Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue

Herausgeber: hotelleriesuisse

Band: 110 (2002)

Heft: 44

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 18.08.2025

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



HANS C. LEU / Der Gründer des «Giardino» in Ascona sagt, was er vom Tourismuspreis Milestone hält. SEITE 2



MILESTONE / Tourismusfachfrauen und -männer am Jahres-Event von htr, seco und STV im Bellevue Palace Bern. SEITE 3



31. OKTOBER / 31 OCTOBRE 2002

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

MILESTONE 2002 / Drei Projekte, ein Lebenswerk und eine Nachwuchskraft sind am Dienstag mit dem Tourismuspreis «Milestone» ausgezeichnet worden. Festredner war Martin Heller, künstlerischer Direktor der Expo.02. CHRISTINE KÜNZLER

nnovationen sind mehr als nur Ideen»

Drei touristische Projekte, ein Lebens werk und eine Nachwuchskraft sind am Dienstag mit dem Tourismuspreis «Milestone 2002» ausgezeichnet worden (siehe Kasten). Doch ist Innova-tionskraft auch nachhaltig? Zu diesem Thema sprach an der Preisverleihung im Berner «Bellevue-Palace» zu 410 Gästen Martin Heller, der künstleri-

sche Direktor der Expo.02. Die Stimmung an der «Milestone» Preisverleihung war geprägt von Lebensfreude. Entsprechend positiv sind auch die Rückmeldungen der geladenen Gäste. «Die Choreographie des Anlasses ist massiv besser als im letzten Jahr», lobt der Tourismusprofi Beat Krippendorf. «Freude» an der Wahl der Jury bekundet Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid. «Die strategischen Ideen, die hinter den Projekten stehen, sind gut.» Die meisten Befragten heben die Wahl des Projekts «Riders Palace» von Reto Gurtner, dem Präsidenten der Weissen-Arena-Gruppe hervor. «Mit dieser Auszeichnung hat man nicht nur das «Riders Palace» gewürdigt, sondern Gurtners ganzes Engagement», so der Berner Tourismusberater Daniel Fischer Patrik Scherrer Direktor des Berner Hotels Allegro, formuliert es so: «Gurtner ist innovativ und querdenkend. Er ist hochverdient,



Lisa Schilling, Lucerne Culture Partner; Eric Scheidegger, Seco; Bernard Germanier, Jugi Tours AG; Christian Rey, SHV; Emanuel und Rosmarie Berger, «Victoria-Jungfrau», Interlaken; Urs Wohler, Graubünden Ferien; Reto Gurtner, «Riders Palace», Laax; Marietta Dedual, htr; Christoph Juen, SHV; Peter Keller, Seco; Gody F. Künzi, STV.

Die Preisträger

Von 75 Proiekten wurden 15 nominiert und 5 ausgezeichnet. Den ersten Preis (10 000.–) erhielt das «Riders Palace» in Laax (Reto Gurtner), der zweite Preis in Laax (Reto Gurtner), der zweite Preis (5000.-) ging an Lucerne Culture Part-ner (Lisa Schilling), der Sonderpreis (3000.-) an «klein und fein» Grau-bünden (Urs Wohler). Der Preis für das Lebenswerk ging an Emanuel und Rosmarie Berger (Hotel Victoria-Jungfrau), und als Nachwuchskraft ist Bergerd (Grampies (Horis Teuer Reis) Bernard Germanier (Jugi Tours Bern / Euro > 26) ausgezeichnet worden (Ausbildungsgutschein von 10 000.-).



denn er hat sich gegen den Wind gestellt und harte Stürme ausgehalten.» - «Gurtner ist eine Macht», sagt Felix Amgwerd, langjähriger Präsident und heutiges Vorstandsmitglied der Hospitality Sales & Marketing Association (HSMAI), Chapter Switzerland. «Der Schweizer Tourismus hat ein paar grosse Persönlichkeiten, und es gut, wenn von ihnen geredet wird.» Klar und verdient aus der Sicht der Befragten ist auch die Würdigung des Lebenswerks von Rosmarie und Emanuel Berger, die das Interlakner Luxushotel Victoria-Jungfrau zum Erfolg geführt haben.

Beat Anneler, der Direktor der

Thunersee Tourismus Organisation, empfindet die «Milestone»-Preisver-

leihung als «hervorragend für das Networking der Schweizer Tourismus-Branche». Dankbar für diesen Netzwerk-Effekt zeigt sich auch Sascha Antenen, der Geschäftsführer von Glarnerland Tourismus, der ebenfalls ein Projekt eingereicht hat. «Der (Milestone) ist für uns eine attraktive und wirksame Veranstaltung.»

NEUE MUSTER BRAUCHT DAS LAND

«Hinsichtlich der Erfahrung mit Innovationen möchte ich zwei Dinge herausstreichen», sagt Martin Heller in seiner Gastrede. Seine erste Erfahrung habe damit zu tun, dass die Expo.02 ein Prototyp war und sei. «Die

Expo ist eine Summe ausschliesslich von Innovationen», hält Heller fest. «Meine Erfahrung ist die, dass sich die Schweiz mit Prototypen unendlich schwer tut. Das Prototypische hat die Schweiz überfordert.» Die Schweizer hätten aber weder mit Prototypen

noch mit Überforderung Erfahrung. «Ist dieses Land ein Nährboden für Innovationen?», stellt Heller als Frage in den Raum: «Die Schweiz hat der ei-genen Landesausstellung nicht viele Chancen eingeräumt.» Innovativ sein heisse viel mehr, als Ideen zu haben. Wesentlich schwieriger sei es nämlich, diese Ideen auch umzusetzen. Zwi-schen den Ideen und deren Realisierung bestehe ein enger Zusammen-hang. Doch auch in diesem Bereich mangle es der Schweiz an Know-how. Die Umsetzung, so Heller, sei eine ganz heikle Phase: Es gelte, Kräfte zu mobi-lisieren und gegen Widerstände an-zukämpfen. «Gelernt habe ich auch, dass es wichtig ist, den Dingen ein Ge-sicht zu geben, Zeichen zu setzen, gegen aussen zu zeigen, dass es weiter geht.» Innovationen, sagt er, erforderten die Kompetenz, verschiedene Kulturen zu verstehen und zueinander zu bringen. Neue Verhaltensweisen, neue Muster neue Verknüpfungen seien ge-fragt. Mitarbeit: Karl Josef Verding Siehe Seiten 2, 3, 4, 5, 6

sowie Cahier français 1 und 5

Videos und Bilder der «Milestone»-Preis-verleihung auf www.htr-Milestone.ch

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bem • 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



Miele Service-Abonnement.

Vollgarantie mit Bonus.

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



MILESTONE-MEINUNGEN

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

htr in Kürze

Management / Die Mitglieder des Verbands Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD) suchten gemeinsam an einem Workshop nach Lösungen, um gute Mitar-beitende zu finden und sie längerfristig an die Tourismus-branche zu binden. **Seite 7**

Österreich / Unser Nachbarland will «cool» und «in» werden, denn die Jungen sollen stärker beworben werden. Die Zukunftsvision von Österrreich Werbung ist die Einführung von Jugendhotels als eigentli-che Qualitätsprodukte.**Seite 10** Erfa-Tagung / Wie kann die Leitung eines Hotels ihre Mitarbei-ter nachhaltig in Richtung Unternehmensziele beeinflussen? Dieser Frage widmete sich eine Erfa-Tagung des deutschen Unternehmensberaters Bernhard Cevey aus Tübingen.

Verenahof Baden / Ende September 2002 wurde das Traditionshotel geschlossen und to-tal liquidiert. Das dazugehörige Bad läuft jetzt ohne Hotel weiter. Was mit dem sanierungsbedürftigen Gebäude geschieht, ist noch offen. Seite 12 Turin / Schokolade statt Wurst zum Bier: Interessante Ge-schmackserlebnisse sowie die Präsentation von internationa-len Slow-Food-Förderkreisen standen im Mittelpunkt des diesjährigen vierten Salone del Gusto im norditalienischen Turin. Vergeben wurde auch ein Slow-Food-Award zum Schutz der Biodiversität. Seite 13

Desserts / Kreative Frisch-Desserts liegen im Trend: Auch wenn die Gastronomie kaum noch ohne Dessert-Convenience auskommt, darf der Gast bei den Süssspeisen eine Eigen-leistung erwarten. Seite 14 leistung erwarten.

Adilson Soares / Der Gastronom aus São Paulo sammelte kürzlich eine weitere Auslanderfahrung. Nach Aufenthalten in Frankreich und New York bekochte er während zwei Wochen bernischen Frieswil. Seite 15

SIAL Paris / Möglichst schnell, sicher und bekömmlich - die internationale Lebensmittelmesse ist stets für Überraschungen gut: Einige Aussteller verblüfften mit pfiffigen oder skurrilen Neuheiten, etwa mit Butter oder Eigelb aus der Spraydose. Ebenfalls auf dem Vormarsch: Lebensmittel für Moslems. Seite 17

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Les Portes du Soleil / Diese Wintersaison will das Skigebiet an der französisch-schweizerischen Grenze neuartige Prosierte, aber möglichst sichere Skierlebnis fernab markierter Pisten soll den gewünschten Thrill garantieren. **CF Seite 2**

Genf / Die Genfer Manotel-Gruppe hat mehr als 18 Millio-nen Franken für die fast ein Jahr dauernde Totalrenovation des Hotels Epsom bereitgestellt. Jetzt will sie zwei weitere Hotels CF Seite 3

Gastronomia 2002 / Vom 2. bis 6. November 2002 wird in Lausanne die Nestle-Stiftung «Pro Gastronomia» wieder Programme – etwa für den professionellen Empfang – präsentieren, mit dem Ziel, «Pro Gastronomia» wieder ihre professionellen Elliplang präsentieren, mit dem Ziel, die berufliche Weiterbildung zu fördern. CF Seite 3

Martigny / Die Vorzüge der Tourismusorte besser kommunizieren - am Internationalen Tourismus-Symposium den Strategien entwickelt, um den Sommertourismus in den Alpen zu fördern. CF Seite 4

FORUM

Preise und ihre Träger

HANSRUEDI MÜLLER*

Wer kennt sie nicht, die Nobel-und Kulturpreise, die Oscars und Leoparden. Auch der Tourismus hat Preise geschaffen: Die goldene Reisekutsche für hervorragendes Outgoing, den To-Do für sozialverträgliche Tourismusprojekte, das historische



Hotel des Jahres für einfühlsamen Denkmalschutz, den Travel Star für die besten Reisemittler und den Mile-stone für herausragende Leistungen im Tourismus. Das Land braucht Helden! Weshalb eigentlich? Welche Funktionen erfüllen solche Preise,

welchen Prinzipien gehorchen sie? Auf der einen Seite sind die Träger der Preise. Sie haben ein Anliegen, für das sie eine Plattform brauchen: Innovationen fördern, die Qualität entwickeln oder für Umweltverantwor-tung werben. Die Plattform soll aber auch dazu dienen. Goodwill für die Träger zu schaffen. Mit dem Milestone profiliert sich die htr als Innovationsförderer, das Seco kann InnoTour un-terstreichen und der Schweizer Tourismus-Verhand erhält Gelegen-Tourismus-Verband erhalt Gelegen-heit, vom taktischen Zwang der Tages-geschäfte abzulenken und sich weit-sichtig darzustellen. So weit so gut, gä-be es nicht auch immer Neider, die auch gerne die Plattform nutzen oder in der Jury mitbestimmen möchten. Der Badwill, der so geschaffen wird, darf nicht ausser Acht gelassen werden Auf der anderen Seite stehen die

Preisträger. Sie werden ins Rampen-licht gestellt, auch wenn sie – bei einer kritischen Betrachtung - in diesem Spiel eher Objekt als Subjekt sind. Doch tut es gut, in einer Zeit, in der so viel gejammert wird, Gelegenheiten zu haben, über besondere Persönlichkeiten und ihre Verdienste nachzuden ken. Und darüber, weshalb es diese Persönlichkeiten verdient haben, einen Moment lang im Flutlicht zu stehen. Es sind Menschen mit Qualitäten, an die man sich ab und zu erinnern sollte, Persönlichkeiten mit Vorbild-charakter. Doch auch wenn es sich um Projekte handelt, die ausgezeichnet werden, lohnt es sich, gut hinzu-schauen. Sie hätten es verdient.

Doch Vorsicht: Auch auf dieser Seite gibt es Enttäuschungen, denn Wettbewerbe haben nun mal die Eigenschaft, dass es immer weniger Ausgezeichnete gibt als «Verlierer». Deshalb hängt jede Preisvergabe von der Klarheit der Auswahlkriterien und von der Glaubwürdigkeit der Jury ab. Sie sind entscheidender Garant für den längerfristigen Erfolg.

*Professor und Direktor am Forschungsinsti-

HANS C. LEU / Der Hotelier, der das «Giardino» in Ascona zum Erfolg geführt hat und mehrmals ausgezeichnet worden ist, sagt, was er vom Tourismuspreis «Milestone» hält. INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

«Er hat hohen Motivationswert»

«Milestone» für Ihr Lebenswerk erhalten. Wo haben Sie den «Milestone»

Das ist eine sehr schwierige Frage ...

Steht er also im Keller?

(Lacht.) Nein, der steht natürlich auf meinem Schreibtisch, wie es sich gehört. Ich bin immer stolz, wenn ich ihn anschaue.

Hat er Ihnen Feedback eingebracht oder ging er in Ihren anderen Auszeichnungen unter? Feedback kam immer, wenn ich ir-

gendwo auftrat, denn ich sandte ja den Veranstaltern im Voraus meinen Lebenslauf. Etwa ein Jahr lang hat man mich immer wieder darauf angespro-

T ANADOTHER

«Für jene, die den Preis nicht erhalten, ist der Juryentscheid nicht immer nachvollziehbar.»

Sie sind ja mehrere Male ausgezeichnet worden. Welche Ehre hat Sie am meisten gefreut?

Jedesmal, wenn eine Auszeichnung kam, freute gerade die mich am meisten. Vor zehn Jahren wurde ich von der «Bilanz» als erster Hotelier zum «Mann des Monats» gewählt. Und dann haben mir alle erzählt, wie viele Männer des Monats schon untergegangen seien ... Ich ging dann allerdings nicht unter, wohl aber das «Giardino» bei der Jahrhundertflut. Immer wenn ein neuer Preis lanciert wurde, habe ich ihn als Erster erhalten. Zum Beispiel beim ersten Hotel-Rating der «Bilanz» war mein Hotel die Nummer eins. Das blieb es viermal hintereinander. Auch als das «Hotel des Jahres» lanciert worden war, wurde das «Giardino» als Erstes gekürt. So war es vor zwei Jahren auch beim «Milestone».

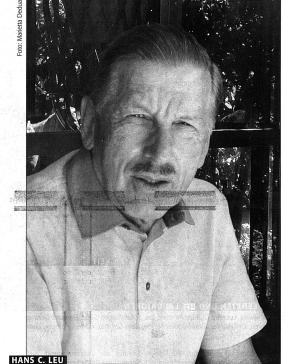
Weshalb wird Hans C. Leu so oft ausgezeichnet? Vielleicht weil ich den Gast immer

in den Mittelpunkt gestellt, den kom-menden Zeitgeist erahnt und auf meine Weise umgesetzt habe.

Was hat Sie zum Vorbild ge-

Ich absolvierte keine übliche Lauf-bahn. Erst war ich im Gymnasium und wusste nicht, was ich studieren wollte. Meine Mutter brachte mich dann auf die Hotellerie, denn ihre Cousine arbeitete als Privatsekretärin bei den be-kanntesten Schweizer Fünf-Sterne-Hoteliers. Das motivierte mich, eben-

Zurück zum «Milestone»: Welchen Stellenwert in der Branche räumen Sie ihm ein?



«Mein Milestone) steht auf dem Schreibtisch, wie es sich gehört. Ich bin immer stolz, wenn ich ihn anschaue.

Einen sehr hohen Motivations-

Ist Ihrer Ansicht nach ein solcher Preis gerecht und zeitgemäss?

Für jene, die den Preis nicht erhalten, ist der Juryentscheid natürlich nicht immer nachvollziehbar. Eine Bewertung ist ja immer eine subjektive Sache. Doch der Tourismuspreis an sich ist sehr zeitgemäss. Vielleicht ist bezüglich solcher Preise in letzter Zeit eine Inflation ausgebrochen. In der «Bilanz», wird neu der beste Barman, die beste Etagengouvernante, der beste Portier gekürt. Das wirkt teilweise etwas inflationär. Doch der «Mile-stone» ist höher angesiedelt.

Wie beurteilen Sie die Kompetenz der «Milestone»-Jury? Wer sitzt drin?

Gody Künzi, Peter Keller und Pe-Die finde ich alle sehr geeignet.

Können die ausgezeichneten Projekte und Lebenswerke die Innovation der Branche transportieren?

Ja und zwar durch die gute Presse und die Medienresonanz. Es wird ja nicht nur in der htr über den «Milestone» geschrieben.

Wie würde Hans C. Leu den «Mile-

stone» in aller Leute Mund bringen? Mir kommt die Idee einer «Hall of Fame». Der «Milestone» ist ja ein «Bsetzistein». Bis im Jahr 2010 gibt es schon viele davon. Man könnte die dann zusammensetzen, so dass eine Strassen-oberfläche entsteht. Jeder könnte seinen Stein abgeben, oder man fertigt einen zweiten an und beschriftet ihn mit dem Namen des Geehrten. Das würden viele Menschen sehen, und die Tou-ristiker würden sich um den Preis bemühen, weil sie gesehen werden wollen. Die Steine könnten auch in einer Halle eingepflastert werden. Vielleicht nicht gerade im Bundeshaus ...

Ihre Idee lässt sich in zehn Jahren verwirklichen. Was würden Sie unternehmen, damit nächstes Jahr ganz viele Medien über den «Milestone» herichten?

Es kommt darauf an, ob grosse Persönlichkeiten ausgezeichnet werden. Wenn zum Beispiel dieses Jahr Emanuel Berger für sein Lebenswerk den «Milestone» erhalten würde – was ich sehr hoffe – würde bestimmt mehr darüber geschrieben, weil er auch bei der Presse beliebt ist.

Sie denken also, der oder die Ausgezeichnete machen die Werbung für den «Milestone»?

«Mir kommt die Idee einer «Hall of Fame».»

Damit ist die Frage, wessen Lebenswerk Sie am kommenden Dienstag* auszeichnen würden, beantwor-tet: Sie würden den «Milestone» 2002 dem «Victoria-Jungfrau»-Direktor Emanuel Berger überreichen ...

Ich sagte schon vor zwei Jahren, dass ich mir Mani Berger als «Mile-stone»-Nachfolger wünsche. Er ist es damals nicht geworden, aber vielleicht wird er es dieses Jahr. Jedenfalls ist er derjenige, der den «Milestone» am meisten verdient. Er hat ein Hotel, das sehr tief unten war, auf den höchsten Level gebracht. Das ist eine kulturelle Leistung und nicht nur eine unternehmerische. Falls er ausgezeichnet wird, hoffe ich, dass der Laudator auch die-se kulturelle Leistung erwähnen wird.

Zum Schluss noch eine Frage zu Ihrer Person: Wie verbringt Hans C. Leu seine Zeit ohne Hotel?

Ich habe 50 Jahre Hotellerie hinter mir. Also ein halbes Jahrhundert. Nun habe ich mich von der Hotellerie abnabeln können. Ich möchte jetzt nur noch machen, was mir Spass macht. Ich habe kein Beratungsbüro eröffnet wie viele andere, sondern ich geniesse mein Leben. Und zwar so, als wäre jeder Tag der letzte.

* Das Interview mit Hans C. Leu wurde am letzten Mittwoch geführt.

Hans C. Leu's Auszeichnungen

Mann des Monats («Bilanz»): Bester Hotelier der Schweiz Managementpreis Unternehmerenergie Joseph Schmidt Colleg Bayreuth

PR-Preis Stiftung Hans Schellenberg SHV Bern

Hotel des Jahres (Gault Millau) Special Award for Service Excellence (Business Traveller Hamburg)

«Giardino» Nummer 1 der 100 besten Schweizer Hotels («Bilanz») «Giardino» Nummer 1 der 100 besten Schweizer Hotels («Bilanz»)

«Giardino» Nummer 1 der 50 besten Schweizer Hotels («Bilanz»)

Welcome Trophy für die freundlichsten Mitarbeiter («Relais & Châteaux») Preisträger des Tourismus-«Oscars» «Milestone» für sein Lebenswerk «Giardino» Nummer 1 der 50 besten Schweizer Hotels («Bilanz»)

TREFFPUNKT «BELLEVUE»-LOBBY / Nach der offiziellen «Milestone»-Preisverleihung fanden die Gäste beim Dinner-Cocktail Zeit, um neue Kontakte zu knüpfen, Beziehungen zu pflegen und Neuigkeiten auszutauschen. Fotos: sascha GEISER UND TONI RÜTTI

Häppchen, Schwätzchen, Küsschen



mit Melchior Windlin, der als Direktor Cocktail offeriert hat.



Im Gespräch: Tourismusberater Beat Krippendorf und Patrik Scherrer, Hotel Allegro Grand Casino Kursaal Bern.



von Swiss International Airlines und Christina Miller, Geschäftsführerin VSTD.



Martin Heller, bis vor zwei Wochen künstlerischer Direktor der Expo.02, betont: «Innovationen sind mehr als eine gute Idee. Es braucht auch die Energie,



Jazz in der Lobby: Stewi von Wattenwyl (Piano), Reggie Johnson (Bass).



der Best Western Swiss Hotels.



Grand old man: Bruno Gerber, ehemaliger Tourismus-Direktor von Davos.



Jürg Kienberger, Theaterschreiber und -spieler vom Hotel Waldhaus in Sils-Maria, Brigitte Wisler vom Bureau Ogi in Gümligen sowie Christian Jaquet von der Hochschule für Gestaltung Kunst Konservierung in Bern.



Andreas Deuber, Direktor der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit.





Urs Kienberger vom Hotel Waldhaus in Sils-Maria; Dres von Weissenfluh, Ex-Projektleiter «Berne 2010»; Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus.



Gottfried F. Künzi verlässt dieser Tage den Schweizer Tourismus-Verband und übergibt das Zepter endgültig seiner Nachfolgerin, Judith Renner-Bach.



Dick Marty, Präsident Schweiz Tourismus, und Marco Solari, Präsident des Internationalen Filmfestivals von Locarno.



Mitalied der Jury: Peter Kelle

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

BERNARD GERMANIER / Der 28-Jährige ist «Milestone-Nachwuchskraft 2002». INTERVIEW: SONJA STALDER

«Die Arbeit im Tourismus (fägt)»

Herr Germanier, wie haben Sie von Ihrem «Milestone»-Glück erfah-

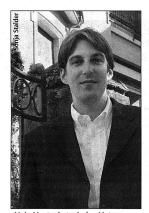
Ich war gerade unterwegs zu einem Termin, es war nass und regnerisch. Der Anruf kam wie aus heiterem Himmel und war deshalb umso schöner: der Aufsteller des Tages!

Den Preis erhalten Sie für Ihre «beeindruckenden unternehmeri-«beeindruckenden unternehmeri-schen Leistungen in jungen Jahren». Welches ist die wichtigste unternehmerische Entscheidung, die Sie bis heute getroffen haben?

Eine wichtige Entscheidung war sicher, bei der Lancierung des neuen Brands «Bye Bye» den Mut zu haben. sich auf eine Marke zu konzentrieren und eine bestehende Marke einzustellen, sowie die Angebote vom Tour-Operating zum Retailing umzu-

Was hat Ihnen die Sicherheit gegeben, dass genau diese Entscheidung die richtige war?

Sicherheit gibt es nicht. Die Entscheidung muss auf Fakten und Zahlenmaterial basieren, man muss Bis-



«Mein Mentor hat mir den Mut gegeben, Entscheidungen zu fällen»: Bernard Germanier.

heriges in Frage stellen können. Die Entscheidung an sich ist aber immer emotional. Man muss seinem eigenen

Haben Sie das Unternehmertum

Nein, Mein Mentor ist aber ein Vollblut-Unternehmer, das hat abgefärbt.

Wer ist Ihr Mentor?

Mein bisheriger Chef, Jörg Huggenberger, der mir letzten Sommer die Geschäftsführung überlassen hat. Er hat mir den Mut gegeben, Entscheidungen zu fällen.

Sie haben die Lancierung der Marke Bye Bye erwähnt. Welche Rolle haben dabei Ihre Erfahrungen als ju-gendlicher Reisender gespielt? Sie sind sicher bei der Entschei-

dung miteingeflossen, Retailing zu be-treiben und kein massgeschneidertes Produkt zu machen. Der Markt für junge Menschen ist hybrid; wenn man ei-ne breite Masse ansprechen will, muss man ein breites Produkt anbieten. Hier sind die täglichen Gespräche im eigenen Umfeld, mit meinen Kollegen sicher wertvoll gewesen.

Sie haben mitgeholfen, Kuoni ins Jugi-Tours-Boot zu holen. Welchen Einfluss hatte die Tatsache, dass Sie

zuvor bei Kuoni gearbeitet haben? Die bestehenden Kontakte waren nie der ausschlaggebende Punkt, um genau diesen Partner zu wählen. Solche Entscheidungen müssen immer sachlich gefällt werden. Die Kontakte haben aber bestimmt geholfen, rascher ans Ziel zu kommen

Sie führen ein Team von rund zehn Personen. Wie unterscheidet sich Ihr Führungsstil von demjenigen eines 40-Jährigen?

Die Vaterfunktion kann ich natürlich nicht übernehmen (lacht). Es geht eher in die kollegiale Richtung. – Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erwarten klare Entscheidungen. Das steht in einem gewissen Widerspruch dazu, Verantwortung delegieren zu wollen. Je mehr Verantwortung man delegiert, desto stärker muss der Bezug zu den einzelnen Mitarbeitenden sein. Sonst fühlen sich alle Beteiligten orientierungslos.

Das gelingt Ihnen?
Nicht immer. Es ist ein Prozess; man muss sich immer wieder an der

Es gibt einige Beispiele von Leuten, die nach ihren Outgoing-Jahren in den Incoming-Tourismus gewechselt sind. Ist das für Sie auch ein Thema?

Ich finde den Incoming-Tourismus sehr interessant und kann mir einen Wechsel gut vorstellen. Vor allem auch deshalb, weil es spannende Aufgaben zu lösen gibt. Alle bisherigen Bestrebungen in Ehren: Ich denke, dass es noch viel zu tun gibt, um ausländische Gäste in die Schweiz zu holen.

■ Wo sehen Sie die Ansatzpunkte? Bis jetzt sind vor allem die touristi-schen Ballungszentren bekannt. Es gibt aber viele Nischen-Destinationen, die weniger bekannt und beispielsweise für Familien sehr geeignet sind. Hier könnte man die Kräfte vielleicht noch besser bündeln und nicht immer nur die Highlights, sondern auch die Geheimtipps «pushen».

Wann denken Sie, dass Sie zu alt sind für den Jugendtourismus?

Schon bald. Die Nachwuchskräfte sind bereits fünf bis zehn Jahre jünger als ich. Bis etwa dreissig kann man sich selbst zum Jugendmarkt zählen.

Was kommt dann? In zwei Jah

ren sind Sie dreissig.

Das ist richtig (lacht). Ich habe in den letzten Jahren nie konkrete Vorstellungen gehabt, was ich in fünf, zehn Jahren machen möchte. Das ist auch jetzt nicht so. – Ich denke, es bringt nur Frustrationen, wenn man sich auf einer Schiene festfährt. Plötzlich öffnen sich neue Wege. Ich habe beispielsweise früher auch nie ge-dacht, dass ich einmal im Jugend-Bereich tätig sein werde.

Dürfen wir Sie für das «Milestone»-Lebenswerk 2030 vormerken? Wollen Sie dem Tourismus langfristig treu bleiben?

Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass ich zu diesem Zeitpunkt noch im Tourismus arbeiten werde. Es ist eine unglaublich spannende und auch etwas verrückte Branche. – Es «fägt», im Tourismus zu arbeiten!

Zur Person

Bernard Germanier (28) ist seit 2001 in der Geschäftsleitung der Jugi Tours AG und seit Juli 2002 Geschäftsführer der Schweizer Jugendkarte AG. Eingestiegen ist er vor drei Jahren, zunächst als Product-Director der Jugi Tours AG. Seine Aufgabe bestand darin, das Unternehmen zu sanieren und den Brand «Bve Bye» zu lancieren. Germanier hat bei Kuoni die KV-Lehre absolviert und die Internationale Schule für Touristik IST in Zürich mit Bravour abgeschlossen Derzeit absolviert er ein Nachdiplom



«Wir haben eine spannende Zeit hinter uns, leben in einer spannenden Zeit und haben eine ebenso spannende Zukunft vor

EMANUEL UND ROSMARIE BERGER / Das Direktionspaar des «Victoria-Jungfrau» in Interlaken erhält den «Milestone» für sein Lebenswerk. CHRISTINE KÜNZLER

«Wir reden über alles»

«Keine Idee», sagt Emanuel Berger, Direktor des Fünf-Sterne-Hotels Victoria-Jungfrau in Interlaken auf die Fra ge, weshalb sein Lebenswerk wohl mit dem «Milestone» ausgezeichnet wor-den ist. «Ich bin nicht der Empfänger, ich nehme den Preis stellvertretend entgegen für den Verwaltungsrat, die Kadermitglieder, die Mitarbeitenden und die Gäste, die uns immer wieder ihre Lovalität beweisen.» Er sieht ihn als Meilenstein in einer Entwicklung, «die noch meilenweit weiter geht».

Eigentliches Erfolgsrezept habe er keins. «Erfolg», sinniert er, «besteht ganz sicher nicht nur aus Zahlen und ganz sicher nicht nur aus Zanien und Gewinn – aber auch. Er beinhaltet zu-dem Respekt, Glaubwürdigkeit und Kontinuität. Alles Dinge, die es in der Hotellerie braucht.» Das Beste sei, fasst er zusammen, «das zu tun, was man kann. Andauernd und engagiert und so, wie man es als richtig erachtet.» Nach kurzem Nachdenken: «Man sollte vor allem ein Flair für den Umgang mit Menschen haben.»

EIN GUTER VERKÄUFER **UND DIPLOMAT»**

Über sich selber erzählen wolle er nicht, grenzt sich Berger ab. Interes-sant sei nur das Hotel – nicht er als Person. Er sehe sich als Vehikel, das zu transportieren, was dem Produkt diene. Eine Stärke («ich mag jede Art von Kommunikation») und eine Schwäche («eine gewisse Ungeduld») sind ihm dennoch zu entlocken. Seine Frau Rosmarie indes ist bereit, ihren Mann zu charakterisieren: «Sehr zuverlässig, beharrlich, er liebt das Hotel und en-gagiert sich dafür, er ist ein sehr guter Verkäufer und ein guter Diplomat.» Manchmal, sagt sie, sei er «aufbrausend, aber nie nachtragend. Auch meint er, ihm stünden mehr als 24 Stunden im Tag zur Verfügung.» Bergers Assistentin, Valérie Burnier, die bereits sechs Jahre mit ihm zusammenarbeitet, sagt ihm «Menschlich-keit» nach. «Die Türe zu seinem Büro steht immer offen und er hat für alle von uns ein persönliches Wort bereit.» Weil er «viel Vertrauen» in seine Mitarbeitenden setze, lasse sich mit ihm sehr gut arbeiten. Seine Schwäche? «Er wartet immer bis im letzten Moment, wenn er ein Projekt umsetzen muss.»

Seit gut 30 Jahren führen Emanuel und Rosmarie Berger das «Victoria-Jungfrau». Es ist nicht so, dass Bergers nie Abwanderungsgelüste gehabt hät-ten. «Wir sahen uns auch neue Stellen an», gibt er unumwunden zu. Was Bergers so lange in Interlaken halte, seien einerseits die zukunftsgläubigen Verwaltungsräte und andererseits die Herausforderungen. «Wir haben eine spannende Zeit hinter uns, leben in einer spannenden Zeit und haben eine ebenso spannende Zukunft vor uns», sagt er. Herausforderungen, ja, das brauche er. «Sonst hätte ich die Stelle hier gar nie angenommen.» Als er sie antrat, hatte dieses Hotel nämlich niemand führen wollen, «es war gross, und problembehaftet». Seine grösste Herausforderung, sagt er, sei, ein guter Gastgeber zu sein, «Das ist die schönste Aufgabe überhaupt.» Obwohl sich das Kerngeschäft in der Hotellerie nicht verändert – «man schläft im Bett und man isst am Tisch» –, hat er sich zum erklärten Ziel gesetzt, «dem Gast immer wieder etwas Neues» zu bieten.

Was versteht der «Victoria-Jungfrau»-Direktor unter «Gastgeber»? «Ich bereite dem Gast die Bühne für seinen Auftritt vor.» Er selber stehe nicht gern im Rampenlicht. Aber: «Wenn man mit dem Scheinwerferlicht spielt - und das ist so in der Luxushotellerie, passiert es hie und da, dass ein Strahl auf einen fällt. Das ist aber nicht beabsichtigt und ist mir eher unsympathisch.»

ZUSAMMENARBEIT IST BEIDEN WICHTIG

Berger, aufgewachsen mit drei Geschwistern im Glarnerland, stammt nicht direkt aus der Hotellerie. Doch seine Frau ist in einer Hoteliers-Familie aufgewachsen. Allerdings verlief ihr Weg nicht so gerade wie jener ihres Mannes. Sie trat ein Biochemie-Studium an. Erst später absolvierte sie die Ecole hôtelière de Lausanne und das Unternehmerseminar SHV.

Die berufliche Zusammenarbeit ist für beide wichtig. Bergers haben ihre Zuständigkeitsbereiche aufgeteilt: Rosmarie Berger ist im Hause verantwortlich für alle Bauprojekte, für die Dekorationen und die Abteilungen, denen vorwiegend Frauen angehören, er trägt die Verantwortung für die verbleibenden Bereiche. «Wir reden über alles. Projekte, die wir diskutieren, werden ausgewogener», fasst Berger zusammen. «Probleme und Strategien, die wir miteinander besprechen, wer-den klarer und können zielgerichtet umgesetzt werden.» Auftanken? Bergers haben ein

Haus am Thunersee, wenige Minuten vom «Victoria-Jungfrau». Dort ziehen sie sich zurück, wann immer sie eine Pause haben. «Das ist ein Refugium, wo ich mich sofort regenerieren kann.» Sein Wunsch an die Zukunft? «Ich möchte Freude haben an dem was ich tue. Ich glaube daran, dass man das, was man mit Freude tut, auch gut macht. Das wiederum produziert Freude bei anderen Menschen.»

Stimmen zur Lebenswerk-Ehrung des Ehepaars Berger

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus: «Das ist eine perfekte Wahl. Hier werden Passion und Können gewürdigt. Das Victoria-Jungfrau Grand Hotel und Spa ist international als ein führendes Hotel anerkannt. Entscheidend ist der Spirit dieses bedeutenden Hotels, und das Ehepaar Ber-ger ist sein Träger. Der «Milestone»-Preis ist für die Bergers kein Schluss-Preis ist Iuf die Bergers kein Schlüss-stein, sondern eben ein Meilenstein, der sie dazu veranlassen wird, nochmals neue Akzente zu setzen. Sie sind ein Vorbild für die Jungen in der Hotelbranche, und sie zeichnen sich auch durch ihr Gastronomie-Konzept aus, in welchem jeder ihrer Gäste etwas für sich findet.»

Peter H. Ernst, Direktor des See-damm Plaza Hotels in Pfäffikon SZ: «Ich möchte den beiden gratulieren; es hat mich riesig gefreut. Ich habe sieben Jahre lang als Vizedirektor des Victoria-Jungfrau-Hotels mit Bergers zusam-mengearbeitet und sie als Super-Team erlebt. Sie ergänzen sich, sie bringen alles mit und strahlen Menschlichkeit, Herzlichkeit und Sozialkompetenz aus. Ihr Ziel ist es, immer etwas mehr zu ma-chen als die Konkurrenz. Auch für meine eigene weitere Arbeit – ich habe unterdessen acht Hotels eröffnet und war immer in den Baukommissionen bei Umbauten dieser Hotels – habe ich einen Impuls mitgenommen: jedes Jahr für den Gast sichtbar etwas zu ändern.»

André Morgenthaler, Gemeindeprä-sident von Interlaken: «Wenn es jemand verdient hat, die Auszeichnung zu bekommen, dann sind es diese zwei. Für Interlaken ist das Victoria-Jungfrau Grand Hotel und Spa ein ab-solutes Aushängeschild im tourismuspolitischen Sinne. Dass es so weit ge-kommen ist, dafür sind Herr und Frau Berger die wesentlichen Persönlichkeiten. Sie sind mit Leib und Seele Hote-liers; sie besinnen sich voll auf die Gäste und die Qualität. Zugleich sind sie angenehme und bescheidene Personen. Sie verstehen es, dem Haus einen gewissen Glanz zu verleihen. Ihr Engaement und ihre Präsenz sind essenz ell für das Wohlfühlen der Gäste.» KJV

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

«RIDERS PALACE» / Das erste «Hightech- und Designhotel der Alpen» wird als bestes Projekt mit dem «Milestone 2002» ausgezeichnet. Das Minergie-Haus lockt seit letztem Dezember ein junges und aktives Publikum in die Alpenarena. SONJA STALDER

Das Hotel – ein kommunizierendes Gefäss

«Das «Riders Palace» ist eines der tollsten Projekte, das ich in den letzten zehn, zwanzig Jahren realisiert habe.» Das sagt Reto Gurtner, Präsident der Weissen Arena Gruppe AG. Die Idee für das «erste Hightech- und Designhotel der Alpen» (Eigenwerbung) kam ihm bei einer Vorstandssitzung vor etwa acht Jahren. Sepp Müssgens vom Hotel Margna in Sils-Baselgia sprach davon, dass er – wäre er noch jünger – ein Garni-Hotel für Jugendliche eröffnen würde. Dieser Gedanke liess Gurtner keine Ruhe. Entstanden ist ein Hotel, das mit

Entstanden ist ein Hotel, das mit seiner kühnen Architektur, der technischen Ausstattung und unmittelbaren Nähe zur Bergbahn-Talstation seit letztem Dezember ein junges, aktives und urbanes Publikum ansprechen will. Der «Garni-Gedanken» ist geblieben: Die Bar in der Lobby hält Getränke und nur ein beschränktes Food-Angebot bereit.

HOTEL SOLL VERÄNDERBAR BLEIBEN

«Im Sinne der Nachhaltigkeit war es uns wichtig, das Hotel so zu bauen, dass es veränderbar bleibt», sagt Gurtner und betont: «Wir wollen in zehn Jahren keinen alten Kasten haben.» Das Minergie-Gebäude ist so konstruiert, dass sich die jetzige Raumaufteilung neuen Bedürfnissen anpassen lässt. Die Lobby bietet ein DVD-Kino; einzelne Zimmer sind mit DVD-Game-Stationen und Plasma-Bildschirmen ausgestattet. Im letzten Winter holte das «Riders Palace» das Londoner Kultlabel «Ministry of Sound, ins Haus – und eine grosse Medien-Aufmerksamkeit gleich damit. Von einem «techno dream palace in the Alps» schrieb beispielsweise die britische Zeitung «Evening Standard».

Im letzten Winter haben vor allem Schweizer Gäste im «Riders Palace» logiert, «neben den biologisch jungen



In den Suiten fehlt die Playstation2 ebenso wenig wie die Badewanne von Philippe Starck.

Leuten auch durchaus solche, die im Kopf jung geblieben sind», wie Gurtner sagt. Das Hotel lockt – als Mitglied der internationalen Gruppe der «Design Hotels» – neben den «Ridern» auch Vertreter der Design und Architekturszene an. Das Marketing übernimmt die Weisse Arena AG in Kooperation mit der Destination Alpenarena; im Ausland wird versucht, die Snowboarder-«Community» vor allem in Insider-Magazinen anzusprechen.

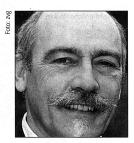
Die Mitarbeiter-Suche gestalte sich «extrem schwierig», sagt Gurtner. Er winscht sich Leute, die so sind wie das Publikum, das er ansprechen möchte: jung, kommunikativ, international –

«beautiful people» eben. Und: «Sie müssen Freude haben am Produkt, ihre Augen sollen leuchten.» Andererseits muss aber auch die betriebswirtschaftliche Rechnung aufgehen – eine Gratwanderung, die nicht immer einfach zu lösen sei.

WEITERE «EDITIONEN» SIND DENKBAR

Diese Saison steht das «Fine-Tuning» an, wie Gurtner die Konzeptanpassungen stilgerecht umschreibt. Während im letzten Winter die 70 Zimmer noch in vier Kategorien angeboten wurden, sind es jetzt nur noch deren drei: «Back to basic», «Multimedia» und «Suiten». In der Kategorie «Back to basic» wird die Zahl der Betten zudem von sieben auf fünf reduziert. Im Weiteren will man dafür sorgen, dass die ambitionierten Sportler, die frühmorgens in der Lobby ihr Frühstück einnehmen möchten, tatsächlich frischen Kaffee vorfinden und nicht nur die Spuren der letzten Party-Nacht.

Im ersten Winter hat das «Riders Palace» rund 10 000 Logiernächte verbucht. Mit diesem Ergebnis war Gurtner noch «gar nicht zufrieden»: «Wir haben alle Buchungen akzeptiert; so wie sie hereingekommen sind, auch nur für einzelne Nächte.» Diese Saison müssen die Gäste am Wochenende mindestens zwei Nächte bleiben; wer zwischen Weihnachten und Silvester in das «Riders Palace» will, muss die ganze Woche buchen. Laut Gurtner sind zum jetzigen Zeitpunkt bereits so viele Nächte reserviert, wie im ganzen letzten Winter gebucht worden sind.



«Eines der tollsten Projekte, das ich in den letzten zehn, zwanzig Jahren realisiert habe.»

Reto Gurtner

Das «Riders Palace» ist «Edition II», erste Erfahrungen hatte die Weisse Arena Gruppe zuvor mit einem Modulhotel gesammelt. Dass es noch zusätzliche Editionen geben wird, schliesst Gurtner nicht aus. Das «Riders Palace» ist international geschützt; Anfragen von Dritten, die das Konzept übernehnen möchten, liegen vor. «Zuerst wollen wir aber weitere Erfahrungen sammeln und das Konzept äbrunden», sagt Gurtner. Nach der dritten Saison dürfte es dann aber so weit sein.

