

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 110 (2002)  
**Heft:** 48

## 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:** 23.08.2025

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



**RENÉ KAMER /** Der Railway-Geschäftsführer ortet neue Kundensegmente für das SBB-Tochterunternehmen. **SEITE 2**



**WERTSCHÖPFUNG /** Luzerns Kultur- und Kongresszentrum KKL löst in der Region beträchtliche Umsätze aus. **SEITE 3**



# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

## Langeweile für Gäste

MARIETTA DEDUAL

**L**angweilen Sie sich bei uns! So die Aufforderung. Es braucht Mut, mit einem derart negativ besetzten Begriff auf eine Kundschaft zuzugehen, die von allen Seiten her mit - positiv besetzten - Schlagworten wie Aktivitäten, Erlebnistage und Abenteuerurlaub angelockt wird. Wer jedoch die «Langeweile» nicht mit grauer Eintönigkeit oder gar Verdrossenheit gleichsetzt und sie auch nicht allzu schnell aufzufüllen versucht, sondern sich konstruktiv mit ihr auseinandersetzt, dürfte noch manche Überraschung erleben. Und sei es nur in der Begegnung mit sich selbst.

«Man trenne das Wort Langeweile in zwei und betrachte deren genaueren Sinn: lange weilen. So soll es sein», sagt Hoteldirektor Thomas Frei, der die Aktion initiiert hat. Die Langeweile - ganz nach dem Motto «langweilen ohne zu eilen» - wurde im «Bernerhof» in Gstaad für den November propagiert und stiess auf reges Interesse. Auf der eigens dafür eingerichteten Homepage wurden bisher über 4000 Hits registriert. Die Langeweile, laut Frei ein in unserer Erlebnisgesellschaft in hohem Mass tabuisiertes Gefühl, ist eine unserer produktivsten Emotionen. Er hat sie zum Ferien-Programm für seine Gäste gemacht; im Frühjahr will er die Aktion wiederholen.

Siehe auch Seite 12

**INHALT**

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/9
Hotellerie	10/11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Marktnotizen	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



**SWISS ARMED FORCES CULINARY TEAM /** Die Schweizer Militärköche holten sich an der inoffiziellen Weltmeisterschaft, dem Culinary World Cup 2002 in Luxemburg den Gesamtsieg. **CHRISTIAN MEYER**

## Spitzenmenu aus der Gulaschkanone

**Gold!** Die Schweizer Armee-Mannschaft unter dem Kommando von Oberst Urs Bessler gewann in Luxemburg in der Kategorie «warme Küche» Gold und sicherte sich damit den Gesamtsieg. Unter Feldbedingungen richteten die Militärköche ein Drei-Gang-Menu für 80 Personen aus, gedacht für einen Festanlass. Zuvor eroberten die Schweizer bereits in der Kochkunstausstellung eine Goldmedaille.

Gekocht und angerichtet wurde in einer so genannten Nato-Küche, gemäss Teamchef René Schanz mit einer «besseren Gulaschkanone» vergleichbar - alles auf einer Fläche von sechs mal sechs Meter. Ausserdem wurden der Crew laut Reglement lediglich sechs Stunden Vorbereitungszeit zugebilligt.

«Ausschlaggebend für unseren Sieg in Luxemburg war die Arbeitsorganisation und die Zusammenarbeit im Team», sagt René Schanz zurückblickend. So war Schanz allein für das Abschmecken der Speisen verantwortlich. Die straffe Ordnung zahlte sich aus: Die Luxemburger Jury fand nicht nur lobende Worte bezüglich Wohlgeschmack der Speisen, sondern hob auch besonders die Arbeitsdisziplin und die Hygiene des Schweizer Militärteams hervor. **Seite 6**

Foto: zög



**STRAHLENDE SIEGER**

Die Delegation des Swiss Armed Culinary Team (SACT) an der Preisverleihung in Luxemburg, v.l.n.r., hinten: Urs Bessler, Hedi Bessler, Hans-Rudolf Brüllsauer, Stefan Kern, Marcel Staubli, Claudia Schanz, René Schanz, Jürg Zwahlen; vorne: Jean-Michel Martin, Pascal Grütter und Andy Wiedmer.

**ZWEITWOHNUNGEN /** Zu starker Bauboom im Oberengadin

## Zuviel wirkt sich negativ aus

In den letzten fünf Jahren wurden im Oberengadin mehr als eine Milliarde Franken in den Bau touristischer Einrichtungen und Zweitwohnungen investiert. Nun scheint bei den Zweitwohnungen im Vorfeld der Ski-Weltmeisterschaften vom 2003 in St. Moritz die quantitative Grenze überschritten worden zu sein. Die eifrige Bautätigkeit namentlich im Bereich neuer Zweitwohnungen könnte dem Ort mittelfristig Schaden zufügen, befürchtet Kurdirektor Hanspeter Danuser. Diese stünden nämlich erfahrungsgemäss 90 Prozent des Jahres leer. Zudem werde ein Verkehrschaos provoziert. Den dank gross angelegten Promotionskampagnen gewonnenen Hotelgästen hat es in St. Moritz offenbar so gut gefallen, dass sie sich nicht selten zum Erwerb eines Domizils entschlossen.

Im Unterwallis kämpft man mit ähnlichen Raumplanungsproblemen. «Mit einer besseren Raumplanung sowie höheren Steuern für Neubauten im Wohnungsbereich müssen die Gemeinden in erster Linie ihre Hotellerie unterstützen», fordert der Walliser Tourismusdirektor Urs Zenhäusern. Zurzeit wird im Wallis eine Reihe von Massnahmen diskutiert, mit denen man das erkannte Problem in absehbarer Zeit in den Griff bekommen will. **ROW**

Siehe Seite 11

**GUIDO BRIVIO /** Engagement für den Tessiner Qualitätswein

## Plädoyer für Schweizer Wein

«Die einheimischen Weine sollten in der Schweiz Priorität haben.» Dieser Ansicht ist der Tessiner Weinproduzent Guido Brivio. Er ist gleichzeitig auch Präsident der Wein-Marketing-Organisation «Pro Viti» Ticinowine. Brivio fordert die Gastronomen auf, sich bewusst zu werden, «wie sehr sich die Qualität der Schweizer Weine verbessert hat». Der Tessiner Merlot beispielsweise sei vom Bocalino-Image weggekommen. Die Schweizer Weinliebhaber wüssten um die hohe Qualität der Tessiner Weine. «Sie verlangen nicht mehr nach Merlot im Bocalino, sondern sie möchten einen guten Merlot aus einem schönen Glas geniessen.»

Aber auch im Ausland will Brivio die Tessiner Weine bekannter machen. Dabei spiele die verfügbare Quantität keine Rolle. Es gäbe genügend Beispiele die beweisen würden, dass Weine, von welchen nur einige tausend Flaschen produziert werden, weltbekannt sein können. Für Guido Brivio gehören Wein und Tourismus zusammen. «Denn der Wein gehört auch zur Tessiner Kultur. Wie der berühmte Architekt Mario Botta den Namen Tessin in die Welt hinaus trage, könne beispielsweise auch die Tourismusentwicklung enorm dazu beitragen, dass das Tessin international bekannt werde. **MJP/DST**

Siehe Seite 13

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

Die erfolgreiche Hotel-Software

# hogatex

Hogatex Starlight® for Windows

Touch Screen POS-Systeme **InfoGenesis**

Hogatex-Fenner AG • Tel. 01/743 47 50 • Fax 01/741 11 12  
Internet <http://www.hogatex.ch> • e-mail: [info@hogatex.ch](mailto:info@hogatex.ch)

**Miele**  
Service-Abonnement.  
Vollgarantie mit Bonus.

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

micros

STROZZI

Strozzi's

In guten Häusern zu Hause:  
Micros Kassensysteme von  
Check-In Data 01 701 96 96

**CHECK IN DATA**

## IN KÜRZE

**Wasser** / Immer mehr Bündner Destinationen wollen mit ihren Themen den Markt erobern und investieren grosse Summen in den Unterhalt ihrer Anlagen. Badewasser scheint Erfolg zu bringen, Mineralwasser hingegen nicht. **Seite 4**

**Swiss** / Das Streckennetz der Schweizer Airline Swiss soll im nächsten Frühjahr redimensioniert werden. Vorgesehen ist ein Abbau von insgesamt acht Flugzeugen und 300 Stellen. Welche Auswirkungen hat dies auf den Tourismus? **Seite 9**

**Tourismusverbände** / In Zukunft werde die Auslastung der Kapazitäten und nicht die Entwertung der Destinationen im Vordergrund stehen müssen, war an der Tagung des Bundesverbandes Österreichischer Tourismusmanager (BÖTM) zu vernehmen. **Seite 10**

**Zweitwohnungen** / Die SKi-WM in St. Moritz hat im Oberengadin zum Missfallen der Tourismusbehörden einen Bauboom ausgelöst. Im Unterwallen kämpft man mit ähnlichen Problemen. **Seite 11**

**Guido Brivio** / Barriqué-Ausbau und modernes Marketing – der Tessiner Weinproduzent aus Mendrisio und Präsident der Tessiner Wein-Marketing-Organisation «Pro Viti» Ticino wine hat sich kompromisslos den Qualitätsweinen aus der Schweizer Sonnenstube verschrieben. **Seite 13**

**Strassburg** / Gebäckenes und Bier, Gemütlichkeit und moderner Touch – das Brasseriekonzept «La Stub» der Brauerei Fischer im Elsass versucht Tradition und Zeitgeist zu kombinieren. Bald sollen noch mehr Lokale eröffnet werden. **Seite 14**

**Acrylamid** / Goldgelb und nicht dunkelbraun braten – Acrylamid bildet sich während des Kochprozesses als Nebenreaktion zur Bräunung. Voraussetzung für Acrylamid-arme Rösti oder Pommes frites ist denn auch die richtige Kartoffelsorte, die möglichst wenig Zucker enthalten soll. **Seite 15**

**Internet** / Anna Analog, Achim Digit und Dane Digital heissen die drei Typen von Internetbenutzern. Rita Schmid, Absolventin der Tourismusfachschule in Siders, untersuchte das Surfverhalten bei der ST-Website Deutschland. **Seite 17**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**Konjunktur** / Als Antwort auf die fortwährenden konjunkturellen Schwierigkeiten richten die Tourismus-Verantwortlichen in der Westschweiz ihren Blick gegen alle Widrigkeiten auf ihre mittelfristigen Vorhaben und Ziele. **CF Seite 1**

**Gruppentourismus** / Starke Emotionen garantiert – das deutsche Unternehmen Adrenatur will den Feriengästen in Crans-Montana noch andere Vergnügen bieten als nur Skifahren, Golf spielen und Wandern in freier Natur. **CF Seite 3**

**Noirmont** / In einer Periode der wirtschaftlichen Unsicherheit zeigen Georges Wenger und seine Gattin Andrea Optimismus und antizyklisches Verhalten, denn sie renovieren Anfang nächstes Jahr ihr Restaurant – das ehemalige Bahnhofbuffet in Noirmont – vollkommen neu. **CF Seite 4**

**Genf** / Ezio Indiani, der Direktor des Hotels des Bergues in Genf, wurde kürzlich mit dem «Hermes Award» der internationalen Hotelindustrie ausgezeichnet. **CF Seite 5**

## FORUM

## Der Wert touristischer Marken

JOSEF ZENHÄUSERN\*

Die Ausgangslage am Beispiel «Lötschberg» ist klar: Im Januar 2003 soll die Destination «Lötschberg» gegründet werden: das Lötschentäl zusammen mit Kandersteg – wie man aufgrund eines Gutachtens empfiehlt – auch Gampell/Leizinen und Umgebung.



Bei der damaligen professoralen Idee der Schaffung von Destinationen oder Zielgebieten wollte man touristische Regionen mit einem Kernort bilden, um damit die Kräfte besser zu bündeln und um bei den kantonalen Tourismusorganisationen dank einer kleineren Zahl von Partnern effizienter arbeiten zu können. Aus meiner Sicht eignen sich die so genannten Destinationen für eine regionale Zusammenarbeit im Bereich der Infrastruktur wie Wanderwege, Vermietung von Wohnungen oder bei der Organisation von regionalen Events, aber schon weniger bei der Information, die der Gast gerne an seinem Ort bekommen möchte. Und schon gar nicht oder nur in den seltensten Fällen eignen sich diese Destinationen als neue «Marken» in der touristischen Werbung.

Der Wert touristischer Marken entscheidet sich nicht in Tourismusbüros, sondern in den Köpfen unserer heutigen oder potenziellen Gäste: Welchen Wert, welche Bedeutung ordnen sie diesem neuen Begriff zu?

Eine Illusion ist es also, mit einer neuen Marke «Lötschberg» auftreten zu wollen. Da genügen nun einfach die Budgets von Kandersteg und Lötschentäl nicht, um den potenziellen Gästen begrifflich zu machen, dass der Lötschberg neu eine Feriendestination ist und nicht nur ein Eisenbahntunnel mit Autoverlademöglichkeit ...

Lösungen: Warum arbeiten wir nicht vermehrt mit unseren Lokomotiven – gemeint sind Top-Orte – und hängen ein paar Wagen daran wie z.B. «Gstaad-Saaneland»; oder aber, warum bündeln wir nicht diverse kleinere Orte horizontal zu neuen Werbeeinheiten, z.B. Walliser Täler, Grenzorte der Schweiz oder etwa im Sinne der Bündner Initiative «Kleine und feine Orte», die einen Preis am diesjährigen «Milestone» in Bern erhalten hat? Warum arbeiten wir auf dem Markt, vor allem im Ausland, nicht stärker mit Begriffen wie «Wallis», «Graubünden» oder vielleicht wieder «Berner Oberland»?

\* Advice in Sports, Tourism and Sponsoring

**RENÉ KAMER** / Der Railway-Geschäftsführer über das Geschäftsjahr 2002 und wie sich die SBB-Tochter noch stärker behaupten will: Er ortet Neukunden bei Autofahrern und Carbenutzern. **INTERVIEW: GREGOR WASER**

## «Mehr Lust auf die Schweiz kriegen»

René Kamer, als Freizeit-Anbieter der SBB drehte sich bei Railway in diesem Jahr vieles um die Expo. Wie beurteilen Sie das Expo-Geschäft aus Ihrer Sicht?

Wir sind von einer 20-prozentigen Verlagerung von Zielen wie Schifffahrten auf dem Vierwaldstättersee oder Museen-Besuche in Richtung der Expo ausgegangen. Mengenmässig liegen wir ohne das Expo-Geschäft – dieses brachte uns 47 234 Kunden bzw. knapp 8 Mio. Franken Umsatz – mit 290 000 verkauften Angeboten per Ende Oktober ca. 9 Prozent hinter dem Vorjahr, im Umsatz liegen wir 6,6 Prozent zurück.

Bei den Packages mit Zusatzleistungen wie Schiff- und HPM-Events (Velo/Skates) liegen wir bei Railway aber deutlich unter den Erwartungen (nur knapp 7000 Packages verkauft). Was man im Vorfeld falsch eingeschätzt hat: 81 Prozent der Gäste wechselten die Artepilger nicht am gleichen Tag – was nicht eine Frage des Preises, sondern der Zeit war. Sehr zufrieden sind wir mit dem Gruppengeschäft: Für Firmen und Vereine haben wir rund 1250 Reisen mit gegen 35 000 Personen durchgeführt.

Wie hat sich Railway seit der Gründung Ende 1999 generell entwickelt?

Die Zielsetzung damals lautete, eine Verdoppelung der Freizeit-Packages innerhalb vier Jahren zu erreichen – dies schafften wir bereits nach ein- und einhalb Jahren. Generell kann man sagen, dass sich die Marke Railway bei Leistungspartnern und Kunden sehr schnell etabliert hat – nicht zuletzt dank den 500 Verkaufspunkten und den 800 000 täglichen SBB-Benutzern, die am «Point of Sale» mit den Angeboten konfrontiert werden.

Das laufende Jahr war nun aber schon sehr speziell, nicht nur wegen der Expo. Der Jahresbeginn war noch von Nachwirkungen des 11. Septembers und eher schlechtem Wetter geprägt. April und Mai waren gut, der Juni dann aber zu heiss und von der Fussball-WM geprägt, was sich in einem passiven Ausflugsverhalten niederschlug. Hinzu kamen diverse wirtschaftsbedingte Hiobsbotschaften, die für Verunsicherungen sorgten. So lautet auch die Einschätzung unserer Schlüsselpartner. Ich gehe aber davon aus, dass sich spätestens ab nächstem Frühling eine klare Besserung abzeichnet.

Der Markteintritt als Freizeit-Anbieter der SBB ist Railwayweges glücklich. Welche strategischen Schritte stehen im nächsten Jahr an?

Wir setzen nun ganz klar auf eine Marktthroughdringungsstrategie, auf die Gewinnung neuer Kunden mit mehrheitlich bestehenden Produkten. Wir können nun beurteilen, welche Angebote erfolgreich sind und welche nicht. Entsprechend wird die Angebotspalette verfeinert. Neukunden orten wir bei Autofahrern oder Carbenutzern. Viele Leute haben erkannt,

Foto: Gregor Waser



RENÉ KAMER

Railway vor neuer Ausrichtung: «Mit einer Marktthroughdringungsstrategie die Kunden mit noch geringer Bahnaffinität erreichen.»

wie angenehm und organisatorisch einfach der ein- oder mehrtägige Ausflug mit der Bahn innerhalb der Schweiz sein kann. Die Schweizer sollen noch mehr Lust auf die Schweiz kriegen.

## «Mit Tourismuspartnern schnüren wir Exklusivangebote – mit fixen Daten und Kontingenten.»

Sie arbeiten bereits eng mit Tourismusorganisationen zusammen. Sind weitere Kooperationen geplant?

Kooperationen mit Tourismuspartnern – wie mit Schweiz Tourismus – sind für uns sehr wichtig. Um neue Kundensegmente zu erschliessen, setzen wir künftig auch auf Wirtschaftspartner. Das können Firmen wie Ricola, Emmi, Raiffeisenbank oder Swisscom sein, um verstärkt an den Endverbraucher zu gelangen. Tatsache ist, dass die Hälfte der Schweizer Bevölkerung noch eine geringe Bahnaffinität hat und bisher primär auf die Strasse setzt. Mit Tourismuspartnern werden wir Exklusivangebote schnüren – mit fixen Daten und Kontingenten, nach dem Motto: «Das kann man sonst nirgends kaufen.»

Angebote wie Snow'n'Rail oder Biken im Vordergrund. Ein zweites Segment sind Familien und die dritte Gruppe nennen wir «Best Age», wo wir Leute ab 50 ansprechen.

Inwiefern können Halbtax- und GA-Kunden von Ihrer Angebotspalette profitieren?

Die 1,9 Millionen Halbtax-Abonnenten spielen bei uns eine grosse Rolle. Von den total verkauften Angeboten gehen 32 Prozent an Halbtax-Abonnenten, die natürlich von ihrer Ermässigung profitieren. Eine zusätzliche Herausforderung stellen die 240 000 GA-Kunden dar. Hier versuchen wir, die Tourismuspartner dazu zu bewegen, dass beim Vorzeigen des GAs eine Preisreduktion erteilt wird. Zurzeit ist dies bei der Hälfte der Fall, Tendenz steigend.

## «Die Nachfragen übersteigen die mögliche Berücksichtigung in etwa dreimal.»

Wie schafft es denn ein Hotelier, in den Railway-Angeboten berücksichtigt zu werden?

Hier gibt es zwei Wege. Einerseits kann er die Einbettung via die Tourismusorganisationen anstreben. Noch einfacher, der Weg direkt zu uns. Beim Gruppengeschäft mit dem Ausarbeiten von A-la-carte-Offerten nehmen wir Bezug auf die Unterlagen jener Leistungsträger, mit denen wir eine Vereinbarung haben.

Das Interesse von Hoteliers dürfte gross sein, in Ihrem Distributions- und Kommunikationsnetz berücksichtigt zu werden.

Die Anzahl der Nachfragen übersteigt die Anzahl der möglichen Berücksichtigung in etwa dreimal. Ein Kriterium, welches wir in der Zusammenarbeit mit Tourismuspartnern stark gewichten, ist die Bereitschaft, einen Beitrag hinsichtlich der Förderung des öffentlichen Verkehrs zu leisten. In diesem Punkt trennt sich die Spreu vom Weizen schnell.

## René Kamer, Geschäftsführer Railway

Als Geschäftsführer leitet der Luzerner René Kamer (49) die Geschicke der Railway. Kamer war von 1973 bis 1986 bereits bei den SBB tätig – zuletzt als Verkaufstrainer – und leitete darauf hin während zwölf Jahren das Marketing bei den Rigi-Bahnen. 1999 kehrte er zu den SBB zurück, mit der Aufgabe, die Marke Railway aufzubauen. Das Railway-Team setzt sich aus 30 Mitarbeitenden zusammen.

Im Dezember 1999 von den SBB (70%) und Kuoni (30%) gegründet, mit dem Ziel, den Bahntourismus zu fördern, erreichte die Railway AG im Jahr 2001 einen Umsatz von 24,6 Mio. Franken. Die Produktpalette besteht aus Kombinationsangeboten mit touristischen Zusatzleistungen, primär im Bereich Tagestourismus innerhalb der Schweiz. Auf Anfang 2003 verfügen die SBB wieder über 100 Prozent des Aktienpaketes. **GW**

BERN / Logiernächte im dritten Quartal

## Rückgang zum Ersten

Im dritten Quartal haben die Hotels der Stadt Bern 139 836 Logiernächte registriert. Das sind 7,7 Prozent weniger als in der Vorjahresperiode.

Bei den Logiernächten der ausländischen Gäste musste Bern ein Minus von 14,1 Prozent auf 83 475 hinnehmen. Die drei wichtigsten ausländischen Gästegruppen verbrachten alle weniger Logiernächte in den Berner Betten: Deutschland (-6,2%), USA (-23,1%), Japan (-

43,2%). Demgegenüber hat die Logiernächtezahl der inländischen Gäste um 3,7 Prozent auf 56 361 zugenommen.

