kauf gesucht

Wir suchen für bekannte Hotelketten owie für bekannte Hotelkeiten owie für bonitätsstarke Investoren in Grossstädten der Schweiz Hotels zur Pacht oder Kauf.

> Rosenberg Immobilien & Bill Immobilien Internation mobilien International Hotel & Gastro Immobilienmanagement Tannenbachstr. 10 8942 Oberrieden/Zürich

Tel. 01 722 25 34, Fax 01 722 25 04

E-Mail: rosenberg@rosen-immo.com Web: www.Bill-Immobilien.com

152261/4198

Ihre neue Herausforderung im Berner Oberland

Im Ferienort Meiringen, in der Touris-musregion Meiringen-Hasliberg, ver-pachten wir zu attraktiven Bedingungen ab Frühjahr 2003 oder nach Vereinba-

Hotel-Restaurationsbetrieb

Der Betrieb verfügt über 3-Sterne-Hotel mit 34 Betten, alle mit Dusche-WC, Sauna, Restaurant mit 70 Plätzen, Saul mit 60 Plätzen, Terrasse mit 70 Plätzen, modern eingerichtete Küche. Gebäude und Elnrichtungen befinden sich in gutem Zustand.

Es handelt sich um einen gut eingeführten Betrieb an zentraler Lage mit guter Stammkundschaft und bietet einem Pächterehepaar eine gute Existenz.

Ernsthafte Interessenten melden sich schriftlich bei:

Triva Treuhand AG Höheweg 13 3800 Interlaken

E-Mail: Triva@Triva.ch

Gran Canaria

Bungalow-Anlage in Maspalomas, be-stehend aus neun Bungalows mit be-heiztem Swimmingpool, traumhafter Zustand.

Rendite und Investition. Exzellente Wohnlage, niedrige Betriebskosten Euro 1 540 000.–

Anfragen an Pedro Velasco Tel. 0034 928 76 58 12 Fax + 76 58 00

Small, full service, delightful hotel

Rooms for sale in the British West Indies

Contact Michael Peterson.

Coldwell Banker Commercial Hospitality Group, 231-995-7647 or ampeterson@coldwellbanker.com

Auf Frühjahr 2003 zu vermieten

Speiserestaurant Jägerstübli

an wunderschöner Lage im Freiamt/Aargau. Restaurant und Säli mit je ca. 50-60 Plätzen. Gartenterrasse mit ca. 60 Plätzen sowie 4-Zimmer-Wohnung im Hause.

Interessenten melden sich bei: Werner Gasser Bauunternehme Telefon 056 666 10 53



Berner Mittelland, Stadtnähe Bern

Nach Vereinbarung verkaufen wir im Auftrag an best frequentierter Lage

CAFÉ-RESTAURANT

in Einkaufszentrum

180 Sitzplätzegenügend Parkplätze vorhandenTop-Zustand

Für ein tüchtiges Wirtepaar bietet sich hier eine gute Ausgangslage für eine beruflich interessante und vielversprechende Zukunft.

Solvente Interessenten melden sich bitte schriftlich an:

Wir verkaufen in **Platja d'Aro** im Einkaufs- und Vergnügungszentrum der Costa Brava in Spanien:

- Preis 450 000.- Euro / 675 000.- Fr. (Banco Popular) In der Schweiz INFO-Telefon: 0041 79 630 12 41 (Video vorhanden)

- Im Zentrum gelegenes RESTAURANT

Gastroconsult AG Unternehmensberatung

Vollständig renoviert

- In perfektem Zustand

- 67 m² Keller- und Toilettenraum

- 270 m² überdeckte Gartenterrasse

- 60 m² Boulevardterrasse (Eigentum)

Lluis Pujoi rijoan Graduat Social Fax 0034 972 82 80 17 E-Mail: LluisPujoi@graduados.sociales-com

- 71 m² Lokalfläche

- 220 Plätze

PGP Assessors Lluis Pujol Pijoan

Tina Müller Standstrasse 8 3000 Bern 2

Telefon 031 340 66 29 Fax 031 340 66 33 tinamueller@gastroconsult.ch

Wir vermieten nach Übereinkunft im schönen Berner Jura auf dem Mont Soleil. 1200 m.ü.M eine Oase, wo man Gäste noch verwöhnen kann, die



Auberge L'Assesseur

der gepflegte Gasthof, mitten in einem typischen Jura-Bauernhof. Wir suchen das initiative und kreative Ehepaar oder das motivierte Team, welches gerne Gäste mit gutbürgerlicher Küche und Spezialitäten aus dem Jura verwöhnt. Sie finden eine perfekte Infrastruktur mit moderner Küche, Apéro-Weinkeller, Gartenterrasse, Restaurant mit 50 Plät-zen, Säli für 10 Personen, 14 Doppelzimmer mit Komfort, Dachausbau mit weiteren acht Schlafplätzen.

Zum Gasthof gehören eine Wirte-Wohnung, acht Pferdeboxen und genügend Parkplätze. Der angrenzende Landwirtschaftsbetrieb mit Galloway-Rindern und Pferdezucht wird autonom und selbständig durch unseren langjährigen Mitarbeiter geleitet.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.



6244 Nebikon Tel. 062 756 18 66 Natel 079 206 13 58

In einem schönen Sommerund Wintersportort in Graubünden verkaufen wir eine grosse,

Hotel-Anlage

Preis auf Anfrage

Gerne geben wir Ihnen mehr Informationen.

Interessenten melden sich unter: Südostschweiz Publicitas AG Chiffre 513-319045 Postfach 7001 Chur

Tessin

Zu verkaufen aus Nachfolgegründen ausbaufähiges

renommiertes 3-Sterne-Familienhotel

Direkt am **Lago Maggiore** gelegen – mit 46 Doppelzimmern sowie je einer Attika- und 5-Zimmer-Dachwohnung, drei Restaurants, Weinkeller, Konferenzsaal, Hallenbad, Fitness/Sauna/Solarium, Tiefgarage (18 Plätze) und Parking für Bus und PKWs (12).

Weitere Infos:
PLT Invest SARL,
Postfach, 8033 Zürich,
Telefon 01 36111 25, Fax 01 36112 55,
E-Mail: em-orn.steiger@plt.ch

Verkauf/Vermietung

Im 3-Länder-Eck, Weil am Rhein bei Basel gut gehendes

Eis-Café

mit Produktionsanlagen zu über-nehmen. 40 Innen- und 40 bis 80 Aus-senplätze. Einarbeitung möglich.

Anfragen unter Telefon 0049 736 526/25

Frankreich - Immobilien

In unserem Angebot, gepflegte Betriebe als

Chambres d'hôtes – Gästezimmer Gîtes – Ferienwohnungen

In der Provence und im Burgund

Tel. 041 631 05 15. Fax 041 631 05 17 www.frankreichimmo.ch



Im herrlichen Oberengadin unweit von St. Moritz

Hawer firs Leben in SILVAPLANA

zu verkaufen an zentraler Lage

RESTAURANT

aufgeteilt in RESTAURANT (60 Sitzplätze) mit *184 m² und PIZZERIA/GRILL (60 Sitz-plätze) mit *215 m²; mit gemeinsamer Küche bzw. Lagerflächen im UG und Toilettenan-lagen, Baujahr 1982; Zustand mittelmässig inventar inklusive; neuerstelltes Parkhaus 100 m entfernt; Lage nicht zuletzt ideal, da unmittelbar an der Julierstrecke

KP Fr. 680 000.-

Interessiert? Rufen Sie uns einfach an.

081 284 00 24

GERMANO DE GANI IMMOBILIEN CHUR

Im schönen Luzerner Hinterland

zu verkaufen

heimeliges Restaurant

mit Säli, Wintergarten und Gartenwirtschaft.

Ernsthafte Interessenten melden sich bitte unter Chiffre 152371, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

Südl. von **Lugano** (ca. 10 km) zu verkaufen

13-Zimmer-Liegenschaft

13-Zimmer-Liegenschaft (Evt. Inkl. Immobilen Ad/S:A) |
Gegenw. als Pension-Garni geführ. J
Gegenw. als Pension-Garni geführ. J
Zimmer m. Balkon. 2 kl. Küchen, 4 BZ/WC, P. Reben-Pergola, kl. Garten m. Kamelien, Magnolien, Oleander. Kiwi usw. Ruhige Wohnzone (Villen-Guartier) Unverb. Panoramasicht auf See u. Berge. Geeignet auch für Verein, Club, Religionsgem, Schule usw. Baujahr ca. 1969. Kompl m. Mobiliar + Inventar VP CHF 850 000.—
Makler werden nicht berücksichtigt. Unterlagen sendet gerne fühlte Finanz-HOGA-TREUHAND ZÜRICH

Postfach, 8050 Zürich Fax ++41(0)1 302 52 03

htr

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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

BERGTOURISMUS / Bergrestaurants und -hotels spüren wenig von der Berg-Kampagne, die Schweiz Tourismus lancierte. Entscheidend für steigende Frequenzen sind nicht teure Promotions-Aktionen, sondern das Wetter. OTTO HOSTETTLER

Scheint die Sonne, kommen die Gäste

Der mächtige Fels ist überhängend und drückt aufs Dach, wenige Meter vor dem Haus reisst der Abhang in die Tiefe. Eingeklemmt in diesen markanten Felsvorsprung im Appenzellerland steht das Gasthaus Aescher-Wildkirchli. Das Bild, zuerst als Titelbild einer Broschüre von Schweiz Tourismus verwendet, ging um die Welt, als es auf dem Titel des «Geo-Spezial» über die Schweiz prangte. Es wurde diesen Sommer zum Symbol für die aufwändige Kampagne von Schweiz Tourismus: Gipfelträume, das einmalige Erlebnis in den Schweizer Bergen.
Termingerecht zum UNO-Jahr der

Berge lancierte Schweiz Tourismus ei-ne weltweite Kampagne (siehe Kasten). Kern der Message: Nirgends ist das Bergerlebnis eindrücklicher und erlebbarer als in der Schweiz.

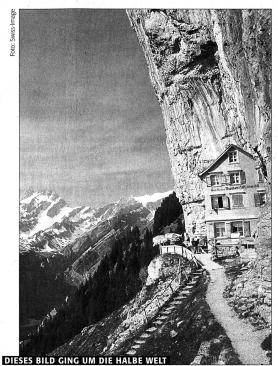
BERGGASTHÄUSER **BRAUCHEN GUTES WETTER**

Mit dem Schlechtwettereinbruch ist die Sommersaison inzwischen vielerorts abrupt zu Ende gegangen. Ob die gross angelegte Kampagne für die Schweizer Berge den in den Broschüren aufgelisteten Berggasthäu-sern steigende Frequenzen eingebracht haben, lässt sich kaum messen, so der Tenor einiger alpiner Gastwirte.

Entscheidend ist für viele schlicht das Wetter. Und das war dieses Jahr mit dem frühen Kälteeinbruch wenig erbauend. Inzwischen sind auch die Herbstferien zu Ende, viele Betriebe in den Alpen und Voralpen stehen kurz vor Saisonschluss.

Von einem Boom im UNO-Jahr

der Berge mag niemand sprechen. Wer sich äussert, hat stets dasselbe Problem: Bei schönem Wetter ist die Terrasse zum Bersten voll, regnet es, sind die Angestellten der Berggasthäuser unter sich. Bei besag-tem Aescher-Wildkirchli hoch über Weissbad im Appenzellerland kann Claudia Knechtle dem UNO-Jahr der Berge wenig abgewinnen. «Davon haben wir nichts bemerkt.» Aller-dings wurde sie immer und immer wieder auf das Bild angesprochen, verschiedensten Publikationen abgedruckt worden ist. Sicher habe diese Tatsache zur Bekanntheit



Das Bild des Aescher-Wildkirchlis auf dem «Geo-Spezial» machte den Ausflugsort hoch über Weissbad im Appenzellerland bekannt.

Erwartet wird langfristige Wirkung

«Es ist schwerig zu messen, ob der Erfola eines Betriebes auf die Bera-Kampagne zurückzuführen ist», sagt Schweiz-Tourismus-Sprecherin Danie la Bär. Die bisherige Auswertung zu-mindest hat ergeben, dass mit dem Werbeauftritt die Zahl der erreichten Kontakte beim angepeilten Publikum fast eine Milliarde beträgt. Zudem wurden laut Daniela Bär weltweit rund 130 Millionen Artikel in Medien publiziert oder als TV-Beiträge ausge strahlt. Konkrete Auswirkungen warte man aber «erst langfristig».

Mit der Kampagne «Berge^c» pries Schweiz Tourismus die Gebirgswelt der Schweizer Alpen weltweit an. Im der Schweizer Alpen weltweit an. Im ersten Jahr der über drei Jahre lau-fenden Werbeaktion investierte Schweiz Tourismus rund 3 Millionen Franken. In erster Priorität wurde mit unterschiedlichsten Medien und Aktionen in den umliegenden europäi schen Ländern für die helvetische Bergwelt geworben. In zweiter Prio-rität standen Nordamerika und Asien auf dem Programm. Kern der Mes-sage: Bergferien in der Schweiz haben mit der intakten Natur einen ho-Erlebnisfaktor. Dabei wurden auch aleich konkrete Anaebote und Bergtipps kommuniziert: Bike- oder Wander-Touren, Gipfelhotels, Naturwunder, Berabahnen, etc.

wunder, Bergbannen, etc.
Der Bergsommer wird von
Schweiz Tourismus für die gesamte
Tourismusdestination Schweiz strate-gisch als «von grosser Bedeutung» bezeichnet. Denn alleine im Sommei 2001 wurde mit neun Millionen Übernachtungsgästen und zahlreichen Tagesausflüglern ein geschätzter Um-satz von 11,5 Milliarden Franken erihres Berggasthauses beigetragen, ist Claudia Knechtle überzei

ANDERE KAMPAGNEN **BRINGEN MEHR ERFOLG**

Doch für den wirtschaftlichen Erfolg seien klar die Stammgäste verant-wortlich: «Wir leben von den Stammgästen.» Benny und Claudia Knechtle wirten bereits seit 16 Jahren im Berggasthaus auf 1500 Meter über Meer.

Kampagnen wie die nun von Schweiz Tourismus lancierte, seien manchmal sogar zwiespältig, meint Claudia Knechtle. Denn jene, die bei schönem Wetter einmal pro Sommer in die Berge fahren, würden dann halt auf eine randvolle Terrasse stossen. Berggänger könnten damit den falschen Eindruck von einem «überlaufenen Gebiet» erhalten. Im schlechtesten Fall könne dies dann sogar zu einem negativ geprägten Bild eines Berggebietes

beitragen, Im Unterschied zur Kampagne von Schweiz Tourismus könne bei anderen Aktionen der Erfolg klarer gemessen werden, so Knechtle. Sie er-wähnt etwa das Zürcher Sechseläuten, bei dem sich die Appenzeller Bergwirte an einem Stand präsentieren konnten. «Da hatten wir ein riesiges Echo.» Ähnlich erfolgreich sei die Werbeakti-on auf den Flaschen von «Appenzeller Alpenbitter» oder Besuche an Messen und Ausstellungen. Knechtle warnt wegen der jährlichen Schwankungen der Besucherzahlen auch davor, Re-sultate von einzigen Geschäftsjahren zu stark zu interpretieren, «Wir müssen im Fünf-Jahres-Rhythmus denken», betont sie.

Im benachbarten Säntisgebiet tönt es ähnlich, was den Erfolg der Berges ähnlich, was den Erfolg der Erfo Kampagne betrifft. Die Kampagne ha-ba kaum Einfluss auf den Erfolg. «Bei be kaum Einfluss auf den Erfolg. «Bei schönem Wetter ist bei uns das Haus voll, bei Regen und Schnee läuft dage-gen nichts», sagt Maria Manser, seit 30 Jahren Besitzerin des Berggasthauses alter Säntis. Ihre Familie wirtet bereits seit 150 Jahren auf dem schmalen Felssims auf 2500 Meter über Meer. Der Sommer sei mit dem frühen Schneefall wenig erbauend gewesen, der zweite Teil der Saison «ging sogar ganz in die Hosen», sagt Maria Manser. Vom UNO-Jahr der Berge und der Kampagne von Schweiz Tourismus erhofft sie sich eher langfristigen Erfolg: «Vielleicht gibt es einen Anstoss für die nächsten Jahre.»

Ebenso wenig quantifizieren kann man den Erfolg der Kampagne im Ber-ner Oberland. Verantwortlich für den Erfolg oder Misserfolg ist einzig und alleine das Wetter, hört man auch hier immer wieder.

Auf dem Brienzer Rothorn etwa zählt Geschäftsführerin Ursula Bieri bei schönem Wetter über 2200 Gäste Bei Regen sind es gerade mal 20 Perso nen, die mit der Zahnradbahn aufs Rothorn fahren. Trotzdem beurteilt sie die Berg-Kampagne positiv. Zwar sei der Nutzen «schwierig messbar». Doch es gehe auch darum, «imagemässig» präsent zu sein und um «den einen oder anderen wieder einmal daran zu erinnern, einen Ausflug in die heimische Bergwelt zu machen.»

«HAUS PARADIES» / In Ftan durfte am Samstag Zilla Leutenegger den «Premi Cultural» 2002 in Empfang nehmen – und Horst Rahe, Eigentümer des Hotels Haus Paradies, sprach zum Thema «Ferienhotellerie – quo vadis?». макієтта рериац

«Aufstieg wagen oder Absturz hinnehmen»

Paradies» in Ftan ging dieses Jahr an die in Chur aufgewachsene und in Zürich lebende Video-Künstlerin Zilla Leutenegger für ihre siebenminütige Videoar-beit mit dem Titel «Peak» aus dem Jahr 2001. Zilla Leutenegger erzeuge, so die Laudatio, mit einem Minimum an Mitteln - kein Ton, keine Farbe, nur ein kinetisches Element auf einem skizzier-ten und mit Schatten räumlich gestalteten Hintergrund - eine visuelle Qualität, die nur noch in Träumen oder den Werken ganz ausgezeichneter Filmemacher vorkomme. Der Preis ist mit 10 000 Franken dotiert und wurde bereits zum siebten Mal verliehen

EINE ERNÜCHTERNDE

Die Festansprache widmete der Ei-gentümer des Hotels Haus Paradies in Ftan, Konsul Horst Rahe, dem Thema «Schweizer Ferienhotellerie – quo va-dis?». Rahe sagte, dass in der Schweizer Hotellerie für das Jahr 2002 mit einem Logiernächterückgang von über 7 Prozent gerechnet werden müsse - und sparte auch nicht mit Kritik: «Diese Entwicklung wurde durch die Expo.02 noch verschärft.» Gerade im Kurzurlaubsbereich sei ein staatlich subven-

Verdrängungswettbewerb zu Gunsten der Regionen Freiburg, Neuenburg, Jura, des Kanton Waadt und des Mittellandes und zu Lasten der Zentralschweiz, des Tessins, des Berner Oberlandes und Graubündens erfolgt. «Eine – aus meiner Sicht – volkswirtschaftlich verhängnisvolle Massnahme.» Rahes ernüchternde

Einschätzung der Ferienhotellerie: «Nach der neueren Entwicklung würde ich heute die Prognose wagen, dass mehr als 50 Prozent notleidend sind und wohl nur noch etwa 10 Prozent auskömmlich, das heisst mit Gewinn arbeiten.» Mitverantwortlich für die schlechte Diagnose sind laut Rahe die Personalkosten, die hohe Baukosten,

FÜR VIDEOINSTALLATION AUSGEZEICHNET

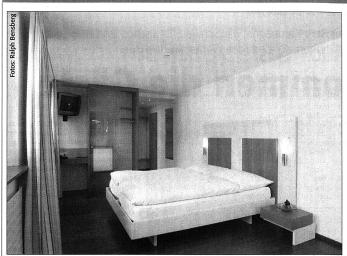
Die Preisträgerin Zilla Leutenegger (rechts von der Videoinstallation) zusammen mit dem Preisstifter Horst Rahe und seiner Frau Wera Rahe, die Eigentümer des Hotels Haus Paradies in Ftan

der hohe Anteil an Zweitwohnungen

LANDWIRTSCHAFT IN DIE PFLICHT NEHMEN

Doch Rahe beliess es nicht beim Kassandraruf, sondern setzte der Dia-gnose ein mögliches Therapieprogramm gegenüber. Im Folgenden ein Auszug aus Rahes Anregungen: Es sei eine grosse Um-, Ausbau- und Modernisierungsoffensive zu starten, wobei der Bauindustrie die Aufgabe zukomme, auch gerade in den gastronomi-schen Bereichen – durch Fertigteilbauweise (z.B. Bäder) und Modulbauweise sowie durch Produktion von Bauleis-tung in Fabriken – kostengünstiges und schnelles Bauen zu ermöglichen. Dazu bedürfe es Strukturen für Anschubfinanzierungen und Eigenkapi-talersatzmittel, denn fast alle Betriebe seien finanziell nicht mehr in der Lage, aus eigener Kraft in die Konkurrenz-fähigkeit zu gelangen. Es sei jedoch darauf zu achten, dass diese Anschub-Mittel nur für solche Betriebe zur Verfügung gestellt werden, die auch ent-sprechende rechenbare und plausible Geschäfts-Modelle nachweisen. Eine besondere Bedeutung komme hierbei Konzepten zu, die Ganzjahresbetriebe

darstellten oder aber zumindest so viele saisonverlängernde Massnahmen beinhalten, dass 300 Öffnungstage pro Jahr möglich sind. Ferner fordert Rahe flexiblere, leistungsbezogene Entlöh-nungssysteme, eine Verbesserung der Aus- und Weiterbildung und eine Absage an die «Kleinstaatlerei». Wichtig sei zudem eine dem Tourismus gegenüber offene Bevölkerung. Rahe: «Hier kommt eine grosse Aufgabe auch auf die Landwirtschaft zu, die durch ihre umfangreichen staatlichen Unter-stützungen hier durchaus auch verpflichtet werden kann, zu Verbundsangeboten mit dem Tourismus zu kommen und auch Zulieferer für diesen zu werden.» Weitere Punkte waren die In-frastruktur (am Beispiel Flüela-Pass) und die fehlende Vermarktung von Frühling und Herbst. «In der Schweiz – und im besonderen Mass im Engadin findet weder eine Vermarktung dieser zwei einmaligen Jahreszeiten statt, noch werden Konzepte entwickelt, die der Jahreszeit und den Wetterbedingungen angemessen sind.» Rahe schloss seine Rede mit den Worten: «Die Schweizer Ferienhotellerie steht an einer gefährlichen Stelle des Berges wo es nur zwei Entscheidungen gibt nämlich den Aufstieg zu wagen oder den Absturz hinzunehmen»



Modernes Businesszimmer in Elsbeer und Ahorn furniert. Offener Schrank in Satinatoglas. Wände in Stucco und Boden in Echtholzparkett. Elektrische Leitungen im Möbel integriert.



Doppelzimmer mit Bett und Schreibpult, indirekte, warme Beleuchtung im Pult. Schrank in Mauernische. Eiche gebeizt und Ahorn.

Die ideale Lösung: Modular konzipierte Gästezimmer

Arpagaus Hochdorf lanciert ein rundum interessantes System

Ob ein Hotel umgebaut, angebaut oder neu erstellt wird: Es stellt sich die Frage nach der optimalen Inneneinrichtung der Hotelzimmer inklusive Eingangsbereich und Nasszellen. Arpagaus bietet mit ihrem modernen, bis ins letzte Detail durchdachten, modularen System eine überzeugende, preiswerte Lösung.

ibt es Hotelzimner, die den hohen Ansprüchen des Gastebers ebenso entsprechen wie den mannigfaltigen Wünschen von stets wechselnden Gästen? «Solche Zimmer muss es geben – sie sind eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg», erklärt der Graubtindner Giusep Arpagaus, Inhaber des nach ihm benannten Möbelund Innenausbau-Unternehmens im luzernischen Hochdorf und präzisiert: «Grundsätzlich muss ein Zimmer zum Charakter, zur Architektur und der Umgebung des Hotels passen. Es soll qualitativ wie ästhetisch überzeugen. Es muss funktionell eingerichtet sein. Die unterschiedlichsten Gäste sollen sich im gebuchten Raum absolut wohl fühlen.»

IM «TOP OF ZURICH»

Wie bringt ein Hersteller derart verschiedene Qualitäten auf einen Nenner? Nun, die 1987 gegründete, 27 Mitarbeitende beschäftigende Arpagaus versteht sich in den Bereichen Möbel und Inneneinrichtungen als visionäres Unternehmen. Sie hat ein modulares Hotelzimmer-System entwickelt. Das neuartige Programm überzeugte auf den ersten Blick, als es anlässlich der IGEHO 2001 als Novum vorgestellt wurde. Inzwischen wurde Arpagaus unter anderem der Hotel-Inenausbau des Uto Kulm auf dem Uetliberg – dem Töp of Zurich – anvertraut: 54 Zimmer, die Lobby, die Bar sowie der Château Mouton Rotschild Cave wurden ausgerüstet.

PERFEKTES STYLING

Für die Gestaltung des modularen Arpagaus-Hotelzimmer-Systems zog der Firmeninhaber die in der Branche bekannte, diplomierte Ingenieurin und Innenarchitekin Sybille Maisch aus Stuttgart bei. Sie ist Professorin an der Unityeartiët Darmstadt. Die von ihr für Arpagaus kreierten Hotelzimmer-Möbel zeichnen sich durch schlichte Schönheit und eine klare Formensprache aus.

ERSTKLASSIGE QUALITÄT

Arpagaus verfügt über modernste Werkstätten und Produktionsanlagen. Topausgebildete Fachleute produzieren qualitativ hochstehende Möbel. Die vorfabrizierten Elemente werden steckerfertig, das heisst mit allen elektrischen Anschlüssen für Telefon, Fax. Personal Computer und Internet geliefert. Dies, damit-der Innenausbau vor Ort so wenig Zeit als möglich beansprucht und ein Minimum an Lärm-Immissionen entsteht.

JEDERZEIT AUSBAUBAR

«Die einzelnen Gästezimmer sind in verschiedenen Ausbauvarianten, Preisklassen und Stilarten erhältlich», betont der Schreiner und Techniker TS Markus Nussbaumer, ein Mitglied der Geschäftsleitung.

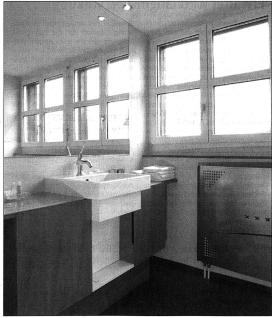
Der Ausbau ist auch in Etappen realisierbar: Zimmer in Mini- oder Mid-Ausführung lassen sich später zu jedem gewünschten Zeitpunkt mit den noch fehlenden Modulen ergänzen. Die Auftraggeber können bei Arpagaus auf Wunsch alles aus einer Hand beziehen: Für Vorhänge oder technische Fensterbekleidungen, Bettinhalte, Böden, Teppiche, TV-Geräte, Duschen, Lavabos und Badezimmer-Armaturen arbeitet die Firma mit spezialisierten Partnern zusammen.

MENSCH IM MITTELPUNKT

Für Giusep Argapaus ist die Kundenzufriedenheit ein zentrales Anliegen. Die Ausrichtung auf dieses Ziel spielt in der Beratung und Planung eine wichtige Rolle. Grundlage jeder Offertanfrage oder jedes Auftrags ist die Analyse. Dabei geht es um Fragen wie «Was strahlt das Hotel aus?» oder «Welche Art von Kundschaft beherbergt es oder möchte es gewinnen?». Wichtigstes Ziel ist, dass sich die Gäste mit dem Hotel identifizieren können und später wiederkehren. Auf diesem richtungsweisenden Gedanken basiert das modulare System von Arpagaus.

PREISWERTE AUSFÜHRUNG

Das auf Standardelementen beruhende System lässt sich auf jede Zimmergrösse abstimmen. «Im Schnitt ist



Badezimmermöbel in Elsbeer, Lavaboaufbau, Abdeckung in Satinatoglas. Wände farbig, Heizungsabdeckung in Chromstahl mit Emblem, Plattenboden.

es im Vergleich zum individuellen Ausbau um einen Fünftel vorteilhafter», betont Markus Nussbaumer und ergänzt: «Unsere Leistungen hören nicht mit der Montage auf – selbstverständlich bieten wir unserer Kundschaft auch einen zuverlässigen After-Sale-Service

Keine Möbel von der Stange

Giusep Fry, Inhaber und Direktor des Vier-Sterne-Hotels Uto Kulm auf dem Uetliberg, wollte für seinen Neubau und den Umbau seines 14jährigen Hauptgebäudes keine «Nullachtfünfzehn-Lösung». Er suchte sowohl für den Seminar- wie für den Romantik-Bereich spezielle Inneneinrichtungen. Arpagaus begegnete er erstmals an der IGEHO 2001. Sein Kommentar:

«Das von Arpagaus entwickelte, modulare System überzeugte mich. Ich lernte Giusep Arpagaus als innovativen Unternehmer kennen, der auf jeden meiner Wünsche einging. Er erwies sich als sehr flexibel, bei der Planung mitwirkend und terminorientiert. Sein Betrieb und seine fachlich versierten Mitarbeiter sogten mir zu. Aus einem anfänglich mittleren Auftrag wurde ein riesiger. Schliesslich vertraute ich Arpagaus sogar die Erneuerung unseres Prunkstücks – den Château Mouton Rothschild Cave an. Dies saat wohl alles.»



Kleines, flexibles und modernes Badezimmermöbel – in jedes Bad anpassbar. Möbel mit integrierten Steckdosen und Zuleitungen. Spiegel auf Wand, Duschtüre in Wandnische

ÜBERSCHULDETE BETRIEBE / Analyse zum Thema Trend Hospitality

Hotels stehen «vor dem Aus»

Rund 20 000 Hotels im deutsch-sprachigen Raum stehen vor dem Aus – das prognostiziert die deutsche Treugast Unter-nehmensberatung zum Thema Trend Hospitality. In Deutsch-land, Österreich und in der Schweiz seien «immer mehr Betriebe völlig überschuldet und müssen schliessen». Die «zum Teil wirklich nicht mehr marktgerechte Individualhotellerie» würde, so der Bericht, von der «unvermindert fortschreitenden Expansion internationaler Ketten und Kooperationen» bedrängt. Allerdings habe diese dramatische Entwicklung «auf traditionell branchenfremde Investorengruppen offensichtlich keine hemmende Auswirkung», heisst es weiter. Offene Immobilienfonds würden «verstärkt in Hotels investieren». Die privat geführten Hotels, die in Westeuropa vor zehn Jahren rund 90% des Marktes stellten, verloren stark: Ihr An-

teil beträgt noch gut 60%. Einen Wachstumsmarkt stellen dagegen Senioren-Immobilien dar.

Die Auslastung der Hotels sank im ersten Halbjahr 2002 in Deutschland teilweise drama-tisch: In Berlin und Hamburg um 4, in Köln und Frankfurt um

13, in München um fast 15%. Einen Wachstumsmarkt stellen dagegen Senioren-Immobilien dar. Wohnanlagen und Wohnstifte hätten eine glänzende Zukunft.

ZÜRICH / Logiernächte im August 2002

Auch Gäste bleiben aus

Die Hotels in der Stadt Zürich waren auch im August deut-lich schlechter ausgebucht als im Vorjahr. Mit 106 479 Gästen kamen 10,6% weniger Personen aus dem In- und Ausland. Auch die Zahl der Übernach-tungen nahm um 9,5% auf 206 805 ab, wie es in einer Pressemitteilung heisst. Der Rückgang betraf ebenso Gäste aus der Schweiz (–13,4%) wie Gäste aus dem Ausland (–9,8%). Damit setzt sich der seit Anfang

Jahr beobachtete Negativtrend

fort.
Abgenommen haben vor allem die Übernachtungen der Touristen aus den USA (-17,9%), Japan (-16,3%), Grossbritannien (-15,4%) und Deutschland (-10,6%). Deut-lich mehr Übernachtungen verzeichneten die 110 Zürcher Beherbergungsbetriebe Gästen aus Malaysia (+244,3%), China (+41,7%) und Brasilien (+19,4%).

93 Tageszeitungen

Interaktiver Zeitungskiosk.

Ab sofort bietet das Peninsula Hotel «The Kowloon Hotel» in Hongkong jedem Gast Zugriff auf den in Holland entwickel-ten interaktiven Zeitungskiosk «PresspointTM». Zur Auswahl «Presspoint and a stehen 93 Tageszeitungen aus 43 Ländern. Die per Touch-Screen ausgewählte, bis zu 48 Seiten umfassende Zeitung kann innert zwei Minuten kleinformatig ausgedruckt wer-den und kostet 5 US\$. Bezahlt wird mit der Kreditkarte. TRU

LOGIERNÄCHTE /

Nachfragerückgang

6,6 Prozent weniger

Im Sommerquartal von Juni bis August verzeichneten die schweizerischen Hotelbetriebe 10,19 Mio. Übernachrioteibethebe (1,15 Mio.) Oberhach-tungen, das heisst 6,6% weniger als während der entsprechenden Vorjah-resperiode. Die seit 1997 positive Nachfrageentwicklung war laut Bun-desamt für Statistik (BFS) schon im Sommerquartal 2001 gestoppt worden. Das neueste Ergebnis ist um 3,5% respektive 3.6% tiefer als der Durchschnitt der vergangenen fünf bezie-hungsweise zehn Sommerquartale.