LUZERN CULTURE PARTNER / Die Luzerner Marketingkooperation bekommt den zweiten Preis als herausragendes Projekt. **Sonja Stalder**

«Netzwerk ist entstanden»

«Die beiden Seiten – Kultur und Tourismus – haben sich gegenseitig besser kennen gelernt. Es ist ein Netzwerk entstanden.» Diese Bilanz zieht Lisa Schilling, Sales-Manager Leisure bei der Luzern Tourismus AG, nach einem Jahr «Luzern Culture Partner» (L.C.P.). Die L.C.P. ist eine Marketingkooperation, die Luzern Tourismus ins Leben gerufen hat und der mittlerweile über 50 Partner angehören. Der Hauptteil der Partner stammt aus dem Bereich Kultur, von touristischer Seite sind 15

Hotels und Restaurants sowie Railaway mit an Bord. Lisa Schilling bezeichnet dieses Verhältnis als «guto: «Wir haben alle wichtigen Partner dabei.» Bei den Hotels mache es nur dann Sinn mitzumachen, wenn die kulturell Interessierten auch wirklich eine Zielgruppe des Betriebes darstellen.

Aktuellstes Beispiel der Zusammenarbeit ist die Aktion «Alles Theater!?»: Wer eine Theaterkarte vorweisen kann, profitiert von günstigeren Übernachtungspreisen und erhält 10% Reduktion auf das «Theatermenu» in den beteiligten Restaurants. Lisa Schilling hofft, dass auch die Luzerner Bevölkerung dieses Angebot nutzen wird und dadurch merkt, «dass da etwas am Laufen ist».

GANZJÄHRIGER INDIVIDUALTOURISMUS

Nächsten Januar erscheint bereits die zweite Auflage des gemeinsamen Prospekts «culture»; dank der neuen Plattform kann sich Luzern an der nächsten Internationalen Tourismus-Börse (ITB) in Berlin zudem bereits zum zweiten Mal in der Halle «Kulturtourismus» präsentieren. «Mit der LC.P. wollen wir vor allem das Image und die Bekanntheit der Kulturstadt Luzern fördern», erklärt Lias Schilling. Mit der Fokussierung auf die Kultur hofft die Luzern Tourismus AG auf einen wertschöpfungsintensiven und ganzjährigen Individualtourismus.

DIENSTLEISTUNGEN IM BAUKASTENSYSTEM

Die L.C.P.-Partner bezahlen einen Mindestbeitrag von 900 Franken pro Jahr. Weitere Dienstleistungen, wie Messeauftritte, etc. können sie im Baukastensystem dazukaufen. Lisa Schilling: «Wir halten den Mitglieder-Beitrag bewusst verhältnismässig tief, da wir auch die kleineren Kulturanbieter mit dabei haben wollen.»

«KLEIN UND FEIN» / Die Bündner Kooperation erhält den «Milestone»-Sonderpreis. SonJA STALDER

Kleine Orte setzen auf sanften Tourismus

«Einen Beitrag zur regionalen Entwicklung leisten», das will Graubünden Ferien (GRF) mit dem Projekt «klein und fein». «Wir haben gemerkt, dass wir die kleinen Orte bisher zu wenig unterstützen konnten», erklärt Urs Wohler, Leiter Marketing-Services bei GRE So ist die Idee für die Kooperation klein und fein» entstanden, in deren Zentrum der naturnahe Tourismus steht. Die 16 beteiligten Orte zeichnen sich dadurch aus, dass sie bis jetzt die grossen Tourismusströme nicht angezogen haben – und dies auch in Zukunft nicht tun wollen. Der sanfte Tourismus soll ihnen aber helfen, das Leben in den Dörfern zu erhalten.

Erstes sichtbares Resultat der zweijährigen Zusammenarbeit ist die im
letzten August erschienene Broschüre
«kleine und feine Orte für grosse Ferien». Die ersten Reaktionen darauf sind
laut Urs Wohler durchwegs positiv ausgefallen. Am Konzept mitgearbeitet
haben Know-how-Partner aus den Bereichen Verwaltung, Kultur und Ökologie. Neben der Kommunikation koordiniert GRF aber auch die Produkteentwicklung der Orte. Unter dem Motto «gemeinsam statt einsam» unterstützt die Bündner Marketingorganisation die beteiligten 218 Hotels beispielsweise darin, die Online-Buchbarkeit zu realisieren und das Qualitätsgütesiegel zu erarbeiten.

Längerfristiges Ziel der Kooperation ist es, die Auslastung der Hotels von gegenwärtig 50 auf 80 Prozent zu steigern. Als «klein-und-fein»-Gäste erwartet Urs Wöhler Menschen, «die überdurchschnittlich sensitiv auf Umweltthemen reagieren, denen die Kontakte am Ferienort wichtig sind und die nach sinnstiftenden Angeboten suchen».

stiftenden Angeboten suchen».

Die Kooperation ist auf drei Jahre angelegt; jeder Partner zahlt pro Jahr einen Beitrag von 5000 Franken. Laut Urs Wohler zeichnet sich aber bereits jetzt ab, dass die Zusammenarbeit fortgesetzt wird. «Wir gehen davon aus, dass klein und fein» zu einem weiteren Standbein des Bündner Tourismus heranwachsen wird.»



Der sanfte Tourismus soll helfen, das Leben in den Dörfern zu erhalten (im Bild: Soqlio im Val Bregaglia).



Die Luzerner Tourismus- und Kulturvertreter wollen mit der gemeinsamen Plattform «Luzern Culture Partner» das Image und die Bekanntheit der Kulturstad Luzern fürdern

MILESTONE-LAUDATIONES

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002



Eric Scheidegger (I.) lacht mit Reto Gurtner. «Wow! Was soll ich sagen?», ruft dieser. «Ich widme diesen Stein unseren «Stiften», damit sie den Mut haben, unternehmerische Risiken einzugehen und nicht nur auf ihren Chef zu hören.»

Christoph Juen hält für Lisa Schilling den Blumenstrauss. Diese bezeichnet den «Milestone» als «grosse Ehre und Motivation auf dem weiteren Weg von Luzern Culture Partner».

«GROSSE EHRE UND MOTIVATION»



Marietta Dedual übergibt Urs Wohler all das, was zum «Milestone» gehört. Urs Wohler: «Diesen Stein des Anreizes nehmen wir gerne mit nach Hause. Wir nehmen die Verpflichtung ernst, etwas daraus zu machen.»



Gottfried F. Künzi (l.) überreicht dem Ehepaar Berger den «Milestone». Emanuel Berger: «Lebenswerk tönt abschliessend. Wir nehmen den «Milestone» lieber wörtlich: als Meilenstein auf unserem Lebensweg.»



Christian Rey (l.) beglückwünscht Bernard Germanier. Dieser nutzt die Gunst der Stunde und ruft dazu auf, «den jungen und motivierten Mitarbeitern Kompetenzen

RIDERS PALACE / Erster Preis «Herausragendes Projekt»

«Mutige Fokussierung auf eine Gästeschicht»

«Der diders Palace in Laax ist ein im Alpenraum einzigartiges Hightech-und Designhotel. In unmittelbarer Nähe zur Talstation der Bergbahnen gelegen, verkörpert es den Lifestyle einer jungen und multimedial verbun-denen urbanen Generation.

Der im Dezember 2001 eröffnete 11-Millionen-Bau umfasst 70 Zimmer mit insgesamt 312 Betten. Angeboten werden verschiedene Preis-Leistungs-Varianten, im Winter immer inklusive Skipass: von Basic in Mehrbettzimmern, über Multimedia bis hin zu einigen grossräumigen Suiten. Die 24 Stunden geöffnete Bar liefert auch ein minimales Food-Angebot und ist gleichzeitig Réception. Das Hotel er-füllt die Minergie-Kriterien für um-welt- und qualitätsbewusstes Bauen.

Herausragend ist die konsequente und mutige Fokussierung auf eine sportliche und spassorientierte Gästeschicht. Der Verzicht auf hotelübliche Dienstleistungen (unter anderem kein Restaurant, kein Frühstück) ermöglicht attraktive Konditionen für den Gast und einen sicheren Cashflow für das Unternehmen. Architektur und In-nengestaltung rechtfertigen den An-spruch (Designhotel). Die Wahl eines international renommierten Technologiepartners sichert jederzeit dernstes digitales Entertainment.

Die Jury würdigt mit dieser Auszeichnung auch die Pionierpersönlichkeit Reto Gurtner, der als erster konsequent auf neue Technologien ge-setzt, die Vernetzung der verschiedenen Leistungsträger (Bergbahnen, Hotels, Skischulen und Restaurants) gefördert und den Umbau von drei Verkehrsvereinen in eine Tourismus-AG vorangetrieben hat.»

Laudatio von Eric Scheidegger, Leiter Standortförderung beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco)

LUZERN CULTURE PARTNER (L.C.P.) / Zweiter Preis «Herausragendes Projekt»

«Stärkt Luzerns Kompetenz als Kulturstadt»

«Um den Kulturtourismus zu fördern, hat Luzern Tourismus die Marketing-kooperation «Luzern Culture Partner L.C.P. gegründet. Ihr gehören über 50 Mitglieder aus allen Tourismusberei-chen und Kultursparten an: von grossen Veranstaltern wie Lucerne Festival über Galerien, Kleintheater bis zu Ho tel- und Gastronomiebetrieben. Dank L.C.P. arbeiten Leistungsträger aus den verschiedensten Bereichen zusammen, die sonst kaum miteinander in Kontakt kämen. Nach aussen wird die Kulturstadt Luzern als Einheit mit einem abgerundeten Angebot präsenDank dem gemeinsamen Auftritt aller Partner werden auch kleinere An-bieter mitgetragen, die zwar ein quali-tativ hochstehendes Produkt anbieten, aber nicht über genügend Mittel für eine starke Marktpräsenz verfügen. Vorteile für alle: bessere Wahrnehmung, Wissenstransfer, Angebotsbündelung, Kosteneinsparungen. Für die Koordination und Administration ist die Abteilung Product Management & Sales von Luzern Tourismus zuständig. L.C.P. stärkt die unbestrittene, aber

noch zu wenig bekannte Kompetenz Luzerns als Kulturstadt mit internatio-naler Ausstrahlung. Damit wird eine

wichtige Imagekorrektur unterstützt, welche die Abhängigkeit vom preis-getriebenen Gruppentourismus reduziert und eine ideale Ergänzung zum im Aufbau befindlichen Kongresstourismus darstellt. L.C.P. ist zudem eine logische Fortsetzung der neuen Dienstleistungsphilosophie der Lu-zern Tourismus AG, welche die ungeteilte Anerkennung der Jury findet.»

Laudatio von Christoph Juen, Direktor Schweizer Hotelier-Verein

KLEIN UND FEIN / Sonderpreis zum UNO-Jahr der Berge und des Ökotourismus

«Neue und viel versprechende Marktnische»

«Aus Anlass der von der UNO eingeleiteten Kampagnen für das Internatio-nale Jahr des Ökotourismus 2002) und das Jahr der Berge 2002 wird dieses Jahr ein 'Milestone-Sonderpreis für ein natur- und landschaftsnahes sowie nachhaltiges touristisches Projekt verliehen. Damit soll die zukunftsgerichtete Arbeit der zahlreichen und oft etwas vergessenen Anbieter von sanften Tourismusformen gewürdigt werden. klein und fein bietet einen natur-

nahen und landschaftsorientierten Tourismus abseits der grossen touristi-schen Zentren an. Mit diesen Trouvaillen wird touristisch eine neue und viel

versprechende Marktnische erschlossen. Landschaftsschutz und Wahrung der kulturellen Eigenart sorgen für eine hohe Authentizität der Angebote, welche auf die lokalen natürlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Ressourcen ausgerichtet sind.

Die Kooperation zwischen Bündner Tourismusorganisationen und 16 weniger bekannten Destinationen soll die lokale Wirtschaft von Orten stärken, welche in abgelegenen Tälern wie dem Bergell, dem Val Lumnezia oder dem Safiental liegen. Ein bescheidener Tourismus kann dazu beitragen, das noch bestehende Gleichgewicht zwi-

schen Mensch, Landschaft und Brauchtum in diesen vorwiegend von der Landwirtschaft genutzten Gebieten aufrechtzuerhalten.

klein und fein, fördert die partnerschaftliche Entwicklung und Vermark-tung von marktfähigen Angeboten. Lokale und regionale Synergien werden auf neue Weise genutzt. Partner wie die Rhätischen Bahnen, Postauto Graubünden oder die Getreidegenossenschaft (Gran Alpin) unterstützen diese vielversprechende und marktgerechte Bündner Initiative.»

Laudatio von Marietta Dedual, Chefredaktorin hotel+tourismus revue

EMANUEL UND ROSMARIE BERGER / Herausragendes Lebenswerk

«Raffinierter Sinn für Kultur und Qualität»

«Emanuel Berger mit dem «Milestone» zu ehren, ist Wasser ins Meer getragen. Unzählige bedeutende Auszeichnungen zieren seinen Palmarès als Erfolgshotelier. Wie dem auch sei: Es ehrt eben auch unsere Jury, Emanuel Ber-ger den Milestone, zuzusprechen. Im Jahr 1997 hatte die Max-Schmidheiny-Stiftung an der Univer-

sität St. Gallen Rosmarie und Emanuel Berger ihren Freiheitspreis verliehen. Zitat: Den Hoffnungsträgern, die sich in der Krise des Schweizer Tourismus im Geist früherer Pionierleistungen auf bewährte Tugenden und Stärken besinnen, wider das Klagen neue Wege weisen und damit über ihre Branche hinaus ein Signal zum Aufbruch geben.» Dieser Aussage schliessen wir uns vorbehaltlos an.

In den 30 Jahren seines Wirkens im Grand Hotel Victoria Jungfrau hat Ema-nuel Berger mit seiner Gattin den perfekten Dreiklang geschaffen: Ein aus-sergewöhnliches Produkt mit Komfort und stilvoller Atmosphäre, eine hervorragende Servicekultur, welche die Gäste begeistert sowie ein erfolgreiches, weltweit renommiertes Haus, welches Inve-storen anzieht und glücklich macht. Wir erkennen in Emanuel Berger die Kardi-naltugenden des Gastgebers: Unternehmergeist, Führungsstärke und Wagemut, menschliches Engagement für Gäste und Mitarbeitende sowie den raffinierten Sinn für Kultur und Qualität. Wir ehren Emanuel Berger für sein erfolgreiches Lebenswerk, für seinen Bei-trag für das Renommee unseres Landes, für seine Gradlinigkeit und Treue zu sich selber und für seine souveräne Bescheidenheit, Emanuel und Rosmarie Berger haben die Anerkennung und den Dank der Schweizer Tourismuswirtschaft verdient.»

Laudatio von Gottfried F. Künzi, noch bis heute Direktor Schweizer Tourismus-Verband

BERNARD GERMANIER / Herausragende Nachwuchskraft

«Überragende unternehmerische Leistung»

«Bernard Germanier ist am 15. März 1974 geboren. In Zürich durchlief er die Schulen, zuletzt die Internationale Schule für Touristik IST mit sehr gutem Abschluss als Tourismusfachmann HE. Seit 1990 ist er im Travel-Trade tätig, zuerst als kaufmännischer Angestellter, Sachbearbeiter und Projektverant-wortlicher – unter anderem für Sport-

Events – bei Kuoni in Zürich.

Zehn Jahre später sehen wir Bernard Germanier in unternehmerischer Funktion als Product Director bei Jugi Tours in Bern. Als Erstes musste er die Firma sanieren. Er machte den bisherigen Tour-Operator zum Retailer und lancierte die Marke «Bye Bye». In der Folge verdoppelte sich der Umsatz in den nächsten zwei Jahren zweimal. Er holte Kuoni als Aktionär ins Jugi-Tours-Boot und lagerte das Verkaufsgeschäft aus.

Seit Juli 2002 ist Bernard Germa-nier Geschäftsführer der Stiftung Schweizer Jugendkarte, der Jugi-Tours AG und der Schweizer Jugendkarte AG. Diese tritt unter der Marke Euro<26 auf, hat 2000 kommerzielle Partner und 250 000 Mitglieder. Germanier ist Mitglied des Boards der European

Youth Card Association, welche in 33 Ländern 3,5 Millionen Mitglieder

zählt.
Wir ehren Bernard Germanier für seine beeindruckenden unternehme-rischen Leistungen in jungen Jahren, für sein zielbewusstes und überzeugendes Wirken im Dienste des Jugendtourismus und seine ruhige, souveräne und bescheidene Art. Wir sind überzeugt, dass man noch einiges von ihm und über ihn hören wird.»

Laudatio von Christian Rev. Präsident Schweizer Hotelier-Verein



BERNHARD CEVEY / Der Unternehmensberater aus Tübingen sprach an einer Tagung über nachhaltige Führungsmethoden. SEITE 11



VERENAHOF BADEN / Grossandrang zur Total-Liquidation des Hotels. Was mit dem Gebäude geschieht, ist noch völlig offen. Seite 12



hotel+tourismus revue

MANAGEMENTSEMINAR / Mitglieder des Verbands Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD) suchten gemeinsam nach Lösungen, um gute Mitarbeitende zu finden und sie längerfristig an die Tourismusorganisationen zu binden. CHRISTINE KUNZLER

Gibt es bald die Firma Ferienland Schweiz?











Müde, fröhlich, zufrieden, konzentriert und kritisch: Die Tourismusdirektoren am VSTD-Seminar (von links: Urs Wagenseil, Lenzerheide; Fulvio Sartori, Seilbahnen Schweiz; Edy Peter, Sion; Sébastien Epinay, Haute-Nendaz; Marco Wyss, Heidiland).

«Solche Personen gibt es gar nicht, die müssen wir erfinden.» Peter Reinle, der Direktor von Vierwaldstättersee Töurismus, brachte es auf den Punkt: Die Anforderungen, die die Teilnehmer des Workshops am Managementseminar des Verbands Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD) an künftige Mitarbeitende stellten, sind unrealistisch. Wie man gute Mitarbeitende findet und wie man sie an die Tourismusorganisation binden kann, das war unter anderem Thema des Managementseminars zu «Leadership und Human-Resources-Management» in Meiringen. Die Tourismusdirektoren waren sich denn auch bald einig, dass zwischen Anforderung und Lohn der Mitarbeitenden eine grosse Lücke

Dass die Tätigkeit im Tourismus aber trotz tiefem Lohn attraktiv ist, zeigt beispielsweise auch die Tatsache, dass sich 200 Personen um die Stelle als Nachfolger/-in der Zürcher Tourismusdirektorin Edith Strub bewerben oder dass in Interlaken über 70 Personen um die Stelle als Tourismusdirektor buhlen. So war man sich denn in Meiringen bald einig, dass das Problem weniger darin liegt, Mitarbeitende zu finden, als sie zu halten. Den Mitarbeitenden «Job-Rotationen» und damit Entfaltungsmöglichkeiten zu bieten, zeigt sich als eine Massnahme, der Fluktuation entgegenzusteuern. Vorschläge, wie ein solches «Job-Enrichment» zu bewerkstelligen sein könnte, trafen einige ein: Eine «Tourismuslaufbahn AG», integriert in die regionalen Tourismusorganisationen, könnte Stellen und Mitarbeitende vermitteln. Oder gibt es bald das Ferienland Schweiz als eine einzige Firma? So wäre eine Job-Rotation über die Kantonsgrenen möglich. oder: Der St. Moritzer Marketingleiter macht ein sechsmo-

natiges Stage in Sölden – und um gekehrt der Söldener in St. Moritz.

WIE LÄSST SICH DIE FLUKTUATION MILDERN?

Hans-Rudolf Mooser, Direktor der BVZ Zermatt Bahn und GGB Gornergrat-Monte Rosa Bahnen AG in Brig, hat mittels einer Umfrage bei elf Tourismusdirektoren die Kernprobleme ihrer Tätigkeit evaluiert: Die Saisonallität, der Arbeitsort in oft teuren und oder abgelegenen Destinationen, die mangelnde Beschäftigungsmöglichkeit für die Partnerin/den Partner sowie die niedrige Entlöhnung. Mooser lieferte auch gleich seine Lösungsansätze: Schweizweit sei das Image der touristischen Berufe zu fördern. Zu stärken sei auch die Autonomie bei der Arbeitsgestaltung. Er riet, die Arbeitszeitmodelle zu überdenken – beispielsweise Teilpensen einzuführen – und die Mitarbeitenden die Zeitmo-

delle mitgestalten zu lassen. «Lasst eure Leute auch in andere Branchen Einsicht nehmen», sagte Mooser. Denn meist würden sie so die Vorteile ihres eigenen Arbeitsplatzes erkennen

eigenen Arbeitsplatzes erkennen.
Der Fluktuation vorbeugen lasse sich mit branchenweit regionenübergreifenden Formen der Laufbahnentwicklung, sagt auch Mooser. Er ermutigte die Tourismusdirektoren in Meiringen zudem, die Lohnpolitik zu überprüfen und in Richtung leistungsabhängiger Lohnefemente zu erweitern. «Beschafft euch die Informationen selber, ob der Lohn, den ihr bezahlt, im Vergleich mit anderen Branchen wirklich so tief ist.» «Fringe-Benefits» – wie zum Beispiel gute Konditionen bei Reiseveranstaltern – sieht er als weitere «Zückerchen» und mögliche Lohnaufbesserung.

Ein Rat, der sich sofort umsetzen lässt, ist jener der Mitarbeiterförderung. «Traut euren Mitarbeitenden grosse, herausfordernde Projekte zu», sagte Mooser. «Ein Mitarbeitender fühlt sich wohl, wenn er sein Bestes geben kann.» Eine offene und klare Kommunikation – auch über die Unternehmensstrategien und -visionen hinweg –, dem Mitarbeitenden grosses Vertrauen schenken («Das setzt viel Energien frei»), auf dessen Stärke bauen, ihm regelmässig Feedback geben und ihn coachen statt führen, – das alles trägt zu einem guten Arbeitsklima bei. Geht es nach Mooser, werden die Mitarbeitenden nicht mehr in Kursen weitergebildet sondern durch «Lernsequenzen innerhalb des Unternehmens anhand konkreter Fälle».

HUMAN RESOURCES SIND CHEFSACHE

Mooser informierte die Seminarteilnehmer auch gleich über ein professionelles Human-Resources-Management. «Ein Stiefkind», wie er sagte, «denn oft nimmt man sich nicht genügend Zeit für die Mitarbeitenden. Das hat zur Folge, dass sie sich nicht ernst genommen fühlen.» Fehlende Bereitschaft, in die Mitarbeitenden zu investieren, mangelnde Kenntnisse über die Funktionsweise von Human-Resources-Management-Instrumenten, deren wichtigstes das Mitarbeiter-Gespräch ist: Das sind laut Mooser die häufigsten Stolpersteine. Um diese Defizite ausgleichen zu können, rät er, das Human-Resources-Management zur Chefsache zu erklären.

«SICH SELBER FÜHREN»

Problemfelder ortet Mooser nicht nur in der Mitarbeiterführung sondern auch in der Tätigkeit der Tourismusdirektoren. Zum Beispiel bei den Zuständigkeiten, genauer gesagt: beim unklaren Rollenverständnis zwischen Vorstand und Tourismusdirektoren. Aber auch bei der fehlenden Professionalität der Vorstandsmitglieder. Als mögliche Massnahmen sieht er «eine verbindliche Vision und mehr Commitment, die Definition des Führungsprozesses mittels klarer Spielregeln und die Schulung der Vorstandsmitglieder mittels einer Besichtigungsreise in eine andere Destination.»

awisch selber führen» – das war ein Fazit, das sich aus mehreren Referaten am VSTD-Managementseminar ziehen liess. Das Richtige richtig tun, die Wirksamkeit der eigenen Tätigkeit im Auge behalten, Feedbacks und Kritik zulassen: Dass umzusetzen, braucht allerdings einiges an Disziplin. Denn die Ablenkung von der Selbstreflexion ist gross: eine Vielzahl an Aufgaben und Erwartungen, eine starke Absorption durch die Leistungsträger und den Vorstand und die Tätigkeit als Generalist, die fehlende Professionalität zur Folge haben kann.

VSTD Managementseminar: Die Themen und Referenten

Zum erstenmal hat der Tourismus-Berater Daniel Fischer das VSTD-Managementseminar organisiert und durchgeführt. Der Verband der Schweizer Tourismusdirektoren hatte letztes Jahr entschieden, diese Aufgabe extern zu vergeben. Seit diesem Jahr steht das Managementseminar auch Nicht-Mitgliedern des VSTD offen.

Der erste Teil des diesjährigen Seminars in Meiringen beinhaltete die Themen Leadership und Human-Resources-Management. Referenten waren nebst Hans-Rudolf Mooser, Direktor der BVZ Zermatt Bahn und GGB Gornergrat-Monte Rosa Bahnen AG in Brig, auch Daniel Fischer («Ziele, Handlungsfelder und Instrumente eines modernen Führungskonzepts»; Michael Westermann, Siemens Schweiz AG («Selektion und Entwicklung der Mitarbeiter/in-Erfolgsfaktoren»); Alberto Casco («Die Zukunft der Kommunikation im Tourismus»); Sibylla Degiacomi-Asper, Leiterin HFT Luzern («Der Beitrag der Tourismusfachschulen zu einem guten künftigen Human-Resources-Potenzial im Tourismus»); Beat Anthamatten, Direktor «Ferienart Walliserhof» in Saas-Fee («Leadership und wirkungsvolle Menschenführung in der Hotellerie»).

Im zweiten Teil des Seminars konn-

Im zweiten Teil des Seminars konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre Work-Life-Balance ausloten. Claire Barmettler und Reinhard Schmid, Geschäftsführerin und Geschäftsführer des S & B Institus für Berufs- und Lebensgestaltung AG in Bülach, gaben den anwesenden Tourismusdirektorinnen und -direktoren Tipps, wie sie ihre Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht bringen können. Die Fachleute zeigten sowohl Stolpersteine als auch Lösungsmöglichkeiten auf. Details über das S & B Concept auf www.s-b-institut.ch.

Das nächste VSTD-Managementseminar findet vom 22. bis 24. Oktober 2003 im Raume Lausanne statt. Vorher wird die 75. VSTD-Generalversammlung in Luzern abgehalten (20,/21.3.2003) und der EUTO-Kongress in Engelberg (European Union of Tourist Officers vom 2. bis 5.10.2003). CK

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

Dies ist ein Erfolgsmittel! Wählen Sie 031 370 43 40



für Organisations- und Küchenplanung

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





13 % Rendite oder mehr!

Im Auftrag zu verkaufen an bester geschäftlicher Lage – Bahnhof – Einzugsgebiet Thun und Bern, eine Wohn-und Gewerbeliegenschaft umfassend

Hotel-Restaurant

mit grossem Saal

Bar/Pub

Wohnungen

Studios Ein Ort der Begegnung, der über alle Grenzen hinweg wieder bekannt werden kann. Ein pulsierender Mittelpunkt des Dorfes mit sehr grossem Parkplatz. Guter Gebäudezustand und ideale Verkehrslage.

Andere wichtige Eckdaten:
Mietwert je nach Konzept zwischen CHF 150 000.-

Miletwert ig nach Konzept zwischen CHF 1501 und CHF 200 000.– Ertragswert nach SHV CHF 1500 000.– Gebäudeversicherungswert CHF 7 000 000.– Realwert der ganzen Liegenschaft CHF 4541 047.–

Verkaufsrichtpreis CHF 1,2 Mio.

Anfragen sind zu richten an: Jürg Zumkehr, Unternehmungsberatung, 3800 Interlaken, Natel 079 656 56 88, Fax 033 823 63 88

www.zumkehr.ch - juerg.zumkehr@guicknet.ch

Der Kaufpreis ist weit unter dem Ertragswert. Diese Liegenschaft ist eine interessante Kapitalanlage für Investoren. Notwendiges Eigenkapital mindestens CHF 500 000.–.

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restaur

- Buchhaltung/Treuhand
- Werbeagentur
- Rechtsberatung
- Neue Betriebskonzepte
- Managementseminar

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen zu vermieten - suchen Sie einen Bet wir haben Ideen und Kontakte

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
 Garten

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



∕svit

I M M O B I L I A R E 6901 Lugano, via Luvini 4/Dir. W. Mykala Tel. 091 922 96 36/922 80 50, Fax 922 85 32

Tessin - Luganersee - Rovio an bester sonniger Lage mit Panorama-Seesicht.

Wohnhaus mit 5 Wohnungen

Number 1. d Worlungen mit 2/v bis 3 Zimmern + Badezimmer, EG grosszügige Einzimmerwohnung mit Dusche, gut eingerichteter Küche, Typ Industrieküche; sehr schönes Hallenbad (55 m), Grotto mit Bar und WC, Ausgang auf Terrasse und Garten mit Grillecke, auf dem Dach grosse Solarium-Terrasse, sehr und 2. Stock Umränderung in Zwei 5/z-Zimmer-Wohnungen möglich.

4 Boxen + Aussenparkplatz. Das Gesamte in ausgezeichnetem Zustand. Ideal auch für kleines Garni. Interessanter Preis.

Zu verkaufen (evtl. zu verm.) in Chur

Speiserestaurant

mit Gartensitzplatz

Chiffre U 513-324032, an Publicitas AG, Postfach, 7001 Chur

Month of the latest

ZU VERPACHTEN

3-Sterne-Hotel am Vierwaldstättersee

auf Frühjahr 2003

60 Betten, ruhige Zentrumslage, freier Blick auf See und Berge, Restaurant mit Speisesaal. schöne Gartenterrasse

> Interessenten melden sich schriftlich an: AG Hotel Viktoria Postfach 31 6353 Weggis oder telefonisch: 041 390 19 77

Zu verkaufen

an zentraler Lage im Gotthardgebiet:

Kleinhotel

mit 40 Betten 2 Restaurants 80 Plätze Bar 10 Plätze Parkplätze Parkplätze und Garagen 2 Wohnungen 31/2 + 51/2 Zi.

Interessenten melden sich bitte unter Chiffre 152342, hotel + tourismus re-vue, Postfach, 3001 Bern.

An erstklassiger Lage in der aufstrebenden, deutschsprachigen Gemeinde Schmitten, Kt. FR, 3400 Einwohner, zu vermieten per 1. 4. 2003 oder nach Vereinbarung

Restaurations- und Hotelbetrieb

Einziges Restaurant im Dorf, Gaststube 80 Pl., div. Esssäle 200 Pl., herri. Gar-tenterrasse 60 Pl., Top-Zustand der Ein-richtungen und Lokalitäten, 7 Gästezi, grosse Wirtewohnung, grosser Park-platz, für aktives Wirtepaar, starke Ent-wicklungsmöglichkeit, treue Stamm-kundschaft vorhanden. Inventarübernahme rund Fr. 100 000.–

Ernsthafte Interessierte verlangen bitte die Dokumentation bei:

PEGA IMMOBILIEN AG, P. Gauch, 3185 Schmitten, Tel. 026 496 19 19, Fax 026 496 33 12

pega@rega-sense.ch



Eine Perle in exklusivstem Ferienparadies!

Im Auftrag zu verkaufen ein 1981 in herrschaftlichem, massivem Chaletstil erstelltes

4-Sterne-Hotel

Der Betrieb umfasst:
35 eigene grosse Hotelzimmer mit Balkon sowie 20 Wohneinheiten (Doppelzimmer) von Dritteigentümern;
Gaststube/Beiz mit 50 SP; Speiserestaurant mit 60 SP;
Hotelirestauration mit 120 SP; Bar mit 20 SP, Seminarräume bis 80
Plätze; Sonnenterrasse mit ca. 80 SP; Dancing/Disco mit 250 SP;
Spielraum; Fitnessraum; 2 Saunas; Solarium; Leseraum; Massageraum; Hallenbad 12×7 m; 46 Autoparkplätze in Einstellhalle.
Ruhige Lage, obschon nur eine Minute vom Bahnhof und Dorfzentrum entfernt. Am Ende der Skipiste gelegen.

Kaufpreis zum Ertragswert!

Andere wichtige Eckdaten: Arioter wichtige Eckoaten:
Realwert gemäss SHV CHF 8 900 000.—
Gebäudeversicherungswert CHF 14 785 000.—
Gross- und Kleininventar zum Neuwert von CHF 1 500 000.—
Es kann durchaus als interessante Kapitalanlage erworben werden. Eigenkapitalbedarf ca. Fr. 2,5 Mio.

Anfragen sind zu richten an: Jürg Zumkehr, Unternehmungsberatung, 3800 Interlaken, Natel 079 656 56 88, Fax 033 823 63 88

www.zumkehr.ch - juerg.zumkehr@quicknet.ch



Liegenschaften der Stadt Biel

Biel - Altstadt

Die Einwohnergemeinde Biel verpachtet per 01.04.2003 das gut eingerichtete und gepflegte

Restaurant im Ring 16

Das Restaurant bietet:

- 44 Sitzplätze in der Gaststube
- 20 Terrassensitzplätze
- diverse Nebenräume

Das heimelige Restaurant liegt mitten im Herzen der Bieler Altstadt.

Wir suchen eine/n motivierte/n und engagierte/n Pächter/in mit einer vom KWA (Kantonales Amt für Wirtschaft und Entwicklung) anerkannten Ausbildung bzw. einem anerkannten Fähigkeitsausweis

Wir erwarten gerne Ihre schriftliche Bewerbung.

Liegenschaften der Stadt Biel, Neuengasse 28, 2501 Biel 032/3262311



Berner Mittelland. Stadtnähe Bern

Nach Vereinbarung verkaufen wir im Auftrag an best frequentierter Lage

CAFÉ-RESTAURANT

in Einkaufszentrum

- 180 Sitzplätze
- genügend 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:

Gastroconsult AG

Unternehmensberatung Tina Müller Standstrasse 8 3000 Bern 2

Telefon 031 340 66 29 Fax 031 340 66 33 tinamueller@gastroconsult.ch Im Ferienort Meiringen, in der Touris-musregion Meiringen-Hasliberg, ver-pachten wir zu attraktiven Bedingungen ab Frühjahr 2003 oder nach Vereinba-

Ihre neue Herausforderung im Berner Oberland

Hotel-Restaurationsbetrieb

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

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

Ernsthafte Interessenten melden sich

Triva Treuhand AG Höheweg 13 3800 Interlaken

E-Mail: Triva@Triva.ch

Tessin

Zum Verkauf steht ein gepflegtes

exklusives 3-Sterne-Hotel am Lago di Lugano

Direkt am See gelegen.

Mit 23 Doppelzimmern, 3 Restaurants, Schwimmbad, Schiffssteg und Personalhaus.

Weitere Infos:
PLT Invest SARL,
Postfach, 8033 Zürich,
Telefon 013611125,
Fax 013611255.
E-Mail: em-orn.steiger@plt.ch

Zu verpachten nach Übereinkunft an junge motivierte und kreative Fachleute

Stilvolles Speiserestaurant am Vierwaldstättersee

Ist Ihre Passion, exklusiv zu kochen und die Gäste zu verwöhnen, dann sollten Sie mit uns in Verbindung treten und das Lokal an-

sehen. Mit Parkplätzen, Wohnung und interessanten Vertragsbedingungen. Chiffre F 025-331000, an Publicitas AG, Postfach 4070, 6002 Luzern.

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 1736 526 125

Zu verkaufen im Tessin

3-Sterne-Hotel in Ascona

Restaurant, Schwimmbad, Aussichts-terrasse, Garage 17 Zimmer

3-Sterne-Hotel in Locarno

Restaurant, 21 Zimme

Adresse: **GLANUM SA**Via Buetti 11
6600 Locarno-Muralto
Tel. 079 379 35 26
Tel. 079 230 12 24

DAVOS

Auf Wintersaison 2002/2003 suchen wir Nachmieter für

Café-Bar Los

- Fläche ca. 135 m²
 Promenade Davos Platz
 Gross- und Kleininventar in sehr gutem Zustand vorhanden

Interessenten für diese Heraus-forderung wollen sich bitte schriftlich bewerben bei Bautreuhand Christoffel, Obere Strasse 19, 7270 Davos Platz oder Auskunft Tel. 081 420 00 88.

Beach Resort

Hotel/Bar/Restaurant

direkt beim Bahnhof, ideal für Investor oder zur Nutzung als Familienbetrieb.

Zu verkaufen in einer direkt an die Stadt Zürich angrenzenden Gemeinde

Anfragen von solventen Interessenten unter Chiffre 152469, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

Südl. von Lugano (ca. 10 km) zu verkaufer 13-Zimmer-Liegenschaft

(Gvt. inkl. Immobilien AdyS. Ad) nrt. Gegenw. als Pension-Garni geführt. Franklander (Greichen 4 BZ/WC, PP, Reben-Pergola, kl. Garten m. Kamelien. Magnolien. Genedrer. Kiwu schrein. Ruhige Wohnzone (Viller-Quartier). Geeignet auch tür Verein. Gbor. Peligionsgem., Schule usw. Baujahr ca. 1969. Kompl m. Mobiliar + Inventar VP CHF 850 000.-. Makler werden nicht berücksichtigt.

Unterlagen sendet gerne (bitte Finanz-nachweis) HOGA-TREUHAND ZÜRICH

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

mit Hotel, Tauchbasis, Marina und Landreserven auf **Western-Karibik**-Insel zu verkaufen. Gute Verbindungen in die Reisebranche in D, CH, A. Erfolgreiches CH/D Management vorhanden. Gute Ertragslage. VP US\$ 1,7 Mio. Kauf einer 50%-Beteiligung und/oder aktive Übernahme der Betriebsleitung ist ebenfalls denkbar.

BRIGGEN CONSULTING

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

Zu vermieten, **Bahnhofstrasse Zürich,** auf Anfang 2003 sehr bekannte

Cafeteria

mit ca. 100 Plätzen. Sehr gute Existenz.

Solvente Interessenten mit Erfahrung aus dem Gastgewerbe melden sich unter Chiffre 152470, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OCTOBRE 2002

ÖSTERREICH / Innovationen und neue Technologien

«Führungsrolle im «E-Tourismus»»

Digitale Informationssysteme, Sprachkommunikation via Internet und neue E-Commerce-Tools sind einige der Projekte, die Österreich eine «europäische Führungsrolle im Æ-Tou-rismus» sichern sollen, so der Chef der Österreich Werbung (öW), Arthur Oberascher, beim «ÖWork_Shop» in Wien. Moun-tainbike- und Wanderinfos oder ein Fitness-Manager sowie die Wellness-Datenbank erlaubten eine detaillierte Ferienplanung. Diese Datenbank in-formiere den Gast über den für ihn geeignetsten Kurort. Eine Suchmaschine stehe für den Verleihservice zur Verfügung.

«Dank (Tourism Communications Austria kommen wir noch ein Stück näher an den Gast und an den Touristiker heran», sagt Oberascher.

Wer sich vom Ausland aus er Österreich informieren und seine Ferien gleich buchen möchte, wird via Internet direkt mit den Anbietern in Österreich verbunden. Dabei fallen nur die Kosten für ein Ortsgespräch an. Prospekte können als pdf-File heruntergeladen oder online bestellt werden. Die Zugriffszahlen auf das

ÖW-Portal – zwei Millionen Pageviews pro Monat – bestätigen laut Oberascher die Rich-tigkeit des neuen Kurses. HP

www.austria.info und www.austria-tourism.biz

Aktienkauf per Internet

Wildhaus. An der letzten GV der Sesselbahn + Skilift AG wurde ei-ne Aktienkapitalerhöhung um 1 Mio. Franken beschlossen. Das zusätzliche Aktienkapital ist Teil des Finanzierungskonzepts für den Ersatz der Sesselbahn Oberdorf-Gamsalp und der Erweiterung der bestehenden Beschnei-ungsanlage. Es löst laut Presseinformation eine Investition von 12 Mio. Franken aus. Aktien können neu per Internet (www.wildhausbahnen.ch) kauft werden.

LUFTVERKEHR / Weniger An- und Abflüge

Wochenendregelung

Die zweite vorgezogene Mas-snahme des Luftverkehrsab-kommens mit Deutschland ist in Kraft. Die so genannte Wochenendregelung sieht an Wo-chenenden und baden-würt-tembergischen Feiertagen ein Flugverbot über süddeutschem Gebiet von 20 bis 09 Uhr vor. Zu diesen Zeiten dürfen die Anflüge nach Zürich in dem von Skyguide überwachten süddeutschen Luftraum nicht unter 10 000 Fuss geführt werden.

Während der Betriebszeiten der Wochenendregelung sind vorerst keine Sichtflüge mög-lich. Der Flugsicherung steht weniger Luftraum zur Verfü-gung, was die Abwicklung des Verkehrs erschwert. Dies hat zur Folge, dass, je nach Anwendung von Ausnahmeregelungen, zwischen 20 und 35 Prozent weniger Kapazität für An- und Abflüge zur Verfügung stehen, was zu Verspätungen führen kann. TRU

BÖRSENBAROMETER / Die Märkte erholten sich nach dem letzten Ausverkauf

Gestoppte Talfahrt

Der seit bald zwei Jahren anhaltende Kursrutsch an allen Aktienbörsen der Welt fand endlich ein Ende. Die Märkte haben sich nach dem letzten, teils hektischen Ausverkauf um wenigstens 10 Prozent erholen können. Viele Börsianer zögern allerdings noch, jetzt schon Entwarnung zu geben. Sie ver-weisen auf die hoch gebliebene Volatilität und den verheerenden Einfluss. den einzelne ungünstige Unternehmensmeldungen haben können.

Als positiv erachten kann man das niedrige Zinsniveau, das Obligationenanlagen weniger attraktiv macht. Als weniger günstig werden die Aussichten im Tourismus erachtet, der durch den Anschlag auf Bali schwer belastet wird. Zudem sind die Konjunkturperspektiven generell recht zurückhaltend: mit einer fühlbaren Verstärkung der konjunkturellen Aktivität, die für den Tourismus wichtig ist, wird kaum vor der zweiten Jahreshälf-te 2003 gerechnet.