Die Hotelbetten waren durchschnittlich zu 60,5 Prozent (60,7%) belegt. Dass die Auslastung trotz rückläufigen Logiernächtezahlen ähnlich hoch war wie in der Vorjahresperiode, lässt sich vermutlich auch damit erklären, dass das Hotel Bellevue Palace wegen Umbau geschlossen ist. SST

ZÜRICH / Logiernächtestatistik September

## Rückgang zum Zweiten

Die Hotels in der Stadt Zürich waren im September deutlich schlechter ausgebucht als im 2001. Ausgeblieben sind vor allem die Gäste aus dem Inland. Insgesamt registrierten die Hotels 103 139 Gäste und damit 5,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Übernachtungszahl nahm bei den Auslandsgästen um 3,8 Prozent ab, bei den Inlandsgästen gar um 10,6 Prozent. Auch die Zahl der Ankünfte war rückläufig. Die Hotels ver-

zeichneten bei den Gästen aus dem Ausland 3,1 Prozent weniger Ankünfte, bei den Inlandsgästen 11,4 Prozent weniger. Von den Auslandsgästen blieben vor allem die Kanadier aus (-26,2%). Aber auch aus Grossbritannien (-19,8%) und Deutschland (-10,%) reisten weniger Personen nach Zürich. Zugenommen haben hingegen die Reisenden aus Russland (+50,9%), aus den Golfstaaten (+33,8%) sowie aus Italien (+10,5%). SST/sda

## Easyjet mit Gewinn

**London.** Der Vorsteuergewinn der britischen Billig-Airline Easyjet stieg im Geschäftsjahr 2001/2002 um 78 Prozent auf 71,6 Mio. Pfund (rund 166 Mio. Franken). Der Umsatz erhöhte sich um 55 Prozent auf 552 Mio. Pfund. Die Nachfrage nach Billigflügen ist laut Medieninformation weiterhin gross. Für 2003 sieht sich die Gruppe mit «Unwägbarkeiten» wie ein möglicher Irak-Krieg oder die Bedrohung durch Terroristen konfrontiert. TRU/sda

## Kommt Ducasse?

**Gstaad.** Im Oberländer Kurort gehen Gerüchte um. Das Restaurant-Bar Klösterli bei Gstaad soll im nächsten Sommer wieder eröffnet werden: Spitzenkoch Alain Ducasse will eventuell einsteigen. Kurt Locher von der Gemeinde Saanen bestätigt zumindest, dass die Liegenschaft «Klösterli» vom Besitzerkonsortium um Martin Riedi an den monegasischen Immobilienhändler und Gstaader Chaletbesitzer Michel Pastor verkauft wurde. CM

GRAND HOTEL LOCARNO/ Neue Investoren mit neuen Ideen sind aufgetaucht

## Ambitioses Projekt

Das Hin und Her um das «Grand Hotel Locarno» mitsamt B-Casino nimmt kein Ende. Überraschend stellte nun die Investorengruppe Procon aus Dresden in Muralto ein ambitioses Projekt vor. Das «Grand Hotel» soll in ein Fünf-Sterne-Haus mitsamt Spielbank und Wellness-Anlage umgebaut werden. In einer Etage soll ein Klinikum für Schönheitschirurgie entstehen. Die Partner stünden bereit, erklärte Procon-Vertreter Antonius Frischmann. Beim Spielbetrieb soll die Saarland-Spielbank aus Saarbrücken mitmischen, indem sie Anteile an der Grand Casino SA in Zürich übernimmt. Frischmann sprach auch von einer «international tätigen Hotelkette» mit weltweit zirka 500 Hotels, die für den Betrieb in Frage komme. Den Namen wollte er nicht nennen. Zwei Banken – auch deren Namen er nicht nennen wollte – garantierten die Finanzierung; die Übernahme der Immobilie inklusive der anschliessenden Renovation belaufe sich auf rund 80 Millionen Franken.

Die Grand Casino SA in Zürich ist als Casino-Betreiberin mit der Kursaal SA in Locarno einig geworden, die künftige B-Spielbank im Kursaal von Locarno unterzubringen. 40 Millionen Franken winken für eine Mietdauer von 20 Jahren. Damit war nicht nur der ursprüngliche Plan der Grand Casino Zürich, eine B-Spielbank im «Grand Hotel» zu verwirklichen, vom Tisch, sondern auch die Renovation des einstigen Nobelhotels.

### JURISTISCHE SCHRITTE SIND WAHRSCHENLICH

Die Investmentfirma Procon hatte mehrmals mit der Grand Casino SA verhandelt und auch eine Absichtserklärung unterzeichnet. Jetzt fühlt sich die deutsche Gruppe an der Nase herumgeführt. Ohne Spielbank sei auch das Hotel-Projekt nicht machbar. Die Grand Casino SA indes hält fest, sie habe mit der Procon nie eine Projektzusage, sondern lediglich einen Geheimhaltepflicht-Vertrag unterzeichnet. Im Moment zähle das neue Projekt des Kursaals von Locarno. Man warte darauf, was die Eidgenössische Spielbankenkommission dazu sage, so die Grand Casino SA.

In Locarno könnte es noch zu juristischen Auseinandersetzungen kommen. Procon hat der Grand Casino SA in Zürich eine Schadenersatzklage angedroht, wenn sie nicht auf das «Grand-Hotel»-Projekt zurückkomme. Allerdings ist der Procon-Vertreter Frischmann umstritten. Laut «Tessiner Zeitung» war er in Deutschland zu einer Busse von 30 000 Mark verurteilt worden, weil er in einen Bestechungsskandal verwickelt war, bei dem Millionenbeträge als Beraterhonorare getarnt wurden. Die Eigentümer des «Grand Hotels», darunter Alt-Nationalrat Gianfranco Cotti, liessen durchblicken, dass sie rechtliche Schritte einleiten würden, wenn der Vertrag zwischen Zürich und Locarno definitiv zustande kommen sollte. GL

WERTSCHÖPFUNG / Forscher der Universität St. Gallen haben die gesamten wirtschaftlichen Effekte, die durch den Betrieb des Kultur- und Kongresszentrums Luzern entstehen, analysiert. KARL JOSEF VERDING

# Luzern macht Kasse mit Kultur

Durch jeden Franken, der im Zusammenhang mit einer Veranstaltung im Luzerner Kultur- und Kongresszentrum KKL ausgegeben wurde, ist im letzten Jahr zusätzlich ein Umsatz in Stadt und Agglomeration Luzern von 43 Rappen generiert worden. Von diesen Effekten profitierten gemäss einer Forschungsstudie vor allem die Gastronomie und die Hotellerie. Legt man die direkten wirtschaftlichen Zahlungsströme zugrunde, die im Zusammenhang mit dem KKL und seiner Nutzung als Kultur- und Veranstaltungsort entstehen, so schätzen die Forscher, dass der Beitrag des KKL zu den regionalen Umsätzen in der Agglomeration Luzern bei etwa 57 Mio. Franken liegt.

Durch das KKL und die dort stattfindenden Kultur- und Kongressveranstaltungen wird ausserdem eine erhebliche Nachfrage nach verschiedenen Gütern und Dienstleistungen ausgelöst. Aufgrund ihrer Berechnungen gehen die St. Galler Tourismus-Forscher alleine für das Jahr 2001 von Umsätzen in der Höhe von 105 Mio. Franken aus.

Und abgesehen von den monetären Wirkungen ist folgendes nicht zu vergessen, betonen die Autoren des nun vorliegenden Schlussberichts: «Neben Image-Effekten resultieren aus dem KKL Struktur-, Netzwerk- und Kompetenzeffekte, die einen wichtigen Beitrag für die Positionierung von Luzern als attraktivem Wohn- und Wirtschaftsstandort nicht nur im innerschweizerischen Standortwettbewerb leisten.»

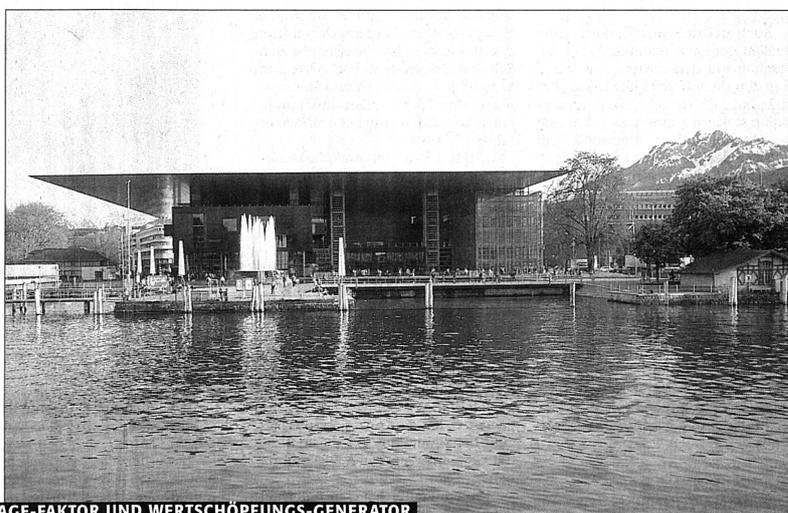
### KKL HAT MEIST MEHR ALS 1000 BESUCHER

Im Jahr 2001 wurden insgesamt 262 Kulturveranstaltungen im KKL durchgeführt, davon 196 im Konzertsaal und 66 im Luzerner Saal. An Besucherinnen und Besucher der Veranstaltungen wurden mindestens 341 000 Karten abgegeben. Hauptmieter ist Lucerne Festival mit alleine über 70 Veranstaltungen. In der Regel werden im KKL grössere Veranstaltungen durchgeführt: fast zwei Drittel aller Kulturveranstaltungen zählen mehr als 1000 Besucherinnen und Besucher.

Auch mit dem Kongressgeschäft im KKL erzielt die Agglomeration Luzern einen positiven Wertschöpfungs-Saldo, und zwar in Höhe von rund 12,1 Mio. Franken. Auch für den Kongressbereich findet damit ein erheblicher Finanztransfer aus der übrigen Schweiz und dem Ausland in die Region Luzern statt.

Das Rückgrat der Wirkungskraft des KKL Luzern bildet demgemäss der Kulturbereich, auch wenn dieser für den Betrieb selbst nicht rentabel ist. In diesem Bereich werden rund zwei Drittel der gesamten Umsätze erwirtschaftet, die aus der Nutzung des KKL Luzern resultieren. Verantwortlich dafür ist in erster Linie der grösste KKL-Kunde im Kulturbereich, Lucerne Festival. Die Analyse der wirtschaftlichen Effekte zeigt auch die Potenziale

Foto: KKL



### IMAGE-FAKTOR UND WERTSCHÖPFUNGS-GENERATOR

Der gestalterische Eindrucklichkeit des Luzerner Kultur- und Kongresszentrums kann sich kaum jemand entziehen. Dank einer Forschungsstudie lassen sich nun auch Aussagen über seinen Wertschöpfungs-Effekt für die Region Luzern machen.

auf, die das KKL Luzern noch aus-schöpfen kann – vor allem im Kongressbereich. Insofern soll die Studie zukunftsweisend wirken.

Wirtschaftliche Effekte entstehen auch durch sogenannte Side-Events der Sponsoren von Kulturveranstaltungen. Hier wird von Ausgaben in einer Grössenordnung von 6 bis 7 Millionen Franken ausgegangen.

### FINANZ-TRANSFER DURCH KULTUR-TOURISMUS

Die Umsätze, die aus dem Kulturbereich des KKL in der Agglomeration Luzern getätigt werden, setzen sich aus unterschiedlichen Quellen zusammen. Auf der einen Seite sind es die Ausgaben der Konzertveranstalter, die ihre Einnahmen aus den verkauften

Eintrittskarten sowie zum Teil aus Sponsoring- oder auch Subventionsbeiträgen generieren. Auf der anderen Seite stehen die Ausgaben der Konzertbesucher, die diese im Zusammenhang mit ihrem Besuch tätigen. Legt man den durchschnittlichen Ticketpreis und die Zahl der verkauften Karten zugrunde, errechnet sich allein aus dem Kartenverkauf über alle Veranstalter ein Gesamtumsatz in Höhe von 25,7 Mio. Franken. Über die Hälfte dieses Gesamtumsatzes (51 Prozent) wird durch Lucerne Festival und Lucerne Concerts als mit Abstand grössten Kulturveranstalter generiert. Die restlichen 49 Prozent verteilen sich auf die übrigen 52 Veranstalter. Differenziert man nun die Kartenumsätze nach der Herkunft der Besucher, so stammen rund 9,9 Mio. Franken aus der Agglomeration Luzern und rund 15,8 Mio. Franken von ausserhalb.

Für die Berechnung der wirtschaftlichen Effekte ist von Interesse, wo diese Umsätze getätigt werden. Ausgehend von den Angaben der Veranstalter und den Ergebnissen der Gästebefragung von Lucerne Festival im Jahr 2000 gehen die Forscher davon aus, dass in Luzern selbst Ausgaben in Höhe von rund 45,6 Mio. Franken getätigt werden.

Zusammenfassend wird festgehalten, dass die Agglomeration Luzern alleine im Kulturbereich einen positiven Saldo in Höhe von rund 26,5 Mio. Franken aufweist. Konkret bedeutet dies, dass im Kulturbereich ein erheblicher Finanztransfer aus der übrigen Schweiz und dem Ausland in die Region Luzern stattfindet.

## KKL-Studie mit politischer Bedeutung

«Im Verlauf des Jahres 2003 entscheiden die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger der Stadt Luzern über die finanzielle Sicherung des KKL Luzern», hebt Hans-Peter Aebi, der Präsident des Stiftungs- und Verwaltungsrats des KKL Luzern hervor. «Diese Abstimmung ist zukunftsweisend – für ein gesundes, finanzielles Fundament und für die Weiterführung des Hauses auf solch hohem und qualitativem Niveau.» Die Stadt Luzern habe mit dem KKL ein Unikat. Der Betrieb stecke indessen noch inmitten der Aufbauphase. «Wir sind überzeugt – und mit den vorliegenden Resultaten der Analyse der wirtschaftlichen Effekte noch stärker – dass es sich lohnt, in das Haus am See zu investieren: für die Kulturstadt Luzern, für die Kon-

gressstadt Luzern, und für die gesamte Volkswirtschaft.»

Die Direktion der Management AG des Kultur- und Kongresszentrums Luzern (KKL) hatte das Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus IDT-HSG der Universität St. Gallen beauftragt, die gesamten wirtschaftlichen Effekte, die durch den Betrieb des KKL entstehen, zu analysieren. Dabei war die Frage nach den direkten monetären Effekten für die Region Luzern von besonderem Interesse. Im Mittelpunkt der Analyse standen alle Effekte, die aus dem eigentlichen Betrieb des KKL als überregional bedeutsamer Kultur- und Kongressrichtung sowie seiner Nutzung durch zahlreiche Kultur- und Kongressveranstaltungen resultierten. KV

Reklame

GLAS

Die Marke für gehobene Tischkultur

OBERGLAS 1806

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44  
www.buchecker.ch

**WASSER** / Immer mehr Bündner Destinationen wollen mit ihren Thermen den Markt erobern und investieren grosse Summen in den Unterhalt der Anlagen. Badewasser scheint Erfolg zu bringen, Mineralwasser dagegen nicht. UELI HANDSCHIN

## Graubünden setzt auf allerlei Wässer

Seit es in Vals die Felsenherme des Architekten Peter Zumthor gibt, ist es mitunter schwierig, im Seitental des Bündner Oberlandes ein freies Zimmer zu ergattern. Auch ein Tagesausflug will geplant sein. Wer sicher gehen will, in die Therme eingelassen zu werden, muss in Spitzenzeiten frühzeitig reservieren.

Für die Gemeinde als Besitzerin ist Zumthors architektonischer Wurf aus Gneis ein Glücksfall. Die Investitionen können schneller als geplant amortisiert werden, die Steuereinnahmen sind gestiegen, die Umsätze der Beherbergungsbetriebe, der Restaurants und Geschäfte haben merklich angezogen. Vals und seine Bevölkerung blicken wirtschaftlich gesehen mit Optimismus in die Zukunft.

### WARMER QUELLEN SIND GESCHÄFTSENTSCHEIDEND

Auch im Unterengadin sind warme Quellen der entscheidende Faktor im Geschäft mit den Gästen. Das «Bogn Engiadina Scuol», seit März 1993 in Betrieb, hat Jahr für Jahr die Besucherzahlen steigern können. Zwar hat sich die Unterengadiner Metropole mit dem Bau des Bades hoch verschuldet. Keine andere der grossen Bündner Gemeinden verzeichnet pro Kopf der Bevölkerung eine grössere Schuldenlast. Doch birgt das Bad, weil es hoch rentabel ist, auch die Chance, die Bilanz wieder ins Lot zu bringen.

Der Souverän hat deshalb trotz hoher Verschuldung im März einen Kredit von drei Millionen Franken gesprochen, um den exklusivsten Teil des Hauses, das römisch-irische Bad, zu erweitern und komfortabler zu gestalten. Ab Dezember werden sich mit 160 Gästen täglich doppelt so viele wie bisher in diesem Wassertempel verwöhnen lassen können.

### AUF SCHWUNG DANK VEREINATUNNEL

Das «Bogn Engiadina Scuol» wird im Unterengadin auch als «Motor der Wirtschaft» bezeichnet. Doch braucht es für eine flotte Fahrt mehr als nur einen Motor – auch das Umfeld muss

stimmen. Die Eröffnung des Vereinatunnels im November 1999 hat markant mehr Gäste gebracht. Wäre das Unterengadin mit der Rhätischen Bahn auch heute noch allein durch den Albula zu erreichen, könnte die Therme kaum genügend Gewinne erwirtschaften, um die Anlagen auf hohem Niveau zu halten.

Auch das Albulatal schafft sich mit seinen Wassern einen Namen. Die 34 Grad warme Schwefelquelle bei Alvanu, seit dem 16. Jahrhundert bekannt, erlebte seine Blüte in den ersten drei Jahrzehnten des letzten Jahrhunderts. Ende letzten Jahres konnte ein wiedereröffnetes Thermalbad in Betrieb genommen werden.

Wasser ist das Leitmotiv der ganzen Talschaft. Der Verein «Wasserweg Albula» hat das Entwicklungsprojekt «Ansaina» (zu deutsch «Zeichen») lanciert mit dem Ziel, Natur und Landschaft, Kunst und Kultur zu verbinden. Ein «Wasserweg» wird angelegt und an der Albula, dem Landwasser und dem Schaftobelbach entstehen «Orte zum Verweilen, Beobachten und Staunen». Flüsse und Bäche sollen durch einfache Installationen mit allen Sinnen erfahrbar werden.

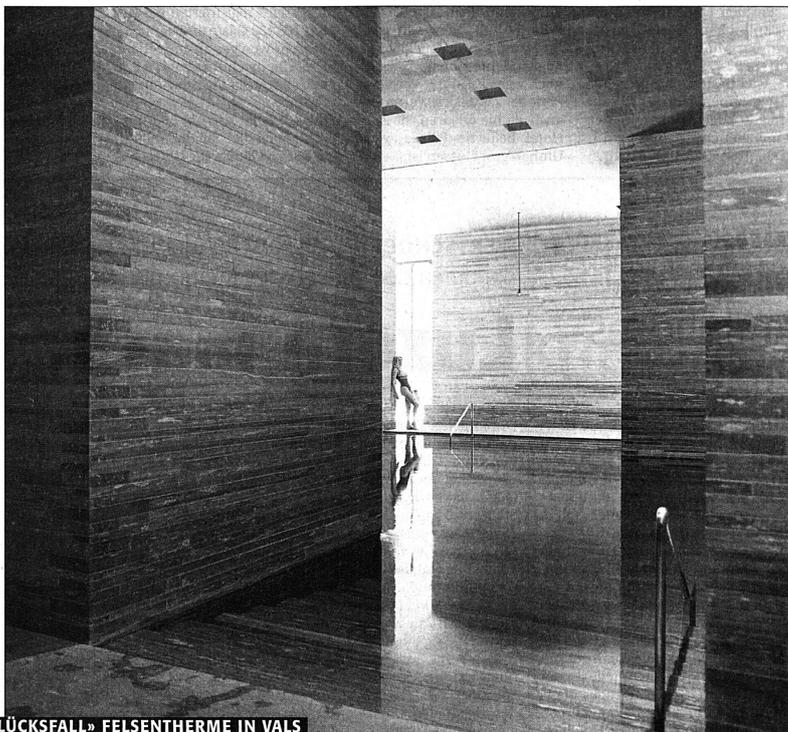
«Ansaina» ist zudem Markenzeichen: Der Name wurde geschützt, und regionale Anbieter können das Logo für ihre Produkte und Dienstleistungen in Anspruch nehmen.

### SAN BERNARDINO HOFFT EBENFALLS AUF WASSER

Auch in San Bernardino sollen die Quellen einen Aufschwung bringen. Der wichtigste Tourismusort auf der Bündner Südseite des Pases, in den letzten Jahren und insbesondere im letzten Winter vom Schneemangel arg gebeutelt, hat die Konzession zur Nutzung der Mineralquellen, die im Besitz der Gemeinde sind, neu ausgeschrieben.

Die mineralreichste der drei Quellen war ab 1970 von der Firma Acque Minerali San Bernardino als Mineralwasser vermarktet worden. 1998 geriet das Unternehmen in den Strudel der Affäre um den Tessiner Richter Franco Verda und musste die Produktion ein-

Foto: Swiss-Image



«GLÜCKSFALL» FELSENERME IN VALS

Der architektonische Wurf von Peter Zumthor ist für Vals ein Glücksfall. Die Auslastung der Zimmer ist angestiegen, die Investitionen können schneller als geplant amortisiert werden.

stellen. Die Gemeinde rechnet damit, dass eine neue Konzession Anfang nächsten Jahres vergeben werden wird. Bewerber, die zusätzlich in ein Wellness-Hotel investieren, sollen den Vorzug erhalten. Das touristische Konzept zielt auf Erholung suchende und gesundheitsbewusste Gäste.