Während die inländischen Gäste wenigstens in den Monaten Juli und August zahlreicher in Schweizer Hotels übernachteten, musste bei den aus-ländischen Gästen in allen drei Monaten eine Abnahme der Logiernächte-zahl hingenommen werden. Das schlechte Wetter, die unsichere Konjunkturentwicklung und der starke Schweizer Franken dürften das Gesamtergebnis beeinflusst haben.

LEICHTE ZUNAHME DES BINNENTOURISMUS

Die Binnennachfrage erhöhte sich leicht auf 4,27 Mio. Logiernächte oder 0,2% mehr als im Sommerquartal 2001. Damit setzte sich der seit 1997 zu be-obachtende Aufwärtstrend auch dieses Jahr fort. Auch die Ankünfte nahmen zu, und zwar um +1,8% auf 1,94 Mio. Einheiten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb mit 2,2 Logier-nächten stabil. Ausländische Gäste buchten im Sommerquartal 2002 5,93 Millionen Übernachtungen, 11% weniger als im Vorjahr. Bei den Gästen aus ger als III voljain. Bet den Gasten aus Europa war eine Abnahme der Lo-giernächte um 10% auf insgesamt 4,09 Mio. Logiernächte auszumachen. Nach einzelnen europäischen Herkunftsländern aufgeschlüsselt, war insbesonde re ein Einbruch bei deutschen Gästen festzustellen (–14%), gefolgt von den Gästen aus dem Vereinigten Königreich (–10%), Frankreich (–12%) sowie den Niederlanden (-11%). Der deutlichste Zuwachs wurde bei den Gästen aus Russland verzeichnet (+19%).

AUSSEREUROPÄISCHE NACHFRAGE GESUNKEN

Die Nachfrage aus Aussereuropa verminderte sich um -13% auf 1,84 Mio. Logiernächte. Die markantesten Einbussen verursachten Gäste aus den USA (–23%) sowie aus Japan (–22%). Eine deutliche Erhöhung des Einreiseverkehrs war hingegen aus den Golf-Staaten (+50%), China (+17%), Indonesien (+36%) und Indien (+2.2%) zu verzeichnen. Am ausgeprägtesten fielen die Zunahmen der Übernachtungen in der Region Freiburg-Neuen-burg-Jura (+29%) sowie im Waadtland (+1,4%) aus, was auf die Expo.02 zurückgeführt wird. Zunahmen konn-ten auch der Kanton Genf (+1,4) und das Mittelland (+0,7%) registrieren. Die Logiernächtezahl verminderte sich indessen in den Bergkurorten (-7,3%), gefolgt von den Seezonen (-8,1%), den touristisch weniger relevanten Zonen (–5%) sowie den grösseren Städten (–5,3%). TRU/bfs

NACHFOLGEREGELUNG / An einer Veranstaltung des Swiss Economic Forums in Thun sprach Konrad Annasohn, VR-Delegierter der Internationalen Treuhand AG, über Nachfolgeplanung. KARL JOSEF VERDING

«Es gibt keine Standard-Regelung»

Allein in der Region Thun und im Berner Oberland müssen mehrere hundert Unternehmungen, namentlich im tert onterheimungen, hamentach im KMU-Bereich, gegenwärtig und in na-her Zukunft ihre Nachfolge regeln. Die Veranstaltung des Swiss Economic Fo-rums zum Thema «Nachfolgeregelung im Gewerbe- und Familienbetrieb» in einem Saal des Hotels Freienhof in Thun war mit mehr als 140 Teilnehmern ausgebucht, darunter mehrere Hoteliers. Thesen und Tipps für die Vorgehensschritte einer erfolgreichen Nachfolgeplanung trug Konrad Anna sohn vor, der Delegierte des Verwaltungsrats der Internationalen Treu-hand AG (ITAG) in Basel. Er formulierte auch die «Fragen, die sich ein Unter-nehmer von Zeit zu Zeit stellen sollte»

UNTERNEHMENSERFOLG UND NACHFOLGE-FEHLER

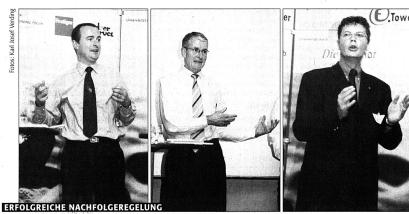
Warum ist die Regelung der Nachfolge oft schwierig? «Erfolgreiche Unternehmensführung und Gestaltung der Nachfolge sind zwei völlig verschiedene Paar Schuhe», betont Konrad Annasohn. Jemand, der sich lange auf kräftiges Zupacken und Durchset-zungsvermögen verlassen hat, muss bei der Regelung seiner Nachfolge mit Zurückhaltung und Fingerspitzengefühl auf einen Entscheid zugunsten der Unternehmung und aller Beteilig-ten und Betroffenen hinführen. Wenn der ganze Lebenssinn in der Führung der Unternehmung bestanden hat, dann sind am Ende die Hausaufgaben für die Nachfolgeregelung oft nicht ge-macht – und im Gegenteil: es sind Projekte im Gang, die man «auf jeden Fall noch zu Ende führen möchte». Negative Reaktionen bei Kunden, Geldgebern und Lieferanten werden befürchtet, im Sinne von: «Niemand würde meinen Rückzug verstehen.» Die wirklich negativen Reaktionen, betont Annasohn, gibt es aber eben gerade dann, wenn die rechtzeitige Regelung der Nachfolge ausbleibt.

«JE FRÜHER GEREGELT, DESTO BESSER»

Was tun? - Annasohn gibt zehn

- Tipps:

 1. Je früher die Nachfolgeregelung, desto besser: Eher in der Nähe von 50 als von 65 Jahren Lebensalter. Noch nicht realisieren und einleiten, sondern sich damit befassen. Es bleibt dann «genügend Zeit, um nach einem neuen Kapitän Aus-
- schau zu halten». Jemand muss dem Alleinunterneh-
- mer sagen, wann er gehen sollte. Es gilt, Emotionen zu neutralisieren, und Konflikte innerhalb der Besitzer-Familie auszutragen, nicht jedoch innerhalb der Unter-
- nehmung. Der Unternehmer wählt seinen Nachfolger alleine aus, aber er beurteilt ihn nicht alleine. Der Ver-waltungsrat wird gefragt, zugunsten einer möglichst objektiven Be-



An der Thuner Veranstaltung des Swiss Economic Forums zur «Nachfolgeregelung im Gewerbe- und Familienbetrieb» (v.l.n.r.): Luc Frutiger, Mitinhaber und Geschäftsleitungsmitglied der Frutiger AG, Konrad Annasohn, VR-Delegierter der Internationalen Treuhand AG Basel, und Jürg Gerber, neuer Chef der Gerber Druck AG Steffisburg.

- 5. Keine Nachfolge ohne Mitbeteiligung des Nachfolgers. Klare Per-spektive für eine Übernahme der Mehrheitsbeteiligung in absehba-rer Zeit: Nicht unbedingt eine aktienmässige Beteiligung, es kann auch eine Erfolgsbeteiligung sein.
- auch eine Erroigsbeteiniging sein. Klare vertragliche, schriftliche Re-gelung der Stabübergabe. Unsicherheit durch Nachfolge-geplänkel vermeiden. «Schnurre-halten, dicht halten, bis die Regelung steht.» Dann konsequent in-
- formieren. Die neue Führungsposition klar re-geln. Das ist wichtig auch für das übrige Kader.
- «Selten», sagt Annasohn, «infor-miert ein Unternehmer gerne und damit sachlich über seine Nachfolge – sondern entweder gar nicht oder verklausuliert. Er meint, er könne sonst nicht weiter kraftvoll regieren.» Besser sei es, stolz auf das Geleistete und auf eine gute
- Nachfolgeregelung zu sein. Das sei auch eine bessere Botschaft an die Kunden – gerade an diejenigen, welche ein zaudernder Unternehmer bei seinem Ausscheiden zu erlieren fürchtet.
- 10. Annasohns Résumé: «Die Standard-Regelung der Unterneh-mensnachfolge gibt es nicht. Also: Vorsicht mit Patentrezepten. Jeder Nachfolge-Fall braucht eine mass-geschneiderte Lösung.»

Die Thuner Veranstaltung schloss mit der persönlichen Darstellung zweier Praxisbeispiele: eines Grossunter-nehmens und eines Gewerbebetriebes, und zwar der in fast allen Sparten des Baugewerbes tätigen Frutiger AG Thun, und der Gerber Druck AG Steffisburg.

Die Frutiger AG beschäftigt gegen wärtig 1360 Mitarbeiter und hat im 2001 einen Umsatz von 386 Mio. Franken erwirtschaftet. Gleichwohl: «Im in-ternationalen Vergleich sind wir ein KMU», betonte Mitinhaber und Ge-

schäftsleitungsmitglied Luc Frutiger. Seit Januar 2001 ist die vierte Frutiger-Generation für das Familienunternehmen verantwortlich. Alleinaktionäre

sind Luc und Thomas Frutiger. Die Gerber Druck AG aus Steffis-burg gilt als innovativer Druckereibetrieb. Das Familienunternehmen be-schäftigt 22 Mitarbeiter und erwirtschaftete im 2001 einen Umsatz von mehr als 4 Mio. Franken. Jürg Gerber hat in diesem Jahr die operative Verantwortung von seinem Vater Armin Gerber übernommen. «Wir haben nie Schulden gemacht. Das hilft unge-mein bei der Nachfolgeregelung», er-klärte Armin Gerber in Thun. Ausserdem sei die frühzeitige Auseinander-setzung mit dem Thema Nachfolge – etwa in Bezug auf die Finanzen und die familieninterne Klärung – hilfreich, zusammen mit der Informationsbeschaffung zu allen wichtigen Nachfolge-Aspekten auf dem Weg über Kurse und Berufsverbände.

Ist eine Nachfolgeregelung fällig? – ein Fragenkatalog

Konrad Annasohn, Delegierter des Verwaltungsrats der Internationalen Treuhand AG (ITAG) in Basel, for-mulierte für die Veranstaltung des Swiss Economic Forums «Fragen, die sich ein Unternehmer von Zeit zu Zeit stellen sollte». Bei weniger als drei «Nein» auf diese 14 Fragen bestehe kein unmittelbarer Anlass, sondern eine mittelfristige Veranlassung, sich mit der Nachfolgeregelung zu befassen. Im Falle von mehr «Nein» als «Ja» sollte man aber schon mal damit an-fangen. Ein «Nein« bei der Frage zur Strategie sollte auf jeden Fall ein Nachdenken zur Folge haben. – Die

- Bin ich jünger als 60 Jahre?
- Bin ich gesund und verspüre ich Kraft und Lust, noch einige Zeit im Erwerbsleben zu verbleiben?

- Habe ich in meiner Unternehmung die Stellvertretung der Unterneh-mensführung geregelt, falls ich plötzlich ausscheiden müsste (z.B. aus gesundheitlichen Gründen)?
- dus gestindinetichen Unternehmung junge potenzielle Mitarbeiter, die mit der Zeit in Schlüsselpositionen hi-neinwachsen könnten?
- Habe ich Nachkommen, die in der Unternehmung aktiv mitarbeiten und zur Übernahme der Nachfolge
- bereit und fähig sind? Wäre das Management in der Lage und auch daran interessiert, meine
- Nachfolge anzutreten? Gibt es eine klare Unternehmens strategie, die periodisch überprüft
- Ist die derzeitige wirtschaftliche Lage meines Unternehmens gut?

- Habe ich eine Vorstellung über den Wert meiner Unternehmung?
- Habe ich in jüngerer Zeit eine Unter-nehmensbewertung veranlasst?
- Habe ich neben dem Geschäftsvermögen ausreichend Privatvermö-gen, das ich für jene Erben verwen-den könnte, die nicht für die Unter-nehmensnachfolge vorgesehen
- Habe ich meine Altersvorsorge in fi-nanzieller Hinsicht so geregelt, dass ich später nicht mehr auf Bezüge, wie ich sie heute tätigen kann, anaewiesen bin?
- Habe ich Pläne, Ideen für Aktivitäten nach meiner Zeit als aktiver Unter-
- nenmer: Habe ich schon Vorbereitungen zur Realisierung dieser Aktivitäten ge-troffen? KJV

INTERNATIONAL HOTEL INDUSTRY / Der internationale Marktbericht von Travel & Tourism Intelligence (TTI) beschreibt auf 650 Seiten die Unternehmensstrategien und die weltweiten Trends der Hotellerie. Markenpolitik wird immer wichtiger. KARL JOSEF VERDING

«Hotelmarken sind Zentrum im Wettbewerb»

Das Londoner Forschungsteam Travel & Tourism Intelligence (TTI) hat ein umfangreiches Handbuch mit dem Titel «The International Hotel Industry-Corporate Strategies and Global Opportunities» herausgegeben. Es weist auf neue Trends in der Strategie und Marktbearbeitung namentlich der grossen Ketten und Marketing-Verbindungen der Hotellerie hin. Einige Hotelketten, vor allem im Economy-Segment, verzichten inzwischen wieder auf das Yield-Management (YM), also die optimierende Abstimmung von Preisen und Belegung, und ziehen eine flache Preisstruktur vor. Die Parole ist: «What you see is what you get.» Man will keine potenziellen Gäste verwirren, die mit der YM-Kalkulation und ihren vielen, durch Buchungszeitpunkt und Aufenthaltszeitpunkt begründeten Preisdifferenzen nicht verteut eind

BESSERE MARGEN DURCH NEUE MEDIEN

Im Bereich des Marketings sind die neuen Medien die treibende Kraft für Veränderungen. Erstens können sie die Kosten der Marktbearbeitung reduzieren und zweitens, nach Meinung der TTI-Autoren, die Margen der Erträge in der Hotelbranche verbessern. Und zwar vor allem, weil die Abhängigkeit von den traditionellen Vermittlern des Hotelgeschäfts reduziert werde.

Der Schlüssel für Erfolge in der Markt-Auseinandersetzung der Hotelleire liege bei den Marken, so wird betont: «The key battleground for hotel companies is currently around brands.» Das Markenbewusstsein in der Branche sei beträchtlich gewachsen. Auch die grössten Hotelgruppen seien zu Strategieänderungen bereit, um den Wert ihrer Marken zu steigern oder neue Marken in ihr Portfolio aufzunehmen.

PREMIUM-PREISE FÜR STARKE MARKEN

Zu verstehen, wie Marken in einer Service-Branche wie der Hotellerie wirken – unterschieden etwa von IBM oder Coca-Cola –, sei allerdings eine echte Herausforderung Wichtiger als die physischen Qualitäten üblicher Konsumprodukte seien für den Hotelgast die Soft-Faktoren seiner Erfahrung mit der Service-Kultur und der Ausstrahlung des Hotels und seiner

Die Vorteile einer starken Hotelmarke bestünden darin, einen Premium-Preis, höher als für das vergleichbare Angebot der Konkurrenz, verlangen zu können; gleichzeitig Marktanteile gegen diese Rivalen zu gewinnen; und die Fähigkeit zu besitzen, Kundenloyalität gegenüber der Marke aufzubauen.

In den folgenden Kästen werden vier markante Unternehmensstudien aus dem TTI-Handbuch zusammengefasst.

Accor: Weniger Hotelbesitz

Accor besitzt 32% seines Hotel-Portfolios, während es bei Stawood annähernd 100% sind. Wenn allerdings die Betriebe hinzugezählt werden, die im Leasing vergeben sind, dann steigt der Anteil der von Accor finanziell kontrollierten Hotels am Portfolio auf 70%. Auf mittlere und längere Frist werde Accor versuchen, die finanziellen Beteiligungen und Risiken in der Expansion seiner Marken zu verringern, vermuten die Autoren der TTI-Studie.
Sie drücken ihre Überraschung da-

Sie drücken ihre Überraschung darüber aus, dass Accor weiterhin Markennamen benutzt, die ausserhalb des französischen Sprachraums «keinen Sinn machen», wie Formule 1, und dass sogar die eingekaufte Marke Pullman «mit ihrer eminenten Eignung für das obere Segment» einfach nur in Accors Sofitel-Marke eingegliedert wurde. KIV

Best Western: Mehr Präsenz anvisiert

Best Western ist der grösste Singlename-Brand der Welt und fasst mehr als
4000 Betriebe mit unabhängigem Besitz
und Operating in einer Marketing-Verbindung zusammen. Best Western unterscheidet sich klar von den anderen
führenden Ketten, denn hier sind die Mitgliedshotels die Besitzer der Gesellschaft.
Die internationale Gruppe wird sich nach
Einschätzung von TTI gezielt um eine
Ausbreitung in Gebieten bemühen, in denen sie gegenwärtig unterrepräsentiert
ist. Damit soll die Markenpräsenz und zugleich das weltweite Wissen um die Qualitätsstandards der Marke verbessert
werden. Ausserhalb der USA macht TTI
«ein grosses Potenzial für die Portfolio-Expansion von Best Western» aus, da immer noch nur ein Drittel der Hotelzimmer
dieser Marke ausserhalb der USA angeboten wird. KIV

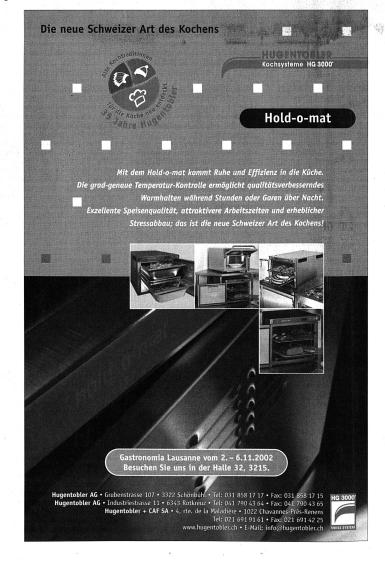
Hyatt: Starkes Selbstbewusstsein

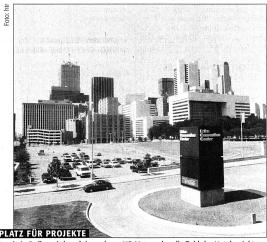
150 Locations in der Welt – Städte und Resorts – können sich ein Hyatt Hotel leisten. Das ist die Grundauffassung der Hyatt-Gesamtunternehmung, die aus der Hyatt Hotels Corporation in Nordamerika und der weltweiten Hyatt International Corporation besteht. Mit annähernd 100 Hotels, bestehend oder im Bau – wie zurzeit in Zürich – gibt es also noch Raum für Entwicklung, Hyatt zeige aber nicht die Hektik (frenzy) anderer Hotelketten, stellt TTI fest. Die meisten Hyatt Internationals sind neue, gezielt projektierte Hotels, die bezüglich der Architektur und in der Einrichtung der Hotels auf den zeitgemässen Stil am Ort Rücksicht nehmen. Nahmhafte Architekten und Designer werden in die Konzepte einbezogen. Kernmarke sind die Hyatt Regency Hotels im Deluxe-Seament. KIV

Starwood: Schnelles Wachstum

Starwood wurde in vier Jahren von einem kleinen Mitspieler zu einem Industriegiganten der Hotellerie. 1998 war die Immobiliengesellschaft Starwood Hotels & Resorts (ein Real-Estate Investment Trust REIT) mit der Hotel-Betreibergesellschaft Starwood Hotels & Resorts zusammengelegt worden. Im gleichen Jahr wurden die Westen Hotels und die ITT Copporation, Besitzer der Sheraton Hotels, gekauft. Vor allem diese beiden Marken machen Starwood nach Einschätzung det TTI-Studie weltweit zum führenden Unternehmen mit Hotelmarken im oberen Segnent. Weitere Starwood-Marken sind die Luxury Collection/St. Regis, Four Points, und die Designhotel-Gruppe W Hotels. Starwood hat keine Pläne für den Budget-Hotelsektor. Das Unternehmen wird nach TTI-Einschätzung weiterhin mit allen Marken expandieren. KIV

Anzeige





So wie in Dallas wird auch in anderen US-Metropolen die Zahl der Hotelprojekte vorübergehend gebremst.

HOTEL-IMMOBILIEN / Tiefststand der Planungen

Projektstau in den USA

Die Zahl der projektierten Hotelzimmer in den USA ist im dritten Quartal 2002 gegenüber dem Vorjahresquartal um 22% auf 272 531 gefallen. Die Zahl von Hotel-Entwicklungsprojekten fiel zum ersten Mal während des letzten Jahres unter 2000. Lodging Econometrics (LE) ist die US-amerikanische Agentur für Angebots-Marktforschung und Immobilien-Investment-Einschätzung der Hotelbranche. Sie fasst in ihrem betreffenden «Guidance Memo» an die Wall-Street-Analysten und weitere LE-Kunden alle Hotels zusammen, die (a) im Bau sind, (b) in den nächsten 12 Monaten eröffnet sollen, und (c) im Planungsstadium sind (in early planning).

«GOOD NEWS» FÜR DIE REZESSIVE BRANCHE

Die aktuelle Abwärts-Entwicklung bei der Projektierung sei eine praktische Garantie dafür, dass der Kapazitäts-Zuwachs an Hotelzimmern in den USA im 2003 und 2004 nicht mehr als 1,5% betragen werde, erklärt LE-Präsident Patrick H. Ford. Das sei «good news» für eine Branche, die immer noch dabei sei, sich von ihrer Rezession zu erholen.

zession zu erholen.
Trotz niedriger Zinsen haben die US-amerikanischen Hotel-Projektierer, die auf den erwarteten Turnaround mit Nachfragesteigerung nach 2004 setzen, ihre Probleme mit der Finanzierung. Die Geldgeber haben wegen der wirtschaftlichen und politischen Unsicherheit ihre Bewertungskriterien (loan to value ratios) verschärft. Ein Teil der Projektierer sucht den Ausweg über Mezzanine-Finanzierungen – etwa mit erfolgsabhängigem Aufgeld auf die Rückzahlung von Darlehen ohne Eingriff des Investors in die operative Leitung – oder im Leasing des FF&E (Furnitures, Fixtures and Equipment), das heisst: von Mobiliar und Infrastruktur der Hotels.

KW

www.lodging-econometrics.com



MYSTERY-PARK /

Verpflegen sollen sich die Besucher ab 24. Mai 2003 in einem Food-Court mit 1200 Sitzplätzen. SEITE 15



KÄSE-INNOVATIONEN / Schweizer Käser wollen das Feld nicht kampflos der

ausländischen Konkurrenz überlassen. seite 14



hotel+tourismus revue

EVRY/F / Zusammenschluss im Branchen-IT-Bereich

Optims übernimmt Hogatex

Die Optims S.A. mit Sitz im französischen Evry, Anbieterin von Revenue-Management- (Yield-Management) und IT-Lösungen für Hotellerie, Catering, Tourismus und Transportwesen, hat die Akquisition des deutschen Branchensoftware-Anbieters Hogatex aus Vaterstetten bei München bekannt gegeben. Der Kauf wurde am 16. Oktober vollzogen. Die Partnerschaft von Optims und Hogatex begann im Mai 2001, als Optims 25,1% der Anteile übernahm.

Seit dieser Akquisition gehören nun zu Optims 270 Mitarbeiter, die sich um über 5000 Kunden in rund 70 Ländern kümmern. Das Umsatzvolumen ist auf über 30 Millionen Euro angewachsen.

KURZ UND BÜNDIG

Erfa-Tagung: Die Knospe in der Gastronomie. Bio Suisse will den Austausch zwischen bestehenden Knospe-Betrieben und Betrieben mit Interesse an Bioprodukten fördern. Am 18. November 2002 findet im Restaurant Metropol in Baden ein Jahrestreffen statt. Vorgestellt werden Vertagsmodelle der Bio Suisse. Ausserdem werden Fragen zur Zertifizierung und zur Warenkontrolle in der Küche diskutiert.

Anmeldung: Bio Suisse, Telefon 061 385 96 32

Schweizer Weinernte 2002. Bise, Kälte und Sonne im September haben in der Romandie die Zuckerkonzentration in den Weintrauben erhöht. Die Winzer freut's, sie sprechen von einem exzellenten Jahrgang 2002. In der Westschweiz ist die Weinlese abgeschlossen, in der Deutschschweiz noch nicht. Der Präsident des Deutschschweizer Weinbauverbandes, Erich Gusel, zeigte sich zuversichtlich: Die Trauben seien sehr gesund, erklärte er. Allerdings gibt es auch pessimistische Stimmen anderer Experten. In den Weinanbaugebieten des Kantons Zürich klagen die Winzer über stark vorkommende Traubenfäulnis; die ersten Ergebnisse der Lese werden als mittelmässig gut bezeichnet. Auch im Kanton Graubünden war das Septemberwetter mit den vielen Regentagen nicht günstig. CMisda

Gastrobern. Anlässlich seiner ordentlichen Herbst-Delegiertenversammlung in Perrefitte bei Moutier wählte der kantonalbernische Wirteverband Gastrobern Casimir Platzer (40), der als Eigentümer das Hotel Victoria Ritter in Kandersteg führt, zum neuen Präsidenten. Er ersetzt in dieser Funktion Peter Huber, Madiswil, welcher nach achtjähriger Amtszeit per Ende lahr zurücktreten wird.

Porzi-Übernahme geplatzt. Die Übernahme der Porzellanfabrik Langenthal durch eine französische Investorengruppe ist gescheitert. Der Betrieb kann jedoch wie geplant weitergeführt werden. Es kommt zu keinen Entlassungen. Die französischen Investoren hätten ihr Engagement nicht erfüllt, bestätigte Verwaltungsrats-Präsident und Mehrheitsaktionär Thomas Groh einen Bottlogen.

GASTRONOMIA 2002 / Das Motto der internationalen Lausanner Fachmesse für Lebensmittel sowie Hotel- und Gaststättengewerbe lautet Kundenzufriedenheit. MARTIN J. PETRAS

Im Zeichen des «6. Sinnes»

Kundenzufriedenheit. Um diesen zum Hauptthema erklärten Begriff der diesjährigen Gastronomia zu betonen, hat sich die Messeleitung für den Empfang und die Verabschiedung der Besucherinnen und Besucher etwas Besonderes einfallen lassen.

res einauen iassen.

In einem eigens eingerichteten
Pavillon und in einer neu gestalteten
Umgebung werden die Gäste von
Hostessen empfangen. Schauspieler
und Unterhaltungskünstler werden
mit laufenden Einlagen und Inszenierungen für Unterhaltung und
Auflockerung sorgen.

Auflockerung sorgen.
Wie ein roter Faden soll das Thema
'Der 6. Sinn, Intuitionen für die Zukunft» die Besucher der zum neunten
Mal stattfindenden internationalen
Lausanner Branchenfachmesse begleiten. Unter diesem '6. Sinn'» verstehen die Messeorganisatoren auch die
Kunst der Gastgeberinnen und Gastkunst der Gastgeberinnen und Gastgeber, ihre Kunden zufriedenzustellen. Folglich steht das Know-how der
Fachleute aus Kundenempfang und
Kundenbetreuung im Mittelpunkt der
Gastronomia 2002

GROSSE CHEFS MIT LIVE-AUFTRITT

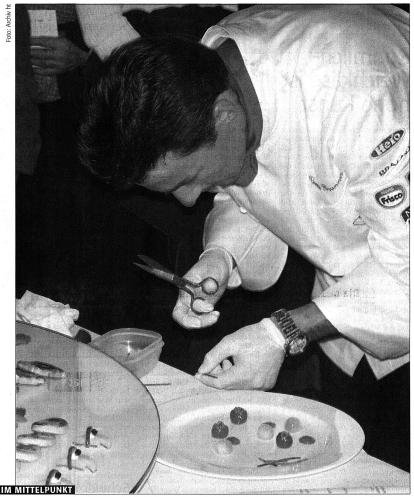
Zu den Höhepunkten der diesjährigen Gastronomia zählt «L'espace gastronomique». Die traditionelle Sonderschau wird auch dieses Jahr fortgeführt: Hier werden die Gäste nicht einfach in ein Restaurant geladen, sondern sie können, rund um den Herd versammelt, die grossen Chefs «live» am Herd sehen.

Auch am diesjährigen Gastronomia-Showkochen werden bekannte kochgrössen teilnehmen. Angekündigt sind Auftritte von Philippe Chevrier, Didier de Courten, Etienne Krebs, Urs Messerli, Marcel Thürler und Georges Wenger.

«LA CUVÉE GASTRONOMIA»

Als eine Aktion zur Förderung der regionalen Produkte und der SchweiserWeine ist die «Cuvée Gastronomia» gedacht, die in enger Zusammenarbeit mit dem Office des vins vaudois OVV entstand. Die Wahl der Rebsorte fiel auf einen Villeneuve aus dem Domaine des Hospices Cantonaux, dem gleichen Gebiet, welches das OVV für die Taufe der Weinlese 2001 benutzt hatte.

Darüber hinaus bieten die Organisatoren den Produzenten an der Gastronomia erstmals die Gelegenheit, sich unter Branchen-Fachleuten besser bekannt zu machen. An diesem Projekt nehmen zahlreiche Winzer teil, die im neuen «Secteur aux vins suis-



Gastronomia 2002: Live-Auftritte von Spitzenköchen sowie von jungen Konditorinnen und Konditoren im Rahmen der «Goldenen Trüffel» sind nur zwei Highlights der Messe.

ses» in der Halle 10 zu sehen sein werden. Erster Ehrengast dieses neuen Sektors wird die «Appellation viticole de Chardonne» sein.

PRODUKTE UND NEUHEITEN

Im Ausstellungsbereich der im Zweijahres-Rhythmus durchgeführten internationalen Lausanner Fachmesse werden an die 330 (Vorjahr: 389) Ausstellerfirmen aus der Branchen-Zulieferindustrie ihre Produkte und Neuheiten präsentieren.

Gastronomia-Projektleiter Stéphane Dépraz, gibt sich, auf die angespannte Wirtschaftslage angesprochen, optimistisch: «Wir sind wegen der aktuellen Wirtschaftslage zwar besorgt», so Dépraz, «aber wir sind überzeugt, dank der zahlreichen Programm-Neuheiten und qualitativen Verbesserungen der Gastronomia, die gleichen Besucherzahlen, wie vor zwei Jahren zu erreichen.» So werden für Anfang November in Beaulieu-Lausanne zur Gastronomia 2002 an die 35 000 Messebesucher erwartet.

2. Gastropodium

Unter dem Titel «Auf den Spuren des 6. Sinnes – die tausendundein Details, die den Unterschied machen» werden am runden Tisch unter anderen auch bekannte Persönlichkeiten wie die Spitzenköchin Irma Dütsch-Grandjean aus Saas Fee, der Freiburger Metzger und Malklünstler Jean-Pierre Corpataux (Corpata) und Jean-Claude Pasche, der Macher des Café Théâtre Barnabé in Servion, diskutieren. Die diesjährige zweite Ausgabe des von Gastrosuisse organisierten Gastropodiums wird am 4. November ab 10 Uhr im Forum de Beaulieu Aupehalten.

«Sesam-Preis der Gastfreundschaft»

«Die Chance, einen guten ersten Eindruck zu hinterlassen, kriegt man kein zweites Mal», sagt ein Marketing-Sprichwort. Bereits zum achten Mal werden anlässlich der Gastronomia ein Hotel und ein Restaurant prämiert, die sich durch ihre Gastfreundschaft besonders ausgezeichnet haben. Auf der Suche nach diesen Qualitäten hat die Jury im Verlauf des Jahres eine grosse Anzahl ausgewählter Restaurants und Hotels in der ganzen Schweiz besucht.

Wie schon in den Vorjahren, sind es vor allem die Zwei- und Drei-Sterne-Hotels sowie entsprechende Restaurants, die besucht und anhand eines Dutzende von Punkten umfassenden Fragebogens bewertet

Das Hotel und das Restaurant mit der höchsten Punktezahl wird mit dem «Sesam 2002», «dem Preis der Gastfreundschaft» ausgezeichnet. Dieser unter dem Patronat des Schweizer Hotelier-Vereins und Gastrosuisse stehende Preis wird vom Organisationskomitee der Gastronomia und der Stiftung Nestlé Pro Gastronomia organisiert und gesponsert. MJP

Gastronomia 2002: 2. bis 6. November

Ort: Kongress- und Ausstellungszentrum Beaulieu-Lausanne

Datum: Samstag, 2. bis Mittwoch, 6. November 2002

Öffnungszeiten: 10:00 bis 18:00 Uhr Eintritt: Mit Gutschein gratis, Fachleute ohne Gutschein Fr. 40.—
öffentliche Verkehrsmittel: Vom Bahnhof Bus Nr. 3, Stadtzentrum Bus Nr. 2
Offizielle Parkplätze: Vélodrome —
Chadron — Montbenon — Riponne—
Ouchy, Pendelbusverkehr für Parkplatz Velodrome und Parkhäuser

Informationen: Telefon 021 643 21 11, Fax 021 643 37 11, www.salongastronomia.ch, E-Mail: info@beaulieusa.ch

GASTRONOMIE

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 43 / 24. OKTOBER 2002

COFFEE SHOPS / Hoffnungen haben sich abgekühlt

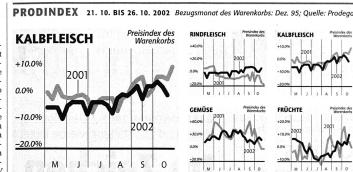
Bereits kalter Kaffee?