TOURISMUSWERTE ZUMEIST IM MINUS

Der Reisekonzern Kuoni hat innert Monatsfrist über 30 Prozent einge-büsst, obwohl er nicht auf seinen tiefsten Notierungen sitzen geblieben ist. Auch Swiss International Airlines kamen trotz besserer Auslastung nicht weiter. Hier befinden sich allerdings bei den Banken bedeutende Aktienpaber den Banken bedeutende Aktiefipa-kete, die für längere Zeit kursdrückend wirken können. Unter Führung des Lausanner Hotels Beau-Rivage befin-den sich die Hotels auf dem Rückzug. Bon appetit erlitten einen Abschlag von fast 20 Prozent; hier werden Einsen im Grossisten-Geschäft befürchtet. Eine willkommene Ausnahme machten die Jungfrau-Bahnen, die sich zwischen bester und schlechtester Notierung des Jahres erholen konnten. Im Ausland gerieten vor allem die Aktien der Airlines unter Druck. In den USA bewegen sich die Kurse der grössten Airlines zwischen 2 und 7 Dollar! Europäischen Airlines ging es nicht viel besser.

COCA-COLA-AKTIE GAB KNAPP 10% NACH

Einigermassen halten konnten sich die amerikanischen Hotelketten. Auch Marken wie McDonald's oder Starbucks veränderten sich nur wenig. Trotz dem Anklang in den USA, den neue Coca-Cola-Getränke finden, gab die Coca-Cola-Aktie um knapp 10 Prozent nach. Keinen Einfluss auf den Aktienkurs hat-te die Meldung, dass die Betriebsgesellschaft Eurotunnel, die den Eisenbahntunnel zwischen Grossbritannien und Frankreich betreibt, Ende 2002 endlich den «break-even point» erreichen wer-de. Ein positiverer Mix unter den Benützern des Kanal-Tunnels - mehr Vollzahler statt Reisende mit reduzierten Tari-fen – hat der Betriebsgesellschaft zu einem bessern Ergebnis verholfen. Bis zu den früheren besseren Kursen hat die Aktie allerdings noch ein schönes Stück zurückzulegen.

BÖRSE / Welche Beteiligungen werden noch veräussert und welche werden auf Grund einer längerfristigen Geschäftspolitik doch lieber behalten? ALBERT LUSSI*

Reger Handel mit Aktien

bei der Jungfraubahn Holding AG Ende 1999, verabschiedete sich die Rentenanstalt kürzlich von ihrem Aktienpaket. Unter dem Motto «zurück zu den Kernkompetenzen», wie es heutzutage wieder heisst, musste sich die einstige Retterin der Jungfraubahn vor einer ausländischen Beherrschung nun selber «retten».

Die Krise in der Versicherungsbranche, die andauernde Schwäche an den Börsen sowie die sehr ambitiösen Ausbaupläne im Bereich Allfinanz liessen offenbar die Rentenanstalt ihre Strategie neu überdenken. Erwarte hat das wohl jedermann, offen war eigentlich nur noch der Zeitpunkt. Während die Berner Kantonalbank

und der Energieversorger BWK ihre bereits bestehenden Anteile erhöhten, kam «zufällig» ein weiterer «Berner», die Gebäudeversicherung des Kantons Bern, in den Besitz eines Aktienpaketes von 6 Prozent.

VERKAUFSOPTION FÜR **EIN AKTIENPAKET**

Gespannt darf man sein, wohin das Paket der Berner Kantonalbank der-einst gehen wird, hat doch die Bank verlauten lassen, dass es nicht der Ge-schäftspolitik entspreche, derartige Beteiligungen längerfristig selber zu halten. Derzeit befinden sich immer-hin rund 38 Prozent der Aktien im freien Umlauf.

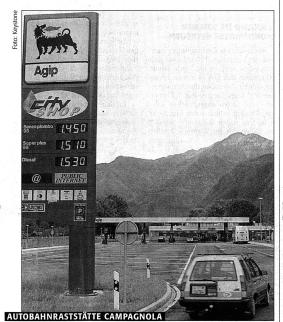
Auch in der Innerschweiz dürfte bald ein bedeutendes Aktienpaket aus dem Tourismusbereich den Besitzer wechseln. Es handelt sich um 20 Prozent der Aktien der Hoch-Ybrig AG, die derzeit von Verwaltungsratspräsident Josef Marty gehalten werden. Nach eigenen Angaben hat er für dieses Pa-ket eine Verkaufsoption unterzeichnet. Bis Ende Jahr könnte der Besitzerwechsel stattfinden. Über die Identität des möglichen Käufers und den Preis

wurde Stillschweigen vereinbart. Ein «Femder» wird es aber auch hier nicht sein, soll es sich doch um je-manden aus der Region handeln, wie Marty es nannte.

AUTOBAHNRASTSTÄTTEN SPÜREN TOURISMUSFLAUTE

Die Betreiber der Raststättengesellschaften bekommen den allerorts zitierten Rückgang der Gäste aus dem Ausland teilweise deutlich zu spüren. Neben dem Ferienverkehr gilt der Transitverkehr als wichtige Umsatzstütze. Das neue Dosiersystem für den Schwerverkehr, das kilometerlange Staus verursachte und Raststätten mit den grossen «Brummern» zu über-schwemmen drohte, machte einigen Betreibern von Raststätten an der A2 zusätzlich zu schaffen.

Die Bemühungen, die Autobahnraststätten für den Individualverkehr attraktiv zu erhalten, sind mit zusätzlichen Aufwendungen verbunden. Zu-sätzliche Sicherheitskräfte weisen beispielsweise bei der Luzerner Raststät ten AG (Lurag) in Neuenkirch LKWs



Die Schweizer Raststätten-Betreibergesellschaften weisen heuer relativ gute Renditen aus.

ein und sorgen dafür, dass sich auch der Automobilist noch wohl fühlen

ANGEBOTSAUSWEITUNG ALS MASSNAHME

Mit einer Ausweitung des Angebo-tes vor allem im Tankstellen- und Shoppingbereich, aber auch in den Restaurationsbetrieben und, wo vorhanden, in den eigenen Hotels wird versucht, dem rückläufigen Treibstoffumsatz entgegenzuwirken. Während die bisher verfügbaren Zahlen für das laufende Jahr ein unterschiedliches Bild für die einzelnen Raststätten-Be-treibergesellschaften zeigen, ist allen Gesellschaften eine relativ gute Rendi-te gemeinsam. Diese liegt beispielsweise bei der Gotthard-Raststätte an der A2 bei rund 4,2 Prozent; bei der Gestione Stalvedro SA bei 5,2 Prozent; bei den Luzerner Raststätten AG (Lu-rag) bei 4,2 Prozent; den Raststätten Rheintal AG bei 5,1 Prozent und der Raststätte Thurau AG bei rund 4,7 Pro-

*Vizedirektor Luzerner Regiobank AG, Luzern

EXPO-ABSCHLUSS / Zusatzkredit vom Bund

braucht es definitiv

Es fehlen 465 Mio.

ten Wochen braucht die Expo.02 den Zusatzkredit von 90 Mio. Franken vom Bund. Die Ausgaben wurden zwar lediglich um 10 Mio. Franken überschritten, aber bei den Einnahmen fehlen 465 Mio. Franken.

Damit wird die rund 1,6 Milliarden teure Expo den Bund um die 930 Mio. Franken kosten. Generaldirektorin Nelly Wenger zeigt sich dennoch überzeugt, dass die Schweizerinnen und Schweizer «die Schweiz der Expo.02 geliebt» haben. Mühe hatte Nelly Wenger nach eigenen Angaben mit der un-klaren Trennung zwischen Auftragge-ber und Macher der Expo. «Es waren nicht wir Organisatoren, welche die Notwendigkeit einer Landesausstellung erfunden haben.»

UNGENÜGENDE SPONSOREN-EINNAHMEN

Der definitive Finanzbericht geht laut Expo-Finanzchef Walter Häuser mann Ende November an den Bund. Er rechne aber mit fehlenden Einnahmen von rund 465 Mio. Franken. Ein wichtiger Grund dafür sind die ungenügenden Einnahmen aus dem Sponsoring. Aufgrund des Hayek-Berichtes ging der Bund 1999 von rund 450 Mio. Franken aus. Schlussendlich waren es 191 Mio. Franken weniger.

Ebenfalls massiv unter den Erwar-tungen blieben die Einnahmen während der Betriebsphase der Expo: Mit dem Ticketverkauf verdiente die Expo statt der geplanten 297 Mio.Fran-ken nur 182 Mio. Finanziell ungenü-gend waren auch die Einnahmen aus dem Betrieb (Iris-Schiffe, Unterkunft, Restauration usw.) und den Events (insgesamt 65 statt 150 Mio. Franken).

Die Expo begründet dies mit dem Kundenverhalten, das nicht den Erwartungen entsprochen habe. So be-vorzugten die Besucher die 1-Tages-Pässe oder die billigen Abendtickets. Zudem war die Zahl der Tagestouristen hoch. Die Expo rechnete mit mehr Übernachtungen.

ZU WENIG BESUCHER **AUS DEM AUSLAND**

Laut Marketing-Chef Rainer Müller besuchten rund 50 Prozent der Deutsch- und Westschweizer sowie 20 Prozent der Tessiner Bevölkerung die Landesausstellung. Insgesamt ver-kaufte die Expo knapp 3,7 Mio. Tickets und verbuchte rund 10,3 Mio. Eintritte. Die Zahl der ausländischen Besu-

cherinnen und Besucher schätzt Müller auf 500 000. Damit liege man 50 Prozent unter den Erwartungen. Müller macht dafür das Tourismus-Tief, den teuren Schweizer Franken, die Einführung des Euro und das Image der Schweiz im Ausland verantwortlich. Die von der Grünen Partei geforderte Parlamentarische Untersuchung der Expo-Finanzen macht Nelly Wenger übrigens keine allzu grossen Sorgen. Sie sei sehr zuver-sichtlich. «Wir haben die Finanzdelegation regelmässig über die Zahlen informiert», so Wenger.

Aktuelle Tourismuswerte

BAHNEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT GELD
Arosa Bergbahnen AG, N*	115	135	- 5
BET Engelberg-Titlis, I*	600	_	- 20
Davos-Parsenn AG, N*	400	-	+ 80
Furtschellas-Bahn AG, Sils i. E., I*	-	110	
LSB Surlej-Silvaplana-Corv. AG, I*	_	600	
Schilthornbahn AG, Mürren, N	825	855	
Weisse Arena, Laax	95	-	
ÜBRIGE			
Kongress & Kursaal Bern AG, N	300	320	- 110
Seiler Hotels Zermatt	610	_	
Thermalbad Zurzach AG, I	520	550	+ 55
Schlussstand 24. 10. 2002			74.91 Punkte
Schlussstand Vorperiode (21.6.200	02)	NAME OF THE PROPERTY OF THE PR	76.04 Punkte
Extremstände 1993/2002 Tiefst/Hi	öchst		74.91/127.90

I = Inhaberaktien; N = Namensaktien; *Index-Titel

Die Tabelle umfasst lediglich jene Titel, die gegenüber dem Vormonat eine Änderung erfahren haben. Quelle: Luzerner Regiobank, Luzern

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

JUGENDTOURISMUS / Junge sollen in Österreich künftig verstärkt beworben werden. Die Zukunftsvision von Österreich Werbung ist die Einführung des «Jugendhotels» als Qualitätsprodukt. Heribert Purtscher

Österreich will «cool» werden

Der österreichische Tourismus setzt verstärkt auf junge Gäste. Sie sollen mit besonderen Angeboten ins Land gelockt werden. Eine aktuelle Studie zeigt nämlich, dass das Potenzial bei dieser Zielgruppe noch nicht ausgeschöpft ist. Die Österreich Werbung (ÖW) hat

Die Österreich Werbung (ÖW) hat die Gruppe der Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 29 neu entdeckt.
«Meine Vision ist das österreichische Jugendhotel als Qualitätsproduktogriklärt dazu ÖW-Geschäftsführer Arthur Oberascher. Die ÖW sei dabei, neue Massstäbe zu entwickeln, um in einem Dreijahresprogramm die Alpen-Donau-Republik bei der Jugend als «coole» Destination wieder «in» zu machen.

JUGENDTOURISMUS WIRD NEU DEFINIERT

Die Typologie der jugendlichen Zielgruppe sowie deren Wünsche seien vielfältig und kämen im trendigen Begriff «cross over» sehr gut zum Ausdruck. Diese Breite erfordere eine entsprechende Vielfalt in der Nachfragerfüllung. Auf der Basis von Marktanalysen werde der Jugendtourismus derzeit neu definiert. Im ersten Jahr werden der Qualitätsstandard eines österreichischen Jugendhotels bzw. einer Jugendpension erarbeitet und Produkte für unterschiedliche Nachfragegruppen kreiert. Darüber hinaus plant die ÖW für 2003 einen grossen Jugend-

tourismus-Kongress sowie einen Wettbewerb für «Best-practice»-Beispiele so Oberascher.

Vom verstärkten Jugendtourismus würden sicherlich vorerst vor allem die Zwei- und Drei-Sterne-Betriebe profitieren, auf längere Sicht jedoch auch andere Kategorien, meint der Geschäftsführer der Österreich Werbung. Schliesslich bringe ein modernes Image bei den Jugendlichen von heute zahlungskräftige Gäste von morgen.

Dazu müssen die Hotels ihrem Publikum aber auch etwas bieten können. Oberascher: «Ich glaube, dass es einfach unzumutbar ist, sowohl für uns als auch für die Jugend, in Quartieren zu übernachten, wo es Bäder gibt, die seit gut 30 Jahren nicht mehr renoviert wurden.» Ambitioniertes Ziel sei es, Österleich als Vorreiter für einen europäischen Qualitätsstandard für Jugendhotels zu positionieren

JUGEND IM SOMMER UND WINTER BETREUEN

Aber nicht nur der qualitative Standard von Jugendunterkünften soll sich verbessern, auch in die Werte-Ebene soll gemäss den ÖW-Strategen investiert werden. So sollen durch entsprechende Jugendbetreuung «Körper, Geist und Seele» angesprochen werden. «Um Jugendlichen rundum mehr zu bietén, sollen Betreuer – analog den Skilehrern im Winter – künftig auch im Sommer verstärkt eingesetzt



Der Nachbarstaat Österreich will zur «coolen» Feriendestination für junge Gäste werden. Ein dafür zu schaffendes «Jugendhotel»-Label soll Qualität garantieren.

werden», nennt Oberascher ein konkretes Beispiel. 2004 wird mit der marketingmässi-

2004 wird mit der marketingmässigen Umsetzung der erarbeiteten Kriterien begonnen. «Zunächst auf den Nahmärkten, ab 2005 dann auch in den anderen europäischen und überseeischen Herkunftsmärkten», kündigt Oberascher an. Im Rahmen der bereits in etlichen

Im Rahmen der bereits in etlichen anderen Bereichen erfolgreichen «Urlaubsspezialisten» (Dachorganisation der österreichischen Angebotsgruppen) wird an eine eigene Angebotsgruppe «Jugend» gedacht, der vor allem die erwähnten Zwei- und Drei-Sterne-Hotels sowie die für Österreich charakteristischen Privatpensionen angehören sollen.

Erstgenannte Zielgruppe von Oberascher sind junge Gäste aus Norddeutschland. Für sie birgt laut der Studie «Freizeit-Trends und Konsumenten-Wünsche» gerade die Bergwelt den Reiz des Exotischen.

Die Studie ist erhältlich bei: ZTB Zukunftsbüro, A-1170 Wien, info@ztb-zukunft.com LOGIERNÄCHTE / Inland-Nachfrage stieg

September: minus 4%

Nach Hochrechnungen des Bundesamtes für Statistik verzeichneten die Schweizer Hotelbetriebe im September 2002 mit 3,01 Mio. Logiernächten gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode einen Rückgang um 125 000 Einheiten oder 4 Prozent

125 000 Einheiten oder 4 Prozent.
Wie in den vorangegangenen
Monaten erklärt sich diese Schwäche
durch die unsichere Konjunkturentwicklung, den immer noch starken
Franken sowie die eher ungünstigen
Witterungsbedingungen mit frischen
Temperaturen und unterdurchschnittlicher Besonnung.

Witerlangsberim in Trischen Temperaturen und unterdurchschnittlicher Besonnung.
Während sich der Binnentourismus um 1,2% (+17 000 Einheiten) auf
1,43 Mio. Logiernächte steigerte, gab
die Nachfrage aus dem Ausland gegenüber dem September 2001 um
8,2% (-142 000) nach und erreichte
den Stand von 1,58 Mio. Logiernächten. Die Gäste aus Europa buchten
1,11 Mio. Übernachtungen (-9,8%),
jene aus Aussereuropa deren 469 000
(-4,1%). Der Rückgang bei den
europäischen Gästen ist vor allem
auf das Ausbleiben der deutschen
Gäste (-73 000/-12%) sowie der Gäste
aus dem Vereinigten Königreich
(-16 000/-9%) und aus den Niederlanden (-13 000/-19%) zurückzuführen.
Deutliche Frequenzeinbussen wurden
auch für die Golfstaaten (-8000/-32%)
registriert.

Ein geringerer Nachfragerückgang ist von Japan (–5300/–5,9%), den Vereinigten Staaten (–3500/–1,9%) sowie Israel (–3300/–16%) ausgegangen. MG

Anzeige



Gastronomia Lausanne, 2.11.-6.11.02, Halle 32, Stand 3215

Sinfonia: perfekte Harmonie von Leistung und Geschmack



Franke Kaffeemaschinen weiss, jeder Gastronom hat seine speziellen Anforderungen an einen Kaffeevollautomaten. Die Sinfonia spielt das ganze Repertoire an Kaffeevariationen: sie ist so präzise wie ein Improvisationskünstler und so präzise wie ein Geigenvirtuose. Sie brauchen nur u wählen: eine, zwei oder drei Mühlen für eine echte Kaffeespezialitäten-Vielfalt vom Ristretto bis zum Latte Macchiato; Heisswasser für Tee; Dampf für manuelles Erhitzen von Milch, Kannenkaffee für den gepflegten Frühstücksservice. Und das alles verpackt in einem modernen Design. Ob solo oder im Zusammenspiel mit dem Franke Milchsystem, die Sinfonia ist einfach ein starkes Stück in der klassischen Gastronomie.

The art of excellent coffeemaking.

Franke Kaffeemaschinen AG 4663 Aarburg Schweiz Tel. ++41 (0)62 787 36 07 Fax ++41 (0)62 787 30 10 www.km.franke.ch

FRANKE

SWISS CITIES / Das Budget 2003 wurde verabschiedet

Streit um Auswahlkriterien

Die neueste Version der Selektionskriterien für Städte, welche von der Vereinigung Swiss Cities, aufgenommen werden möchten, liegt vor. Sie wurde anlässlich der Mitgliederversammlung diskutiert, auch kontrovers. Endgültig werden die Selektionskriterien am 20. März 2003 anlässlich der Swiss-Cities-Generalversammlung in Luzern verabschiedet werden.

abschiedet werden.
Für eine Mitgliedschaft müssen acht von insgesamt neun Selektionskriterien erfüllt sein. Drei dieser acht letztlich vielleicht bloss noch deren zwei – sind Kriterien, denen eine Swiss-Cities-Stadt unbedingt zu entsprechen hat. Dies betrifft nicht nur kandidierende Städte (zurzeit bewerben sich Nyon, Monthey-St-Maurice und Langenthal), sondern vielmehr auch die heutigen 28 bestehenden Mitglieder. Sie sollen in den nächsten Monaten kritisch «durchleuchtete werden, um festzustellen, ob auch sie den von der Schweizerischen Tourismusfachschule STF Siders erarbeitetten Kriterien tatsächlich noch genügen. «Es scheint mir wichtig, verbindlich Kriterien anzuwenden und nicht bloss über Richtlinien zu verfügen, die wie ein Gummi-Artikel mal so und mal so angewandt werden können», so Beat Anneler, Direktor Thun Touris-

mus, gegenüber der htr.

Eine Stadt, die der Vereinigung beitreten oder aber ihr weiterhin angehören will, muss zwingend über das Qualitätsgütesiegel der Stufe I verfügen; Stufe II wird nicht vorausgesetzt, jedoch erwünscht, weil es «in Bezug auf das Dienstleistungsbewusstsein gegenüber den Gästen eine starke Motivation erkennen lässt», wie Eddy Peter, Präsident Swiss Cities, sagte. Ein unabdingbares Erfordernis betrifft die Aktivmitgliedschaft des Tourismusbüros oder der Stadt bei Schweiz Tourismus (ST). Der dritte, vorläufig noch umstrittene Punkt betrifft die Mitgliedschaft beim Verband Schweizer Tourismusdirektoren VSTD des Tourismus-Verantwortlichen der jeweiligen Stadt. Der Swiss-Cities-Vorstand wird der STF-Projektgruppe die eingebrachten Argumente pro und contra Obligatorium dieses Punktes vortra-

gen. Das diesbezüglich letzte Wort wird an der nächsten GV gesprochen.

GLAUBWÜRDIGKEIT DER VEREINIGUNG WAHREN

Bereits an der Mitgliederversammlung fallen gelassen wurde – ebenfalls nach einer Pro-und-contra-Diskussion-ein Abschnitt des Kriteriums 2, der lautet: «Das Tourismusbüro verfügt über ein Minimalbudget von ins gesamt 1 Mio. Franken, wovon 70 Prozent für Animation und Information und mindestens 150 000 Franken für Kommunikation und Marketing bestimmt sind.» Nur der Passus betrefend Kommunikations- und Marketingbudget soll ein Kriterium sein.

Für Eddy Peter stellt die buchstabengetreue Erfüllung der geforderten Selektionskriterien auch einen gewissen Rückhalt in Sachen Qualität dar. «Es gehe dabei letztlich auch darum, dass eine Swiss-Cities-Stadt die Glaubwürdigkeit der Vereinigung gegen aussen wahrt und qualitativ auf Vordermann gebracht wird.»

UNVERÄNDERT HOHES BUDGET FÜR 2003

Das Gesamtbudget der Vereinigung beläuft sich auch im Jahre 2003 unverändert auf 650 000 Franken. Für den Marketingaufwand der vor zwei Jahren definierten Märkte sind weiterhin 90 000 Franken für die Schweiz. 200 000 Franken für Deutschland. 80 000 Franken für Frankreich, 90 000 Franken für Frankreich, 90 000 Franken für Halien und 30 000 Franken für das Vereinigte Königreich vorgesehen. Der dadurch neu zur Verfügung stehende Betrag von 15 000 Franken fliest in den Ausgabeposten «Printproduktion Schweizer City Guide», der nun mit 90 000 Franken zu Buche en um mit 90 000 Franken zu Buche schlägt. «Kam der City-Guide neben der deutschen Version im 2002 erstmals auch in französischer Sprache heraus, so ist er im nächsten Jahr neu auch in italienischer und englischer Sprache zu haben. Geplant ist eine Gesamtauflage von 795 000 Exemplaren», sagte Catherine Touaibi, Geschäftsführerin Swiss Cities.

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31, OKTOBER 2002

«Wetten, dass?» aus Luzern

Luzern. Luzerns neues Eiszentrum, die «SwissLifeArena», will mit der Durchführung der Samstagabendsendung «Wetten, dass ...?» die Stadt und Agglomeration Luzern bekannt machen. Die Räumlichkeiten der «SwissLifeArena» werden am 22. März 2003 von Thomas Gottschalk und seiner ZDF-Crewin ein «Wetten-dass»-Studio verwandelt. Die Sendung wird gleichzeitig als Eröffnungsevent des neuen Eiszentrums gelten.

TOURISMUSTAG LUZERN / Freie Plätze vorhanden

Emotionen für Erfolg

Die Hochschule für Wirtschaft in Luzern lädt am 8. November 2002 zum Tourismustag 2002 ein. Unter dem Motto «Emotionen – ein Erfolgselbister?» will der Tourismustag aufzeigen, dass sich aus dem Bedürfnis der Gäste nach intensiven Glücksgefühlen, Erfolgsfaktoren für den Tourismus ableiten lassen. Unter anderem sollen aktu-

Unter anderem sollen aktuelle Forschungsergebnisse deutlich machen, wie im Tourismus gezielter mit Emotionen gearbeitet werden kann. Aktuelle Beispiele aus der Praxis werden zeigen, wie konkrete Umsetzungsideen aussehen könnten. In Workshops wird dann versucht, praxisnahe Ideen zu sammeln.

Anmeldefrist ist der 6. November. Es sind noch einige Plätze frei. Die Teilnahmegebühr beträgt 120 Franken. MG

Anmeldung mit Name und Adresse an: Info@CentralSwitzerland.ch

TESSINER HOTELIERS / Aufbruchstimmung trotz schlechter Saison

Mit Plakatkampagne Gäste holen

Für die meisten Hoteliers am Lago Maggiore war die vergangene Saison von Januar bis September miserabel. Um rund 15 Prozent gingen die Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr zurück; in Brissago gar um 27 Prozent. Nun will die Sektion Lo-

Nun will die Sektion Locarno des Schweizer Hotelier-Vereins zusammen mit dem Ente Turistico Lago Maggiore (ETLM) eine Plakatkampagne in der Deutschschweiz starten. Mit dieser Kampagne will man auf das milde Klima und die vielen Sonnentage während des Winters aufmerksam machen.

Hoffnungen schöpfen die Tessiner Hoteliers und Touristiker auch aus regionalen Projekten. Gemäss der «Tessiner Zeitung» hat ETML-Präsident Fabio Bonetti die mögliche Ansiedelung des Themenparks «Sea Life Center» als «wahres Geschenk» bezeichnet. Er forderte die Beteiligten anlässlich der Herbstversammlung der Tessiner Hoteliers auf, zu diesem geplanten Projekt auch die Kontakte aller Hoteliers und Touristiker in der Region zu intensivieren, um gemeinsame Ziele zu definieren und die Marke «Lago Maggiore» zu stärken. Ein illuminiertes Wasser-

Ein illuminiertes Wasserspiel im Seebecken von Locarno und mehr Informationen im Internet sind weitere Pläne der Tessiner Hoteliers für das kommende Jahr.





Sie plädieren für vernetzte Zielprozesse in Hotels: Management-Coach Katharina Müllener (links) und Bernhard Cevey, Geschäftsführer von Cevey Consulting.

TAGUNG / Eine nachhaltige Führungsmethodik soll dabei helfen, strategische Ziele messbar und für die Mitarbeiter transparent zu machen. KARL JOSEF VERDING

Massgenaue Strategien

Wie kann die Leitung eines Hotels ihre Mitarbeiter nachhaltig in Richtung der Unternehmensziele beeinflussen? Wie können Führungskräfte dafür sorgen, dass die Themen, die sie voranbringen möchten, von den Mitarbeitern auf allen Stufen mitgetragen werden? Diesen Fragen widmete sich eine als «ERFA-Tagung Nr. 1» bezeichnete Veranstaltung des deutschen Unternehmensberaters Bernhard Cevey aus Tübingen und der im Management-Coaching tätigen Katharina Müllener aus Sempach Stadt. Die von 26 Teilnehmern besuchte Veranstaltung im «Palace»-Hotel Luzern stand unter dem Titel: «Führen mit Zielen – Hebel für Nachhaltigkeit».

RÜCKSICHT AUF DEN EMOTIONALEN BEZUG

«Das Herz eines Betriebes ist das MbO» (Management by Objectives), sagt Cevey, «auch qualitative Ziele gehören dazu» Das ganze Team eines Hotels müsse in einen «Flow» gebracht werden, welcher den Einklang herstellt zwischen dem MbO, der Mitarbeiter-Motivation und der via Monitoring im Bewusstsein stets präsent gehaltenen Performance gemäss den Kennzahlen. Es gelte, den emotionalen Bezug mit zu berücksichtigen: Werte, Einstellungen, Intuition und Gefühle. Das «Flow»-Erlebnis – jenseits von Angst und Langeweile im Tun aufzugehen (gemäss der Definition des deutschen Autors Felix von Cube) – bringe dann die persönlichen Ziele in Einklang mit den Unternehmenszielen.

Der «Flow-Kanal» als Bahn dieser Entwicklung wird auf der einen Seite abgegrenzt gegen die Angst durch Überforderung, und auf der anderen gegen die Langeweile durch Unterforderung. Möglichst viele Mitarbeiter sollen den strategischen Anspruch des Hotels verwirklichen, um auf allen Ebenen voranzukommen.

STRATEGIE-ERFOLG SOLL MESSBAR WERDEN

Das System der Balanced Score Card (BSC) soll gemäss Katharina Müllener als «ausgewogenes Kennzahlensystem» in den Dienst der strategischen Führung des Hotels gestellt werden und dabei fünf Intentionen verwirklichen:

- Die Komplexität des ganzen Betriebsgeschehens erfassen und es «auf die für alle Mitarbeiter transparenten Teilaspekte reduzieren».
- Die Zukunftsvisionen und die daraus abgeleiteten strategischen Ziele messbar machen.
- Jedem Mitarbeiter die strategischen Ziele nahe bringen.
- Die Strategien im Unternehmensalltag (gerade jetzt in der Saison der Budgetierung) verankern.
- 5. Die Strategien den sich verändernden Lebensumständen anpassen.

den Lebensumständen anpassen.
Die Vorgehensweise für die Erarbeitung einer unternehmensspezifischen «Balanced Score Card» (BSC) fordere zuerst nach einer Überprüfung der Vision bzw. des Leitbilds der Unternehmung: Gibt es überhaupt eines? Was wollen wir erreichen?—Anschliessend wird eine Strategie für die nächsten Jahre festgelegt, die stimmig mit der Vision bzw. dem Leitbild sein muss. Der Weg hin zur Verwirklichung der Vision wird in der Strategie definiert. – Aufgrund der Strategie werden mit dem Team geeignete Kennzahlen erarbeitet. – Für jede Kennzahlsollte es einen Sollwert und die Messmethode geben. – Massnahmen und Verantwortlichkeiten für die Erreichung des Sollwertes werden im Team erarbeitet. – Die BSC wird für die Mitarbeiter verständlich dargestellt. – Das Wichtigste gemäss Katharina Müllener: «Jede konkrete BSC eines Unternehmens ist ein Unikat.» Der «Knackpunkt» sei es, «strategische Ziele messbar zu machen».

Cevey Consulting hat mit «CC-GO» ein Internet-Tool erarbeitet, das es den Unternehmen und den Führungskräften leichter machen soll, die Ziele mit den Mitarbeitern motivationswirksam zu vereinbaren und die Verankerung im strategischen Kontext zu sichern.

Die «2. ERFA-Veranstaltung» zum Thema «Wie beurteilen Sie Führungsleistung» wird am 24. Februar 2003 im Park Hotel Weggis stattfinden, die dritte am 16. Juni 2003 an einem noch unbestimmten Ort, zu «Erfahrungsbericht, Praxisnaher Weg zur Business Excellence – SQS 9004, Bewertungssystem für Unternehmen»; die vierte, über «Erfolgreiche Mitarbeitereinführung», am 27. Oktober 2003 im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon.

www.ceveyconsulting.com, www.katharinamuellener.ch

Tun sie es oder nicht?

Verkaufen? Sanieren? Was mit den sechs Schweizer Luxus-Hotels der Richemond-Gruppe passieren wird, ist nach wie vor unklar. Der Genfer Privatbankier François Rouge versicherte am Dienstag der htt, dass «noch vor Jahresende mit den Renovationsarbeiten in vier Hotels» begonnen werde. Welches die vier Hotels sind, in die «gleichzeitig» investiert werden soll, will Rouge nicht sagen. Konkreter werden will er auch nicht, was das genaue Datum des Sanierungsbeginns betrifft. Käufer, sagt er nach wie vor, suche er für die Richemond-Gruppe keine. In den Verkaufsgerüchten, die hartnäckig kursieren, sieht er eine Attacke der «Deutschschweizer» gegen die Richemond-Gruppe.

IMMER NOCH EIN MANGEL AN TRANSPARENZ

Indes liegen der htr Informationen vor, die klar zeigen, dass die Richemond-Gruppe Verkaufsäbsichten hat oder zumindest hatte. Einerseits steht die Richemond-Gruppe mit der italienischen Hotelgruppe "flurin Hotels international» in Verkaufsverhandlungen (siehe htr Nr. 40). Andererseits hatte unter anderem eine internationale Hotel-Betreiber-Gesellschaft den Auftrag, für die sechs Richemond-Hotels einen Käufer zu finden. Mittlerweile aber will

das Unternehmen, das nicht genannt werden will, nichts mehr mit der Richemond-Gruppe zu tun haben. Der Grund: Fehlende Transparenz in verschiedenen Bereichen.

Auch in Insiderkreisen spricht man davon, dass die Richemond-Hotels verkauft werden sollen. Der Verkaufspreis dürfte sich, wie von mehreren Orten zu erfahren war, um 200 Millionen Franken bewegen.

«SCHWEIZERHOF»: FLUCHT NACH VORNE

Im Richemond-Hotel Bürgenstock heisst es auf Anfrage, es dürfe bezüglich Richemond keine Auskunft gegeben werden. Alle Informationen liefen nur noch über Richemond selber. Paul B. Mattenberger, der Direktor des Richemond-Hotels Schweizerhof in Bern, macht die Flucht nach vorne. Ob investiert werde oder nicht, wisse er nicht. «Wenn die Investitionen kommen, sind wir überglücklich, wenn nicht, machen wir so weiter», sagt er. Zu lange hätte er sich hinter den Renovationsversprechungen versteckt, die dann doch nicht eingehalten worden seien, und so Entscheidungen hinausgezögert. Jetzt aber wolle er sich voll um sein gutes Team und den Betrieb kümmern und den Schweizerhofwieder an die Spitze bringen. CK



HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

Accor kooperiert mit Total

Fidelity-Card. Die Hotelgruppe Accor hat eine neue Fidelity-Card in Kooperation mit dem Ölkonzern TotalFinaElf aufgelegt. «Mouvango» ist eine kos-tenlose Fidelity-Karte, mit der man in 4000 Total-Tankstellen und allen zu Accor gehörenden Etablissements in Frankreich (800 Hotels, 16 Casinos, 140 Courtepaille-Restaurants, 230 Reisebüros) und 400 Europcar-Agenturen Punkte sammeln kann. Insgesamt stehen 13 Marken zur Verfügung.

«DELFINO» / Neu bei Swiss International Hotels

Ganzjährig offen

«Nach erfolgtem Umbau wird jetzt versucht, durch neue Stra-tegien vorwärts zu kommen», so Federico Haas, Direktor Hotel Delfino, Lugano. Das Hotel wurde von der Hotelgruppe Swiss International Hotels SIH aufgenommen, welche Vier-und Fünf-Sterne Hotels im In-und Ausland in ihrem Portfolio hat, «In der Kategorie «Unique» findet man das (Delfino) neben dem Hotel Guarda als einziges Drei-Sterne-Hotel», sagt Haas.

Der Umbau und die neue Aus-

SEEHOTEL MEIERHOF / Für 3,5 Mio. Franken saniert

107 Zimmer erneuert

Für ca. 3.5 Mio. Franken wurde das Golden-Tulip-Seehotel Meierhof, Horgen, umgebaut. «Mit dieser Umbaumassnahme wird das Hotel Meierhof in eine neue Zukunft geführt. Alte Traditionen sollen gleichzeitig wei-tergeführt und neu belebt werden», sagt Hoteldirektor Domi-nik Coste. Die «Guest Lounge 5th Sense» soll jetzt wieder zum Treffpunkt gesellschaftlichen Lebens werden. Das Küchenoffice wurden umgebaut und

die Bar ersetzt. Neben umfassenden anderen Umbau-arbeiten wurden 78 Zimmer gestrichen und aufgefrischt. 37 Zimmer inklusive Bäder wurden komplett erneuert; durch das Entfernen von Zwischen-wänden wurden zwölf Einzelwainten wurden zwoi Einzei-zimmer zu sechs Doppelzim-mer ausgebaut. Eingebaut wurde ein neuer Gästeaufzug und ein Speiseaufzug. Aus-senfassade und Fenster sind ebenfalls saniert worden. TRU

Neue Hapimag-Residenz[']

Florida. In Orlando-Lake Berkeley (Florida) eröffnet Hapi-mag, Baar, seine neueste Fe-rienresidenz. Diese besteht aus 100 zweistöckigen Townhouses. Jedes Townhouse bietet mit drei Schlafzimmern Platz für sechs Personen. Zum Resort gehören ein Swimmingpool, Tennisplätze, ein Fitnesscenter, eine Beach-Volley-Anlage und ein kleiner See mit Sandstrand. Das Ferienresort erforderte 20 Mio. US-Dollar an Investi-

JUGENDHERBERGEN / Erfolg mit «expo.sleeper»

Neue Gäste

Das Projekt «expo.sleeper» hat laut Barbara Rutschi, Bereichsleiterin Services der Schweizer Jugendherbergen gezeigt, «dass die Jugendherbergen imstande sind, innert kürzester Zeit ein professionelles und den Gästebedürfnissen angepasstes Projekt zu realisieren». Die Auslastung von knapp 80 Prozent habe alle Erwartungen betroffen. Mit dem «expo.sleeper» hätten sogar Gäste angesprochen werden können, welche die Jugend-herbergen noch nicht gekannt hätten. Das positive Echo lasse vermuten, dass eine Anzahl dieser Gäste wieder in einer Jugendherberge übernachten werde. Wie die Schweizer Jugend-herbergen mitteilten, soll die «Schlüssel»-Jugendherberge Zürich nach über 35-jährigem Bestehen umfassend umgebaut und saniert werden. *TRU*

MODEDESIGNER / Eigene Hotelgruppen

Ferien im Armani-Hotel

In Italien entdecken bekannte Luxusdesigner wie Giorgio Armani, Laura Biagiotti, Salvatore Ferragamo oder Gianni Versace die Hotelbranche als neues Betätigungsfeld. Die Idee ist simpel: Luxushotels eignen sich be-stens als PR-Instrument, indem der Designer das Haus mit seinen Produkten wie Seifen, Bademäntel, Parfums, Shampoos, Handtücher oder Tischdecken ausstattet. Möglich ist aber auch, dass er eine Lizenz vergibt und die Rendite für sich einstreicht

Die «Herald Tribune» fragt sich denn auch, ob Hotels bereits die Rolle von Designer-Taschen übernommen hätten und damit «der effizienteste Weg sind, einer Luxusmarke zu weiterem Wachstum zu verhelfen, nachdem Statussymbole vor einem Jahrzehnt den Markt eroberten». Zu Ferragamos Hotelgruppe «Lungarno Hotels» etwa gehören denn auch bereits vier Häuser in und ausserhalb von Florenz. Armani indes überlegt sich, ein Hotel auf Sardinien im Rahmen seiner Produk-telinie «Armani Casa» zu eröffnen, schreibt die Zeitung «Finanz und Wirtschaft». Bereits als Besitzerin eines Golfhotels in der Nähe von Rom zeichnet Laura Biagiotti, und Gianni Versa-ce hat sich soeben mit dem «Palazzo Versace» in Brisbane an der australischen Cold Coast niedergelassen. MG

KURZ UND BÜNDIG

Schweizer Hütten. Die «Vereinigung Schweizer Hüttenwartinnen und Hüttenwarte» heisst neu «Schweizer Hütten». Die Namensänderung wurde anlässlich der Generalversammlung in Saas Fee vorgenommen. Die alte Bezeichnung (in vier Sprachen) wurde als fast unaussprechbar taxiert. Das vergangene Vereinsjahr wird als positiv gewertet, so der «Walliser Bote. TRU gangslage habe dazu motiviert, den Betrieb fortan ganzjährig zu öffnen. «Wir sind uns be-wusst, dass dies angesichts der prekären Situation im Tessiner Tourismus ein gewagter Ent-schluss ist, der ein gewisses Risiko in sich birgt», so Haas. Die Wintersaison werde dazu genutzt, das Qualitätsgütesiegel zu realisieren, um dadurch die Dienstleistungsqualität zu steigern.

AUSVERKAUF IM «VERENAHOF» Zu haben gibt's alles, was man in einem Hotel findet: von älteren Sammler- und Liebhaberstücken bis hin zur neuen Tiefkühlzelle.

VERENAHOF BADEN / Ende September 2002 wurde das Haus geschlossen und jetzt totalliquidiert. Das Bad läuft jetzt ohne Hotel weiter. Was mit dem Hotelgebäude geschehen wird, ist noch offen. том в в том в в том в

Wenn sich Parteien uneinig sind

«Ein Traditionshaus schliesst seine Pforten. Jedoch nicht ohne vorher seine Gäste, Hoteliers, Wirte, Sammler und Nostalgiker an die Totalliquidation (...) einzuladen.» Dies war vorige Woche einem Inserat des «Verenahofs» in Baden zu entnehmen. Die Menschentraube vor dem Hotel ist am vergangenen Samstag entsprechend gross. Alle fünf Minuten gewährt Abra-ham J. Guggenheim, Verwaltungsrats-delegierter der Verenahof AG, einer Handvoll Interessenten Einlass. Zu haben ist praktisch alles, was es in einem Hotel so gibt: von bunten Luft-ballons für die Silvesterfeier über Zimmerschlüssel und ältere Sammler-und Liebhaberstücke bis hin zur neuen Tiefkühlzelle. Entsprechend ist die Kaufwut, denn die Preise sind tief. Ob wohl mit einem Teil des Verkaufserlöses die (noch) nicht bezahlten Kurtaxen berappt werden?

Das Kurhotel-Restaurant Verenahof entsprach den Erfordernissen eines zeitgemässen Hauses schon lange nicht mehr. Aus feuerpolizeilichen Gründen musste das Gebäude am 30. September geschlossen werden. Doch bevor es so weit kommen konnte, gab es diverse Projekte, Vorschläge und Gegenvorschläge sowie vor allem Mei-nungsverschiedenheiten zwischen der Verenahof AG, dem Denkmalschutz und der Stadt Baden und weiteren Kreisen. Die Verenahof AG war offenbar nicht bereit gewesen, das Neu- und Umbauprojekt mitzutragen, das in Zu-

sammenarbeit mit der Stadt Baden

entwickelt worden war und das auch den denkmalschützerischen Erforder-nissen entsprochen hätte. Die Verenahof AG vertrat die Meinung, dieser Vorschlag erfülle die betriebswirt-schaftlichen Anforderungen an ein attraktives Ferienhotel nicht. din Be-zug auf die denkmalpflergerischen Aspekte hatten sich effektiv sehr unterschiedliche Auffassungen ergeben, wobei die Denkmalpflege eine gewisse Kooperationsbereitschaft an den Tag gelegt hatte», sagt Thomas Biland, Präsident Baden Tourismus. Er resümiert: «Das Projekt einer zeitgemässen An-lage kam einfach nicht vom Fleck Dabei wollte die Stadt Baden vermit-telnd helfen.» Gescheitert seien alle diesbezüglichen Vorstösse.