Grosse Investitionen auch in St. Moritz: Mit der Übernahme des im Jahr 1864 errichteten «Parkhotels Kurhaus» durch die Kempinski Hotels &

Resorts AG lebt die alte Bäderkultur wieder auf. In den Hotel- und den Bäderkomplex werden gegenwärtig 60 Millionen Franken investiert. Eröffnet wird das Haus am 15. Dezember.

Mit der Vertragsunterzeichnung Mitte letzten Jahres ging die Aktienmehrheit der St. Moritz Bäder AG von der Gemeinde an eine Investorengruppe über, wobei die Gemeinde eine Sperrminorität von 34 Prozent hält. Bisher erfolglos blieb der Nobelkurort

hingegen mit der Vermarktung seines Mineralwassers.

Schliesslich werden auch kleine Anlagen auf den zeitgemässen Stand gebracht: Das Heilbad in Anderer, dem grössten Ort im Schams, wird derzeit um eine Arztpraxis ausgebaut. Die Sauna wird erweitert. Auch im Schams werden diese Investitionen, die sich auf 2,5 Millionen Franken belaufen, als unabdingbar erachtet, um Gäste zu halten und neue zu gewinnen.

**TENIGERBAD** / Die Quellen im Val Sumvitg im Bündner Oberland sollen wie vor 100 Jahren Feriengäste in das abgelegene Tal bringen. Seit drei Jahrzehnten bleibt es allerdings bei leeren Versprechungen des Hotelbesitzers. UELI HANDSCHIN

## Die Fensterläden bleiben noch geschlossen

Die Strasse ins Val Sumvitg, für den Bau der Kraftwerke Vorderrhein in den Fünfzigerjahren erstellt, hat es in sich. In der felsigen Schlucht, die durchquert werden muss, bevor sich der Talkessel am Fuss der Greina öffnet, zerstörte vor Jahrzehnten ein gewaltiger Felssturz Galerie und Strasse. Seitdem ist dort auch zu Fuss kein Durchkommen mehr. Ein neuer Tunnel musste gebaut werden, um die Verbindung wieder herzustellen.

An den Eingängen verhindern Rolltore, dass im Winter Schneeverwehungen die Strasse unpassierbar machen. Selbst im alpinen Graubünden eine Seltenheit, die deutlich macht: Hier sagen sich Fuchs und Hase gute Nacht.

### HEILENDE WIRKUNG DER KALZIUMSULFAT-QUELLE

Fünf Menschen wohnen das ganze Jahr über in der am tiefsten gelegenen Fraktion Val. Im Sommer werden sechs Alpen bestossen, und bei gutem Wetter bringen Wanderer und Bergsteiger auf dem Weg auf die Greina und den Piz Terri etwas Leben ins Tal. Vor 100 Jahren war mehr los: Postkarten aus den Anfängen des 20. Jahrhunderts zeigen

eine illustre Gesellschaft, die vor einem Kurhaus promenierte. Angepriesen wurde die heilende Wirkung der Kalziumsulfat-Quelle, die viel Strontium enthält. Die Nachfrage überstieg das Angebot: 1911 wurde das luxuriöse «Waldhaus» eröffnet. In Betrieb war das Haus bis Mitte der zwanziger Jahre. Der Frankfurter Ernst Ludwig Schulz wollte Anfang Siebzigerjahre das alte Bad zu neuem Leben erwecken und investierte über zehn Millionen Franken in Hotelneubauten und eine Halle, die als Standort für eine Anlage gedacht war, um Mineralwasser abzufüllen. Doch Gäste beherbergte das Haus nur während einer einzigen Saison.

### OHNE MINERALWASSER KEINE RENTABILITÄT

Seitdem meldet die Bündner Presse von immer neuen Plänen des Unternehmers, den Betrieb wieder aufzunehmen. Schulz argumentierte in den letzten Jahren, ein rentabler Betrieb sei nur bei gleichzeitiger Vermarktung des Mineralwassers möglich. Das aber könne nur dann Gewinn abwerfen, wenn der Transport auf der Strasse entfiel. Als jüngste Lösung wurde des-

Foto: Theo Gröblich



«TENIGERBAD» IM DORNROSCHENSCHLAF

Bis heute vermochte niemand das «Tenigerbad» zu neuem Leben zu erwecken.

halb der Bau einer Pipeline vorgeschlagen, deren Einbau mit der derzeitigen Sanierung der Strasse hätte erfolgen können und von der Gemeinde hätte mitfinanziert werden sollen. Doch der Souverän wollte davon

nichts mehr wissen. «Den Leuten fehlt der Glaube, die Versprechen könnten nach drei Jahrzehnten erfolglos sein und Herd doch noch eingelöst werden», erläuterte Gemeindeganzlist Martin Monn.

Die Gemeindeversammlung lehnte es im Mai ab, auf das Geschäft überhaupt einzutreten. Der planende Architekt sprach vom «Todesstoss». Die Fensterläden bleiben weiterhin geschlossen.

**HOTEL VICTORIA** / das Drei-Sterne-Hotel in Meiringen bietet den Service eines Vier-Sterne-Hotels und wird mit viel Engagement geführt. Damit die Betten gefüllt sind, müssen aber Franziska und Simon Anderegg aktiv auf Gästesuche. **CHRISTINE KÜNZLER**

## «Ohne WTM sind wir weg vom Markt»

Gelée mit Wachteleiern auf Pumpernickel, Kollektion der Tartars mit Blinistöast und Kresse, asiatische Reistaschen mit Glasnudeln mit Satésauce und Sesam, Steinbutt mit Cilantro und Eschalotten, Granitée aus Limonen, Rohrzucker und Cachaca, Crepinette vom Lamm mit Kräutern... Das Gourmet-Menu «Ein Hauch von Grün», das Simon und Franziska Anderegg, Besitzer und Direktoren des Drei-Sterne-Hotels Victoria in Meiringen jeweils im November servieren, bringt Gäste. «Ohne die Gourmet-Wochen hätten wir im November leere Betten und ein leeres Restaurant», sagt Franziska Anderegg mit Blick auf die besetzten Tische. Nur: Die meisten Gäste sind Stammgäste, die die Küche des jungen Berufsmanns schätzen, der sein Handwerk bei den grossen Köchen der Schweiz erlernt hat.

Auch die anderen Packages, die Andereggs schnüren (siehe Kasten), füllen die 40 Betten nicht. Und die familienfreundliche «Alpen Region Brienz-Meiringen-Hasliberg» gehört nicht zu jenen Destinationen, die mit einem klingenden Namen Gäste magisch anziehen. Zudem kann sich das «Victoria» von der Infrastruktur her nur begrenzt als familienfreundlich anpreisen. Franziska und Simon

### Die Angebote

Zweimal jährlich setzen Simon und Franziska Anderegg auf Gourmet-Angebote: Jeweils im November (bis und mit 1. Dezember) können sich die Gäste mit acht Gängen kulinarisch verwöhnen lassen. Jedes Jahr stehen die Gourmet-Wochen unter einem anderen Thema. Entsprechend fällt die Dekoration aus, auf die Andereggs viel Wert legen. Dieses Jahr zeigt der Interlakner Künstler Martin Brunner Schmuckstücke und die Meiringer Floristin Doris Aebi hat das Restaurant originell mit Grünpflanzen dekoriert. Im Januar (vom 9. bis 26.) steht das «Victoria-Candlelight-Dinner» mit vier Gängen und 150 Kerzen auf dem Programm. Beide Gourmet-Pauschalen sind ebenfalls mit einer Übernachtung zu buchen. Weitere Packages: «Sommer Classic» mit dem Besuch des Theaters im Ballenberg-Freilichtmuseum, Skipauschalen mit Skipass. Alle Packages sind über Internet buchbar. **CK**

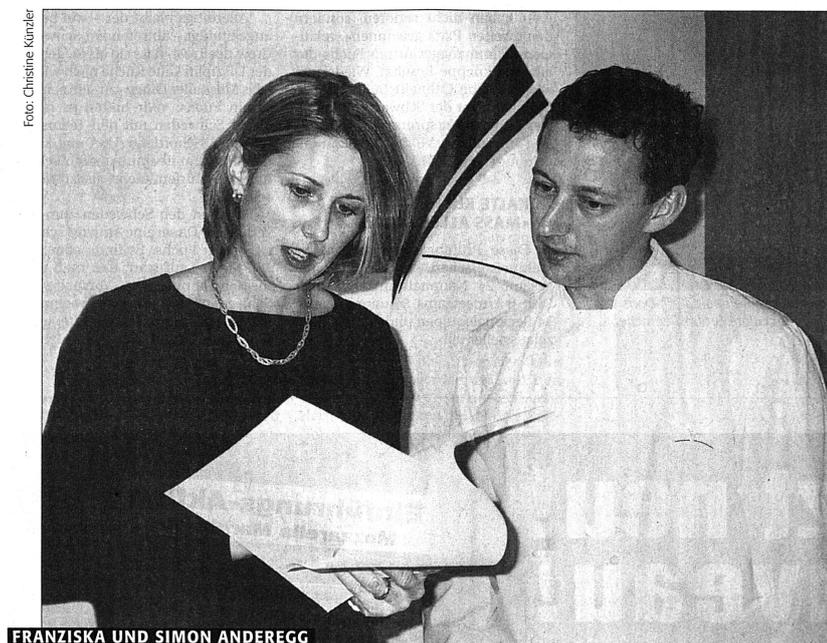
www.victoria-meiringen.ch

**HOTEL VILLA EUROPE** / Stephan Maeder, Besitzer und Direktor des Interlakner Drei-Sterne-Hotels, setzt ebenfalls auf persönliche Kontakte. Auch für ihn ist der World Travel Market eine gute Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. **CHRISTINE KÜNZLER**

## «Am WTM hat man Zeit zum Plaudern»

Stephan Maeder, Besitzer und Direktor des Hotels Villa Europe in Interlaken, zeigt stolz einen grossen Stapel Visitenkarten. «Die habe ich alle am WTM erhalten», sagt er und legt sie ordentlich in die transparente Plastikbox zurück. Das sind Adressen, die für ihn wichtig sind. Einige Personen wird er telefonisch kontaktieren, anderen schickt er Unterlagen oder eine Offerte, und von ein paar erhofft er sich gelegentlich eine Anfrage und noch lieber eine konkrete Buchung.

Für ihn war der diesjährige WTM der zweite, den er besucht hat. «Ich habe dort wieder enorm viele Kontakte geknüpft und gepflegt.» Im Gegensatz zu Franziska Anderegg (siehe obenstehender Artikel) steht Maeder auf der Ausstellerseite. Er benutzt mit weiteren Partnern den Stand der Destination Jungfrau. Deshalb muss er etwas tiefer in die Tasche greifen: Sein WTM-Besuch schlägt mit «zwischen 3000 und 4000 Franken» zu Buche. Aber das



**FRANZISKA UND SIMON ANDEREGG**  
Gemeinsame Besprechung einer Offerte, die Franziska Anderegg einem englischen Tour-Operator unterbreitet.

Anderegg setzen also auf Nischen – und suchen sich ihre Gäste auf eigene Faust. Das müssen sie, denn obwohl das Hotel «leicht über dem Schnitt» der anderen Meiringer Häuser ausgelastet ist, ist die 55-prozentige Auslastung auf die Dauer nicht wirtschaftlich. Zurzeit stammt rund die Hälfte aller Gäste aus der Schweiz, 30% aus Deutschland und der Rest aus England, Benelux und Amerika.

### WTM: «EINE GUTE PLATTFORM»

Vor knapp zwei Wochen war Franziska Anderegg zum dritten Mal am World Travel Market (WTM) in London auf der Suche nach Tour-Operatoren, die das «Victoria» in ihrem Angebot führen. Und sie ist auch fündig geworden: «Zwei Tour-Operatoren werden uns aufnehmen», freut sie sich. Franziska Anderegg kennt den WTM aus früheren Zeiten, als sie noch Marketingleite-

rin der «Alpen Region» tätig war. Das ist mit ein Grund, weshalb sie gerade dort das «Victoria» anpreist.

«Der WTM ist für mich eine gute Plattform, um bestehende Kontakte zu nutzen und zu pflegen», fasst sie zusammen. Der persönliche Kontakt mit Key-Partnern wie SDM und Schweiz Tourismus London sei ihr sehr wichtig. Das wirkt sich denn auch konkret aus: So ist beispielsweise das Hotel Victoria im Package «Wintererlebnis» integriert, das SDM London mit Plus Travel geschnürt hat. «Dieser Kanal steht uns nur dank persönlicher Beziehungspflege und gegenseitigem Vertrauen offen», zieht die junge Hotelière Bilanz. Mit ihren 40 Betten wollen Andereggs wenn möglich im Individualtourismus-Bereich (FIT) Fuss fassen. So sind die Verantwortlichen der FIT-Abteilung ihre Ansprechpartner bei den Tour-Operatoren.

Sie geht jeweils als Besucherin an den WTM und darf – gegen Bezahlung

– die Infrastruktur von Schweiz Tourismus nutzen. «Schade, dass die «Alpen Region» keinen eigenen Stand hat. Das wäre für uns einfacher, wenn wir die Plattform unserer Destination nutzen könnten.» Der finanzielle Aufwand, den Andereggs für den WTM haben, beträgt rund 2500 Franken. Das ist, wenn auch für ein so kleines Hotel nicht ganz unbedeutend, gut investiertes Geld. «Von dem Tag an, an dem wir nicht mehr am WTM sind, sind wir weg vom Markt», glaubt Franziska Anderegg. «Die Konkurrenz ist so immens, der Markt ist so gesättigt, dass ein Hotel und vor allem eine Region schnell vergessen gehen.» Das wäre, findet sie, eine verpasste Chance. Denn ihrer Ansicht nach spricht der britische Markt auf Meiringen an. Einerseits weil dort Sherlock Holmes ein Thema sei, andererseits weil sich die Engländer in Meiringen wohl fühlen. «Die Engländer mögen keine Orte, die überfüllt sind, sind

genügsam und stellen keine allzu hohe Ansprüche an die Infrastruktur der Destination.»

### KUNDENKONTAKTE AUCH IN DEUTSCHLAND

«Wir können unser Hotel nur auf der persönlichen Ebene verkaufen», halten Andereggs fest. Weil die jungen Fachleute «den Schlüssel zum Erfolg» in den persönlichen Kontakten ortet, versuchen sie auch auf anderen Wegen direkt zu potenziellen Gästen zu kommen. Da ist einerseits die Promotion in Süddeutschland, die Simon Anderegg zusammen mit einem dort ansässigen Sportgeschäft betreibt: So kommt er direkt mit sportbegeisterten potenziellen Gästen ins Gespräch. Sein Zielpublikum erreicht er auch auf deutschen «Brettlemärkten», was schweizerischen Skibörsern entspricht. Er betreibt dort in Eigenregie Werbung. Alles was er mitnimmt, ist eine grosse Werbewand der «Alpen Region». Bei seinen Deutschland-Reisen ist er auf ein kleines Reisebüro gestossen, mit dem Andereggs nun zusammenarbeiten. Sie sprechen von einem «gegenseitigen Geben und Nehmen», das ausschliesslich aufgrund persönlicher Kontakte zustande gekommen sei.

### EIN GUTER SERVICE UND DIE LIEBE ZUM DETAIL

Damit die persönlichen Kontakte langfristig Erfolg bringen, muss sich das Hotel von anderen abheben. Dafür sorgen die engagierten Hoteliers mit ihrer spürbaren Liebe zum Detail, ihrem herausragenden «Vier-Sterne-Haus»-Service, und ihrer Gourmet-Küche. Gegen aussen transportiert der professionelle Auftritt die Qualität des Hauses: Alle «Victoria»-Packages werden mit aufwändigen Printprodukten beworben. Nichts verlässt das Haus, ohne dass der Grafiker seinen Segen dazu gibt. «Die Linie muss stimmen, denn so präsentieren wir das Image das Hauses», fassen Andereggs zusammen. Dazu gehöre auch der «entscheidende» Internetauftritt. «Damit er professionell betrieben wird, investieren wir auch viel.»

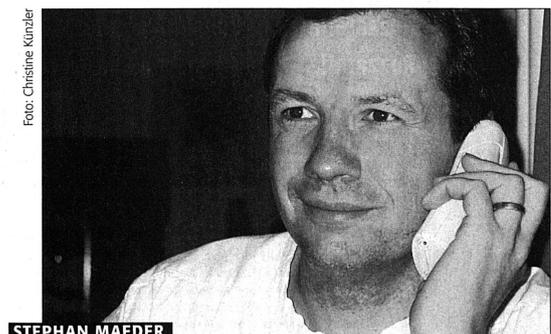
«Unser Marketing widerspiegelt, wie wir das Haus führen», fügt Franziska Anderegg an. Und damit sie immer wieder mit neuen Ideen überraschen können, schauen sie sich laufend andere Hotels an. «Wir wollen wissen, was die Konkurrenz macht.»

lohn sich: «Der WTM ist der idealste Markt für Beziehungspflege überhaupt», sagt er. Vorausgesetzt, man geht auf die Leute zu. «Dieses Jahr habe ich den Besuchern Winter-Ansichtskarten der Schweiz – versehen mit einem handgeschriebenen, persönlichen Text – abgegeben», erklärt er sein Vorgehen. Und diese Karten seien gut angekommen. «Für Schüchterne ist die Londoner Messe jedenfalls nicht geeignet, die wären dort überfordert», zieht er Bilanz.

### DAS KONZEPT IST NOCH IM AUFBAU

Das Konzept der «Villa Europe», die Maeder vor einem Jahr erworben hat, ist noch im Aufbau. Bis sich das Haus positioniert hat, werden die 40 Zimmer weitgehend mit kleineren und grösseren Gruppen ausgelastet. Zum Teil über Firmen, die dort Seminare veranstalten, über Kurse, die Maeder organisiert, und über Reisebüros. «Ein gewisser Teil meiner Gäste ist Laufkundschaft. Denn wer vom Ostbahnhof her kommt, trifft zuerst auf unser Hotel.»

Für die Zukunft hat er mit seinem Haus noch einiges vor. «Ideen habe ich viele», deutet er an. Er wolle massge-



**STEPHAN MAEDER**  
Der Hoteliere kontaktiert die potenziellen Kunden, die er am WTM getroffen hat.

schneiderte Angebote für Interessensmärkte kreieren, verrät er. Vor allem im Bereich Erwachsenenbildung. Dann

werde er sich auf spezifische Messen konzentrieren und dort seine Kontakte knüpfen.

**CULINARY WORLD CUP /** Die «Doublette» – der zweite Titel in diesem Jahr nach Singapur – blieb der Schweizer Kochnati mit dem zweiten Gesamtrang in Luxemburg verwehrt. Insgesamt boten die Schweizer Teams ansprechende Leistungen. **CHRISTIAN MEYER**

# Kochnati: Gesamtsieg knapp verfehlt

Foto: zsg/Jörg Ruppelt



## ACHTUNGSERFOLG

Die Kochnati (v.l.n.r.): Peter Hürsch, Nestlé Foodservices, Reinhold Karl, Doris Vögeli, Ivo Adam, Alessandro Haab (Jury-Supervisor); vorne: Valère Braun, Teamchef Armin Fuchs, Adrian Bader.

«Wir haben nicht verloren, sondern den zweiten Platz gewonnen», relativiert Teammanager Armin Fuchs das äusserst knappe Resultat. Wiederum, wie am Salon Culinare 99, holte sich Schweden vor der Schweiz mit knapp vier Punkten Vorsprung den Gesamtsieg am Culinary World Cup 02 in Luxemburg (16.–21.11.).

### KALTE KÜCHE: «MASS ALLER DINGE»

Diese Prüfung gilt offiziell als Weltmeisterschaft, nahmen doch insgesamt 24 Nationalteams aus aller Welt, 9 Armeeteams, 9 Juniorenteams, 34 Regionalequipes und fast 400 Einzelaussteller teil.

Allerdings bleibt der – wie bereits angekündigt – abtretende Schweizer Crew der Trost, dass sie als Siegerin in der Disziplin kalte Küche nach wie vor «das Mass aller Dinge» zu sein scheint. Armin Fuchs: «Wir hatten es neben Sieger Schweden mit den Teams aus Singapur, Schottland, USA und Kanada mit einem überaus starken Feld zu tun. Wir dürfen mehr als zufrieden sein.»

Was hat den Schweden zum Sieg verholfen? Da sei eine Antwort schwierig, meint Fuchs. Es finde eben kein 100-Meter-Lauf statt, den man exakt messen könne. Die Vorspeise der Schweden, die offenbar geschmacklich hervorragend harmonierte, sei ein möglicher Grund. Auch die Arbeits-

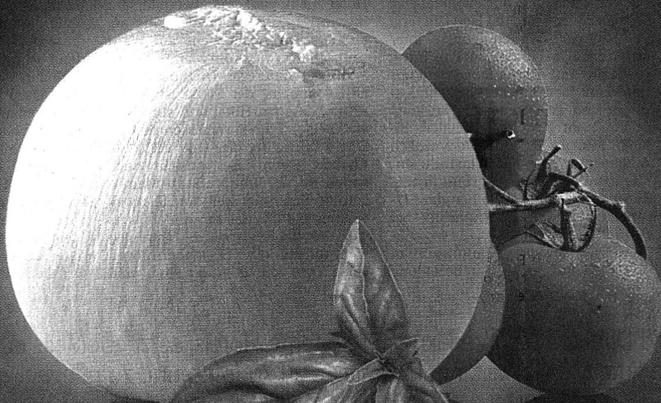
weise der Schweden sei ausgezeichnet gewesen. Die Nordländer zeichneten sich gemäss Fuchs durch eine hervorragende Teamarbeit aus – und holten möglicherweise entscheidende Zusatzpunkte durch eine ökologische Entsorgung bei der Küchenarbeit heraus. Sie trennten als einziges Team das Verpackungsmaterial (Plastik usw.) und kompostierbaren Abfall. «Es wurde korrekt bewertet», attestiert Franz Jonke, Jurymitglied in der Disziplin kalte Küche in Luxemburg und ehemaliger Aktiver im Schweizer Team, den fünf Kollegen von der warmen Küche. Der erste Rang für die Schweden sei absolut verdient. Hier das Verdikt: 1. Schweden 504,655 Punkte; 2. Schweiz 500,700; 3. Singapur 487,924.