Bei den Kaffeehaus-Ketten läuft es nicht mehr so heiss – jedenfalls im Grossen Kanton. Die Zeitung «Die Welb» schreibt sogar, «der Boom der Kaffeehaus-Ketten ist vorbei». Der US-Kaffeekonzern Starbucks habe danach seine Wachstumspläne für Deutschland von 1500 Filialen auf 500 «kräftig gestutzt», die «World Coffee Convenience Stores», seien gerade durch eine Investoren-Gruppe vor dem Aus gerettet

worden, die «Einstein Coffee Shops» haben Insolvenz angemeldet. «Man kann viel Geld verbrennen», wird der Gastronomie-Experte Gerhard Schoolmann zitiert. Die Umsatzerwartungen haben sich in den wenigsten Fällen erfüllt, die teuren Lagen konnten damit nicht auf Dauer bezahlt werden. In den Zeiten der aktuellen Kaufzurückhaltung wird auch schnell einmal auf den «coffee break»verzichtet. GU

Gastronomie und Kultur

Basel. Nach einem fünfmonatigen Umbau hat das Restaurant «Zum Isaak» auf dem Münsterplatz am 9. Oktober seine Tore wieder geöffnet. Die neuen Wirter, Roland Studer und Bruno Mürner, wollen die Gäste mit raffinierten, saisonalen Menus verwöhnen, sowohl über Mittag wie abends. Das Kulturprogramm im Keller des Hauses startet im Dezember. Musikalische Darbietungen aus den Bereichen Klassik, Jazz und Chansons bilden den Schwerpunkt. HEW



SPEZIALITÄTEN / Einheimische Käser wollen das Feld nicht kampflos räumen

Rohmilch-Weichkäse ist hohe Kunst

Immer mehr Schweizer Dorfkäsereien wagen sich an die traditionell französische Spezialität von Weichkäse aus Rohmilch. Seit der Schweizer Käse-Ronmich. Seit der Schweizer Kase-markt liberalisiert ist, zerbröckeln die Preise für Emmentaler & Co, die Nach-frage nach Weichkäse legt hingegen zu. Und die Rohmilchflora sorgt für den Charakter - nicht aus Zufall wird Rohmilchkäse von der «Slow Food Vereinigung» gefördert. Die fortschrittlichen Käser wollen das Feld nicht den Franzosen überlassen, aber problemlos ist die Herstellung nicht - im Gegenteil. Jedenfalls verzichtet der Weichkäse-Spezialist Baer darauf, Rohmilch-Weichkäse industriell herzustellen. «Damit keine unerwünschten Rohmilch-Keime in den Pastmilch-Käunerwünschten se geraten», begründet Stephan Baer. In der Tat stehen die hygienischen Anforderungen auf der höchsten Alarmstufe. und die Milch muss besonders frisch verkäst werden. Der Vorteil einer Dorfkäserei in unmittelbarer Nähe von Bau-ern ist daher entscheidend.

HEIMLICH ABGESICHERT

Aber in Frankreich wird Rohmilch-Weichkäse industriell hergestellt. Wie können denn die französischen Käsefabriken diese Klippe umschiffen? «Sie thermisieren die Rohmilch», sagt Hanspeter Bachmann von der Eidg. Forschungsanstalt für Milchwirtschaft. Dies gilt als Teilpasteurisierung, aber solche Produkte dürfen laut neuen Schweizer Bestimmungen nicht als Rohmilchkäse deklariert werden. Nur ist der Haken, dass man eine Thermisierung nicht mit Analysen feststellen kann. Schweizer Rohmilchkäse muss aber aus echter Rohmilch stammen, und er ist sogar «hygienisch sicherer als der französische», meint Bachmann: «Wir besitzen strengere Hygienevorschriften und setzen sie konsequenter um».

Seit dem Listerienfall beim Vache-

rin Mont d'Or vor 15 Jahren sind die Schweizer Käser vorsichtig geworden, und diese Waadtländer Spezialität wird heute meistens thermisiert oder pasteurisiert. Die meist verkauften Rohmilch-Weichkäsesorten lande sind immer noch französischer Herkunft, «Die Schweizer Produkte dagegen sind Nischenprodukte», konstatiert Regina Gisler von «Emmi Interfrais»: «Es braucht Zeit, bis die Nach-frage anzieht.» Damit eröffnet sich aber der Gourmet-Gastronomie die Chance, eine Vorreiter-Rolle zu spielen und begehrte Raritäten anzubieten. In der Qualität stehen die Schweizer Pro-dukte den französischen in nichts «Geschmacklich sind Schweizer eher milder», urteilt Baer. Rezentheit ist Geschmackssache, aber der Charakter der hiesigen ist nicht weniger ausgeprägt. Nur bei der Vielfalt sind uns die Franzosen weit voraus. «Dafür sind unsere qualitativ konstanter», so Bachmann,

KÄSE / Zum zweiten Mal hat der Käsespezialisten-Verband Fromarte die Gewinner des «Swiss Cheese Award» erkoren. Besonders erfolgreich waren Käser aus dem Toggenburg. Guido Böhler

Schweizer Käser sind Spitze

«Der Geschmack muss schon in der Milch vorhanden sein, sonst fehlt dem Käsebukett das Volumen», erklärt der Käser Paul Bieri aus Girenbad, «und die Dorfkäsereien erhalten dank der kurzen Transportwege besonders frische Milch.» Bieri zählt zu den Gewinnern eines der «Swiss Cheese Awards», die kürzlich vom Käsespezialisten-Verband Fromarte vergeben wurden. Er holte dabei den ersten Preis für den westen Rohmilch-Raclettekäse».

In der Tat kommen die Geschmacksstoffe der Berg- und Alpenkräuter im Käse zum Vorschein. Aber die Dorfkäsereien stecken in der Klemme: «Ein Dorfkäser muss die Bauern via Milchpreis zu Topqualität motivieren», klagt Bieri. «Doch die Gastronomie kauft sehr preisorientiert ein.»

TOGGENBURGER KÄSER BRILLIEREN

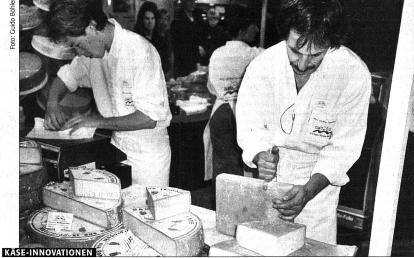
In über zwanzig Kategorien können die Käser einen «Swiss Cheese Award» holen. Wieder glänzten dieses Jahr die Toggenburger: Fünf Goldmedaillen gingen in die Heimat von Olympiasieger Simon Ammann. In der trendigen Kategorie «Weissschimmel-Weichkäse» siegte die Käserei Stofel mit ihrem «Huus Chäsli». Inhaber Nik-laus Stadelmann meint, «im Toggenburg herrscht Innovationsdruck, weil diese Region keine als Toggenburger bekannte Käsemarke hervorgebracht hat.» Und dank dem «Gütesiegel Toggenburg» mit der Dachmarke «Culinarium» steigt die Chance, mit Neuheiten bekannt zu werden».

Die Strategie geht auf: dank Nischenprodukten, Innovationen und Spitzenqualität haben die Toggenburger Erfolg, und «Culinarium» sorgt fürs Marketing (www.culinariumnet.ch). Besonders gelungen ist die Neuheit «Wildmannli» der Toggenburger Käserei Diriwächter & Schmid. Dieser Rohmilch-Halbweichkäse holte die Goldmedaille als «beste Käseinnovation». Dabei wurden nicht nur Neuheitswert und Qualität, sondern auch die Marktchancen benotet. Auch für Willi Schmid sind «Innovationen und Spezialitäten eine Überlebensfrage». Sein «Wildmannli», nach einem legendären Höhlenbewohner im Toggenburg benannt, ist ein cremiger Naturschimmelkäse mit dezentem, gehaltvollem Charakter.

«Die Milch stammt vom benachbarten Bauernhoße, so Schmid. «Die Milch muss sehr frisch sein, und man darf sie nicht durch Pumpen malträtieren.» Das Toggenburg glänzt nicht nur mit Käse und Skispringern von Weltklasse, sondern auch mit anderen Spezialitäten. Dies erkannte die SV-Service AG und veranstaltete kürzlich eine Toggenburger Woche in siebzig Personalrestaurants.

GOLDMEDAILLE AUCH NACH DAVOS

Auch andere sind innovativ: Der Büffelmozzarella der Emmentaler Käserei Schangnau siegte als «bester



Mit einheimischen Käse-Neuheiten und -Raritäten können Restaurateure ihr Käseangebot von Massenprodukten abheben

Frischkäse». Mehrere Bauern halten dort Wasserbüffel, deren Milch doppelt so viel Protein und Fett wie Kuhmilch liefert. Sie verleiht dem Mozzarella einen dezenten reichhaltigen Geschmack und eine zarte Konsistenz. Der Käser Christian Jaun empfiehlt, seinen Mozzarella «im Alter von zwei Wochen zu servieren, wenn das Bukett voll entfaltet ist. Ideal ist er als Vorspei-

se mit Balsamico-Essig und Olivenöl». Nicht nur Fromarte sondern auch die «Agro Marketing Suisse» veranstaltet Innovationswettbewerbe und verlieh dieses Jahr die Goldmedaille dem «Monsteiner Brauerkäse» der Molkerei Davos. Er wird in Zusammenarbeit mit der benachbarten Monsteiner Brauerei hergestellt: der Käser Werner Stoffel verfeinert ihn mit Aromahopfen, Biertreber und räuchert ihn. «Ideal für ein Brauerplättli mit Bier», so Stoffel und rät, «hauchdünne Rollen zu schneiden»

Schweizer Käse-Innovationen und Spezialitäten

Käserei, Regionalmarke Diriwächter & Schmid 071 994 19 35 Cullinarium Johann Graf 033 744 12 82 Molkerei Davos 081 413 51 42 Paul Bieri Paul Bieri Www.naturli.ch Zürcher Berggebiet Käsesorte, Beschrieb, Laibg SCA beste Innovation: Wildm Rarität: Försterkäse (Rohmile CTomme aus Ziegen- und Ku Molkerei Davos Goldmedaille Prix d'innovati Bet Hopfen- und dezentem I SCA bester Rohmilch-Raclett Betsteller: geräucherter Mos Zürcher Berggebiet Rarität: Sennenfladen (Rohm

Christian Jaun
www.kaeserei-schangnau.ch
Ämmitaler Ruschtig
Käserei Stofel AG
www.bergmilch.ch
Culinarium
Preisig Hansueli
0011 393 40 45
Culinarium
Kaufmann Bazenheid
071 931 36 76
Tschumper Degersheim
nur Fax 071 371 16 19
Culinarium
Baer AG

www.baer.ch

Emmi

www.emmi.ch

Käsesorte, Beschrieb, Laibgewicht. SCA = Swiss Cheese Award.

SCA beste Innovation: Wildmännli (halbweicher Rahmkäse aus Rohmilch, 1 kg) Rarität: Försterkäse (Rohmilch-Weichkäse)

SCA dipl. Innovation: Schönriederli geräuchert (Tomme aus Ziegen- und Kuhmilch) Goldmedaille Prix d'innovation agricole suisse: Monsteiner Brauerchäs (Halbhartkäse, ca 1 kg, pasteurisiert, vollfett, Form einer flachen Kugel mit Hopfen- und dezentem Rauchgeschmack) SCA bester Rohmilch-Raclettekäse.

SCA bester Rohmilch-Raciettekase.
Bestseller: geräucherter Mozzarella (dezent).
Rarität: Sennenfladen (Rohmilch-Doppelrahm-Weichkäse, 1,4 kg)
SCA bester Frischkäse: Büffel-Mozzarella (reine Büffelmilch)
Spezialität: Büffel-Halbhartkäse vollfett aus Rohmilch

SCA bester Weissschimmel-Weichkäse: Huus-Chäsli (Bio-Rahmkäse, pasteurisiert). Neu: Geissen-Weichkäse und -Frischkäse SCA bester der übrigen Halbhartkäse: Wii-Käse (Rohmilch, vollfett, 4,5 kg mit Weinhefe gepflegt) SCA bester Rohmilch-Tilsiter

SCA bester Appenzeller

SCA bester Weichkäse schmieregereift: Buure-Chäs (Rahmkäse, pasteurisiert, 500 g, Neuheit, mit rosa Edelpilzrinde, cremiaer Teia).

Neuheit, mit rosa Edelpilzrinde, cremiger Teig). SCA bester aromatisierter Halbhartkäse: Küssnachter Tomaten-Basilikum (nur im Sommer) Neue Linie: «Ny life» Tilsiter und Petitaler (halbfett, pasteurisiert, mild, trotz reduziertem Fettaehalt cremiae Konsistenz).

Fettgehalt cremige Konsistenz). Neu: Fuego Chili (Halbhartkäse vollfett, pasteurisiert, mit Peperoni und Chili, schwarze Wachsrinde)

MYSTERY-PARK / Nun sind auch die Pläne für die Gastronomie des Erlebnisparkes in Interlaken gereift. Geplant ist ein Food-Court. Neue Wege auch bei der Geschirrentsorgung: zum Einsatz gelangt kompostierbares Material. Daniel Stampfli

Convenience statt Haute Cuisine

«Luxus-Restaurants gibt es in Interlaken und Umgebung genügend», sagt Andreas Dietler, Projektleiter Gastronomie der Mystery Park AG. Aus diesem Grund will sich der am 24. Mai 2003 zu eröffnende Themenpark auf «Verpflegung mit Preisen in vernünftigem Bahmen» beschränken

gem Rahmen» beschränken.
In einem Food-Court mit Verkaufsständen sollen sich die künftigen Gäste selber bedienen. Dieser ist im als Kreis angelegten Zentralgebäude auf vier Sektoren verteilt – alternierend mit vermieteten Geschäftsflächen. Die Verkaufsstände werden im inneren Teil angeordnet. Stühle und Tische befinden sich im äusseren Teil, d.h. gegen die Glasfassade – mit Aussicht auf die Themenpavillons. Die für die Gastronomie ausgeschiedene Zone beansprucht eine Fläche von insgesamt 1600 Quadratmeter und bietet total 1200 Innen- und Aussenplätze.

ASIATISCHES AUS DEM WOK BIS ZUR RÖSTI

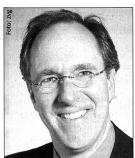
Einer der vier Sektoren ist zum Verzehr des mitgebrachten Picknicks reserviert; hier werden aber gleichzeitig Sandwiches, Getränke und Kaffee zum Verkauf angeboten. In einem zweiten Sektor befindet sich ein Coffeeshop von Hiestand. «Im Sinne des Sponsorings stellt der Backwaren-Hersteller einen Stand zur Verfügung, der von uns nach Vorgaben von Hiestand betrieben wird», so Dietler. Sämtliche im Mys-tery-Park zu verkaufenden Backwaren würden hier vor- und aufbereitet. An den eigentlichen Food-Ständen will Dietler fixe Menus und Getränke in PET-Gebinden bzw. Wein und Bier in Gläsern anbieten. Unter dem Motto Schweiz/Italien sind etwa Teigwaren, Pizza, Bratwurst und Rösti vorgesehen. Im grössten Food-Court soll Internationales Trumpf sein: Südamerika, Asien USA sowie ein Salat- und Früchtebuffet. «Wir verfügen über keine Produktionsküche, sondern arbeiten in hohem Ausmass mit Convenience-Produkten», beschreibt Andreas Dietler das

Konzept.

Betrieben wird der Food-Court durch die Mystery Park AG unter Dietlers Leitung. In der gesamten Gastronomie sollen dereinst rund 30 Vollzeitstellen Beschäftigung generieren. Im Januar 2003 will Dietler, der auch das Mitarbeiterwesen koordiniert, mit der Personalsuche starten. Ein einziger Gastrobetrieb wird vermietet: Im Eingangsgebäude betreibt die ValoraTochter Kiosk AG eine kleine im Kiosk integrierte Kaffee-Bar. Der Mystery-Park rechnet jährlich mit 500 000 Besuchern. Im Durchschnitt wird pro Besuchern mit Konsumations-Ausgaben von 10 Franken gerechnet, was einen budgetierten Umsatz von 5 Millionen Franken ergibt.

ÖKOLOGISCHE WIEDERVERWERTUNG

Verwendet wird kompostierbares Wegwerfgeschirr auf Milchsäure-/Kartoffel- oder Maisstärkebasis. Das Besteck besteht aus Holz und ist ebenfalls kompostierbar. Abzuwaschen sind



Andreas Dietler, Projektleiter

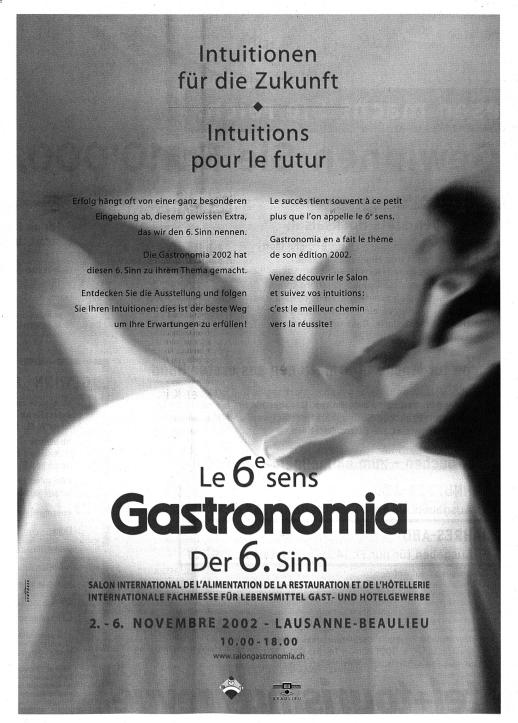
bloss die Tabletts, die Gläser für Wein und Bier sowie die Kochutensilien. Der anfallende Kehricht wird von den Mitarbeitern durch Aussparungen im Boden direkt ins Untergeschoss in bereitstehende Container entsorgt: Kompost, Glas, PET und normaler Kehricht.

Dabei wird das Geschirr geschreddert, in 1000-Liter-Plastisäcke abgefüllt und in die Vegas (Vergärungsanlage Seeland) nach Aarberg transportiert. Durch die Vergärung entstehen
Abwärme und Kompost. Aus der Abwärme wird Ökostrom gewonnen, wovon der Mystery-Park eine kleine Menge bezieht. Kompostabfall sei bezüglich Entsorgung deutlich billiger und
ökologisch sinnvoller als normaler
Kehricht, so Dietler.



Hier wird einer der vier Food-Court-Sektoren eingerichtet.

Anzeige



htr



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 Website: http://www.ichm.edu.au

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag. in kleiner Gruppe und Unterbringung

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



urzer Zeit zum Erfolg durch praktis anwendhares FRANZÖSISCH anwendbares FRANZÖSISCI CCIEL, Negressauve F-79370 CELLES/BELLE Telefon: 0033-5-49-279.275 Fax: 0033-5-49-272.179 E-Mail: cciel@mellecom.fr http://www.mellecom.fr/cciel

- Intensivkurse für jede Stufe und Alter in familiäre Landhaus-Atmosphäre
- inklusive Exkursionsprogramm/Dégustation (Bordeaux, Cognac, Austernfelder etc.) Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe Menu-Übersetzungen für Hotelbetriebe

Kühlbuffet «Hildebrand» Gläserwaschmaschine «Hildebrand» Geschirrspülmaschine «Hobart»

Marmortische Barhocker

Bitte rufen Sie an! Telefon 079 627 85 50

A donner/Zu verschenken

ous n'utilisons plus notre buanderie 'est pourquoi nous souhaitons donne s machines **Schulthess** suivantes. Le eur devra les démonter et les trans porter par ses propres moyens.

Wir haben unseren Wäscheservice ein-gestellt und verschenken die folgende Schulthess-Maschinen. Die Zerlegung und das Abholen muss vom zukünftigen Besitzer übernommen werden.

Mangel: M30L75 Waschmaschine: SF18.3 8032 15 kg Tubler: TI 250U 9034 15 kg

Hôtel Bellerive Av. de Cour 99 1007 Lausanne Tel. 021 616 44 44, Fax 021 616 44 88

an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien Neusceland Frankreich Italien

Sprachausbildung

A*nzeige*

CH-Geschäftsgruppe

expandiert und bietet Top-Einkomme von zu Hause aus. Sind Sie ehrlich, zuverlässig und eine reife Person? STS int/Smile2000 Telefon 091 743 08 17 Zu verkaufen im Kanton Bern

Kaffeemaschine und Kasse

Auskunft unter Telefon 078 856 55 82

Ther Internet und nette Gäste.

bonnieren und inserieren: elefon 031 370 42 22, elefax 031 370 42 23, www



Lesen macht Sie reich:

Gewinnen Sie Fr. 10'000.- in bar!

News haben stets Hochsaison

Möchten Sie wissen, was in Ihrer Branche läuft? Die News, Trends und Highlights kennen? Sich über Angebote informieren? Und erfahren, was die Opinion-Leaders sagen? Dann lesen Sie die «hotel+tourismus revue» des Schweizer Hotelier Vereins: die Informations-Plattform für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit.



Für die Bargeld-Verlosung Coupon bitte sofort zurücksenden.

Nutzen Sie die günstige Gelegenheit! Ihre Möglichkeiten:

- Gewinn- & Profitier-Coupon zurücksenden
- Rufen Sie uns an: 031 / 370 42 22
- Senden Sie uns ein E-Mail: media@swisshotels.ch

Woche für Woche Informationen aus erster Hand

Die «hotel+tourismus revue» recherchiert seriös und greift Themen auf, die Ihr Wissen up to date halten. Darüber hinaus bietet sie Ihnen den grössten Branchen-Stellenmarkt der Schweiz und interessante Zusatzbünde, wie «Café-Bistro/Cafetier».

Jetzt buchen – zum einmaligen Spar-Preis!

SCHNUPPER-ABO

10 Ausgaben für nur Fr. 25.- (statt Fr. 43.-)

JAHRES-ABO

51 Ausgaben für nur Fr. 145.-

(statt Fr. 219.30)

Auslandpreise auf Anfrage.

Schweizer Hotelier-Verein · hotel+tourismus revue Monbijoustrasse 130 · 3001 Bern · Telefon 031 / 370 42 22 · Fax 031 / 370 42 23 E-Mail media@swisshotels.ch · www.swisshotels.ch

hotel+tourismus revuel

^		14	I	A	 м		•	DD	\sim \sim	T	D	^	\mathbf{a}		חו	$\mathbf{\Lambda}$	NI	
۱.	-	v	v	n	 N	_	λ.	אע			K -			ш	שו	"	N	

Ich wünsche ein Schnupper-Abo: Senden Sie mir 10 x die «hotel+tourismus revue» für nur Fr. 25.- (statt Fr. 43.-).

Ich wiinsche ein Jahres-Abo (51 Ausgaben) der «hotel+tourismus revue» für nur Fr. 145.- (statt Fr. 219.30).

> Bitte sofort zurücksenden: Dann nehmen Sie an der Bargeld-Verlosung teil.

Vorname/Name

Firma

Strasse/Nr.

PLZ/0rt

Telefon tagsüber

E-Mail

☐ Ich nehme nur an der Verlosung teil.

Bitte ausschneiden, ausfüllen und zurücksenden an: Schweizer Hotelier-Verein, hotel+tourismus revue Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern, Fax: 031 / 370 42 23

Teilnahmebedingungen Bargeld-Verlosung:

Die Mitarbeiter des Schweizer Hotelier-Vereins sind nicht teilnahmeberechtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, und es wird keine Korrespondenz geführt. Der/die Gewinner/in wird am 30. Dezember 2002 gezogen.

BRUNO BÜCHI / Der Fachmann äussert sich zum Einsatz von Parkett im Hotel.

INTERVIEW: LORE KELLY

«Parkett hält 30 bis 80 Jahre»

Welche Parkettarten werden am meisten in Hotels eingesetzt?

Ein Hotel ist «fussbodentechnisch» keine klare Einheit. Man muss unter-scheiden zwischen höchster Beanspruchung (Entrée, Réception), hoher Beanspruchung (Restaurant, Bar) und normaler Beanspruchung (Zimmer). Bezüglich der Holzhärten sind grundsätzlich alle harten Laubhölzer mit günstigen Schwind- und Quell-eigenschaften besonders geeignet, so also zum Beispiel Eiche, Esche, Nuss-baum, kanadischer Ahorn sowie Exo-tenhölzer wie Kambala, Merbau und Doussie. Sortierungen mit lebhafteren Strukturierungen – übrigens total im Trend – sind optisch weniger «heikel» und weisen deshalb geringere Sicht-barkeit von Gebrauchsspuren auf. Im Bereich Entrée/Réception wird sich nur ein Strapazierparkett mit einer wirksamen und grosszügigen Schmutzschleuse bewähren.



St. Mararethen.

Welche Vorteile haben aus Ihrer Sicht Parkettböden im Hotelbereich?

Da kommt mir als erstes die Hygiene in den Sinn, die gerade in Hotelzim-mern bei Teppichbelägen immer wieder beanstandet wird. Parkett lässt sich hygienisch reinigen und beherbergt auch keine Hausstaubmilben. Zudem lässt sich mit Parkett Atmosphäre ge-stalten und es bietet damit auch eine elegante Wohnlichkeit.

Parkett hat zudem die gleichen Vorteile wie harte Böden, also vor allem einfache Reinigung und lange Le-bensdauer, wirkt aber optisch eleganter und «weicher», ist auch im Gehkomfort überlegen.

Wie sieht das Preis-Leistungs-Verhältnis und der Unterhalt beim

Einsatz von Parkettböden aus? Parkett hatte lange das Image eines teuren Bodens, weil der Anschaffungspreis höher ist als bei anderen «billi-gen» Bodenbelägen. Aufgrund der langen Lebensdauer eines Parkettbodens und seiner Renovierbarkeit hält Parkett jeder Amortisationsberechnung stand und ist daher meistens der preis-werteste Boden für ausgabenbewusste Bauherren. Die Pflege eines Parkettbo-dens ist im Hotelbereich kein Problem, da der Unterhalt ja täglich organisiert

Stichwort Kratzspuren: Wie lange ist die Lebensdauer des Parkettbodens?

Parkett ist der einzige Bodenbelag der nach jahre-/jahrzehntelangem Gebrauch optisch neuwertig renoviert werden kann (Schleifen und Neuversiegeln/Ölen). Und dies ist je nach Nutzschichtdicke und sorgfältiger Ausführung des Handwerkers drei bis sechs Mal möglich. Die Intervalle die-ser Renovation hängen stark von der Beanspruchung und der richtigen Pflege ab, daher kann ich diese Frage nicht in absoluten Zahlen beantworten. Meine Faustregel: Ein Parkett hält 30 bis 80 Jahre – und auch noch länger, wie viele Bauten beweisen.

FUSSBÖDEN IM HOTEL / Nichts wird in einem Gebäude so stark beansprucht wie der Bodenbelag. Gummisohlen, hohe Absätze, Schmutz, Nässe und ständiger Abrieb setzen dem Fussboden zu. LORE KELLY

Als Bodenbeläge sind natürliche Materialien wieder sehr gefragt

Ästhetische Überlegungen, wie die Frage nach dem Stil, den Proportionen, der Farbe, dem Muster, der Textur sind zwar unerlässlich für die Wahl der Fussbodengestaltung. Aber die physikalisch-materiellen Eigenschaften sind für den Hotelbereich wichtiger, denn der Bodenbelag soll gut und dau-erhaft seine Aufgabe erfüllen. Geht es um Fussböden, so müssen gangbare Lösungen gefunden werden. Die Un-terlage, die uns zur Fortbewegung und für den Aufenthalt dient, muss nicht nur optisch gefallen; durch die Sohlen hat sie auch ein Gefühl des Wohlbefindens zu vermitteln. Nutzungsart und gewünschtes Ambiente bestimmen

die richtige Wahl. Eine Neugestaltung bedeutet oft eine hohe Investition an Zeit und Geld. die sorgfältig durchdacht sein will. Da wir ständig mit dem Fussboden in physischem Kontakt stehen, leiten sich daraus einige Wünsche bezüglich seiner Eigenschaft ab. In den Hotelzimmern soll er weich sein, fusswarm, schalldämpfend, sicher, strapazierfähig und pflegeleicht. Anderseits sind das Aussehen des Fussbodens, sein Muster und grundlegender Charakter sowie seine Farbe und Struktur tonan-gebend. In der Regel entscheidet man sich für einen Fussboden wegen seines Materials. Im Grossen und Ganzen sind die Materialien dauerhaft, und viele sehen mit zunehmendem Alter sogar noch besser aus.

ENAISSANCEN IM **PARKETTBEREICH**

Für synthetische Materialien gilt das jedoch nicht. Sie verändern sich fast gar nicht, was ihnen eine leblose, statische Ausstrahlung verleiht, oder sie werden schäbig. Ihr Vorteil ist, dass die Kosten weit unter jenen aus natürlichen Materialien lies

In Hotels gehört das Parkett nach wie vor zu den populärsten Boden-belägen. Ex-Ski-Ass Pirmin Zurbriggen hat sich für sein Hotel in Zermatt vom Parkettboden begeistern lassen. In der Olympiasuite wurden mit Intarsien die olympischen Ringe eingelegt. Für die Verwendung des Symbols für Fairness und Sportlichkeit musste eine Bewilligung beim Olympiakomitee eingeholt werden. Die Einlegearbeit besticht durch ihre Präzision und demonstriert, dass man sich bei Parkettböden nicht mit der natürlichen Oberfläche des Holzes zufrieden geben muss, sondern auch dekorative Elemente möglich sind. Parkett ist nicht gleich Parkett. Der Aufbau der Dielen, Verlegemuster und -art differieren beträchtlich. Bei der optischen Erscheinung orientiert man sich wie in anderen Gestaltungsarten nach Trends und ästhetischen Präferenzen. So werden ältere Techniken, die schon längstens vergessen waren, wieder aktuell. Die Firma Parkett, St. Margrethen, verzeichnet beispielsweise eine grosse Nach-frage nach parallel und englisch verlegtem Parkett, Durch Schleifen und neue Oberflächenbehandlung ist er mehrere Male renovierbar. Eine lange Lebensdauer und dementsprechende Amortisation ist dadurch garantiert. Durch die Parallelverlegung von gross-formatigen Hölzern erscheinen die Räume länger und grösser.

Ganz ähnliche Absichten lassen sich mit den Landhausdielen von Schotten & Hansen, vertrieben durch die Hagetra AG in Bubikon, erreichen. Die grossformatigen Dielen sind in Fichte, Lärche, Douglaisie, Eiche, Esche, Kirschbaum, Nussbaum, Spitzahorn und Teak erhältlich. Es gibt diese Dielen geschliffen, strukturiert oder handgehobelt. Je nach Anspruch und Holzart werden sie geölt, weiss ge-kalkt, patiniert oder mit einer Spezialoberfläche versehen.

GESUNDES GEHEN AUF PFLANZLICHER BASIS

Zurück zur Natur: Statt künstliche Materialien zu verwenden, wird wieder vermehrt auf natürliche Bodenbeläge aus Jute, Kokos, Sisal, Kork oder Linoleum zurückgegriffen. Seit 3000 Jahren bedecken Matten aus Naturfasern die Fussböden. Kokosfaser ist ausserordentlich reiss- und scheuerfest, fühlt sich eher grob an und eignet sich für stark beanspruchte Flächen. Jutefasern sind sehr weich und fühlen seidig an. Dem stark steigenden Bedürfnis nach reinen, pflegeleichten, hygienischen Naturbodenbelägen trägt auch das Kork-Fertigparkett Rechnung. Es handelt sich um einen Bodenbelag aus reinem Naturkork, er ist durch eine fünffache Oberflächenversiegelung geschützt – eine Behandlung, die ihn äus-serst strapazierfähig macht. Dieses Fertigparkett wird schwimmend verlegt, das heisst die Verklebung erfolgt nur in den Fugen. Ganz allgemein zeichnen sich Bodenbeläge aus Kork oder mit Korkschichten durch gute Wärme- und Trittschalldämmung aus. Der Boden eignet sich vor allem für Gästezimmer.