«Schon viel früher hätte man im grossen Stil investieren müssen», ist Biland überzeugt. «Anfang der Neun-zigerjahre wollte man das Hotel verkaufen. Das gelang aber nicht – zu hoch war der Preis.» Die Erkenntnis, dass es eines Tages sowohl für einen Verkauf wie auch für eine Neugestal-tung beziehungsweise eine Sanierung zu spät sein könnte, sei eine kalte Dusche gewesen. Für alle.

Guggenheim möchte den Totalabriss des Hotels. Er rechnet noch im-mer mit dem Bau eines «grosszügig, auch für Behinderte konzipierten Erstklasshotels». 30 Millionen Franken fürs Hotel, 24 Millionen Franken für die Bäder und 16 Millionen Franken für ein Annexgebäude stellt er sich an Investi-tionen vor. Eine Kapitalerhöhung und

Bankkredite sollen die Realisierung bankredne sonen die realisterung seiner Pläne ermöglichen. Im April 2002 hatte die Verenahof AG eine Neubau-Studie für ein 84-Zimmer-Wellnesshotel mit sechs Suiten prä-sentiert. «Bei unserem Projekt steht nicht die Sicht der Denkmalpflege im Zentrum, sondern die betriebliche Perspektive», sagt Guggenheim.

Was mit dem Hotelgebäude passieren wird, weiss heute noch niemand. Wird es abgerissen oder saniert? Über die Gründe, die zur Schliessung des Hauses geführt hatten, spekulieren an der Totalliquidation auch ein paar Interes

senten. Zur Schliessung sei es auch ge kommen, weil man während Jahr-zehnten von der Substanz gelebt habe, munkelt einer. Ein anderer sagt, Gug-genheim habe sich mit seiner Haltung bezüglich Neu- und Umbau-Projekt ins Abseits manövriert. Vor allem was den Denkmalschutz anbelange, habe er nie «viel Musikgehör» gehabt. Auf solche Unterstellungen gebe er über-haupt nichts, sagt Guggenheim ge-genüber der htr. Tatsache sei, dass im Bäderquartier Badens, wo der «Verenahof» den grössten Grundbesitz darstelle, seit 50 Jahren zu wenig investiert worden sei – von Privaten und von der öffentlichen Hand

Nicht akzeptabel: «Tabula-rasa-Projekte»

Bereits vor fünf Jahren hatte die Stadt Baden signalisiert: Neubauten im Bä-derquartier sind nur unter Einbezug der denkmalpflegerischen Aspekte bewilligungsfähig. Die Verenahof AG plädierte indessen für einen Total-abriss und die anschliessende Errichtung eines Neubaus. «Tabula-rasa-Projekte» sind nicht akzeptabel», sagt riojekte sind inchi dikzepiduelii, sagi Rolf Wegmann, Leiter der Entwick-lungsplanung der Stadt Baden und Vorstandsmitglied von Baden Touris-nus. Im Laufe eines zähen gemein-samen Planungsprozesses habe man den Beweis erbracht, dass es durch-aus Lösungen gebe, Alt und Neu in Einklang zu bringen. Die kompro-misslose Haltung des für einen Vor-entscheid eingereichten neuesten

«Verenahof»-Projektes negiere den gemeinsamen Entwicklungsprozess und berge die Gefahr einer Null-lösung, so Wegmann. Der Bedarf an Hotelbetten, vor allem im oberen Seg-ment, sei mit dem Grand Casino ge-stiegen. Der Entwicklungsrichtplan der beiden Gemeinden Baden und Ennetbaden verdeutliche die Zielset-Ennetbaden verdeutliche die Zielset-zungen und das Entwicklungspoten-zial des Bäderquartiers. Mit der Orts-kern- und Bäderumfahrung, einem wichtigen Eckpfeiler für die Aufwer-tung des gesamten Gebietes, werde Anfang 2004 gestartet. «Eigentlich stehen alle Ampeln auf Grün. Es ist zu hoffen, dass diese Chance für die Hotellerie im Bäderquartier nicht ver-passt wird», sagt Wegmann. TRU

13



ADILSON SOARES / Der brasilianische Spitzen-Gastronom berichtet über seine internationalen Erfahrungen. SEITE 15



Lebensmittelmesse stiessen Convenience-Neuheiten auf grosse Beachtung. SEITE 17



FLEISCH / «Kontrollierte Milchsäurebakterien» als Leistungsförderer für Schweine

Antibiotika-**Ersatz** gefunden?

Milchsäure-Bakterien Kontrollierte Milchsaure-Bakterien sollen künftig Antibiotika in der Schweinemast als so genannte Lei-stungsförderer ersetzen. Ein dafür in Deutschland entwickeltes Verfahren haben erstmals der Fütterungsanla-gen-Hersteller Howema und der Futtermittelproduzent Miavit vorgestellt. Das neue Verfahren soll die Futterver-wertung der Tiere verbessern und ihre Widerstandskraft gegen Infektionen verbessern. Zugleich sollen gemäss den Entwicklern schädliche Nebenwirkungen, wie sie mit dem Einsatz von Antibiotika verbunden sein können, für Tier und Mensch vermieden

Informationen: www.miavit.de

KURZ UND BÜNDIG

Vendomat übernimmt Vectron Schweiz. Der Alleinaktionär der Firma Vendomat AG mit Sitz in Bolligen Peter Tschanz, hat von der Firma Vectron Systems AG in Münster (D) die Tochtergesellschaft Vectron-Hartek SA, einen Hersteller von elektronischen Ausschank-Kontronsystemen mit Sitz in Gland/VD, rückwirkend per 1. Oktober 2002 gekauft.

Blei im Wildbret unbedenklich. Die im Fleisch von Wildtieren vorhandenen Bleirückstände stellen kein Risiko für die Konsumenten dar. Dies belegt eine vergleichende Studie des Bundes-amts für Gesundheit (BAG). Entlang der Schusskanäle kann es zu Bleirückder Schusskanale kann es zu Bletruck-ständen im Fleisch kommen. Diese Rückstände liegen gemäss Labor-untersuchungen zwischen 0,1 und 100 Milligramm pro Kilogramm Fleisch. Für Nicht-Wildfleisch (mögliche Aufnahme über das Futter) kennt die Schweiz wie die EU einen Grenzwert von 0,1 Milligramm. Gemäss BAG lässt sich dieser Grenzwert wegen der geringen durchschnittlichen Verzehrmenge jedoch nicht einfach auf Wildbret übertragen.

www.bag.admin.ch

EU: Fangverbot für Kabeljau erwogen. Die EU-Kommission will im kommenden Jahr womöglich die Kabeljau-Fischerei in den nord-europäischen Gewässern verbieten. Damit soll der begehrte Speisefisch von dem Verschwinden gerettet werden. Auch für Schellfisch und Wittling soll eine Null-Fangquote eingeführt und die für die Fischarten Scholle und Kaisergranat deutlich gesenkt werden, sagte EU-Agrarkommissar Franz Fischler. Fischler kündigte sozialen und finanziellen Ausgleich für die Fischer an.

«Haute»: Gamma Catering eröffnet **Business-Club.** «For Members only» heisst es ab Anfang Dezember in der Dachetage des Hochhauses zur Schanze in der Nähe des Paradeplatzes in Zürich. Gemäss Geschäftsleiter Urs Schindler (38) wird der Privatclub «Haute» 70 Innenplätze und eine Terrasse aufweisen. Gamma Catering wird den Betrieb in Pacht betreiben, Eigentümerin ist «ein privates Kon-sortium, das nicht öffentlich auftreten will», wie Schindler ausführt.





SIAL PARIS / Kritik hin oder her: Auch an der diesjährigen

hotel+tourismus revue



Viele Besucher der Workshops konnten neue gastronomische Erfahrungen machen.

SALONE DEL GUSTO / Interessante Geschmackserlebnisse sowie die Präsentation von internationalen Slow-Food-Förderkreisen standen im Mittelpunkt des vierten Salone del Gusto in Turin. DANIEL STAMPFLI

Schoggi statt Wurst zum Bier

Eine der interessantesten und auch unbekanntesten möglichen Kombina-tionen von Bier und Speisen ist jene mit Schokolade. Es handelt sich dabei aber weder um helles Lager-Bier noch um Milchschokolade. Denn es geht vielmehr um eine Verbindung, die nu zwischen den komplexesten und malzhaltigsten Bieren und den inten-sivsten und besten Schokoladen möglich ist, wie ein Degustations-Work-shop am Salone del Gusto in Turin gezeigt hat. Verschiedenste handwerklich erzeugte Schokoladen mit speziel-len Kakaosorten vereinten sich hier mit einer internationalen Auswahl von qualitativ hochstehenden Bieren.

Der innovative junge Teo Musso

zum Beispiel präsentierte zwei der in seiner Artisanalbrauerei in Piozzo im

Piemont produzierten Spezialbiere. Das «Noël Baladin» ist ein zwei Jahre gelagertes Weihnachtsbier, im Gegeiagertes weimachsburg, im Ge-schmack eine Mischung zwischen belgischem und angelsächsischem Bier, leicht, fruchtig und sütselich. Das «Nora» braut Musso ohne Hopfen, in Anlehnung an die altägyptischen Biere.

Teo Mussos Erzeugnisse sowie et-wa das englische «Double Chocolate Stout» oder das belgische Trappisten-bier «Rochefort 10» lassen sich dank ihren Malz- und Röstaromen gut mit Schokolade mit einem hohen Kakao-Anteil kombinieren. Eine neu präsentierte Kreation bildete als Abschluss der Degustation eine mit Malzbier gefüllte Praline.

Ein paar Gastronomen in Italien würden die «neue Kombination» be-

reits als Dessert anbieten, wurde an der Veranstaltung erklärt. Allerdings würde die Bier-Schokolade-Nachspeise erst nach dem Kaffee serviert, um das Bier nicht direkt auf den Wein folgen zu lassen.

ARCHE SCHWEIZ: KARTOFFELN UND KÄSE

Einen Auftritt in Turin hatte auch die Slow-Food-«Arche» Schweiz. Sie präsentierte schützenswerte oder vom Aussterben bedrohte Erzeugnisse wie etwa drei Kartoffelsorten und drei verschiedene Käse. Dazu wurden drei Schweizer Weine kredenzt, produziert von kleinen Produzenten. Die drei Kartoffelsorten von Pro Specie Rara waren das in höheren Lagen früher verbreitete «Acht-Wochen-Nüdeli», die blaue Kartoffel von Hindelbank sowie eine alte Kartoffelsorte aus Tenna GR. Folgende Käsesorten waren zu degustieren: «Rämisgummen», ein aus roher Kuhmilch hergestellter Emmentaler Alpkäse, ein Jura-Alpkäse aus Corgé-mont sowie der «Zincerlin» aus dem

Valle Muggio im Tessin. In Staunen versetzten das vorwiegend italienische Publikum «Räuschling» vom Weingut Geri Lien-hard aus dem Zürcher Unterland, die «Cépage Servagnin» (älteste Pinot-Noir-Sorte) aus Morges sowie eine «Bondola» von Stefano Haldemann aus Minusio. Bei der «Bondola» han-delt es sich um einen leichten Landwein, gekeltert aus einer autochtho-nen Rebsorte aus dem Sopraceneri.



Präsentieren konnten sich auch 20 internationale Förderkreise, zum Beispiel Marokko mit Argan-Früchten zur Ölgewinnung (im Bild).

Slow-Food-Preis zum Schutz der Biodiversität

Nach den Austragungen in Bologna im Jahr 2000 und Porto 2001 wurde der «Slow Food Award» dieses Jahr in Turin am Vorabend des Salone del Gusto vergeben. Folgende Personen, Institu-tionen oder Projekte wurden mit einem

Spezialpreis ausgezeichnet:
Boubacar Camara und Mamadou Bailo Diallo, Guinea: Die beiden Wissenschaftler setzen sich für den Anbau der Soungala-Pflanze ein, aus Anbau der Soungvla-Prilanze ein, aus deren Samen das Sintin, ein sehr energiereiches Getränk, hergestellt wird. Mit der Förderung der Soungala-Pflanze wird gleichzeitig der Entwaldung engegengewirkt.

Amidi – Asociacion de mujeres

indigenas para el desarrollo inte-gral, Guatemala: Die Produktions-genossenschaft züchtet Hühner, die

dem lokalen Klima optimal angepasst sind. Sie geben nahrhaftere Eier, ihr Fleisch schmeckt besser und sie produzieren wichtigen Dünger, der die Maiserträge deutlich gesteigert hat. • Katsuhiko Takedomi, Japan:

Der Biologe belebte den schwarzen, roten und grünen Reis wieder. Diese antiken Reissorten Japans besitzen bedeutende organoleptische Merkmale und sind reich an Mineralien, Vitaminen und Fasern. Heute verkaufen Takedomi und die anderen Bauern in seiner Gruppe den Reis direkt an Kun-den in ganz Japan.

 Dimitrios Dimos, Griechenland Er züchtet Katerini-Rinder und hilft somit, die in den achtziger Jahren vom Aussterben bedrohte autochthone Rasse am Leben zu erhalten. Auch an-

dere Tierarten hat Dimitrios an Bord seiner Arche genommen: schwarze «altgriechische» Schweine, kleine Ziegen (der «Skopelos»- bzw. «Kymi»-Ras-se) oder Karystos-Schafe, dazu Ponys und Pferde aus Thessalien und Kreta.

Haydar Alagöz, Türkei: Der kurdische Bauer hat sein Leben dem Wiederanbau der alten Aprikosensorten der Ebene von Igdir verschrieben. Er hat bereits fast 4 Hektar mit ihnen bepflanzt, und 2000 mit alten Aprikosensorten veredelte Schösslinge sind zum Einpflanzen bereit.

sind zum Einplünzen bereit.

Der Preis wurde im Jahr 2000
eingerichtet, um Forschungstätigkeit,
Produktion, Handel, Katalogisierung
oder sonstige Aktivitäen zu fördern,
die zum Erhalt der Biodiversität im Lebensmittelbereich beitragen.

GASTRONOMIE

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

LINCOLN/USA / McDonald's eröffnet ein bedientes Restaurant

Konzept «3'n'1» wird getestet

das Motto des neuesten McDonald's-Restaurantkonzeptes. Im amerikanischen Lincoln, Nebraska, öffnete der erste «McDonald's-3'n'1»-Testbetrieb kürzlich seine Türen. Neben dem traditionellen McDo-Angebot werden im neuartigen Angebot wetten in heuartigen Restaurant auch kalte und war-me Sandwiches sowie Ice-Cream- und Bäckerei-Artikel angeboten. Die wichtigste Neuerung besteht dabei aus einem bedienten «Table-Servi-ce»-Teil, wobei die Restaurant-gäste mittels eines roten Tele-fons ihre Bestellungen direkt vom Tisch aus aufgeben kön-nen. Das Restaurant verfügt ebenfalls über einem «Take-away»-Bereich, an welchem die Speisen und Getränke auch telefonisch vorbestellt und abge-holt werden können.

Das neue McDonald's-Res-taurant-Konzept ist auf Er-wachsene wie auch auf Famili-

en ausgerichtet. Gemäss Mitteilung ist das neue «McDo-nald's 3'n'1» entwickelt wor-den, um zusätzliche Gäste im «Mittelklasse-Restaurant-Seg-ment» zu gewinnen, ohne dabei auf bestehende Kundschaft verzichten zu wollen: «McDonald's möchte Kunden zufrie den stellen, die ein bedientes Restaurant suchen, wie auch diejenigen, die den traditionel-len Restaurationsstil bevorzugen.



LUZERN / Nationaler Berufswettkampf der Fachschule Richemont

Konditorei-Confiserei-**Nachwuchs**

Die offiziell beste Jung-Konditorin-Confiseurin des Landes heisst Claudia Vils und arbeitet in der Churer Konditorei Merz. Mit neun anderen Berufseinsteigenden hat sie am dritten nationalen Berufswettkampf teil-genommen, der Mitte Oktober in der Fachschule Richemont ausgetragen

Als Aufgabe waren eine Rahmtorte, Marzipanfiguren, Pralinés, Blätterteigund Süsskonfekt sowie eine Tortendekoration aus frischen Zutaten herzustellen, alles innerhalb von sechs Stunden. Sogar die Dekors mussten die Wettkämpfer à la minute anfertigen, nur das Schaustück durften sie vorgefertigt dazustellen, benotet wurde es aber nicht.

KUNST, FANTASIE UND SPEDITIVES ARBEITEN

Die Jury taxierte nicht nur das Aussehen, sondern degustierte die Kunst-werke auch. Als einzige Industrie-Halbfabrikate waren Schokolade-Couverture und Marzipan erlaubt. Mehre-re Marken davon stellte Richemont zur Verfügung. Die Couverturemarken un-terscheiden sich zwar in ihren Fliesseigenschaften, aber «Profis können mit allen arbeiten», meint Eggen-schwiler. Gefordert waren handwerkliche Kunst, Fantasie und speditives Arbeiten. «Vorteile hatte, wer sich die Ar beit gut organisierte», stellt Eggen-schwiler fest.

EINE WEIBLICHE DOMÄNE

Nebst dem Preis für die beste Produktion wurde ein Sonderpreis für Ge-stalten vergeben. Diesen holte sich Si-mona Zanini von der Confiserie Al Porto in Locarno.

Nicht nur gingen die ersten drei Preise an Frauen, auch unter den An-meldungen herrschte das weibliche Geschlecht vor: Nur zwei der zehn Teil-nehmenden im Produktionswett-kampf waren Männer. Die Siegerin des Berufswettkampfes 2001, Heidi Wehren, wird als Schweizer Delegierte an den «World Skills» vom 19.-22. Juni 2003 in St. Gallen teilnehmen und ge-gen vierzehn weitere Nationen antre

Nationaler Berufswettkampf 2002

Name, Lehrgeschäft Vils Claudia, Konditorei Merz, Chur Achermann Tanja, Confiserie E. Trüb, Altdorf Bürgler Angela, Konditorei Freytag, Zürich

Sonderpreis für Gestalten Zanini Simona, Confiserie Al Porto, Locarno

DESSERTS / Auch wenn die Gastronomie kaum noch ohne Dessert-Convenience auskommt, darf der Gast bei den Süssspeisen von der Küche eine Eigenleistung erwarten. GUIDO BÖHLER

Authentisch, regional und saisonal

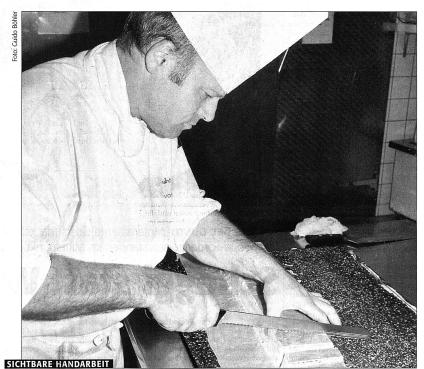
«Fruchtig, schlicht und leicht ist in», stellt Matthias Bachmann fest, Geschäftsleiter der Luzerner Confiserie Bachmann. «Die Gäste wollen definier-bare Zutaten. Nicht mehr gefragt sind schwere Buttercremen und alkoholi-sche Zutaten. Und Panna cotta hat Tiramisù als Modedessert abgelöst, denn die rohen Eier und der schwere Mascarpone stossen auf Skepsis.» Panna cotta ist zwar nicht viel leichter, aber gut mit Früchten oder Coulis kombinierbar. Auch Fritz Beck, Besitzer der Zürcher Confiserie Bauer, konstatiert: «authentische, regionale und saisonale Zutaten sind ein Megatrend, und sicht-bare Handarbeit ist ein Muss. Trotzdem «wird immer mehr Convenience ver-wendet», räumt Bachmann ein.

Traditionen kann man kreativ veredeln, die Kirschtorte beispielsweise mit, Schokolade im Biscuit. Gerade Schweizer Schokolade darf im Dessert für Touristen nicht fehlen, und besonders nobel ist AOC-Edelschokolade: «Solche Grand-Cru-Schokoladen sind genial», freut sich Bachmann. Man serviert nicht einfach Schoggicreme son-dern die prägnante «Maracaibo» oder die dezente «Madagaskar».

Trotzdem kommen in gutbürgerli-Restaurants «nach schmackhaften Essen oft enttäu-schende Desserts auf den Tisch», meint Urs Wellauer, Präsident des Schweizerischen Konditor-Confiseurmeister-Verbandes SKCV: «vor allem, wenn die Küche keinen Patissier be-schäftigt. Dabei ist dieser sogar kreativer und flexibler als ein gewerblicher Konditor, weil er spontane Wünsche erfüllen muss». Einem ambitionierten Konditor sei also zu Wanderjahren in der Hotellerie geraten – auch im Aus-land, wo die Schweizer Schokolade-kunst als Werbebotschaft wirken soll. Aber auch hierzulande gibt es kreative Chancen: Beck empfiehlt «individuelle Dessertdekorationen mit «Wow!>-Effekt». Ein Beispiel sind essbare Fotos, die man mit Konditoreifarbstoffen auf Marzipan drucken kann.

UMSTRITTENE

Wer keinen Patissier beschäftigt. kann die Kreativität bei einer Konditorei auslagern. «Bei grösseren Mengen gleicher Produkte ist dies sinnvoll», rät Werner Rüegsegger, Confiseur in Mühledorf, Ausbildungschef des SKCV und früherer Hotelpatissier. «Bei kleinem Budget kann man auch zu industriellen Fertigprodukten grei-fen. Doch diese sind selten hochstehend, weil die Industrie bei der ma-schinellen Herstellung Kompromisse machen muss und günstigere, einfa-chere Rohstoffe verwendet.» Beck empfiehlt den Hotelpatissiers, vor allem «tagesfrische Cremen und Mousse selbst zu machen sowie Desserts mit frischen Früchten - auch Glace à la Minute, aus frisch pürierten Früchten mit Rahm». Kaufen dagegen soll er «Kompliziertes und Lagerfähiges wie Roula-den, Schokoladefiguren oder Apéropatisserie». Solche offerieren «Lä-



. Wer als Patissier frische Zutaten verarbeitet, kann seine persönliche Note einbringen und hebt sich von der Massenware ab

www.confiserie.ch

Confiseur Läderach

Confiserie Sprüngli Zürich

www.laederach.ch

Rüegsegger Confiseur-Soleure

www.swiss-candy.ch

EG Confiseur Basel

061 378 94 50

Max Felchlin www.felchlin.com

www.mistercool.ch

Mister Cool

Confiserie Bauer Tel. 01 492 04 08

derach» sowie «Sprüngli», welche als gewerbliche Hersteller gelten. Sprüng-li hat im Frühling dieses Jahres seinen Betrieb modernisiert, arbeitet aber laut Geschäftsleiter Milan Prenosil im-mer noch handwerklich. Handarbeit ist der gewichtigste Kostenfaktor. «Wir können wegen Preisproblemen nicht viel in die Gastronomie liefern», bekennt Prenosil.

Wer als Patissier frische Zutaten

verarbeitet, kann seine persönliche Note einbringen und hebt sich von der Massenware ab. Auch die Fachschule Richemont propagiert im Einklang mit der «Slow Food Vereinigung» frische, unverfälschte Zutaten. Fredy Eggenschwiler, Confiserie-Experte der Riche mont, mahnt, «industrielle Halbfabrikate gezielt zu verwenden, sprich nur jene, die in guter Qualität erhältlich sind, aber zeitraubend bei Eigenferti-gung». Der Gast darf auch beim Dessert von der Küche eine Eigenleistung er-warten. Auch Beck gibt zu bedenken, dass «zwar kein Konditor ohne Convenience auskommt. Man muss nicht al-les selbst machen aber immerhin dasjenige, das man besonders gut kann. Und wenn man schon Convenience jenige, das man besonders gut kann.
Und wenn man schon Convenience
verwendet, soll man sie verfeinern»,
Eggenschwiler schreibt übrigens ein
Buch über Rahmtorten-Rezepte mit frischen Zutaten und Anleitungen zur Kreativität (ab Dezember im Verlag Richemont, www.richemont.cc).

Dessert- und Schokoladetrends

Minipatisserie, Panna cotta, Croque-en-Bouche, Kirschtorte au Chocolat, «Opium» – Grand-cru-Maracaibo-Pralinés mit Vieille Prune Confiseur Bachmann Luzern Einzelanfertigungen von Torten mit Dekors; Spezialität: Essbare Fotos auf Torten, Minipatisserie mit leichter Creme; Modeprodukt: Caipirinha-Torte
Tulpenschalen aus dreifarbiger Couverture für Cremen und Glace; Venuance: essbare Design-Schalen aus Isomalt in verbesserter Stand-festigkeit (neu bis 12 Std. nach dem Füllen) Neu und exklusiv: Choco-Luxemburgerli mit Maracaibo-Schokolade, Truffes mit Madagaskar www.confiserie-spruengli.ch Schokolade, Truffes Corretto Grappa di Brunello; Im Herbst: Truffe du jour marron Solothurner Torte: mit Pralinécreme; Ambassadoren-Torte: Schokoladebiscuit mit Vieille Prune. Neuheiten: Mousse- und Soufflé-Fertigmasse aus Valrhona-Zartbitter-Couverture, Financiermasse «Ready to use»
Grand-cru-Edelkakao-Schokoladecouverturen:
Maracaibo, aus Criollo (herb-fruchtig); Madagaskar, aus Criollo und Trinitario (dezent) Glace: Pralinen, Tannenbäume, Zimtsterne; Bidon: weisse Schokoladenrahmglace, Honig-

rahmglace, Proseccosorbet, Passionsfruchtsorbet Neu: Winter limited Edition: Crème brûlée, Mövenpick www.moevenpick.com Almond & Amaretto, Cinnamon & Apple (mit Frischrahm und natürlichen Zusatzstoffen) Deliciel Neu: französische Torten zum Dekorieren: Himbeer/Pistazientorte, Champagnertorte (TK) Kal.red. Patisserie, Kuchen und Torten (TK) www.deliciel.ch

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

ADILSON SOARES / Der bekannte Gastronom aus São Paulo sammelte kürzlich eine weitere Auslanderfahrung. Nach Aufenthalten in Frankreich und New York bekochte er während zwei Wochen die Gäste des «Dona Flor» im bernischen Frieswil. INTERVIEW: DANIEL STAMPFLI

«Sie nennen mich den Preis-Leistungs-König»

Herr Soares, Sie haben auch schon in Frankreich und in den USA gearbeitet. Welche gastronomischen Trends stellten Sie dort fest?

In Frankreich widmet man sich heute sehr stark der Erhaltung des Regionalen, der «Cuisine du Terroir». Die Franzosen pflegen heute die Charakteristiken sämtlicher regionalen Spezialitäten. Auch in den USA wird heute den amerikanischen regionalen Produkten ein grosser Wert beigemessen, unter dem Motto «back to basics». Es handelt sich um kleine, einfache Rezepte und kleine Gerichte. Dies können Spezialitäten afrikanischen Ursprungs aus dem Süden von Louisiana sein oder Langusten aus Maine, nur im Wasser gekocht und mit zerlassener Butter serviert. Die grossen Chefs fahren in ihrer gewohnten Art fort: immer höher, immer farbiger, immer gemischter. In den USA definiert der Ausdruck «Fusion» wirklich alles.

Was bringt Ihnen persönlich ein zweiwöchiger Auftritt im «Dona Flor» in Frieswil in der Berner Provinz?

Es handelt sich um einen gastronomischen Austausch. Die Idee hatte Christiane Barthel vom Restaurant «Dona Flor» anlässlich einer Reise nach Brasilien im Februar 2002. In der Schweiz hatte ich das Glück, alle Zutaten, zu finden, die ich nicht aus Brasilien mitbrachte. Aufgrund meiner Flexibilität funktioniert meine Arbeit in Brasilien, in New York oder eben auch in der Schweiz.

Aber für Ihr Curriculum ist es wohl kein Meilenstein.

Der Aufenthalt im «Dona Flor» ist für meine geplante zukünftige internationale Karriere wertvoll. Heute betrachte ich den Gastronomie-Markt aus einer anderen Warte. Ich bin der Meinung, dass mit Luxusrestaurants heute kein Geld zu verdienen ist. Ich kenne kein Luxus-Lokal, das Gewinn abwirft. Es dient höchstens als Visitenkarte für andere Aktivitäten. Joel Ro-bouchon verdient jetzt Geld, indem er industriell hergestellte Produkte ver-kauft oder in TV-Shows auftritt. Alain Ducasse verdient heute Geld, hat aber im «Louis XV» in Monte Carlo kein Geld verdient, auch nicht im «Essex House» in New York. Kürzlich ist er in Paris mit einem Restaurant gescheitert. Er muss zum Beispiel gebratenen Thunfisch im Wok zubereiten, um Geld zu verdienen. Daniel Boulud ist in New York mit seinem «Chez Daniel» genial, verdient aber sein Geld mit seinem modernen Bistro «DB». Das «Chez Daniel» ist keine Geldquelle, je-doch eine tolle Visitenkarte für andere Geschäfte. Bei einem Abendessen für 700 Gäste von Giorgio Armani verdient er Geld. In Brasilien musste das teuerste Restaurant an die Supermarkt-Kette «Pao de Açucar» verkauft werden. Auch die grösste Luxus-Restau-rant-Kette von São Paulo gehört heute zu dieser Supermarkt-Gruppe.

Aber Ihr Restaurant Tan Tan in São Paulo gehört doch auch zu dieser Kategorie ...

Zur Person

Der 34-jährige Adilson Soares wurde in Ubd im brasilianischen Bundesstaat Minas Gerais geboren. 1983 übersiedelte er nach São Paulo, um sich als Koch ausbilden zu lassen. Anfang der 90er Jahre zog Soares nach Brasilia, wo er als Privatkoch für Politiker arbeitete. 1998 arbeitete er in São Paulo mit dem Gründerater der brasilianischen Haute Cuisine, Alex Atala, zusammen. Adilson Soares ist und bleibt ein Weltenbummler: So hat er im Jahr 2000 in New York im *Payard Pätisserie & Bistro» gekocht. Von der Zeitschrift «Gula», dem wichtigsten Fachblatt für Gastronomie in Brasilien, wurde Soares zum «Koch des Jahres 2000» gekürt.

Nein, überhaupt nicht. Es liegt preisiich im Mittelfeld mit einer ungezwungenen Atmosphäre. Ich wage es gar als «populär» zu bezeichnen. In São Paulo nennen sie mich den «Preis-Leistungs-König», was mich nicht stört. Ich präsentiere die Gerichte am besten, indem ich am wenigsten ausgebe und auch am wenigsten dafür verlange. Und das stört viele Leute. Nach vielen in die Karriere investierten Jahren, einige davon in Frankreich und New York, kehrte ich nach São Paulo, in das Restaurant zurück, das ich eröffnet atte und mache eine Gastronomie mit ehrlichen, mittleren Preisen. Übrigens bietet das teuerste Restaurant in São Paulo seit hundert Jahren panierte Schnitzel mit Mailänder Risotto an.

Uns sind Ihre speziellen Kreationen aufgefallen. Welche Produkte verwenden Sie dazu?

Ich verwende oft Produkte, die ich in keiner anderen Küche in São Paulo angetroffen habe. Es handelt sich zum Beispiel um sehr populäre, regionale Gemüsesorten, manchmal ganz günstige Produkte, mit welchen kein Küchenchef arbeiten wollte. Ich habe gegenüber keinem einzigen Produkt Vorurteile, vorausgesetzt es ist gut und che rziele ein ausgeglichenes Ergebnis. Meine Küche ist eine Fusion von Brasilien und Frankreich – eine Verbindung von Produkten aus Brasilien mit der Technik Frankreichs.

Wie gross schätzen Sie den Anteil der ästhetischen Präsentation eines Gerichtes am Ganzen?

Oft beginnen die Leute zu lachen, wenn sie die Menukarte im Tan Tan betrachten. Sie finden alles komisch. Vielleicht weil ich Produkte verwende, die sie in ihrer Kindheit assen und die sie für ärmlich halten. Somit wecke ich schon mit den Kreationen auf der Speisekarte die Neugier der Gäste. Wenn dann das Gericht serviert wird, bleibt ihnen vor Staunen der Mund offen: «So sieht das aus?» Ich schätze, dass ein Drittel eines Gerichtes auf die Präsentation entfällt. Den Rest machen Geschmack und Qualität aus.

«Nur mit Rezepten zu arbeiten, funktioniert in der Küche im Gegensatz zur Confiserie nicht.»

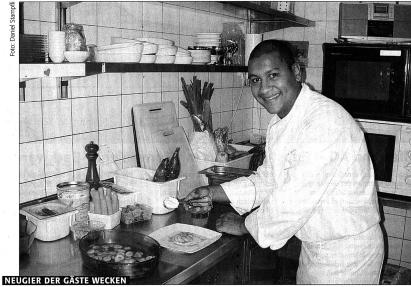
Wie entwerfen Sie Ihre Kreatio-

In der Küche benötigt man Kreativität. Zudem schätze ich die Spontaneität. Ich bin kein Sklave von Rezepten. Rezepte dienen als Basis. Man verändert sie, lässt etwas weg, fügt etwas anderes hinzu. So gelingt es, eine eigene Identität zu schaffen. Beim Experimentieren erlaube ich mir zwischendurch auch Fehler. Man muss sehr selbstkritisch sein. Nur mit Rezepten zu arbeiten, funktioniert in der Küche im Gegensatz zur Confiserie nicht.

In Brasilien gibt es relativ wenige Spitzenrestaurants der Haute Cuisine. Woran liegt es? Tatsächlich gibt es deren sehr, sehr

Tatsächlich gibt es deren sehr, sehr wenige. Man kann sie an einer Hand abzählen. Viel Geld zu besitzen und dies zu zeigen, ist heute in Brasilien mit der wirtschaftlichen und sozialen Krise und der daraus folgenden Kriminalität ein Problem. Das teuerste Restaurant Säo Paulos wurde kürzlich zusammen mit seinen Gästen überfallen und ausgeraubt. Die meisten Luxusrestaurants in Brasilien gehören zu Fünf-Sterne-Hotels.

Sie beabsichtigen, demnächst São Paulo zu verlassen und bei Philip-



Einfache regionale Zutaten und keine Luxusprodukte verwendet der in Brasilien bekannte Gastronom.

pe Bertineau im «Payard Pâtisserie & Bistro» in New York zu arbeiten. Wird in Brasilien Ihre Arbeit zu wenig geschätzt?

Ich schäme mich nicht, zu sagen, dass ich Ambitionen habe. In Brasilien habe ich das erreicht, was möglich ist. Es interessiert mich überhaupt nicht, in einem Luxusrestaurant panierte Schnitzel mit Mailänder Risotto zuzubereiten – nicht zum grössten Lohn, der mir dafür angeboten wird.

nzeige





>> 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



Hiestand AG - Tipps und Tricks mit Convenience-Backwaren

Gäste individuell verwöhnen - das Hiestand-Motto an der diesjährigen Gastronomia. Lassen Sie sich am Hie-Stand inspirieren und verweilen Sie auf einen Moment der Kreativität und des Hochgenusses.

Gluschtige Kreationen und Knusperfrische von früh bis spät

Die Hiestand-Backmeister zeigen am Stand gleich live, wie sich hochwertige, naturbelassene Convenience-Backwaren wirkungsvoll in Szene setzen lassen – Inspirationen, die den Seminarprogrammen der Hiestand-Bake-off-Academy entstammen. Sie sehen, wie mit cleveren Tricks bei minimalem Aufwand eine maximale Wirkung erzielt wird und Sie Ihre eigenen, individuellen Kreationen zubereiten können. Verwöhnen Sie Ihre Gäste mit dem unüberbietbaren Geschmack und dem feinen Duft ofenfrischer Backwaren; knusperfrisch von frühmorgens bis abends, ganz nach Ihrem Bedarf. Überzeugen Sie sich, wie einfach und sicher Sie diesen Hochgenuss auch Ihren Gästen anbieten können.

Einzigartige Qualitäts- und Rohstoffphilosophie Mit langjähriger Tradition und aus innerer Überzeugung hat sich Hiestand dem natürlichen Hochgenuss ver-schrieben. Ziel ist die lückenlose Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe sowie die Wertlegung auf traditionelle, handwerkliche Qualität, um dem Konsumenten die maximale Sicherheit und höchsten Genuss zu garantieren.

Dienstleistungen und Konzepte

Nutzen Sie unsere langjährige Erfahrung und unsere umfassenden Dienstleistungen als Ihr Partner für

das richtige, auf Ihre Bedürfnisse und Ihre Wünsche abgestimmte Konzept angefangen vom einfachen Backofen über eine Vielzahl individueller Lösungen bis hin zur professionellen, frontorientierten Inhouse-Bäckerei.

Der feine Duft weist den Weg Immer dem unwiderstehlichen Duft

frischgebackener Buttergipfeli nach, und schon ist man am Hie-Stand wo die Besucher täglich zum Genuss ofenfrischer Backwaren verführt werden. Treten Sie ein in die knusprige Hiestand-Welt – Sie werden begeistert sein! Wir freuen uns auf Ihren Besuch. A. Hiestand AG

8952 Schlieren-Zürich Telefon 01 755 25 61 www.hiestand.ch

Gastronomia: Halle 10/Stand 1038

«La preferida de Cuba» – Weltklassebier

Als Neuheit präsentiert die Firma Ausländische Biere AG das authentische kubanische Bier Palma Cristal. Das von der Cerverceria Bucanero in Holguin hergestellte «Cristal» ist die bevorzugteste und populärste kubanische Biermarke. Gebraut aus den besten Rohstoffen, mit leichtem Hopfenaroma ohne Nachgeschmack und abgefüllt

auf den neuesten Abfüllanlagen ist Palma Cristal ein Weltklassebier «La preferida de Cuba» ist leicht im Geschmack und sehr erfrischend. Genau das richtige «Latino-Bier» für lange, feuchte Salsa-Nächte. Ausländische Biere AG 4144 Arlesheim/Basel Gastronomia: Halle 17/Stand 37

«Vogue» de Steelite International

Vogue est pour chic et glamour. Le bord large et bombé inférieurement des assiettes donne à cette porcelaine une classe extraordinaire et un brin d'extravagance. Cette nouveauté de Steelite International s'oriente à la haute gastronomie et donne une base

idéale pour la cuisine euro-asiatique en la combinant avec la «Mandarine». Vogue de Steelite avec la garantie de 5 ans contre ébréchure sur toutes

Buchecker SA, Lucerne Gastronomia: Halle 1/Stand 141

MARKTNOTIZEN

Happy AG – Matratzenneuheit

Die innovative Happy AG wartet mit einer revolutionären Matratzenneuheit für den Hotelbereich auf. Die beiden Matratzenmodelle Hotel Wool 60 und Comfort Wool 60 sind mit eine abnehmbaren und waschbaren Schafschurwollhülle bezogen. Damit können Hotels neue Massstäbe in der Bettenhygiene zur Zufriedenheit der Gäste setzen und somit echte Mehrwerte im Schlafbereich erzielen. Happy schafft den Hotels das Instrument dazu.

Happy AG Fabrikstrasse 7 Postfach 9201 Gossau

Klafs Control – Sauna-Alarm

Wer kennt das nicht? Kleine Unachtsamkeiten mit grosser Wirkung: ein vergessenes Handtuch auf dem Saunaofen oder eine sperrangelweit geöffnete Kabinentür beispielsweise. Was unbemerkt weit reichende Folgen haben kann, wird von Klafs Control sofort gemeldet. Als Alarmprotokoll auf dem Bildschirm und per SMS auf Ihrem Handy - für den Fall, dass Sie mal nicht am Schreibtisch sitzen. Mit Klafs

Control sorgen Sie bis in den letzten Winkel für Sicherheit und helfen sich williker für Sicherieit und nehen Sich gleichzeitig beim Sparen. Die speziell auf Ihre Anlage zugeschnittene Jahres-planung ermöglicht Ihnen im Voraus, jede Kabine für jeden Tag des Jahres individuell zu konfigurieren. Das führt zu optimalem Energieeinsatz und zu deutlich geringerem Wartungsaufwand. Klafs Saunabau AG

AUS-/WEITERBILDUNG



Minerva Zürich · Scheuchzerstrasse 2 · 8006 Zürich Telefon o1 368 40 20 · info@minervazuerich.ch www.minervazuerich.ch Zürich · Luzern

MINERVA 🌚 EIN INSTITUT DER AKAD-KS GRUPPE SCHULE FÜR CHANCEN



Michèle Galmarini Weinbergstrasse 37 CH-8006 Zürich Tel. +41-1-261 00 66 Fax +41-1-261 50 05 www.barfachschule.ch

LIEGENSCHAFTEN

SOUTHBOURNE SCHOOL OF ENGLISH BOURNEMOUTH ENGLAND

Fünf Sterne für Ihr Englisch

- Kurse für Hotel und Gastgewerbe 17. Februar bis 28. März 2003 21. April bis 30. Mai 2003 3. November bis 12. Dezember 2003
- Kurse für Anfänger Beginn jeden ersten Montag des Monats

Beratung und Buchung Rebekka Henzi und Verena Wittwer Agent Metz Consulting
Orbstrasse 221, 3073 Gümligen
Tel. +41(0)31 950 28 27
E-Mail english@metzco.ch



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

- rpunkt Hotellerie und allgemeine Intensivkurse für jede Stufe und Alter in familiärer Landhaus-Atmosphäre

- Inklusive Exkursionsprogramm/Dégustation (Bordeaux, Cognac, Austernfelder etc.) Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe Menu-Übersetzungen für Hotelbetriebe

Sprachausbildung

an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
A-19 Frischknecht Tel 01728 93 55 Fax 01728 54 45 rischknecht Tel 01/926 39 58 Fax 0 cher 13, 8712 Stäfa www.sprachau

Stumpfe Messer?

polieren

SILBAG AG versilbern

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

Zu kaufen gesucht:

«CCC Collini»-Besteck

versilbert (neu oder gebraucht) für 12 Personen inkl.Fischbesteck Angebote an: Lisa Buchecker Telefon 041 210 57 70

cascade@buchecker.ch

ANZEIGE

reparieren

In Endingen im Surbtal, an bester Lage im Dorfkern, **RESTAURANT POST**

auf 1. April 2003, eventuell früher.

auf 1. April 2003, eventuell früher.