Anzeige

# Jetzt neu! Nouveau!

Zum Einführungspreis bei Ihrem Depositär  
Prix de lancement chez votre dépositaire

## Mozzarella



Der Mozzarella nach italienischem Rezept.  
La mozzarella selon la recette italienne.

**Mozzarella – der Vielseitige unter unseren Käsespezialitäten.**  
**Mozzarella – la plus polyvalente parmi nos spécialités fromagères.**

Tagtäglich nach überlieferter, original italienischem Rezept frisch gemacht für Sie und Ihre Gäste. Unser feiner Mozzarella ist beliebt bei allen Küchenchefs, Pizzaiolos und Restaurateuren.  
Produite chaque jour avec soin selon la recette traditionnelle italienne, notre mozzarella est appréciée de tous les chefs de cuisine, pizzaiolos et restaurateurs.

Unsere Handelspartner in Ihrer Region / Nos partenaires dans votre région

- Alfred Froidou • rue Eglise Catholique 9 • 1820 Montreux VD • Tél. 021 963 25 22 • Fax 021 963 25 22
- Au Petit Crémier • rte de Moncor 6 • 1752 Villars-sur-Glâne FR • Tél. 026 407 76 00 • Fax 026 407 93 11
- Au Petit Crémier • rte du Nant-d'Avril 107 • 1217 Meyrin GE • Tél. 022 780 15 30 • Fax 022 780 15 40
- F. + E. Zimmermann AG • Milch- und Milchprodukte • En gros und Detailhandel • Hallingerstrasse 92-94 • 4005 Basel • Tel. 061 692 16 16 • Fax 061 691 96 70 • www.basler-milchhandel.ch • fezagbasel@tiscali.net
- Itavola S&P • ch. de Bellevue 3 • 1197 Prangins VD • Tél. 022 361 25 62 • Fax 022 361 30 32
- Josi Käse en gros • Wengelacher • 3800 Intertaken BE • Tél. 033 822 26 36 • Fax 033 822 20 90
- La Crémère du Rhône • Quai du Seujet 32 • 1207 Genève • Tél. 022 731 78 72 • Fax 022 731 78 76
- Laiterie Nicolas Bourquin • ch. du Petit-Flon 21 • 1052 Le Mont-sur-Lausanne VD • Tél. 021 646 26 55 et 021 644 22 99 • Fax 021 646 26 88
- LATI • Via Gorelli • 6592 S. Antonino TI • Tel. 091 850 27 27 • Fax 091 850 27 77
- Molkerei Lanz AG • Hauptstrasse 17 • 4504 Biberist SO • Tel. 032 672 32 08 • Fax 032 672 32 19
- Multi-Food SA • rue du Puits Godet 22 • 2000 Neuchâtel NE • Tél. 032 722 14 00 • Fax 032 725 97 84
- Valzème SA • rue de l'Élé Falcon 5 • 3960 Sière VS • Tél. 027 452 37 00 • Fax 027 452 37 20

- geraffelt / râpée
- Stangen / barres
- Kugeln / boules

*Käserei*  
**VENDITTI**  
CH-8953 Dietikon

**CULINARY WORLD CUP /** Das Schweizer Military-Team holte sich in Luxemburg vor den USA den Gesamtsieg

## «Swiss Army» dominierte

Befehl ausgeführt. Vor rund drei Jahren wurde das Swiss Armed Culinary Team (SACT) auf die Beine gestellt. Kommandiert seit der Gründung wird das zehnköpfige Team von Oberst Urs Bessler. Sein knapper militärischer Auftrag: «Die Schweizer Kochnationalmannschaft der Armee hat die Aufgabe, die Schweiz an nationalen und internationalen Wettkämpfen zu vertreten und Höchstauszeichnungen zu erreichen.» Dieses Ziel ist mit dem Gesamtsieg am Culinary World Cup in Luxemburg (16. bis 21. November 2002) erfüllt worden. Mit 493,17 Punkten holte sich die Swiss Army den ersten Rang, dicht gefolgt von der US-amerikanischen Mannschaft mit 490,26 Punkten. Deutschland sicherte sich Platz drei von insgesamt neun Teams.

### FELDMÄSSIGE ZUBEREITUNG

In der Disziplin «warme Küche» überzeugten die Schweizer Militärköche die Jury mit einem leicht geräucherten Wildschwein-Karree, garniert mit Kastanien, Pilzen und Kumquat-Chutney (Vorspeise), gefolgt von warmer Rehterrine, Hirschwürstchen, Rosenkohlknöplli, glasiertem Kürbis sowie Schwarz- und Kerbelwurzeln. Militärschokoladenspitzen, Brandteigtrauben mit Marc-Füllcreme bildeten den süssen Abschluss des Menus, dessen Warenkosten gemäss Reglement fünf Euro (Fr. 7.50) nicht übertreffen durften. Und nur sechs Stunden standen für die Vorbereitung der Zutaten des Menus für 80 Personen zur Verfügung. CM

## Regionalteams brillierten

Mit einem zweiten Gesamtrang sicherte sich die Aargauer Kochgilde bei den Regionalteams hinter Alberta/Kanada den zweiten Gesamtrang. Der Cercle des Chefs de Cuisine Zürich (CCCC) holte sich den dritten Platz; das Kochteam Copains des Alpes schliesslich Platz fünf. Die drei Teams empfehlen sich somit als Nachfolger der Kochnationalmannschaft. Eine Auszeichnung in der Disziplin Warme Küche nach internationalen Regeln findet gemäss dem Geschäftsführer des Schweizer Kochverbandes, Norbert Schmidiger, am 25. Januar 2003 in Unterenfelden statt. Zur Gesamtbewertung herangezogen werden die Resultate in der Disziplin «kalte Küche» der drei letzten grossen Wettbewerbe. CM



**SWISS / Welche Folgen hat die Redimensionierung des Streckennetzes für den Tourismusverkehr in Richtung Schweiz?** SEITE 9



**ÖSTERREICH / An einer Tagung sprachen sich die Referenten für mehr Businessdenken der Tourismusorganisationen aus.** SEITE 10



hotel+tourismus revue

**SPORTEVENTS /** Eine Studie zeigt die volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen auf. Unter anderem resultieren Bruttowertschöpfungen zwischen 0,6 und 5 Mio. Franken für die Regionen, je nach Anlass. MIREILLE GUGGENBÜHLER

# Sport bringt Geld, Gäste und Nächte

Wer als Zuschauer, Trainer, Athlet, Betreuer oder in einer anderen Funktion während des Engadiner Skimarathons anwesend ist, gibt im Durchschnitt 361 Franken in der Region aus, legt 209 Kilometer mittels eines Fahrzeuges zurück und findet seine Erwartungen an den Anlass fast ganz erfüllt.

Diese drei Resultate sind einer Studie zu entnehmen, welche am Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule für Wirtschaft in Luzern entstanden ist und anlässlich des Symposiums zum Thema «Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen» vorgestellt wurde. An sieben Fallbeispielen (siehe Kasten) wurden zum ersten Mal ökonomische, ökologische und soziale Effekte von Sportgrossanlässen erfasst, um dadurch die volkswirtschaftliche Bedeutung solcher Anlässe definieren zu können.

**«LANGLÄUFER LASSEN GELD LIEGEN»**

Der Sport und damit auch Sportgrossanlässe stehen in einer Beziehung mit allen Sektoren der Volkswirtschaft, das heisst mit den privaten Haushalten, der öffentlichen Hand, dem Ausland sowie den Unternehmen. Aus dieser Beziehung resultieren Zahlen, die den Veranstaltern helfen sollen, «ihren Argumentationsnotstand» in verschiedenen Bereichen zu verbessern, so Hansruedi Müller, Professor am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Uni Bern.

Für Emil Tall, OK-Präsident des Engadiner Skimarathons, bedeutet dies etwa, dank der Studie ein Instrument in der Hand zu haben, um Engadiner Touristikern, Hoteliers, Unternehmen und Politikern die Bedeutung des Anlasses in Zahlen vor Augen führen zu können. «Langläufer leben nicht nur länger, Langläufer lassen auch Geld liegen», so Tall, der befürchtet, dass der Wert des Engadiner Skimarathons für die Region in einer schleichenden Gleichgültigkeit gegenüber dem Anlass untergehen könnte.

Mit Anerkennung meine er nicht nur direkten finanziellen Support sondern durchaus auch indirekte finanzielle Unterstützung. «Wir müssen beispielsweise für unsere OK-Sitzungen immer noch in einem Hotel unsere Lokalität mieten und dürfen sie nicht gratis benutzen, obschon dank uns Logiernächte ausgelöst werden.»

**DISKUSSION MIT DEM TOURISMUS FÜHREN**

Heinz Keller, Direktor des Bundesamtes für Sport, fühlt sich durch die Studie denn auch darin bestätigt, dass

Sportgrossanlässe «keine Steuergelder des Sportes» brauchen, sondern eine «intensive Diskussion» auf allen Ebenen, namentlich «mit dem Tourismus». «Damit meine ich», erklärt Keller später gegenüber der hotel + tourismus revue, «dass jährlich wiederkehrende Anlässe Unterstützung aus der Tourismusbranche erhalten müssen und keine Sportsubventionen brauchen. Die Veranstalter müssen in ihrer Region den Wert der Veranstaltung nachweisen.»

Dies will Rolf Hunkeler, OK-Präsident der im Sommer 2001 durchgeführten Ruder-WM in Luzern, mit der vorliegenden Studie denn auch tun. Man wolle der Tourismusregion Luzern zeigen, dass die Stadt nicht nur eine Kultur-, sondern durchaus auch eine Sportdestination sei. «Die 200 bis

300 Medienvertreter an unserem Anlass, die über Luzern in alle Welt berichteten, sind für Luzern von grosser Wichtigkeit.»

Festgehalten haben will Christian Laesser vom Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen, dass die Studie nicht gemacht worden sei, um den Tourismus unter Druck zu setzen, sondern der gesamten volkswirtschaftlichen Bedeutung wegen.

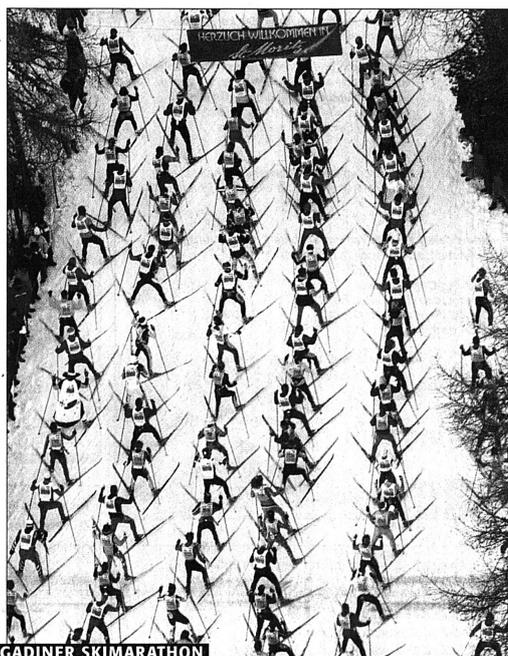
Trotzdem, Fragen wie: «Was schuldet der Tourismus?», wie sie etwa Hansruedi Müller formulierte, oder die Frage von Marco Blatter, Direktor von Swiss Olympic: «Soll Schweiz Tourismus in den Sport investieren?», zeugen davon, dass sich die Sportfachleute von den Touristikern Antworten erhoffen.

## Schweiz Tourismus sponsert nicht

«Wir haben keine Mittel, um Sportsponsoring zu betreiben.» Deutlich drückt Daniela Bär, die Medienverantwortliche von Schweiz Tourismus aus, welche Antworten allfällige Sponsoringanfragen erhalten dürften. Vor Jahren war zwar Schweiz Tourismus mit der Goldblume auf den Skianzügen von Athleten präsent, heute jedoch kommt Sponsoring für ST als Marketinginstrument nicht mehr in Frage. Sportsponsoring sei in erster Linie Markenwerbung, so Bär. Und

die Marke Schweiz müsse man nicht in der Schweiz bewerben. «Sinnvoller wäre es, wir würden zum Beispiel die deutsche Fussballnationalmannschaft mit dem Spruch: «Wir trainieren in der Schweiz sponsern». Dann, so Bär, hätte man eine Botschaft für Gesamtdeutschland. Andere Marketinginstrumente seien sinnvoller für ST, glaubt Daniela Bär, um die vom Bund gefasste Aufgabe, «das Ferien- und Kongressland Schweiz zu promoten», erfüllen zu können. MG

Foto: Keystone



ENGADINER SKIMARATHON

Rechtzeitig zum 35-jährigen Jubiläum zeigt eine Studie die volkswirtschaftliche Bedeutung des Sportevents für die Region auf.

## Unterschiedliche Resultate je nach Grösse und sportlicher Bedeutung der Events

Scorecard Ökonomie	Weltcup 2000 St. Moritz	Engadiner Skimarathon	CSIO St. Gallen	Volley Masters Montreux	Athletissima Lausanne	Ruder-WM Luzern	Lauberhorn Wengen
Anzahl Personen an der Veranstaltung <sup>2</sup>	3600	22 930	22 480	14 700	16 500	20 710	21 700
Ausgelöste Logiernächte <sup>1</sup> *(effektiver Mittelwert)	5100	84 700	2510	4000	2900	41 500	30 400
Total durchschnittliche Ausgaben in der Region pro Person in Franken <sup>1,3</sup>	232	361	138	86	64	327	239
Total ausgelöste Bruttowertschöpfung (direkt + indirekt) in der Region → geschätzter Nettoeffekt in Mio. Franken, *(effektiver Mittelwert)	0,61	5,04	3,98	0,86	0,71	3,40	3,49
Total ausgelöster Umsatz in der Schweiz in Mio. Franken → geschätzter Nettoeffekt in Mio. Franken, *(effektiver Mittelwert)	2,86	13,94	7,51	2,60	4,76	15,14	10,49
Scorecard Ökologie							
Verkehr: Gesamtstanz pro Person in km <sup>1</sup>	418	209	30	201	262	1246	502
Energie: Gesamtenergieverbrauch der Veranstaltung in Mio. MJ <sup>1,4</sup>	4,2	7,0	1,1	8,0	13,4	99,8	32,1
Scorecard Soziales							
Erfüllung der Erwartungen der Zuschauer <sup>5</sup>	4,0	4,5	4,5	4,6	4,6	4,5	4,2
Ehrenamtliche Personentage (inkl. Militär und Zivilschutz)	2100	2100	1600	940	600	8400	3800

<sup>1</sup> Die Angaben der Zuschauer, welche bei diesen Scorecardwerten einfließen, sind eventgewichtete, d.h. die Ausgaben, welche ausserhalb des Veranstaltungsgeländes getätigt werden, die Logiernächte sowie die ökologischen Effekte gehen nur proportional zur Wichtigkeit des Anlasses für den Besuch der Region in die Berechnung ein.

<sup>2</sup> Personen sind Zuschauer, Athleten, Trainer/Betreuer, Medienvertreter, Helfer.

<sup>3</sup> Ausgaben für die gesamte Aufenthaltszeit in der Region.

<sup>4</sup> MegaJoule (MJ) enthält 1 Million Joule oder 277,8 Wattstunden. Diese Energiemenge reicht aus, um eine 40-Watt-Glühbirne sieben Stunden brennen zu lassen.

<sup>5</sup> Die Skala geht von +1 = Erwartungen gar nicht erfüllt bis +5 = Erwartungen voll und ganz erfüllt.

Quelle: HSW Luzern, BASPO, Swiss Olympic

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

**Dies ist ein Erfolgsmittel!**  
**Wählen Sie 031 370 43 40**

**Beratung SHV**  
 Ihr Partner  
 für Organisations- und Küchenplanung

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

**LUZERN HOTELS**

Der Online-Stellenmarkt der Luzerner Hotellerie

**WWW. luzern-hotels.ch**

St. Karlstrasse 74 • CH-6004 Luzern  
 Telefon 041 241 10 30 • Fax 041 241 10 32  
 info@luzern-hotels.ch • www.luzern-hotels.ch

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

- Attraktive Website Online Booking hobooBox
- Aktualisierungsdienst integriert
- 360° Panoramabilder Website Promotion
- Planung, Beratung und Support

**FORUM.CH**  
 Complete Internet Solutions for Hotels & Restaurants

Kasimir-Pfyffer-Strasse 1  
 Postfach 7151, CH-6000 Luzern 7  
 Tel. 041 249 44 77, Fax 041 249 44 70  
 admin@forum.ch, www.forum.ch

Willkommen im Club!

Für unser Restaurant « Les Iles » in Sitten, suchen wir in Untermiete

**Mieter / Paar / Gesellschaft**

Ihre Aufgaben Sie übernehmen in Eigenregie diesen wunderschönen Betrieb im einzigartigen Naherholungsgebiet von Sitten. Ihnen steht eine grosszügige Infrastruktur für den Betrieb von mehreren Banketräumen bis zu 200 Plätzen, eine Brasserie und ein Restaurant mit 120 Sitzplätzen und eine Terrasse mit 140 Plätzen zur Verfügung.

Sie bringen das Walliser Wirtepatent mit und verfügen über eine breite Ausbildung und langjährige Erfahrung im Gastgewerbe. Sie kennen die Herausforderungen eines Saisonbetriebes und können sich in personeller und logistischer Hinsicht rasch und entscheidungsfreudig auf jede neue Situation einstellen. Sie sprechen perfekt französisch und deutsch, führen den Betrieb idealerweise als Paar und können sich so in Küche und Service voll verwickeln.

Wir bieten Ihnen: zu attraktiven Konditionen einen schlüsselfertig eingerichteten Betrieb für eine erste Phase von idealerweise drei Jahren.

Interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

**Touring Club Suisse**  
Ressources Humaines, Réf. 299P  
Ch. de Blandonnet 4, CP 820  
1214 Vernier

weitere Informationen finden Sie unter [www.tcs.ch](http://www.tcs.ch)

suisse schweiz svizzero

**touring club**

## HESSER

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration

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

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

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

Per Frühjahr 1. Mai 2003 zu vermieten  
- in der Alpenarena



## RESTAURANT PANORAMA

CH-7031 Loax-Saluns

36 Plätze im heimeligen Restaurant  
60 Plätze auf der Panorama-Terrasse  
3-Zimmer-Wirtewohnung  
+ 2 Zimmer separat  
2-Zimmer-Dachwohnung für Personal

Bewerbung erbeten an  
**Restaurant Panorama, Laax, oder**  
Telefon (zurzeit privat): 081 641 16 59

152844/250129

## Wunderschönes Italienisches Restaurant zu verpachten!

Es handelt sich um ein neues Restaurant in einem Vorort von Bern mit modernster Infrastruktur, mit 80 Plätzen in der Region Bern. Zum Restaurant gehören ausserdem noch 2 Festsäle für Veranstaltungen von 25 bis 300 Personen, ein kleiner Mercato mit Stehtischen, sowie Gartensitzplätze für 30 Personen.

Interessiert? Dann schreiben Sie uns unter Chiffre 152907, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern

152907/421067

## Tessin

Zum Verkauf steht ein gepflegtes

## exklusives 3-Sterne-Hotel am Lago di Lugano

Direkt am See gelegen.

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

Weitere Infos:

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

150399/247804

## Umgebung Luganersee

Zu verkaufen kleines

## Luxushotel

Haus aus dem 16. Jahrhundert

Parzellengrösse beträgt  
ca. 2000 m<sup>2</sup>. Geeignet auch als  
Privathaus oder als repräsentativer  
Firmensitz. Komplett umgebaut,  
bestbekanntes Restaurant,  
Geheizter Pool, Laube, Loggia,  
Grill und Forno a legna.

Ernsthafte Interessenten wenden  
sich bitte an Fiduciaria Tremar SA,  
Fax 0041 91 921 30 85,  
für einen unverbindlichen  
Besichtigungstermin.

152979/418467

## Zu verkaufen

(alters- und gesundheits-  
halber)

## Hotel-Restaurant

an bester Lage  
und Topzustand in der  
Region «Heidiland»  
(aussergewöhnliche  
Auslastung)

## Restaurant/Stübl/Bar

Saal (teilbar) und  
Gartenwirtschaft  
total 428 Sitzplätze  
und 114 Hotelbetten  
über 100 Parkplätze

Interessenten erhalten  
Auskunft und Details bei:  
ALL-VER,  
Postfach 53, 9496 Balzers

152934/421136

## Tessin/Locarno

### Zu verkaufen

Hotelgebäude an idealer Lage beim  
See, 2 Min. vom Zentrum, Tennisplatz  
und Hafen. Fünfgeschossig, 28 Zl., guter  
Zustand. Gebäude geeignet für Umbau  
in Wohnungen. VB 2 Mio. Fr.  
Weitere Infos:  
079 606 60 51, G: 041 711 24 28

152745/420917

### Zu verkaufen im Tessin

## 3-Sterne-Hotel in Ascona

Restaurant, Schwimmbad, Aussichts-  
terrasse, Garage 17 Zimmer

\*\*\*

## 3-Sterne-Hotel in Locarno

Restaurant, 21 Zimmer

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

152602/193690

In Endingen im Surbtal, an bester Lage im Dorf kern,  
vermieten wir unser

## RESTAURANT POST

auf 1. April 2003, eventuell früher.

Das Restaurant ist zweckmässig eingerichtet:

- ca. 40 Plätze im Restaurant
- ca. 30 Plätze im Säll und Stübl
- ca. 60 Plätze in der 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

152440/420174

# Inseraten- schluss über die Festtage

Termine für die Ausgabe  
1/2003:

Der Inseratenschluss  
der Geschäfts-, Bazar-  
und Liegenschaftsanzeigen so-  
wie für Reklamen ist am  
**Donnerstag, 19. Dezember  
2002, 15 Uhr**

Inseratenschluss  
der *stellen revue*:

**Montag, 23. Dezember  
2002, 12 Uhr**



## Wir vermieten

auf den 1. Juni 2003

das im Zentrum von Blatten gelegene betriebseigene

## Hotel Blattnerhof

Hotel: 42 Betten  
Restaurant, Säll: 120 Sitzplätze  
Saal: 100 Sitzplätze  
Gartenterrasse: 80 Sitzplätze

Das Hotel wurde 1993 umgebaut und renoviert.  
Moderner Ausbaustandard.