Parkett kann nach jahrelangem Gebrauch abgeschliffen und neu versiegelt werden (Bild: Parkettboden im «Château Mosimann», Olten).

NATURSTEIN UND GUMMI/ Nahezu «für die Ewigkeit» verlegt werden Marmorböden, Terrracotta und Mosaike. Auch Gummiböden sind äusserst strapazierfähig und wasserunempfindlich. LORE KELLY

Auch harte Böden haben ihren Reiz

Anheimelnder Ziegel (Terracotta), luxuriöser Marmor, zweckmässiger Be-ton oder glanzvolle Mosaike bieten für jeden Wunsch die passende Wahl. Die Farben reichen von neutralen Naturtönen bis zu intensiv leuchtenden Glasuren, die Oberflächenstrukturen von seidenmatt über geriffelt bis gebro-

Harte Fussböden halten extremen Belastungen stand. Das macht sie ideal für viel begangene Flächen, wie Flure und Eingangshallen, und für Bereiche, die direkt ans Freie grenzen. Natürlicher Stein hat eine ganz einzigartige Ausstrahlung. Gebrannter Ton ist warm und rustikal. Keramik mit leuchtenden Farben trägt zu einer ganz besonderen Ambiance bei. Selbst Metall und Beton können aus ihrer reinen Zweckmässigkeit heraus zu künstlerischem Ausdruck finden.

TERRAZZO: EXTREM BELASTBAR

Terrazzo besteht aus Marmor- oder Granitsplitt, gebunden mit Beton oder Zement. Er ist aussergewöhnlich schön und extrem belastbar. Da er sich schon und extrem Detastora. Da er sich auf viel begangenen Flächen bewährt hat und klassisch gut aussieht, wird er von den Hoteliers gern für das Foyer gewählt. Handgearbeitete Terrazzofliesen werden im Mittelmeerraum seit fast 200 Jahren hergestellt. Dort sind sie bis heute beliebter Bodenbe-lag für drinnen und draussen.

Sie sind in einer grossen Band-breite an Farben erhältlich und vari-

ieren in ihrer Erscheinung von den bekannten gesprenkelten Mosaiken der Gesteinssplitter bis zu lebhaften geometrischen Mustern. Letztere passen besonders zum modernen Einrichtungsstil mit Chrom, hellem Holz und Glas. Terrazzo ist teurer als die meisten anderen harten Fliesensorten und nur wenig billiger als Naturstein bester Qualität. Er ist kalt, hart, wasserfest und extrem

GUMMIBELÄGE: FAVORIT **DER ARCHITEKTEN**

Lange Zeit waren Gummibeläge wegen ihres technischen Aussehens die Favoriten der Architekten. Durch die High-Tech-Mode der 80er Jahre fanden sie bald auch Einzug in die Hotels. Gummiböden sind strapazierfähig, wasserunempfindlich, brandunempfindlich, extrem elastisch, leise und warm. Das sind Eigenschaften, die sich viele für einen praktischen Boden wünschen. Natürlich werden sie meist in Bädern, Küchen und Eingangshallen verlegt, aber sie haben genügend Chic, um auch für andere Räume in Betracht zu kommen.

Heutzutage gibt es Gummibodenbeläge in einer immensen farblichen Vielfalt von leuchtenden Grundfarben bis zu dezenten Tönen. Naturgummi ist schwieriger, gleichmässig zu färben als synthetische Sorten. Die meisten Gummiböden, die heute verkauft werden, enthalten wenig oder gar keine natürlichen Grundstoffe.

PIEMONT / Nationale Messe des weissen Trüffels in Alba

Saison der teuren weissen Knolle

Im Oktober stehen in der Lang he und im Roero im Piemont je weils die weissen Trüffel im Zen-trum der Gastronomie. Noch bis am 27. Oktober 2002 findet in Alba, dem Wallfahrtsort der Trüffelnasen, die 72. Messe des weissen Trüffels statt. Die kostbaren weissen Trüffel (Tuber Magnatus Picus), die zu 2000 Franken das Kilo gehandelt werden, verströmen in der Messehalle in der Altstadt von Alba ihr volles intensives Aroma.



MUSEUM DER KULTUREN BASEL / Schokolade Kunst der Verführung

Genau 500 Jahre sind es her, seit 1502 mit Christoph Columbus erstmals ein Europäer von der Existent des Kakaos erfuhr. Vom 30. November 2002 bis zum 30. März 2003 lädt das Museum der Kulturen Basel zu einem sinnlichen Streifzug durch die Geschichte dieser «Götterspeise». Die Ausstellung «Schoggi. Kunst der Verführung» erzählt vom Siegeszug von Kakao und Schokolade und zeigt entspre-chende Werbemittel. DOS



ZITAT DER WOCHE

«Wir fühlen uns aber nicht als Machtlose, die gegen Riesen kämpfen.»

Roberto Burdese, der Vizepräsident von Slow Food Italia, im Interview auf Seite 2

PEOPLE

Ruedi Müller, Dora Roth und Ruedi **Keller** heissen die neuen Gastgeber im Kleinbasler Restaurant «Zum Erasmus». Zuvor führte die Wirtin **Tamara Sbardellotto** den «Erasmus» während acht Jahren.

Der Schweizer Peter Caprez (47), General-Manager des Renaissance Lon-don Chancery Court Hotels, wird Anfang November nach zweijähriger Tätigkeit in England wieder nach Asien zurückkehren. Der aus Davos stammende Caprez wird in der thailändi-schen Hauptstadt Bangkok die Direktion des Fünf-Sterne-Hotels JW Marriott übernehmen. Caprez war in der Vergangenheit bereits während 18 Jahren im Fernen Osten tätig. DOS

Peter Schauwecker verlässt nach neun Jahren seinen Posten als Marketingleiter bei der Schilthornbahn AG in Interlaken. Seine Nachfolge tritt auf Anfang November **Roland Membrez** an. Der 35-jährige Berner war vorher als Exportleiter bei einer Firma für Skibindungen tätig. Berufsbegleitend bildet er sich zum Marketingleiter weiter. DOS

Die Shangri-La Hotels und Resorts mit Sitz in Hongkong haben Britta Ripke-Stoll (im Bild) zur Sales-Direktorin für Deutschland, Österreich und die Schweiz ernannt. Sie ersetzt **Lore Kö**nig, die ihre neue Position als Sales-



Direktorin für das Shangri-La Hotel in Dubai antritt. Britta Ripke-Stoll wird von Köln aus arbeiten und **Austin Frost,** Shangri-La Regionaldirektor für Sales und Marketing, Bericht erstatten. Unterstützt wird diese Stelle von **Dag**mar Ehle, die zum Senior Sales Coordinator befördert wurde und vom eu-ropäischen Sales-Büro in London aus arbeitet. Zusätzlich wird ein Sales Manager in Hamburg ernannt.

Der kantonalbernische Wirteverband GastroBern wählte **Casimir Platzer** (40) zu seinem neuen Präsidenten. Der Eigentümer des Hotels Victoria Ritter in Kandersteg ersetzt **Peter Huber** aus Madiswil, welcher nach achtjähriger Amtszeit auf Ende Jahr zurücktritt. *DOS*



Ueli Prager wurde geehrt. Die Cornell Hotel Society hat den Mövenpick-Gründer Ueli Prager mit einer Ehrenmitgliedschaft geehrt. Im Bild anlässlich er Ehrung in Zürich (k.l.n.r.): Leif R. Evensen, Cornell Hotel Society, Ueli Prager, der Mövenpick-CEO Bruno H. Schoepfer und Wolf Wagschal, Cornell Hotel, Society. Die Cornell Hotel Society, die Alumni-Organisation der Cornell Hotel School, zählt weltweit 10000 Mitglieder, an die 500 in Europa und davon 45 in der Schweiz. MJP



«4to4»-Mitarbeiter-Party. Am letzten Montag fand in Luzern die «4to4»-Party zum zweiten Mal statt. Ein Fest für alle Mitarbeiter von allen Luzerner Hotels. «4to4», weil sie von 4 Uhr nachmittags bis 4 Uhr morgens dauerte. Diese Party, initiiert von «Luzern Hotels» (Nachfolgeorganisation Luzerner Hotelierverein), ist ein Dankeschön für den unermüdlichen Einsatz aller Mitarbeiter – und nicht zuletzt will sich Luzern auf diese Weise als attraktiven Arbeitsstandort positionieren. Die nächste «4to4» findet im März 2004 statt. MAB

GLOSSE

Last Minute

HANSPETER GSELL

Das Angebot war verlockend, die Insel bezaubernd, das Hotel fa-miliär und der Preis bestechend. Obwohl sich dieser während des Buchungsvorganges laufend erhöhte, und nach der Addition von Gehühren. Steuern und dem besonders kreativen Steuern um aem vesonaers neauven «Letze-Plätze-Zuschlag» höher lag als bei der «Frühbucher-Sonderaktion», der «Freitagsflug-Spezialofferte» und der «Nacht-und-Nebelflug-Promoti-on», war das Arrangement immerhin noch fünf Franken billiger als im



Das tiefblaue Meer flimmerte gemütlich in der Nachmittagshitze vor sich hin. Als das Eis in meinem Glas leicht vibrierte, hätte ich es wissen müssen. Aber auch das anschwellende Brummen hätte mich warnen müssen. Sie waren zu zweit, kamen aus der Sonne und ihr Lärm war infernalisch. Im Tiefflug rasten zwei Militärjets über

den Sandstrand. Die Gegenwehr der Flak war beträchtlich, aber aussichtslos. Auf dem nahen Flughafen hatte jetzt auch die Infanterie den Kampf aufgenommen. und in der Luft waren kleine, weisse Wölklein zu sehen.

Der Kampf dauerte von Dienstag bis Freitag. Er wurde nur unterbrochen durch die Landung ziviler Flugzeuge. die neuen Nachschub und Versorgung aus Mitteleuropa an die Front brach

... Für das Ersparte aus der Last-Minute-Buchung kauften wir uns Ohren-stöpsel und genossen fortan taub und stumm unsere Ferien auf der griechischen Allmend-Insel. Schliesslich hatte uns ja niemand gesagt, dass es auf dieser Insel einen Militärflugplatz hat.

Ob die Schweiz im Ausland auch so schamlos verkauft wird?

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

ABONNEMENTE

Ich möchte die hotel+tourismus revue htr

gerne jeden Donnerstag in meinem Briefkasten. Ich wünsche folgende

Zahlungsweise: ☐ 2-iährlich Fr. 250.-

☐ 1-jährlich Fr. 145.—
☐ 1/2-jährlich Fr. 87.— Alle Preise inkl. MWSt.

Auslandpreise bitte anfragen.

Name: Vorname:

Beruf/Position Firma: Strasse/Nr.

PLZ/Ort: Telefon:

Bitte ausschneiden und einsenden an: **hotel+tourismus revue htr**, Abonnemente, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

IMPRESSUM

hotel+tourismus revue Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastro

otellerie und Tourismus: Christine Kü lireille Guggenbühler (MG), oni Rütti (TRU), Sonja Stalder (SST), r. Karl Josef Verding (KJV).

nier français: Miroslaw Halaba (MH), rent Missbauer (LM), Francis Granget (FG).

Offizielles Organ für:

redaktion: (Leserbriefe, People, usw.) eel, 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,

el. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,

telleninserate: el. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

ieschäftsanzeigen: el. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, Atali: patrick stalder@exischotels.ch

Für unverlangte Manuskripte und Sendunger wird jede Haftung abgelehnt.



BRUNO HUGGLER / Sur le départ, le responsable du marketing à Crans-Montana Tourisme tire le bilan. PAGE 2



GASTRONOMIA / Biennal, le salon professionnel de Lausanne séduit par son ambiance et sa dimension romande. PAGE 3



hotel+tourismus revue

COMMENTAIRE

Morat a été gagnante à plus d'un titre

LAURENT MISSBAUER

Quel est le bilan touristique de l'Expo.02? Les directeurs d'Offices du tourisme que nous avons interrogés ont tous dressé un bilan largement positif. Tous sont cependant conscients qu'il reste encore beaucoup à faire pour que ce bilan soit encore meilleur au cours de ces prochaines années.



ur cela, il est indispensable de tout mettre en œuvre afin d'inviter les visiteurs de l'Expo.02 à venir à nouveau visiter la région des Trois-Lacs et plus particulièrement ses atouts touristiques. Il n'est en effet de secret pour personne que les régions environnantes ont été, la plupart du temps et contrairement aux premières attentes, ignorées des visiteurs de l'Expo.02. Erich Bapst, le directeur du marketing de l'Union fribourgeoise du marketing, l'a d'ailleurs explicitement reconnu. Combien de visiteurs de l'Expo.02 se sont-ils promenés dans la vieille-ville de Neuchâtel ou dans celle de Bienne? Combien de visiteurs se sont-ils rendus au nouveau centre thermal d'Yverdon-les-Bains? Pas beaucoup! Une attraction telle que le Papiliorama, pourtant situé à Marin, non loin de Neuchâtel, a même enregistré une baisse des visiteurs pendant l'Expo. Tout cela confirme ainsi les dires d'Erich Bapst et de la directrice de Morat Tourisme, Monika Schnee-berger, à savoir que la ville de Morat, entièrement intégrée dans l'arteplage, a incontestablement été la grande gagnante de l'Expo.02 au niveau touristique. Et cela non seulement en été, mais également pendant les mois de septembre et d'octobre qui ont vu les visiteurs prendre littéralement d'assaut les arteplages. La ville de Morat est d'autant plus sortie gagnante que de nombreux visiteurs ne la connaissaient pas. A ce sujet, l'anec-dote racontée par Erich Bapst est nour le moins révélatrice: «Lors qu'une des hôtesses de notre centrale de réservation a informé un touriste zurichois que toutes les chambres d'hôtel étaient occupées à Murten, celui-ci lui a demandé de voir s'il étaient libres à Morat...

MARKETING / L'après-Expo.02 donnera l'occasion aux visiteurs de l'Expo de revenir dans la région des Trois-Lacs pour y faire véritablement du tourisme cette fois-ci. Analyse et perspectives. LAURENT MISSBAUER

Utiliser l'Expo.02 comme une rampe de lancement pour l'avenir

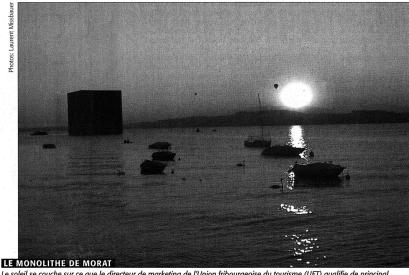
Dimanche 20 octobre, 18 h 42: un magnifique coucher de soleil d'automne plonge progressivement dans l'obscurité le monolithe de Morat. Dans quelques instants, l'Expo.02 appartiendra au passé et une nouvelle page touristique sera tournée. Les responsables des offices du tourisme des différentes régions des Trois-Lacs quitteront alors provisoirement leur travail d'accueil pour se plonger dans celui de la prospection. Une prospection dont le principal but sera de faire revenir les visiteurs de l'Exposition nationale dans la région des Trois-Lacs afin d'y faire véritablement du tourisme cette fois-ci.

«LES VISITEURS ONT IGNORÉ LES ENVIRONS DE L'EXPO»

"Nous avons en effet constaté que la plupart des personnes qui se sont rendues à l'Expo.02 se sont avant tout concentrées sur la visite des différents pavillons et ont ignoré les régions environnantes. A nous désormais de reprendre contact avec eux et de les inviter à venir visiter nos atouts touristiques», a relevé Erich Bapst, le directeur de marketing de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT), à l'occasion d'une conférence de presse qui s'est tenue la semaine passée à Morat.

Et pour inciter les visiteurs de l'Ex-

Et pour inciter les visiteurs de l'Exposition nationale à revenir dans leur région, l'UFT et Morat Tourisme ont notamment distribué un plan de la ville de Morat qui comprenait un concours où les participants ne de-



Le soleil se couche sur ce que le directeur de marketing de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) qualifie de principal symbole de l'Exposition nationale. Avec la fin de l'Expo.02, c'est une nouvelle page touristique qui se tourne.

vaient pas seulement décliner leur identité, mais également indiquer s'ils souhaitaient recevoir à l'avenir des informations touristiques sur la région. «Nous en avons distribué plus de

100 000 et nous en avons reçus environ 15 000 en retour», s'est réjouie Monika Schneeberger, directrice de Morat Tourisme.

PLUS DE 40 000 ADRESSES RECUEILLIES À BIENNE

Du côté de Bienne, le projet promotionel «Charme», mis sur pied par Bienne Seeland Tourisme, la ville de Bienne et les hôteliers de la région, a permis de récolter plus de 40000 adresses de visiteurs de l'Expo.02 qui recevront durant trois ans différentes offres touristiques de la région. A Yverdon-les-Bains et à Neuchâtel, on compte aussi beaucoup sur le retour des visiteurs de l'Expo.02 qui, trop occupés à courir d'un pavillon à l'autre pendant l'Exposition nationale, auront peut-être envie de faire plus ample connaissance avec les atouts touristiques du Nord vaudois, le nouveau centre thermal d'Vverdon-les-Bains, les villes de Neuchâtel et de La Chaux-de-Fonds ou encore le Creux-du-Van.

La volonté d'utiliser l'Expo.02 comme une rampe de lancement pour l'avenir a également été clairement affichée par les organisateurs du salon «Forum Tourisme» qui se déroulera à bord de deux bateaux amarrés dans le port de Bienne les 5 et 6 novembre prochains. Ce salon, dénommé auparavant Forum touristique de la LNM, s'était tenu jusqu'ici dans le port de Neuchâtel et était réservé aux professionnels. Il sera désormais également ouvert au grand public pendant un après-midi (lire en page 5).

ouver au grann public pendant un après-midi (lire en page 5).

Un grand public qui devrait no-tamment être intéressé par les pistes cyclables. Celles-ci ont en effet été créées dans le cadre du projet «Human Powered Mobility» de l'Expo.02 et n'ont pas été autant utilisées que prévu étant donné que les visiteurs se sont concentrés sur les pavillons ou – pire-étaient bloqués dans les longues files d'attente. Contrairement aux arteplages qui seront démontés, on relèvera en outre que le pont en bois – construit pour relier les pistes cyclables au-dessus du canal de la Broye à l'occasion de l'Exposition nationale – subsistera et sera en quelque sorte le symbole marquant d'une région qui compte beaucoup sur le cyclotourisme pour se développer.



La directrice de Morat Tourisme et le directeur de marketing de l'UFT estiment que Morat, au niveau touristique, a été le grand gagnant de l'Expo.02.

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









MONTREUX / Le président de Swiss est au programme du Travel Trade Workshop

André Dosé invité au TTW

«Après le succès remporté par les trois forums du TTW de l'année dernière, les organisateurs présentent à nouveau un programme attrayant», peut-on lire dans le programme du Travel on lire dans le programme du Alla-Trade Worshop 2002. Ainsi, l'«unique professionnelle de foire touristique professionnelle de Suisse», qui aura lieu du mardi 29 au jeudi 31 octobre, à Montreux, propose à nouveau trois débats importants.

Parmi les invités on note par ailleurs la présence d'André Dosé, CEO de Swiss, qui présentera son exposé le mercredi 30, de 11 h 30 à 12 h 30. Sa conférence s'annonce d'autant plus intéressante que la branche des voyages est «directement liée par les débuts de la compagnie aérienne comme transporteur national». A la tête de Swiss de-puis son décollage en avril, André Dosé évoquera, à Montreux, «la stratégie, les objectifs, les exigences de qualité et les relations de la compagnie avec la

LES TENDANCES 2003 DANS LA BRANCHE

La veille, à 13 h 30, une table ronde, qui débattra de l'actualité et des tendances 2003 de la branche touristique, donnera le coup d'envoi du TTW. Elle verra la participation des patrons des trois plus grandes entreprises suisses des voyages: Walter Güntensperger (Hotelplan), Thomas Stirnimann (Kuoni) et Martin Wittwer (TUI).

Enfin, le jeudi à 13 h 30, un forum tentera de décerner «ce qui ne va pas chez les revendeurs» ou «quelle est l'influence de l'e-business». Un vaste débat à l'heure où, comme le rappelle le directeur du TTW, Martin Spörri, «le marché suisse des voyages est plus complexe et plus fébrile que jamais».

Plus d'informations sur: www.ttw.ch

CRANS-MONTANA / Après avoir «vendu» la station durant sept ans, Bruno Huggler roule vers d'autres horizons. Petit bilan juste avant qu'il ne reprenne le volant de Car postal tourisme. DANIELLE EMERY MAYOR

«J'ai amené une touche plus jeune»

Il était arrivé à la tête du marketing de Crans-Montana Tourisme en mars 1995. Bruno Huggler s'en va aujourd'hui pour relever un nouveau défi: il reprendra, dès novembre, le fauteuil de directeur du secteur tourisme chez Car postal Suisse. Une nouvelle façon de faire avancer la cause touristique.

UN DÉPARTEMENT **BIEN STRUCTURÉ**

A son successeur Philippe Sproll, qui vient d'être nommé, Bruno Hug-gler donnera les clés d'un département bien structuré. «J'ai commencé mon travail au moment où se créait le pool de publicité», dit-il. A l'époque, Crans-Montana avait encore deux sociétés de développement mais, déjà, flottait l'idée de se structurer en destination. Un défi dans lequel s'est pleinement investi Bruno Huggler. Aujourd'hui, quelque 800 000 francs sont dévolus au marketing. C'est peu: «Il en faudrait le double pour une destination de la taille de Crans-Montana, estime le sous-directeur sortant. Mais en même temps, cela nous pousse à beaucoup de créativité.»

Ainsi, on organise beaucoup d'événements spéciaux. Et là, Bruno Huggler se réjouit d'avoir pu participer à l'organisation du Switzerland Travel Mart, en 1997, ou de la Journée suisse des vacances avec la Swiss sales marketing conference, en 2002. En outre, faute d'argent pour réaliser une cam-pagne de pub de très grande envergure, la station travaille de près avec la presse: «Je viens de conduire une journaliste allemande sur le Sentier des fées parce qu'elle voulait réaliser un re-portage sur les contes et légendes de la région», lâche le futur directeur de Car postal tourisme. «Je crois pouvoir affirmer que j'ai amené une touche plus



«Notre budget marketing est insuffisant, mais cela nous pousse à la créativité», reconnaît le sous-directeur sortant de Crans-

jeune dans l'image que la station donne d'elle-même», poursuit-il,

«IL FAUT ÉVITER LES INTERMÉDIAIRES»

Le marketing est entré avec lui dans l'ère du web. L'introduction, en 1996, de la réservation directe en ligne a marqué l'histoire commerciale de Crans-Montana. Même si le service ne parvient toujours pas à s'autofinancer.

Bruno Huggler se réjouit de voir que les prestataires ont appris à bien utili-

«Il faut maintenant un changement d'organisation au niveau suisse, avec une seule base de données et donc un seul endroit pour la mise à jour des informations par les partenaires. Il faut absolument éviter qu'il y ait trop d'intermédiaires, car le but est que les prestataires encaissent le maximum de recettes.» Bruno Huggler sait

que son successeur aura encore de quoi faire pour promouvoir cette ré-gion qui dispose d'un énorme potentiel, même si certains aspects sont pré-occupants: «Je suis inquiet de voir chaque année disparaître des hôtels. Or, l'hôtellerie, c'est ce qui tire le tourisme en avant!» Et d'insister pour que les hôteliers s'investissent plus afin de fidéliser le client. «Là, il y a encore beaucoup à faire à Crans-Montana, et pas seulement dans l'hôtellerie...»

ANNONCES



Inscriptions aux examens professionnels pour l'obtention du brevet fédéral de cuisinier/ère en hôtellerie et restauration

Dates des

oraux et écrits: du 1er juillet au 4 juillet 2003 du 7 au 19 juillet 2003

Lieu d'examen

Pully

Langue d'examen Français

Conditions d'admission

- Certificat fédéral de capacité de cuisinier/ère
- 3 ans minimum de pratique dans le métier
 Attestation du cours de maître d'apprentissage
- Compléments: voir règlement art. 9 p. 6 (Selon règlement et directives du 18 mai 1998)

Taxe d'examen

La finance d'examen est de CHF 2'100.– . Elle comprend les frais de matériel, la taxe d'enregistrement du brevet et la TVA 7.6 %

Une avance sur la taxe d'examen de CHF 700.- sera versée à Hotel & Gastro formation lors de l'inscription. Le solde sera versé dans les 14 jours qui suivent la notification de la décision d'admission.

Inscription

Les participants du cours préparatoire reçoivent la documentation pour l'inscription pendant le cours. Les inscriptions sont prises dans l'ordre de réception. Clôture des inscriptions: 20 novembre 2002 (Date cachet de la poste). L'inscription et le formulaire dûment complétés sont à envoyer à: Hotel & Gastro formation, Route des Pressoirs 8, 1027 Lonay

Répétants

Les répétants sont admis aux examens selon le règlement et les directives en vi-

gueur, qui peuvent être obtenus à l'adresse mentionnée ci-dessus

Important

Vous êtes priés de consulter les informations complémentaires jointes à la

documentation d'inscription.

Tout sur Internet et les bénéfices nets.

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

VERCORIN Val d'Anniviers Valais Station été-hiver (1350 m) Hostellerie d'Orzival 20 chambres avec WC, bain ou douche, téléphone

Société Suisse de Crédit Hôtelier

Financement · Conseil

Pour entrepreneurs créatifs

IDÉAL POUR CONCEPT INTÉGRÉ SPORT / FUN

Hôtel Télécabine, Val-d'Illiez, au cœur du domaine skiable des Portes du Soleil.

3 étoiles, au départ des pistes, 23 chambres à plusieurs lits, selfservice, bar, sauna, solarium. Possibilité d'aménager un large espace pour l'animation. Bon état d'entretien, exploitation rationnelle.

Cuisine bien équipée Pour tout renseignement: Société Suisse de Crédit Hôtelier Gartenstrasse 25, 8039 Zürich

Tél. 01 209 16 16, Fax. 01 209 16 17 Anne Cheseaux

acheseaux@sgh.ch - www.sgh.ch

projet d'agrandissement café-restaurant avec vue panora-

grande terrasse plein sud, tranquillité
Situation exceptionnelle au centre du

Location ou vente

- village
 Vercorin? Plus de 5000 personnes en
- saison
 Libre dès la saison d'hiver
 www.orzival.ch

Bureau d'Affaires Touristique 3967 Vercorin Tél. 027 455 82 82, Fax 027 455 26 63 www.batimmobilier.ch info@batimmobilier.ch

lle de **ST. BARTHELEMY** Antilles Françaises, Caraïbes, sans fiscalité

à vendre

un des plus vieux et réputés restaurants de l'île cause retraite – important chiffre d'affaires, excellente rentabilité, ouvert le soir seulement, 10 mois par an, fermé le dimanche.

Prix justifié 550 000 Euros.

Contact téléphone 0031 590 87 16 29, fax 590 87 18 96, e-mail: manowarprod@wanadoo.fr

htr

GLION GROUP / De nombreux changements au sein de l'école hôtelière

Des bourses aux étudiants suisses

Glion Institut de Hautes Etudes (GIHE) – plus connu sous son ancienne appellation de Glion Group – s'apprête à attribuer des bourses d'études aux étudiants de nationalité suisse ou ayant effectué leur scolarité en Suisse. «Une dizaine de bourses (externat) devraient ainsi être attribuées sur dossier», préciseton au GIHE. Certains dossiers ont d'ailleurs déjà été soumis à la direction. Ces bourses concerneront essentiellement

l'école hôtelière, mais il n'est pas exclu que l'une d'entre elles soit attribuée à une personne souhaitant suivre le nouveau Glion Sports Management School. En effet, après son rachat, il y a quelques mois, par le groupe Sylvan, Glion a diversifié son offre. Si les campus de Bulle et des hauts de Montreux conservent leur vocation hôtelière, celui de Leysin est, depuis la dernière rentrée d'août, entièrement tourné vers le manage-

ment sportif. Là, les étudiants côtoient notamment les futurs champions internationaux accueillis en stage par le centre mondial de l'Union cycliste internationale (UCD), à Aigle. Notons enfin que de nombreux changements sont intervenus dans l'organigramme de l'école. Une institution placée, depuis son rachat en août, sous la direction du belge John Niser. *IJE*

ww.glion.ch

PRIX / Les Sésames de l'accueil seront remis lors de Gastronomia

Du sourire à la propreté des lieux

Le 31 octobre prochain, en préambule à Gastronomia, les Sésames de l'accueil récompenseront un hôtel et un restaurant suisses qui se distinguent par la

qualité de leur accueil.

Ce sera la huitième fois que les prix (il yen a deux) seront attribués par la Fondation Nestlé-Pro Gastronomia en collaboration avec le Comité directeur du Salon, hotelleriesuisse (la nouvelle appellation de la SSH) et Gastrosuisse.

Objectif des membres du jury qui, durant les neuf premiers mois de cette année, ont visité un grand nombre d'établissements «nominés» et ont délibéré: évaluer la qualité de l'accueil selon une dizaine de critères déterminants qui passent par le sourire, mais tout autant par la présence du patron ou du personnel d'encadrement, la propreté et la capacité de correspondre aux besoins réels du client.

Comme pour les éditions précédentes, ce sont essentiel-lement les établissements de catégorie moyenne (deux et trois étoiles pour les hôtels et l'équivalent pour les restaurants) qui ont été visités.

Le «Sésame», précise Otmar Sorgenfrei, directeur de la Fondation Pro Gastronomia «veut principalement contribuer à faire de l'accueil un atout déterminant du tourisme suisse, et à l'encourager».

COINTRIN / Après quelques mois de crise, le niveau est redevenu «honorable»

Le catering en légère diminution

Les attentats du 11 septembre 2001 à New York et la faillite de Swissair n'ont pas facilité le travail des entreprises de catering de l'Aéroport International de Genève (AIG). Selon Gate Gourmet et Abela, les deux entreprises qui se partagent le marché, la baisse des commandes de repas par les compagnies aériennes, liée à la baisse de fréquentation des vols, a été immédiatement significative (–25%).

«UN NIVEAU HONORABLE»

Semaine après semaine et mois après mois, la reprise s'est amorcée pour arriver à un niveau honorable. «La crise économique ambiante a ralenti la reprise», explique Christophe Habisreutinger, General Manager de Gate Gourmet à Genève.

«Les difficultés financières dans lesquelles se trouvent la plupart des compagnies aériennes nous obligent chaque jour à faire des prouesses pour offrir des prestations maximales à un coût minimum», poursuit-il. La recherche d'économies auprès des fournisseurs s'arrêtera-t-elle un jour?

LA FAILLITE DE SWISSAIR

Gate Gourmet, anciennement membre du SAirGroup, a été touchée lourdement par l'immobilisation de la flotte de Swissair le 2 octobre 2001. La production des plateaux-repas aériens en Suisses é'en est ressentie, plus fortement encore à Zurich, où Swissair avait concentré une grande partie de ses vols. Gate Gourmet a alors réagi en adaptant son outil de production à la nouvelle situation. Entre-temps, la nouvelle compagnie Swiss est née dans un temps record et Gate Gourmet a participé à son développement par ses produits servis à bord.

GATE GOURMET EN VOIE DE RACHAT

Impossible de faire un parallèle entre Gate Gourmet et Abela à propos de leurs structures à Genève. Gate Gourmet est actuellement en cours de rachat par le groupe américain Texas Pacific. Menée depuis décembre 2001, cette opération devrait bientôt trouver son issue. Pour Abela, le problème est différent. Jadis, le seul concurrent de Gate Gourmet était Canonica, entreprise gérant également la plupart des cefée et recturent de l'AlG

cafés et restaurants de l'AlG.

«Notre but était de casser le monopole du catering de Swissair, explique Vincent Canonica. Le partenaire idéal pour contrer Gate Gourmet était Abela. Nous avons mis nos compétences en commun.» Un partenariat Abela-Canonica a été mis en place le 1er juillet 1999. Depuis, Abela a repris à son compte les opérations de catering de huit compagnies aériennes à

GASTRONOMIA / Du 2 au 6 novembre, toute la profession devrait se rendre à Lausanne pour s'informer et se rencontrer. Un salon apprécié, pour sa dimension romande. José seypoux

Un pèlerinage biennal apprécié

Le salon Gastronomia, dans quelques jours à Lausanne, garde la cotel Confronté aux mutations caractérisant le secteur des foires et expositions, qui jouent désormais leur carte réelle et conviviale face à la communication virtuelle, le salon spécialisé romand prépare une édition 2002 qualifiée d'«exceptionnelle» par Hans Wyssbrod (Grand-Hôtel Résidence, Ste-Croix/Les Rasses), vice-président d'Hôtellerie Vaudoise et membre du comité d'organisation de Gastronomia. C'est qu'il s'agit de développer son attractivité mais aussi de se démarquer d'une certaine Igeho bâloise dont chacun souligne d'ailleurs le caractère complémentaire.