Das Restaurant ist zweckmässig eingerichtet:

- ca. 40 Plätze im Restaurant

- ca. 30 Plätze im Sali und Stübli

- ca. 30 Plätze im Sali und Stübli

- ca. 13 Parkplätze

- da. 41 Plätze im Ger Gartenwirtschaft mit Aussenbuffet

- ca. 13 Parkplätze

- 4-Zimmer-Wirtewohnung

Auskunft: IG Restaurant Post, c/o Alex Bühler

Gartenweg 9, 5304 Endingen

Telefon 056 242 13 25 oder Telefon 079 678 41 39

ш

htr

Hotel/Berghaus «Radons» im Ski- und Wandergebiet oberhalb Savognin

Das in schönstem Ambiente sowie in herrlicher Natur

- gelegene Hotel und Berghaus bietet u.a.: - Beherbergungstrakt im Hüttenstil mit total 7 Zimmern
 - À-la-carte Restaurant mit gemütlichem und rustikalem

 - Schneebar auf Terrasse

und 26 Betten

- Hexenhüsli - rustikales Berghüttli für Anlässe bis ca. 20 Personen

Für weitere Informationen melden Sie sich bitte bei: Herrn Andrin Perl, Postfach 459, Tittwiesenstrasse 29 7001 Chur, Tel. 081 286 96 60

Über Bierpreise und Schnapsideen.

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

RIMINI (I) / Getränkemesse im Adria- Ferienort

«Pianeta Birra & Co.»

Vom 1. bis 4. Februar nächsten Jahres findet in der Messe Rimi-ni die fünfte Auflage der «Pianeta Birra Beverage & Co.» statt. Die Fachmesse für Biere, Getränke. Snacks und Ausrüstungen für Pubs und Pizzerien will den Fachleuten auf mehr als 50 000 Quadratmetern neue und bewährte Getränke aus aller Welt präsentieren; Ge-schäftsführer von Gaststätten können Eindrücke und Anregungen für neue Projekte sammeln Die Fachbesuchern vorbehaltene Veranstaltung ist in sieben Themenbereiche aufgesteben Themenberetche aufge-teilt: «Le Birre», «Cocktails», «Village», «La Cantina», «Fruit Juices Zone», «Bio Bar», «Caffet-teria» und «Le Acque» (Mineralwasser), «Wo, wenn nicht in Rimini, könnte eine Fachmesse speziell für Getränkekonsumstile entstehen?», heisst es dazu in der Pressemitteilung.

Informationen: www.fierarimini.it

«hermäss» und Weinmesse

Basel. «hermäss» heisst sie jetzt, die ehemalige Basler Herbstwarenmesse auf dem Basler Messegelände. Im Rahmen dieser hermäss mit den traditionellen Themen Haushalt, Familie, Mode, Woh-nen, Unterhaltungselektronik, Sport und Lebensmittel präsentieren auch über 80 Wein-firmen ihre Crus aus aller Welt. Noch bis zum 3. Novem-ber 2002 können Weinliebhaber über 2500 Lagen degus-

FRANKFURT / Wellness-Messe als Gemischtwaren-Laden apostrophiert

Die Presse kritisiert «Lifetime»

Keine gute Presse bekam die Wellness-Messe «Lifetime» bei ihrem zweiten Auftritt in Frankfurt. Mit rund 180 Ausstellern gleiche die Messehalle einem Gemischtwarenladen Denn-«Das Angebot an Dienstleistungen und Waren war so vielfältig wie der Reigen von Definitio-nen des Begriffs Wellness», wird etwa von der Frankfurter Presse bemängelt. Was ein Milchaufschäumer mit Wellness zu tun habe? Hier die Antwort auf der

Wellness-Messe: der Drink diene dem Wohlbefinden. Besucher (Tageskarte 13 Euro) lies-sen sich etwa mit Magnetfel-der-Stiften behandeln oder für 20 Minuten in eine «brainLight-Trance» versetzen. Halbedelsteine wurden auf der Wellness-Messe ebenso verkauft wie Tee-mischungen oder Infrarot-Wärmekabinen als Alternative zur Sauna. Viele der Aussteller hatten vorsorglich Freikarten verschickt, so dass die Besu-

cher-Statistik am Schluss nicht allzu realistisch ausfallen dürfte. Für einen sechs Quadratmeter grossen Messestand muss-ten 1000 Euro bezahlt werden, dazu Stromkosten von 175 Eu-ro. «Zu teuer» kritisierte eine Ausstellerin, Doch was soll's: Aussteherin. Doch was sons: Besucher der «Lifetime»-Messe kauften dennoch hellblaue Aquamarine für mehr geistiges Wachstum und rote Granat-Steine zur Steigerung der Liebesfähigkeit.

SIAL / Lebensmittel für Moslems auf dem Vormarsch

Bazar-Stimmung

War bisher die Rede von asiatischer orientalischer und südamerikanischer Küche, so sind heutzutage Regionen und Länder mit ihrem kulinarischen Angebot relevant: Palmenöl aus Ma-laysia, Rum von La Martinique, Rindfleisch aus Argentinien und Thunfisch aus dem Senegal ... Ausserdem sind, neben koscheren

Lebensmitteln, jetzt in immer stärke-rem Masse Produkte für mohammedanische Verbraucher im internationa-len Angebot und erstmals setzte ein «afrikanischer» Rundgang an der SIAL 2002 die Produkte des afrikanischen Kontinents in Szene. Dabei wurden neben gängigem Obst und Gemüse, den üblichen Couscous-Zubereitungen und den Fischkonserven ietzt auch vermehrt typisch afrikanische Gerichte und Zutaten angeboten: Saucen, Chutneys, Atchars und vorge-kochte Fertiggerichte mit scharfen roten Bohnen und Maniok. Darüber hinaus wurde deutlich, dass sich die afrikanischen Lebensmittelproduzenten durchaus auf die westlichen Food-Ansprüche einstellen und «100 Prozent natürliche» Obstsäfte, «biologisch angebaute» Datteln und «nach ethischen Gesichtspunkten» korrekt gepflückten Kaffee anbieten.

ALOE VERA UND HIBISKUSKONZENTRAT

Auch das asiatische Angebot diversifiziert sich immer stärker und ist teilweise HCCP-zertifiziert. Neben Ananas und Litschi sind inzwischen vermehrt Aloe-vera-Zubereitungen im Angebot (als Püree, tiefgekühlt oder in Konserven), und ein Hibiskuskonzentrat soll ausgefallene Saucenvariationen ermöglichen. Dazu gesellen sich original taiwanesische Kekse, südkoreanische Snacks, chinesischer Ingwer, biologischer Tee aus Sri Lanka und Nudeln mit Lotusgeschmack aus Sin-

gapur.
Bleibt, was gemeinhin als Tex-Mex-Lebensmittel bezeichnet wird und was längst nicht mehr nur aus Tortillas und Taco besteht und inzwischen ebenfalls nationale Identität hat: brasilianische Schokodrinks, mexikanische Hühnchen. Weintraubenlikör aus Peru und



SIAL PARIS / Die Lebensmittelmesse ist stets für Überraschungen gut: Einige Aussteller verblüfften mit pfiffigen oder skurrilen Neuheiten, etwa mit Butter aus der Spraydose. KATJA HASSENKAMP

Möglichst schnell, sicher und gut



Convenience wohin man blickte: Im Bild standardisierte Eiprodukte – und, bereits eingeführt, der Eigelb-Spray für die Pätisserie (Bildmitte).

Natürlich und gesund, traditionell und exotisch, amüsant und Energie spendie Food-Palette des modernen Verbrauchers muss breit gefächert sein. Pharma-Zusätze sind «out», natürliche Vitamine und Spurenelemente «in». Spass beim Essen soll sein, aber nur wenn sich der Gast dabei seine zukünftige Gesundheit nicht «hypotheziert». Die Lebensmittelsicher-heit und damit verbunden die Herkunftsbezeichnungen werden daher auch für den Gastwirt immer relevan-ter. Hinzu gesellt sich der Wunsch aufgeklärter Konsumenten, Lebensmittel zu verzehren, die unter Berücksichtigung ethischer Richtlinien produziert wurden. Dennoch soll das Essen schmackhaft und vor allem schnell zuzubereiten sein – «convenient» ist also mehr denn je gefragt. Das wurde auf der grössten europäischen Lebensmit-telmesse, der SIAL 2002 in Paris (20.–23. Oktober) erneut deutlich.

TREND: MEHR NATÜRLICHE ZUTATEN

Dabei denken sich die Lebensmittelhersteller nicht nur immer neue Varianten aus, um die gestresste Hausfrau zu entlasten. Steigende Personalkosten und die Schwierigkeit, gut ausgebildeten Nachwuchs zu finden, haben auch die Zulieferer der Gastronomie in den letzten Jahren immer mehr veranlasst, Produkte herzustellen, die in der Restaurantküche und in der GV-

Verpflegung Zeit sparen helfen. Dabei geht der Trend hin zu möglichst natür-lichen Zutaten (frisches Knoblauch-püree im einfach zu lagernden Tetra-Pack), zu vorgekochten, bereits ge-würzten und daher minutenschnell zuzubereitenden Beilagen (dampfgekochte Linsen) und zu Sous-vide-Fer-tiggerichten, die traditionelle Rezepte aufgreifen, deren Zubereitung zu lange dauern würde (Hirschragout) oder regionale Spezialitäten aufleben lassen (Tartiflette aus Savoyen).

CONVENIENCE-SPIEGELEI: FOLIE MIT VENTIL

Was die Verpackungen betrifft, so kommt für grössere Mengen mit begrosser Menger intr be-grenzter Haltbarkeit immer häufiger der sterilisierte Plastik- oder Alumini-umbeutel (Doypack) zum Einsatz, während für kleiner dimensionierte Betriebe die Einzelportion endgültig den Siegeszug antritt. Sie wird längst in mikrowellengerechten Behältern angeboten, die inzwischen oft zwei angeboten, die inzwischen oft zwei Abteilungen haben, um das Fleisch und die Gemüse getrennt aufzuwär-men, wodurch die Geschmacksqua-lität erhöht wird. Immer häufiger sind die Einzelporttonen aber auch auf einem Teller oder im servierbaren Töpf-chen angerichtet, wie beispielsweise die fertigen Spiegeleier, die nach weni-gen Sekunden aus der Mikrowelle di-rekt auf den Tisch kommen. Die Spiegeleiportion ist mit einem Plastikfilm überzogen, in dem ein Ventil eingebaut ist; dadurch wird beim Aufwärmen die Luft abgelassen, und die Spiegeleier sind knusprig wie aus der

DAMPF MACHEN MIT «STEAM EXPRESS»

Ähnlich funktioniert die neue Ähnlich funktioniert die neue «Steam-express»-Verpackung, mit der frische tiefgekühlte Gemüse (grüner Spargel, Bohnen, Erbsen und Gemüse-mischungen) in der Mikrowelle dampfgegart werden können, indem sich in einem doppelschichtigen Plastikfilm auf der Verpackung Dampf entwickelt. entwickelt.

Immer breiter gefächert ist auch das Angebot fertiger Saucen – Olivensaucen verschiedener Geschmacksrichtungen (Käse, Knoblauch, Tomate ...) im praktischen Einzelpack oder in der Glasflasche mit Kräuter- und Gemüserispe (Peperoni/Rosmarin, Zi-trone/Rosmarin, Tomate/Rosmarin) machen exotischen Marinaden (nach unterschiedlichen Rezepten verschiedener indischer Regionen) und tiefgekühlten Saucenwürfeln Konkurrenz, die besonders sparsames Wirtschaften ermöglichen.

TRÜFFELDUFT AUS **DER SPRAYDOSE**

Dazu gesellen sich Senfarten mit aparten Aromen, wie Veilchen

oder Pastis, die die Zubereitung ausgefallener Saucen ermöglichen.

Und wer sich erst nach Fertigstel-lung des Gerichtes für die Geschmacksrichtung entscheiden will, sprüht ein-fach Trüffel- oder Ingwer-, Bacon- oder Steinpilzaroma aus der Aluflasche über den Braten – diese neue «Oberflächen-aromatisierung» aus der Sprühdose soll besonders intensive Geschmacksnoten hinterlassen. Ebenfalls neu ist ein Butterspray der aus Milch aus Neuseeland gefertigt wird, während das Ei-gelb aus der Sprühdose inzwischen beinahe schon ein alter Hut ist

Der Gast will abwechslungsreiche Gerichte serviert bekommen und daher ist die Palette an Fertiggerichten immer breiter gefächert. Von der fix immer breiter gefächert. Von der itx und fertig im Bratbeutel angebotenen ganzen Ente, über das rosa gehaltene Taubenfilet und das gefüllte Perlhuhn in Rosenlikörsauce bis zum rustikalen Flammekuchen und den in Wein geköchelten Diot-Würsten mit Polen-ta, kennt der Einfallsreichtum der Hersteller keine Grenzen. Und dabei werden gie meistlich noch dem werden sie zusätzlich noch dem Wunsch nach sicheren Lebensmitteln gerecht und bieten z.B. eine Auswahl von drei AOC-Käsen als Portion ver-packt an, haben eine biologische Gaspacho mit Herkunftsbezeichnung pa-rat, die gekühlt direkt serviert werden kann, und auch die schnell aufzuwärmenden Käsetorteletten sind mit ga-rantiertem AOC-Comté oder AOC-Epoisse bestückt.

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NR. 44 / 31. OKTOBER 2002

HILTON BASEL / Lehrlinge helfen osteuropäischen Flutopfern

Dem Hochwasser zum Trotz

Lehrlinge des Hotels Hilton Basel haben sich entschlossen den Erlös von 1500 Franken aus dem von ihnen organisierten Personalfest den Kollegen des «Hilton Dresden», das direkt am Elbufer in unmittelbarer Nähe zur Frauenkirche liegt, zu spenden. Die Mitarbeiter des Hotels versuchten, das Gebäude mit 120 000 Sandsäcken zu schützen, doch es fiel schon bei ei-nem Pegelstand von 4,5 Metern den Fluten zum Opfer.



DUBROVNIK / Boutique-Hotel Pucic Palace

Ein Herz für Haustiere

Das neu renovierte Hotel Pucic Palace in der Altstadt von Du-brovnik, bietet alles, was Hund und Katz begehren. Gäste können sicher sein, dass ihr vierbei-niger Liebling mit einem ebenso umfassenden Service ver-wöhnt wird wie sie selbst. Die Palette der Annehmlichkeiten ist breit: Shampoos und Hygie-ne-Artikel für die Haustiere gehören genauso dazu wie ge-polsterte Körbchen oder Hundehütten sowie bunte Futter-

näpfe. Auf Wunsch werden auch spezielle Menus zubereitet. Auch die Animation lässt tet. Auch die Animation lässt keine Wünsche offen: Haus-tier-Spielzeug, Spaziergänge mit dem Doggy-Sitter, Trocken-Würstchen und andere Lecke-reien für Zwischendurch ver-süssen die Urlaubstage in Kroatiens schönster Stadt. Ein Angestellter mit spezieller Aus-Angestellter mit spezieller Ausbildung in Tierpflege kümmert sich permanent um das Wohl der Kuschelkunden.

ZITAT DER WOCHE

«Die grossen **Küchenchefs** fahren in ihrer gewohnten Art fort: Immer höher, immer farbiger, immer gemischter.»

Der bekannte Spitzenkoch Adilson Soares aus São Paulo im Interview auf

H&G / Ausgabe 08/ 2002

Fussball-EM als Chance

Am 13. Dezember wird die Europäische Fussball-Union (Uefa) darüber entschieden, ob die gemeinsame Kandidatur von Österreich und der Schweiz für die Ausrichtung der Fussball-EM-Endrunde 2008 den Zuschlag erhält. Es wäre eine grosse Chance



gerade auch aus der Optik von Hotelle-rie und Tourismus. Weitere Themen: Freiwillig verzichten heisst der Trend. Immer mehr entdecken das neu – Die Schweizerin Christine Woelke ist in Berlin im Housekeeping-Bereich zuständig. Ein Porträt. FRI

Eine Gratis-Probenummer oder ein Kennen-lern-Abonnement erhalten Sie unter Tele-fon 031 370 42 22 oder per E-Mail: media@



Jubiläumsgala im Zirkus Nock. Die Prodega Cash + Carry in Kriens lud ihre Kunden zum zehn-jährigen Jubiläum an eine Gala im Zirkus Nock auf die Luzerner Allmend ein. Unterstützt wurde auch ein soziales Projekt: Ein Franken pro Gala-Besucher wurde an die «Philipp-Neri-Stiftung» von Pfarrer Ernst Heller gespendet. Zweck der Stiftung ist die Gewährleistung der Seelsorgetätigkeit für Artisten, Schausteller und Zirkusleute. Im Bild: Peter Wyss, Geschäftsführer Prodega CC Kriens, bedankt sich in der Manege bei seinem Team. DOS

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

Am 1 November wird Martin Schürch (im Bild) Direktor von Grächen Tourismus. Der Posten war seit dem Weggang



von Melchior Kalbermatten vakant gewesen. Schürch (30) war seit Juli 2001 als Leiter der Abteilung Grächen-St. Niklaus Marketing tätig gewesen. In Siders hatte er die Tourismusfachsule absolviert. Ursprünglich hatte er eine kaufmännische Ausbildung in der Versicherungsbranche absolviert. TRU

Judith Renner-Bach (49), seit dem 1. Oktober 2002 Direktorin

Schweizer Tourismus-Verbandes, ist die neue Vizepräsidentin der grössten Partei im Kanton Bern - der SVP. DOS

Patrik Scherrer, bisher Direktor des Hotels Allegro in Bern, übernimmt per 1. Dezember 2002 zusätzlich die Leitung des Kursaal-Gastro-Betriebes und vertritt wie bis anhin den General-direktor. **Stefan Harra** führt weiterhin das Grand Casino Bern. **Daniel Frei** wird sich als Generaldirektor vermehrt um die Konsolidierung und Qualitäts-steigerung sowie die längerfristige Entwicklung kümmern. Er koordiniert die beiden Bereiche Allegro-Kursaal und Grand Casino.

Richard Plattner (39) und Bettina Plattner-Gerber (37) übernehmen die Direktion des Alpenschlosshotels Castell in Zuoz. Sie werden die bevorstehenden baulichen und operativen Änderungen gemeinsam mit dem Verwaltungsrat gestalten. Das Ehepaar war bis April 2002 während sechs Jahren als stv. Direktor bzw. Mitglied der Geschäftsleitung im Hotel Saratz in Pontresina tätig, wo sie als Mit-glieder des Eröffnugs- und Aufbau-teams massgeblich an dessen Erfolg betreiligt waren. Das Hotelier-Ehepaar beabsichtigt, sich an der Castell Zuoz AG finanziell zu beteiligen.

Manuel Portmann (im Bild) ist neuer Human-Resources-Leiter im Möven-pick Hotel Zürich-Airport. Er löst Lorenz Plumettaz ab. der nach vier Jahren, auch als Erfa-Leiter Human Resources Grosshotels Zürich, zu



Swisscom wechselt und dort seine Swisscom wechselt und dort seine neue Aufgabe im Personalwesen übernimmt. Sein Nachfolger Manuel Portmann (30) ist gelernter Koch, dipl. Hotelier/Restaurateur und Betriebsökonom. Er hat unter anderem in seiner Ausbildung zum dipl. Betriebs-assistenten im Autobahnrestaurant Würenlos erste Kontakte mit Möven-pick geknüpft. Die grösste Aufgabe in seinem Tätigkeitsfeld im ist die Be-treuung und das Coachen der 220 Mitunternehmer mit ihren 30 Nationen und dementsprechend verschiedenen Kulturen.

Klaus Baumgartner (34) hat das Management der Catering-Abteilung im Hotel Adlon am Brandenburger Tor in Berlin übernommen. Der Hotel-fachmann bringt Erfahrungen in hochkarätiger Gastronomie- und Restaurantorganisation mit. Eckpunkte seiner bisherigen Karriere waren etwa der Käfer-Party-Service oder das Restaurant Aubergine in München. DOS

GLOSSE

Musik

HANSPETER GSELL

s ist nicht alles Musik, was tönt. Und auch die alte Überlieferung, wonach Menschen, die fröhliche Lieder singen, gute Menschen sein sollen, hat dissonante Untertöne be-kommen. Der Schöpfer des weisen Spruchs meinte mit seinen Gutmenschen nämlich wirkliche Menschen, die mit wirklichen Instrumenten wirkliche Musik machen.



Er meinte damit sicher nicht diese zu Mensch gewordenen Seauenzer. digitalen Tastenbediener und atonalen Diskettenschieber. Was heute in so genannten Hotelbars, Dancings und Nightclubs die Hochtöner und Subwoofer verlässt, ist so steril wie das Yogurt auf dem Frühstücksbuffet, homogen wie eine Antifaltencreme und nichtssagend wie eine Verbandsmitteilung.

Es gibt genügend hervorragende Musiker, die auf richtigen Instrumen-ten richtige, emotionale und unpasteurisierte Musik machen können Lassen Sie sich nicht von eigennützigen Agenturen blutleere Programmiegen Agenturen blutteere Frogramme rer und virtuelle Tastendrücker an den Flügel setzen. So wie Sie mit viel persönlichem Aufwand Menus kom-ponieren, mit noch mehr Aufwand eine persönliche Note in ihr Unternehmen bringen, genauso sollten Sie die Noten Ihrer Musiker bewerten. Lassen Sie sich weder von Midi-Files über die Bartheke ziehen noch von Voice-Modulatoren einnebeln. Ihre Gäste haben Besseres verdient als den Einheitsbrei aus der Convenience-Abteilung der Musikindustrie.

Übrigens: Richtige Musiker erkennt man daran, dass sie manchmal einen falschen Ton erwischen. Denn nur wer wirklich arbeitet, kann auch wirklich Fehler machen.

* 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-jährlich Fr. 145.– Fr. 87.– ☐ 1-iährlich

¹/₂-jährlich Alle Preise inkl. MWSt.

Auslandpreise bitte anfragen.

Name: Vorname: Beruf/Position: Firma: Strasse/Nr. PLZ/Ort

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

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue Die Fachzeitung für Hotellerie, Gast

Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD) Chefredothon: Manetta Dedual (MU)-Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH). Hotellerie und Tourismus: Christine Kü Mireille Guggenbühler (MG), Toni Rütti (TRU), Sonja Stalder (SST), Dr. Karl Josef Verding (KIV).

Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM), Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfli (DST)

igen: Markus Marchel (Verkaufsleit rick Stalder

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

daktion: (Leserbriefe, People, usw.) . 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, Ail: https://doi.org/10.1001/j.j.

Für unverlangte Manuskripte und Sendunger wird jede Haftung abgelehnt.



SYMPOSIUM / Gérald Imfeld et Dominique Charpentier entourent le lauréat Marc-André Berclaz, PAGE 4



SOL MELIA / La chaîne espagnole, désormais présente à Lausanne, ouvrira quatre autres hôtels en Suisse d'ici 2004. PAGE 6



hotel+tourismus revue

SWISS CITIES / Le programme de marketing pour 2003 a été dévoilé ce mardi

Un guide en quatre langues

Les membres de l'association touris-tique Swiss Cities* se sont réunis ce mardi en assemblée générale à Berne. A cette occasion, Eddy Peter, président des Swiss Cities, et Catherine Touaibi responsable des Swiss Cities auprès de Suisse Tourisme, ont présenté le plan de marketing de l'année 2003. Si le budget annuel s'élèvera à nouveau à 600 000 francs, le «City Guide» ne sera pas seulement publié en allemand, en français et en anglais, comme cela avait été le cas jusqu'ici, mais sera éga-lement disponible en italien.

Au total, le «City Guide» sera publié à 785 000 exemplaires en 2003, soit un nombre trois fois plus important que par le passé, a souligné Jörg Krebs, res-ponsable du département «Marketing leisure» de Suisse Tourisme. Sur ces 785 000 exemplaires, 300 000 seront encartés dans les magazines alle-mands «Spiegel» et «Merian». La ver-sion allemande de l'édition 2003 sera disponible à partir du mois de mars, alors que les versions en français, en anglais et en italien seront publiées au mois d'avril.

LES RÉSERVATIONS PAR SDM ONT ÉTÉ «SATISFAISANTES»

Au niveau du bilan 2002, les réservations effectuées par le biais de Swit-zerland Destination Management (SDM), le partenaire commercial de Suisse Tourisme, ont été qualifiées de «satisfaisantes» par Catherine Touaibi. Au 18 octobre, le nombre total de réservations s'élevait à 180 avec, au trois premières places, les villes de Lucerne, de Neuchâtel et de Zurich qui ont respectivement reçu 26, 18 et 14 réser-vations par le biais de SDM. Les Swiss Cities arrivent ainsi à la première place des produits proposés par SDM, juste devant le «wellness».

A ceux qui lui ont fait remarquer que le nombre de réservations effec-tuées par le biais de Swiss Cities n'était pas très élevé, Catherine Touaibi a ré-pondu que beaucoup de touristes visitaient les Swiss Cities sans y passer la nuit. Les offres qui figurent dans le «City Guide» et qui peuvent être réservées par le biais de SDM comportent en ef-fet toutes une nuit d'hôtel. LM

* Appenzell, Baden, Bâle, Bellinzone, Berne, Bienne, Brigue, Coire, Fribourg, Genève, La Chaux-de-Fonds, Lausanne, Locarno, Lucer-ne, Lugano, Montreux-Vevey, Neuchâtel, Saint-Gall, Schaffhouse, Sierre, Sion, Soleure, Thoune, Vaduz, Winterthour, Zoug et Zurich.

MÉLI-MÉLO

Nuitées hôtelières: 4% de baisse en septembre. L'hôtellerie suisse a enregistré durant le mois de septembre 3,01 millions de nuitées, ce qui représente une baisse de 4% par rapport à l'année précédente, a indiqué mardi l'Office fédéral de la statistique. Si la de-mande indigène s'est accrue de 1,2% à 1,43 million de nuitées, la demande étrangère a reculé de 8,2% à 1,58 million de nuitées. On a constaté une diminution de 12% (-73 000 nuitées) de la de mande allemande et de 9% (–16 000) de la demande anglaise. Ces reculs s'expliquent par une conjoncture économique incertaine, un franc suisse fort et par des conditions météo peu favorables. MH MILESTONE 2002 / Le Prix du tourisme suisse, remis mardi, connaît un succès croissant. Quelque 400 personnes ont assisté à l'événement qui a notamment honoré le Riders Palace à Laax (GR). MIROSLAW HALABA

Un succès qui ne se dément pas

Attribué pour la première fois en 2000, le Prix du tourisme suisse «Milestone» connaît un succès croissant. C'est, en effet, en présence de quelque quatre cents représentants des milieux touristiques, économiques et politiques, soit une centai-ne de plus qu'en 2001, que s'est déroulée mardi soir, dans les salons du Bellevue Palace à Berne, la remise du prix pour l'année 2002. Le Prix du tourisme suisse, qui est parrainé, rappe-lons-le, par notre hebdomadaire, le Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) et la Fédération suisse du tourisme (FST), a également connu un intérêt accru par les prestataires touris-tiques, puisque ce ne sont pas moins de septante-cinq projets, contre soixante l'an dernier et septante en 2000, qui ont été soumis à l'appréciation du jury. C'est dire aussi que le tourisme suisse a compris la valeur de l'innovation pour son futur.

UN HÔTEL QUI SORT DE L'ORDINAIRE

Alors que l'édition 2001 avait été particulièrement favorable à la Suisse romande, avec un premier prix attribué à Valais Excellence et un deuxième remis aux initiateurs de Watch Valley, l'édition 2002 a mis en évidence l'innovation des prestataires aléma-niques. Le jury, formé des représentants des partenaires du prix, soit Peter Kühler (hotel + tourismus revue), Peter Keller (Seco) et Gottfried Künzi (FST). a porté son premier choix sur le Riders Palace à qui il a remis le «Milestone 2002». Construit à l'initiative princi-palement de Reto Gurtner, président du groupe grison Weisse Arena, et inauguré en décembre 2001, cet hôtel de 70 chambres et de 312 lits incarne, estime le jury, «le style de vie d'une génération jeune et urbaine où le multimédia joue un rôle capital».

Son design, son équipement et son offre font de lui un établissement particulièrement novateur dans le paysa-ge hôtelier helvétique. Ainsi, notamment, l'offre d'hébergement va des chambres à plusieurs lits, bon marché, à des suites spacieuses. Le bar, ouvert 24 heures sur 24, sert de réception. L'hôtel est conçu selon les normes minimales en matière d'énergie (Minenergie). D'autre part, en renonçant à

Les lauréats 2002

L'édition 2002 du Prix du tourisme suisse a permis d'honorer mardi soir à Berne les personnes et les projets sui-

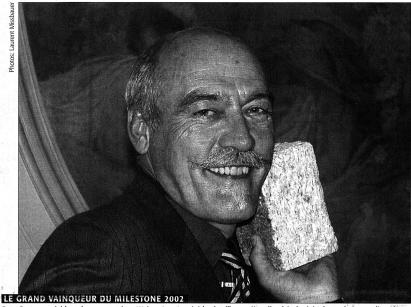
1er prix - Prix Milestone 2002, d'une valeur de 10 000 francs, récompensant un «projet remarquable»: **Riders Palace, à Laax (GR). 2e prix**, d'une valeur de 5000 francs,

récompensant aussi un «projet remar-quable»: Luzern Culture Partner. Prix spécial, d'une valeur de 3000 francs: projet «kleine und feine Orte für grosse Ferien» de Grisons Vacances.

Prix de la relève, représentant un bon de formation d'une valeur de 10 000

francs: Bernard Germanier, Berne. Prix honorant «l'œuvre d'une vie»: Emanuel et Rosmarie Berger, Grand Hotel et Spa Victoria-Jungfrau, Inter-

Les précédents lauréats du Prix Milestone sont: Switzerland Destination Management (2000) et Valais Excellence (2001).



Reto Gurtner, président du groupe grison Weisse Arena, a été la cheville ouvrière d'un hôtel original pour la jeune clientèle urbaine: le Riders Palace à Laax.

certains services couramment offerts dans d'autres établissements, les gestionnaires du Riders Palace permettent à leurs hôtes de bénéficier de prix «intéressants» tout en s'assurant une marge brute d'autofinancement suffi-

Par cette distinction, le jury a également voulu rendre hommage à Reto Gurtner. Un professionnel du tourisme qui s'est en effet distingué a plusieurs reprises par son esprit de pion-nier. Il a notamment encouragé la mise en réseau de différents prestataires de services et il a été le promo-teur de la fusion de trois offices du tou-

UN INSTRUMENT POUR LA **CULTURE DE LUCERNE**

Le deuxième prix du conçours a été Le deuxieme prix du concours a éte remis à un organisme de marketing dont la vocation est la promotion de l'offre culturelle de la ville de Lucerne. Luzern Culture Partner (L.C.P.), repré-senté mardi par Lisa Schilling, compte une cinquantaine de membres provenant de tous les secteurs touristiques et culturels à qui il donne l'opportuni-té de travailler ensemble. Grâce à cet organisme, Lucerne présente un front commun, ce qui est notamment un avantage pour les petits prestataires qui trouvent par ce biais une plate-for-me inespérée. En mettant l'accent sur les atouts culturels, le L.C.P. devrait permettre à Lucerne d'être moins dépendante du tourisme de groupe et de jouer la carte du tourisme de congrès, a estimé le jury.

Un prix spécial a, par ailleurs, été décerné, à l'occasion de l'Année inter-nationale de l'écotourisme et de l'Année internationale de la montagne, à un projet de Grisons Vacances qui propose un tourisme doux, intitulé «Kleine und feine Orte für grosse Ferien». Ce projet permet à des sites touristiques situés dans des vallées reculées des Grisons de faire mieux connaître leur offre. Il encourage le partenariat et

crée des synergies locales. Les projets primés ont été choisis par le jury par-mi une liste de quinze nominés parmi lesquels figuraient deux projets déve-loppés en Suisse romande: le système d'information et de réservation mis sur pied par l'Office du tourisme du canton de Vaud et les wagons-lits «Expo.sleeper» à Neuchâtel.

COUPLE D'HÔTELIERS BERNOIS HONORÉ

Le prix honorant «l'œuvre d'une vie», quant à lui, a été attribué à un couple d'hôteliers bernois: Emanuel et Rosmarie Berger. Durant trente ans d'activité au Grand Hôtel Victoria-

Jungfrau à Interlaken, ce couple a réalisé un triple accord «parfait», a estimé le jury, à savoir: «un produit extraordinaire», un «service de qualité» et une «maison de renommée mondiale». Emanuel Berger, a encore dit le jury, possède «les vertus cardinales de l'hôtelier»: esprit d'entreprise, sens de la gestion, clairvoyance, authenticité, ca-pacité de s'investir pour les hôtes et le personnel et un sens «aigu et raffiné» de la culture et de la qualité.

Enfin, on relèvera que la manifestation a été animée par un exposé du directeur artistique d'Expo.02, Martin Heller, placé sous le thème «La Suisse après l'Expo.02: enchantée, désenchantée ou indifférente?».

Le Prix de la relève à Bernard Germanier

Dans le cadre du Milestone 2002, le Prix de la relève a été décerné à Ber-nard Germanier. Originaire de Genève, Vétroz et Conthey, Bernard Ger-manier succède ainsi à Fabrina Rey, secrétaire de direction de Crans-Montana Tourisme, et à Ladina Giovanoli, de Suisse Tourisme, qui avaient res-pectivement remporté le Prix de la re-lève en 2000 et en 2001.

Aaé de 28 ans, Bernard Germanier a accompli toute sa scolarité à Zu-rich. Après avoir obtenu un diplôme de gestionnaire en tourisme ES. il a travaillé dans différentes agences de voyages. Il y a deux ans, il a été nommé directeur du produit de Jugi Tours à Berne. Il y a lancé la marque Bye-bye et a doublé le chiffre d'affaires de l'entreprise. Ensuite, il a associé Kuoni comme actionnaire de la société Jugi Tours et a délocalisé le secteur de

Depuis juillet 2002, Bernard Ger-manier est également directeur de la Fondation cartes jeunes suisses, de Jugi Tours SA et Cartes jeunes suisses SA. Celle-ci, connue sous le label Euro<26 compte 250 000 membres. On



Bernard Germanier, félicité par Christian Rey, président de la SSH.

relèvera enfin que Bernard Germanier est membre de la direction de l'European Youth Card Association qui compte quelque 3,5 millions de membres dans 33 pays.

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NO 44 / 31 OCTOBRE 2002

TRANS SWISS TRAIL /

Un guide en allemand est consacré au parcours

La Suisse à la marche

guide - en allemand uniquement onsacré au premier itinéraire touristique de grande randonnée en Suisse. entièrement aménagé et signalisé. De Porrentruy à Chiasso en passant par la région de l'Expo.02, ce parcours pédestre se déroule sur pas moins de 400 kilomètres

Ecrit par Ruedi Jaisli et André Villi-ger et illustré par Christof Sonderegger, en collaboration avec la Fédération suisse du tourisme pédestre, cet ouvrage de 152 pages comprend de nom-breuses cartes en couleur des itinéraires, avec les profils et les dénivellations. Edité par Werd Verlag, à Zurich, ce guide est vendu au prix de 39,90

DÉCOUVRIR LA RÉGION DES TROIS-LACS À PIED

«A l'aide d'extraits de cartes et avec beaucoup d'informations complé-mentaires, ce livre permet de découvrir la très grande diversité des pay sages et des régions de Suisse. Une intéressante proposition pour atteindre à pied la région des Trois-Lacs et, par conséquent, d'Expo.02», peut-on no-tamment lire sur le site Internet de Hu-man Powered Mobility (HPM).

L'itinéraire emprunte des sentiers pédestres existants. C'est que, comme le précise Suisse Tourisme, «la Suisse est un pays de la marche. Le réseau de chemins pédestres v est l'un des plus denses, des plus longs, des plus variés et surtout des mieux signalisés du monde.» Saviez-vous ainsi que notre pays possède au total 68 000 kilomètres de chemins balisés? C'est une

fois et demi le tour du monde. Le parcours du Trans Swiss Trail est ialonné par de nombreux hôtels et il est possible d'organiser un service quotidien de transport des bagages entre les différentes étapes intermé-diaires. Il existe en outre de nombreux points de jonction avec les transports

LES PORTES DU SOLEIL / Hors-piste, freestyle, randonnée: cet hiver, le domaine skiable franco-suisse lance de nouveaux produits. Objectif: garantir le grand frisson. En toute sécurité. JEAN-JACQUES ETHENOZ

Favoriser le ski hors-piste «organisé» pour limiter les risques d'accident

A défaut de pouvoir empêcher le ski sauvage et le hors-piste, contrôlons-le! C'est un peu la démarche qu'ont entreprise, l'an dernier, les responsables des pistes du vaste domaine francosuisse des Portes du Soleil (650 km de pistes skiables)

DES PARCOURS NON DAMÉS MAIS BALISÉS

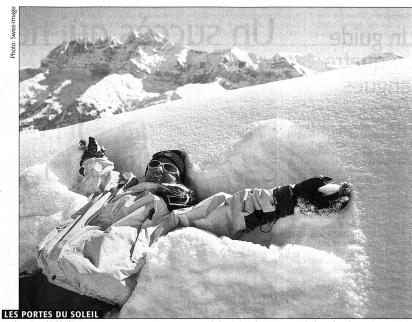
«L'idée, précise Nathalie Philibert, attachée de presse du domaine transfrontalier, a été de proposer aux skieurs et aux snowboardeurs, toujours à la recherche de sensations nouvelles et d'itinéraires plus sauvages, des espaces non damés, mais balisés et sécurisés.» Ce sont les parcours de «snowcross», il y en aura trois au cours de la saison à venir dans un secteur compris entre Les Crosets et Avoriaz.

Oui dit hors-piste, dit cependant également danger potentiel, en fonc-tion des conditions météorologiques. C'est un système de panneautage qui autorisera, ou interdira, l'accès des sites choisis qui, pour autant que l'accès en soit autorisé, seront placés sous le même régime de sécurité et de sauvetage que les autres pistes normale-

NOUVEL ÉLAN POUR LES SNOWPARKS

Autre nouveauté proposée par les Portes du Soleil, un nouvel élan est donné aux divers snowparks: création de nouvelles pistes, aménagement et développement des anciennes – Avoriaz, il faut le rappeler, fut dès 1993 la première station des Alpes francosuisses à proposer ce genre d'installation.

C'est également dans le domaine de la randonnée que les Portes du So-



Le domaine skiable franco-suisse veut permettre aux amateurs de hors-piste de continuer à s'éclater dans la poudreuse. Mais

leil innovent, avec le lancement d'un raid pas comme les autres: la Cavale des contrebandiers. Il s'agit d'une semaine d'évasion transfrontalière, une course itinérante de cinq jours sur le principe du rallye.

Un concept original qui attire déià des équipes de sportifs en quête d'authenticité - les inscriptions viennent notamment de Suisse Mais un concept réservé aux sportifs de très bon niveau qui auront à débourser 1500 euros pour y participer, toutes prestations comprises (hébergement, renas, matériel et encadrement). Enfin, les non-skieurs ne seront pas ou

bliés. Entre balade en raquettes ou en traîneaux, mais aussi parcours «de chasse» au tir à l'arc sur piste aménagée ou, pour les plus audacieux, plongée sous la glace dans un lac de mon-tagne, tout le monde devrait trouver son content d'émotions. Toujours sous

ANNONCES

VENDESI RISTORANTE

Causa anzianità, a prezzo molto interessante, situato su strada cantonale del Montecener Posti interni 150, con grande posteggio e una grande terrazza. Con appartamento 31/2 locali. Il ristorante si può trasformare in locale notturno, oppure piano bar. Interessati tel. 091 858 12 07 Lanuti Germinio, Ristorante Belve Strada Monteceneri, 6599 Robasa

TROISTORRENTS

Café-Bar Le Postillon

024 477 22 91 - 024 477 48 23

A vendre

Horloges à timbrer

Dès Fr. 598.-Exécution à calculs dès Fr. 790.-Système badge dès Fr. 1800.- TVA excl. Jäggi + Co., Inst. d'horloges
Lyss: 032 384 50 51
www.jaeggi-co.ch

Vitrines à pâtisserie Buffets à salades

Buffets réfrigérés petits déjeuners

Mesure standard

FRIGONORM

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

htr

Tout sur Internet et les bénéfices nets.

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

BELVOIRPARK / Le Pays de Fribourg invité

La bénichon à Zurich

Décidément, la bénichon et en particulier ses produits authentiques et ses mets typiques font saliver de plus en plus d'ama-teurs à l'extérieur du Pays de Fribourg. Ainsi, du 19 octobre au 2 novembre, c'est le restaurant Belvoirpark, à l'Ecole hôtelière de Zurich, qui en fait le thème de sa quinzaine gastro-

nomique. Cette initiative bénéficie de la collaboration de l'Association pour la promotion des pro-

duits du Pays de Fribourg qui met sur pied des soirées avec le fameux menu de bénichon, des dégustations de fromages et de vins et une soirée fondue. Si tous les restaurants fribour-geois servent des mets de bénichon, en fonction des dates de cette fête dans chaque localité, l'originalité des ingrédients et des recettes favorise leur «ex-portation» en dehors du canton. A quand donc une AOC du menu de bénichon?

TERRITET / Vocation hôtelière en partie retrouvée

Le Bristol se réorganise

A l'occasion de deux journées portes ouvertes, les 26 et 27 octobre derniers, la direction de l'Hôtel-Résidence Bristol, à Territet/Montreux, a présenté une nouvelle organisation de l'éta-blissement. Renouant avec une vocation hôtelière plus visible. l'établissement a ainsi concen-tré ses activités d'hébergement (une dizaine de chambres) sur un étage, alors qu'elles étaient auparavant disséminées dans tout le bâtiment.

La direction a par ailleurs annoncé que, dès le début de l'an prochain, un second étage (chambres et suites) serait également transformé dans ce sens, la capacité hôtelière pas-sant alors à 66 lits. «La partie hôtelière (quatre étoiles) ne de-vrait cependant pas prendre le pas sur la vocation de résidence du Bristol», a précisé la direc-tion, qui tient à maintenir «un certain équilibre» entre les deux LAUSANNE / L'AEHL sera à Gastronomia

Les Anciens au salon

A l'instigation de Stéphane De-praz, responsable Expositions Beaulieu, et de Mike Shariff, di-recteur de l'Association An-ciens Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL), cette dernière sera présente au salon Gastronomia du 2 au 6 novembre. Les stamms de Suisse y organise ront en particulier un «networking get together» (cocktail-ré-ception) pour tous les Anciens, les stagiaires, le personnel et les membres de l'EHL, à Beaulieu,

le lundi 4 novembre 2002, dès

L'AEHL et Beaulieu-Lau-sanne offriront des billets d'entrée à Gastronomia pour cette date; ils ont d'ores et déjà été envoyés à tous les Anciens qui habitent en Suisse. Et ils sont encore disponibles auprès du secrétariat de l'association, à l'école hôtelière. Par ailleurs, la revue Ehlan a fait un appel à tous les Anciens dans le

GENÈVE / Le groupe Manotel a consacré plus de 18 millions pour rénover cet établissement

L'Hôtel Epsom remis à neuf

Le groupe genevois Manotel a inauguré, la semaine dernière, le nouvel Hô-tel Epsom. Onze mois de travaux ont été nécessaires à la refonte complète de l'établissement ainsi que 18,5 millions de francs. Avec cette inauguration, le groupe termine ainsi la pre-mière phase de son programme de rénovation, deux autres hôtels ayant déjà été rafraîchis, l'Edelweiss et le Royal.