Wir suchen ein initiatives, kreatives Hoteller-Ehepaar,  
das mit Freude und Begeisterung die Gäste betreut  
und den Kontakt zu den Einheimischen pflegt.

Sind Sie interessiert?

Dann erteilen wir Ihnen unter der Telefonnummer 027 921 65 16/17  
gerne weitere Auskünfte oder sind bereit,  
Ihnen das Hotel zu zeigen.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bis spätestens  
am 15. Dezember 2002 unter dem Vermerk «persönlich» an:

**Belalp Bahnen AG**  
Direktion  
3914 Blatten b. Naters

Telefon 027 921 65 16/17  
Fax 027 921 65 15  
E-Mail: [bahnen@belalp.ch](mailto:bahnen@belalp.ch)

152136/405776

## HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

## SUCHEN SIE EINEN INTERESSANTEN BETRIEB?

HOTEL-RESTAURANT-BAR MIT 130 BETTEN UND 200  
RESTAURANTPLÄTZEN DIREKT AN DER SKIPISTE IN GR

ITALIENISCHER SPEZIALITÄTENBETRIEB MIT PIZZERIA  
60 PLÄTZE, TRATTORIA 60 PLÄTZE, BAR 80 PLÄTZE UND  
30 HOTELBETTEN IN DER OSTSCHWEIZ

BEKANNTER HOTEL- UND RESTAURATIONSBETRIEB  
MIT 60 BETTEN, VERSCH. RESTAURANTS, SEMINARIEN UND  
BANKETTE, AN GUTER GESCHÄFTSLAGE IM TOGGENBURG

WIR KÖNNEN IHNEN INTERESSANTE MIETGEBOTE UNTER-  
BREITEN. SOLLTE IHR WUNSCHBETRIEB NICHT AUFGEFÜHRT  
SEIN, WIR NEHMEN GERNE IHRE ANFORDERUNGSKRITERIEN  
ENTGEGEN UND SUCHEN FÜR SIE EINEN BETRIEB.

POSTSTRASSE 5, CH-8808 PRÄTFIKON SZ  
055/612'50'15 - 079/422'37'24 - FAX 055/410'41'06

## Zu verkaufen

## Etabliertes Gasthaus

mit Zimmern, Restaurant und Beiz mit  
grosser Terrasse sowie 5-Zimmer-Wirte-  
wohnung an einmaliger Lage in aufstreb-  
endem und steuergünstigen Ferienort  
am Vierwaldstättersee.

Weitere Informationen erhalten Sie unter  
Chiffre 152933, *hotel + tourismus revue*,  
Postfach, 3001 Bern.

152933/6238

## Excellent Investment

Prime Resort in Puerto Aventura  
(Mexico).  
Total Area of 3500 sqm. Private Beach.  
Real value: 3.430 million US\$.  
Asking 2.2 million US\$.

More details at:  
[www.junglebeach.cjb.net](http://www.junglebeach.cjb.net)  
[www.americantechs.net/junglebeach](http://www.americantechs.net/junglebeach)  
Telefon 55-21-988 255 40

152984/421165

## IMMOBILIER

Bienvenue au Club!



Nous recherchons en sous-location pour  
notre restaurant « Les Iles » à Sion

## Locataire couple ou association

Vos tâches: Vous reprenez en gérance propre le  
magnifique restaurant situé dans la région de  
villégiature exceptionnelle de Sion. Une  
infrastructure complète pour l'exploitation est  
mise à votre disposition: des salles de  
banquet jusqu'à 200 places, une brasserie,  
un restaurant de 120 places ainsi qu'une  
terrasse de 140 places.

Vous: êtes en possession d'une patente de  
restaurateur du canton du Valais, d'une  
formation complète suivie d'une solide  
expérience dans le domaine de la  
restauration. Vous êtes à même de relever le  
défi que représente l'exploitation d'un  
restaurant de saison et capable de vous  
adapter rapidement aux changements. Vous  
savez prendre les décisions nécessaires ayant  
trait au personnel et à la logistique avec le  
sourire. Parfaitement bilingue  
français/allemand, vous vous épanouissez  
dans les activités variées liées à la cuisine et  
au service.

Nous: vous offrons la reprise de locaux équipés clé  
en main à des conditions attrayantes, pour  
une première phase de 3 ans. Début de  
l'activité à Pâques 2003. Les locaux seront à  
votre disposition dès janvier 2003.

Les candidatures avec photo sont à envoyer au:

**Touring Club Suisse**  
Ressources Humaines, réf. 299P  
Ch. de Blandonnet 4, CP 820  
1214 Vernier

Nos activités & offres d'emploi sous  
[www.tcs.ch](http://www.tcs.ch)

suisse schweiz svizzero

**touring club**

## Die ITB beginnt einen Tag früher

**Berlin.** Die Internationale Tourismus-Börse (ITB) wird um einen Tag vorverschoben: Ab 2003 beginnt sie bereits am Freitag (7. März) und endet am Dienstag (11. März). Am Montag und Dienstag steht die Messe nur den Fachbesuchern offen. Gemäss den ITB-Organisatoren sind die Anmeldungen bis jetzt stabil. Unternehmen wie Club Med oder Lufthansa, die letztes Jahr abgesagt haben, wollen sich wieder beteiligen. **SST**

## Erster Schritt für neues Reka-Dorf

**Urnäsch.** Die Gemeinde Urnäsch (AR) hat mit einem Ja zum Baurechtsvertrag den Grundstein zur Realisierung eines neuen Reka-Feriedorfs gelegt. Auf einer rund 10 000 Quadratmeter grossen Wiese in Nähe des Bahnhofs soll ein Feriedorf mit mehr als 50 Wohnungen entstehen. Eine Projektgruppe wird sich jetzt mit der Frage der Finanzierung befassen und den definitiven Mietvertrag mit der Reka aushandeln. **SST**

## EURO DISNEY PARIS / Geschäftsjahr 2001/02 33 Mio. Euro Verlust

Das Disneyland-Resort Paris meldet für das Geschäftsjahr 2001/02 Verluste in Höhe von 33,1 Mio. Euro, gegenüber einem Gewinn von 30,5 Mio. Euro im Jahr davor. Dieses schlechte Ergebnis führen die Verantwortlichen auf die hohen Kosten zurück, die mit der Eröffnung des zweiten Themenparks – Walt Disney Studios – im März verbunden waren. Dennoch wird die Eröffnung als Erfolg gewertet. Bis-

her konnten 2,2 Mio. Besucher registriert werden. Insgesamt lag die Besucherzahl von Euro Disney bei 13,1 Millionen.

Für das laufende Geschäftsjahr ist die Eröffnung von 1450 Hotelzimmern geplant und bis in 18 Monaten sollen sogar 1900 neue Zimmer in Hotels und Ferienresidenzen bereitgestellt werden. Die Belegungszahlen der sieben Disneyhotels erreichen übers Jahr gerechnet Spitzenwerte von 82 Prozent. **HAS**

## Spielerträge für Investitionen

**Davos.** Im umgebauten B-Casino Davos kann an 70 Glücksspielautomaten und je zwei American-Roulette- und Blackjack-Tischen gespielt werden. An der Casino Davos AG hält Davos Tourismus 81 Prozent, 19 Prozent gehören der Admiral Casinos and Entertainment AG, Zürich. Die Erträge aus den Glücksspielen kommen laut Armin Egger, Direktor Davos Tourismus, einer Stiftung zugunsten von Investitionen im lokalen Tourismus zugute. **TRU**

## Thomas Cook löst Joint Venture auf

**British Airways.** Thomas Cook hat ein Joint Venture mit der Luftfahrtgesellschaft British Airways aufgelöst. Der Reisekonzern sei künftig alleiniger Eigentümer des bisherigen Gemeinschaftsunternehmens Accoladia. Accoladia war im April 2001 von Cook und British Airways als gemeinsamer Veranstalter für Pauschalreisen mit Linienflügen gegründet worden. **SST/lda**

## BERGBAHNEN / Jeder zweite Schweizer Betrieb verbucht einen Verkehrsertrag-Rückgang. SONJA STALDER

# «Die Alarmglocken sollten längst läuten»

«Die Schweiz ist zum zweiten Mal in Folge der grosse Verlierer.» Zu diesem wenig erfreulichen Schluss kommt das Churer Beratungsunternehmen Grischconsulta in seiner Studie «Bergbahnen wohin?». Wo ein Verlierer ist, ist auch ein Gewinner, und dieser heisst Österreich: 72% der befragten österreichischen Unternehmen konnten im letzten Jahr ihren Verkehrsertrag steigern. Jeder zweite Schweizer Betrieb musste hingegen einen Rückgang hinnehmen. «Die Alarmglocken sollten längst läuten», sagt Roland Zegg von Grischconsulta.

In Bezug auf die Beschneidung deckt die Studie einen weiteren Unter-

schied zwischen den beiden Ländern auf: Die Österreicher können 47% ihrer Pisten beschneien, die Schweizer nur 15%. Das Vorurteil, dass österreichische Unternehmen a priori mehr Unterstützung von der öffentlichen Hand erhalten, ist gemäss Studie allerdings falsch. 47% der österreichischen Betriebe sind bei der Beschneidung ganz auf sich selbst gestellt; in der Schweiz sind es nur 28%. Welche Beiträge die unterstützten Unternehmen erhalten, darüber gibt die Studie jedoch keine Auskunft.

Im Vergleich zu Österreich und zu Deutschland planen die Schweizer Bergbahn-Unternehmen in den nächsten drei Jahren am meisten Investitionen (insgesamt 256 Mio. Franken).

### KONZENTRATIONSPROZESS BIS 2015 ABGESCHLOSSEN

Grischconsulta geht davon aus, dass Klimaveränderungen, Wettbewerb und stagnierende Märkte zu «einem tiefgreifenden Konzentrationsprozess in der Branche» führen werden: «In der Schweiz werden noch rund 30 Schneesport- und 20 Ausflugsgebiete mit wirklich gesunden Bergbahn-Unternehmen existieren», wagen die Churer eine Prognose. Die meisten anderen heute noch bestehenden Unternehmen werden gemäss Grischconsulta entweder in einer grösseren Gruppierung aufgehen, durch die Standortgemeinden dauerhaft und durch Kantons- und Bundesbeiträge künstlich am Leben erhalten. «Einige werden sicher auch geschlossen und liquidiert», heisst es lapidar. Der Konzentrationsprozess soll bis 2015 abgeschlossen sein.

\* Auswertung von 115 Fragebogen (69 aus der Schweiz, 32 aus Österreich, 14 aus Deutschland).



Laut Grischconsulta gibt es in der Schweiz nach wie vor einige konjunkturresistente «Bergbahnperlen».

## Das gesunde Bergbahn-Unternehmen

- Die Aktiengesellschaft und das Aktionariat ist in der Region verankert und wird von privaten Aktionären angeführt. Die Gemeinden haben Minderheitsbeteiligungen von 10% bis 30% und einen Sitz im Verwaltungsrat.
- Der Verwaltungsrat umfasst fünf bis sieben Mitglieder, die nach Aktienanteil und Fachkompetenz zusammengesetzt sind.
- Die Unternehmung erzielt Verkehrsumsätze von 5 Mio. Franken an aufwärts sowie stabile Cashflows von mindestens 32% des Gesamtertrags.
- Die Unternehmung erzielt mindestens 65% des Ertrags im Kerngeschäft Personentransport und führt zumindest einen Teil der Berggastronomie selbst.
- Es gibt einen Vermietungsservice im Skigebiet. Pro Gebiet existieren zwei Schneeschulen, wovon eine

- klassischen Gruppenunterricht erteilt und eine Zusatzleistung bietet.
- Das Kerngebiet für Schneesport liegt auf über 1800 Meter.
- Das Gebiet hat mehrere beschneite Talabfahrten und kann mindestens 20% der gesamten Pisten technisch beschneien.
- Das Bergbahn-Unternehmen ist entweder in eine touristische Destination eingebettet und hat damit einen hohen Anteil an Aufenthaltsgästen oder sie ist selbst Ausflugsziel für Tagesgäste.
- Der Ski- und Sportbusservice sowie das touristische Marketing werden gemeinsam mit der Tourismusorganisation erarbeitet und finanziert.
- Bergbahn-Unternehmen gehen immer häufiger marktwirtschaftliche Kooperationen ein. **SST**

Quelle: Grischconsulta

Foto: Comet



«OPTIMIERUNGSPROGRAMM»

Im Charterbereich werden künftig vier Maschinen des Typs Airbus A320 (im Bild) statt sieben MD-11 eingesetzt.

## FLUGVERKEHR / Das Streckennetz der Swiss wird nächstes Jahr verkleinert. Welche Auswirkungen hat das auf den Tourismus? GREGOR WASER

# An Flugverbindungen wird's nicht mangeln

Im nächsten Jahr will die Swiss ihr Streckennetz redimensionieren (siehe Kasten). Aus Sicht der Schweizer Tourismusindustrie scheinen sich die negativen Auswirkungen bezüglich der Verbindungen aus den wichtigsten Überseemärkten in Richtung der Schweiz allerdings in Grenzen zu halten. Zwar haben die für den Schweizer Tourismus wichtigen Langstrecken bisher den grösseren Teil der Verluste verursacht, doch die aktuellen Sparmassnahmen betreffen mehrheitlich den Standort und die Frequenzen in Basel und somit vor allem innereuropäische Verbindungen.

### MARKETING GEMEINSAM MIT AMERICAN AIRLINES

Mit dem eingeleiteten Optimierungsprogramm hat die Swiss den Problembereich aber noch nicht bewältigt. Einen herben Rückschlag muss die Fluggesellschaft nun nämlich bei den Verhandlungen mit dem favorisierten Bündnispartner One-world verzeichnen. Die Aufnahme neuer Mitglieder stehe im Moment nicht im Vordergrund und könnte den Wert der Allianz für die derzeitigen Mitglieder mindern, heisst es seitens der One-world. Swiss-Chef André Dosé räumt ein, dass er die Hürden für einen Allianz-Beitritt unterschätzt habe. Immerhin kann die Swiss vermelden, dass die seit dem Frühling bestehende Zusammenarbeit mit American

Airlines vertieft wird. Denn die US-Behörden haben das Gesuch um Antitrust-Immunität gutgeheissen. Was so viel heisst, dass die beiden Airlines Tarife und Flugpläne koordinieren sowie gemeinsames Marketing betreiben können, was sich im Werben um das Ferienland Schweiz im angeschlagenen Quellmarkt USA sicher positiv auswirken dürfte.

### SWISS ALS IMAGETRÄGER IN ÜBERSEEMÄRKTEN

Eine starke Marke Swiss ist gerade in den Überseemärkten wegen der Imagebildung von grosser Bedeutung und eine markantere Redimensionierung der Swiss würde in aufstrebenden Märkten wie Asien dem Tourismusver-

kehr in Richtung der Schweiz langfristig schaden. Wenngleich eines das Ferienland Schweiz nicht zu befürchten hat: dass die Nachfrage anderer Airlines, Flüge in die Schweiz zu betreiben, nachlassen wird. Denn jetzt schon zeigt sich, dass die grossen Airline-Allianzen mit ihren Mega-Hubs in Paris, Frankfurt oder London sehr erpicht sind, aus Märkten wie der Schweiz Passagiere zu generieren, um ihre interkontinentalen Drehscheiben erfolgreich zu betreiben. So bauen gerade Lufthansa und Air France ihre Zubringerflüge und nach der Schweiz derzeit markant aus. Wie auch immer sich die Swiss in den nächsten Monaten oder Jahren weiterentwickelt, an Flugverbindungen wird es künftig nicht mangeln.

## Deutsche Strecken gestrichen

Welche Destinationen und Frequenzen die Swiss ab dem kommenden Frühling kippt, wird derzeit abgeklärt. Bereits auf den Winterflugplan hin hat die Schweizer Airline die zwei täglichen Flüge auf der Strecke Basel-Köln, sowie die Strecken Basel-Friedrichshafen, Zürich-Münster und Zürich-Leipzig eingestellt. Nun sollen weitere Flüge gestrichen werden, um die Kostenseite zu entlasten. Das so genannte Optimierungsprogramm der Swiss, das letzte

Woche vorgestellt wurde, sieht einen Abbau von acht Flugzeugen und 300 Stellen vor. Betroffen sind je eine Lang- und Kurzstreckenmaschine (MD-11 und Airbus A320), drei Chartermaschinen und drei fünfzitzplätzig Regionalflugzeuge – und das dazu gehörende Fluggespersonal. Zudem werden im Charterbereich künftig vier Airbus A320 statt sieben MD-11 eingesetzt. Das Ziel lautet, im nächsten Jahr ohne finanzielle Verluste über die Runden zu kommen. **GW**

**BÖRSENBAROMETER /**  
Zurückhaltung prägt die Aktien-  
Szene im Tourismusbereich

## Tourismus ist verunsichert

Die Swiss International Air Lines ist ein gutes Beispiel für die herrschende Verunsicherung. Die Aktie konnte ihre besten Kurse nicht halten, nachdem bekannt wurde, dass die Swiss rund 400 Mio. Franken Kosten sparen muss und dafür acht Flugzeuge – davon drei aus dem Charter-Verkehr – aus dem Verkehr zieht und 300 Stellen streicht. Was echt Sorgen bereitet, ist die Tarif-Erosion. Hier wird der Druck kaum geringer: vor allem englische und deutsche Billig-Airlines drängen immer mehr auch auf den Schweizer Markt.

Auch im Ausland geben die Airlines weiter zu reden. Während Austrian Airlines und Air France im 3. Quartal wieder schwarze Zahlen melden konnten, steht es vor allem um die US-Airlines schlimm. Vor allem die einst grösste Airline der Welt, United Airlines, kämpft verzweifelt ums Überleben. In nur einem Jahr hat die Gesellschaft 26 000 Kündigungen ausgesprochen, 49 Flugzeuge stillgelegt und die Löhne markant gekürzt.

### KURSSTIEGERUNG BEI REISEKONZERN KUONI

Die Hotels und Hotelketten erlitten keine weiteren Verluste. Sie konnten sich stabilisieren. Das trifft auch für Coca-Cola zu, während McDonald's unverändert unter dem harten Preiskampf in der Schnellverpflegung leidet. Auch wurde die neue Pizza-Linie, die zum stagnierenden Hamburger-Absatz einen Ausgleich schaffen soll, nicht besonders begeistert aufgenommen.

Bei Kuoni kam es zu einer deutlichen Kurssteigerung, nachdem der Reisekonzern im 3. Quartal wieder schwarze Zahlen vorweisen konnte. Weiterhin enttäuschend ist der Kursverlauf beim Engros- und Detailhändler Bon appetit; mit 70 Franken ist der Kurs auf ein wahrhaft enttäuschendes Niveau gefallen. *WZ*

### LESERBRIEF

## Keine Ahnung von Sherry

Wissens-Lücken beim  
Hotellerie-Nachwuchs

Dass auf der Terrasse eines Luzerner Luxushotels das Servierpersonal auf die Wörter «Sherry» und «Diners Club» mit Ahnungs- und Ratlosigkeit reagiert, wirft die Frage auf, wie es um Fachwissen und Umgangsformen des Nachwuchses unserer Hotellerie und Gastronomie bestellt ist. Was «Sherry» ist, weiss die junge Bedienerin nicht. Zu Erkundigungen hinter den Kulissen ermuntert, bringt sie schliesslich den Bescheid, zu haben seien «Tio Pepe» und «Sandeman». Der bestellte «Sherry Sandeman», den sie schliesslich serviert, macht zunächst wegen seiner dunklen Farbe skeptisch, entpuppt sich dann als Portwein und ist auch auf dem Kassabon so bezeichnet. Weitere Wünsche zeitigen nach umständlichem Hin und Her ebenso problematische Ergebnisse: Auf der (von weit her geholten) Speisekarte ist zwar der neckische Satz: «Giuseppe Verdi geniesst in Caprese» zu finden, nicht aber ein Beefsteak tatar – das immerhin zu haben wäre, wie der anonyme Bescheid (ohne Details bezüglich Portionengrösse, Würze, evtl. Beigaben) lautet. Als darauf die Frage, ob die Diners-Club-Kreditkarte akzeptiert werde, abermals zuerst ins Leere geht und nach neuerlichen Rückfragen mit «Nein» beantwortet wird, ist die unerquickliche Szene beendet, die bei geschickter Schulung und Führung des reichlich vorhandenen Personals sich gar nicht ereignet hätte.

Charles Inwyler  
Zollikerberg

**ÖSTERREICH /** In Zukunft werde die Auslastung der Kapazitäten und nicht die Entwicklung der Destinationen im Vordergrund stehen müssen, war an einer Tagung zu vernehmen. **HERIBERT PURTSCHER**

# «Verbandsführung ist Business»

«Bis anhin trugen Tourismus-Chefs einen «Aufgaben-Bauchladen» mit sich herum». Der dies so sieht, ist Walter Schertler, Inhaber des Lehrstuhls für «Organisation und Strategisches Management» der Universität Trier. Mit dieser alten «Aufgabenregelung» sei es aber bald vorbei, sagte Schertler an der Tagung des Bundesverbandes Österreichischer Tourismusmanager (BÖTM) in Rust am Neusiedlersee (AT).

Künftig würde «die Stellung als unser Tourismusdirektor» nicht mehr genügen, sondern diese Person werde künftig vor allem strategische Konzepte vorlegen müssen und einem weitgehend objektivierten Benchmarking («unser Tourismusdirektor im Vergleich zu anderen») unterzogen werden. Im Vordergrund der Aufgaben stehe dabei die Auslastung der vorhandenen Kapazitäten, und nicht mehr die Entwicklung der Destination, so der österreichische Professor.