SOIGNER SA «CULTURE PROFESSIONNELLE»

S'informer des nouveautés en matière de produits et rencontrer des partenaires (fournisseurs, collègues, formateurs) pour rester au goût du jour: Michèle Liechti (Hôtel Drake, Genève) considère ce type de visite comme une façon d'entretenir sa «culture professionnelle», résumant bien les motivations de la majorité de la vingtaine d'hôteliers interrogés à ce suiet.



Les hôteliers que nous avons interrogés se rendent à Gastronomia pour s'informer et rencontrer des partenaires, à l'image ici de Lucien Mosimann (à g.), directeur adjoint de Kadi, et du boucher-peintre Corpaato, accompagné de son fils, Jean-François Corpataux.

Gastronomia

C'est une «visite obligatoire», décrète Bernard Tschopp (Eden au Lac, Montreux), en précisant que Gastronomia peut s'avérer «très intéressant, notamment, lorsqu'un hôtel envisage de procéder à des rénovations ou transformations». Cette remarque est courante dans la bouche des hôteliers placés face à une telle échéance: «Il faut non seulement s'informer, mais se remettre en question; un tel salon permet d'approcher de nouvelles technologies en matière de matériel et de produits, en particulier quand on veut faire de l'out-sourcing», explique François Ducry, président de Fedhorest SA, à Villars-sur-Glâne (FR). «C'est une occasion de s'informer à proximité et de satisfaire sa curiosité», surenchérit Jacqueline Imfeld (Hôtel de la Paix, Lausanne). «Cependant, le niveau technique est plus axé sur la restauration que sur l'hôtellerie, donc moins intéressant pour un hôtel sans restaurant», pondère Marc Fassbind (Hôtel Cornavin, Genève).

DES RELATIONS PUBLIQUES POUR LA PROFESSION

Les directeurs des cinq étoiles ne sont pas les moins empressés à se rendre au salon lausannois: «J'y emmène toute ma famille et plusieurs collaborateurs cadres», nous fait savoir Corrado Fattore (Hôtel Royal, Crans-Montana).

La présence grandissante du public ne semble pas gêner les professionnels se rendant à Gastronomia, bien au contraire; la forte participation des apprenti(e)s, donc des familles et amis, est plutôt considérée de manière positive et favorable: «Toute cette jeunesse intéressée et motivée donne une image dynamique de la profession. Et chacun se posera la question, cette année, de savoir s'il est doté du sixième sens», fait remarquer Doriane Goy (Minotel AlaGare, Lausanne), par ailleurs heureuse de constater que Gastronomia remplit son hôte!!

Plusieurs hôteliers interrogés voient en Gastronomia un moyen de braquer les projecteurs sur l'importante branche économique que constituent l'hôtellerie et la restauration et d'en faire implicitement une opération de relations publiques et un événement identitaire, tout en contribuant à la promotion de la relève. Nombreux sont ceux qui incitent leur

personnel à rallier Beaulieu à cette

«La distribution de billets est une tradition appréciée», confirme Pierre Borer (Restoroute de la Gruyère sur l'Al). «J'y envoie mon équipe opérationnelle», précise Claude Merazzi (CIP hôtel et centre de séminaires, Tramelan). Et Jacques Bettex (Hôtel des Alpes Vaudoises, Glion) y accompapera les assistantes d'hôtel suivant les cours de l'hôtel-école SSH dans son

UNE VITRINE ROMANDE À MAINTENIR

La plupart des hôteliers interrogés aiment leur salon, sa «dimension romande» leur tient à cœur... plus qu'on ne le pensait. Certes, Gastronomia, en matière de technicité et de représentativité de l'industrie fournisseuse de l'hôtellerie, n'est pas tout à fait comparable à Igeho. «Mais il faut maintenir cette vitrine et son côté plus ludique», affirme Michel Riba (Hôtel du Chasseur, Enges NE). Propos corroborés par Anne-Marie Minder (Hôtel du Rhône, Sion), présidente du Groupe de travail romand de la SSH, qui déplore cependant que certains exposants font moins d'efforts à Lausanne qu'à Bâle en y envoyant en particulier des personnes moins compétentes et s'exprimant mal en francais.

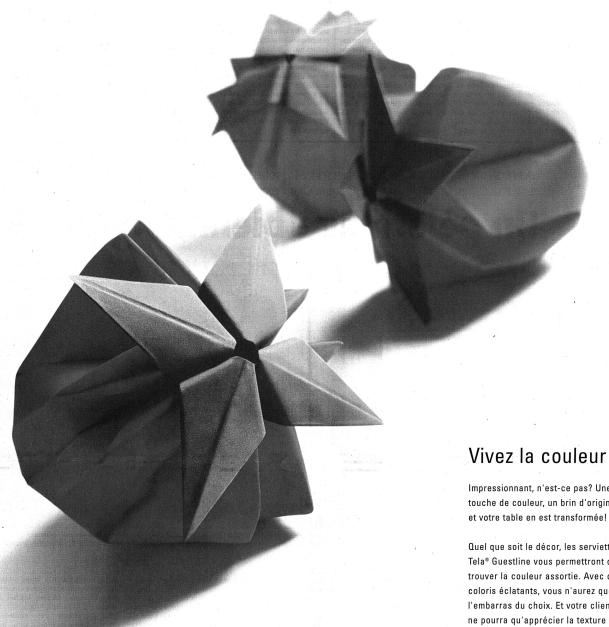
moins competentes et s'expriment mal en français.

Fidèle parmi les plus fidèles, Dominique Briguet (Minotel Alamarenda, Grimentz VS) aime le côté plus doux de Gastronomia, sa mentalité plus latine et sa dimension plus émotionnelle: «L'émotion déclenche l'achat et où la gère-t-on sinon dans le ventre, notre deuxième cerveau, parce qu'on est ce qu'on mange?» Ça doit être cela le sixième sens de l'hôtelier-restaurateur!

Tous les hôteliers suisses sont invités à visiter Gastronomia

En l'absence cette année d'un stand officiel de la Société suisse des hôteliers (SSH), Hôtellerie vaudoise, estimant que sa vocation première est de faire connaître et de promouvoir la profession au côté des organisations cantonales et régionales, aura sa représentation à Gastronomia (stand 793, halle 7), «Notre association professionnelle n'a pas voulu laisser passer cet événement sans y participer pleinement», déclare Philippe Thuner, président d'Hôtellerie vaudoise, qui voit, dans cette rencontre, «une ouverture à toutes les cultures et à l'accueil, mot sans lequel notre branche économique ne pourrait exister...» Un appel a donc été lancé aux hô-

Un appel a donc été lancé aux hôteliers de toute la Suisse pour qu'ils railient Beaulieu à cette occasion. Par l'intermédiaire de la SSH, l'association vaudoise a fait parvenir à chacun une invitation accompagnée de deux bons d'entrée. Des bons supplémentaires gratuits peuvent être encore demandés par e-mail (ach\@bluewin.ch) ou par téléphone (021 617 72 56). Le stand d'Hôtellerie vaudoise permettra également de s'entretenir avec un représentant d'Hotela Le tapis rouge sera déroulé à l'intention des visiteurs de Gastronomia 2002 qui pourront monter l'escalier de Beaulieu accédant au salon du sixième sens... «Un véritable parcours initiatique pour s'informer et s'émerveiller dans un esprit d'accueil et de convivialité», promet Hans Wyssbrod, en soulignant que l'ensemble du personnel des stands, de ceux qui les montent à ceux qui les animent, ont été sensibilisés à ce thème. Tous ces efforts seront-ils récompensés? Réponse au soir du 6 novembre 2002.



Impressionnant, n'est-ce pas? Une touche de couleur, un brin d'originalité... et votre table en est transformée!

Quel que soit le décor, les serviettes Tela® Guestline vous permettront de trouver la couleur assortie. Avec douze coloris éclatants, vous n'aurez que l'embarras du choix. Et votre clientèle ne pourra qu'apprécier la texture unique de ces serviettes à la fois douces au toucher et incroyablement absorbantes. Délicates et néanmoins suffisamment résistantes pour se prêter à toutes les compositions, ces serviettes emporteront l'adhésion de tous vos convives.

Alors si vous souhaitez faire bonne impression, ajoutez simplement une touche de couleur à votre table!

Ce n'est pas surprenant que les professionnels choisissent les serviettes Tela® Guestline.



LA CÔTE / Les sections SSH de Morges et de Nyon vont fusionner

Une société d'hôteliers plus forte

vey, réunies au sein de la Socié-té des hôteliers de Montreux-Vevey depuis 2001, c'est au tour des sections de Morges et de Nyon de la Société suisse des hôteliers (SSH) de fusionner. Dès le premier janvier 2003, la nouvelle Société des hôteliers de La Côte sera présidée par Ni-cola Tracchia, directeur-pro-priétaire de l'Hôtel Beau-Rivage à Nyon. Les deux sections sont actuellement présidées respecet Oswald Schnyder, de l'Hôtel du Lac à Coppet. La nouvelle section comptera un effectif de près de 600 chambres.

Par ailleurs, ouverte le premier octobre 1999 en prévision du Tir fédéral 2000 à Bière, la Centrale de réservations de la Côte, exploitée conjointement par les OT de Morges et de Nyon, a tiré un premier bilan au terme de ces trois années d'ac-tivités. Elle a ainsi réalisé un chiffre d'affaires de 1,66 million de francs pour 18 355 nuitées et 12 422 clients en hôtels. Enfin, la lettre d'informa-

tion saisonnière de l'Office du tourisme de Morges indique que, pour la période s'étendant du 1er juin au 30 septembre de cette année, la clientèle des hôtels morgiens a diminué de près de 14%; le nombre des nuitées chutant en moyenne de 10% par rapport à la même période en 2001. MONTREUX / L'Ecole hôtelière de Caux rachète l'ancien Hôtel Miramonte

Un hôtel pour loger des étudiants

Management School (SHMS). l'école hôtelière de Caux, ETMC Holding SA – en mains de Andreas Kunzli – a racheté fin septembre l'Hôtel Miramonte, Montreux, a annoncé le quoti-dien régional La Presse/Rivie-ra-Chablais. En juin, la holding avait déjà acquis, par reprise d'actions, l'Hotel Institute Montreux (HIM), basé lui à l'Hôtel Europe. Fermé depuis septembre, l'Hôtel Miramonte était propriété depuis le début des années 90 de la société du même nom qui avait rouvert l'ancien Institut Miramonte, et accueillait depuis 1994, l'IUAB (International University and Academy of Broadcasting).

Après des travaux de remise à niveau du bâtiment, l'école de Caux, membre depuis l'an der-nier de l'ASEH (l'Association suisse des écoles hôtelières) devrait y loger ses étudiants. Le bâtiment devrait être complè-

tement opérationnel pour la rentrée 2004, précise-t-on à l'école. Relativement peu connues en Suisse, SHMS (basée dans l'ancien Caux-Palace propriété de la Fondation Initiative et Changement) et HIM emploient actuellement envi-ron 150 personnes et ac-cueillent annuellement plus d'un millier d'étudiants. Leur chiffre d'affaires cumulé est annoncé à hauteur de 30 millions de francs. *IJE*

TROIS-LACS / Le «Salon de la LNM» aura lieu à Bienne et sera ouvert au grand public

«Profiter de l'effet de l'Expo.02»

Forum Tourisme - appelé autrefois le «Salon de la LNM» ou même le «Salon à Rochat», du nom de son instigateur Claude-Alain Rochat, alors directeur de la Compagnie de navigation sur les lacs de Neuchâtel et Morat (LNM) - fait peau neuve cette année. Habituelle-ment organisé sur deux bateaux amarrés dans le port de Neuchâtel, il aura lieu les 5 et 6 novembre sur deux bateaux mouillant dans le port de Bienne, le MS Ile St-Pierre, appelé également Orange Boat, et le MS Fri-

bourg. Réservé jusqu'ici aux professionnels du tourisme, qu'il s'agisse d'hôte-liers, de restaurateurs, d'offices du tou-risme, d'autocaristes, d'entreprises de transports publics ou d'autres presta-taires touristiques, le «Forum Tou-risme du Pays des Trois-Lacs» - telle est a nouvelle appellation - sera ouvert au grand public pendant un aprèsmidi, en l'occurrence le mardi 5 novembre, de 15 h à 19 h. L'entrée sera libre et les différents exposants entendent démontrer que la région des Trois-Lacs offre «une vaste gamme d'attractions touristiques même après

UNE «VASTE PALETTE» DE PRODUITS TOURISTIQUES

Afin de profiter de la rénommée de l'Expo.02, les exposants du Forum Tourisme veulent démontrer de ma-nière convaincante que la région entre Soleure, Bienne, Morat, Neuchâtel, Yverdon et le Jura-Chasseral offre une vaste palette de produits touristiques. Le but de ce salon est d'exploiter pour l'avenir tout le bénéfice du passage de l'Expo.02», ont écrit les organisateurs du salon dans leur communiqué de

Même si le Forum Tourisme du Pays des Trois-Lacs – Tourismus Forum Drei-Seen-Land en allemand – sera partiellement ouvert pour la première fois au grand public, la clientèle-cible du salon reste avant tout les «acheteurs professionnels», comme les agences de voyages, les autoca-ristes, les organisateurs d'événements, les offices du tourisme et les hôteliers Ce salon a également pour but d'infor-mer la presse régionale et nationale sur les offres et les activités touristiques proposées dans la région.

A FRANCE VOISINE SERA **ÉGALEMENT PRÉSENTE**

A bord du MS Ile St-Pierre, les visiteurs seront informés sur les offres des régions touristiques autour de la région du lac de Bienne, du Seeland et de la région qui se trouve le long de l'Aar. Sur le MS Fribourg, seront en revanche présentées les offres touristiques des presentées les offres touristiques des régions situées autour des lacs de Neuchâtel et de Morat, du Pays de Fribourg, ainsi que de différentes régions de Suisse romande et de France voisine.

HIÉRARCHIE HÔTELIÈRE / Les organigrammes classiques tendent à disparaître au profit de la responsabilisation de chaque collaborateur. C'est ce qui ressort d'un petit tour d'horizon. José SEYDOUX

Faire à l'avenir de l'entreprise hôtelière un club d'efficience

La hiérarchie dans l'hôtellerie, en paret cinq étoiles, a été longtemps très standardisée. L'évolution montre qu'aujourd'hui la tendance est à un management doux, moins autoritaire et plus souple, privilégiant surtout les qualités et les capacités de chaque collaborateur ou collaboratrice. Ce qui tout naturellement suppose comme corollaire des ressources humaines de qualité, chacun étant censé être bien formé et suffisamment motivé pour assumer ses tâches «de son propre chef».

LE MANAGEMENT S'EST DÉMOCRATISÉ

Certes, la gestion du personnel repose encore sur un organigramme fixant la hiérarchie et déterminant l'effectif: «Les chaînes intégrées d'hôtels et de restaurants ont, dans ce domaine, fait œuvre de pionnier», remarque Michel Rochat dans son ouvrage sur le marketing et la gestion*, en définissant de façon très précise le profil de l'em-ployé, son cahier des charges et le

contenu de chaque poste de travail. Cette façon de procéder, pour au-tant qu'elle soit exhaustive et systématique, relativise déjà le rôle du chef dans ce qu'il avait, par tradition dans l'hôtellerie, de contrôleur et de gendarme en étant toujours derrière ses gens pour veiller sans cesse à leurs moindres faits et gestes. «Aujourd'hui, la gestion est devenue plus démocratique: les collaborateurs sont pourvus de tâches selon leur capacité et pas toujours selon leur rang hiérarchique, ce qui donne une motivation supplé-mentaire aux plus performants», explique Jean-Claude Gétaz, directeur du Royal-Savoy (4 étoiles, 170 lits), à Lausanne. Et d'ajouter: «Le directeur est plus à l'écoute de ses plus proches collaborateurs, notamment de ses cadres. Il leur confie des responsabilités de gestion de leur département et les soutient dans leur démarche.»

A FORCE DE L'ÉQUIPE DE DIRECTION

Si l'on semble s'accorder sur ce principe, l'exercice n'est pas si aisé ni forcément transposable partout et en tout temps: «Il est très difficile d'apporter des modifications dans une structu-re où les cadres sont en place depuis très longtemps pour qu'ils prennent la responsabilité totale de leur département et des initiatives», fait remarquer W. Pinkwart, directeur de Seiler Hôtel Mont Cervin (5 étoiles, 256 lits, de 85 à

110 employés), à Zermatt. Au sein d'une structure d'organisa tion se caractérisant par la disponibili-té et la polyvalence des hommes, Paul Gibson, responsable de l'hébergement à l'Hôtel Beau-Rivage (5 étoiles, 130 lits, 65 employés), à Neuchâtel, insiste sur l'importance d'«être avec l'équipe».



Des contacts humains étroits sont indispensables pour que les structures fonctionnent. Ici, Hans Wiedemann, directeur général du Montreux Palace, lors d'une fête du personnel sur le thème de l'Amérique latine

Nouveau maillon de la chaîne Raffles International Hotel, le Montreux Palace (5 étoiles, 450 lits, 234 employés), tout en ayant conservé une structure d'organisation assez traditionnelle, mise tout sur son comité exécutif formé, autour de la direction générale, du sous-directeur, par ailleurs en charge de la vente et du marketing, et des responsables des finances, des opérations de l'exploitation et de la technique/maintenance.

RESPONSABILITÉ ET LIBERTÉ **DU COLLABORATEUR**

Selon un schéma plutôt classique s'appuyant sur des chefs de départe-ment, cette petite équipe assume la di-rection de l'hôtel. Mais Hans Wiedemann, directeur général, a élaboré un système de «job description» pour chaque poste de travail, sans exception: «Ainsi, chacun sait où il peut et doit marquer ses buts, préalablement fixés lors de son accueil et de l'espace de temps consacré à l'initier à son travail. Chacun est responsabilisé et peut ensuite jouer avec sa liberté de manœuvre.»

Le Nouvel Hôtel Alpha-Palmiers (4 étoiles, 400 lits, 35 à 38 employés fixes), à Lausanne, a pris le problème de l'or-ganisation des ressources humaines par l'autre bout: le chiffre d'affaires détermine la structure et les frais fixes de personnel se transforment en frais variables. «Ma préoccupation perma-nente est de garder une structure per-mettant de générer une marge de bénéfice suffisante, grâce à un contrôle mensuel très strict de la masse salariale», explique Eric Fassbind, directeur, qui a mis en place une structure de cadres extrêmement légère. «Si chaque employé est motivé et valorisé parce

qu'on lui donne, au gré des circonstances, la responsabilité d'un chef et qu'on lui témoigne sa confiance en lui montrant qu'on compte sur lui, on a moins besoin de chefs», fait-il remarquer, en représentant d'une chaîne familiale d'hôtels qui a tenu la gageure

de réussir sa croissance. Dans un souci d'efficience, la gestion d'un grand hôtel passe en priori-té par quelques mots-clés: formation, motivation, responsabilisation et valorisation de l'ensemble des res-sources humaines, esprit de club, am-biance de travail. Et management cool. «Sans oublier la polyvalence, synonyme de diversité et de satisfaction dans le travail», conclut Jean-Claude Gétaz. Ni l'hôtellerie au féminin (voir encadré)!

* «Marketing et gestion de la restauration», Michel Rochat, BPI, 1997, 319 p.

Les femmes cadres sont de plus en plus nombreuses

A l'instar d'autres secteurs d'activité, la grande hôtellerie ne retrouve pas, au niveau des postes de direction et de cadre, le même pourcentage de femmes observé dans les écoles supérieures, soit une personne sur deux. Les hôtels quatre et cina étoiles diriaés par des femmes restent très minoritaires en Suisse; en revanche, celles-ci sont de plus en plus nombreuses à occuper des postes de cadres, en particulier dans le «housekeeping», la réception, la promotion-vente et les relations pu-

Intuitive, respectée et souvent à bon escient plus pragmatique que son collègue masculin, la femme dirigeante développe ce sixième sens absolu ment nécessaire dans ce aui ne constitue pas autre chose qu'un ménage col-lectif, une grande famille recomposée

C'est pourquoi son rôle est primordial, même dans les plus grands

hôtels de chaîne, fussent-ils parfaitement structurés! Certains palaces (Beau-Rivage Palace, Lausanne Pala-ce & Spa, Montreux Palace pour ne ci-ter que ces trois) ont d'ailleurs fort bien résolu le problème en féminisant la direction de leurs ressources humaines... Il apparaît également qu'à capacités égales plusieurs grands établissements donnent desormes préférence aux femmes dans l'engaétablissements donnent désormais la

BULLE / Plus de 100 000 visiteurs attendus jusqu'au 3 novembre

Un Comptoir gruérien accueillant

«Les échanges virtuels ne remplaceront jamais les échanges personnels car l'être humain a besoin de cultiver l'amitié, la proximité et la confiance», a déclaré Albert Michel, prési-dent du Comptoir gruérien qui se déroulera du 25 octobre au 3 novembre à Espace Gruyère. Cette foire, par son rythme triennal, fait figure d'événement en Suisse romande; un visiteur sur deux est extérieur au canton de Fribourg! Sur 20 000 m², 280 exposants y tiendront 220 stands placés sous le signe de la «qualité». C'est le seul mot d'ordre des organisateurs qui suggèrent en outre d'innover, de créer et de surprendre.

Parmi les hôtes d'honneur, figurent l'Aéroport internatio-nal de Genève-Cointrin, les quatre parcs d'attraction du Chablais (Aquaparc, Fun Planet, Labyrinthe Aventure et Swiss Vapeur Parc) et l'espace

magique «Phenomena». La Journée du Tourisme aura lieu le lundi 28 octobre, tandis qu'une présentation du Salon des goûts et terroirs 2003 à Espace Gruyère se déroulera le 1 er novembre à 17 h. Enfin, parmi moult lieux de sustentation et de divertissement, un restaurant gastronomique, tenu par Jacques Zurbuchen, chef de cuisine, ajoutera à l'hospitalité gruérienne, leitmotiv de toute la manifestation.

EUTO / Les membres de l'EUTO ont choisi Engelberg pour leurs prochaines assises

L'AG de 2003 aura lieu en Suisse

C'est à Sterling, en Ecosse, que s'est récemment déroulée l'assemblée générale de l'EUTO (European Union of Tourist Of-(European Union of Tourist Of-ficers). A cette occasion, les membres de l'EUTO – dont le représentant helvétique est Eddy Peter, directeur de Sion Tourisme et président de l'ASDT (Association suisse des directeurs de tourisme) – ont désigné un nouveau président en la personne d'Eric Van Dyck, directeur de l'Office du tourisme de Bruxelles. Parmi les autres décisions qui ont été prises au cours de cette assem-blée générale, on relèvera l'admission de l'Office du tourisme d'Estonie en tant que nouveau membre. De nouveaux statuts ont également été entérinés à cette occasion. Ils prévoient notamment l'organisation d'une seule assemblée générale par

année, contre deux auparavant. La prochaine assemblée générale aura lieu en Suisse, à

tobre 2003, et le thème qui y se-ra débattu sera l'analyse des événements sportifs et culturels de grande envergure. Des responsables des champion-nats du monde de ski «Engadine2003» viendront ainsi par-ler de leur expérience. Des contacts ont aussi été pris avec des représentants des Jeux olympiques d'hiver de Lille-hammer et de l'Open de golf de Crans-Montana.

LES GENS

Directrice commerciale, responsable des relations à la clientèle et adjointe au directeur de l'Hôtel d'Angleterre de Genève au cours de ces deux dernières années, Chryso Cook a donné une



nouvelle orientation à sa carrière professionnelle. Elle est en effet désormais directrice commerciale d'Elite Rent-a Car, société de location de voitures de luxe avec et sans chauffeur basée à Genève et disposant de filiales à Montreux à Zurich et à Paris. Travaillant beaucoup avec la clientèle touristique séjournant dans les hôtels haut de gamme de Ge-nève et de la Riviera, Elite Rent-a-Car participe régulièrement à différentes foires touristiques auxquelles est également présent Suisse Tourisme. Elite Rent-a-Car était ainsi présente aussi bien au MITT de Moscou qu'à l'Arabian Travel Mart de Dubaï.

Après dix années passées à la Fleur-de-Lys, au cœur du quartier de l'Auge, en vieille ville de Fribourg, le chef **Pierre-André Ayer** (une étoile Michelin et 15 points au Gault Millau) monte sur le principal boulevard de la capitale où il vient d'emménager sous l'enseigne Le Pérolles. Le nouvel établissement dispose d'un restaurant d'une cinquan-taine de places, d'un bar et d'un cellier, d'une petite terrasse donnant sur la fo-rêt de Pérolles et de divers salons modulables en trois partie. Avec son épouse **Françoise**, Pierre-André Ayer, entouré d'une dizaine de collaborateurs/trices, propose ses différents menus de dégustation, des menus d'affaires et des mets à la carte.

Le Veveysan Yves Christen vient d'être élu à la présidence de la fonda-tion «La Suisse à vélo». Le Conseiller national radical, vice-président depuis 1996 de «La Suisse à vélo», succède ain-si à **Hugo Steinegger**. Son poste à la vice-présidence a été quant à lui re-pourvu par **George Ganz**, délégué des cantons et trésorier de la fondation depuis sa création en 1995.

MÉLI-MÉLO

Le Papiliorama, qui a déménagé de Marin à Chiètres, a reçu son toit. Mercredi 16 octobre, le Papiliorama en construction à Chiètres, dans le can-ton de Fribourg, a reçu son toit, d'un poids estimé entre 16 et 18 tonnes. Cette coupole en aluminium de 40 mètres de diamètre et de 6 mètres de hauteur a été hissée, en une seule pièce, au moyen de l'une des plus grandes grues de Suisse. «Cette opération marque une étape importante vers l'ouverture du Papiliorama, le 15 avril 2003», a annoncé Caspar Bijle-veld, directeur du Papiliorama qui était jusqu'ici domicilié à Marin, dans le canton de Neuchâtel.



LES NOUVEAUX LAURÉATS Pas moins de 43 lauréats ont reçu le diplôme marquant la fin de leurs études à l'Ecole hôtelière de Genève «ES» (EHG).

GENÈVE / Quarante-trois étudiants de l'Ecole hôtelière «ES» ont reçu, jeudi 17 octobre, le diplôme marquant la fin de leur formation. Francis Granget

Un «passeport» pour l'hôtellerie

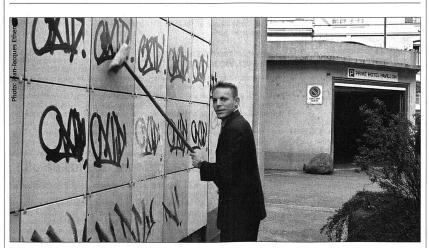
Pas moins de 43 lauréats ont reçu, jeudi 17 octobre, le diplôme marquant la fin de leurs études à l'Ecole hôtelière de Genève «ES» (EHG). Obtenu au ter-me d'une formation de 18 à 30 mois, suivant le parcours choisi, ce docu-ment est considéré comme un véritable «passeport» permettant «d'entre-prendre un voyage plein de passion dans l'univers évolutif de l'hôtellerie internationale». Pour marquer ce nou-veau départ, une cérémonie de pro-motion a eu lieu en présence des pa-rents des élèves et de nombreux professionnels de la branche. Orchestrée par le directeur de l'EHG, Oskar R. Sy-

kora, cette remise des diplômes a été ponctuée par un cocktail d'adieu au Restaurant Vieux-Bois.

Diplômes de cadre en gestion hôtelière et res-

tauration: Charbel Akoury, Liban; Sylvain Bernet, Gom-Charbel Akoury, Liban; Sylvain Bernet, Gom-inswald/SG: Luca Brochon, Naz/VD: Evren Budayici, Turquie; Coralie Christin, Aire-la-Ville/GE: Claire-Marie Copin, Genève; Hugo Dalia, France; Raphael Estoppey, Trey/VD; Claudio Federici, Rougemont, VD: Annina Matthews, Bernex/GE; Alice Meyer, France; Didier Mézières, Martigny/VS: Jacques Oguey, Ormont-Dessous/VD: Sarah Siegrist, Biel-Benken/BL; Guy-Yves Tabrizian, Meyrin/GE; Natalino Vitorino Almeida, Portugal; Laurent Vogel, Collombey-Muraz/VS; FeiziYu, Chine.

Diplômes de cadre supérieur en restauration et hôtellerie ES:
Sheryl Barrientos, Phillippines; Chemseddine Boudhina, Tunisie; Julien Chappuis, Villette-sur-Lutry/VD; Adelin Coigny, Vevey/VD; Caroline Dufey, Palézieux/VD; Sajida Foudhaily, Genève; Marie Guichou, France; Alain Kallenbach, Payerne/VD; Pierre Mauron, Fribourg; Elena Mier, Genève; Daniel Moser, Herbligen/BE; Stéphane Orasianu, Genève; Tais Passarinho Martins, Brésil; Vincent Perret, Essertines/Yverdon/VD; Alexandre Quellet, Le Landeron/NE; Florence Regad, Grand-Sacontines/Yverdon/VD; Alexandre Quellet, Le Landeron/NE; Florence Regad, Grand-Sacon-nex/GE; Liliam Marcela Riano Nino, Colom-bie; Diego Riva, Argentine; Tarek Rizkallah, France/Liban; Cédric Rodriguez, Rebeve-lier/BE; Harald Salomon, Collonges-Belle-rive/GE; Selim Stambouli, Tunisie; Nicolas Teulié, Schöpfheim/LI; Alexandre Walpen, Genève; Bonita Wannaz, Lutry/VD.



Les «joies» de l'hôtellerie urbaine. Les incivilités n'épargnent pas les hôteliers de la «douce» Riviera. «Grafs» et «tags» plus ou moins heureux fleurissent sur toutes les surfaces disponibles. Dont, près de la gare de Vevey, celles offertes par l'Hôtel Pavillon. Et à l'heure du nettoyage, tout le monde s'y met, jusqu'au directeur des ventes et du marketing, Christophe Ming. Une illustration de la formule qui veut que l'Ecole hôtelière mène à tout... JJE

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Roberto Burdese: un adepte de **Slow Food.** «On peut prendre le temps le soir de se préparer soi-même son repas, par exemple en regardant une heure de moins la télévision.» C'est l'un des constats dressés par Roberto Burdese, vice-président de Slow Food Italie. La philosophie de ce mou-vement qui recense 70000 adeptes dans le monde n'implique pas seulement de manger lentement – par op-position au fast-food – mais aussi d'accorder davantage d'importance à la nourriture: «On peut manger moins, mais choisir des aliments meilleurs et plus sains.» Certes, «il n'est pas tou-jours possible de prendre le temps de vivre», reconnaît Burdese, «Mais avec un peu de bonne volonté, il est déjà possible d'avoir plus de respect de soi-

Un hôtelier allemand au Vietnam.

Paul Stoll, de Heidelberg, dirige le seul hôtel cinq étoiles vietnamien. «Nous travaillons ici dans la quatrième di-mension», affirme l'exploitant du Furama Resort Hotel qui, avec ses 400 chambres, a dégagé l'année passée un bénéfice de quelque quatre millions de francs suisses. Parce qu'ils sont pour beaucoup dans le succès de l'établissement, les employés de Paul Stoll doivent être prêts à maîtriser au mini-mum cinq métiers et faire preuve de

Les restaurants de montagne et l'effet «Montagnes ©». Les hôtels et les restaurants de montagne n'auraient pas ressenti beaucoup d'effets positifs avec la campagne estivale lancée cette année par Suisse Touris-me sous le nom «Montagnes ©». Certains tenanciers de restaurants de montagne ont avant tout invoqué les mauvaises conditions météorolo-giques de cet été pour expliquer ce «faible» effet. Page 9

IMPRESSUM

hotel + tourismus revue

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

Responsable des médias SSH ad interim: Christian Hodler

oction: (Lettres de lecteurs, les gens, etc.) 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,

Abonnements: Fél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,

Publicité: Tél. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, F-Mai: patrok stalekarikaanskatals ak

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

Die AKAD Hochschule für Berufstätige bietet in der Schweiz Diplomstudiengänge und vielfältige Nachdiplom-Angebote auf Fachhochschulstufe an. Für die Administration der Diplomstudiengänge suchen wir per sofort oder nach

Vereinbarung eine/n Assistent/-in.

Ihre vielseitige und abwechslungsreiche Arbeit umfasst sämtliche Aufgaben einer Schulorganisation - von der Anmeldung eines Studierenden bis zum Abschluss seiner Ausbildung. Die Betreuung der Studierenden und Dozierenden gehört zu Ihren Kernaufgaben.