DÉJÀ 36 MILLLIONS DE FRANCS ENGAGÉS

La deuxième étape de ce program-e – 50 millions de francs au total, dont 36 déjà engagés – verra la ré-novation de l'Hôtel Auteuil (6,5 millions de francs) et du Chantilly (5.5 millions) dès mi-novembre avant que, en novembre 2003, l'Ascot ne soit lui aussi réhabilité (2,5 millions seront affectés à la rénovation de ses 48

Contrairement à l'Epsom, dont la direction est assumée depuis neuf ans par Chistophe Zen-Ruffinen, ces trois derniers établissements seront totale-ment fermés le temps des travaux. Ainsi, fin 2003, l'offre globale du groupe des Pâquis sera de 526 chambres dans les catégories trois et quatre étoiles soit 10% du parc hôtelier genevois des deux catégories concernées.

CHIFFRE D'AFFAIRES À AUGMENTER

Objectif du groupe à terme: «une augmentation du chiffre d'affaires de 25%, à hauteur de 35 millions de francs», selon le directeur Paul E. Muller, qui précise également que les ré-sultats obtenus au terme de la première phase d'investissements sont supérieurs aux projections (prix moyen et

taux d'occupation) de 5 à 10%. Manotel a par ailleurs mis en place une politique axée sur quatre points: le repositionnement des établisse-ments (un objectif déjà atteint), une communication et un marketing ciblés sur la clientèle d'affaires, la mise en place d'un plan de formation continue qui offrira motivation et possibili-tés d'évolution aux collaborateurs et, enfin, un partenariat avec le groupe Bernard Loiseau qui fera bénéficier les trois restaurants du groupe de son savoir-faire et de son esprit par le biais de stages de formation à Paris ou à Seaulieu, où se trouve le premier restaurant du chef, et par le biais égale-ment de coaching.

EXTENSION SUR LE MARCHÉ SUISSE

Enfin, président du groupe familial genevois, Omar Danial a également dé-claré qu'une fois le repositionnement et le programme de rénovation actuel achevé, Manotel pourrait envisager une extension sur le marché suisse, toujours dans le même segment des hôtels urbains. «Nous restons à l'écou-te des opportunités qui pourraient se présenter», a-t-il précisé

GASTRONOMIA / Du 2 au 6 novembre, à Lausanne, la Fondation Nestlé «Pro Gastronomia» remettra ses «Sésames» de l'accueil. Mais ce n'est de loin pas sa seule activité. JEAN-JACQUES ETHENOZ

Une fondation dont l'un des soucis est la promotion de la formation

Prise en charge de la formation en Suisse, envoi de professeurs euro-péens agréés dans les pays en voie de développement (particulièr-rement en Amérique du Sud), pro-grammes de formation, collabora-tions diverses, création de supports de formation adaptés, c'est un tra-vail discret, mais ô combien utile, qu'effectue depuis 1991 la Fondation Nestlé «Pro Gastronomia». Créée

Gastronomia

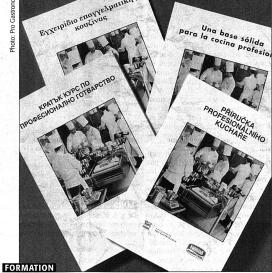
par dotation de la multinationale à l'occasion de son 125e anniver-saire, elle souhaite répondre aux multiples défis que pose le développe-ment touristique international. Sa spécialité: la promotion de la formation des formateurs (Teach the teachers).

TRÈS ENGAGÉE DANS L'ÉDITION

Depuis quelques années, c'est surtout dans l'édition qu'elle s'est beaucoup investie. Ce fut d'abord, en 1996, la conception et la promotion du programme «Accueil sans barrière», une vidéo traitant de l'accueil des handicapés dans le domaine de l'hôtellerie. Un véritable succès qui se poursuit aujourd'hui encore pour cette méthode de sensibilisation toujours unique.

jours unique.

Ce fut ensuite la création du programme «Safe Food – everyone's responsability», un programme destiné à promouvoir l'hygiène et la sécurité dans la préparation en cuisine. Une approche didactique exsine. One approche unactuque ex-trêmement simple, idéale pour les pays où les moyens de formation sont faibles, qui s'articule autour de deux questions fondamentales:



Le manuel intitulé «A solid base for chefs» a été traduit en neuf langues par la Fondation Nestlé «Pro Gastronomia»

«pourquoi la nourriture doit être saine?» et «comment la préparer sainement?».

EN ANGLAIS ET EN ARABE

Créé dans un premier temps en anglais, le «kit» de formation a égaanglais, le «sio» de formatoir à ega-lement été publié en arabe. «Le lan-cement de ce kit est certainement notre principal sujet de satisfac-tion», dit Otmar Sorgenfrei, directeur de la fondation. Pas à cause de la demande mais bien plutôt pour les appréciations. «Il fallait changer l'approche formatrice», poursuit-il. En effet, si les programmes du genre existent depuis de nombreuses an-nées, «Safe Food» se veut lui orienté «commun praticant». Bref, nul besoin de notions en bactériologie ou microbiologie pour le suivre et le comprendre. Juste l'observation, pour

une bonne compréhension.

Autre activité essentielle de Pro Gastronomia, elle soutient de manière très active d'autres initiatives. Elle a notamment participé à la création du CD-Rom «Service Excellence», à un «pack» de sensibilisation sur le respect de l'environnement publié par l'IH&RA et le programme environne-mental des Nations Unies et à la traduction, en neuf langues, d'un ma-nuel d'abord destiné aux cuisiniers suisses et intitulé «A solid base for

ACTIVE AUSSI EN AMÉRIQUE DU SUD

Voilà pour la partie la plus spec-taculaire du travail de la fondation. Il ne s'arrête pas là pour autant. Sou-tien_ de programmes de formation en Ethiopie et surtout en Amérique du Sud (au Chili et au Pérou, en col-laboration avec la Fondation Lim-matt ou avec la Fondation pour la vocation hôtelière), sans se vouloir mmiprésente, Pro Gatronomia veut être utile. Comme en Europe de l'Est. «Là, souligne Otmar Sorgenfrei, ce ne sont pas tant les compéten-ces, ni les connaissances, qui man-quent. Mais bien les moyens. Or, aujourd'hui, il n'est plus concevable de fournir un enseignement de base avec du matériel que n'aurait pas renié ce bon docteur Oetker dans les années 30.»

Une façon de porter mieux et plus loin le nom de la multinatio-nale veveysanne? «En a-t-elle vraiment besoin?» rétorque Otmar Sor-genfrei, qui sait particulièrement de quoi il retourne puisque, pour elle, il fut longtemps en poste à travers le

TRANSMETTRE **UNE TRADITION**

«Notre volonté est bien plutôt, terminera-t-il, que des connaissances, en l'occurrence celles d'une tradition européenne, soient transmises. Plus loin, au bénéfice et à la compréhen-sion de tous.»



L'Ecole hôtelière de Lausanne se présentera à Gastronomia

Le 6 novembre prochain, dans le cadre du salon Gastronomia, à Beaulieu, trois groupes d'étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) se verront remettre un prix pour leur «Projet d'étudiants en entreprise» appelé aussi, en anglais, «Student business project» (SBP). L'EHL tiendra également un stand pendant toute la durée de Gastronomia pour présenter à l'industrie son institut EHLITE – dont les SBP font

L'application en milieu profession nel des bases théoriques acquises pendant le cursus académique fait partie depuis toujours de la philosophie de l'école. Les SBP, qui permettent aux futurs diplômés du programme HES «Hautes études en hôtellerie et profes-sions de l'accueil» de se familiariser avec la réalité du marché du travail, en sont une illustration.

Lors de leur dernier semestre, les étudiants qui ont choisi le programme HES sont mandatés par une entreprise active dans l'industrie de l'accueil pour une mission de conseil sous l'égide de professeurs de l'EHL. Ils ont dix se-maines (à raison de vingt heures par semaine et par étudiant) pour présen-ter les résultats de leur réflexion. Ce semestre (automne 2002), 29 groupes d'étudiants ont été mandatés par des

Les SBP s'inscrivent dans le cadre des activités d'FHLITE un nouvel institut proposant des services spécialisés dans le management de la créativité et de l'innovation pour l'industrie de l'ac-cueil. Cet institut a pour objectif de devenir une plateforme entre les fournis-seurs de technologie et les utilisateurs, cela en créant, développant, testant et implantant de nouvelles façons de tra-

L'organisation d'EHLITE est basée L'organisation d'EHLIIE est basée sur le processus de développement d'un nouveau produit selon quatre phases: la création, le développement, les tests et l'implantation de nouveaux

TOURISME

HOTEL+TOURISMUS REVUE • NO 44 / 31 OCTOBRE 2002

VALAIS / Un prix pour récompenser la qualité dans le domaine touristique

Quand le tourisme est au sommet

«Le tourime suisse a de l'avenir mais cela exigera des efforts toujours plus importants.» Pour le conseiller fédéral Pascal Couchepin, le Prix tou-risme et qualité Sommet 2002 s'inscrit bien dans cette straté-gie. Aussi, le ministre de l'Economie n'a-t-il pas hésité à ap-porter son soutien à la distinction touristique décernée chaque année en Valais. Une initiative qui, selon «contribue à renouveler le tourisme valaisan qui aurait tort

de se reposer sur ses lauriers». Six candidats sont en lice pour décrocher le Sommet 2002: Valplantes (l'agriculture de montage revue et corrigée), la descente de l'Allalin (ski po-pulaire), le Rallye du Valais, le festival d'Ernen dédié à la mu-sique de chambre, le Festival BD de Sierre et le tournoi de football de Monthey.

Le prix sera décerné le 14

novembre à 19 h30, à la salle po-

lyvalente de Conthey, en présence de l'ancien conseiller fé-déral Adolf Ogi qui s'exprimera sur «l'Année de la montagne» Les critères d'appréciation sont «la qualité de l'accueil et le professionnalisme, la contribution au renom du Valais et la philosophie de l'entreprise». Le Prix tourisme et qualité valaisan avait été remporté, l'an passé, par l'Open Air Gampel qui succédait à l'Aquaparc du Bouve-

MARTIGNY / 4e «Prix de la créativité» du Symposium international du tourisme

Un prix pour un projet à venir

Organisé dans le cadre du 5e Symposium international du tourisme qui s'est déroulé la semaine dernière à Martigny, le 4e «Prix de la créativité touristique» a été décerné à la Haute école valaisanne, plus précisément à son directeur . Marc-André Berclaz.

La remise de cette distinction a eu lieu à la Fondation Gianadda en présence de Tho-mas Burgener, le président du Gouvernement valaisan, de

François Gianadda, le fils de Léonard Gianadda, de Bernard Bruttin, directeur du Crédit Suisse Valais et parrain du prix, ainsi que de Gérald Imfeld et de Dominique Charpentier, respectivement fondateur et président du Symposium.

Comme les dossiers présen-tés au jury ont été jugés insatisfaisants, le prix a été décerné à la Haute école valaisanne afin que celle-ci mette sur pied en 2003 une journée de la créativi-

té. Le quotidien «Le Nouvelliste», qui assure avec l'«Agefi» le patronage médiatique du Symposium, a relevé qu'«aucun des trois précédents lauréats du Prix de la créativité touristique n'avait connu un développement exceptionnel».

«Le deuxième lauréat, un projet de création de société d'investissement en capital risque dans les entreprises touristiques, n'a pas abouti», a ajouté «Le Nouvelliste».

COMMENTAIRE

Une pléthore de prix?

LAURENT MISSBAUER

e Symposium international du tou-Lrisme qui s'est déroulé la semaine dernière à Martigny a également servi de cadre à la remise du 4e «Prix de la



créativité touristique» parrainé par le Crédit Suisse. Comme les dossiers présentés ont été jugés insatisfaisants, le nrix a été remis cette année à la Haute école valaisanne afin qu'elle mette sur pied en 2003 une «Journée de la créativité dans l'industrie du tourisme». Soit. On peut toutefois se demander s'il n'y a pas aujourd'hui une pléthore de prix. En effet, le quoti-dien valaisan «Le Nouvelliste» organise, avec le parrainage de l'UBS, le «Prix tourisme et qualité sommet 2002» (lire ci-dessus) et notre hebdomadaire met sur pied, avec le concours de la Fédération suisse du tourisme et du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), le Milestone, le Prix du tourisme suisse. Poser la question, c'est déjà y répondre même si les deux premiers prix touristiques évoqués ne concernent que le Valais, alors que le Milestone englobe toute la Suisse.

MARTIGNY / Le 5e Symposium international du tourisme a évoqué plusieurs pistes pour développer «Le tourisme d'été dans les Alpes». Les atouts sont là, encore faut-il les faire connaître. LAURENT MISSBAUER

Mieux communiquer les atouts

Comment développer le tourisme esti-val dans les Alpes? À cette question, qui a été le thème central du 5e Symposium international du tourisme, mis sur pied la semaine dernière à Martigny, Eveline Mathelet, directrice du service d'études du cabinet New Deal à Grenoble, a répondu qu'il était pri-mordial de tenir compte de l'évolution du comportement des clients. Ceux-ci, selon une étude française, veulent au-jourd'hui des séjours plus courts qu'autrefois. «Or, nous ne sommes souvent pas capables en montagne de proposer de courts séjours de quatre et trois nuits», déplore Eveline Mathelet.

Selon elle, un autre changement comportemental important est la volonté de se ressourcer, de se reposer et. par conséquent, de ne pas pratiquer des activités trop fatigantes. «L'image des randonnées en montagne qui com-mencent à 7 heures du matin et qui sont réservées aux gros mollets n'est pas particulièrement séduisante pour les jeunes et pour les familles avec enfants», a ajouté Eveline Mathelet qui a encouragé les responsables des offices du tourisme à communiquer sur l'image de vacances à la montagne synonymes de repos, de calme et de beauté, mais également sur une image qui tienne compte des aspirations des différents segments de clientèle: familles, adolescents, jeunes seniors, seniors...

Sur le plan du calme et du repos, mais aussi sur le plan d'une montagne facile et accessible à tout un chacun,



De g. à dr.: Bernard Bruttin (Crédit Suisse), Gérald Imfeld, fondateur du Symposium, Marc-André Berclaz, lauréat du 4e «Prix de la créativité touristique», Dominique Charpentier, président du Symposium, Thomas Burgener, président du Gouvernement valaisan, et François Gianadda (Fondation Gianadda).

force est de relever que le canton du Valais, avec ses randonnées sur les bisses qui sont la plupart du temps à plat, possède de solides atouts. «Le

client a cependant besoin qu'on l'aide, qu'on lui propose des suggestions. Pour cela, il est indispensable de mieux communiquer. Il faut ainsi informer précisément les clients et pourquoi pas leur faciliter la tâche en leur proposant des excursions où ils n'ont pas besoin de sortir constamment leur porte-monnaie comme cela est malheureusement encore souvent le cas en montagne», a insisté Eveline Ma-

Pourquoi en effet proposer uniquement des randonnées en montagne de plusieurs heures où le tou-riste doit se lever tôt alors même qu'il est en vacances? Pourquoi ne pas lui commercialiser des randonnées de soixante minutes où le prix comprendrait, par exemple, la montée en télé-phérique et un repas de spécialités du terroir dans un restaurant de montagne? Selon l'étude présentée la se-maine dernière à Martigny par Eveline Mathelet, les vacances d'été à la montagne doivent encore trop souvent composer avec une image chère, fati-gante et trop compliquée. Il y a là cer-tainement un intéressant défi à relever pour les publicitaires. Ces derniers, avec une campagne à bon escient, pourraient aisément tordre le cou à chacune de ces allégations qui, si elles ne sont pas entièrement fallacieuses, ne reflètent qu'imparfaitement la réa-

UN FORT POTENTIEL À EXPLOITER

L'étude présentée par Eveline Ma thelet laisse en tout cas entendre qu'il y a encore un fort potentiel à exploiter au niveau du tourisme d'été à la montagne. Sur les 40% des personnes qui ont été interrogées dans le cadre de l'étude précédemment évoquée et qui ont déclaré être intéressées par des vacances d'été à la montagne, 18% ne fréquentaient pas la montagne. Et sur les 60% qui ne sont pas attirés par la montagne, il y a aussi un potentiel intéressant à exploiter. En effet, 11% fréquentent la montagne sans pour autant être attirés par elle. Ces onze pour cent, composés pour la plupart d'accompagnants, par exemple des enfants ou des adolescents en vacances avec leurs parents, peuvent quand même être intéressés à la montagne si les profession-nels du tourisme arrivent à répondre à leur demande. Cela leur évitera par ailleurs de colporter, de bouche à oreille, une mauvaise publicité sur les

vacances estivales à la montagne.

Thomas Burgener, le président du Gouvernement valaisan invité à s'ex-primer à l'occasion de la remise du «Prix de la créativité touristique» mis sur pied dans le cadre du Symposium international du tourisme, l'a en tout cas reconnu explicitement: «Les desti-nations balnéaires avec leurs discothèques et les élections de Miss Playa sont certes susceptibles d'intéresse davantage les jeunes qu'un lever du soleil au sommet de la montagne ou une soirée fondue, je reste néanmoins convaincu que le Valais possède d'excellents atouts pour satisfaire égale-ment une clientèle jeune. Je pense noment une ciienteie jeune. Je pense no-tamment au VTT, au rafting et au ca-nyoning, mais également aux festivals de musique rock à Gampel et de mu-sique folk à Veysonnaz. Il est cepen-dant indispensable de bien communiquer tous ces atouts», a conclu Thomas Burgener.



HOTEL+TOURISMUS REVUE • NO 44 / 31 OCTOBRE 2002

PRIX DU TOURISME SUISSE / De nombreuses personnalités touristiques ont participé mardi soir, au Bellevue Palace de Berne, à la remise de ce qu'il convient d'appeler les «Oscars» du tourisme suisse. PHOTOS: LAURENT MISSBAUER

Une soirée dédiée à l'innovation touristique



Peter Kühler (hotel + tourismus revue), président du jury du Milestone.



Reto Gurtner, président du groupe Weisse Arena et initiateur du Riders Palace qui a remporté le 1er prix du Milestone 2002, a été félicité par le boucher-peintre Corpaato.



Martin Heller, orateur de la soirée, et Martina Villa,



Klaus Künzli, le nouveau président de Gastrosuisse, s'est notamment entretenu avec Christian Rey, le président de la Société suisse des hôteliers.



Marco Solari, ancien directeur de l'Office du tourisme du Tessin.



Le directeur de Valais Tourisme en conversation avec le directeur de l'OTV dont le



Anne Cheseaux, de la Société suisse de crédit hôtelier.



Gottfried Künzi, directeur de la FST, a remis le Milestone pour l'«œuvre d'une vie» à Rosmarie et Emanuel Berger du Victoria-Jungfrau à Interlaken.



De g. à dr.: Claude Petitpierre, président du SCIB qui a été un des quinze finalistes du Milestone, Peter Michel (Best Western) et Claudio Casanova (Hôtel Beaureg'Art).



De g. à dr.: Barbra Albrecht, directrice du SCIB, en compagnie d'Antoine et de Monique Chaumeron, de l'Hôtel Palafitte, un des 75 candidats au Milestone.



Alain Minder, directeur à Sion du Best Western Hôtel du Rhône.



Adrien Rothenbühler (à g.), coordinateur de Watch Valley, et Fabian Claivaz, directeur du marketing de Watch Valley, projet qui avait obtenu le 2e prix en 2001.

GENÈVE / Changement de nom et de logo pour le centre d'expositions

Le Palexpo nouveau vient d'arriver

«S'orienter 100% vers le client, qu'il soit visiteur, exposant, congressiste ou organisateur professionnel.» Tel est, selon son directeur Bruno Lurati, le nouvel objectif du Palais des expositions et des congrès de Ge-nève. Après plus de 20 ans de succès et diverses augmentations d'espace (sa surface aura quasiment doublé en 2003), Palexpo change d'identité. Modi-fiés, le nom – Geneva Palexpo – et le logo soulignent une «nouaxée vers le client». «Vingt ans, c'est la jeunesse et la maturité, mais c'est aussi de nombreux changements technologiques, économiques et sociaux: ne pas en tenir compte serait déjà vieillir», estime Christian Meyer, président de la fondation Orgexpo, qui exploite l'in-frastructure depuis sa création. Depuis le 21 octobre, Palexpo s'appelle donc Geneva Palexpo, «à la fois pour mieux identifier

et son berceau - Genève, la plus petite des grandes métropoles et pour se rapprocher de la collectivité locale». La publication d'une plaquette et le relookage du site Internet* sont les pre-miers signes tangibles de la nouvelle identité. Par la suite, la sous un même toit».

* www.geneva-palexpo.ch

EURO-GASTRO CHALLENGE / Les lauréats 2002 en visite à Gastronomia

L'édition 2003 se présente bien

au niveau européen entre des établissements de formation professionnelle.» Tel est, selon ses organisateurs, l'objectif de l'Euro-Gastro Challenge. La seconde édition du concours au-ra lieu les 10 et 11 mars 2003, au Centre professionnel du littoral neuchâtelois, à Neuchâtel. Le nombre des équipes en compétition est en hausse; il a été porté de cinq à huit. Chaque équipe est composée de trois apprentis de cuisine (1ère, 2e et 3e année), d'un apprenti som-melier et d'un apprenti boulanger-pâtissier. Quant au jury, il est formé de trois chefs recon-nus et actifs en matière de formation: Didier De Courten (Corin-sur-Sierre), Claude Frôté (Saint-Blaise) et Philippe Guignard (Orbe).

La première édition, organi-

sée en mars dernier, avait mis en concurrence cinq équipes d'apprentis des métiers de

bouche en provenance de France, d'Italie, du Luxem-bourg et de la Suisse qui ont proposé une cuisine qualifiée par le jury d'«inventive et raffi-née». Lauréate, la formation luxembourgeoise sera en visite, ce samedi, à Gastronomia où elle aura l'occasion de rencontrer les principaux acteurs du monde de la restauration. Cerise sur le gâteau: Philippe Ro-chat les recevra dans son restaurant de Crissier.

FRIBOURG / Attendu depuis cinq ans, un hôtel s'ouvrira près de Forum Fribourg

Un Hôtel Ibis pour 2004

Le groupe Accor, déjà titulaire de la li-cence du casino en construction à proximité de Forum Fribourg, ouvrira un Hôtel Ibis (2 étoiles européennes, niveau 3 étoiles suisses) de 82 chambres doubles climatisées au printemps 2004. «Il s'agira du treizième Ibis en Suisse, sur 650 dans le monde», a précisé Georges Schneider, directeur Hôtellerie économique d'Accor Suisse.

Les travaux de construction com-menceront au début 2003; le maître d'ouvrage est la société Agy Forum Hôtel SA, présidée par Marc Antiglio qui a souligné «le caractère complémentaire de cet hôtel par rapport au centre de congrès et de d'expositions», mais aussi «la diversification qu'il apportera à l'offre de l'hôtellerie de l'agglomération fribourgeoise». Le futur Ibis sera situé idéalement aux portes de la capi-tale, sur la route Fribourg-Morat, près de l'autoroute A12 et de la zone commerciale de la commune de Granges-Paccot. Toutes les chambres de l'établissement, aménagées sur cinq étages, seront dotées des équipements suivants: douche et wc. téléphone, TV. prise micro-informatique. L'accueil et les services y seront assurés 24 heures sur 24, tandis que le petit déjeuner se-



L'Hôtel Ibis de Fribourg pourrait même être agrandi en cas de succès.

ra proposé sous forme de buffet ou selon des formules «lève-tôt» et «lèvetard», de 4 heures à 12 heures. Tous les hôtels Ibis en Suisse, généralement implantés dans des villes de plus de 75 000 habitants, sont certifiés

LES JEUX SONT FAITS, GRÂCE AU CASINO

L'obtention d'une licence de casino B à Forum Fribourg, en lice avec six autres projets dans le canton, aura finalement décidé le groupe Accor – même si Accor Casinos et Accor Hôtels sont deux entités séparées – à accepter d'implanter un Ibis à Fribourg. L'inves-tissement prévu, de l'ordre de 10 millions de francs, sera pris en charge par la société Agy Forum Hôtel, à raison d'environ 8 millions, et par Accor, en tant qu'exploitant, à hauteur de 1,8 million. Indéniablement, cette arrivée à Fribourg d'un partenaire hôtelier de renommée internationale est très attendue. Le projet de l'architecte friattendue. Le projet de la lambourgeois Gilbert Longchamp prévoit d'ailleurs la possibilité d'une extension de 40 chambres... JS communication insistera en-core plus sur l'aspect: «Tout



De gauche à droite: Prudencio Vicente, directeur général de Sol Melia Suisse et directeur ad interim du Melia Carlton Boutique Hôtel de Lausanne, Josefa Barril, directrice des ventes et du marketing de Sol Melia Suisse, et Guillermo Faraldo, directeuradioint du Melia Carlton Boutique Hôtel.

SOL MELIA / Le Melia Carlton Boutique de Lausanne est le premier des cinq hôtels que la chaîne espagnole exploitera en Suisse d'ici 2004. LAURENT MISSBAUER

L'expansion de Sol Melia passera également par Genève et Zurich

La chaîne hôtelière Sol Melia, la plus importante d'Espagne et la troisième en Europe, a officiellement inauguré la semaine dernière son premier éta-blissement en Suisse: le Melia Carlton Boutique Hôtel de Lausanne. Plusieurs autres hôtels Sol Melia seront ouverts en Suisse d'ici 2004: trois à Genève et un à Zurich. La politique que la chaîne espagnole mène actuellement à travers le monde est en effet rement a travers le monde est en effet pour le moins expansionniste. Sol Melia, qui exploite aujourd'hui plus de 350 hôtels, compte en effet at-teindre en 2004 la barrière des 400 établisements. établissements.

Les quelque cinquante nouveaux hôtels que Sol Melia envisage d'exploi-ter d'ici un peu plus de deux ans ne seront pas nécessairement construits de toutes pièces. Certains seront achetés, d'autres feront l'objet de contrats de gestion ou de franchises. Pour le Melia Carlton Boutique Hôtel de Lausanne, il s'agit d'un contrat de gestion. Le pro-priétaire des murs – comme nous l'avions déjà relevé dans notre édition du 17 octobre – est en effet la société Nash Investment du financier égyptien Amr El Nasharty. Ce sera cette mê-me société que l'on retrouvera dans les deux hôtels que Sol Melia gèrera prochainement à Genève, à savoir le Tryp Hôtel de Berne et le Melia Rex Boutique Hôtel dont les ouvertures respec-tives sont prévues pour les mois de mars et de juillet de l'année prochaine.

Prudencio Vicente, directeur général de Sol Melia Suisse et directeur ad interim du Melia Carlton Boutique Hôtel de Lausanne, a en outre révélé la se-maine dernière l'existence d'un troisième projet genevois qui devrait voir le jour «en 2004». Enfin, un autre hôtel Sol Melia devrait ouvrir ses portes à Zurich, «d'ici la fin de l'année 2003», a ajouté Prudencio Vicente qui n'exclut pas d'autres projets d'expansion en Suisse. «Le but de la chaîne Sol Melia est d'être présente dans la plupart des capitales européennes», a-t-il notamment relevé.

UN INVESTISSEMENT **DE DIX MILLIONS**

On relèvera encore que l'arrivée de l'enseigne Sol Melia à l'Hôtel Carlton de Lausanne, construit en 1902, a nécessité des travaux de rénovation qui ont duré huit mois et qui ont nécessité un investissement d'environ dix millions de francs. Les 44 chambres de l'établissement lausannois sont désormais toutes équipées de l'air conditionné et de prises pour les modems.

Le restaurant de l'hôtel, «L'Ardoise», proposera des mets de brasserie y proposer des niets des la consistentes de l'asserte français et des spécialités espagnoles. Quant au «Nash Bar», un bar à «tapas» que Prudencio Vicente qualifie «d'unique en son genre à Lausanne», servira tortillas espagnoles, empanadas galiciennes, gaspachos et autres jambons de Serrano, de 11 heures du matin à minuit.

On relèvera enfin que l'équipe dirigeante de Sol Melia en Suisse compte, outre Prudencio Vicente, Josefa Barril en qualité de directrice du marketing et des ventes. Lausannoise de longue date, Josefa Barril travaillait jusqu'ici au département marketing de Lausan-

Les enseignes du groupe Sol Melia

Melia Hotels: de «grands hôtels urbains de luxe» qui comptent plus de 80 chambres.

80 chambres.

Melia Boutique Hotels: de «petits hô-tels urbains de luxe» qui comptent entre 40 et 80 chambres.

Tryp Hotels: des hôtels urbains «de grande classe» qui proposent des

salles de réunions et un équipement de «haute technologie». Sol Hotels: des complexes hôteliers

de «grande classe» situés dans des destinations de vacances. Paradisius Resorts: complexes hôte-

liers «luxueux» aui sont situés dans des régions «paradisiaques».

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Comment garder son personnel? Trouver du personnel pour la branche touristique ne semble pas être un pro-blème majeur. En revanche, garder ses collaborateurs s'avère être une ses condonateurs savere etre une tache plus ardue. Réunis la semaine dernière en séminaire à Meiringen (BE), les membres de l'Association suisse des directeurs du tourisme (ASDT) se sont penchés sur cette question. Plusieurs solutions ont ainsi été présentées. Quelques exemples ont été apportés: la rotation du per-sonnel dans les divers services de l'office, le travail à temps partiel et l'établissement des horaires par les collaborateurs eux-mêmes ou encore une révision de la politique salariale.

Le tourisme autrichien fait les yeux doux aux jeunes. L'Autriche souhaite attirer, à l'avenir, une clientèle plus jeune. Une récente étude démontre d'ailleurs que le potentiel auprès de ce public-cible – âgé entre 16 et 29 ans – est loin d'être épuisé. L'Office national autrichien du tourisme songe donc à faire des hôtels pour les jeunes un produit de qualité. Un congrès consacré au tourime des jeunes aura par ailleurs lieu en Autriche l'an prochain. L'ambition des responsables touristiques au-trichiens est de positionner leur pays comme «un pionnier pour un standard de qualité européen concernant ces hôtels». **Page 10**

L'art de préparer les desserts. Bien qu'ils sont de plus en plus préparés au moyen de produits semi-apprêtés, les desserts devraient rester une plate-forme de créativité des cuisines de restaurants. Ainsi, en l'absence de pâtissier, c'est au boulanger que peut reve-nir la tâche de mettre une touche per-sonnelle au dernier plat du menu, grâce notamment à des ingrédients aux saveurs bien définies. Page 14

IMPRESSUM

hotel + tourismus revue

adaire pour l'hôtellerie, ration, le tourisme et les loisirs

Responsable des médias SSH ad interim:

Unimater rowse.

Rédoction: Administration Declari (MD) rédoctione de Rédoction de Rédoctione de Rédoction de Rédoctione Laurent Mostabauer (LM).

Rédoctioners Laurent Mostabauer (LM).

Rédocti

itrebe (cinele v eximp), mainus marcia (cine de veri nnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci, onces: Matthias Beyeler, Andres Jakob, Marc Moser, licité: Markus Marchel (Chef de vente), Roger Stemmer ninistration: Patrick Stalder.

Impression: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Berne. Tirgge: 11'198 Ex. controlés REMP, 22'000 Ex. imprin Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.ISSN: 1424-0440

Rédoction: (Lettres de lecteurs, les gens, etc.) Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, :-Mail: htr@swisshotele.ch

Abonnements: Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, Annonces: Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

PLIDICITE: Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue



Umgebung mit bezauberndem Blick auf den Lago Maggiore verschenken wir Gastlichkeit pur!

Sie möchten das auch tun? Dann interessiert Sie bestimmt die vertrauenswürdige Kaderstelle in unserem 170 Betten Ferienparadies als:

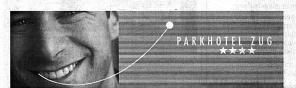
Küchenchef

Beginn anfangs März 2003

Sie üben Ihren Beruf mit Begeisterung und viel persönlichem Engagement aus. Es reizt Sie ein Küchenteam von 10 Personen zu motivieren und erfolgreich zu führen.

Die kreative Gestaltung des HP-Menüangebotes sowie einer raffinierten aber klassischen à la carte Karte im "Brenscino blu", mit einer konstant hohen Küchenqualität gehört ebenso zu Ihren Aufgaben, wie die Planung, die Kalkulation der Einkauf und das Controlling. Die solide Ausbildung und Ihre Kenntnisse befähigt Sie, diese herausfordernde Aufgabe zu übernehmen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! Parkhotel Brenscino, Martin Faes, Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago Tel. 091 793 01 21 / Fax: 091.793.40.56 www.brenscino.ch E-mail: info@brenscino.ch



...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: Selbständiges Führen der Finanzbuchhaltung, Zahlungsverkeht, Lohnbuchhaltung, Analysen und Reportfüngs 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 CH-6304 Zug Tel. +41 (0) 41 727 48 48 Fax +41 (0) 41 727 48 49

Adecco

HOTEL & EVE Karriere 8 Kader

Franchisenehmer/in

Die SBB, Migros und Kiosk AG gründeten unter dem Namen **cevanova ag** eine Gesellschaft, die in kleineren und mittelgrossen Bahnhöfen erweiterte «Convenience-Shops» unter dem Namen «avec.» einrichtet und im Franchise-System abgibt. Die ersten Geschäfte wurden bereits sehr erfolgreich in Betrieb genommen.

Im Auftrag unseres Mandanten suchen wir unternehmerisch denkende Persönlichkeiten für die geplanten Eröffnung in

- · Näfels GL
- Neuhausen SH

Wenn für Sie Personalführung, Warenbewirtschaftung und Verkaufsförderung keine Fremd-worte sind, Sie zudem über eine hohe Dienstleistungsbereitschaft verfügen, Zahlenflair sowie gute Deutsch- und Französischkenntnisse besitzen und bereit sind, ein minimales Eigenkapital zu investieren, dann bietet sich hier die Herausforderung. Ein einmaliger Standort, ein kaprazu investieren, dann bietet sich hier die Herausforderung. Ein einmaliger Standort, ein kapras Konzept, sorgfältige Einarbeitung in die Branche und Aufgaben sowie permanente Beratung und Unterstützung durch Fachleute in den Bereichen Verkauf, Werbung und Finanzen und die Zusammenarbeit mit sehr erfolgreichen Partnern bieten Gewähr für einen erfolgreichen Start in Ihre unternehmerische Selbstständigkeit.

Wenn Sie an dieser zukunftsorientierten Position interessiert sind, dann rufen Sie

ktgasse 32, 3000 Bern 7

Telefon 031 310 10 10, Fax 031 310 10 11

E-Mail: bern.hotelevent@adecco.ch





Möchten Sie das renommierte, traditionsreiche Haus mit anspruchsvoller Gastronomie führen und mit Ihren kreativen Ideen weiter entwickeln? Das Romantik Hotel Engel in Dornach sucht die innovative, kreative und profes-

Direktion

die das Unternehmen in die Zukunft führt. Sie haben die Möglichkeit, mit den Inhabern des Unternehmens die zukünftige Strategie zu definieren und diese erfolgreich zu realisieren. Sie sichern die Qualität des bestehenden Angebotes – Restaurant, Bar, Bankette, Seminare, Hotel – und sind verantwortlich für alle Belange des Unternehmens, insbesondere die professionelle, hochstehende Betreuung unserer Gäste.

Für diese herausfordernde Position benötigen Sie eine fundierte Ausbildung und Erfahrung in der Führung eines ähnlichen Betriebes. Sie sehen sich als Gastgeber/in und motivierende Führungsperson. Sie haben ausgewiesene betriebswirtschaftliche Kenntnisse und die Souveränität, die verschiedenen Sparten des Betriebes auf einem hohen Qualitätsniveau zu führen.

Sind Sie an dieser herausfordernden Position mit weiteren Entwicklungsmöglichkeiten (Miete/Pacht) interessiert, senden Sie bitte Ihre vollständige Bewerbung an folgende Adresse:

Job Concept GmbH Güterstrasse 213

4018 Basel

oder wenden Sie sich telefonisch an Herrn Roland Handschin, Telefon 061 363 31 30, e-mail: info@jobconcept.ch

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

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

Schweizergasse 8, 8001 Zürich Fon 01 225 80 90









Vir sind der weltweit grösste Konzern im Bereich Personaldienstleistungen. Schnelligkeit, ein hohes Mass an nalität und Fachkompetenz, viel Humor und Freude an der Arbeit – all das macht uns zu einem der interessantesten Arbeitgeber mit dement-sprechenden Perspektiven. Gross-projekte sowie starke Marktpräsenz prägen unseren Alltag mehr denn je.

Zur Unterstützung und Verstärkung unseres sehr erfolgreichen Teams im Herzen Berns suchen wir per 1. Dezember 2002 eine humorvolle und

Personalberaterin

Nach einer Grundausbildung in der Hotellerie, Gastronomie oder kauf-männischem Background mit guten Fachkenntnissen haben Sie einige Jahre in Kaderpositionen gearbeitet und/oder haben den Abschluss einer Hotelfachschule gemacht. Sie sind zwischen 25 und 32 Jahre jung, suchen die ultimative Herausforderung, sind verkaufsstark und sprachlich versiert (Deutsch, Englisch, Französisch in Wort und Schrift). Eine grosse Portion Selbstständigkeit und gesunder Ehrgeiz sind in gleichem Masse Voraus-setzung wie Ausdauer und viel Freude am Umgang mit Menschen. Erken-nen Sie sich in dieser Beschreibung wieder, dann sind Sie schon bald ein wertvolles Mitglied unseres Teams.

When do we meet? Andreas Schenk freut sich auf Ihren Anruf oder Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Marktgasse 32, 3000 Bern 7

Telefon 031 310 10 10, Fax 031 310 10 11

E-Mail: bern.hotelevent@adecco.ch





Sie 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.



Für unser Restaurant Cheyenne in ZH-Oerlikon im ame-rikanischen-mexikanischen Stil suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine aufgestellte

Stv. Geschäftsführerin

Du bist zwischen 25 und 30 Jahre jung, verfügst über eine abgeschlossene Berufslehre im Gastgewerbe, du bist frontorientiert, bist flexibel und verantwortungsbewusst und motiviert in einem aufgestellten Team mitzuarbeiten, dann sende bitte deine Bewerbung mit Foto an:

Höschgass Gastro AG, Bea Zanoni Seefeldstrasse 124, 8008 Zürich Bea.zanoni@gastroag.ch



Möchten Sie sich auf Mitte Januar 2002 oder nach

Vereinbarung verändern? Freuen Sie sich auf eine neue Herausforderung? Wir, ein 4* Geschäftshotel im Herzen von Bern mit 57 Zimmern, sucht eine neue Kadermitarbeiterin als

Hauswirtschafts-Leiterin

Aufgaben:
Übernehmen der Gesamtverantwortung in der
Hauswirtschaft.
Organisieren der Lingerie, Wäscherei und Hausdienst.
Zuständig für Einkauf und Lagerbewirtschaftung.
Führen von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen.
Verantwortlich für die Lehrlingsausbildung.

Anforderungen: Ausbildung als HBL mit Hotelerfahrung oder Hofa

mit Führungserfahrung. Bereitschaft, im eigenen Departement und im Gesamtbetrieb auch praktisch mitzuhelfen.

Interessiert? Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Best Western Hotel Bären Frau B. Imboden Schauplatzgasse 4 3011 Bern

152515/4049



Wir sind eine Marketingorganisation mit über 60 Erst-klass-Hotels weltweit.

Per 1. Dezember 2002 suchen wir für unser kleines Team

Seminarorganisatorin

Sie vertreten unsere Hotels an Messen und übernehmen die Koordination und Organisation der Kundenakquisition und Sales Calls. Ihre Stärken sind Organisation, Planung, Kommunikation und gewandter Umgang mit Kunden.

Sie sind zwischen 25 und 30 Jahre alt, Muttersprache Schweizerdeutsch, beherrschen Französisch und Englisch in Wort und Schrift (Italienisch von Vorteil) und besitzen ein Diplom einer anerkannten Hotel- oder Tourismusfachschule. Mit feinem Gespür erkennen Sie die Anliegen unserer Kunden und nutzen Ihre Erfahrung in der schweizerischen Hotellerie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Beatrice Tschumi:

Swiss International Hotels Butzenstrasse 39, 8038 Zürich

htr

Das Radisson SAS Hotel in Basel sucht per Januar 2003

RestaurantleiterIn

Hauptaufgaben dieser anspruchsvollen Stelle:
In dieser Funktion sind Sie für die Leitung unserer zwei Restaurants, der Hotelbar, sowie für den Room-Service, den Frühstücksservice und die Verpflegung im Pool Inn Club verantwortlich. Gästebetreuung, Mitarbeiterführung und -schullung, Einsatzplanung, Kassenprogrammierung und diverse administrative Arbeiten gehören zu Ihrem Aufgabengebiet. Zudem nehmen Sie an der Umsetzung von Projekten teil und organisieren Events mit.