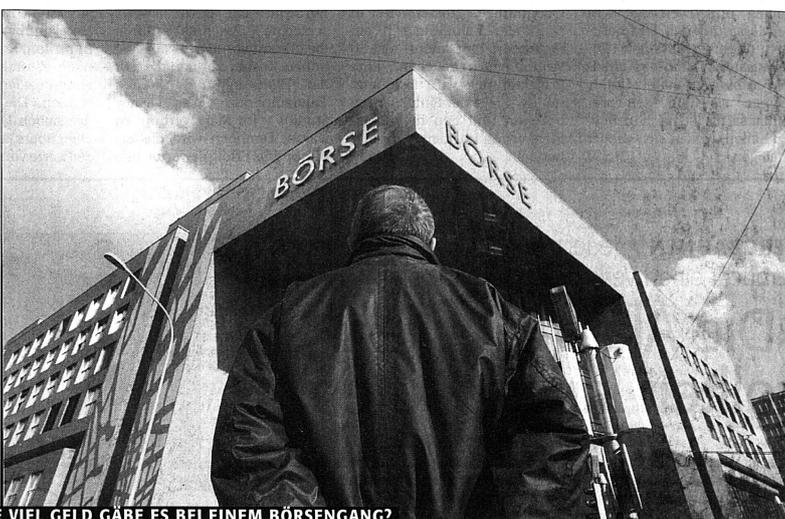
Diese neue Regelung werde mit sich bringen, dass die Tourismusorganisationen als «Incoming-Unternehmen» gelten müssten, die selber für Produkte zu sorgen hätten. «Kümmerten sich die Organisationen bisher vor allem um Werbung und dienten als Anlaufstelle für Tourismusangelegenheiten, so gehört es zu den geänderten Spielregeln, Geschäfte selbst zu suchen und die Organisation damit auf den Wachstumspfad zu bringen», wagte Schertler einen Blick in die Zukunft der österreichischen Tourismusszene.

### BEGEISTERUNGSNUTZEN SCHAFEN FÜR KUNDEN

«Die Organisation der Tourismusverbände wird sich ebenfalls ändern. Sind die Verbände heute meist als Verein konstituiert, in dem alle Mitglieder gleich sind, so werden die Mitglieder künftig durchaus unterschiedlich sein», so Schertler und weiter: «Wichtig ist, dass die Tourismusorganisationen für ihre Kunden vor allem Begeisterungsnutzen schaffen.»

Darunter versteht Schertler «aussergewöhnliche Leistungen als Spitze einer Leistungspyramide, die letztlich zu einer besseren Auslastung führt. Fundamente dieser Pyramide seien der Basisnutzen («selbstverständliche

Foto: Ex-Press



**WIE VIEL GELD GÄBE ES BEI EINEM BÖRSENGANG?**

Ob eine österreichische Tourismusorganisation an die Börse geht, müssen Aufsichtsrat und Geschäftsführung entscheiden.

Leistungen») und der darauf aufbauende Leistungsnutzen («Leistung mit hoher Qualität»).

Viele österreichische Tourismusorganisationen stehen angesichts der neuen Entwicklungen und geänderten Anforderungen vor einem echten Dilemma, ist sich Schertler bewusst: Wagen sie den Sprung «hinein in die Privatwirtschaft» in Erfüllung eines privatwirtschaftlichen, nicht-gemeinnützigen Auftrages, oder streben sie «zurück ins Amt», auf der Basis eines öffentlichen, gemeinnützigen Auftrages? Sehr viele Verbände haben in dieser Frage, so Schertler, in der Praxis ein «Sowohl-als-auch» Problem.

### «EIN GESCHÄFT MUSS EIN GESCHÄFT SEIN»

Als Entscheidungshilfen bietet Schertler folgende Überlegungen an: Wird eine Tourismusorganisation als Business geführt (Motto: «Ein Geschäft muss ein Geschäft sein»), müssen Auf-

sichtsrat und Geschäftsführung die Frage beantworten: «Wie viel ist unser Tourismusverband wert?» Zu überlegen ist dabei: Welche Wertschätzung erfährt unsere Tourismusorganisation? Wer würde wie viel für unser Unternehmen zahlen? Und: Wie viel Geld könnten wir bei einem Börsengang bekommen?

Mit anderen Worten: Shareholder Value als Herausforderung für Tourismusorganisationen? Muss der Tourismusverband auf Teufel komm raus wirtschaftlich tätig werden und bei seinem «Drive zur Privatwirtschaft» möglichst viele Kooperationen mit Partnern aus der Wirtschaft eingehen? Schertler sieht diese Fragen eher nüchtern: «Shareholder Value» bedeute im Grunde nichts anderes als Rendite plus Wachstum und stehe damit als «Paradigma für eine erfolgreiche, wertorientierte Unternehmensführung». Galt bisher: die Rendite sichert das Überleben, so werde es in Zukunft heissen: Rendite und Wachstum sichern das Überleben.

Übertragen auf den Tourismus bedeute dies: «Wir müssen nicht nur auf die Kosten schauen, sondern noch zusätzliche Wertsteigerungsstrategien umsetzen», erklärte der Management-Professor in der gutbesuchten Tagung. Diesen Mehrwert zu schaffen, sei letztlich Aufgabe der privatwirtschaftlichen Tourismusorganisation und ihres nach neuen Spielregeln agierenden Direktors.

Hefig diskutiert wurde auf dem BÖTM-Forum die Aussage Schertlers, die Verbände sollten auch das Incoming selbst betreiben, wobei sie dieses ja gegebenenfalls an «Call-Centers» auslagern könnten.

Scharfer Widerspruch etwa kam von Diether Toth, Geschäftsführer der Eurotours GmbH in Kitzbühel, eines der grössten Incoming-Unternehmen des Landes: Die Tourismusorganisationen sollten sich aus der Privatwirtschaft zurückziehen und das Incoming gefälligt den privaten Reiseveranstaltern überlassen, war sein Fazit.

**GEWINNER /** Der Wettbewerb anlässlich des 120-jährigen Bestehens des SHV fand bei Leserinnen und Lesern grossen Anklang. Am vergangenen Freitag wurden die Gewinner ermittelt. **MARIETTA DEDUAL**

## Wer darf ins «Giardino», wer nach Montreux?

«Herzliche Gratulation! Wir freuen uns, nächstes Jahr Herrn Werner Imfeld aus Lungern im «Giardino» in Ascona willkommen zu heissen», so Hoteldirektor Franz Reichholz, der für den Wettbewerb anlässlich des 120-jährigen Bestehens des Schweizer

Hotelier-Vereins den 1. Preis zur Verfügung gestellt hat (zwei Übernachtungen im Doppelzimmer, inkl. Frühstück). Der 2. Preis, eine Übernachtung (inklusive Frühstück) in einer Suite im «Montreux Palace» geht an Lilly Bleiker-Lindinger aus Alpnach

Dorf (Preis gesponsert von Hoteldirektor Hans Wiedemann). Den 3. Preis, ein exklusives Seidenfoulard und zwei Seidenkravatten, zur Verfügung gestellt vom Zürcher «Seidenkönig» Andy Stutz, gewinnt Jean-Claude Wermeille aus Rheinfelden. 4. Preis: Roland Schegg, Lausanne, erhält den Gübelin-Gutschein im Wert von 500 Franken. 5. bis 7. Preis: Je eine Uhr der swiss-art-collection, gesponsert vom Schweizer Hotelier-Verein, erhalten Kaspar Antener, Blauen, Roger Lehmann, Wimmis und Albert Fankhauser, Worb. Und mit einem Gratis-Abonnement der htr bedacht werden Fredi Zollinger, Zürich, Désirée Bleiker, Alpnach Dorf und Otmar Sorgenfrei, Vevey.

### ZWÖLF FRAGEN – UND DIE ANTWORTEN

Im Folgenden die Auflösung des Wettbewerbs:

1. In welcher Stadt fand das 100-jährige Jubiläum des Schweizer Hotelier-Vereins statt? – **Bern**  
2. Zu welchem Anlass organisierte der Schweizer Hotelier-Verein die Zeltaktion im Jahre 1992? – **Jubiläum 100 Jahre hotel + tourismus revue**

3. In welchem Jahr war der Schweizer Hotelier-Verein zum ersten Mal an der ITB mit einem eigenem Stand vertreten? – **1983**

4. Wo wurde 1964 das erste Schulhotel eröffnet? – **Davos**

5. Wann erschien der erste Hotelführer? – **1896**

6. Wo in Bern befindet sich der Hauptsitz des Schweizer Hotelier-Vereins? – **an der Monbijoustrasse 130**

7. Wie lange schon befindet sich der Schweizer Hotelier-Verein an besagter Adresse? – **25 Jahre**

8. In welcher australischen Stadt gibt es ein Lizenz-College (International College of Hotel Management) des Schweizer Hotelier-Vereins? – **Adelaide**

9. Krankenkasse, Unfall, Personalvorsorge – wo versichert sich der Schweizer Hotellerie? – **Hotela**

10. Wie heisst der neu gewählte Generaldirektor der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL)? – **Ruud Reuland**

11. Wann wurde erstmals der «Milestone – Tourismuspreis Schweiz» verliehen? – **2000**  
12. Wofür steht die Abkürzung des vom Schweizer Hotelier-Verein herausgegebenen Magazins H&G? – **Hotel & Gastgewerbe**

Foto: Marietta Dedual



**MIT SÜDLICHEM CHARME**

Das Fünf-Sterne-Hotel Giardino in Ascona.

**ZWEITWOHNUNGEN** / Die Ski-WM in St. Moritz hat im Oberengadin zum Missfallen der Tourismusbehörden auch einen Bauboom der Zweitwohnungen ausgelöst. Im Unterwallis kämpft man mit ähnlichen Raumplanungs-Problemen. **ROBERT WILDI**

## «Kalte Betten» schaden dem Tourismus

Im Vorfeld der Ski-Weltmeisterschaften 2003 in St. Moritz scheint die quantitative Grenze des Zweitwohnungsbaus überschritten worden zu sein. Allein im vergangenen Sommer wurden im Oberengadin 400 neue Wohnungen erstellt. In den vergangenen fünf Jahren wurde mehr als eine Milliarde Franken in die Hotellerie, Bergbahnen und den Wohnungsbau investiert.

Angesichts der umfangreichen Bautätigkeit läuten bei Hanspeter Danuser, Kurdirektor von St. Moritz, die Alarmglocken. Stein des Anstosses sind in erster Linie die vielen neuen Zweitwohnungen, die erfahrungsgemäss während mehr als 90 Prozent des Jahres leer stehen.

Künftig gilt es laut Danuser in erster Linie, die für die Region lebenswichtige Hotellerie zu fördern. Sie generiert rund 80 Prozent der St. Moritzer Übernachtungen. Hotelgäste bringen dem Ort eine viel höhere Wertschöpfung als nur selten anwesende Wohnungseigentümer. Weitere unangenehme Effekte der regen Bautätigkeit sind massiv steigende Boden- und damit auch Hotelpreise, die gemäss dem Kurdirektor auf die Dauer beim Gast nicht mehr zu rechtfertigen sind.

### GESAMTENERGIE-KONZEPT NACH SKI-WM

Es liegt auch in Danusers Interesse, den imageträchtigen Grossanlass Ski-WM so erfolgreich wie möglich über die Bühne zu bringen. «Danach müssen sich aber die Engadiner Lokalpoli-

tiker zusammensetzen, die Situation kritisch analysieren und handeln», fordert der Kurdirektor. Falls die momentane Entwicklung nicht gestoppt werde, drohe irgendwann der Kollaps.

Erste Massnahmen wurden vom Kurverein St. Moritz bereits getroffen. Mit einem Gesamtenergie-Projekt möchte Danuser im Sommer 2003 die Zukunftsvisionen der Ferienregion klar aufzeigen. «Wir unternehmen alles, um das ganze Engadin in einem ökologischen Gleichgewicht zu halten und haben bereits entsprechende Umweltnormen in Betrieb gesetzt», erläutert er. Danuser: «Wir möchten unseren Grossanlass nutzen, um die Zukunft der Region in die richtigen Bahnen zu lenken und Nachhaltigkeit zu demonstrieren.»

### VIELE «KALTE BETTEN» IM UNTERWALLIS

Mit den gleichen Problemen kämpft man auch im Unterwallis. So werden etwa in Crans-Montana gemäss dem Walliser Tourismusdirektor Urs Zenhäusern von 40 000 Wohnbetten nur gerade 10 000 vermietet. «Die restlichen Wohnungen wurden gekauft und sind pro Jahr nur gerade während zwei bis drei Wochen bewohnt», so Zenhäusern. Diese sogenannten «kalten Betten» hinter verschlossenen Fensterläden sorgen für ein schlechtes Ambiente im Tourismusort. Auch die Kostenstruktur werde so unnötig angehoben. Denn die Infrastruktur der Bergbahnen und



ST. MORITZ

Zweitwohnungen sind in den letzten Jahren wie Pilze aus dem Boden geschossen.

Gastronomiebetriebe muss auf die Vollbelegung aller Wohnungen ausgerichtet werden und ist deshalb während der meisten Zeit im Jahr viel zu teuer. Die aufgrund des Baubooms steigenden Bodenpreise erschweren es Arbeitnehmern und Saisoniers, in Crans-Montana oder Verbier erschwinglichen Wohnraum zu finden. «Die rege Bautätigkeit bringt zwar der Branche kurzfristige Gewinne sowie den Gemeinden zusätzliche Steuer-

einnahmen, wirkt sich aber auf die Dauer negativ auf Umwelt und Wirtschaftlichkeit der Destinationen aus», prophezeit Zenhäusern.

Einige Gemeinden im Oberwallis verbieten den Wohnungsbau für Ausländer gänzlich, in Saas Fee etwa kann nur bei Nachweis eines lokalen Wohnsitzes der Bau einer Zweitwohnung in Angriff genommen werden. «In Saas Fee herrscht aus diesem Grund auch in der Zwischensaison keine trostlose At-

mosphäre mit reihenweise geschlossenen Fensterläden», so Zenhäusern.

Im Berner Oberland hat der Bauboom noch nicht derart bedrohliche Ausmass angenommen. In den grösseren Tourismusorten, allen voran Grindelwald, ist aber eine ähnliche Entwicklung zu spüren. Gemäss dem Präsidenten des Verkehrsvereins, Peter Balmer, müsse bereits jetzt präventiv gehandelt werden, um nicht in absehbarer Zeit auf ähnliche Probleme wie das Oberengadin oder Unterwallis zuzugehen.

### BESSERE RAUMPLANUNG, HÖHERE BESTEUERUNG

«Wir müssen den gesetzlich vorgeschriebenen Erstwohnungsanteil von 33 Prozent nachhaltiger durchsetzen», sagt Balmer. Anlässlich der letzten Kontrolle habe man in Grindelwald festgestellt, dass rund 20 als Erstwohnungen taxierte Objekte illegal weitervermietet wurden. «Das ist zwar nur ein kleiner Teil, aber um Auswüchse dieser Art zu verhindern, müssen wir jetzt durchgreifen», so der Präsident. Die Gemeinde sei gefordert, rigide Kontrollen vorzunehmen. Falls dies nichts bringe, seien gesetzliche Änderungen im Baureglement notwendig.

Auch im Wallis wird gehandelt. «Mit einer besseren Raumplanung sowie höheren Steuern für Neubauten im Wohnungsbereich müssen die Gemeinden in erster Linie ihre Hotellerie unterstützen», fordert Urs Zenhäusern. *Siehe auch Seite 1*

Anzeige

## Auch in frequenzarmen Perioden Geld verdienen – wie geht das?

Es gibt ein wirksames Instrument, mit dem Sie Ihre freien Kapazitäten besser nutzen:

Mit *freedreams* bringen Sie in frequenzarmen Perioden Gäste in Ihr Haus – und damit Ambiente, Umsatz und Deckungsbeitrag. Sie schöpfen aus einem Potenzial von mehreren Millionen treuen *freedreams* Kunden in ganz Europa.

Ihre Teilnahme an *freedreams* ist kostenlos. Keine Mitgliedschaftsgebühren, keine Werbekostenanteile, keine sonstigen Kosten. Und Sie bleiben immer flexibel, sind frei von Kontin-

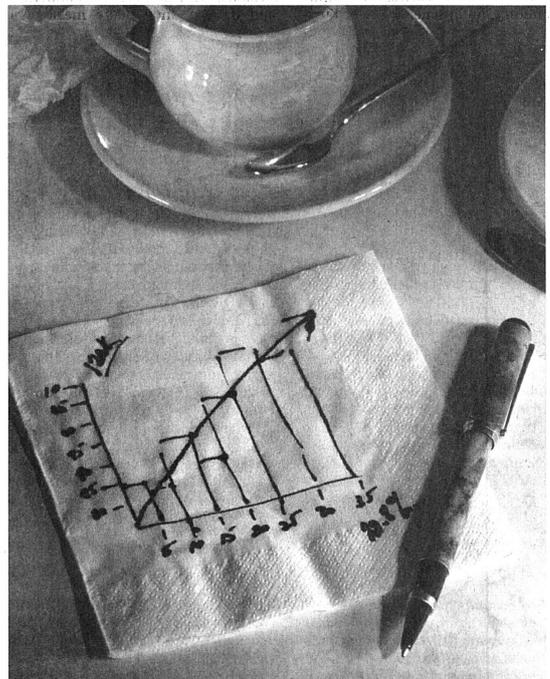
genten oder obligatorischen Buchungsperioden.

Die Gäste bezahlen ihre Konsumationskosten und weiteren Ausgaben direkt bei Ihnen. Also kein administrativer Aufwand und keine Verrechnung über Dritte.

In der Schweiz arbeiten über 170 Hotels aller Regionen und Kategorien mit *freedreams* zusammen und profitieren alleine im laufenden Jahr von über 500 000 zusätzlichen Übernachtungen. Europaweit sind es sogar mehr als 1500 *freedreams* Partnerhotels.

Sie sind in den verschiedenen *freedreams* Hotelführern präsent – europaweit. Und ziehen Nutzen aus der erfolgreichen Endkunden-Werbung (Inserate, Direktwerbung, TV, Internet etc.) und dem bewährten Kundenbindungsmechanismus. Über 100 000 treue Schweizer Kunden zeigen: *freedreams* ist auf Erfolgskurs.

[www.freedreams.ch](http://www.freedreams.ch) – besuchen Sie uns im Internet. Sie finden dort viele interessante Informationen und Porträts der 1500 *freedreams* Partnerhotels in der Schweiz und europaweit.



Darüber möchten wir mehr wissen und wünschen Informationen.

Bitte senden Sie uns

Informationen, was uns *freedreams* in frequenzarmen Perioden konkret bringt.

Wir haben spezifische Fragen.

Bitte rufen Sie uns in den nächsten Tagen an.

Firma

Adresse

Telefon

Frau  Herr  
Zuständig

PLZ, Ort

E-Mail Adresse

**free=dreams**  
Clever reisen.

Bitte einsenden an: DuetHotel AG, *freedreams*, Haldenstr. 1, Postfach, 6342 Baar oder per Fax an 041 769 35 25

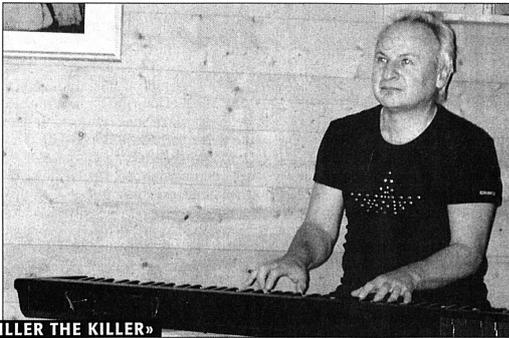
**GSTAAD** / Das Vier-Sterne-Hotel Bernerhof bietet seinen Gästen verschiedene Formen der Langeweile als Ferien-Programm. **MARIETTA DEDUAL**

## Wie sich langweilen lässt

Leistungssport, Wellness, Unterhaltung – der moderne Hotelgast muss beim Klingeln für den Concierge sogleich die Agenda aufschlagen, um den Ferienverlauf besser managen zu können. Mit der Quintessenz, dass der Grund der Ferienbuchung, nämlich die längst fällige Erholung, in Vergessenheit gerät. Dem wollte Thomas Frei, Direktor des «Bernerhofs» in Gstaad, entgegenwirken. «Langweilen ohne zu eilen», hiess das Motto für den Monat November. Bei dieser Gäste-Aktion standen folgende Langweiler-Aktionen zur Auswahl: eine Wanderung auf dem Philosophenweg von Yehudi Menuhin, Pferdekutschenausflüge, Zigarrenrauchen und das Ansehen von Stummfilmen. **MD**

www.langweilen.ch

Foto: Marietta Dedual



«MILLER THE KILLER»

Der Stummfilmpianist begleitet den Charlie-Chaplin-Film auf dem Piano.

«MED-EX» / Mit Badrutt's als erstem Schweizer Hotel

## Exklusiver Lifestyle

«The Mediterranean Experience»: Ein englisches Konzept drängt über einen deutschsprachigen Spezial-Katalog auch in die Schweiz und zeigt sich offen für Schweizer Hotels. Bisher ist von hier einzig das Badrutt's Palace aus St. Moritz vertreten. «MedEx», wie Insider den britischen Veranstalter flugs abgekürzt haben, hat in seinem 260 Seiten starken, ersten deutschsprachigen Katalog Hotels, Resorts, Villen und Yachten zusammengefasst, bei denen nicht einfach der grösstmögliche Luxus, sondern vor allem der individuelle Charme und Charakter einer Unterkunft zählen. Die Bandbreite reicht von Häusern mit fünf Zimmern bis zu Luxus-Resorts.

«Der aktuelle Trend bevorzugt ja Nah-Destinationen», sagt Astrid Oberhammer, Geschäftsführerin der deutschen «MedEx»-Schwestergesellschaft in Offenbach. «Deswegen wäre es gut, kleine und exklusive Häuser auch aus dem Schweizer Markt repräsentieren

zu können.» Etwa ein Viertel der Häuser aus dem jetzigen Katalog können nur bei MedEx gebucht werden, andere sind auch in den Katalogen von Grossveranstaltern zu finden.