Wir suchen eine Persönlichkeit mit Freude an einer sehr selbstständigen und anspruchsvollen Tätigkeit, Organisationstalent und einer kunden- und dienstleistungsorientierten Grundeinstellung. Ferner sind Sie es gewohnt, Verantwortung zu übernehmen und auch hektische Zeiten mit entsprechendem Arbeits-

Wenn Sie mindestens über eine kaufmännische oder vergleichbare Grundausbildung, sehr gute PC-Kenntnisse (Office) sowie einige Jahre Berufspraxis verfügen und in der Regel von Dienstag bis Samstag arbeiten wollen, freuen wir uns über Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen. Ihr Arbeitsort ist Zürich-

Assistent/-in Arbeitszeit 100% Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

Frau Irmgard Jost Leiterin Studienberatung und Administration Jungholzstrasse 43, 8050 Zürich

E-Mail: i.jost@akad.ch, Telefon 01 307 31 14

Adecco HOTEL & EVENT Karriere 8 Kader

Wenn Sie Teil dieser Traumshow sein und gleichzeitig etwas verdienen möchten, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an Claudine Schaub. Sie freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme

gstrasse 11, 8026 Zürich

fon 01 297 79 79, Fax 01 297 79 90

Kader

29. November-5. Januar

Für dieses einmalige Weihnachts-spektakel – eine Zirkusshow der Superlative – suchen wir erfahrene Fachleute.

- Commis de cuisine
- Chefs de partie
- Sous chefs
- Officemitarbeiter
- Commis de rang
- Chef de rang
- Buffet
- Kasse





Unternehmensziel

Als Gastgeber begeistern und verwöhnen wir unsere Gäste durch kompromisslose Qualität von Produkt und Service

Auf 1. Dezember 2002 oder nach Vereinbarung suchen wir

Sales Manager

Als Repräsentant unseres Hotels pflegen Sie unsere Stamm-kundschaft und akquirieren Neukunden. Sie verstehen es, un-ser Haus im Markt zu positionieren und Yield Management zu betreiben. Zudem erstellen Sie in Zusammenarbeit mit den Abteilungsleitern den Marketingplan und die Zielsetzungen.

Wir stellen uns einen Kandidaten mit einem sicheren Auftrewir steilen uns einen Kondiaden mit einem sicheren Auret ten vor, der es versteht, unsere Kunden mit seinem Charme und seiner Kreativität zu begeistern. Sie haben bereits im Sales gearbeitet und bestechen durch Ihre Kompetenz und Ihr Verhandlungsgeschick. Ideolerweise bringen Sie eine Hotel-fachschule oder eine Weiterbildung im Sales-/Marketingbe-reich mit und kennen den hiesigen Markt und die Wirtschaft.

Wenn Sie mehr über diese abwechslungsreiche Position er fahren möchten, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Mövenpick Hotel Regensdorf AG Brigitte Studer, Leiterin Human Resources Zentrum, 8105 Regensdorf Tel. 01 871 58 70, Fax 01 871 58 85

More Jobs online: www.moevenpick.com



Ab dem 31. Januar 2003 kehrt im komplett renovierten Ochsen in Wetzikon ZH wieder Leben ein.

Sie können als

Küchenchef/in

den Aufbau eines neuen Kultur- und Gastronomie-Treffpunktes im Zürcher Oberland mitprägen. Ein lebendiger Ort mit Speiserestaurant, Bistro, Gartenwirtschaft und Lounge, sowie die Möglichkeit für Bankette in einem stimmungsvollen Saal mit Galerie erwartet eine/n initiative/n, flexible/n und erfahrene/n Küchenchef/in.

Melden Sie sich unter: Restaurant Ochsen, Jana Caniga, Tösstalstr. 1-3, 8623 Wetzikon

Vermittlung

152419/49310



Für eine erfolgreiche Restaurantkette mit überzeugender Unternehmens-politik und starker Mitarbeiterkultur raum Zürich

Management Trainees

Sie sind während Ihrer Schicht verantwortlich für den einwandfreien Betrieb. Das bedeutet, dass Sie bis zu 25 Mitarbeitende führen, die hohen Qualitätsstandards gewährleisten, einen schnellen und freundlichen Service sicherstellen, die Sauberkeit des Restaurants überwachen und wenn nötig selber tatkräftig mithelfen.

Neben diesen stark frontorientierten Hauptaufgaben kümmern Sie sich um administrative Tätigkeiten, wie Erstellen der Tagesabschlüsse, Bestelloder Personalwesen, Schreiben von Dienstplänen oder die Aufnahme des monatlichen Inventars. Mit strukturierter Aus- und Weiterbildung werden Sie für diese anspruchsvolle und abwechslungsreiche Position geschult.

Wenn Sie eine Berufsausbildung abgeschlossen haben, Erfahrung im Wenn sie eine Betutsausbildung abgeschlossen naben, Ernamung im Umgang mit Mitarbeitenden und Gästen mitbringen und auch in hektischen Situationen stets den Überblick behalten, dann senden Sie Sie schon bald kennen zu lernen.

gstrasse 11, 8026 Zürich

Telefon 01 297 79 79, Fax 01 297 79 77

People make the difference.

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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



Mit einem Sprung





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.

Die STIFTUNG FÜR AUSBILDUNG SURSEE

ist der grösste Gastgeber der Zentralschweiz.

Der/die Leiter/in Seminar- und Hotelbetrieb bürgt für die Zufriedenheit unserer Gäste.

Kerngeschäft Dienstleistungen. Wir sorgen für Verpflegung (210 000 Mahlzeiten/Jahr), Unterkunft (320 Zimmer / 560 Betten) und Freizeitgestaltung aller Gäste der drei SurseeBauSchulen (www.azsbv.ch; www.mls.ch; www.verkehrswegbauer.ch), welche jährlich über 100 000 Ausbildungstage für Lehrlinge und Kader aller Stufen realisieren. Unsere Infrastruktur und Dienstleistungen stellen wir jedoch auch andern Veranstaltern aus Wirtschaft, Sport und Kultur zu Verfügung.

Dienstleistungen aller Art. Zu Ihren Hauptaufgaben gehört das optimale Auslasten der Schulungsräume, Ausbildungsfacilities und Hotelzimmer. Auch für die Akquisition und Durchführung von Seminaren und Tagungen für Gastveranstalter sind Sie zuständig. Im Rahmen der Geschäftsleitung tragen Sie die Verantwortung für die Organisationsbereiche Verpflegung, Hausdienst, Umgebung, Freizeit und Technischer Dienst - insgesamt sind Ihnen ca. 80 Mitarbeitende unterstellt.

Überlegene Dienstleistungsorientierung. Als diplomierter Hotelier oder Organisastor HFP (oder vergleichbarer Background) sind Sie gewohnt, die Bedürfnisse von Kunden ins Zentrum Ihres Wirkens zu stellen. Ihre Initiative, Selbständigkeit und Führungsqualitäten haben Sie bereits erfolgreich unter Beweis gestellt. Sie vermögen Mitarbeitende für gemeinsame Ziele und zu einem umfassenden Dienstleistungsverständnis zu motivieren. Auch in hektischen Phasen meistern Sie anspruchsvolle Aufgabenstellung dank Ihrer konzeptionellen und sozialen

Dienstleistungen haben ihren Preis. Nicht nur für unsere Gäste, sondern auch für unsere Mitarbeitenden. Neben einer teamorientierten Arbeitsumgebung und konsequenter Kompetenzförderung bieten wir angemessene, leistungsbezogene Entlöhnung und sehr fortschrittliche Sozialleistungen.

Wir freuen uns auf Sie! Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen (mit Foto) an Herrn Walter Luterbacher, STIFTUNG FÜR AUSBILDUNG SURSEE, Postfach, 6210 Sursee - er steht auch für Fragen zur Verfügung: Telefon 041 926 26 66 oder eMail Direktion@SASursee.CH





Schweizer Confiserie und Konditorei Tradition seit 1836

Wir suchen für unser Café Restaurant 1. Stock am Paradeplatz nach Vereinba-

Service-Leiterin (100%)

Sie sind zusammen mit drei Kolleginnen für folgende Aufgaben verantwortlich

- Führung von ca. 25 Service-Mitarbeiterinnen
- Gästeberatung und -betreuung
 Tages- und Monatsabrechnungen
 Überwachung der Arbeitsabläufe
- Erstellen von Arbeitsplänen Hygiene- und Qualitätskontrolle

Wir erwarten mehrjährige Erfahrung im Gastgewerbe nach Lehrabschluss, Teamfähigkeit, gute Umgangsformen, sicheres Auftreten und eine gepflegte Erscheinung. Wir bieten Ihnen eine interessante Dauerstelle in gepflegter Atmosphäre, 5-Tage-Woche (inkl. Samstag-/Sonntagsdienst) und 5 Wochen Ferien.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

onfiserie Sprüngli AG • Bahnhofstrasse 21 • 8022 Zür elefon: 01 224 46 46 • e-Mail: barbara.widmer@spruengli www.confiserie-spruengli.ch Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren: Tel. 031 370 42 22, Fax 031 370 42 23, www.htr.ch



Sind Sie Schweizerin und suchen auf Jan./Febr. 2003 eine sinnvolle und vielseitige Stelle im internen Restau-rant als

Serviceleiterin (60%)

Charles Schuhn, suche meine Nachfolgerin wegen bevorstehender Pensionierung. Ich leite mit meinen acht zuverlässigen und treuen Kolleginnen das Restaurant Reblaube und bin selbst im Service tätig. Die anspruchsvolle Arbeit verteilt sich auf 5 Tage, von ca. 11.00–15.30 Uhr (inkl. Einsätzen an Wochenenden). Sind Sie eine Servicefachfrau, evtl. mit Führungserfahrung (auch für Wiedereinsteigerin ideal)? Wenn Sie Verständnis im Umgang mit unseren 120 Bewohnern haben und ihnen mit Freude und Charme das Mittagessen servieren – dann sind Sie meine ideale Nachfolgerin! Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an die

Seniorenresidenz Im Brühl, Eugen Lehmann Kappenbühlweg 11, 8049 Zürich-Höngg.

Haben Sie noch Fragen? Direktwahl 01 344 43 41 von 13.00–15.00 Uhr.

Mitglied der Tertianum-Gruppe - Erfolg durch Werte

HEVS

haute école valaisanne hochschule wallis



Bereit für eine neue Herausforderung?

Die Hochschule Wallis (HEVs) sucht für die Schweizerische Tourismusfachschule in Siders:

eine Direktorin / einen Direktor

Ihre Tätiakeiten:

- Leitung der Schule
- Unterrichtsaufgaben
- Beziehungen zu Tourismuskreisen

- · Hochschulabschluss oder als gleichwertig anerkannte Ausbildung
- Managementerfahrung im Tourismusbereich
- Erfahrung in der Personalführung
- Pädagogische Erfahrung
- Deutsch-, Französisch- und Englischkenntnisse

Sie zeichnen sich aus durch:

- Ihre dynamische und kommunikative Persönlichkeit
- Ihren Innovations- und Unternehmergeist
- Ihre Anpassungsfähigkeit
- Ihr ausgeprägtes Interesse für die Aus- und Weiterbildung

Arbeitsort: Siders

Beschäftigungsgrad: Vollzeit

Stellenantritt: 1. Januar 2003 oder nach Vereinbarung

Marc-André Berclaz, Direktor der HEVs, erteilt Ihnen auf Verlangen gerne Auskunft über Pflichtenheft und Gehalt (Tel. 027/606.85.00, E-Mail: mandre.berclaz@hevs.ch).

Die ausgeschriebene Stelle steht Frauen und Männern offen. Die Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen sind bis zum 4. November 2002 (Datum des Poststempels) zu senden an die Hochschule Wallis, Personaldienst, Route du Rawyl 47, Postfach, 1950 Sitten 2.

> 43 Zimmer/Suiten 3 Restaurants Bar, Vinothek Festsaal

Wellness-Bereich

www.hevs.edu



htr

Für unseren Betrieb in Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Geschäftsführer/in

Sind Sie stark frontorientiert. belastbar, motiviert und arbeiten gerne in einem jungen, dynamischen Team?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

HAN MONGOLIAN BARBECUE AG

Herr Frank Nagy Beatengasse 11 • 8001 Zürich Telefon 01 216 90 10 www.han.ch





Sie verfügen über:

- mehrjährige Berufserfahrung in
- ähnlicher Position

- ähnlicher Position

 * Ausstrahlung, Durchsetzungsvermöggen und Belastbarkeit

 * Führungserfahrung und Sozialkompetenz für ein Team von rund

 10 Mitarbeiter/innen

 * Initiative und Freude am Verkaufen

 * Sprachen d/e/f

Park Hotel Weggis

Annie Hofmann Hertensteinstrasse 34 6353 Weggis Telefon 041 392 05 05

www.phw.ch

human resources

www. hotelstaff

Kurt.Oehrli@hotelstaff.cl Personaldienstleistunge für Hotellerie, Gastrond Catering und Events

Über 1.000 **Tourismusjobs** weltweit (inkl. Kreuzfahrtschiffe, Airlines, Ferienclubs ...)





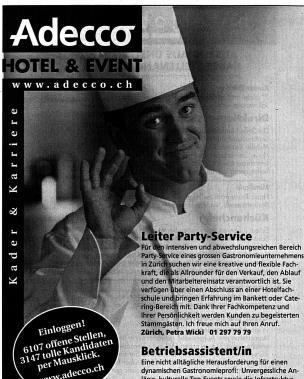
Für Kader- und Fachstellen in bestausgewiesene Hotel- und Gastronomie-Betriebe.

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



Ihre Stellenvermittlung





Betriebsassistent/in

Eine nicht alltägliche Herausforderung für einen

Eine nicht alltagliche nerausrorderung für einen dynamischen Gastronomierprofi: Unvergestliche An-lässe, kulturelle Top-Events sowie die Infrastruktur dieses Motels mit angeschlossener Restauration direkt am Bodensee sind Ihr Gebiet. Ihre Sporen haben Sie sich in der Küche abverdient und dann Erfahrungen

im F&B-Bereich gesammelt. Sie denken vernetzt und qualitätsorientiert, sind ein Gastgeber aus Leiden-

schaft, der als führungsstarke Persönlichkeit zwischen 27 und 35 Jahren für einen reibungslosen Tagesab-lauf im multifunktionalen Betrieb verantwortlich ist. Neben den vielfältigen, stark frontorientierten Auf-

Fundierte Fideliokenntnisse und gute Fremdsprachen-kenntnisse bringen Sie mit. Wenn Sie nun auch noch belastbar, flexibel und kommunikativ sind, dann

DIFEKTIONSASSISTEMENTIN
Für ein modernes Businesshotel im Kanton Aargau
suchen wir per Anfang Jahr 2003 eine aufgestellte,
charmante und vertrauenswürdige Persönlichkeit.
Sie haben eine Hotelfachschule absolviert, verfügen
über gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und
Französtsch in Wort und Schrift; und Ihr stilsicheres
Auftreten überzeugt. Wenn Sie eine Stelle im Bereich
Sales, Marketing und Hotellerie suchen und gern
Verantwortung übernehmen, dann freue ich mich auf
Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Für ein Luxushotel in Zürich suchen wir die Hausdame, die für das Ambiente und das Erscheinungsbild im gesamten Etagenbereich und im öffentlichen Teil dieses aussergewöhnlichen Hauses mit anspruchs-

dieses aussergewoninichen Hauses mit anspruchs-voller internationaler Kundschaft verantwortlich ist. Sie führen einen Stab von rund 40 Mitarbeitenden, beherrschen als ausgewiesene Fachkraft Ihr Metier seit einigen Jahren. Zudem sprechen Sie Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch und suchen eine nicht alltägliche Herausforderung. Ich freue mich auf Ibes Kontak-unfenben.

Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Generalgouvernante

Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Jungkoch/Chef de partie

Sie haben eine Kochlehre absolviert und bereits ein oder zwei Jahre Berufspraxis? Eine neue Heraus-forderung in einem kleinen Team, bei der Sie Ihre

Erfahrungen einbringen und gleichzeitig hinzu lernen können ist genau das, was Sie suchen. Dann sind Sie der neue Jungkoch in diesem gut frequen-tierten, trendigen Gasthof in Obwalden (20 Minuten

von Luzern, mit dem Zug gut erreichbar) mit leichter, mediterraner Küche. Fixe Freitage (Sonntag/Montag), ein angenehmes Betriebsklima und ein aufgestelltes Team erwarten Sie. Auch ein Zimmer für Sie wäre vor-

handen. Ich freue mich auf Ihren Anruf Luzern, Anita Burren 041 419 77 66

gaben kümmern Sie sich auch ums Administrative.

freue ich mich auf Ihren Anruf. St. Gallen, Judith Schmid 071 228 33 43

Direktionsassistent/in

Nach der Expo...

_{vww.}adecco.ch

Wir haben für alle die richtige, neue Herausforderung. In der ganzen Schweiz. Kontaktieren Sie eine unserer Filialen oder besuchen Sie unsere Website.

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

Streitgasse 20, 4010 Basel Telefon 061 264 60 40

basel.hotelevent@adecco.ch

Marktgasse 32, 3000 Bern 7 Telefon 031 310 10 10 Grabenstrasse 40, 7000 Chur

Telefon 081 258 30 75

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

Telefon 071 228 33 43 stgallen.hotelevent@adecco.ch

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

Téléphone 021 343 40 00 lausanne.hotelevent@adecco.ch

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

Viale S. Franscini 30, 6901 Lugano Telefono 091 910 20 30

Serviceaushilfen

Musical 30. November–5. Janua

Für ein Musikspektakel mit Abendessen in der Messehalle Basel suchen wir Serviceaushilfen, die von 17 bis 24 Uhr die Gäste verwöhnen. Sie sind eine charmante und aufmerksame Gastgeberpersönlichkeit und bringen Erfahrung im Service (inkl. Inkasso) mit. Weitere Informationen über diesen ausser-gewöhnlichen Einsatz gebe ich Ihnen sehr gern bei einem persönlichen Gespräch. Ich freue mich auf Sie. Basel. Julia Schulze 061 264 60 40

Servicefachangestellte

Für Hotels und Restaurants in den trendigen Winter-sportorten in Graubünden und im Wallis suchen wir für die Wintersaison junge, motivierte Servicemitarbeiterinnen und Servicemitarbeiter mit einer positiven Lebenseinstellung sowie Freude am Beruf Sie sind mit Leidenschaft Gastgeber und verwöhnen gern internationale, anspruchsvolle Gäste mit Köst-lichkeiten aus Küche und Keller. Die Arbeit in einem eam von Profis macht Ihnen Spass; zudem sind Sie elastbar, flexibel und bereit für eine total coole Wintersaison. Ich freue mich darauf, Sie schon bald

kennenzulernen. Chur, Gaby Steg 081 258 30 75

Temporär-Stellen

Wir suchen laufend qualifizierte Mitarbeiter für temporäre Einsätze in der ganzen Schweiz.

Koch Sofort, bis 30. Dezember | Landgasthof, Basel Köche Sofort, bis 12. Feb. | Diverse Einsätze, Graubünden/Wallis

Koch Sofort, bis auf weiteres | Drei-Sterne-Hotel, Tessin

Köche Laufend | Cateringanlässe, Zürich

Koch 60% 1. Dez.–30. April | Altersheim, Luzern

Jungkoch/Chef de partie Sofort, bis auf weiteres | Restaurant, St. Gallen Jungkoch/Commis Sofort, bis 30. November | à la carte-Restaurant, Bern

Köche, Bäcker, Metzger (Schichtdienst) Sofort, bis 30. Dez. | Produktionsbetrieb, Aargau

Bäcker-Konditor Sofort, bis auf weiteres | Bäckerei, St.Gallen Promotionskoch Laufend | Delikatessengeschäft, Luzern

Köche/Service/Verkauf 29. Nov.–5. Januar | Weihnachtsspektakel, Zürich

Servicemitarbeiter/in Sofort, bis 30. Oktober | Pizzeria, Region Thun

Serviceangestellte Sofort, bis 28. Februar | Speiserestaurant, Basel Servicemitarbeiter/in Sofort, bis auf weiteres | Speiserestaurant, Lugano

Serviceangestellte/r (mit Auto) Sofort, bis auf weiteres | Speiserestaurant, Thurgau Serviceangestellte
1. Nov., bis auf weiteres | Restaurant, Entlebuch

Serviceaushilfen Weihnachten und Silvester | Cateringanlässe, Basel

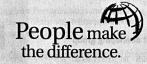
Allrounderin 25. November–7. März | Kinderheim, St.Gallen

Promotorin/Verkäuferin 19.–24. Dezember | Weihnachtsdelikatessen, Basel Chef-Hostess/Chef-Host Sofort, bis auf weiteres | Tabakfirma, Bern/Thun/Biel

Promoter/Hostessen Sofort, bis auf weiteres | Diverse Einsätze, Chur

Hostessen/Promotionsmitarbeiter Laufend | Ganze Schweiz

Für mehr Informationen und weitere spannende Stellen (temporär oder längerfristig) kontaktieren Sie ganz einfach unsere Filiale in Ihrer Nähe!



Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



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

Betriebsleiter/in 80%

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

in der **Mensa Berufsschule Aarau** werden von Montag bis Freitag täglich ca. 600 Gäste (vorwiegend Schüler und Lehrer) verpflegt. Das Angebot besteht aus verschiedenen Menüs, einem vegetarischen Angebot, einem Salatbuffet, Sandwiches, warmen Snacks und Backwaren. Zusätzlich werden regelmässig Sonderanlässe und saisonale Aktionswochen durchgeführt

Wir suchen per 1. Januar 2003 eine dynamische, flexible und vielseitige Betriebsleitung mit Kochkenntnissen, die gerne Verantwortung übernimmt und den täglichen Gästekontakt schätzt. Ihr interessantes Aufgabengebiet erstreckt sich von der Betriebsführung im Rahmen des Betriebsführungsvertrages über die Budgetverantwortung und die Führung der 5 Mitarbeitenden bis hin zur Verantwortung für die Umsetzung der Richtlinien nach der ISO-Norm 9001.

Sie sollten bereits über Führungserfahrung verfügen und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge verstehen. Ihre Kommunikationsstärke sowie Ihre ausgeprägte Kunden orientierung helfen Ihnen, die Funktion als Ansprechpartner/in unserer Gäste kompetent wahrzunehmen

Möchten Sie die Begeisterung mit uns teilen? Dann senden Sie Ihre Bewerbung an: SV-Service AG, Remo Wehrli, Personal Segment School, Neur allee 1. Postfach, 8032 Zürich, Telefon 01-385 53 75. E-Mail remo.wehrli@sv-service.ch

Weitere Stellen unter www.sv-group.com



htr

Über Marketing und Dumping.

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



Art Furrer Resort**** mit Restaurant Tenne esort Alpenrose*** mit Pizzeria, Röstikeller und Bars Bergrestaurants Riederfurka und Furri-Hütte

Wir suchen ab kommender Wintersaison einen

qualifizierten Restaurationsleiter, m/w

Wir erwarten:

Hotelfachschulabschluss oder entsprechende Hotelfachschulabschluss oder entsprechende Kaderausbildung
 Berufserfahrung in ähnlicher Position
 Banketterfahrung, Organisationstalent, Führungserfahrung
 kontaktfreudige, verkaufsorientierte Gastgeber-

persönlichkeit Idealalter 28-35 Jahre

htr

Vir bleten:
vielseitige, verantwortungsvolle Stellung
(Jahresstelle möglich)
sorgfältige, fundierte Einführung
zeitgemässe Anstellungsbedingungen
Arbeitsplatz in schönster Berglandschaft in
einem fortschrittlich strukturierten Betrieb

Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier mit Gerne erwarter wir im Bewerbungscosser mit Foto. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Theler zur Verfügung. Telefon 027 928 44 88, Fax 027 928 44 99 oder jmtheler@rhone.ch Weitere Informationen erhalten Sie unter www.artfurrer.ch

ART FURRER HOTELS**** 3987 Riederalp

152277/28703



Die interessieren sich für eine der schwierigsten Herausforderungen?

... die Direktion eines der erfolgreichsten Hotels der letzten Jahre.

Erfolg heisst für uns: neue Ideen realisieren, Faszination schaffen, Ziele erreichen.

Sind Sie teamstark und leistungsorientiert, haben Sie Charakter und Charisma, sind Sie hundertprozentiger Gastgeber, begeisterungsfähig, mit Führungserfahrung und dem nötigen Background?

Bitte senden Sie uns Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung:

Dr. Nuot P. Saratz . Laret 38 CH-7504 Pontresina Tel 081 - 842 61 61 · Fax 081 - 842 71 27 · nuot.saratz@saratz-gross.ch

Hotel Saratz · CH-7504 Pontresina / St.Moritz 130 Jahre sind eigentlich kein Alter für ein junges Hotel.



Wasser · Wohlbefinden · Golf

Unsere Mandantin, die Bad Schinznach AG, ist ein erfolgreiches Unternehmen welches sich auf Thermalbäder, Kurhotels, Kliniken und Therapien konzentriert. Sie ist bekannt für die professionelle Führung der fortschrittlichen Betriebe wie auch für das erholsame Ambiente.

Einer hochmotivierten und flexiblen Persönlichkeit bietet sich die Chance, als

Personalleiter/in mit Ausstrahlung

die Gesamtverantwortung für den Personaldienst, die Unterstützung von zwei Tochtergesellschaften sowie die Führung eines kleines Teams zu übernehmen. Es macht Ihnen Spass, sich mit den unterschiedlichsten Menschen sowie deren vielschichtigen Anliegen auseinanderzusetzen, trotzdem behalten Sie die betriebswirtschaftlichen Aspekte im Auge.

Sie verfügen über grosse Menschenkenntnisse, entscheiden situativ und überzeugen durch objektives Handeln. Sie wissen, Ihren Bereich optimal und zweckmässig zu organisieren. Bei der Bewältigung dieser vielseitigen Tätigkeit zeigen Sie viel Initiative und Professionalität. Diskretion, Loyalität und Flexibilität sind

Als Kauffrau/-mann mit Zusatzausbildung im HR-Bereich können Sie bereits auf eine breite Erfahrung und erfolgreiche Tätigkeit im Personalwesen – vorzugsweise in der Hotellerie (Grosshotel) - zurückblicken.

Eine verantwortungsvolle, äusserst vielseitige Position in einem erfolgreichen Unternehmen motiviert Sie. Geboten werden viel Freiraum für Ihre Ideen und attraktive Anstellungsbedingungen. Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.



mdg · Dieter E. Zeller · Dörflistrasse 50 · 8050 Zürich · Tel. 01 311 95 00 Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion E-mail: consulting@mdg.ch

hotel**job**

AUSZUG AUS UNSEREM KADER-STELLENANGEBOT

3°-Hotel im Norden von Zürich sucht per sofort in Jahresstelle eine aufgestellte Persönlichkeit als

Direktionsassistent/in

Die Stelle beinhaltet 50% Administration (Reservationen, Seminarkoordination, Mitarbeiterführung) und 50% Front/ Mithilfe Service. Zum Teil auch Duty-Dienst für das ganze Haus. Sie verfügen über Hotellerie- und Administrations-kenntnisse sowie gute Erfahrung im Réceptionsbereich, und helfen gerne tatkräftig mit. Sprachen: D/E, F von Vorteil.

Hotel/Restaurant zwischen Olten und Zürich mit regem Bankettbetrieb, sucht einen kreativen

Küchenchef

Einem jüngeren, talentierten Berufsmann mit Erfahrung als Sous-chef bietet sich ein Einstieg als Küchenchef. Aufgaben: Leitung eines Teams mit 8-10 Mitarbeitern, Ausbildung der Lehrlinge, Einkauf/Angebotsplanung, Überwachung Qualität/Hygiene. Es handelt sich um eine Jahresstelle. Eintritt nach Vereinbarung.

Für ein Erstklasshotel in Grindelwald suchen wir ab Dezember oder Januar in Jahresstelle eine

Chef de réception/w

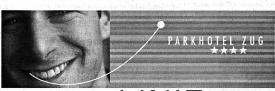
in ein 4-Personen-Team.
Anforderungen: Aufgestellte, gastorientierte Berufsfrau, welche vielleicht zum ersten Mal mehr Verantwortung im Réceptionsbereich übernehmen möchte. Sie sind belastbar, haben Organisationstalent und verfügen über fundierte Administrationskenntnisse. Sprachen: D, sehr gut F/E.

SIND SIE INTERESSIERT? GERNE ERWARTEN WIR IHRE BEWERBUNGSUNTERLAGEN AN UNTEN-STEHENDE ADRESSE, zHd. Frau Irène Porta.



Schweizer Hotelier-Verein

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



...ist das Parkhotel Zug mit dem modernen Congress Center Metalli ein gehobenes Businesshotel für Seminare und Kongresse. In erster Linie ist es aber auch das Firstclass-Stadt-, Weekend-, Erholungs- und Kulinarik-Hotel im Herzen der Zentralschweiz.

Für unseren Bereich Controlling & Administration suchen wir per Dezember 02 oder nach Übereinkunft eine/n flexible/n und innovative/n

LEITER/IN RECHNUNGSWESEN **UND ADMINISTRATION**

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und interessante Funktion: Wir bieten Innen eine abwechstungsteite und metersante Fulinktonis Selbständiges Führen der Finanzbuchhaltung, Zahlungsverkehr, Lohnbuchhaltung, Analysen und Reportings sowie das Erstellen von Monats- und Jahresabschlüssen. Des weiteren unterstützen Sie die Direktion bei der Budgetierung, koordinieren das Personalwesen mit den zuständigen Personen und führen allgemeine Sekretariatsarbeiten aus.

Sie bringen eine kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung mit und besitzen Erfahrung in der Führung einer Buchhaltung. Vorteilsweise kennen Sie sich in der Hotellerie aus. Gute Informatikkenntnisse, ein Flair für Zahlen und selbstständiges Arbeiten zeichnen Sie aus.

Interessiert daran, in einem professionellen Umfeld eine langjährige und verantwortungsvolle Herausforderung anzutreten? Dann senden Sie Ihre Bewerbung zu Handen von Frau Monica Vögeli an untenstehende Adresse.

UNSERE TELEFONLINIE IST OFFEN – WIR FREUEN UNS AUF IHREN ANRUF

congress center metalli Parkhotel Zug bar restaurant à point [el. +41 (0) 41 727 48 48 Fax +41 (0) 41 727 48 49 phz@parkhotel.ch www.parkhotel.ch

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

htr

Wir sind ein grosser Restaurationsbetrieb an zentraler Lage in der Stadt Basel und suchen per 1. November 2002 oder nach Vereinbarung einen

Administrations-Leiter

In den Aufgabenbereich fallen insbesondere das Führen des gesamten Administrationssekretariats und die operationelle Kontrolle, die Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung, die Schulung und Betreuung der kaufmännischen Lehrlinge, die Programmierung und Betreuung des EDV-Konzeptes sowie, in Zusammenarbeit mit der Revisionsstelle, das Erstellen von Monatsabschlüssen, Budgets und Cash-Flowplanung.

Von unserem Kandidaten erwarten wir einen Hotelfach-schulabschluss oder eine fundierte kaufmännische Aus-bildung. Sie sollten über 25 Jahre sein und eventuell bereits Erfahrung in einer ähnlichen Position haben. Zu Ihren weiteren Vorzügen gehören Belastbarkeit sowie eine speditive und genaue Arbeitsweise.

Wenn Sie Ihre Karriere in einem zukunftsorientierten und erfolgreichen gastronomischen Unternehmen fortsetzen möchten, dam freuen wir uns auf Ihre vollständigen Be-werbungsunterlagen mit Photo.

Bahnhof Restaurants Basel Centralbahnstrasse 14 CH-4002 Basel

zhv Frau Cathrin Leiber Telefon 061 295 39 15 per@bahnhofrestaurants.ch



Wir finden für Sie die Xadel im Heuhaufen

Imboden Personalservice sucht im Kundenauftrag für ein sportliches und modernes ****-Hotel im Berner Oberland Sie als

Chef de réception, w, m

Sie bringen einige Jahre Erfahrung an der Réception sowie gute Fidelio-Kenntnisse mit.

Das Ferienhotel mit 56 Zimmern bietet Ihnen eine Jahresstelle und selbständiges Arbeiten.

Weitere Infos erteilt Ihnen gerne Daniel Imboden, Tiel.-N. 033 821 15 15/16 Fax.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.imboden-jobs.ch

Haben Sie noch Fragen? Zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren:

IMBODEN PERSONALSERVICE Daniel Imboden General-Guisanstr. 27 B, 3800 Interlaken E-Mail: info@imboden-jobs.ch



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für innere Medizin mit integrierter Rehabilitation

In grossem Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen, 125 Betten und 200 Mitarbeiter.

Zur Verstärkung unseres Réceptionsteams suchen wir per 1. Dezember 2002 oder nach Übereinkunft eine freundliche

Telefonistin

Wenn Sie eine **neue Herausforderung** mit vielseitigem Tätig-keitsgebiet reizt und Sie es schätzen in einer prachtvollen Umge-bung in der Nähe von Kreuzlingen, Schaffhausen und Frauenfeld zu arbeiten, dann... lesen Sie weiter.