Unsere Anforderungen:
Als offene und loyale Persönlichkeit verfügen Sie über ein grosses Verantwortungsbewusstsein, sowie Führungstund Sozialkompetenz und bringen Erfahrung in ähnlicher Position mit. Sie sind Gastgeber mit Herz und setzen Ihre Kommunikationsfähigkeiten gekonnt in Deutsch, Enjisch und Französisch um. Haben Sie einen Hotelfachschulabschluss oder eine gleichwertige Ausbildung, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

- Was erwartet Sie im Radisson SAS Hotel in Basel:
 5° Hotel mit 205 Zimmern, 2 Restaurants, einer Bar, einem Convention Center mit einer Kapazität bis zu 300 Personen, einem Hallenschwimmbad mit Fitnessbereich und dem Catering Service
 Motivierendes Arbeitsklima in jungem Team
 Schnellstwachsende "up scale" Hotelkette Europas
 Interne Weiterbildung und Karriereplanung

Carmen Rickhoff, Human Resources Coordinator Radisson SAS Hotel Steinentorstrasse 25, CH-4001 Basel Telefon: +41 (0) 61 227 27 27 Carmen.Rickhoff@RadissonSAS.com





Gesucht auf 1. Februar 2003 (in Jahresstelle)

F&B MANAGER

Gute Organisation und Planung sind für reibungslose Serviceabläufe unerlässlich. Steuerung und Kontrolle von einem grossen Team dient zur Qualitätssicherung und laufender Optimierung sämtlicher Betriebsabläufe

Wir suchen eine belastbare zuverlässige Persönlichkeit mit Ausbildung und mehrjähriger Erfahrung in der Gastronomie, die mit Ihrem analytischen Denken, Motivation und Kreativität unser äusserst vielfältiges Haus bereichert

Angebotsgestaltung, Controlling, Personalrekrutierung, -schulung, Budgeterstellung, -überwachung sowie teil-weise Betreuung der EDV-Systeme (u.a. Micros 3700) gehören zu Ihren Hauptaufgaben.

Freuen Sie sich auf Zusammenarbeit mit allen Abteilungen sowie auf Kontakte zu Gästen, Mitarbeitern und Lieferanten -an einem der schönsten Orte der Schweiz? Dann freuen wir uns darauf, Sie kennenzulernen!



Geöffnet von April bis Oktober

70 Zimmer und Suiten - 2 Restaurants - Hotelbar -Seeterrassen - Banketträume bis 250 Personen -Seminar- und Tagungsräume

Pierre Esseiva, Personalchef, 3855 Brienz BE Tel. +41 (0)33 952 25 25 Fax +41 (0)33 952 25 30 www.giessbach.ch e-mail: grandhotel@giessbach.ch

Über Service compris und Exklusives.

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





Kurt.Oehrli@hotelstaff.ch

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

www.oscars.at







Ihre Stellenvermittlung



Nach der Expo...

erst zu Adecco!

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

se 20, 4010 Basel Telefon 061 264 60 40

Telefon 031 310 10 10

Telefon 081 258 30 75

chur.hotelevent@adecco.ch 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-Dalcroz Téléphone 022 718 44 77 geneve.hotelevent@adecco.ch

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

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

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

Für dieses innovative Vier-Sterne-Feriensporthotel im Berner Oberland suchen wir den frontorientierten Gastgeber, der die Gäste kompetent betreut, die vier Mitarbeitenden als Empfangsprofis motiviert und die Direktion in den Bereichen Sales und Akquisition unterstützt, Verantwortungsbewusstsein, Verkaufstalent und unternehmerisches Denken sind für diese Position ein Muss. Sie kennen sich zudem mit Fidelio aus und sprechen fliessend Deutsch, Englisch und Französisch. Regelmässige Arbeitszeiten, eine mo-derne Infrastruktur und ein attraktives Salär gehören ebenfalls zu dieser Herausforderung – aber auch die Erwartung an Sie, Visionen zu haben, etwas bewegen und Neues aufbauen zu wollen und zu können Ich mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen

Bern, Alex Trinkler 031 310 10 10

Betriebsassistent/in

Für einen Hotelbetrieb mit modernem Konzept im Aargau suchen wir für den kommende Frühling einen innovativen Assistenten mit Hotelfachschulabschluss, der als rechte Hand des Geschäftsführers selbstständig den Service im Restaurant organisiert. Sie sind eine verkaufsstarke und charmante Persönlichkeit, die auch in hektischen Momenten die Ruhe
selbst ist und stets den Überblick behält: Ich freue 1011
11-16. Februar 15ki-Weltmeisterschaft; St. Moritz mich auf Ihre Bewerbung.

Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Sales-Assistent/in

Zur Unterstützung des Salesbereichs einer inter-nationalen Unternehmung mit Sitz im Raum Zürich suchen wir per Januar eine gepflegte Persönlichkeit mit Verkaufserfahrung in der Hotellerie oder in der Tourismusbranche. Sie sind sprachgewandt, flexibel, mobil und verstehen es, mit Stil und Flair eine anspruchsvolle Kundschaft zu betreuen und neue Kontakte zu knüpfen. Eine abwechslungsreiche Stelle erwartet Sie; senden Sie mir noch heute Ihre erwartet Sie; senden Sie mir noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto. Ich

freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme Zürich Eveline Amacher 01 297 79 79

Chef de service

Für ein Seminarzentrum ganz für sich in landschaft-lich schönster Umgebung im Kanton Thurgau gelegen erwartet Sie eine tolle Herausforderung. Das historisch und kulturell bedeutende Umfeld kann bas inskrister nur beruflich eine einmalige Inspiration bieten. Sie führen ein Team von rund 30 Mit-arbeitenden und sind unter anderem für Bankettorganisation, Ferienplanung und Lehrlingsausbildung verantwortlich. Sind Sie ein Gastgeber aus Leiden-schaft, und schätzen Sie eine stilvolle Ambiance? Wenn Sie zudem aute mündliche Fremdsprachenkenntnisse mitbringen, dann sollten Sie mich an-rufen. Ich freue mich auf Sie. St. Gallen, Urs Kläger 071 228 33 43

Küchenchef

Für ein Basler Trend-Restaurant suchen wir per sofort den ambitionierten Küchenchef. Sie verfügen über ausgezeichnete Produktekenntnisse, bringen Er-fahrung im Einkauf mit und haben Freude an einer kreativen Angebotsplanung. Sie führen das fünfköpfige Team, organisieren Bankette bis zu 200 Personen und arbeiten die entsprechende Menuvor-schläge aus. Weitere Informationen gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch. Ich freue mich auf Ihre baldigen Anruf. Basel, Esther Sardagna 061 264 60 40

Jungkoch/Chef de partie

Für ein nicht alltägliches, gut etabliertes à la carte-Restaurant in Zürich suchen wir einen ambitionierten «nicht alltäglichen» Jungkoch und Chef de partie. Nach einer Kochlehre haben Sie Erfahrungen in der kreativen Gastronomie gesammelt. Sind Sie ausser-dem zuverlässig und teamfähig, haben Sie ein Flair tung? Dann sind Sie die richtige Person für diese interessante Stelle. Ich fraue. fürs Spezielle, und übernehmen Sie gern Verantwor interessante Stelle. Ich freue mich auf Ihren Anruf. Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Temporär-Stellen

Wir suchen laufend qualifizierte Mitarbeiter für temporäre Einsätze in der ganzen Schweiz. Hier eine kleine Auswahl:

Köche Sofort, bis 12. Feb. | Diverse Einsätze, Graubünden/Wallis Koch

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

Köche Laufend | Cateringanlässe, Zürich

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

Bäcker-Konditor Sofort, bis auf weiteres | Bäckerei, St.Gallen Köche, Bäcker, Metzger (Schichtdienst)
Sofort, bis 30. Dez. | Produktionsbetrieb, Aargau

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

Sofort, bis 30. November | Pizzeria, Region Thun

Servicemitarbeiter/in Sofort, bis auf weiteres | Speiserestaurant, Lugano

Serviceangestellter (mit Auto) Sofort, bis auf weiteres | Speiserestaurant, Thurgau Serviceaushilfen Weihnachten und Silvester | Cateringanlässe, Basel

Serviceaushilfen 30. November–5. Januar | Event, Basel

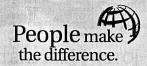
Allrounderin 25. November–7. März | Kinderheim, St.Gallen

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

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

Hostessen/Promotionsmitarbeiter Laufend | Ganze Schweiz

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





Für unser renommiertes Superior First Class Hotel St. Gotthard in Zürich, suchen wir nach Vereinbarung

Küchenchef

Wir bieten eine interessante Position, in der Sie die Verantwortung für drei Spezialitätenrestaurants tragen. Die Austern- und Hummer Bar mit ihrer klassischen französischen Küche, das Restaurant La Bouillabaisse mit seinen mediterranen Spezialitäten und das Wiener Cafe mit seinen traditionellen, gut bürgerlichen Küche fordern Ihre ganze Kreativität und Fachkenntnis. Dabei steht Ihnen ein junges und motiviertes Team zur Seite.

Sie sind flexibel, belastbar und ein guter Organisator. Qualität und Rafinesse sind für Sie mehr als ein gängiges Schlagwort und Renditen und Budgets erschrecken Sie keinesfalls.

Wenn Sie sich durch diese Herausforderung angespro-chen fühlen und an einem langfristigen Arbeitsverhält-nis interessiert sind, dann freuen wir uns auf Ihre schrift-lichen Bewerbung.

Hotel St. Gotthard M. Graubener, Direktor Bahnhofstrasse 87 CH - 8023 Zürich Tel: 0041 1 227 77 00





Wir sind der Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von ****Hotellerie, Sport- und Erleb-nispark sowie modernem Kongress- und Seminarforum.

Zur Ergänzung unseres Kaders suchen wir eine/n:

Restaurationsleiter/in

Sie sind der frontorientierte Gastgeber, welcher über ein sicheres Auftreter verfügt. Zügleich besitzen Sie fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe, sind ein Organisationstalent und verstehen es, ein Team von ca. 25 Mitarbeiter zu führen und zu motivieren.

Das abwechslungsreiche Aufgabengebiet umfasst nebst der Koordination und Führung unserer à la carte Restaurants, das Mitgestalten unseres F&B-Angebotes sowie auch die Schulung un-sere Mitarheiter serer Mitarbeiter

Wir bieten Ihnen ein gesichertes Umfeld mit grossem Entwicklungspotential, eine abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsklima mit interessanter Entlöhnung.

Fühlen Sie sich angesprochen und haben schon Erfahrung in einer ähnlichen Position? Dann senden Sie noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Claudia Zwahlen.

swiss holiday park ch-6443 morscha telefon 041 825 50 20 telefax 041 825 50 personal@swissholidaypark.ch www.swissholidaypark.



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

Wir suchen ab kommender Wintersaison einer

qualifizierten Restaurationsleiter, m/w

Wir erwarten:

htr

- Hotelfachschulabschluss oder entsprechende

- Hotelfachschulabschluss oder entsprechende Kaderausbildung
 Berutserfahrung in ähnlicher Position
 Banketterfahrung, Organisationstalent, Führungserfahrung
 kontaktfreudige, verkaufsorientierte Gastgeberpersönlichkeit
 Idealalter 28-35 Jahre

- Wir bieten:

 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 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**** z. H. v. Jean-Marc Theler 3987 Riederalp

Vom Genfersee bis zum Bodensee.



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



HOTEL SCHWEIZERHOF ZÜRICH

UNERHÖRT

jugendlich und modern führen wir unser traditionsreiches 4-Stern-Hotel an exlusiver Lage im Herzen von Zürich. Das freundliche Arbeitsklima bekommen auch unsere Gäste in den 115 Zimmern, in unserem Spezialitätenrestaurant, in der Hotel-Bar und im Café Gourmet zu spüren. Das Spezialitäten-Restaurant verfügt über 70 Sitzplätze und bietet in einem stilvollen Ambiente, eine marktorientierte, französische Küche an. Ebenfalls dazu gehört die Bankettabteilung, in welcher in vier Salons, bis zu 60 Personen bewir-

Ein motiviertes, gut eingespieltes Team sowie eine moderne Küche mit frischen, markt-gerechten Produkten bieten die besten Voraussetzunen für einen attraktiven Arbeits-platz im Herzen von Zürich

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Anfang 2003 oder nach Übereinkunft

SOUS CHEF

Diese verantwortungsvolle Aufgabe richtet sich an eine Persönlichkeit mit Berufserfahrung, Krekativität und Initiative.

Interessiert? Dann senden Sie bitte ihre Bewerbungsunterlagen inkl. Foto an Martin

Hotel Schweizerhof Zürich, Bahnhofplatz 7, 8001 Zürich, Telefon 01 218 88 88

Mwidmer@hotelschweizerhof.com Chef de partie w/m Commis de cuisine w/m Haben Sie flinke Hände, ein Kopf voller Ideen und arbeiten gerne in einem jungen, aufgestellten Ab sofort oder nach Vereinbarung. Zögern Sie nicht mit uns Kontakt aufzunehmen! Gasthof 3 Fische

H.J. Girsberger-Schläppi 2576 Lüscherz am Bielersee Haben Sie noch Fragen? Rufen Sie an: Tel: 032/338/12/21

Weiter Informationen finden Sie unter: www.3fische.ch

Wir sind ein grosses Businesshotel im Raum Zürich und suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Director of Sales & Marketing

Diese anspruchsvolle Kaderposition beinhaltet folgende

Diese anspruchsvolle Dage Hauptaufgaben:
- Führung des Verkaufs- und Konferenzteams
- Persönliche Betreuung der wichtigsten Key Accounts in

Personliche Betreuung der wichtigsten Key Accounts in allen Märkten
Vertragsverhandlungen und -abschlüsse
Verantwortlich für die Planung und Durchführung von Promotionen, jährlichen Verkaufsaktivitäten, Mailings, Broschüren und Werbemassnahmen

Unsere Erwartungen an Sie:

— Sie verfügen über mehrjährige Verkaufserfahrung im internationalen Reisemarkt (Kettenhotel ist von Vorteil, jedoch nicht Bedingung)

— Sie sind kreativ, teamorientiert, engagiert, treten überzeugend auf und haben sehr gute Deutsch-, Englischund Französischkenntnisse

— Sind Sie zudem an einer spannenden und vielseitigen Herausforderung in einem internationalen Umfeld mit allen Vorteilen und Weiterbildungsmöglichkeiten eines Kettenhotels interessiert, dann schicken Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Zuschriften unter Chiffre 152500 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

Academic Coordinator

for a small administrative office that manages school operation for about 200 students in Luzern. Contact: Mr. Philipp Terry at Tel: 041 242 03 41

Requirements:

- 1. Native English speaker or equivalent with good German language skills
- 2. Office/Admin background with excellent office
- 3. Detail Oriented and Energetic
- 4. Immediate availability
- 5. Swiss Work Permit
- 6. Good References

Baslerstrasse 57 **Bénédict** 6003 Luzern Tel. 041 242 03 42

bristol ♥-lich willkommen

Als kleiner, aber feiner Familienbetrieb mit 31 Zimmern suchen wir auf die Wintersaison (ab Mitte Dezember)

SERVICEMITARBEITER/IN

(für unsere Hausgäste)
Arbeiten Sie gerne in einem aufgestellten Team und macht es Ihnen Freude,
Gäste zu verwöhnen, dann freuen wir
uns auf Ihre Bewerbung.

HOTEL BRISTOL** Rita und Heinz Johner CH-3715 ADELBODEN Tel_033 673 14 81, Fax 033 673 16 50

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 Kreditoren- buchhaltung, 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 fundlerte 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, dann 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 leiber@bahnhofrestaurants.ch





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

2 Zimmermädchen 1 Haus- und Küchenburschen

Sie verfügen über sehr gute Deutschkenntnisse, sind flexibel, an selbständiges, exaktes Arbeiten gewohnt, dann freuen wir uns, Sie persönlich kennenzulernen.

Rufen Sie uns an, wir geben Ihnen gerne weitere Aus künfte:

Fam. Rüedi, Silence-Hotel Arvenbüel, 8873 Amden Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01

Montag Ruhetag

Als Stütze des Wirteehepaars suchen wir per sofort oder

Servicemitarbeiter/in

für den gepflegten Speiseservice.

Wenn Sie ein/e Gastgeber/in mit viel Herz sind, dann finden Sie in unserem Gasthof Rössli eine Chance, die Gäste kompetent zu verwöhnen.

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu



Gasthof Rössli 9524 Zuzwil bei Wil

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 Se

Sous-chef (Jahresstelle)

Ideal für einen versierten Profi mit Ambitionen zum Küchenchef

Hotelfachassistentin/ Réceptionistin

Eintritt ab Dezember 2002

Hotel Hertenstein Hotel Hertenstein Hermann Mazotti oder Beat Achermann/Küchenchef 6353 Weggis Telefon 041 390 14 44 hotelhertenstein@bluewin.ch



152272/15652

Ihr neuer Arbeitsplatz...



...als unser Gastgeber!

Die Kartause Ittingen zählt zu den führenden Seminar- und Kulturzentren in der Schweiz und bietet mit ihrem einzigartigen Ambiente einen unvergesslichen Rahmen für vielfältige gesellschaftliche Anlässe und anspruchsvolle Bankette. Viele Besucher schätzen die idyllische Gartenwirtschaft oder das gemütliche Restaurant zur Mühle.

Auf Anfang 2003 suchen wir den Gastgeber aus Leidenschaft, welcher als

Chef de Service

zusammen mit seinem Team von 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Saisonniers, Aushilfen und Lehrlingen den Aufenthalt unserer Gäste zu einem unvergesslichen Erlebnis werden lässt. Wir stellen uns eine offene, sympathische und belastbare Persönlichkeit mit guter Erfahrung und organisatorischem Flair vor. Wir bieten eine interessante, verantwortungsvolle und überaus vielfältige Dauerstelle mit guten Sozialleistungen im unvergleichlichen Umfeld der Kartause Ittingen an.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Alles weitere über Ihren aussergewöhnlichen neuen Arbeitsplatz erzählen Ihnen gerne Hans Baumgartner, Hoteldirektor, Telefon 052 748 44 01 oder Peter Mötteli, Personalchef, Telefon 052 748 41 01. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:

KARTAUSE ITTINGEN

Personalbüro 8532 Warth Die Kartause auf den ersten Blick:

TOURISMUS





Le comité de l'Office du Tourisme de Château-d'Oex, station dynamique des préalpes vaudoises, est à la recherche d'un nouveau

Directeur

- Profil souhaité: nous cherchons un collaborateur créatif, enthousla-ste, animé d'un esprit d'entreprise et doté d'un sens de l'organisation et du travail en équipe. Un intérêt marqué pour l'animation et l'orga-nisation d'évènements (manifestations culturelles et sportives) serait un avantage certain.
- Formation requise: commerciale et/ou touristique. Bonnes connais-sances écrites et parlées du français, de l'anglais et de l'allemand. La maîtrise d'une quatrième langue serait un atout supplémentaire.
- Nous offrons: un travail varié au sein d'une petite équipe et en collaboration étroite avec le comité. Nous garantissons une grande auto-nomie et surtout un potentiel de création et de développement dans le cadre de la restructuration des instances touristiques régionales.

Les dossiers de candidatures avec lettre manuscrite, curriculum vitae, photo récente et certificats sont à adresser sous pli confidentiel, jusqu'au 15 novembre 2002, à Monsieur Patrick Scherrer, Président de Château-d'Oex Tourisme, La Place, 1660 Château-d'Oex.



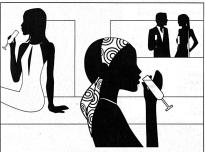
Per il nostro rinomato ristorante italiano con pizzeria a Interlaken (Oberland Bernese) cerchiamo per subito o per data da convenire:

Für unser renommiertes italienisches Restaurant mit Pizzeria in Interlaken (Berner Oberland) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

Cuoco/Koch

Inviare offerte con certificati e foto alla direzione: Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an die Direktion:

Restaurant Piz Paz, Bahnhofstrasse 1, 3800 Interlaken Telefon 033 826 77 88



Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria ist ein modernes Viersternhotel in Luzern mit 180 neu renovierten Zimmern. Im BiLANZ Hotel GUIDE 2003 sind wir als Nr. 5 der besten 4-Stern-Business-Hotels aufgeführt. Kulinarisch verwöhnen wir unsere Gäste mit einer unübertroffenen Vieffalt von Restaurants. LATINO, LA CUCINA, und THAI GARDEN, alle diese Restaurants sind im Gault Millau aufgeführt. Dazu kommen die spektakuläre Penthouse Bar & Lounge und der Pravda Dance-Club.

Ich suche eine 25- bis 33jährige, F&B-frontorientierte und kommunikative Persönlichkeit als

ASSISTANT MANAGER/BETRIEBSASSISTENT

Sie haben eine entsprechende Grundausbildung oder eine Höfelfach-schule abgeschlossen und stecken sich klare Ziele für Ihr zukünftiges Berufsleben. Wir bieten Ihnen ein optimales Arbeitsumfeld und die Herausforderung, im operativen Management inse erfolgreichen, sich immer weiter entwickelnden Gastronomieunternehmen tätig zu sein.

Ich freue mich auf Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen.

Urs Karli (persönlich) Pilatusstr. 29 6002 Luzern



Das einzigartige Hotel mit der einzigartigen Therme an einem einzigartigen Ort

Im Restaurant:

Chef de service oder stv. Chef de service Servicemitarbeiter in

In der Küche

Chef de partie

Bademeister in Med. Masseur in Kosmetiker in

Die Wintersaison dauert vom 14. Dezembe bis 6. April (im Hotel) und bis am 21. April (in der Therme) 2003. Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit einem Foto oder rufen Sie uns einfach an. Wenn Sie Vals noch nicht kennen, schicken wir Ihnen gerne Informationen und Prospekte oder Sie werfen einen Blick auf: www.therme-vals.ch

Wir freuen uns auf Sie.

Sonia Dietrich

Hotel Therme Vals | CH-7132 Vals Telefon (081) 926 89 92 | Fax 926 80 00 E-Mail sonjadietrich@therme-vals.ch

«Wenn Ochlossträume wahr werden...»

Das Hotel Château Gütsch ist neu unter der Leitung der stark expandierenden, Italienischen Turin Hotels International. Lokal verankert, und mit Joe F. & Barbara Theiler-Zehnder als Direktionsehepaar ab Mitte November 2002 in Führung. Ergreifen Sie jetzt diese aussergewöhnliche Chance an schönster Panoramalage über der Stadt Luzern und werden Sie ein ergänzender Teil des bestehenden Teams als:

Thef de rang Commis de rang

Chef de partie Commis de cuisine

ab sofort oder nach Vereinbarung

Sie sind eine ausgewiesene Fachperson und auf der Suche nach einer neuen anspruchsvollen Herausforderung. Im Mittelpunkt Ihres Strebens steht die Zufriedenheit unserer Gäste und ein dynamisches, motivierendes Miteinander.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme

Hotel Château Gütsch Margrit Kretschi Mitarbeiterverantwortliche Kanonenstrasse 6003 Luzern

Kanonenstrasse 6003 Luzern Telefon 041 249 41 00 m.kretschi@chateau-guetsch.ch Hotel Château Gütsch | managed by Turin Hotels International



Mitarbeiter/in Administration im Weiterbildungs- und Tagungszentrum Roche Forum Buonas

Unser Profil

An exklusiver Lage auf der Halbinsel Buonas am Zugersee befindet sich das firmeninterne Weiterbildungs- und Tagungszentrum Roche Forum Buonas. Es umfasst den Tagungsbereich für 250 Personen, das Hotel mit 50 Zimmern sowie das Restaurant mit Club/Bar.

Die Aufgabe

Sie sind verantwortlich für administrative Arbeiten im Empfangs- und Seminarbereich. Sie empfangen unsere Gäste und stehen Ihnen bei allen Check-in/-out-Formalitäten zur Seite. Weiter gestalten und unterstützen Sie aktiv die Seminarorganisation mit und betreuen die Gäste. Professionell und freundlich bedienen Sie ebenso die Telefonzentrale.

Sie verfügen über eine exakte und effiziente Arbeitsweise und haben vorzugsweise bereits Erfahrung am Empfang und in der Seminarorganisation. Englisch beherrschen Sie fliessend in Wort und Schrift, Kenntnisse im Frontoffice-Programm Protel sind von Vorteil. Ihre guten PC-Kenntnisse (Word, Outlook, Excel, Power-Point), ihr kreatives, aufgestelltes und kontaktfreudiges Wesen und Ihre grosse Flexibilität mit der Bereitschaft zu Wochenendarbeit machen Sie zu einem weiteren wertvollen Mitglied unseres erfolgreichen Teams.

Kontaktadresse

Interessiert Sie diese vielseitige Herausforderung? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Für Vorabklärungen steht Ihnen Herr Beat Jossen, Tel. 0041-41-798 86 00, gerne zur Verfügung. Ihre vollständigen Unterlagen richten Sie bitte an: Frau Sandra Kälin, Weiterbildungs- und Tagungszentrum Roche Forum Buonas, Rischerstrasse, CH-6343 Buonas

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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



Die führende Privatklinikgruppe Hirslanden setzt mit ihren Kliniken Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen im Mittelpunkt.

Zur Unterstützung der Küchenbrigade in unserer modernen Spitalküche suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n junge/n

KOCH/KÖCHIN

(DIÄTKOCHAUSBILDUNG ERWÜNSCHT)

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und bringen 2–3 Jahre Berufserfahrung aus der Hotellerie mit. Sie sind kreativ und haben Freude an der Zubereitung leicht bekömmlicher Speisen sowie an der phantasievollen Anrichtung der

Wenn Sie zudem motiviert sind, gerne Verantwortung übernehmen und auch in hektischen Zeiten den Humor nicht verlieren, freut sich ein aufgestelltes, junges Team auf Ihre engagierte Mitarbeit.

Wir bieten Ihnen einen attraktiven Arbeitsplatz mit modernster Infrastruktur und fünf Wochen Ferien.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an

Salem-Spital Marianne Grossrieder Personaldienst Postfach 3000 Bern 25 T 031 337 68 59 marianne.grossrieder@salemspital.ch www.hirslanden.ch

Hotel Restaurant

Neu mit 14 Gault-Millau-Punkten bewertet.

Um unser erreichtes Niveau zu halten und auch weiter zu steigern, suchen wir

frische Köche

Wir bieten Ihnen eine moderne mediterrane Küche. arbeiten mit hochstehenden Rohprodukten, estalten unseres monatlich wechselnden Angebots, selbständiges Arbeiten in kleinem Team

Sie bieten uns Kochen aus Berufung, hohe Motivation, Dynamik und Erfolgshunger. Unser Küchenchef Markus Karle freut sich auf Ihre Bewerbung.

Hotel Restaurant Rössli am See Jürg & Irmy Laichinger Hurdnerstrasse 137 8640 Hurden bei Rapperswil

Besuchen Sie uns unter www.roessli-hurden.ch



GRAND CIRCLE CRUISE LINE

Grand Circle Cruise Line ist ein stark expandierendes amerikanisches Unternehmen im Bereich Flusskreuzfahrt Europa. Zu unserer Flotte zählen 13 Erstklass-Schiffe mit aussergewöhnlich hohem Qualitätsstandard.

Wir suchen für unsere Controlling Abteilung eine(n)

SHIP ADMINISTRATION MANAGER

Zu Ihren Hauptaufgaben zählen die administrative Betreuung der Schiffe, Kontrolle der Monatsabschlüsse, Eerstellen von Rapporten und Analysen, Betreuung des Front-Office-Systems «Protel» sowie «Sharp»-Kassen und Mitarbeiter-Schulungen.

Erfolgreiche Kandidaten verfügen über fundierte EDV-Kenntnisse (Excel, Word, Hotelsoftware), E/D in Wort und Schrift, haben ein Flair für Zahlen und Budgets, arbeiten zuverlässig und exakt, sind flexibel und fühlen sich in einem zielorientierten, offenen Team wohl. Hotelfach-Ausbildung ist von Vorteil.

Wir bieten Ihnen einen attraktiven, verantwortungsvollen Arbeitsplatz und ein entsprechendes Gehalt.

Haben wir Sie neugierig gemacht und Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

GRAND CIRCLE CRUISE LINE GRAND CHCLE CHUISE LINE
Dorothée Lindeman, P.O.Box
CH-4001 Basel
Phone: 0041-61-260 26 60
Fax: 0041-61-260 26 00
Mail: dindeman@gct.com

SwissDeluxeHotels.com Committed to quality and individuality



Zeit für eine neue Herausforderung?

Wir bieten Ihnen die Gelegenheit dazu im zweitbesten Bilanz-Business-Hotel der Schweiz!

Verstärken Sie (Dame oder Herr) unser Team als

Etagengouvernante

ab 1. Februar 2003 oder nach Vereinbarung

Sie sind 22 Jahre jung, sind ausgebildete/r Gastronomiefachassistent/In oder Hotelfachassistent/In (oder gleichwertige Ausbildung) und unterstützen unser dynamisch-erfolgreiches Etagenteam. Sie haben Flair für die 5-Sterne-Hotellerie, pflegen gerne den Kontakt mit unseren internationalen Gästen, schätzen Flexibilität und sprechen gerne verschiedene Sprachen (D, E, I und evtl. F).

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen!

Anja Landert, Leiterin Human Resources, wartet gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen.



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA 3800 INTERLAKEN - TEL .033 828 26 77 - FAX .033 828 88 80 interlaken@victoria-jungfrau.ch - http://www.victoria-jungfrau.ch ECHTE GASTEREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN



GRAND HOTEL REGINA GRINDELWALD

CH-3818 Grindelwald

Unser einzigartiges *****-Hotel liegt wunderschön inmitten einer atemberaubenden Bergwelt.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Winter- und Sommersaison 2002/2003 (ab Mitte Dezember) eine

Betreuung (Dame oder Herr)

für die Bar in unserem neuen Alpin-Wellfit-Club

Sie sind fachlich kompetent, engagiert und belastbar, haben ein freundliches, aufgeschlossenes Wesen und suchen eine neue Herausforderung, dann zögern Sie nicht, senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns.

Swiss Deluxe Hotel

Grand Hotel Regina CH-3818 Grindelwald Telefon 004133 854 86 10 Telefax 004133 854 86 66 hr@grandregina.ch www.grandregina.ch



152543/146



Haben Sie schon lange auf eine Herausforderung wie diese gewartet, bei der Sie Ihre Affinität zur Gastfreundlichkeit für ein einzigartiges Unternehmen, wie die Grand Hotels Bad Ragaz, Health, Spa & Golf Resort, in die Tat umsetzen können? Wir suchen einen/eine

LEITER/IN SALES & MARKETING

Zusammen mit Ihrem Team sind Sie verantwortlich für die Konzipierung und Umsetzung der Marketing-Aktivitäten des Gesamtunternehmens bzw. der einzelnen Profit-Center. Sie sind direkt dem Geschäftsführer (CEO) unterstellt. Sie beraten und unterstützen u.a. auch die Profit-Center-LeiterInnen und sind für die konsequente Umsetzung eines unternehmensweiten CII/CD verantwortlich. Im Weiteren führen Sie gezielte Salesaktivitäten durch und pflegen internehmensweiten CII/CD verantwortlich.

Sie haben eine höhere kaufmännische Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und konnten mehrere Jahre praktischen Erfahrungen in den Bereichen Sales, Marketing und PR in einem Hotel- oder Touristikunternehmen sammeln. Mit Führungsaufgaben sind Sie bestens vertraut. Kontaktfahigkeit auf allen Stufen, Durchsetzungsvermögen sowie persönliche Belastbarkeit sind für Sie selbstverständlich. In den Sprachen D, E (und evtl. F/I) zeigen Sie sich ebenso sattelfest wie im MS-Office-Umfeld.

Wir bieten Ihnen eine selbständige Kaderfunktion mit viel Eigenverantwortung in einem interessanten, vielseitigen und dynamischen Umfeld.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Peter Eggenberger, CEO, nimmt gerne Ihre schriftliche Bewerbung mit Fote entgegen. (E-Mail: peter.eggenberger@resortragaz.ch)



GRAND HOTEL HOF RAG



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

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uh

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hotel**job**

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Küche / Cuisine

den Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS OUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autani

Stellengesuche / Demandes d'emploi

1	2	3	4	5	6	7	8	
6026	Küchenhilfe	28	PT	L-EG	sofort	D/F/I	BE-Oberl./zus. mit 6025	6067
6029	Koch	48	CH		sofort	D	BS/BL/SO	6069
6031	Sous-chef/Koch/w	33	CH		n. Ver.	D	AG/SO/BE/LU	6076
6042	Alleinkoch/Chef de p.	47	CH		sofort	D	LU/ZG/ZH/SZ	6077
6043	Koch/Service	26	PT	B-EG	sofort	D/F/I	Bern+Umgeb.	6079
6044	Kü'chef/Alleinkoch	54	DE	C	n. Ver.	D/E/F/I	BS+Umgeb.	6082
6049	Pizzaiolo	31	IT	L-EG	sofort	E/I		6084
6050	Koch	22	CH		Jan.	D/E	GE/NE	6085
6054	Küchenchef	33	CH		Jan.	D/E	3*-Hotel/BE-Oberland	6087
6056	Chef de p./Sous-chef	29	FR	C	Dez.	D/F	BE-Oberland	6091
6061	Küchenchef	46	CH		sofort	D/E/F	ZH/BS	6093
6068	Commis de cuisine/w	19	IT	B-EG	Jan.	D/I	GR	6095
6070	Kü'chef/Sous-chef	30	CH		sofort	D/E/F	SH/Winterthur	
6072	Hilfskoch/Küchenhilfe	41	PT	L-EG	Dez.	D/I	zus. mit 6073	
6078	Sous-chef	31	CH		Dez.	D/F	AG/Region Baden	
6080	Commis de cuisine	21	NO	L-EG	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	Admir
6088	Kü'chef/Sous-chef	28	FR	L-EG	Dez.	D/E/F	BE-Oberland	1
6096	Sous-chef	36	FR	L-EG	sofort	D/F	ZH/LU/BS	6038
								6045
								6051

	0.	C11		DCL.	0/1	MOTACE ION DUGCH	100-0					
ne	21	NO	L-EG	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	Admi	nistration / Admir	ıist	rati	ion	
ef	28	FR	L-EG	Dez.	D/E/F	BE-Oberland	1	2	3	4	5	
	36	FR	L-EG	sofort	D/F	ZH/LU/BS	6038	Anfangsréceptionistin	34	IT	В	
							6045	Gesch.führerin/Chef de s	.52	CH		
							6048	Réceptionspraktikum	40	CH		
							6051	Direktionssekretärin	39	CH		

Service / Service LU/ZG/AG/SO n. Ver. sofort Chef de service/Kellner 49 IT C sofort CZ L-22 Jan. IT L-EG sofort CZ C n. Ver. CN B Dez. AT L-EG Dez. DE L-EG Dez. De B-EG Dez. Kellner

matt	VS/Zermatt	D/E	sofort	L-EG	DE	23.	Service/w
/TG/SH	SG/GR/TG/SI	D/F	sofort	B-EG	AT	35	Chef de rang/Récept.
erland	BE-Oberland	D/F	Jan.	L-22	CZ	19	Service/w
Brienz/I	Thun/Brienz/	D/E	sofort		CH	36	Service/w
Ds.	/ Contract	D/E/F/I	Dez.	L-EG	PT	50	Barman/Kellner
n/Davo	Engadin/Dave	D/E/F/L	Dez.	L-EG	IT	131	Servicehilfe/Zimmerfrau
LU/ZH	BS/BL/LU/ZH	D/F/I	sofort	В	TN	49	Kellner
100	ZH/VD	D/E/F	sofort		CH	22	Chef de Bar/Barman
m/SO	Biel/Bern/SO	D	sofort		CH	53	Buffetdame/Service
4	P	E/F/I	Dez.	L-EG	IT	35	Chef de rang
Umgeb	Bern + Umgel	D/I	sofort	C	BR	35	Service
ern/S	ZH/VD Biel/Bern/S	D/E/F D E/F/I	sofort sofort Dez.	L-EG	CH CH IT	22 53 35	Chef de Bar/Barman Buffetdame/Service Chef de rang

	the resolution last and	3	4	5	6	7	8
038	Anfangsréceptionistin	34	IT	В	Dez.	D/F/I	ZG/LU
045	Gesch.führerin/Chef de s	. 52	CH		sofort	D	ZH/AG/LU/ZG
048	Réceptionspraktikum	40	CH		sofort	D/E/I	GR/Chur+Umgeb.
051	Direktionssekretärin	39	CH		Jan.	D/E	LU+Umgeb.
052	Anfangsréceptionistin	23	CH		Jan.	E/F/I	Deutsch-CH
060	Réception/Service/w	25	CH		sofort	D/E/F	Skigebiet
062	Gesch.führerin/Gerantir	147	HU	C	n. Ver.	D/E	Made and Mark
063	Night Audit/Réception	50	CH		n. Ver.	D/E/F/I	offen (bevorzugt ZH/
071	Réceptionistin	32	CH		sofort	D/E/F/I	Bergregion
081	Réceptionistin	23	CH		Dez.	D/E/F	Bern/SO/Seeland

	6024	Gouvernante	25	CH		sofort	D/E	3*-5*-Hotel/BE
	6025	Zimmerfrau	27	PT	L-EG	sofort	D/F/I	BE-Oberl/zus. mit 60
	6040	Haushilfe	22	PT	L-EG	Dez.	F/I	Arosa/GR
	6046	Zimmerfrau	38	PT	L-EG	sofart	D/F	ZH/AG
	6064	Gouvernante	27	CH		Jan.	D/E/F	ZH
	6073	Źimmerfrau	34	PT	L-EG	Dez.	D/I	zus. mit 6072
s	6074	Portier	46	ES	LEG	sofort	EXF	
	6083	Etagengouvernante	20	CH	1	sofort	D/E	ZH/Winterthur+Umg
	6092	Zimmerfrau/Hilfsköchin	40	PT	L-EG	Dez.	D/F	GR
	6094	Office/Hilfskoch	30	IT	L-EG	Dez.	D/I	
	6099	Hotelfachassistentin	21	KH	C	Dez.	D/E	AG
					1	1		

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

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:
lame / Nom:		Vorname / Prénom:
itrasse / Rue:	president som	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:
Geburtsdatum / Date de naissance:		Nationalität / <i>Nationalité</i> :
elefon privat / No de téléphone privé:		Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:
Bemerkungen / Remarques:		

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Französisch / Français: (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Italienisch / Italien:

Dauer (von/bis) / Durée(de/à)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: Betrieb / Etablissement: Ort / Lieu.

Funktion / Fonction:

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date:

Unterschrift / Signature

lch bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: 🗆 Ja — 🗆 Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): 🗆 Oui — 🗆 Non Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse negative de votre part, nous ne pourrons pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante: Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / Société suisse des hôteliers, Service de placement express, case postale, CH-3001 Bern et le lier de la comme del la comme de la c



DOMINO GASTRO

Vielleicht Ihre Traumstelle...?

Réception (w/m)

Bei Ihnen steht die Zufriedenheit Ihrer Gäste an oberster Stelle. Ausserdem lieben Sie es, sich mit Ihren Gästen in verschiedenen Fremdsprachen (E/F etv.l.) zu unterhalten und sie mit Ihren Charme zu beraten. Den FC bedeienen Sie mit einer Leichtigkeit. Dann sind Sie die richtige Ferson für diese Stelle in einem sehr schönen Stednheit im Herzen von Zürich.

Service (w/m)

Sie haben die Servicefachlehre erfolgreich abgeschlossen und suchen nach einem Betrieb im Zentrum von Zürich (SO Frei), der genau ist wie Sie; hip, dynamisch, jung und tolal "up to date". Der Ungang mit verschiedenen Menschen füll hinne agenauso leicht, wie line Fachkennlnisse löglich unter Beweis zu stellen. Und Ihre gute Laure reitst allen über.

Leiter Bar&Halle

Sie lieben die klassische Hotellerie. Wir suchen für ein traditionsreiches 5*-Hotel in der Stadt Zürich einen Gastgeber aus Leidenschaft. Sie schätzen es zusammen mit einem qualifizierten Team hit en aspruchsvolle, internationale Klientel zu beraten und einen angenehmen Aufenthalt in Zürich zu verschaffen.

Chef de Service (w/m)

Acus aus der City. Wir suchen für ein 4*-Geschäftshoel ausserhalb von Zürich einen Chef de Service. Mit Souverianlist und Begeisterung am Beruf arbeiten Sie im gepflegten Restaurationsteil und kümmern sich auch um Ihre Seminarkundschaft.

Geschäftsführer-Assistent (w/m)

Wir suchen für einen lebhoften italienischen Restaurationsbetrieb im Herzen von Zürich einen Assistelnen der hauptächlich an der Front um das Wohl der Gäste besorgt ist. Sie sind ein routinierter Serviceproft, obch auch admini-strative Arbeiten fallen Ihnen leicht. Freuen Sie sich auf eine neue Herausfor-derung.

Jungkoch/Chef de partie (w/m)

Für einen geschmacksvollen Betrieb an bezaubernder Lage in Zürlich suchen wir junge Berufsleute mit abgeschlassener Kachlehre. Eller, Einsatzfreude und Flakbillitt zübline zu Ihren Sirken-Wenn Sie molivet sind und ungeregelle Arbeitszellen für Sie zur Gastranomie gehören wie die Butter auf s Brat, sind Sie die richtige Person.

Sous-chef (w/m)

Für ein führendes 5° Hotel in der Studt Zirich suchen wir die rechte Hand des Küchenchets. Sie and der Fachmann, dem die Kachkunst ein Leuchtein in die Augen zubert und der sich auch in heisen studioren recht verbrenn. Sie führen hir dem sowerfin durch die Arbeit und verleren in mehlischen Allag nie die Ubersicht. Wein Sie ausserdem ein Teamployer sind, sieht litter nauen Sielle rat inchts meh zum Wege.

Sous-chef (MO-FR/Tagesdienst)

Ein Traum wird war! Wir suchen für einen grossen Restaurationsbetrieb in der Gemeinschafts-gastronomie einen fachlich bestqualifizierten Berufsmann für die Produktion und das Al-Cacrate Restaurant. Sie kennen sich bestens in der Grossproduktion aus und schätzen auch die feine exklusive A-laccarte-Küche.

Barmitarbeiter/Stv. Chef de bar (w/m)
In Bar in der City von Zürich uuch isin Aufgestellt, charmat und pfiffigt is servieren dem Moeë & Chandon eigend so gekont wie der Sev on he Beoch und empfehlen dazu das passende Höppchen. Ein junges Bar-Team wartet auf Sie

Stv. Gouvernante

Wer möchte nicht in einem wunderschönen 5'-Hofel mit eleganter Ambiente im Herzen von Zürich urbeiten? Wir suchen eine amblitionierte Stv. Gouvernnte, welche ein 1-Sköpfiges Team mils Chwung und Elon durch den Tog führt und für Ordnung und Souberkeit in den Bereichen Etige, Banketlobiellung, Beflet zuws. sograf, Noch Ihrer erfolgreich obgeschlossenen Hofel-Ahre hoben Sie fihr Wissen mit mehrjähriger praktischer Erfahrung erweitert.

Front-Office Manager (w/m)

nationales 4 "Hotel an der Stadtgranze von Zürich sucht seinen neuen Folftice Manager. Sie verfügen über fundierte Erfahrungen und möchten e auch an ein motiviertes Team weitergeben. Sie sind auch für die Debi-verwalbung, Tages- und Monatsbachlüsse verantwortlich, und natürlich jutes Vorbild in der allgemeinen Gästebetreuung.