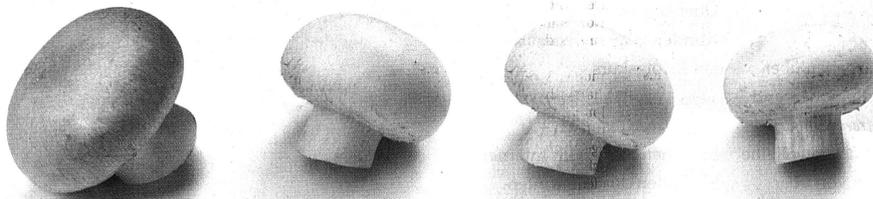
Einen Umsatz- und Image-Schub soll ein weiterer Katalog bringen, den MedEx Deutschland und American Express (AmEx) für die Edel-Kunden der Kreditkartengesellschaft in Deutschland und der Schweiz aufliegen – in den drei Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch. Den Inhabern der «Centurion»- und «Platinum»-Karten von American Express bieten die Partner die marktüblichen Raten an plus «added values» wie einen kostenlosen Flughafentransfer, Ausflüge, Wellness-Behandlungen; Upgrades sollen garantiert sein. Die Auswahl der Destinationen wie auch der Häuser beeinflusste AmEx mit. Für diese Kooperation wurde eigens die neue Marke «The Mediterranean Experience & Beyond» geschaffen. **MAP**

Anzeige

## We have the Champignons.

*Das Einkaufen bei Cash+Carry Angehrn, dem einzigen Schweizer  
Engrospartner exklusiv für Profis aus Lebensmittelhandel  
und Gastronomie, ist ein einzigartiges und zeitsparendes Erlebnis.  
Für die anspruchsvolle Kundschaft bietet das selbständige  
Familienunternehmen Innovation und Inspiration, ein breites  
Vollsortiment, und dies erst noch zu engrosbesten Preisen.*

*Mit Cash+Carry Angehrn werden Sie der Champion.*



CCA Gossau SG	CCA Luzern
CCA Brütisellen	CCA Rapperswil
CCA Spreitenbach	CCA Sargans
CCA Bern	CCA Frauenfeld

Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:  
0800 ANGEHRN

www.cca-angehrn.ch

Cash+Carry  
**CC A** Angehrn  
...exklusiv für Profis

## KURZ UND BÜNDIG

**Accor-Frühstück für 1000 Zürcher Unternehmen.** Rund 1000 in Zürich ansässige Unternehmen, mit insgesamt 17 000 Mitarbeitern, kommen seit dem letzten Montag und noch bis zum 6. Dezember 2002 in den Genuss eines Frühstücks-Tablets von Accor. Durch innovative Mittel solle «der Nebel über Zürich mit einem Sonnenstrahl durchbrochen werden». Die Aktion läuft zugunsten der Marken Sofitel – gemäss Accor: erste Klasse, mit einem Haus in Zürich – und Novotel – Mittelklasse, zwei Zürcher Häuser. Ihr Generaldirektor Hans-Michael Leise sagt: «Jede Krise ist für jedes Unternehmen eine ausgezeichnete Gelegenheit, sich infrage zu stellen, sich zu verbessern, sich neu zu positionieren und leistungsfähiger zu werden.» **KJV**

**Goms: Forstliche Skiwettkämpfe bringen 5000 Logiernächte.** Erstmals finden am Austragungsort Ulrichen/Goms vom 3. bis 8. März 2003 die 35. Europäischen Forstlichen Nordischen Skiwettkämpfe (EFNS) statt. Dem aus Vertretern von Goms Tourismus, Loipe Goms und Forstwirtschaft zusammengesetzten Organisationskomitee ist es gelungen, den Anlass nach 1994 (Austragung in Kandersteg) wieder in die Schweiz zu holen. Erwartet werden für die Langlaufdisziplinen Einzellauf, Sprint und Staffel 1000 Wettkämpfer aus 21 Nationen. Die EFNS generieren laut Goms Tourismus voraussichtlich gegen 5000 Logiernächte, die sich auf die gesamte Destination verteilen werden. **TRU**

**Etwas mehr Schweizer und Amerikaner in Luzerner Hotels.** Sie zählten im September 92 210 Logiernächte. Das sind 8,7 Prozent weniger als im Vorjahr. In den ersten neun Monaten ging die Zahl der Logiernächte insgesamt um 11,0 Prozent auf 672 574 zurück. Wie Luzern Tourismus mitteilte, gab es im September nur bei den Gästen aus der Schweiz (+5,0%) und den USA (+5,3%) eine Zunahme. Europäer: minus 21,8 Prozent. Asien: minus 9,5 Prozent. **KJV/sda**

**Luzerns neuer Internet-Auftritt.** Luzern Tourismus hat seinen Internet-Auftritt mithilfe eines Content-Management-Systems CMS völlig überarbeitet. Unterkünfte können online gebucht werden. Erstbesucher erhalten mit einem Klick zusammengefasste Informationen. **KJV**

www.luzern.org

**Hotel Heiden baut aus.** Das Vier-Sterne-Haus über dem Bodensee in Heiden AR investiert 4 Mio. Franken in den Seminarbereich und den sowohl präventiven wie rehabilitativen Gesundheitsbereich. Die Investition sei durch beträchtliche Eigenleistungen sichergestellt, heisst es in einer Mitteilung des Hotels. **KJV**



**STRASSBURG /** Das Konzept «La Stub» der Brauerei Fischer versucht Tradition und Zeitgeist zu kombinieren. SEITE 14



**INTERNET /** Die Ferienbücher könnte man in drei Kategorien aufteilen: Anna Analog, Achim Digit und Dane Digital. SEITE 17

**Gastronomie  
& Technik**

**hotel+tourismus revue**

**CHÂTEAU MOSIMANN /** Konzeptänderung: Mehr Firmen- und Privatanlässe

## Anpassung fordert acht Entlassungen

Als Folge der schlechten Wirtschaftslage muss der bisher in London erfolgreiche Küchenchef, Clubbesitzer («The Belfry») und Caterer Anton Mosimann sein Club-Konzept auf dem «Château Mosimann» bei Olten umstellen.

Per Ende Jahr sollen acht Mitarbeiter entlassen werden, die jedoch gemäss Pressemitteilung teilweise in den Londoner Unternehmungen weiter beschäftigt werden können.

### CLUB-RESTAURANT: UMSATZEINBUSSEN

In den vergangenen Monaten hätten im Club-Restaurant des «Château» markante Umsatzeinbussen hingenommen werden müssen, obwohl die Mitgliederzahlen den Erwartungen entsprochen hätten, wie Mosimann weiter bekannt gibt.

Erfreulicherweise hätten sich die Buchungen für Privat- und Firmenanlässe gut entwickelt. Deshalb entschliesst sich das Führungsteam um Mosimann, das Clubrestaurant nur noch Freitag- und/oder Samstagabend für die Members zu öffnen. An diesen Tagen sind Special Events mit Anton Mosimann, bekannten Gastköchen und Weinkennern geplant. CM

### KURZ UND BÜNDIG

**Alkoholsteuererhöhung: EAV** krebst zurück. Am 21. Oktober hatte die Eidg. Alkoholverwaltung (EAV) bekannt gegeben, dass sie eine Vorlage zur Alkoholsteuererhöhung vorbereite und die interessierten Kreise zur Stellungnahme aufgefordert. Nun krebst die EAV teilweise zurück, indem sie mitteilt, dass es nicht möglich sei, «der ganzen Problematik in kurzer Zeit gerecht zu werden», und dass die EAV im jetzigen Zeitpunkt davon absehe, die Vorlage weiterzuleiten. Zuerst würden die Argumente analysiert und danach Lösungsansätze vorbereitet. Diese würden anschliessend mit den Betroffenen besprochen. Die Vorlage zur Erhebung einer Sondersteuer auf Alcopops werde indessen laut EAV weiterverfolgt und eine Botschaft ans Parlament werde vorbereitet. DST

**NR sagt Nein zum Behinderten-Gesetz.** Nach dem Ständerat hat auch der Nationalrat die Volksinitiative «Gleiche Rechte für Behinderte» abgelehnt. Am Volksbegehren wurde vornehmlich kritisiert, dass es den Behinderten bei Benachteiligungen direkt einklagbare subjektive Rechte einräumt. Dies bringe unvorhersehbare Kosten. Laut Bundesrätin Ruth Metzler harmonisiere das Gleichstellungsgesetz als indirekter Gegenschlag die Rechtsanwendung gesamtschweizerisch. Zudem trage es vielen Anliegen der Behinderten Rechnung. DST/sda

**McDonald's neu auch in Köniz.** Am Donnerstag hat in Köniz bei Bern das 137. McDonald's-Familienrestaurant seinen Betrieb aufgenommen. Das Lokal von Joint-Partner Kurt Dallmaier verfügt über 150 Innen- und 76 Aussenplätze. Das Design-Dekor stammt aus Frankreich und feiert laut Communiqué in der Schweiz Premiere. Am 6. Dezember eröffnet Dallmaier sein nächstes Outlet im Berner Bahnhof. DST

**GUIDO BRIVIO /** Der Tessiner Weinproduzent und Präsident der Wein-Marketing-Organisation Ticinowine hat sich kompromisslos dem Tessiner Qualitätswein verschrieben. INTERVIEW: MARTIN J. PETRAS

## «Merlot muss nicht Boccacalino sein»

■ Guido Brivio, Sie sind gleichzeitig Weinproduzent und Präsident von Ticinowine. Gibt es da nicht auch Konflikte?

Als ich vor zwei Jahren den Job als Präsident von Ticinowine übernommen habe, äusserten einige Produzenten die Befürchtung, ich würde diese Position nur übernehmen, um meine eigenen Interessen zu vertreten. Ich glaube aber, dass ich inzwischen klar das Gegenteil bewiesen habe. Ich bin da sehr korrekt und ich versuche, ein guter Präsident zu sein. Es geht darum, die Interessen aller zu vertreten; wir sitzen doch alle im selben Boot.

■ Wie ist denn generell so die momentane Stimmung unter den Tessiner Weinproduzenten?

Der Tessiner Weinbau läuft immer noch eine Art positive Revolution durch. Seit etwa Mitte der Achtzigerjahre ist das Image unserer Weine konstant am Steigen. Unter den Weinproduzenten herrscht grundsätzlich ein Klima des gegenseitigen Respekts, denn es haben alle sehr hart an diesem guten Bild der Tessiner Weine gearbeitet. Wir müssen aber weiter vorwärts schauen. Wir dürfen uns nicht auf den Lorbeeren ausruhen. Wir möchten das Image der Tessiner Weine ganz oben ansiedeln. Schliesslich handelt es sich nur um rund fünf Millionen Flaschen. Trotzdem müssen wir als Konkurrenten stets fair bleiben, auch wenn der Weinmarkt oft zu einem regelrechten Haifischbecken werden kann.

■ Seit den Siebziger- und Achtzigerjahren sind auch zahlreiche Deutschschweizer Winzer im Tessin tätig. Wie sehen Sie als Präsident von Ticinowine diese Winzer-Multikultur?

Als ich mein Amt als Präsident von Ticinowine antrat, habe ich auch ein gemeinsames Essen mit den Deutschschweizer-Tessiner Winzern organisiert. Es war sehr nett und wir hatten interessante Gespräche. Es ging schliesslich um ein gemeinsames Ziel: Wo stehen wir und was können wir besser machen?

### «Die einheimischen Weine sollten in der Gastronomie Priorität haben.»

■ Sie bezeichnen es als eines Ihrer erklärten Ziele, die Tessiner Weine international bekannt zu machen. Wie möchten Sie mit fünf Millionen Flaschen die internationalen Märkte erobern?

Internationaler Erfolg ist nicht eine Frage der Quantitäten. Da gibt es genügend Beispiele, die beweisen, dass Weine, von welchen nur einige tausend Flaschen produziert werden, weltbekannt sein können. Im Gegenteil, in der geringeren Menge liegt der Vorteil, dass man entsprechend weniger unter einem Verkaufsdruck steht. So kann man sich die richtigen Märkte aussuchen.

■ Die Tessiner Architektur ist weltberühmt. Auf welchem Weg möchten Sie den Tessiner Weinen zu einem ähnlichen Ansehen verhelfen?

Da gibt es zahlreiche Synergiemöglichkeiten. Wie der berühmte Architekt Mario Botta den Namen Tessin in die

Foto: Martin J. Petras



### BARRIQUE-AUSBAU UND MODERNES MARKETING

Der Tessiner Weinproduzent und Präsident von Ticinowine Guido Brivio: «Natürlich kann die Gastronomie nicht nur Schweizer Weine verkaufen; doch die einheimischen Weine sollten Priorität haben.»

Welt hinaus trägt, kann beispielsweise auch die Tourismusentwicklung enorm dazu beitragen, dass das Tessin international bekannter wird. Deshalb gehören für mich Wein und Tourismus zusammen. Denn der Wein gehört auch zur Tessiner Kultur.

■ Als Weinproduzent sind Sie vor rund zehn Jahren mit Weissweinen aus roten Merlot-Trauben bekannt geworden. Wie sind Sie darauf gekommen?

Anlässlich meines Weinstudiums in Kalifornien habe ich mich in die dortigen Chardonnay-Weine verliebt. Diese Art der in Barriques ausgebauten Weissweine gefielen mir sehr, und nach meiner Rückkehr ins Tessin wollte ich genau solche Weine produzieren. Ich hatte aber keine weissen Rebstöcke. Und da es im Tessin überwiegend Merlot-Trauben gab, dachte ich: Warum nicht einen Weisswein aus den roten Merlot-Trauben keltern und diesen dann in Eiche gären lassen?

■ Wie war die Reaktion damals?

Es war zum Teil schlimm, was man mir damals alles so vorgeworfen hat. Ich erhielt Briefe auch von Restaurateuren, in denen stand, ich ruinieren die roten Merlot-Trauben, ich zerstöre das Image des Tessiner Merlot. Viele warteten richtig darauf, dass ich damit scheitere. Doch es kam anders. Und heute sind die gleichen Restaurateure unter den Ersten, die bereits heute 120 Flaschen fürs nächste Jahr reservieren. Manchmal muss man eben gegen den Strom schwimmen.

■ Ist das frühere «Boccacalino-Image» des Tessiner Merlot denn immer noch ein Thema?

Immer weniger. Die Schweizer Weinliebhaber wissen um die hohe Qualität der Tessiner Weine. Sie verlangen nicht mehr nach Merlot im Boccacalino, sondern sie möchten einen guten Merlot aus einem schönen Glas geniessen. Das frühere Image des Tessiner Weins hat mit dem heutigen nichts mehr gemeinsam. Es ist wie mit den Grottos, über die immer noch oft gesprochen wird. Ich persönlich liebe die Grottos zwar auch, aber das ist nicht alles, was das Tessin zu bieten hat. Es gibt im Tessin auch zahlreiche Sterne-Restaurants und Erstklasshotels. Das ist das andere Image des Tessiner Gastgewerbes und des Weins.

### «Die Schweiz hat nicht nur Schokolade, Käse und Uhren, sondern auch echt guten Wein.»

■ Glauben Sie, die Schweizer Gastronomen setzen sich genug ein für die einheimischen Weine?

Auch die Schweizer Gastronomen sollten sich bewusst werden, wie sehr sich die Qualität der Schweizer Weine verbessert hat. Da wären viele überrascht. Wenn ich beispielsweise als Tourist irgendwo hin reise, erwarte ich doch, dass das Weinangebot auf der Restaurant-Weinkarte zu zwei Dritteln aus lokalen Weinen besteht und vielleicht zu einem Drittel aus ausländischen Weinen. In der Schweiz ist das oft umgekehrt. So etwas würde in Italien zum Bei-

spiel nie passieren. Warum sollte das nicht auch in der Schweiz möglich sein? Natürlich kann man nicht nur Schweizer Weine verkaufen; doch die einheimischen Weine sollten Priorität haben.

■ Was ist Ihre Vision für die Zukunft?

Ob das nun in fünf oder fünfzig Jahren passiert oder erst in der nächsten Generation: Ich habe den Traum, dass die Schweiz im Ausland auch für ihren Wein Anerkennung kriegt. Ich wünsche mir, dass es dann eines Tages heisst: Die Schweiz hat nicht nur Schokolade, Käse und Uhren, sondern auch echt guten Wein.

### Zur Person

Der dynamische und innovative Önologe Guido Brivio, 37, wurde beruflich in Frankreich und in Kalifornien ausgebildet. Charakteristisch für seine Wein-Philosophie sind der Barrique-Ausbau und modernes Marketing.

Zu den typischen Brivio-Weinen gehören die in Barriques ausgebauten Weissweine «Bianco Rovere» (Merlot) und «Donnay» (Chardonnay und Bianco di Pinot) sowie die Rotweine «Riflessi d'epoca» (Merlot), «Vigna d'Antan» (Merlot und Cabernet Franc) und «Dogaia» (Gamaret und Merlot) sowie der Brivio-Topwein «Platinum».

Im Keller seines Weinbauunternehmens «i vini di Guido Brivio SA» in Mendrisio produziert Guido Brivio an die 350 000 Flaschen Wein jährlich, und mit Schwerpunkt Italien importiert er auch ausländische Weine. MJP

www.brivio.ch

## Erfolgreicher Beaujolais Nouveau

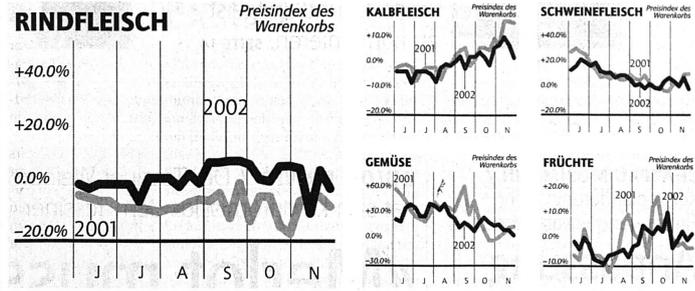
**Frankreich.** Mit 400 000 hl bzw. 69,9 Millionen Flaschen – rund ein Drittel der diesjährigen Ernte – lag der Absatz des Beaujolais Nouveau leicht über dem Vorjahr. Insgesamt wurden rund 100 000 hl weniger geerntet als 2001. Die Union Interprofessionnelle des Vins du Beaujolais hatte aufgerufen, weniger zu produzieren und zudem haben die klimatischen Bedingungen die Erträge beschränkt. **HAS**

## ZÜRICH / Bakery von Hiestand im Swissôtel Um Gäste buhlen

Die A. Hiestand AG hat im Foyer im ersten Stock des Swissôtel Zürich die erste Seminarbäckerei eingerichtet. Diese kann laut Pressemitteilung je nach Anlass und Grösse der Veranstaltung entsprechend umgebaut werden. Der Wettbewerb um die Seminararkunden werde immer intensiver, schreibt das Swissôtel Zürich. Mit einem guten Namen und einer professionellen Infrastruktur allein könnten die Seminaranbieter ihre Kunden

längst nicht mehr locken und binden. Nur wer seinen Gästen «echte, neue, preislich attraktive und emotional aufgeladene Alternativen anbiete, bleibe überhaupt in der Auswahl. Die «Bauebene», auf welcher der Gast ebenfalls angesprochen werden möchte, sei das Ziel der neuen In-House-Convention-Bakery. Es handle sich um eine zusätzliche Aufwertung und Ergänzung des Tagungs- und Konferenzangebotes. **DST**

**PRODINDEX** 25. 11. BIS 30. 11. 2002 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



**SPIRITUOSEN / Fachmesse «Inter Whisky» in Frankfurt**

## Single Malt erlebt Boom

Unter dem Motto «Whisky is Lifestyle» stand die Messe «Inter Whisky» in Frankfurt, die nun auch jährlich veranstaltet werden soll. Dem Motto entsprechend traten Dudelsack-Spieler zwischen den rund 675 Whiskysorten auf, Kellner bedienten im Kilt, die Küche des veranstaltenden Hotels servierte schottische Gerichte wie etwa in Whisky marinierten Lachs. Trotz des allgemeinen Rückgangs des Spirituosenverbrauchs (in Deutschland von 6,2 auf 5,8 Liter pro Kopf), hat sich der Markt für Whisky als ausserordentlich stabil erwiesen.

Whisky wird nicht mehr nur in der gehobenen Gastronomie, in Hotelbars und im Fachhandel vertrieben, etwa 47 Prozent laufen inzwischen über den Lebensmittel-Einzelhandel, bis hinauf zu hochpreisigen Marken. Einen besonderen Boom erlebt nach wie vor der (nicht mit neutralem Grain Whisky geblendete) Single Malt. Noch vor Jahren lag sein Marktanteil innerhalb des Whiskykonsums bei 6 Prozent, inzwischen ist er auf über 13 Prozent gestiegen und nimmt weiterhin zu. Wachstum, so die übereinstimmende Feststellung auf der Fachmesse, verzeichnen vor allem «kleine und teure Marken», bei denen die Flasche durchaus 25 Euro und mehr kostet.

### 10 000 PFUND FÜR EINE FLASCHE

Den Siegeszug des Single Malt hat die (immer noch in Familienbesitz befindliche) Destillerie William Grant & Sons in Dufftown mit ihrer Marke Glenfiddich begonnen, gefolgt von der Marke Glenmorangie. Glenfiddich präsentierte auf der Messe «Inter Whisky» denn auch die teuerste Flasche schlechthin: einen Single Malt aus einem Fass von 1937. Nur 61 Flaschen wurden von diesem Fass «Glenfiddich Rare Collection» abgefüllt. Nur zwei Flaschen davon wurden bisher geöffnet, die restlichen stehen zu einem Preis von 10 000 Pfund noch zum Verkauf.