Das Aufgabengebiet beinhaltet Umgang mit dem Telefon (Zentrale: DeTeWe) und Bedienung der Personensuchanlage. Koordination verschiedener Arbeiten zwischen den Departementen, diverse Sekretariatsarbeiten auf IBM PC (Microsoft Word/Excel), Arbeiten mit E-Mail. Freude am Umgang mit Patienten und Gästen an der Front.

Ein freundlicher Arbeitsplatz im Schlossteil erwartet Sie. Internes Personalrestaurant, grosszügige Anstellungsbedingungen, moderne, helle Dienstwohnungen ca. 5 Gehminuten entfernt direkt am See.

Die besten Voraussetzungen sind eine kaufmännische Grundausbildung oder Hotelfachausbildung, gute Fremdsprachenkenntnisse, gepflegte Erscheinung, angenehme Umgangsformen, Bereitschaft für eine längere Zusammenarbeit.

Sollten wir Sie neugierig gemacht haben, so senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf, Passfoto und Zeugnissen zu. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen selbstverständlich telefonisch jederzeit zur Verfügung, garantieren Ihnen absolute Diskretion. Auf Ihre interessante Bewerbung freuen wir uns.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG

Flandrina C. von Salis Vizedirektorin/Personalchefin CH-8265 Mammern (Bodensee) TG Telefon 0041 52 742 11 11 fvs@klinik-schloss-mammern.ch www.klinik-schloss-mammern.ch



152161/23728



Angst + Pfister AG, Inhaberin des Gasthofs zum Bären, Nürensdorf, und Frau Lucia Eppisser, Geschäftsführerin/Herr Felix Eppisser, Küchenchef, suchen gemeinsam auf das Frühjahr 2003 die Nachfolger des

Geschäftsführer-Ehepaars im Gasthof zum Bären

16 Punkte GaultMillau 1 Stern Guide Rouge Suisse/MICHELIN 91 Punkte guide-bleu.ch

Bewegung, Initiative, Neuorientierung: Lucia und Felix Eppisser möchten sich nach 6-jähriger Auf- und Ausbau-Arbeit im Bären beruflich neu orientieren und suchen eine reitere, einzigartige Herausforderung.

Offenheit, Motivation, Kreativität: Sie freuen sich auf einen neuen Lebensabschnitt und danken Angst + Pfister für die gute Zusammenarbeit.

Angst + Pfister bedankt sich ihrerseits bei Frau Lucia und Herrn Felix Eppisser. Unser Haus soll auch in Zukunft ein besonderer Hort der Gastlichkeit bleiben. Kontinuität in der Unternehmensphilosophie, Aufrechterhaltung der hohen Qualität, Kreativität und Innovationsfreudigkeit bleiben unsere Ziele.

Wir wenden uns an ambitiöse Paare mit entsprechendem Erfolgsausweis, die bereit und in der Lage sind, neue Herausforderungen anzunehmen und den hohen Zielsetzungen gerecht zu werden.

> Ansprechpartner: Ansprechpartner:
> HoReGa Select AG, Kaderberatung,
> Frau Y. Hirsbrunner, Herr R. Reutener
> Stänzlergasse 7, 4051 Basel
> Tel. 061-281 95 75/281 95 91
> Fax 061 281 75 45



Alte Winterthurerstrasse 45, 8309 Nürensdorf Telefon 01 838 36 36, Telefax 01 838 36 46



Für unser Restaurant direkt am Zugersee suchen wir nach Vereinbarung eine/einen

Restaurationsleiter / in

Sie sind eine teamfähige, belastbare Persönlichkeit mit Erfahrung im Organisieren von Banketten, Führen von Mitarbeitern und Betreuung der Gäste.

Wir sind ein Restaurant mit Gartenterrasse bis 70 Plätze, Bankett Räumlichkeiten bis 80 Plätze, gehobene, saisonale, marktfrische Küche.

> Wir bieten gute Entlöhnung. Regelmässige Arbeitszeiten, Dienstag geschlossen. Weiterbildungs Möglichkeiten.

> > Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto an: Familie Matthey – Kohler Restaurant Villette 6330 Cham Tel: 041/780 55 36



initiativ

Der Bereich Postauto fährt jährlich 94 Millionen Kundinnen und Kunden sicher und zuverlässig ans Ziel und leistet damit einen Beitrag zur Umwelt. Diese Dienstleistung stellt einen wichtigen Pfeiler im regionalen Personenverkehr wie auch im Tourismusbereich dar.

Leiterin/Leiter Operating

Ihr Verantwortungsbereich: Als Leiter/in Operating unserer Inr Verantwortungsbereich: Als Leiter/in Operating unsere dynamischen Organisationseinheit Postauto Tourismus sind Sie zuständig für die Abwicklung von Ausflugsfahrten von der Offerte bis zur Rechnungsstellung. Sie disponieren die Fahrzeuge und heifen mit bei der Gestaltung von Angebote sowie beim Aufbau und Pflege eines Key Account Manage-ments. Sie nehmen an touristischen Fach- und Publikums-messen im In- und Ausland teil.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine kaufmännische Berufsbildung mit Weiterbildung im Tourismus. Zu Ihren Stärken gehören organisieren, disponieren und unternehmerisches Denken. In hektischen Zeiten bewahren Sie einen kühlen Kopf. Gute Englisch- und Französischkenntniss

Wir bieten: Eine sehr interessante und vielseitige Tätigkeit in einem motivierten Team, mit Arbeitsplatz im Herzen von Interlaken. Sie profitieren von modernen Anstellungs-bedingungen, gute Sozialleistungen und Weiterbildungs-

Ihr nächster Schritt: Wenn wir Ihre Freude am Car-Inr nachster Schritt: Wenn wir nie Freude am CarGeschäft geweckt haben und Sie mehr über diese Stelle
erfahren möchten, gibt Ihnen Frau Ursula Mühlemann,
Leiterin Operating, Tel. 033 828 88 34 gerne Auskunft.
Bitte senden Sie Ihr Bewerbungsdossier an folgende Adresse:
Die Schweizerische Post, Geschäftsbereich Postauto,
Personal, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern
www.post.ch/jobs

PostAuto DIE POST 3

HOTEL DES BALANCES

Nach Vereinbarung suchen wir für unser lebhaftes Erstklasshotel zur Unterstützung unseres Réceptionsteams noch folgende interessierte und motivierte Persönlichkeit:

RECEPTIONIST/IN

Es erwartet Sie ein junges und motiviertes Team mit einer aufgestellten Chef de réception. Sie sind eine verantwortungsbewusste, kommunikative Gastgeberpersönlichkeit, die mit Elan und Verkaufsstärke mithilft, unser Haus im Logementbereich optimal auszulasten. Fundierte Sprachkenntnisse (E/F) sowie Windows- und Fidelio-Erfahrung setzen wir voraus. Wenn Sie sogar schon mit Best Western vertraut

Interessiert? Frau Doreen Teichert (Chef de réception) gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte oder freut sich über Ihre vollständige schriftliche Bewerbung mit Foto.

> HOTEL DES BALANCES Weinmarkt CH-6000 Luzern 5 Switzerland Tel ++41 41 418 28 28 Fax ++41 41 418 28 38 info@balances.ch wy



Wir sind ein persönlich geführtes, ganzjährig geöffnetes ****Hotel im Herzen von Gstaad, haben 90 Betten und 230 Sitzplätze in unseren 3 Restaurants.

Für unsere lebhafte Réception suchen wir nach Vereinbarung

Réceptionist (m/w)

Damit unser Réceptions-Team vollständig ist, brauchen wir noch eine/n Réceptionisten/-in die/der schon ein oder zwei Jahre an der Réception auf dem Buckel hat, den üblichen Krimskrams an der Réception selbständig erledigen kann und zudem noch ein paar Sprachen schreiben und sprechen kann.

Ich freue mich auf Ihre schriftliche oder telefonische Kontaktaufnahme!

Bettina Frey, Chef de Réception
HOTEL BERNERHOF 3780 Gstaad
Telefon: 033 748 88 44; Fax: 033 748 88 40
www.bernerhof-gstaad.ch, info@bernerhof-gstaad.ch
www.stellen-gstaad.ch



ST. MORITZ

Wollten Sie sich schon immer den spannenden Herausforderungen einer Grand-Hotel-Eröffung stellen? Arbeiten Sie gerne im Team und messen Sie sich am liebsten an hohen Ansprüchen? Sind Sie hochmotiviert?

Bauen Sie mit am jüngsten Hotel der Kempinski Familie in St. Moritz!

Für das Pre-Opening-Team des Kempinski Grand Hôtel des Bains, Eröffnung im Dezember 2002, suchen wir Sie als

Buchhalter (m/w)

Cafeteriamitarbeiter (m/w)

Chasseur/Chauffeur/Doorman (m/w)

Lohnbuchhalter 50 % (m/w)

Steward (m/w)

Trainee (m/w)

Zimmermädchen (m/w)

Die genauen Beschreibungen und Vorraussetzungen für diese Positionen, sowie weitere Stellenangebote finden Sie unter www.kempinski-jobs.de

Kempinskis erstes Grand Hotel in der Schweiz befindet sich in einem historischen Gebäude im weltberühmten Kurort St. Moritz, das nun mit großem Aufwand restauriert wird. Neben 171 Zimmern der Luxuskategorie, dem Kongressbereich und verschiedensten gastronomischen Outlets wird das Kempinski Grand Hötel des Bains seine internationalen Gäste durch Spa mit Innen- und Außenpool und einem Beauty Center verwöhnen.

Dem Hotel angeschlossen ist ein Casino, eine hochmoderne Klinik und Tennisplätze in der Halle sowie im Freien.

Das Kempinski Grand Hötel des Bains ist einer der über 30 Betriebe von Kempinski Hotels & Resorts, der traditionsreichsten sowie eine der führenden Luxus-Hotelgesellschaften der Welt. Als dynamische und expandierende Management-Gruppe bieten wir unseren Beschäftigten neben beruflicher Zukunftsperspektive ein motivierendes Arbeitsklima und vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten. Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Kempinski Grand Hôtel des Bains CH-7500 St. Moritz • Switzerland
Tel. +41 81 836 2122 • Fax +41 81 836 2112
E-mail: amy.weibel-tao@kempinski.com • www.kempinski.com



htr

Vom Koch bis zur Gouvernante.

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

STEIGENBERGER

HOTELS & RESORTS Der Mensel im Mittelfunkt

Wir sind die Schweizer Niederlassung einer bekannten, international tätigen Hotelgesellschaft. Unsere neuen Büros befinden sich an verkehrsgünstiger Lage in Thalwil. Zur Verstärkung unseres kleinen, erfahrenen Teams suchen wir per Anfang Januar 2003 eine engagierte, aufgestellte Kollegin als

Sales-Assistant

(Innendienst)

Sie erledigen sämtliche administrativen Aufgaben im Verkaufsbüro und sind die jederzeit freundliche und hilfsbereite Anlaufstelle für unsere zahlreichen Firmenkunden und touristischen Partner. Sie vereinbaren Gesprächstermine für unseren Aussendienst, bearbeiten Veranstaltungs-anfragen, führen Statistiken, kommunizieren nach innen und aussen und erledigen alle anfallenden Sekretariatsarbeiten mit Freude. Sie unterstützen Ihre ArbeitskollegInnen bei der Planung und Realisierung verkäuferischer Massnahmen. Kurz: Sie sind das Herz und die Seele unserer Verkaufsabtei-

So stellen wir Sie uns vor: nicht älter als 40, offen und belastbar, mit einer soliden Ausbildung (KV, Handelsschule oder Hotel/Tourismus), selbständig, zuverlässig und exakt. Ihr Deutsch ist stilsicher, Ihre Kenntnisse in E/F sind gut. Sie sind gewandt im Umgang mit dem PC und kennen sich aus mit WORD und EXCEL. Darüber hinaus verfügen Sie über eine sympathische gerstlegte Frscheinung mit ausgestigten Sien für Toenwelk und Hatse, gepflegte Erscheinung mit ausgeprägtem Sinn für Teamwork und Humor wie Flair im Umgang mit Menschen.

Angesprochen? Dann sollten Sie uns sofort kontaktieren. Ihre vollständigen werbungsunterlagen mit Foto erreichen uns unter

Steigenberger Hotels AG

Heinz P. Hösli, Area Manager, Gotthardstrasse 18, PF 1182 CH-8801 Thalwil e-mail: hhoesli@steigenberger.ch www.steigenberger.ch

Mit Schweizer Betrieben in Gstaad-Saanen, Davos und Zürich



SPORTHOTEL VICTORIA, GSTAAD

Wir suchen SIE, eine aufgestellte, belastbare und teamfähige Person für unser lebhaftes ***Hotel ab Mitte/Ende November oder nach Vereinbarung als

Sous-Chef

Servicefachangestellte/r(D/F)

Für Club 95

Barmaid

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf

Sporthotel Victoria, Herr H. Oehrli 3780 Gstaad, Berner Oberland Telefon 033 748 44 22



Wir brauchen mehr flinke Hände, fröhliche Gesichter und kreative Verkaufstalente um unseren Gästen weiterhin den Service zu bieten, welchen sie von uns gewöhnt sind.

Unser Team freut sich auf einen ausgebildeten

Servicemitarbeiter (m/w)

mit hohem Qualitätsbewusstein und viel Liebe für Kaffee und Wein. Gute Weinkenntnisse sind erforderlich. Eintritt nach Vereinbarung. Teilzeitstelle ist möglich.

In unserem Team fehlt zudem ein

Allrounder (m/w)

für den Einsatz in der Bistro-Küche, am Buffet und im Office. Erfahrungen als Hilfskoch sind erforderlich.

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

mani's coffee & wine bar Barbara Hatebur-Mani Panoramastrasse 1A, CH-3600 Thun

Sie haben noch Fragen? Rufen Sie an. Telefon 033 221 60 65 152290/419139



ARVENBUEL

Das Silence-Hotel Arvenbüel auf der Sonnenterrasse Amden über dem Walensee sucht für die Wintersaison

2 Zimmermädchen

Sie verfügen über sehr gute Deutsch-kenntnisse, sind flexibel, an selbständi-ges, exaktes Arbeiten gewöhnt und haben Erfahrung in der Lingerie, dann freuen wir uns, Sie persönlich kennen-zulernen.

Rufen Sie uns an, wir geben Ihnen gerne weitere Auskünfte.

am. Rüedi, Silence-Hotel Arvenbüel 873 Amden Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01 Montag Ruhetag 152095/141321





Modernes Stadthotel mit 63 schmucken Hotelzimmern (jedes Zimmer hat seinen eigenen Wasserfall – Kaskade), Seminar-und Bankettbereich, Restaurant mit trendiger Gastronomie, Bar und Party-service.....das sind wir!!!

Ich Ruth Furger, Chef de Réception suche

Receptionist/in

Sprechen Sie gut Deutsch, Englisch und Französisch? Sind Sie flexible Arbeits-zeiten gewohnt? Haben Sie Erfahrung an einer Hotelréception?

Bei uns können Sie sich, mit viel Selbstverantwortung, in einem motivierten 7 Personen Team am Empfang, entfalten. Gerne lerne Ich Sie kennen. Der Eintritt ist 1. Dezember 2002.

hotel cascada · bundesplatz 18 ch-6003 luzern tel. 041 226 80 88 · fax 041 226 80 00 info@cascada.ch · www.cascada.ch Das Kongresshaus im Herzen der Stadt Zürich mit 11 Sälen unter-schiedlichster Grösse für 10 bis 1800 Personen, zwei Restaurants mit Garten, einem Dancing und einer Discothek, sucht per sofort oder nach Vereinbarung zur Verstärkung des Teams



eine Hotelfachassistentin

Sie haben eine entsprechende Ausbildung absolviert, evtl. bereits Berufserfahrung erworben, sind initiativ, flexibel und belastbar. Unregelmässige Arbeitszeiten schrecken Sie nicht ab? Dann sind Sie die richtige Person!

Für unsere Küche suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung

Hilfsköche & Jungköche

Sie arbeiten selbständig und gewissenhaft und sind interessiert, in einer Grossküche zu arbeiten ?

Wir bieten Ihnen sehr abwechslungsreiche und interessante Tätigkeiten mit Aufstiegsmöglichkeiten, in einem grossen und sehr vielseitigen Gastronomieunternehmen.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto

iebsgesellschaft Kongresshaus Zürich AG Carole Büchi Personalleiterin Gotthardstrasse 5 Postfach 2523 8022 Zürich Tel. ++41 (0)1 206 36 36 c.buechi@kongressh

RAMADA.-TREFF. HOTEL REGINA TITLIS

WERDEN SIE PARTNER/IN

Wir sind ein führendes ****-Hotel im Sommer- und Wintersportort Engelberg. Mit unseren 128 Zimmern, 3 Restaurants, Seminar- und Kongressräumlichkeiten sind wir gleichzeitig das grösste Hotel im Ort.

Per 1. Dezember oder nach Vereinbarung suchen wir...

... für unser lebhaftes Restaurant

à la carte-Kellner/in D/E

... für unser italienisches Ristorante La Strega

à la carte-Kellner/in D/E

... für unsere Regina-Café/Bar

Barmitarbeiter/in

... für unsere Etage

Zimmermädchen **Portier**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Roland Odermatt, Direktor

RAMADA-TREFF HOTEL REGINA TITLIS

Dorfstrasse 33, 6390 Engelberg

Telefon+41 (0)41 639 58 58

Fax+41 (0)41 639 58 59

rodermatt@ramada-treff.ch

www.ramada-treff.ch

Hotel - Restaurant (P(=)U/>Z CH-3715 Adelboden

e-mail: hotel-kreuz@bluewin.ch

In unserem aufgestellten Team, fehlt uns noch eine motivierte und freund-liche

Servicefachangestellte

per 1. Dezember 2002 in Saison-oder Jahresstelle Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihren Anruf! Familie B. Rosser-Frieden Telefon 033 673 21 21

HOTEL **HEILQUELLE*****

3954 LEUKERBAD VS

Für die kommende Wintersaison mit Eintritt 21. 12. 2002 suchen wir noch folgende Mitarbeiter/innen:

RÉCEPTIONS-PRAKTIKANTIN JUNGKOCH

SERVICE-Mitarbeiter m/w für Restaurant - Pizzeria - Speisesaal **HOTELFACHASSISTENTIN**

Fühlen Sie sich angesprochen?

Senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen mit Foto, oder rufen Sie uns einfach an:

Familie S. Loretan-Grichting Tel. 027 470 22 22 Fax 027 470 37 93 E-mail: info@heilquelle.ch Internet: www.heilquelle.ch



Wir suchen Schweizer

Servicemitarbeiterin

Vollzeit, Teilzeit oder als Aushilfe für unseren vielseitigen Betrieb. Hotel Restaurant Jura Pub - Bar Donegal Bahnhofplatz 6 in 3210 Kerzers Christoph Zwahlen Telefon: 031 756 06 06

HOTEL WEISSES KREUZ * 3800 INTERLAKEN**

Wir suchen auf die kommende Win-tersaison mit Eintritt 15. Dezember 2002 oder nach Vereinbarung in Jahresstelle

Sekretärin/ Réceptionistin

Abgeschlossene KV-Lehre oder gleichwertige Ausbildung sowie Erfahrung im Hotelfach unerlässlich. EDV-Front-Office FIDELIO. Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen an:

Familie Bieri HOTEL WEISSES KREUZ 3800 Interlaken Telefon 033 822 59 51

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

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

hotel**job**

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

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).

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vou: manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talon: de candidatures que vous souhaiteriez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.—, pour 12 mois: fr. 600. (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

(üche	/ Cuisine														Haus	wirtschaft / Ménag	je 🥏		113/1/21
	2	3	4 !	5	6	7	8								1	2	3 4 5 6	7	.8 @ \
993	Kü'chef/Sous-chef	42	FR I	-EG	Dez.	D/E/F	Skigebiet	6006	Service/w	36	CH	sofort	D	Aarau/Tagesbetr.	5994	Anfangsgouvernante	37 TK B Jan.	D/F	ZH
996	Hilfskoch/Koch	42	CH		n. Ver.	D/E		6007	Chef de rang/w	36	DE L-EG	Dez.	D/E	GR/ZH/BS	5999	Zimmerfrau	30 PT L-EG sofo	T 1	
998	Sous-chef/Koch	31	FR I	-EG	n. Ver.	D/E/F		6009	Chef de service	31	CH	Nov.	D/E/F	Zentral-CH	6012	Chauffeur/Hausmeister	25 DE L-EG Dez.	D/E	Zermatt/Arosa/Day
001	Betr.leiter/Küchenchef	42	CH-		n. Ver.	D	Winterthur	6011	Kellner	27	CH	sofort	D/E/F/I	Baden/Davos/Arosa	6014	Zimmerfrau	25 CH Nov.	D/E/I	BS/BL
003	Chef de partie	21	FR I	-EG	n. Ver.	E/F		6013	Kellner	23	ES L-EG	Dez.	D/E/F	GR	6017	Zimmerfrau	47 PT L-EG sofo	E/F	zus, mit 6018
004	Küchenchef	29	IT 1	-EG	Nov.	D/E/F/I	ital. Spez.	6016	Sefa/Gafa	24	CH	Dez.	D/F	BE-Oberland	6024	Couvernante	25 CH Nov.	D/E	3*-5*-Hotel/BE
015	Küchenhilfe	26	PT I	-EG	Nov.	1	Kalte Küche	6022	Service/Réception	44	CH	sofort	D/E/F/I	GR	6025	Zimmerfrau	27 PT LEG sofo	t D/F/L	BE-Oberl./zus. mit 6
018	Hilfskoch	52	PT I	-EG	sofort	E/F	zus. mit 6017	6030	Service/Bar/Aide du p.	49	CH	n. Ver.	D/E/F	LU/ZG/AG/SO	6027		59 CH Dez.		GR 🗧
021	2. Pâtissière	36	IT I	-EG	Nov.	E/I		6032	Kellner	40	CH	sofort	D/E/F/I	Lugano+Umgeb.	6036	Nachtportier	38 IT L-EG sofo	E/F/I	
023	Koch	49	DE I	-EG	Dez.	D/E/F/I	BS/BL/ZH	6034	Chef de service/Kellne	r 49	·IT C	Nov.	D/E/F/I	SZ/LU/ital. Rest./Tagesbetr.	6040) Haushilfe	22 PT L-EG Dez.	F/I	Arosa/GR
026	Küchenhilfe	28	PT I	-EG	sofort	D/F/I	BE-Oberl./zus. mit 6025	6035	Kellner	31	CZ L-22	Jan.	D	ZH/AG/BE	6046	Zimmerfrau	38 PT LEG Nov.	D/F	ZH/AG
029	Koch	48	CH		sofort	D	BS/BL/SO	6037	Sefa	25	CH	Nov.	D/F	West-CH	6047	Gouvernante	21 CH Dez	D/E/F	SO/Bern
031	Sous-chef/Koch/w	33	CH		n. Ver.	D	AG/SO/BE/LU	6041	Service	35	IT L-EG	sofort	D/E/I			が できる	9		Kalifornia Virginia
033	Pâtissier	37	CH		Dez.	D/E/F	Deutsch-CH												10000000000000000000000000000000000000
039	Koch/Påtissier	22	FR I	-EG	Nov.	D/E/F	BE/BS/VS												
042	Alleinkoch/Chef de p.	47	CH		Nov.	D	LU/ZG/ZH/SZ							1669			- X		
043	Koch/Service	26	PT E	3-EG	sofort	D/F/I	Bern+Umgeb.	Admi	nistration / Admi.	nist	ration			建设。	(1)				
044	Kü'chef/Alleinkoch	54	DE (n. Ver.	D/E/F/I	BS+Umgeb.	1 .	2	3	4 5	6	7	8	-1	Referenznummer - N	uméro des candia	ats	SECTION SECTIO
049	Pizzaiolo	31	IT I	-EG	sofort	E/I		5995	Chef de réception	39	DE B-EC	n Ver	D/E/F/I	GR/ZH	2	Beruf (gewünschte Po	sition) - Professi	on (positio	on souhaitée)
050	Koch	22	CH		Jan.	D/E	GE/NE	6000	Réceptionsprakt./w		CH	Nov.	D/E/F	GR	3	Alter - Age			
053	Sous-chef/Chef de p./w	37	CH		Jan.	D	SG	6005	Direktor		DE B-EC		D/E/F	BS/GE/ZH/LU	4	Nationalität - Nation			
054	Küchenchef	33	CH		Jan.	D/E	3*-Hotel/BE-Oberland	6008	Réceptionistin		AT L-EG		D/E/I	4*-Hotel	5	Arbeitsbewilligung -	Permis de travail	pour les é	trangers
								6010	Direktionsassistent		CH	sofort	E/F	West-CH/BE	6	Eintrittsdatum - Date			
								6019	Réceptionspraktikant		CH	Nov.	D/E/F	All	7	Sprachkenntnisse – C			
								6020	Bankett-Ass./F&B-Ass.		CH	Nov.	D/E/F/I	4*-5*-Hotel/West-CH	8	Art des Betriebes / At	beitsort (Wunsch)		
Service	/ Service							6038	Anfangsréceptionistin		IT B	Dez.	D/F/I	ZG/LU		Type d'établissement	/ région préférée	(souhait)	ARCA A
	2	3	4 !	5	6	7	8	6045	Gesch.führerin/Chef de			sofort	D	ZH/AG/LU/ZG		A CONTRACTOR OF THE PARTY OF TH			A SECTION
992	Barman	35	ΔТ I	3-EG	sofort	D/E		6048	Réceptionspraktikum		CH	sofort	D/E/I	GR/Chur+Umgeb.			THE RESERVE		
		35			sofort	D/E	ZH	6051	Direktionssekretärin		CH	Jan.	D/E	LU+Umgeb.	100		建筑器	N 1	
		26			Nov.	D/E	GR	6052	Anfangsréceptionistin			Jan.	E/F/I	Deutsch-CH	T.			PA.	
	Durrium	20	011		1404.	U/ L													

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.

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

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 / <i>Prénom</i> :
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalităt / <i>Nationalité:</i>
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:
Bemerkungen / Remarques:	
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:	는 사람들이 되었다. 그는 사람들이 되었다면 하는 것이 되었다면 되었다. 그는 사람들이 되었다면 되었다면 보다 되었다면 보다 되었다면 보다 되었다.
Deutsch / Allemand: Französisch / Français: Italienisch / It	talien: Englisch / Anglais:
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moye	nnes, 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.	Substitution (Volly bis) / Substitution (Volly b
2.	
3.	
Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entspreche	en. / Le soussiané/la soussianée certifie l'authenticité de ces informations
Datum / Date:	Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: \Box Ia - \Box Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): \Box Oui - \Box Non Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse negative de votre part, nous ne pourrons pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:

Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Berne

Service des hôteliers, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Für unseren Bereich Human Resources in Bad Ragaz suchen wir eine engagierte Persönlichkeit als

PERSONALBEREICHSLEITER/IN

In Ihrer Funktion betreuen Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Grand Hotels Bad Ragaz. Sie pflegen gerne Kontakte zu Menschen aus verschiedenen Kulturen sowie zu internen und externen Stellen. Mit Ausnahme der Lohnbuchhaltung sind Sie für sämtliche Belange des Personalwesens Ihres Bereiches verantwortlich. Anspruchsvolle Projektaufgaben im HR runden die nicht alltägliche Kaderfunktion ab.

Sie haben die Ausbildung zur Personalfachfrau/-mann mit eidg. FA erfolgreich abgeschlossen und konnten bereits mehrere Jahre im Bereich Human Resources eines Hotels oder Touristikbetriebes Ihre praktischen Erfahrungen sammeln. Sie sind mit arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Bestimmungen bestens vertraut. Unternehmerisches Denken und Handeln, Kontaktfähigkeit auf allen Stufen sowie persönliche Belastbarkeit sind für Sie selbstverständlich. In den Sprachen (D, E und evtl. I) zeigen Sie sich ebenso sattelfest wie im MS-Office-Umfeld.

Wir bieten Ihnen eine selbständige Tätigkeit mit viel Eigenverantwortung in einem interessanten, vielseitigen und dynamischen Umfeld.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Hanspeter Schwendener, Leiter Human Resources, nimmt gerne Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto entgegen und beantwortet erste Fragen telefonisch (081 303 27 20) oder per E-mail: hanspeter.schwendener@resortragaz.ch

* * * * *
GRAND HOTEL QUELLENHOF





GRAND HOTELS
BAD RAGAZ



Health, Spa & Golf Resort



CH-7310 Bad Ragaz · Telefon +41 (0)81 303 30 30 · Fax +41 (0)81 303 27 21 · www.resortragaz.ch

SCHWEIZERHOF BERN



Wir sind ein traditionsreiches 5-Stern-Hotel mit 84 Zimmern und Suiten im Herzen der Stadt Bern. Zwei Restaurants, die Hotelbar sowie ein grosses Raumangebot für Konferenzen, Tagungen und festliche Anlässe runden das Angebot ab. Zur Unterstützung unseres Room-Service-leams suchen wir eine/n motiverte/n

SERVICEMITARBEITER/IN

Voraussetzungen für diese Stelle sind eine abgeschlossene Ausbildung als Servicefachangestellte/r in einem 4- oder 5-Stern-Hotel, Erfahrung im Room-Service sowie sehr gute Deutsch-, Englisch- und Französischkenntnisse. Sie sind belastbar, haber ein gepflegtes Auftreten sowie vorbildliche Umgangsformen und sind es gewohnt, selbständig zu arbeiten.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr vorhandenes Wissen zu vertiefen und Neues dazuzulernen. Ein junges, gästeorientiertes Team heisst Sie herzlich willkommen!

Schicken Sie uns Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto oder rufen Sie für genauere Informationen bei uns an. Frau Regula von Niederhäusern, Persönalverantwortliche, freut sich auf Ihre Bewerbung.

Schweizerhof Bern Bahnhofplatz 11, 3001 Bern Tel. 031/327 67 04, Fax 031/326 80 90 www.schweizerhof-bern.ch e-mail: team@schweizerhof-bern.ch



Le Mirador

***** RESORT HOTEL, SPA & CONFERENCE CENTER

Hôtel 5*, situé sur la Riviera Suisse, recherche pour entrée de suite ou à convenir

CHEF DE PARTIE DEMI-CHEF DE PARTIE COMMIS

CHEF DE RANG

CHEF DE CUISINE

pour cuisine traditionnelle Suisse

Veuillez adresser votre dossier complet à

The. Jeading Hotels of the Agnès Raulic Responsable du Personnel Hôtel Le Mirador 1801 Le Mont-Pèlerin

Tél. 021 925 17 76 Fax 021 925 15 08 personnel@mirador.ch



152394/25160

Ruhig & trotzdem zentral Lauterbrunnental



Schützen

CH-BE22 Lauderbrunnen

Nur 15 Autominuten von Interlaken entfernt! Ein Katzensprung

Für die Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir noch:

Service-Mitarbeiterin und Service-Bar-Mitarbeiterin sowie Küchenhilfe/Hilfskoch/Reinigung

Mit Ihrer gesunden und positiven Einstellung machen Sie aus unserer eingespielten Crew ein

DREAM-TEAM!

Interessiert? Dann senden Sie uns doch Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen oder schauen Sie sich unseren Familienbetrieb aus der Nähe an. Kontaktadresse:

Familie P. von Allmen
Hotel/Restaurant Schützen AG
Dorfstrasse
CH-3822 Lauterbrunnen/Tel. 033 855 20 32
E-Mail: bewerbung@hotelschuetzen.com
Berner Oberland/Schweiz



Familie Zimmermann-Birrer Restaurant Müli Mülirain 1 CH-5243 Mülligen

Nach einem fantastischen Um- und Anbau dieser stilvollen Alten Mühle in einem erstklassigen Restaurationsbetrieb mit hohem Niveau in allen Bereichen, direkt an der Reuss gelegen, braucht unser Küchenorchester Verstärkung!

Wir sind:

- anders als die anderen hoch motiviert, nur das Beste zu geben
- Perfektionisten und dem Kochen aus Leidenschaft

Darum suchen wir per sofort, evtl. auf den 15. Oktober 2002

jungen Chef de Partie w/m

- Was bieten wir Ihnen:
 Verwirklichung der Ideen und Kreativität
 geregelte Arbeitszeiten
 MO/Di Ruhetag

 - Wohnungen vorhanden und vieles anderes mehr!