Bankettassistentin

Für ein schönes 5° Hotel in der Stadt Zürich zuchen wir eine charmonte und engagierte Banketrassistentin. Mit grasser Überzeugskraft und Humar verkaufen Sie die Banketrassistentin. Mit grasser Überzeugskraft und Humar verkaufen Sie die Banketräsmilichkeiten. Mit Freude und Krealvikirig gestalten Sie die F&B-Mailings und Werbeaktionen. Sie bringen einen Hotelfachabschluss und proklische Erfahrung in der Administration mit. Eine spannende und abwechslungsreiche Herausforderung wartet auf Sie.

Regional Sales Manager (w/m)

In dieser sehr interessanten Position, finden Sie die richtige Mischung zwischen Kundenkontokt und Administration. Eine internationale Hotelkette, in Zürich, sucht eine sprachgewandte Persönlichkeit, die über mehrere Jahre Saleserfahrung und den entsprechenden Kontakten verfügt.

Haben wir Ihr Interesse geweckt ? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

01-432 73 73

DOMINO GASTRO, Segnesstr. 1, 8048 Zürich, E-Mail: r.eng@dg-jobs.ch / www.dg-jobs.ch

Adelboden



Tel +41 33 673 39 39 ax +41 33 673 38 39 E-Mail: info@arena-steinmattli.ch www.arena-steinmattli.ch

Wir sind ein modernes 4*-Ferienhotel mit lockerer Atmosphäre, 56 komfortablen Zimmern im Herzen von Adelboden.

Eintritt nach Vereinbarung, in Jahresstelle:

Chef/in de réception (Fidelio 7.12)

Eintritt zur Wintersaison:

Restaurant: Barmaid Servicemitarbeiter/in

Chef de partie Commis de cuisine

Wir würden uns über Ihre Unterlagen freuen.

Arena Hotel Steinmattli Rudolf + Anita Hauri 3715 Adelboden Tel. 033 673 39 39, Fax 033 673 38 39 www.arena-steinmattli.ch

151106/30204

HOTEL **HEILQUELLE*****

3954 LEUKERBAD VS

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

RÉCEPTIONISTIN oder Praktikantin

JUNGKOCH

SERVICE-Mitarbeiter m/w

Restaurant - Pizzeria - Speise **HOTELFACHASSISTENTIN**

Tournante (Etage – Lingerie – Speisesaal)

EHEPAAR

Küche und Office Senden Sie uns bitte 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



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab 1. Dezember 2002, oder nach Vereinbarung motivierte, flexible Mitarbeiter als

Servicefachangestellte/er Commis de cuisine Tournant/e Office, Lingerie

Wir legen Wert auf fachlich kompe-tente Persönlichkeiten, die an einer anspruchsvollen und gut honorierten Jahresstelle interessiert sind. Sie wirken in unserer marktfrischen, inno-vativen Küche mit, oder verwöhnen unsere Gäste im gepflegten ä la carte Service unseres Restaurants.

Suchen Sie eine neue Herausforde-rung, dann wenden Sie sich an:

Restaurant Panorama Herrn Karl Fuchs Hartlisbergstrasse 39 CH-3613 Steffisburg Tel. 0041 33 437 43 44 Fax 0041 33 437 60 98

Montag / Dienstag geschlossen

KRŴNE WINTERTHUR

Wir sind ein lebhaftes 3-Sterne-Hotel mitten in der Altstadt mit den drei Restaurants «Stube», «Bistrot» und «Hof», einem attraktiven Saal (70 Pl.).

Per 15. 11. oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n jüngere/n

Servicefachangestellte/n

mit abgeschlossener Berufslehre, CH oder mit Bew.

evtl. mit Hofa- bzw. Gafa-Abschluss zwecks Ausbildung unserer Gafa-Lehrlinge (ca. 20 %)

Sonntag geschlossen. 80 bis 100 % Einsatz möglich

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
L. und E. Grimmelikhuijsen-Haller
Hotel u. Restaurant
Marktgasse 49, Postfach,
8401 Winterthur
Telefon 052 208 18 18
Telefax 052 208 18 20
www.kronewinterthur.ch
info@kronewinterthur.ch



HOTEL WEISSES KREUZ ***

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

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





Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter/Innen:

Serviceverantwortliche/r (w oder m)

mit einigen Jahren Berufserfahrung, zur Führung unseres kleinen Teams

Koch

Hausangestellte oder HOFA

für Etage/Zimmer und Buffet

Auf Ihren Anruf freut sich Familie Dieckmann-Broggi 3792 Saanen Telefon 033 748 40 40 www.landhaus-



HOTEL RESTAURANT im Herzen der Zentralschweiz

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



Unsere Küchenbrigaden – in den Berg-restaurationen und im BEST WESTERN Hotel Terrace benötigen Verstärkung. Sous Chef/Chef de Partie/ Commis de Cuisine

Interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto. Gerne informiert Sie Kordula Tanner, Leiterin Personal, persönlich über Ihre Möglichkeiten in unseren Teams - 041 639 50 50, ktanner@titlis.ch



Wieseu

(Nähe Davos)

Für das Hotel Bellevue suchen wir auf

Küchen-/Haushilfe Zimmermädchen

Wir freuen uns auf Ihren Anruf: Palmy Treuhand 7494 Wiesen Tel. 081 404 21 51

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung

SOMMELIER/SOMMELIÈRE

• Professionell • Kompetent • Charmant Mit Schweizer Pass oder B-Bewilligung.

Auf Sie wartet eine kleine Thurgauer Bauernstube mit 30 Sitzplätzen, 1 Mi-chelin-Stern und 18 Gault Millau-Punkte sowie einer der besten Weinkeller der Ostschweiz.

Mariis und Wolfgang Kuchler Taverne zum Schäfli 8556 Wigoltingen Telefon 052 763 11 72 Sonntag und Montag geschlossen





Für unser renommiertes Superior First Class Hotel St. Gotthard in Zürich, suchen wir nach Vereinbarung

Sous chef

und einen

Chef de partie

Den hohen kulinarischen Ansprüchen unserer internationalen Kundschaft werden wir mit einem hohen Qualitätsstandard in drei unterschiedlichen Restaurants gerecht Die Austern- und Hummer Bar mit ihrer klassischen französischen Küche, das Restaurant La Bouillabaisse mit seinen mediterranen Spezialitäten und das Wiener Cafe mit seiner traditionellen, gut bürgerlichen Küche fordern Ihre ganze Kreativität und Fachkenntnis.

Wenn Sie über eine gute Ausbildung verfügen und an einer nicht alltäglichen Herausforderung interessiert sind, haben wir eventuell das richtige Angebot für Sie. Eine interessante und abwechslungsreiche Aufgabe in einem professionellen Team, neue Eindrücke und Lernmöglichkeiten, ein moderner Arbeitsplatz im Zentrum von Zürich und eine zeitgemässe Entlöhnung.

Gerne würden wir mit Ihnen persönlich über diese Posi-

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Hotel St. Gotthard A. Kanz, Personalchefin Bahnhofstrasse 87, CH - 8023 Zürich Tel. 0041 1 227 77 00



RESTAURANT PETERMANN'S KUNSTSTUBEN in Küsnacht/Zürich

Zur Verstärkung unseres erfolgreichen Teams im Service suchen wir auf den 1. Dezember 2002 oder nach Vereinbarung einen

Chef de rang/Servicefachangestellte

Sie passen zu uns, wenn Sie Ihr bisheriger Berufsweg in Häuser der gehöbenen Gastronomie geführt 'hat' und Sie in 'einem 2-Sterne-Guide-Michelin- und 19-Punkte-Gault-et-Millau-Restaurant eine neue Herausforderung suchen.

Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Restaurant Kunststuben
Seestrasse 160, 8700 Küsnacht (10 Min. von Zürich City)
Telefon 01 910 07 15



Nach 20 Jahren ist das Restaurant Luegeten in Pfäffi-kon/SZ diesen August wieder eröffnet worden und ver-wöhnt seine Gäste nun mit himmlischen Aussichten auf den Zürichsee und einer gehobenen Küche. Wir sind ein junges, motiviertes Team, dessen Ziel es ist, jedem Gast ein Lachen auf die Lippen zu zaubern, Zu unserer Verstärkung suchen wir SIE!

Schöne Aussichten für Geniesser!

Betriebsassistent/in

Betriebsassistent/in Sie nehmen Reservationen entgegen, bedienen die Telefonanlage, organisieren unsere Bankette und hal-ten das Büro in Schwung. Do you speak English ist für Sie no problem und Word und Excel sind Ihre Stärken. Sie arbeiten gerne selb-ständig und lassen sich auch in hektischen Situationen nicht aus der Ruhe bringen.

Chef de Service
Mit viel Geschick und Humor halten Sie unser Serviceteam zusammen. Ausserdem geben Sie mit Ihrem breiten Fachwissen und Ihrer Führungserfahrung jedem
Gast das Gefühl, willkommen zu sein.

Sous-Chef/in
Um unsere 10-köpfige Brigade zu führen, verfügen Sie
über Erfahrung im Menu- und Bankettwesen, sind
motiviert, selbständig und besitzen eine gesunde Por-

Servicemitarbeiter/in

Servicemitarbeiter/in Sie sind eine offene und freundliche Person, deren oberstes Ziel es ist, jeden Gast zum Stammgast zu machen. Sie arbeiten selbständig und wissen, dass Überstunden mal vorkommen können.

Herzlich willkommen in der LUEGETEN!

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder Ihren Telefon-anruf.

Personalabteilung Restaurant Luegeten Etzelstrasse 224 CH-8808 Pfäffikon Tel. 055 420 45 44

418351/152539



3800 INTERLAKEN

Sekretärin/ Réceptionistin



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





BETHESDA KÜSNACHT ZH Ein Haus zum Wohnen und Leben

Das Bethesda Küsnacht ist eine privat geführtes Haus mit 150 Betten für Langzeitkranke und betagte Menschen. Zur Ergänzung unseres motivierten Küchen-Teams su-chen wir nach Vereinbarung einen

stellvertretenden Leiter Küche

- Unsere Gäste sind

 Bewohnerinnen und Bewohner, teilweise mit Diätverpflegung

 Mitarbeitende des Betriebes

 Besucher unseres Café-Restaurants

 Teilnehmende von verschiedenen Tagungen und

- Sie bringen mit

 eine Ausbildung zum Diät- oder Gastronomie-Koch
 mehrere Jahre Berufserfahrung
 Führungserfahrung als Sous-Chef

- Fuhrungserfahrung als Sous-Chef
Als stellvertretender Leiter Küche leisten Sie einen wichtigen Beitrag zum Wohlbefinden unserer BewohnerInnen und Gäste und legen deshalb Wert auf eine hohe Qualität des Essens. Sie unterstützen den Leiter Küche bei der Erfüllung seiner vielfältigen Aufgaben, fördern Mitarbeitende in ihrer Fachkompetenz und begleiten Lehrlinge. Tragen Sie gerne zu einem guten Arbeitsklima bei, sind Sie initiativ, kreativ und teamfähig? – Dann sind Sie die Person, die wir uns im BETHESDA KÜSNACHT als stellvertretenden Leiter Küche wünschen.

- wir bieten:
 zeitgemässe Anstellungsbedingungen
 geregelte Arbeitszeiten in einem Tagesbetrieb
 ein vielfältiges Aufgabengebiet in einer grossräumigen
- die Möglichkeit, fachbezogene Weiterbildungen zu
- absolvieren 5 Wochen Ferien

Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Frau V. Abderhalden, BETHESDA KÜSNACHT, Rietstrasse 25, 8700 Küsnacht. Sie erteilt gerne auch Auskünfte: Telefon 01 913 27 41

HOTEL JUNGFRAUBLICK WENGEN

Ganz nah am Himmel



Mit Eintritt im November 2002 suchen wir in Jahresstelle tüchtige/n

Réceptionist/in

welche unsere Hotelréception mit viel Flair und Kompe-tenz führt. Wir gehören zum Cevi Schweiz, sind interna-tional ausgerichtet und führen ein umfangreiches eigenes Wochenangebot. Zur näheren Information besuchen Sie uns im Internet unter www.jungfraublick.com oder rufen uns einfach an. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Unterlagen mit Gehaltsvorstellung.

Rolf Frick, Hotel Jungfraublick, 3823 Wengen Telefon 033 855 27 55, Fax 033 855 27 26

151650/37720



Möchten Sie in einem traditionsreichen Haus mit Freude und Teamgeist die Wünsche unserer vielschichtigen Kundschaft erfüllen? Das Romantik Hotel Engel in Dornach sucht per sofort oder nach Vereinbarung:

Betriebsassistent/in

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir eine/n neue/n Mitarbeiter/in, vorzugsweise aus der Hotelbranche, welche/r eine neue Herausforderung mit Verantwortung sucht. Es ist für Sie ein Motivation in unserem Seminarbereich, Tagungen zu organisieren, doch auch die Arbeit am PC (Fidelio, Word & Excel) macht Ihnen Spass. Zusätzlich kennen Sie sich im aktiven Werbebereich aus.

Receptionist/in

Es ist für Sie selbstverständlich, dass sich unsere Gäste bei uns wie zu Hause fühlen und Sie tragen aktiv dazu bei, die Wünsche der Gäste zu erfüllen. Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie und im Front Office Bereich und besitzen gute Sprach- (D, F, E), sowie PC-Kenntnisse (Fidelio, Word & Excel).

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann wenden Sie sich telefonisch an Frau Andrea Krieger, Telefon 061 701 96 60

oder senden Sie bitte Ihre Unterlagen an Romantik Hotel Engel, Hauptstrasse 22, 4143 Dornach





Für unser renommiertes 5-Stern-Hotel mit seinen 66 Zimmern und einem Restaurant und Bar am Centralbahnplatz in Basel suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Réceptionist/in

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und haben bereits Erfahrung an einer Réception gesammelt. In Deutsch, Englisch und Französisch verstehen Sie es, unsere internationalen Gäste charmant und kompetent zu betreuen.

1. Gouvernante/Housekeeping

Sie verfügen über eine Ausbildung als Hotelfachassistentin mit abgeschlossener Lehre und Berufserfahrung. Anforderungen: Führung von 6 Mitarbeitern und Lehrlingen, verantwortlich für Reinigung des Hotels, Pflanzen und Dekoration.

Wenn Sie eine anspruchsvolle Aufgabe in einem jungen Team, ein gepflegtes Ambiente und ein angenehmes Arbeitsklima schätzen, dann sind wir die geeigneten Partner.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Euler Personalabteilung Centralbahnplatz 14 4002 Basel Tel. 061 275 80 00



Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und à la carte-Restaurant suchen wir für die kommende Wintersaison oder nach Über-einkunft folgende bestversierte, motivierte Mitarbeiter:

Chef de réception

Servicemitarbeiterin

Chef de partie

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlöhnung, tolle Atmosphäre in jungem Team sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ja, Sie fühlen sich angesprochen? So senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel Vorab zH. Herrn G. R. Meiler 7017 Flims Dorf

Kochen für Kinder

Jeden Mittag freuen sich 160 Kinder auf ein feines, abwechslungsreiches Zmittag! Darum suchen wir für den Mittagstisch unserer Schule (Montag-Freitag) einen

ausgebildeten Koch oder eine Köchin.

Kenntnisse der fleischlosen, gesunden Ernährung sind uns wichtig. Ebenso Führungsqualitäten, Organisationstalent und Freude an der Zusammenarbeit mit Lehrern, Eltern und Schülern.

Wir bieten eine attraktive Arbeitszeit- und Ferienregelung. Der Start ist sofort möglich. Sind Sie interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Rudolf Steiner Schule Sihlau Adliswil Schulleitung, Frau Monika Linsi Sihlstrasse 23, 8134 Adliswil Telefon 01 710 12 42, Mo-Fr 8-12 Uhr



Life & business in Luzern – Hotel Continental-Park Ein Haus mit Stil, geprägt von persönlichem Engagement und menschlicher Wärme. 60 MitarbeiterInnen, 92 Zimmer, 12 Tagungs- und Banketträume, Ristoranti Locanda Ticinese/ Bellini.

Wir suchen nach Vereinbarung, engagierte

ReceptionsmitarbeiterIn **Hotel-Reservationen**

Ihre Hauptaufgabe ist die verantwortungsvolle Bewirt-schaftung des Zimmerangebots in unserem PMS Winn-lodge und den externen Reservations Systemen. Sie sind neugierig und unternehmerisch, kommunikativ und team-fähig, englisch kennen Sie in Wort und Schrift.

Rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre Unterlagen an Gabriele Pedrazzetti (Hr.) oder Patrik Bucher. Wir freuen uns auf Sie.

Hotel Continental-Park, Murbacherstr.4, 6002 Luzern Tel. 041 228 90 50 www.continental.ch

Das Radisson SAS Hotel in Basel sucht per November 2002 oder nach Vereinbarung eine:

1. Gouvernante

In dieser Funktion sind Sie für den reibungslosen Ablauf des Etagen- und Wäschereibereiches zuständig.

- des Etagen- und Waschereibereiches Zustandig.

 Hauptaufgaben dieser anspruchsvollen Stelle:
 Sicherstellung der Sauberkeit im ganzen Haus
 Einkauf von Uniformen, Putzmitteln, Wäsche und
 anderen Materialien
 Verantwortlich für Blumen, Pflanzen und Dekorationen
 Überwachung der externen Reinigungsfirma
 Kooperation mit der externen Wäscherei
 Führen, coachen und trainieren von Mitarbeitern und
 Lehrlingen
 Budgetverantwortung, Kostenkontrolle und -analyse

- Unsere Anforderungen:

 Mehrjährige Berufserfahrung

 Dynamische, motivierte und enthusiastische Persönlichkeit

- lichkeit

 Detallorientiertes Organisationstalent mit grossem
 Verantwortungsbewusstsein

 Flexibler, innovativer und kommunikativer Teamplayer
 Deutsche Muttersprache, gute Englischkenntnisse
 und Französisch von Vorteil

 Gute Kenntnisse von MS Office Produkten, Fidelio
 Front Office von Vorteil

- Was erwartet Sie im Radisson SAS Hotel in Basel:
 5' Hotel mit 205 Zimmern, 2 Restaurants, einer Bar, einem Convention Center mit einer Kapazität bis zu 300 Personen, einem Hallenschwimmbad mit Fitnessbereich und dem Catering Service
 Motivierendes Arbeitsklima in jungem Team
 Schnellstwachsende "up scale" Hotelkette Europas
 Interne Weiterbildung und Karriereplanung

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung Carmen Rickhoff, Human Resources Coordinator Radisson SAS Hotel Steinentorstrasse 25, CH-4001 Basel Telefon: 441 (0) 61 227 27 27 Carmen.Rickhoff@RadissonSAS.com



Das bekannte Restaurant Rümlangerhof wird teilweise umgebaut und im Februar 2003 mit neuem Team und neuem Konzept wieder eröffnet.

Für unseren neuen Wirt suchen wir deshalb per 1.2.03 o.n.V. MitarbeiterInnen, die Freude am Umgang mit unseren Gästen haben und verantwortungsbewusst arbeiten:

- ★ Chef de service
- * Jungkoch
- Servicefachangestellte
- MitarbeiterInnen für Office, Buffet, Küche und Lingerie
- ★ Barfrau/-mann
- * Anfangsréceptionistin / Hofa

Alle Anstellungen 100 %

Wenn Sie eine entsprechende Ausbildung sowie Erfahrung in der Gastronomie haben und daran interessiert sind, die freundliche Atmosphäre in unserem Betrieb vom ersten Tag an zu prägen, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Irene Fellner-Michel, Airötel Rümlang, Glattalstrasse 178, 8153 Rümlang, Telefon 01 817 77 55.



Wir sind das führende Haus im Walliser Ferienort Leukerbad, der Ort mit dem grössten alpinen Thermalbadeangebot Europas.

Für die kommende Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir per Mitte Dezember erfahrene, sprachgewandte und initiative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die folgenden Positionen:

Betriebsassistentin (D/F/E) Réceptionistin (D/F/E)

Chef de rang (D/F)

WellnesstrainerIn (D/F/E) Med. Masseurin (D/F)

Sie haben bereits einige Berufserfahrung in ähnlichen Betrieben gesammelt, sind belastbar und haben Freude an Ihrem Beruf.

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Telefonanruf für ein Vorstellungsgespräch.

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes 3954 Leukerbad Tel. 027 472 20 00 Fax 027 472 20 01

M. Colombo, Direktion



Friott

VAISSANCE.

<

2

4

htr

NH ZURICH AIRPORT

Wir sind ein junges, modernes 4-Stern Hotel mit 140 Zimmern, Seminarräumen, Restaurant, Bar und Bistro.

Unser Hotel (vormals Astron Hotel) gehört zur international tätigen Gruppe NH-Hotels, die in 18 verschiedenen Ländern über 230 Hotels betreibt, davon 4 in der Schweiz.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir

Front Office Manager (m/w)

Eine gepflegte Persönlichkeit mit FO Führungserfahrung und Sprachkenntnissen, verantwortungsbewusst und engagiert.

Buchhalter (m/w)

Sie kennen sich aus mit Zahlen, Sie haben Erfahrung in Finanz-, Kreditoren- und Lohnbuchhaltung, sind engagiert, seriös und teamfähig.

Interessiert, dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Gerne würden wir Sie in unserem Team willkommen heissen.

NH Zurich Airport Hotel Martin von Moos Schaffhauserstrasse 101 8152 Glattbrugg

martin.von.moos@nh-hotels.ch

www.nh-hotels.com

ZÜRICH

Die Kette Marriott International bietet viele Karrieremöglichkeiten innerhalb des Konzerns mit 2000 Hotels weltweit. Dazu gehören mehr als zehn verschiedene Hotelmarken, wobei in Europa die Marken Marriott, Renaissance, Europa die Marken Marriott, Renaissance, Courtyard by Marriott und Ramada Hotels vertreten sind.

HOTEL.

Per sofort oder nach Vereinbarung sind folgende Positionen zu besetzen:

Purchasing Manager

Verantwortlich für den gesamten Einkauf und Führung von 2 Mitarbeitern.

Chief Steward Leitung und Betreuung des gesamten Stewardingbereichs mit 8 Mitarbeitern.

Bankett-Supervisor

Leitung und Betreuung unseres Bankettbereichs mit Grossanlässen bis zu 400 Personen. Mehrjährige Service-Erfahrung, Deutsch- und Englischkenntnisse erforderlich. Restaurant-Supervisor

Service-Leitung, Einsatzplanung und Service-Ablaufplanung. Mehrjährige Service-Erfahrung Deutsch- und Englischkenntnisse erforderlich.

Night Auditor

Deutsch-/Englischkenntnisse und Fidelio-Kenntnisse erforderlich.

Frau Susanne Eichenberger, Director of Human Resources, und Frau Marianne Klaus freuen sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen und beantworten Ihre ersten Fragen auch gerne telefonisch.

Zürich Marriott Hotel Personalabteilung Neumühlequai 42 • 8001 Zürich Telefon 01 360 74 20 Fax 01 360 73 03 E-mail: mhrs.zrhdt.dhr@marriotthotels.com Das Radisson SAS Hotel in Basel sucht nach Verein-

ReservierungsmitarbeiterIn

Als kommunikative und verantwortungsvolle Persönlich-keit tragen Sie aktiv am Erreichen unserer wirtschaftlichen Ziele bei. Sie kümmern sich um die Wünsche unserer Gäste per Telefon, Fax und E-mail und führen interne Statistiken. Sie sprechen Deutsch, Englisch und Fran-zösisch und sind das selbständige Arbeiten mit Windows und Fidelio gewohnt.

Front Office MitarbeiterIn

Als selbständige und diskrete Persönlichkeit sind Sie die erste Kontaktperson für unsere Gäste. Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und Hotelerfahrung, sind mit dem Windows-Umfeld und Fidelio vertraut und kommunizieren gerne in Deutsch, Englisch und Französisch.

- Was erwartet Sie im Radisson SAS Hotel in Basel:

 5" Hotel mit 205 Zimmern, 2 Restaurants, einer Bar, einem Convention Center mit einer Kapazität bis zu 350 Personen, einem Hallenschwimmbad mit Fitnessecke und dem Catering Service.

 Schnellstwachsende "up scale" Hotelkette Europas Motivierendes Arbeitsklima in einem jungen Team

 Interne Weiterbildung und Karriereplanung

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung Carmen Rickhoff, Human Resources Coordinator Radisson SAS Hotel Steinentorstrasse 25, CH-4001 Basel Telefon: +41-61 227 27 27 Carmen.Rickhoff@RadissonSAS.com

Radisson 545



Vom Piz Gloria bis zum Piz Buin.

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



Waldheim Risch-Zug

Hotel • Restaurant • Seminar • Ferien • Golf • Freizeit

- Ja, ich will mein Fachwissen und meine persönliche Kreativität für mehr Freude und Erfolg im Berufsleben einsetzen:
- !ch will mehr als «nur» kochen.
- C Ich will frischen Wind in Form von neuen Kreationen auf den Teller bringen, und darüber hinaus den heutigen Bedürfnissen des Gastes volle Beachtung schenken.
- Mein Wunsch ist es, als

Chef de partie

in einem jungen und innovativen Team die Kochkunst neu zu entdecken.

Sind das IHRE Zielsetzungen?

JA?
Dann nichts wie los. Auf Sie haben wir gewartet...

Neugierig erwarten wir Ihre Dokumentation, oder rufen Sie uns an und verlangen Martin Eggimann, um weitere umfangreiche Details zu erfahren.

Stellenantritt per 1. März 2003 oder früher.

Hotel Restaurant Waldheim 6343 Risch Tel: 041 799 70 70 Heute schon gesurft? <u>www.waldheim.ch</u> es lohnt sich. E-mail: <u>personalchef@waldheim.ch</u>



HOTEL- UND RESTAURATIONSBETRIEBE DER THERMALQUELLE AG, 5330 ZURZACH

Für unser Badrestaurant (Selbstbedienung mit 300 Sitzplätzen) direkt beim Thermalbad Zurzach suchen wir auf den 1. Dezember 2002 oder nach Übereinkunft

Stellvertretung Restaurantleiter

Wenn Sie Führungserfahrung haben und gerne Verantwortung übernehmen, dann sind Sie bei uns an der richtigen Adresse.

Für unsere Betriebe Kurhotel**** Turmhotel***

- Chef de Partie
- Commis de Cuisine
- Anfangsgouvernante
- Kellner/Serviceangestellte

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

Für telefonische Auskünfte stehen Ihnen Frau Margrit Weiss, Restaurantleiterin, und Herr Werner Huber, Küchenchef, gerne zur Verfügung. Telefon 056 265 22 40.

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 Brasserie de qualité, bien installée sur la

Chef de cuisine

Profil souhaité:

- Expérience à un poste similaire
 Capacité de diriger une brigade de taille moyenne
 Compétence confirmée

- Compétence confirmée
 dans la gestion des rendements
 Personnalité créative et dynamique

Entrée en fonction dès janvier 2003 Conditions intéressantes

Candidats de nationalité CH ou avec permis de travail valable, sont priés d'adresser leur dossier avec Curriculum Vitae et photo, sous chiffre 152514 à Hôtel Revue, case postale, 3001 Berne.

L'Institut le Rosey à Rolle et Gstaad en hiver

cherche pour entrée le 1er décembre 2002

un cuisinier qualifié

CH ou permis B/C

Adresse: Institut Le Rosey, Monsieur Reynier 1180 Rolle Tél. 021 822 55 00

152541/29017

Ecole privée en Suisse

région Genève

cherche pour entrée immédiate

un éducateur d'internat

(filles et garçons)

Pour ce travail de contact permanent avec les élèves dans le rôle de garant des bonnes manières, d'exemple et de confident, nous demandons un diplôme d'éducateur reconnu, une expérience confirmée des adolescents, la capacité de travailler en équipe et de bonnes connaissances d'anglais et de français qui permettent de travailler dans les 2 langues. Ce poste nécessite de vivre sur learmpus, avec du temps libre la semaine entre 9 h 00 et 15 h 00. Emploi à temps complet (aussi les week-ends).

Offres par écrit (CV + photo, copies diplômes et certificats de travail) à faire parvenir à ISC School Council SA – 11, rue du Rhône – 1204 Genève, avec la référence «éducateur».



D'OVR ONNAZ

1911 Ovronnaz/Valais/Suisse Tél. 027 305 11 18 Fax 027 305 11 93

RÉCEPTION

entrée de suite ou à convenir, une/un réceptionniste

un poste rémunéré en fonction des capacités
un travail au sein d'une équipe

Votre profil:

- motivé
 sens de l'accueil
 disponible
 maîtrise du français et de l'allemand parlé et
- écrit si possible connaissance d'autres langues connaissance du programme hôtelier fidelio est un atout

Les personnes intéressées sont priées d'en-voyer leur CV complet à l'adresse susmen-tionnée, à l'attention de M. Philippe Stalder, directeur général.



un night-audit ou réceptionniste de nuit

Vous êtes: • autonome

- rigoureux et précis
 à l'aise avec l'informatique

Vos principales responsabilités:

- accueil des clients en arrivée tardive check in et check out
- gestion et suivi de la facturation tous travaux d'administration liés à la réception d'un hôtel sécurité de l'Etablissement

Nous offrons

Tout sur Internet

Abonnements et annonces:

et les bénéfices nets.

tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23, www.htr.ch

Erfolgreicher Hotelier/

Restaurateur (VDHSHV), 44 in ungekündigter Stellung, voller Ideen und Tatendrang, sucht neue, längerfristige Herausforderung als Direktor (Miete/Pacht).

(Mieter/Pacht).

Ein Hotel in den Bergen, im Grünen oder Nähe City aus dem Dornröschenschlaf zu wecken, wäre genau das Richtlige! Biete: Erfahrung 4-Sport/Wellness-/ Seminar-/Ferienhotellerie, praktischer Umsetzer, unkonventionellerie Gastgeber, Teamplayer, zukunftsorientiert, zielstrebig, stilsicher, zahlenstark, humovoll, auch mal herndsärmlig, naturverbunden, sportlich, technisch begabt, mit Spass und Freude am Berut!

Angebote unter Chiffre 152563 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern

- poste stable dans un cadre agréable et de haut standing salaire selon qualifications
- taux d'activité 100%
- entrée de suite ou à convenir

Envoyez-nous sans tarder vos offres avec documents usuels à:

Hôtel Résidence Bristol SA Av. de Chillon 63 - 1820 Montreux Tél. 021 962 60 60 - Fax 021 962 60 70

htr

Operiamo in una moderna costruzione che puo accogliere gruppi, scuole e seminari. Per la prossima stagione invernale, posto annuale, cerchiamo ancora

1 coppia di custodi

responsabile per mansioni di accoglienza ospiti, manu-tenzione e publizia dello stabile, pref. con nozioni di

Attendiamo la vostra candidatura a: CENTRO TURISTICO GROSSALP SA Per Ostello Giovanibosco, 6685 Bosco Gurin e-mall: grossalp@bluewin.ch



Platz 5 unter den besten Ferienhotels der Schweiz (Bilanz 2002) Gault Millau 15 Punkte

Die Professionalität mit Liebe zum Detail, der unaufdringliche Charme, die elegante Atmosphäre, die ausgezeichnete Küche und das breite Freizeitangebot, in einer großen subtropischen Parkanlage, machen das Park Hotel Delta zu einem der besten Hotels der Schweiz.

Zur Vervollständigung unseres Teams 2003 suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

P aradiesisch A nimierend

Réceptionist/in Sprachgewandt in D, I,E,F Computer Front Office und Korrespondenz-erfahrung R affiniert

K omfortabel

Hallen/Etagen Portier Mit Deutschkenntnisser

H erzlich O riginell T essinerisch E legant

L uxuriös

Chef de Rang/Commis de Rang/ Service Praktikant/in Gute Sprachkenntnisse in D, I

Barman

Gute Sprachkenntnisse in D. I

Commis de cuisine Chef de partie Chef Pâtissier

D iskret E xklusiv L ebhaft T raumhaft A nders

Für unseren Wellnessbereich: Kosmetikerin

Masseurin/Fitnesstrainerin

Interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre Unterlagen mit Photo. Was wir Ihnen bieten und wie Sie sich in unser Team integrieren, teilen wir Ihnen gerne bei einem Vorstellungsgespräch mit.

PARK HOTEL DELTA & SPA

Personalbüro Via Delta 137-141 CH-6612 Ascona Telefon +41 91 785 77 85 Fax +41 91 785 77 35





swiss golf Dotels

STELLENGESUCHE

Im Juli 2003 beende ich meine Ausbildung zur eidg. dipl. Mitarbeiterin in der Hotellerie KV. Auf August 2003 suche ich deshalb eine Stelle in der

Tourismusbranche 80-100%

mit Möglichkeit zur berufsbegleitenden Weiterbildung zur Tourismusfachfrau HF im Frühjahr oder Herbst 2004. Suchen Sie eine offene, ehrliche und be-lastbare Mitarbeiterin, die gerne im Team arbeitet aber auch vor seibstständigem Arbeiten nicht zurückschreckt? Dann freue ich mich auf Ihr Angebot!

Irene Thali Telefon 033 822 99 81 Blumenstrasse 8, 3800 Interlaken E-mail: m.i.thali@tcnet.ch

Qualifiziertes Hotelpersonal

Agentur Messner Tel. 0043 512 56 73 53 Fax 0043 512 56 73 54 agenturmessner@aon.at

htr

Meine berufliche Zielsetzung: Ich möchte mit

totaler Kundenfokussierung und IT-gestützter Administrations- und Marketing-/Sales-Effizienz

zum Wettbewerbsvorteil meines zukünftigen Arbeitgebers beitragen

Intelligente, EDV-gestützte Hilfsmittel/Verkaufs-Tools für Réception/Concierge, Marketing/Sales/PR und F&B sind dabei ebenso wichtig wie die Aktualität und Kompatibilität Ihrer Hard- und Software, der IT-Support für Kunden und Mitarbeiter sowie die Attraktivität Ihrer Homepage und Ihrer Mailings.

Meine Doppelausbildung als Eidg. dipl. Hotelier/Restaurateur und IT-Manager möchte ich in einem <u>bedeutenden</u> (in der Deutschschweiz domizilierten) Hotellerie- und/oder Gastronomie-Unternehmen vollumfänglich zum Tragen bringen.

Die konkreten/effektiven Einsatzmöglichkeiten und Potenziale lassen sich am besten in einem vertieften Gespräch ausloten: Ich freue mich auf Ihre Kontaktnahme!

Gregor Toggwyler Eidg. dipl. Hotelier/Restaurateur + IT-Manager Erlinsbacherstrasse 108, 5000 Aarau gregor@toggwyler.ch Telefon 062 823 42 72 / Mobil 079 461 88 00

Weitere Informationen zu meiner Person, zu meinem Werdegang und zu meinen beruflichen Aktivitäteri finden Sie unter http://gregor.toggwyler.ch http://gastromedia.ch 1524677992008

aus Nord- und Südtirol sucht für Wintersaison in der Schweiz Arbeit in renommierten Gastbetrieben.

Über Marketing und Dumping.

Abonnieren und inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,

Ich suche Stelle als Hauswart, bin 32j., gel. Sanitärinstallateur mit Hauswarterfahrung. Raum Mittelland/ZH/Zentralschweiz. Tel. 078 634 11 50

Schwaller Urs Burgacker 15 4652 Winznau

152542/387569

Sie suchen eine

Réceptionistin!!!

Ich bin 21 Jahre jung und möchte mich einer neuen Herausforderung in einem motivierten, justigen Team stellen. Ausbildung und Tätigkeit in der Gastronomie. Muttersprache Deutsch, Ferndsprachen IFFE, PG-Kenntnisse vorhanden. Freue mich auf ein erstes Gespräch.

Anni Gysel Sommerau 186, 8217 Wilchingen Telefon 052 681 29 68 heiner.gysel@bluewin.ch



Sie möchten das auch tun? Dann suchen wir Sie, zur Vervollständigung unseres jungen Teams, als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r die ihren Beruf lieben.

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersalson Mitte März bis 05. November 2003 zu besetzen:

- Restaurantleiter/in D/I/F mit guten Führungsqualitäten (18 Pers.)
 2. Chef de Service D/I/F
- Réceptionist/in D/I/F mit Hotelerfahrung von Vorteil
- ervicefachmitarbeiter/in D/I/F, für à la carte und Saal
- Sous-Chef mit Erfahrung in ähnlicher Position Div. Chefs de partie mit Erfahrung Commis de cuisine Hilfskoch/Casserolier

· Commis de rang D für Saal

· Portier/Abl. Nachtportier D/I von Vorteil

Wir bieten Ihnen eine familiäre Atmosphäre, geregelte Arbeitszeit, Urlaub während der Saison, Benützung unserer Sport-Infrastruktur.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung! Parkhotel Brenscino, Natascha Rothermann, Personalchefin Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago Tei: 091.786.81.11/Fax: 091.793.40.56 www.brenscino.ch E-mail: info@brenscino.ch

152476/600

New Challenge

Hotel & Gastro-Personalvermittlung Je nach Aus/Weiterbildungs- und Erfahrungsrucksack bieten sich interessante Möglichkeiten in folgenden Positionen an.

2. Chef de Service

(In diese Aufgabe ist Frauenpower gefragt! Gepflegter à la carte Betrieb, Agglomeration ZH)

Bankett-Sachbearbeitung

(Für diese Aufgabe bringen Sie eine KV- Aus- oder Weiterbildung sowie Branchen Kenntnisse mit; 4*Hotel ZH)

BetriebsassistentIn

(Jungkaderposition, ideal für Fachleute mit 2-3 Jahren Berufs- und ev. ersten Führungserfahrungen; Zürich-Umgebung)

Sous-Chef

(versch. Betriebskonzepte und Bereichsgrössen; ZH & Umgebung)

Demi- und Chef de Partie

(gehobene à la carte-Konzepte; Zürich & Zürichsee/SZ, junge, dynamische, gepflegte Restaurant-Konzepte; ZH & Umgebung)

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

New Challenge

Gabriela Weber Seestrasse 160

Tel. 01/201 24 66 Fax 01/202 58 68

8002 Zürich E-mail: newchallenge@bluewin.ch

hotel**job**

Ihr Weg

nächsten

Stelle

Chef de partie m/w

Commis de cuisine m/w

Servicefachangestellte/r

führt

zu

hoteljob

hweizer Hotelier-Verein [©] teljob Personalberatung und Stellenvermittlung unbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern efon 0041 31 370 43 33, Telefax 0041 31 370 43 34

Nor Personal-Profi Für Stellensuchende kostenlos Bei uns sind Sie in guten In Jahres- + Saisonstellen Basel 01 432 73 73 Basel 061 313 40 10 Luzern, Zug, SZ 055 415 52 84 Bern, Solothum 055 415 52 84 St. Gallen, Bodensee 055 415 52 83 Zürichsee, Rapperswil 055 415 52 83 Argau, Baden 055 415 52 84 Argau, Baden 055 415 52 84 Graubünden, Davos Engadin, St. Moritz 055 415 52 83 Interlaken, BE-Oberl 033 823 32 32 Wallis, Zermatt Romandie, Lausanne Schnell und zuverlässig olin, St. Moritz 933 415 32 63 aken, BE-Oberl. 933 823 32 32 aken, BE-Oberl. 927 945 17 45 andie, Lausanne 927 945 17 45

www.dominogastro.ch personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

DOMINO GASTRO



E-Mail gastroa@bluewin.ch Personal-Vermittlungen

Tel. +41 794 751 133, +41 813 822 123, Fax +41 813 822 156 Personal aus Österreich ab sofort u. komi

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

com. پروس کو کو کو کو کو Com Stellenbörse von Arosa





ww.gastro-S.ch

INTERNATIONAL

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 tallain, personal interview is needed, please send C.V. to box no. 152384 to hôtel revue, P.O. Box, 3001 Berne.

Hotelservice Portugal

Vermittlung - Selektion - Plazierung Tel. 00351 255 425 067/00351 917 777 672 Fax 00351 255 425 053 Our e-mail is: hotelservice@clix.pt

Internationale Stellenbörse für Hotel- und Gastroprofis www.horesto.ch

Telefon +41 1 721 19 47

DCW SERVICES | ÜBERSETZUNGEN

TRADUCTIONS www.jcwservices.ch Waldhofstr. 43 CH-4310 Rheinfelden ☎ 061/422 06 57 Fax 422 06 56 info@jcwservices.ch

KANADA 2003

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-

n: www.1291job.com Eichacherstrasse 8, 8904 Aesch/ZH Telefon 01 777 73 64 1291@teamshop.ch

Die Interviews mit dem Resort-Direktor finden am 11./12. Nov. in Zürich statt.

ARBEITEN AUF DEN MALEDIVEN

Für Duniye Spa Pvte. Ltd., eine Wellnessfirma, die auf den Malediven diverse nessfirma, die auf den Malediven diverse Spa's betreibt, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

Manager/in

Personelle und administrative Führung der Firma

Voraussetzungen: Ausbildung und Erfahrung als Masseuse/Masseur Management-Erfahrung Sprachen D/E/F

Therapeuten/-innen

Ausgebildete Therapeuten/-innen mit Praxiserfahrung Sprachen D/E

Nur schriftliche Bewerbungen an: Frau Amy Stierli c/o Manta Reisen AG Treichlerstrasse 10, 8032 Zürich

Über Gastfreundschaft und Seilschaften, htr

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

Über Internet und nette Gäste.

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

IMPRESSUM

htt 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: Monthjoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23 Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel Anzeigenevrékauf / Vente des annonces: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Andres Jakob, Marc Moser E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch, Matthias Beyeler, E-Mail: matthias.beyeler@swisshotels.ch

Anzeigentariif (pro mm und Spalte) / Tariif des annonces (par mm et colonne):

Frontseite / Première page:
Frontseite / Première page:
Frontseite / Première page:
Frontseite / Sans TVA)
Frontsmus / Stellenangebote / Offres d'emploi:
Frontsmus / Stellenangebote / Offres d'emploi:
Frontsmus / Frontsmus / Frontsmus / TvA incluse)
Frontsmus / TvA incluse / Frontsmus / TvA incluse)

Ausgabe Erscheint Anzeigenschluss Wiederholungen

Nr. 46/2002 Do 14. 11. 2002 Mo 11. 11., 12.00 Mo 11. 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 Inserateta untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoss gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verlogt.