Zögern Sie nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen: Tel. 0041 56 225 11 54, Fax 0041 56 225 20 58 info@mueli-muelligen.ch / www.mueli-muelligen.ch



Unser Seehotel Pilatus ist das führende ****Ferien- und Seminarhotel direkt am Vierwaldstättersee. Seine 120 Betten werden ergänzt durch ein hochstehendes gastronomisches Angebot. Unsere treuen und anspruchsvollen Gäste dürfen sich nicht nur auf ein wunderschönes Haus mit allen Annehmlichkeiten in einmalig schöner Umgebung freuen, sondern auch auf ein hochmotiviertes, fachlich kompettes Gastgeber- und Mitarbeiter-Team. Wenn auch für Sie der Kontakt mit dem Gast und seine Zufriedenheit Ihr grösstes Anliegen und Freude ist, nehmen Sie doch Teil an der grossen Aufgabe, unser Haus über alle andern herauswachsen zu lassen. Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab ca. Anfang/Mitte Dezember

Réceptionistin versiert und mit Berufserfahrung, D. E

Fühlen Sie sich von dieser Herausforderung angesprochen, rufen Sie uns kurz an; gerne würden wir Sie kennenlernen und Ihnen unseren Betrieb persönlich vorstellen. Bitte bewerben Sie sich schriftlich! Für die Familie Fuchs, Fuchs Hans, Telefon 041 632 30 30



Betriebe suchen

Die 3*-Betriebe in Chur sind ein dynamisches Gastronomie-Unternehmen: Romantik Hotel Stern, Restorant Contro-versa, Vinoteca, Controvini und Restaurant Calanda, welche per SOFORT oder nach Vereinbarung SIE als neues Team-

Buchhalter/in

(geregelte Arbeitszeit)

Zu Ihren Aufgaben gehören folgende Bereiche im Auftrag aller 3 Betriebe:

- er 3 Berriebe: Betreuung der Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung Finanzbuchhaltung inkl. Abschlüsse Mitarbeit und Ablösung der Personaladministration

Sie haben eine fundierte Ausbildung (KV-Abschluss, evtl. sogar einige Jahre Berufserfahrung im Treuhandbereich) und Sie verfügen über gute PC-Kenntnisse in der Finanz-buchhaltung. Für diese anspruchsvolle Tätigkeit suchen wir eine initiative, belastbare und kontaktfreudige Person (m/w). Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit

Frau Sandra Brunner, Romantik Hotel Stern Reichsgasse II, 7000 Chur Tel. 081 258 57 57/ mail: info@stern-chur.ch Erfahren Sie mehr über uns unter: www.stern-chur.ch



Wir bieten Ihnen was Sie suchen! Ab sofort oder Übereinkunft können Sie bei uns einsteigen als

Servicemitarbeiterin **Buffettochter** Jungkoch m/w

Möchten Sie in einem aufgeschlos-senen, jungen Team mitarbeiten, dann rufen Sie uns an. Gerne vereinbaren wir mit Ihnen einen Termin.

Fam. W. Kuster-Wicki Hotel Rischli 6174 Sörenberg Tel. 041 488 12 40 Fax 041 488 24 69 www.hotel-rischli.ch info@hotel-rischli.ch



Für unser traditionelles Haus Fur unser traditioneiles Haus im Zentrum von Zürich mit gepflegtem "A-la-carte"- und Bankett-Service suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft

erfahrene

Servicefachangestellte

(auch Teilzeit/stundenweise möglich)

Wir bieten geregelte Frei- und Arbeitszeit sowie attraktive Anstellungsbeding-

ungen:
Offerten bitte an:
Restaurant Zunfthaus zur Waag
Herm E. Bergé oder Frau S. Gossauer
Münsterhof 8, 8001 Zürich
Tel. 01 216 99 66, Fax 01 216 99 67
www.waag.ch
zunfthaus-zur-waag@bluewin.ch

Q Hotel EDELI

S. von Allmen 3825 Mürren

Tel. 033 856 56 00 Fax 033 856 56 09

Für unser gepflegtes 3-Stern-Hotel im Herzen des Berner Oberlandes suchen wir auf Mitte Dezember eine junge, auf-gestellte und motivierte Mitarbeiterin:

Réceptionistin

(Fidelio-Erfahrung, D/E)

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an. Sandra von Allmen freut sich auf Sie.



Wintersalson 2002/03 mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol im Heidliand Unser lebhafter und anspruchsvoller Hotel- und Restaurantberibe liegt mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol. Mit Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute s

Unterstützen Sie uns mit Ihrem fachlichen Könner

ServicemitarbeiterInnen (CH, A, D)

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne und auch Schnee und arbeiten gerne in einem jungen dyna-mischen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste in der kommenden Wintersalson gemein-

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder auf Ihren Anruf.

Hotel Furt, Artho Meli, 7323 Wangs-Pizol Telefon 081 723 21 66 Fax 081 723 40 66 www.hotel-furt.ch / E-Mail: hotel.furt@spin.ch

Bergrestaurant Bussalp Grindelwald

sucht für Wintersaisor

Servicemitarbeiterin

Gerne erwarten wir Ihren Anruf: Tel. 033 853 37 51

CHEF/SOUS-CHEF

gesucht für Schweizer-Restaurant in Monroe, Wisconsin, U.S.A. In Jahres-stelle. Die Aufenthaltsbewilligung ist vorhanden. Bewerbungen mit Referen-zen bitte an:

Michael E. Meier 1013 - 10th Avenue Monroe WI 53566 U. S. A. Tel. 001 (608) 329-4553 E-Mail: EM526@tds.net





Modernes Stadthotel mit 65 schmucken Hotelzimmern (jedes hat seinen eigenen Wasserfall – Kaskade), Seminar- und Bankettbereich, Restaurant Bolero, Bar und Partyservice... das sind wir!

Für unser Team wünschen wir uns eine/n dynamische/n

F&B-Assistenten/in

Der Hauptaufgabenbereich ist im Bereich Seminar, Bankett und Catering, Organi-sation Frühstückservice sowie adimini-strative Arbeiten.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung. Roland Barmet, Gastgeber

hotel cascada · bundesplatz 18 ch-6003 luzern ch-6003 luzern tel. 041 226 80 88 · fax 041 226 80 00 info@cascada.ch · www.cascada.ch 152172/2301



BADEHOTEL BRISTOL L E U K E R B A D

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, Schönbeitzeantrum.

Das besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und freundliche Betreuung unserer treuen Stammgäste durch unsere Mitarbeiter – die herzliche Atmosphäre. Unsere zukünftigen Kol-legen 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 Salsonstelle

Réception Réceptionist (m/w) (d/f) (d/f)

Portier

Service (d evtl. f)

Servicefachmitarbeiter (m/w)
(Chef de rang/Commis de rang

Küche (f oder d)

Chef de partie/Commis de cuisine (m/w)

Im renovierten Hotel Bristol erwartet Sie eine motivierte, offene, humorvolle und dynamische Mannschaft.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild:



Hotel Bristol, Direktion Rathausstrasse 51 CH-3954 Leukerbad Tel. 027 472 75 00 Fax 027 472 75 75

39 e-mail: bristolleuk@bluewin.ch

152445/20257



SWISS-CHALET-STYLE-HOTEL **Gourmet Restaurant**

SAISON IM SOMMER UND WINTER IM UNESCO PARADIES ALETSCH

Wir suchen ab 10. Dezember 2002 oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter:

Chef de Partie - Sous-Chef Commis de cuisine (m/w) Servicefachangestellte (w/m) mit Inkasso **Praktikantin**

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder schriftliche Bewer-

Familie Armin Berchtold-Lampart Telefon 027 927 22 23, Fax 027 927 31 49 www.walliser-spycher.ch - mail@walliser-spycher.ch



Wir suchen für die Wintersalson 2002/03

Allrounder / in

- Réception/Anmeldung
- Gäste-Betreuung
- Service - Reinigungsarbeiten

- Auch Samstag/Sonntag-Dienst

Es erwartet Sie eine interessante, anspruchs-

volle und selbständige Arbeit zu attraktiven

Anstellungsbedingungen. Wir freuen uns auf Sie.



Felix Saner, Postfach, CH-7460 Savognin Telefon 081 684 14 44

«mitarbeiten – mitgestalten

Saas-Fee / Wallis

Zur Vervollständigung unseres jungen, dynamischen Tea suchen wir für die kommende Wintersaison folgende begeisterungsfähige Mitarbeiter:

verantwortungsbewussten, kreativen

Jungkoch m/w Commis de cuisine

belastbar und fachkundig

einsatzfreudige/n

Réceptionistin/-en

gute Sprach- und EDV-Kenntnisse Mithilfe in Service und Gästebetreuung

versierten und motivierten

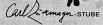
Servicemitarbeiter m/w

für unser à-la-carte-Restaurant sowie den gepflegten Speisesaal der Hausgäste

Wir sind ein kleiner, abwechslungsreicher Familienbetrieb mit bersönlicher Atmosphäre und internationalem Gästepublikum.

Gerne schenken wir Vertrauen und sind bereit, Sie in diese abwechslungsreiche Arbeit sorgfältig einzuführen. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.





Familie Wendelin & Monika Bumann-Anthama Telefon 027 957 21 75 / Fax 027 957 30 00 E-Mail: gletschergarten.saas-fee@reconline

HOTEL DES BALANCES

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für unser renommiersshotel eine(n) junge(n), dynamische(n)

EVENT/F&B-ASSISTENTEN/-IN

57 Zimmer und Suiten, ein von Gault Millau mit 14 Punkten bewer tetes Restaurant mit Bar und einmaliger Terrasse zur Reuss sowie Seminar- und Banketträumlichkeiten umfassen das Angebot. Sie sind die aufgestellte, flexible und mottvierte Persönlichkeit, wel-che die Abwechslung liebt. Mit ihrem Organisationstalent setzen Sie gute Ideen zusammen mit dem Event-Teamerfolgreich in die Tat um. Planung und Durchführung gehören ebenso zu Ihren Stärken wie ein sicheres Auftreten, Gästekontakt und EDV-Kenntnisse. Bestellwesen, Lagerbewirtschaftung und Angebotsgestaltung runden diesen anspruchsvollen Aufgabenbereich ab. Als Event/F&B-Assistentln gehören Sie zum Kader und profitieren von einem grossen Kompetenzbereich, attraktiven Anstellungsbedingungen sowie einer Beteiligung am Betriebsergebnis.

Interessiert? Für nähere Auskünfte steht Ihnen Herr Peter F. Büsse Direktor, gerne zur Verfügung oder freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungunterlagen mit Foto.

HOTEL DES BALANCES Weinmarkt CH-6000 Luzern 5 Switzerland I ++41 41 418 28 28 Fax ++41 41 418 28 38 info@balances.ch www.balances.ch



Bisch uf dr Suechi? Hesch Lust uf öppis angers?

Mir sy ke verstoubti Beiz u Du bisch by üs mitzsrin, nid nume derby. Üses junge Team bruucht Versterchig u suecht ä

Barmaid

Wöu Du mit Dine Gastgäberfähigkeite,
Dim Sinn für Humor, Dim Füür y de Aadere u Dine
guete Ideene eini vo üs chönntisch syl
Mir biete Dir: e Arbeit, wo Spass macht,
vielsitegi u spannendi Gescht,
Du wirsch Dy by üs vou chönne entfaute
u nid ds letscht:
ds Abentüür Chrüz Allmedinge!
Dis Lache het üs no grad gfäut! Mäud Dy, chum cho
luege, was mir Dir süsch no aues ds biete hei!

Schriftlech mit Foto:
Restaurant Kreuz Thun AG
z.H. Claudia und Thomas Moser
Allmendingerstr. 6, 3608 Thun
oder lüt üs a: Telefon 033 336 80 60



Hotel Hertenstein

Zukunft am Vierwaldstättersee Weggis / Hertenstein

Wir suchen für unser neu renoviertes Hotel-Restaurant mit Seeterrasse, Seegartengrill, Konferenzzentrum bis zu 80 Personen, Hallenbad sowie Erholungspark am See

Sous-chef (Jahresstelle)

Ideal für einen versierten Profi mit Ambitionen zum Küchenchef

Hotelfachassistentin/ Réceptionistin

Eintritt ab Dezember 2002

Hotel Hertenstein Hermann Mazotti oder Beat Achermann/Küchenchef. 6353 Weggis Telefon 041 390 14 44 hotelhertenstein@bluewin.ch

Hotels ****

152272/15652



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Saison- oder Jahrestellung noch folgende Mitarbeiter/innen:



Réceptionist/in

D, E, F - Fidelio-Kenntnisse



Service-Mitarbeiter/innen

für lebhaftes à la carte-Restaurant

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns. Für erste Informationen stehen wir Ihnen auch gerne telefonisch zur Verfügung:

Hotel Europe Ulrike Dietrich Promenade 63, 7270 Davos Platz Tel. 081 415 42 45

152375/150703

Für unser aufstrebendes, professionelles Catering-Unternehmen suchen wir eine

Sales Managerin

welche selbständig den Verkaufsbereich, Teilbereiche im Marketing, sowie Veranwortung in der Administration übernimmt.

Sie verfügen über eine entsprechende Ausbildung und Erfahrung im Sales- und Gastrobereich. Sie sind extro-vertiert, haben ein charismatisches, selbstsicheres und gepflegtes Auftreten, und gute Sprachkenntisse (vorwie-gend deutsch). Ihr Arbeitsplatz liegt in einem traditions-reichen Haus im Herzen Zürichs an bester Geschäftslage.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

MAGMA, Stötzlistrasse 60, 8707 Uetikon Martin Grossman, Tel. 01 920 44 88





HOTEL MONOPOL LUZERN

Für unser einzigartiges ****-Sterne Hotel im Herzen der Stadt Luzern mit 75 Zimmern und lebhatter Gastronomie (Restaurant français Arbalète, Bistretto, Bankett, Seminare) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Servicefachmann/-frau

Sie sind mit Leib und Seele Gastgeber und arbeiten gerne in einem aufgestellten Team und sind erfahren im å la carte-Bereich. Ihre Englischkenntnisse setzen Sie mit Enthusiasmus jeden Tag aufs Neue ein.

RéceptionistIn in Jahresstelle

Verfügen Sie über gute Umgangsformen, Sprachkenntnisse (D/F/E), Selbständigkeit und Verantvortungsbewusstsein sowie Fidelio-Kenntnisse? Wenn Sie diese Fragen mit Ja beantworten können, informieren Sie sich doch unter: www.monopolluzem.ch

Mit Spannung erwarten wir Ihre Bewerbung oder rufen Sie ganz einfach an. (Bewilligungen vorhanden)

Hotel Monopol Luzern z.Hd. Markus Füglister Pilatusstrasse 1, 6002 Luzern Tel. 041 226 43 43 / Fax 041 226 43 44 mail@monopolluzern.ch www.monopolluzern.ch



trieb im Zentrum von Luzern mit 287 Betten, Restaurant, Dancing und zwei Bars suchen wir per 1.Dezember oder nach Vereinbarung eine/n

«Stv. Chef de Réception»

Unser junges Team pflegt einen kollegialen Umgang sowie eine selbständige Arbeitsweise.

Nehmen Sie den nächsten Schritt auf der Karriereleiter

Réceptionserfahrung, idealerweise in der Stadthotellerie, gute Sprachkenntnisse, Belastbarkeit und einen gepflegtem Umgang mit unseren internationalen Gästen sind die idealen Voraussetzungen.

Sind Sie an dieser reizvollen Jahresstelle interessiert?

Natasha Meijer freut sich auf Ihre Bewerbung.





Spass an der Arbeit?

Über den Dächern von Engelberg wird die Arbeit zum Vergnügen!

Ein junges, motiviertes Team sucht noch Verstärkung für die kommende Wintersaison:

Nachtportier D/E

Allrounderin D/E

(Etage/Service) Einsatz als Zimmer-Lingeriemädchen sowie Frühstücksservice

Engelberg ist der ideale Ort für sportbegeisterte und naturverbundene Leute. Das Waldegg ein vielseitiger, lebhafter Betrieb mit internationaler Kundschaft.

Interessiert? Zögern Sie nicht – rufen Sie an. Miteinander reden ist immer gut!

Hotel Waldegg ****, 6390 Engelberg Sibylle & Danilo Meyer Tel. 041 637 18 22, Fax 041 637 43 21 www.waldegg-engelberg.ch/waldegg@top.ch

HOTEL ALBERGO

sucht für Wintersalson 2002/2003 noch folgende Mitarbeite

кüche: Küchenbursche mit Fahrausweis SAAL: Kellner für Restaurant/Bar

ETAGE: Zimmermädchen Hilfszimmermädchen

Offerten mit Zeugniskopien und Foto an die Direktion, Tel. 091 832 11 05/Fax 091 832 13 42 E-Mail: brocco-e-posta@bluewin.ch

htr

Vom Chauffeur bis zum Chasseur.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote. Abonnieren und Inserieren: Telefon 031 370 42 22 Telefax 031 370 42 23 www.htr.ch



haute école valaisanne hochschule wallis



Envie de relever un nouveau défi?

La Haute école valaisanne (HEVs) cherche pour l'Ecole Suisse de Tourisme à Sierre:

Une directrice / un directeur

Champ d'activités:

- Direction de l'école
- · Participation aux tâches d'enseignement
- · Relations avec les milieux professionnels du tourisme

- Diplôme d'une haute école ou formation jugée équivalente
- Expérience de management dans le secteur touristique
- Expérience de la conduite du personnel
- Expérience pédagogique
- Maîtrise des deux langues cantonales (français et allemand) et de l'anglais

Qualités personnelles requises:

- Personnalité affirmée, entregent et sens de la communication
- Esprit novateur, volonté marquée d'entreprendre
- Capacité d'adaptation
- Intérêt marqué pour la formation

Lieu de travail: Sierre

Taux d'occupation: plein temps

Date d'entrée en fonction: 1er janvier 2003 ou à convenir

Monsieur Marc-André Berclaz, directeur de la HEVs, vous donnera, sur demande, tous les rénseignements souhaités concernant le cahier des charges et le traitement (tél. 027/606.85.00, e-mail : mandre.berclaz@hevs.ch).

Les postes mis au concours sont accessibles indifféremment aux femmes et aux hommes. Les offres de service, accompagnées des documents usuels, sont à adresser jusqu'au 4 novembre 2002 (date du timbre postal) à la Haute école valaisanne, Service des ressources humaines, Route du Rawyl 47, Case postale, 1950 Sion 2.

www.hevs.edu



Hôtel**** situé au centre ville et au bord du lac de Neuchâtel, fréquenté par une clientèle exigeante.

Nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir:

Réceptionniste F/E/D avec expérience

De formation hôtelière ou touristique, vous vous exprimez couramment en français, anglais et allemand, vous estimez que la qualité de l'accueil est primordial et par conséquent vous avez de l'aisance dans les contacts. Vous aimez collaborer en équipe et vous êtes également apte à travailler de manière indépendante et autonome. Vous avez entre 22 et

Nous offrons une place stable à l'année. Un cadre de travail unique au sein d'une équipe motivée et enthousiaste. Une formation sur notre système de réservation Fidelio.

Si vous êtes de nationalité suisse ou au bénéfice d'un permis valable et que notre offre vous séduit, c'est avec plaisir q nous attendons votre dossier complet accompagné d'une photo à l'adresse mentionnée ci-dessous :

> HOTEL BEAU-RIVAGE Mme Katrin Westermann 1, Esplanade du Mont-Blanc CH-2001 Neuchâtel
> Tél: 032 723 15 15 – Fax: 032 723 16 16

> > 00

Restaurant de ville avec salles de con-grès et banquets, au centre d'une ville de la Riviera vaudoise, met au concours le poste de

Chef de cuisine

Les personnes expérimentées, dynamique et créatives, sachant gérer une brigade moyenne, sont priées d'adresser leur offre sous chiffre 152376 à hôtel revue, case postale, 3001 Berne.

SVIZZERA ITALIANA

PRO SHOP Golf Club Ascona TI Für die Saison 2003 (Beginn 15. Februar) suchen wir eine

erfahrene und kompetente Mitarbeiterin

(2-sprachig I/D) in Ganzjahre

Dame als Teilzeitkraft

Sie sollten sich im Golfsport ausken-nen und ein Geschäft selbständig oder zumindest in leitender Position geführt haben.

Handschriftliche Bewerbungen an: S&M Sportswear LTD Postfach 524, 6612 ASCONA TI oder Telefon 091 791 91 04

Cherche pour saison d'hiver dans Portes du Soleil

Stagiaire de Réception **Jeune Secrétaire**

nourrie. logé

Hotel Télécabine*** Les Crosets
1873 Val d'Illiez VS
info@hotel-telecabine.com
fax 024 479 18 66

INTERNATIONAL



GRAND HOTEL EUROPE ST.PETERSBURG Over 125 years of inspired hospitality

You are a F & B Professional who is looking for a new challenge in the Number One de Luxe Hotel in Russia, St. Petersburg, well known as "The Venice of the North"!

The Grand Hotel Europe St. Petersburg (301 rooms) managed by Kempinski Hotels & Resorts, Member of the Leading Hotels of the World, is offering the position of

Food & Beverage Director

to an experienced candidate with excellent leadership skills (350 staff F & B) who is looking forward to work in our property with 7 restaurants and banquet facilities/ caterings up to 350 guests.

If you are interested please contact: Elmar Greif - General Manager Phone: +7 812 329 6601 Fax: +7 812 329 6605 e-mail: elmargreif@ghe.spb.ru www.grandhoteleurope.com

(connaissance de l'italien un atout) Chef de partie/Commis de cuisine

hôtel angleterre & résidence

lausanne - switzerland

Afin de renforcer nos différentes équipes, nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir:

Assistant maître d'hôtel

Chef de rang/Commis de rang

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous avez le sens de l'acceuil et du service personnalisé et êtes soucieux(se) de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre

Nous vous offrons une activité diversifiée, propice à un développement professionnel, une politique de formation continue adapté à la fonction, un cadre de travail prestigieux dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Les personnes intéressées sont invitées à envoyer leur dossier complet avec photographie à Madame Marie-Laure Stauffacher, Directrice des Ressources humaines, Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne, Fax 0041 21 613 33 20 E-mail: personnel@brp.ch

htr

Roland Pierroz Hotel Rosalp Relais Gourmand 19/20 Gault et Millau CH-1936 Verbier CH-1936 Verbier Tél. 027 771 63 23 Fax 027 771 10 59

cherche pour la saison d'hiver 2002/2003

Restaurants

Sommelier

Réception Réceptionniste (F, D, GB)

Garçon d'office Femme de chambre

Faire offre avec photo, curriculum vitae et copies de certificats (tout dossier incomplet ne sera pas pris en considération)

Restaurant de l'Aigle Noir Pour compléter notre brigade nous cherchons de suite ou à convenir

cuisinier qualifié

sommelier/sommelière 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 priées d'envoyer leurs offres à

D. und S. Frauendiener Rest. de l'Aigle Noir 10, rue des Alpes, 1700 Fribourg Téléphone 026 322 49 77



1580 Avenches cherche pour tout de suite ou date à convenir

Pizzaiolo Serveur/Serveuse

Téléphonez à: Famille N. Galeazzo, 1580 Avenches 026 675 13 75 152298/236020

Über Internet und nette Gäste.



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

#

Traditionelles, renommiertes Gourmet-Restaurant («Best of Ireliand»-ausgezeichnet), 56 Plätze, kleine Cocktail-Bar und Privat-Essraum, in malerischem Städtchen an der Südküste Irlands (20 Min. von Cork City und internationalem Flugplatz), sucht für das Jahr 2003 – entweder ab 12. Februar oder 15. April – gut motivierte und ausgewiesene Fachkräfte. Das Restaurant ist nur abends geöffnet. Angenehmes Arbeitsklima mit Familienatmosphäre, Schweizer Besitzer. Gute Gelegenheit, um die Englischkenntnisse zu verbessern und berufliche Erfahrung zu sammeln. Herrliche Natur für Sport aller Art und reger Betrieb im Ort.

Service-Mitarbeiterin Chef de rang

Bei Eignung und nach Einarbeit besteht die Möglichkeit, auch als Chef de service zu amtieren. Bedingung sind gute Fachkenntnisse und Erfahrung in Erstklasslokal mit à la carte-Service.

Ausgewiesener Küchenchef

für kleine Brigade und/oder

Chef de partie

für unsere renommierte Küche mit viel kreativer Freiheit. Abgeschlossene Lehre und Erfahrung in renommierten Gourmet-Betrieben mit à la carte-Service. In kleiner Bri-gade von erstklassigen Gourmet-Köchen.

Réceptionistin-Haushälterin

(Vertrauensposten) für unser kleines Luxus-«Guest-house». Mit Computer-Kenntnissen (E-mail) und gutem Englisch oder ähnlicher Erfahrung. Die Person könnte auch aus der Reisebranche sein. Möglichkeit, nach Einarbeit und bei Eignung als Assistant Manager zu

Vollständige Auskunft erhältlich auf seriöse Anfrage mit C.V. und Bild und wenn möglich mit zusätzlicher E-Mail-Adresse

Angebote unter Chiffre 152387 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 152387/397890

Tout sur le marketing et le dumping.

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



man resources management

Wir betreuen als Arbeitgeber und Vermittler von Zürich aus die ganze Schweiz für Temporärstellen, Try&Hire, Feststellen und Kaderpositionen, internationale Stellen auf Anfrage.

Feststellen

Feststellen

Stellv. Geschäftsführerin Zürich - F&B Manager Aargau
F&B Assistent Bündnerland - Bankettassistentin Zürich
Restaurantleiter Zürich - Gouvernante Bern - Controller
Graubünden - Chef de Réception Zürich - Receptionistin
Zürich, Aargau, Zürichsee - Direktionsassistentin Basel
Sales Assistent Basel - Personalfachfrau Ostschweiz
Buchhalter - 3-Seen-Region - Sous-Chef Zürich, Luzern,
Bern - Chef de Service Zürich, Aargau, Ostschweiz
Küchenche Emmental, Zürich - Küchenchef Bankett
Luzern - Personalkoch Aargau - Jungkoch Zürich, Bern,
Graubünden - Barmaid Aargau - Chef de Partie Luzern,
Zürich, St. Gallen, Engadin, Bern, Aargau - Sommelier Bern
Servicefachangestellte Wallis, Basel, Ostschweiz, Zürich

Temporär, Try&Hire

... möchten Sie sich kurzfristig für eine temporäre Arbeit bewerben? Am einfachsten geht's online bei uns unter Staff Line ...

257 herausfordernde Angebote

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

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





Personal-Vermittlungen

Tel. +41 794 751 133, +41 813 822 123, Fax +41 813 822 156 Personal aus Österreich ab sofort u. kommende Wint

STELLENGESUCHE

Chef de réception

Deutscher, 34 Jahre, fundierte Fach-kenntnisse, 3 Jahre Führungserfahrung, Fremdsprachen E/F/I, innovativ, sucht per sofort neuen Wirkungskreis. Rudolf Frantz, Elisabethstr. 9, D-66538 Neurokirche

Neunkirchen
Tel. 0049-6821-864633
Internet: www.frantz.net.tf

Party-DJ

aus Deutschland sucht Festanstellung für kommende Wintersaison. Hits der 60er bis zu den Charts, ideal für Disco/Après-Ski/Pub

Telefon 078 728 78 40

Dt. Küchenchef, Alleinkoch

Sie, Spanierin, Küche, Zimmer, Lingerie, langj. Erfahrung suchen neue Anstel-lung. Möglichst kein Teildienst & Zwei-zimmerappartem. Arbeitserlaubnis bis Februar 2003 Telefon 0049 7141 55 65 2

Gastronom

Selbständiger Gastronom (dipl. Restaurateur/Hotelier HF, 15 Pkt. Gault Millau) mit fundiertem betriebswirtschaftlichem Hintergrund ist offen für eine neue Führungsaufgabe oder Herausforderten.

Konkrete Angebote unter Chiffre G 151-736248 an Publicitas AG Postfach, 5600 Lenzburg 1

Ich suche mir

Nachtarbeit an der Réception

als fests Anstellung 100 % oder als Fe-rien- oder Wochenendablösung für die Nachtarbeit in Hotels, Ich habe zwei Zeugnisse mit vollkommener Zufrieden-heit. Sprachen: Deutsch fliessend, Eng-lisch fliessend, Französisch fliessend, Italienisch fliessend, Russisch. Ledig, gel. Beruf Landwirtschaftsingenieur, Ge-boren im Jahr 1941, 1976 in die Schweiz eingereist. Ich habe eine Niederlas-sungsbewilligung C. Telefon 01 430 51 66

1.459 Hoteljobs www.hotel-career.ch



Coole Jobs in Flumserberg FLU/M SER

Saison- und Jahresstellen Keine Vermittlungsgebühren Alle Infos unter:

BERG www.flumserberg.com

oder Tel. +41 (0)81 733 11 22 Link "Jobs" auf Startseite

htr

Vom Bistro bis zum Luxushotel

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

IMAGE

5 Stars Resort on the Red Sea, 600 rooms, needs a young

General Manager

walk not talk, Swiss hotel school education, 10 years experience, speak & write English, French, German and talian, personal interview is needed, please send C.V. to box no. 152384 to hötel revue, P.O. Box, 3001 Berne.

CHEF/SOUS-CHEF

INTERNATIONAL

wanted for Swiss Restaurant located in Monroe, Wisconsin, U. S. A. The position is available for one year, immigration papers will be supplied. Submit resume, including references to:

Michael E. Meier 1013 - 10th Avenue Monroe WI 53566 U. S. A. Tel. 001 (608) 329-4553 E-Mail: EM526@tds.net

sowie:

- Manager Boathouse/Restaurant

- Restaurant Manager CAN\$ 30 000 + Bonus

- Hausekeeping Supervisor, Inspector

CAN\$ 20 000 + Bonus

Kitchen - Sous-Chef + Chefs de partie CAN\$ 20 000 + up

Bewerber/innen zwischen 19 und 30 Jahren mit abgeschlossener Lehre oder Gastrodiplom senden Ihre Unter-

KANADA 2003

Management Trainees/gelernte Köche/Service-Mita beiter für mind. 6 Monate in Top-Golf Resort, Ontario

n: www.1291job.com Eichacherstrasse 8, 8904 Aesch/ZH Telefon 01 777 73 64 1291@teamshop.ch

1291@teamshop.ch
Die Interviews mit dem Resort-Direktor finden am
11./12. Nov. in Zürich statt.

BANFF - CANADA (Provinz Alberta in den Rocky Mountains).

Führendes Spezialitäten-Restaurant mit Schweizer Küchenchef sucht auf De-zember 2002

Chef de partie

für ein Jahr Mindestaufenthalt. Englisch-Kenntnisse erwünscht. Schweizer Bür-gerrecht erforderlich für Austausch-Visum. Bewerbung per E-mail oder Fax.

Thomas Nay, Küchenchef c/o Ticino Swiss-Italian Restaurant Banff, Alberta /CANADA Tel. (403) 762-3848 Fax (403) 760-2519 Fax (403) /00-2019 www.ticinorestaurant.com email: info@ticinorestaurant.com

htr Uber Internet und nette Gäste.

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

www.stmoritz-jobs.ch



Internationale Stellenbörse für Hotel- und Gastroprofis www.horesto.ch

Telefon +41 1 721 19 47



htr Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle,

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

VACANT POSITIONS: ABUJA, NIGERIA

A 200-Room Five Star Hotel opening in Abuja,

Capital City of Nigeria, in January 2003, has the following vacancies:

1. General Manager

2. Executive House Keeper

3. Chef (Kitchen Manager)

Acceptable professional qualifications and experience in similar positions are required. Applicants must be fluent in English and have good working knowledge of French.

Conditions of Service are negotiable but will be very attractive.

Please contact Mr. H.A.G. Ibrahim

Economic Section, Embassy of Nigeria, Zieglerstrasse 45, 3007 Berne, Telephone 031 384 26 00.

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23 Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH: Niklaus Stuber Verlagsleitung / Chef d'édition: Inis Strebel Anzeigenverkaut/Verle des annonces: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Andres Jakob, Marc Moser E-Mail: martinias Deyele@swisshotels.ch

Anzeigentarii (pro mm und Spalte) / Tarii des annonces (par mm et colonne):

Frontseite / Première page:
Frontseite / Première page:
Kaderangebote / annonces cadres
Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi:
Stellengesuche / Demandes d'emploi:
Fr. 1.48 (exkl. MwSt. / Sans TVA)
Fr. 1.48 (exkl. MwSt. / Sans TVA)
Fr. 1.45 (inkl. MwSt. / TVA incluse)

Termine:

Anzeigenschluss Wiederholungen

Nr. 44/2002 Do 31. 10. 2002 Mo 28. 10., 12.00 Mo 28. 10., 12.00

Nr. 45/2002 Do 7. 11. 2002 Mo 4. 11., 12.00 Mo 4. 11., 12.00

Nr. 46/2002 Do 14. 11. 2002 Mo 11. 11., 12.00 Mo 11. 11., 12.00

Do 21. 11. 2002 Mo 18. 11., 12.00 Mo 18. 11., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inseranten untersogen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte, Jeder Verstoss gegen dieses Verbat wird vom Verlag rechtlich verlolgt.