Das Durchschnittsalter der Whiskyfreunde, so die Veranstalter, liegt zwischen 25 und 38 Jahren. Zunehmend finden auch Frauen Geschmack am Whisky und vor allem am Single Malt. Zugelegt in der Verbrauchergunst haben aber auch Whiskey aus Kanada und amerikanische Whiskey-Sorten. Der irische Whiskey hingegen hat (um etwa 1 Prozent) an Zuneigung verloren. **GU**

## KURZ UND BÜNDIG

**Gevag neu bei Heineken.** Per 1. Januar 2003 verkauft die Gevag Getränke AG ihr gesamtes Aktienpaket an Heineken Switzerland. Das Personal soll von Heineken vollumfänglich übernommen werden. Heineken Switzerland werde die Gevag Getränke AG in ihr bestehendes Distributionsnetz integrieren, teile das Unternehmen weiter mit. **DST**

**STRASSBURG / Orangefarbene Stuhllehnen, geschwungene Metallfüsse an Holzischen, gelbe Wände und blaue Keramikacheln geben «La Stub» einen gemütlichen Anstrich mit modernem «Touch».** **KATJA HASSENKAMP**

## Gebackenes und Bier aus «La Stub»

Das neue Brasseriekonzept der elsässischen Brauerei Fischer versucht, Tradition und Zeitgeist zu kombinieren, um eine möglichst breite Kundenschicht anzusprechen. Dabei ist das Schmuckstück von «La Stub» der grosse blaue Kachelofen, in dem «Flammekuche», «Quiche» und «Galettes», eine Art Kartoffelpuffer, gebacken werden.

Ebenfalls im Blickpunkt die Bierorgel, denn verständlicherweise dreht sich hier alles um das Bier. Dabei werden sechs verschiedene Sorten angeboten: «Fischer Tradition», ein helles, fruchtiges Bier, «Dorelei von Fischer», ein dunkleres, leicht süßes Bier, «Fischer Alsace», ein heller, leichter Gersensaft für den Durst und dann drei Biere mit Zusatz – «Kriska» mit Wodka, «Adelscott» mit Whisky und «Desperados» mit Tequila. Hinzu gesellen sich sechs Flaschenbiere u.a. auch von der Mutterbrauerei Heineken, von welcher Fischer im Jahr 1996 übernommen wurde.

### MULTIPLIZIERUNG DES BRASSERIE-KONZEPTES

Die Idee, in dem alten Fachwerkhaus unweit des Strassburger Kléber-Platzes eine neu Brasserie zu installieren, kam den Fischer-Managern im Juni 2000 und schon ein Jahr später war es dann so weit: «La Stub» konnte mit 95 Plätzen eröffnet werden. Inzwischen hat man das Konzept auch in Nantes umgesetzt und hofft, in den kommenden zehn Jahren bis zu 50 Einheiten in Frankreich eröffnen zu können. Danach könnte man durchaus über die Grenzen schauen, denn das Konzept kommt an.

Dabei fühlen sich im «La Stub» alle sozialen Schichten und Altersstufen angesprochen und mittags ist die Klientel zu 80 Prozent weiblich. Am besten gehen die «Galettes», die mit geräuchertem Lachs und Sahne, mit Speck überbacken, oder mit Münsterkäse und Ei serviert werden. Besonders attraktiv ist die «Formule» für 9,90 Euro: eine Vorspeise und ein Hauptgerichte

Fotos: Katja Hassenkamp



**«LA STUB»**

Mit diesem elsässischen Brasserie-Konzept fühlen sich alle sozialen Schichten und Altersstufen angesprochen.

richt (Galette, Lasagne oder Tagesgericht) oder ein Hauptgericht und ein Dessert (Käse, Kugelhupfscheibe mit Mirabellensorbet, oder Käsekuchen).

Die «Formule Gourmet» für 14,20 Euro funktioniert nach dem gleichen Prinzip, allerdings sind die Hauptgerichte wesentlich üppiger (Baeckeoffe, Sauerkraut oder Hühnerfricassee). Und für einen zusätzlichen Euro gibt es ein Bier vom Fass.

### WAHLWEISE AUCH MIT KINOTICKET

Alle Gerichte werden hinter der Theke zusammengestellt und dann im Kachelofen geschmurgelt. Für die Flammekuche und die Galettes wird der Teig, bzw. die Kartoffelrohmasse fix

und fertig angeliefert und muss dann nur noch belegt werden. Ab 15 Uhr werden Flammekuche und Brezel zum Bier serviert und die Formules gibt es zu den normalen Essenszeiten. Serviert wird auf blauen Papiersets mit Papierservietten, das spart teure Tischwäsche und passt gut zum Brasserie-Image. Zweimal im Jahr – für den Sommer und den Winter – wechselt die Karte.

Diese hat auch attraktive Sonderangebote parat: «Le Pot du Brasserie» wird von 15 bis 18 Uhr serviert (ein Bier und ein kleines Gericht), von 18 bis 20 Uhr ist dann «L'Apérotub» angesagt, wo kleine Happen zum Bier serviert werden und abends gibt es die «Ciné Stub» mit einem Kineticket, einer Galette und einem Bier für 14,10 Euro. Wer sich nicht für die eine oder andere Biersorte entscheiden kann, sollte die «Idee Découverte» ausprobieren, wo drei verschiedene kleine (12 cl) Biere zum Verkosten angeboten werden. Die Brasserie ist sechs Tage in der Woche von 11 bis 0.30 Uhr geöffnet, sonntags von 17 bis 23.30 Uhr.

### QUALITÄT DER KÜCHE BESTIMMT DEN ERFOLG

Die Multiplizierung des Konzeptes soll vorerst über Pachtverträge laufen – in Nantes wurde ein Fünfjahresvertrag unterzeichnet – und erst zu einem späteren Zeitpunkt, wenn man die Installation perfekt beherrscht, wird auch an Franchiseverträge gedacht. Vorerst werden der Pächter und sein Koch in Strassburg angeleitet, damit sie sich mit dem Konzept und vor allem dem Kachelofen vertraut machen. Denn von der Qualität der servierten elsässischen Küche hängt letztlich der Erfolg der Brasserien ab.

Die ideale Grösse liegt zwischen 150 und 250 m<sup>2</sup>, für 90 bzw. 130 Plätze. Das Lokal sollte vorzugsweise an einem Hochfrequenzstandort oder im Stadtzentrum angesiedelt sein und benötigt ein Investitionsvolumen zwischen 1800 und 2200 Euro pro m<sup>2</sup>, je nachdem welche Gesamtfläche zur Verfügung steht.

Der budgetierte Umsatz liegt bei 1,5 Millionen Euro für 100 Plätze, die durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabe bei 14 Euro inklusive Essen. Den reinen Getränkeanteil – viele Gäste trinken nur Bier ohne etwas zu essen – wollte der «Stub»-Manager nicht beziffern. Immerhin werden pro Jahr zwischen 300 und 600 Hektoliter Bier ausgeschrieben (je nach Grösse) und der Preis für ein kleines Bier (25 cl) liegt zwischen 1,90 und 2,50 Euro.

## Facts and Figures

«La Stub» ist ein multiplizierbares Konzept, das von der elsässischen Heineken-Tochter Fischer in Eigenregie vervielfältigt wird. Es gibt dem Image der typischen elsässischen Brasserie neue Impulse.

Zahl der Outlets: derzeit zwei in Strassburg und St. Herblin bei Nantes; langfristig sind 50 Einheiten geplant.  
Lage: Hochfrequenzstandort  
Fläche: 150 bis 250 m<sup>2</sup>  
Plätze: 95 bis 130  
Innendekoration: Orange und Blau, stilisierte elsässische Dekorationselemente, Holzmöblier modern angereichert, traditioneller Tresen und Kachelofen.  
Küche: «cuisine d'assemblage», gekocht wird ausschliesslich im Kachelofen.  
Budgetierter Umsatz: 1,5 Millionen Euro (200 m<sup>2</sup>) **HAS**



**MULTIPLIZIERUNG**

Bis in zehn Jahren sollen in Frankreich bis zu fünfzig derartige Lokale eröffnet werden.

## USA / Fettleibige Hamburger-Esser aufgebracht – Verantwortung abgeschoben Gerichtsklage gegen McDonald's?

Nach der Tabakindustrie könnte auch McDonald's (McD) eine Klageflut aufgebracht US-Konsumenten drohen. Erstmals in der Geschichte der US-Justiz hörte letzte Woche ein New Yorker Gericht acht mutmassliche Opfer von McDonald's-Fast Food an. Laut Anwalt Samuel Hirsch werfen die unter Fettleibigkeit leidenden Kläger McD vor, die gesundheitsschädlichen Folgen ihrer Produkte verheimlicht zu ha-

ben. Die Anwälte von McDonald's plädierten vor Gericht für eine Abweisung der Klage. Aus ihrer Sicht wisse jedermann, welche Bestandteile Produkte wie Hamburger und Pommes frites enthalten. Zudem sei der Verzehr dieser Mahlzeiten eine individuelle Entscheidung. Auch die Nationale Restaurant-Vereinigung (NRA) kritisierte die Klage: Den Grund für Übergewicht allein auf die Restaurants zu schieben, sei ein «ver-

einfacher Gedanke». Kläger Hirsch hielt entgegen, McD habe mit seinen aggressiven Werbekampagnen den Fast-Food-Konsum unter Jugendlichen angeheizt.

Hirsch hatte zuvor bereits angekündigt, bei Erfolg seiner Klage eine Sammelklage im Namen aller unter 18-jährigen New Yorker mit mutmasslichen Gesundheitsproblemen auf Grund von Fast Food einreichen zu wollen. *CM/sda*

## Messe Zürich mit Ornaris

**Ornaris:** 480 Aussteller präsentieren vom Sonntag, 12. Januar bis Mittwoch, 15. Januar 2003 auf dem Gelände der Messe Zürich Kunsthandwerk und Geschenke, Schmuck und Uhren, Parfümerie, Mode, Accessoires, Artikel für Spiel und Hobby, Haushalt, und Floristik. Auf einer Sonderveranstaltung präsentieren junge Gestalterinnen und Gestalter ihre neuesten Entwürfe. *CM*

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

## ZÜRICH / Die grösste Whisky-Ausstellung der Schweiz Erstes Whisky-Festival

Insgesamt 148 Destillieren werden am 1. Whisky-Festival vertreten sein. Auf einer Ausstellungsfläche von über 180 Quadratmetern werden rund 500 verschiedene Whiskys zum Entdecken und Verkosten vorgestellt, darunter auch seltene Jahrgänge sowie aussergewöhnliche Abfüllungen. In der «Whisky Bar» wird degustiert; im «Connoisseur's Place» gibt's Raritäten sowie Rare Malts und im «Whisky Shop» wird verkauft.

Das vom 28. November bis zum 1. Dezember 2002 im Restaurant «Au Premier» im ersten Stock des Bahnhofbuffets in Zürich stattfindende 1. Whisky-Festival wird von «Classic Malts of Scotland» und «World of Whisky» (St. Moritz) organisiert. «Classic Malts of Scotland» gehört zur im Spirituosen-Sektor weltweit führenden Diageo-Gruppe. *MJP*

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

### LESEBAR

**Zeugnis-Ratgeber für das Gastgewerbe – mit Musterzeugnissen.** Der auf die Bedürfnisse der Schweizer Hotellerie ausgerichtete Zeugnis-Ratgeber verhilft mit praktischen Anleitun-



gen und Musterzeugnissen für viele Tätigkeiten, Leistungen und Verhaltensweisen zu rechts- und stilsicheren Zeugnissen. Alle Zeugnisse, Formulare und Vorlagen sind auch auf Diskette als Arbeitsdateien für Word ab Version 6.0 und andere Textprogramme (RTF-Format) enthalten. *DST*

110 Seiten in Ordner; 65 Franken (14-tägiges Rückgaberecht); Management Informations Publikationen, Zürich, Telefon 052 383 36 36; Fax 052 383 36 38.

**Alpenküche.** In diesem kulinarischen Streifzug durch die Alpenregion finden sich Rezepte, die so vielseitig und spannend sind wie die Bergwelt selbst.



Mal wild, mal sanft, mal bunt und überraschend wie zum Beispiel «Bergheuppe in der Bischofsmütze» oder «Marronibraten an Safansauce». Die meisten Rezepte stammen von engagierten Wirtinnen und Wirten, die sich an «Gout Mieux» der Gastro-Kampagne des WWF beteiligen. *DST*

144 Seiten; ISBN 3-03780-125-5; 29,90 Franken (ab 1.1.2003 34 Franken); Edition Fona GmbH, Lenzburg.

**Häppchen aus aller Welt.** Auf der kulinarischen Reise durch die Küchen der Welt wurden Häppchen ausgewählt, die man von Hand essen



kann, darf und soll. Kleine Snacks haben in allen Kulturen ihren festen Platz. Da die Original-Häppchen dem mitteleuropäischen Gaumen nicht immer schmecken, wurden die Rezepte entsprechend leicht angepasst. *DST*

96 Seiten; ISBN 3-03780-122-0; 19,90 Franken; Edition Fona GmbH, Lenzburg.

**ACRYLAMID /** Acrylamid bildet sich während des Kochprozesses als Nebenreaktion zur Bräunung. Voraussetzung für Acrylamid-arme Rösti oder Pommes frites sind auch zuckerarme Kartoffeln. *GUIDO BÖHLER*

# Goldgelb, nicht dunkel braten

Man soll die Rösti «nicht zu heiss, lang und braun» braten, um Acrylamid zu vermeiden. Dies hat am Freitag die «Espresso»-Sendung des Radio DRS geraten, gestützt auf Informationen des Kantonalen Labors Zürich KLZH sowie Empfehlungen in Deutschland. «Acrylamid bildet sich als Nebenreaktion zur Bräunung», warnt Koni Grob vom KLZH, «je brauner desto mehr». Die Reaktion hängt von der Temperatur-Zeit-Summe ab. Im günstigen Fall erreicht man bei Röstis tiefe Werte von nur 100 Mikrogramm pro Kilo.

### ZUCKERARME KARTOFFELN

Bei starkem Braten mit guten Kartoffeln können die Werte bis 2000 steigen, mit zuckerhaltigen Kartoffeln sogar bis 4000. Das Bundesamt für Gesundheit wartet mit konkreten Empfehlungen und einem «Aktionswert» noch ab. Otmar Zoller erklärt: «Die Gesamtaufnahme ist entscheidend. Und Regeln über Rohstoffe sind gescheitert als solche für die haushaltmässige Zubereitung. Nur in der Industrie sind Herstellprozesse normierbar.» Aber auch in der Gastronomie lassen sich die Prozesse steuern: mit Combiteamern und modernen Induktionsgeräten, welche die Temperatur anzeigen.

Laut KLZH kann man durchaus eine goldgelbe knusprige Rösti braten mit weniger als 100 Mikrogramm/kg Acrylamid – die Voraussetzung dafür sind allerdings zuckerarme Kartoffeln.

### DISKUSSION UM RÖSTI UND FRITURE

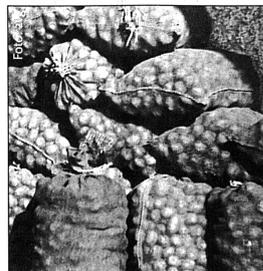
«Hellgoldene Rösti» ist auch die Norm des Restaurants «Rösti-Factory»: Thomas Ador bezeichnet seine Zubereitungsmethode als «Hausfrauenart», wendet die Rösti aber nur zweimal ohne sie durchzumischen.

«Auch die Gäste wollen keine schwarzbraun gebratene Rösti», so Ador. Rösti und Friture stehen in der aktuellen Acrylamid-Diskussion an vorderster Stelle: In den Kartoffelprodukten bildet sich wegen des hohen Stärke- und Asparagingehaltes eben mehr Acrylamid als in andern Rohstoffen.



**JE BRAUNER, DESTO MEHR**  
Beim Farbwechsel zu Dunkelbraun steigt der Acrylamid-Gehalt sprunghaft an.

Und da die Kartoffeln zu den Grundnahrungsmitteln gehören, können sie am meisten zur Aufnahme dieses unerwünschten Stoffes beitragen.



Wichtig: richtige Kartoffelsorte.

## Reduktion von Acrylamid: die Regeln

**Allgemeine Regeln der Zubereitung:** Nicht dunkler als goldgelb zubereiten. Beim Wechsel zu dunkelbraun steigt der Acrylamid-Gehalt sprunghaft an. Gegen Ende der Zubereitung den Bräunungsgrad sorgfältig kontrollieren und die Wärmezufuhr rechtzeitig abbrechen.

**Rösti:** Nur schwach bräunen. Dunkelbraune Stellen vermeiden. Hohe Temperaturen und lange Bratzeiten vermeiden. Richtwert: Halbe Hitze.

**Fritieren:** Bei max. 175 °C und nur so lange wie nötig. Fritieröl ohne Silikon-Entschäumer E 900 verwenden. Mind. 100 g Fritiertier pro Liter Fritieröl.

**Braten:** Bratfett mit einem Stuch Margarine oder Butter mischen. Bratkartoffeln besser mit gekochten als mit rohen Kartoffeln produzieren.

**Backen und Regenerieren:** Bei maximal 180 °C

**Kartoffeln:** Keine angekeimten oder grünen Kartoffeln verwenden. Wenn möglich keine unter 8 °C gelagerten oder unreif geernteten Kartoffeln verwenden. Roh Kartoffelstücke vor dem Braten eine Stunde wässern. *GB*

Aus: [www.acrylamid.ch](http://www.acrylamid.ch) und deutschen Quellen. Mehr Infos unter [www.sve.org](http://www.sve.org)

### Anzeige

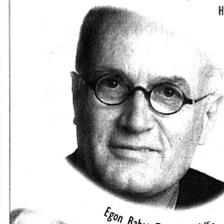
Ideen und Konzepte | Innenausstattung | Planung, Koordination, Controlling | Generalunternehmung

Hotel Waldstätterhof, Luzern | Bellevue Palace, Bern | Hotel Montana, Luzern | Expo 02

# Die Gäste vermöbeln?

Hotel Royal, Basel | Hotel Central, Weggis | Restaurant Caruso, Kehrsatz | Château Moosmann, Olten

Hotel Allegro, Bern | Hotel Franziskaner, Zürich | Restaurant Gurten, Bern



Egon Babst, Team by Wellis



Hanspeter Libeser, Team by Wellis

«Grosse Möbel machen Zimmer kleiner – wer steht schon auf kleine Zimmer? Weniger ist oft mehr. Auch mehr Raum – mehr Freude für den Gast, mehr Erfolg für den Gastgeber.»

Wir sind ein Netzwerk aus renommierten Beratern, Architekten, Möbeldesignern, Planern und Visionären. Wir stehen für ganzheitliche Konzepte und umfassende Beratung, damit der Bau schwingt und die Bilanz am Schluss stimmt.



Bel Etage AG | Ettiswilerstrasse 26 | 6130 Willisau | Tel. 041 972 60 80 | e-mail: [beletage@beletage.ch](mailto:beletage@beletage.ch)

## Citroën – Neuheiten bei den leichten Nutzfahrzeugen



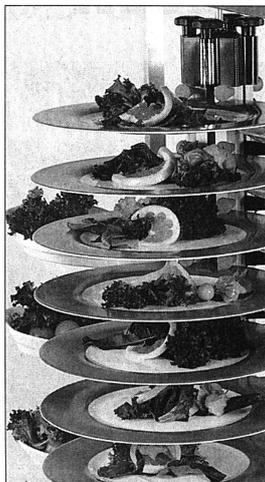
Berlingo mit bivalentem Benzin-/Flüssiggas- und Benzin-/Erdgasantrieb, die Entreprise-Versionen des neuen C3 und schliesslich der neue Berlingo, der im Rahmen des Mondial de l'Automobile 2002 vorgestellt wurde. All diese Neuheiten tragen zu dem bemerkenswerten Aufschwung bei, den die Marke seit mehreren Jahren sowohl bei Pkw als auch bei leichten Nutzfahrzeugen verzeichnet. Citroën bietet jetzt ein komplettes, modernes und breit diversifiziertes Nfz-Programm an, das auf die sehr unterschiedlichen Bedürfnisse seiner Kunden abgestimmt ist. Dieses Programm basiert auf den Modellen C15, Berlingo und Jumpy und deckt das gesamte Spektrum von 600 bis 1800 kg Nutzlast und von 2,7 bis 14 m<sup>3</sup> Laderaumvolumen ab.

**Citroën Suisse S.A.**  
Route des Acacias 27  
1211 Genève 24  
Telefon 022 308 01 11  
www.citroen.ch

Im Bereich der leichten Nutzfahrzeuge und der Firmenwagen steht das Jahr 2002 für Citroën im Zeichen zahlreicher

Neuheiten. Höhepunkte waren das Debüt des neuen Jumper im Februar, die Einführung des Saxo und des

## Plate Mate – Platz sparen



sein und eine Höhe von bis zu 5 cm aufweisen; Plate Mate garantiert durch ein geniales System immer optimalen Halt. Bis zu vier verschiedene Grössen können auf einen Ständer verteilt werden. Dank der Vielzahl an Modellen und Grössen findet der Plate-Mate-Tellerständer überall Platz. Wand- und Tischmodelle sowie fahrbare Modelle mit Rollen. Speziell zu erwähnen sind die zusammenklappbaren Modelle, welche nach Gebrauch mit einem einfachen Handgriff zusammengelegt und platzsparend aufbewahrt werden können. Zubehör wie zum Beispiel Tablett- und Wandstützen sowie Schutzhauben machen Plate-Mate-Tellerständer zu unentbehrlichen Helfern. Die Vorteile liegen auf der Hand: Auf Plate-Mate-Tellerstapler können auf nur 0,7 m<sup>2</sup> bis zu 168 Teller gestapelt werden. Das System ist effizient, zeitsparend, leicht zu bedienen und für jeden Teller passend. Plate-Mate-Tellerständer sind durch die Verwendung von hochwertigen Materialien äusserst langlebig und leicht zu pflegen.

Das weltweit patentierte System von Plate Mate ermöglicht die effiziente Stapelung von Tellern und Platten. Diese können rund, viereckig oder oval

**Plate Mate AG**  
Pilatusstrasse 32  
5630 Muri  
Telefon 056 664 02 20  
www.platamate.ch

## Carreras – Grands Vins

Delas, gegründet 1835, gehört heute dem Qualitätsfanatiker Jean Claude Rouzeau (Champagne Louis Roederer). Wer die Philosophie und die Qualitätsvorstellungen von Roederer kennt, kann sich lebhaft vorstellen, was uns seither und in Zukunft erwarten wird. Die «neuen» Delas-Weine, welche unter der Leitung von Fabrice Rosset und des Önologen Jacques Grange gekellert werden, sind wahre «Bomben». Diese Handschrift lässt sich durchs gesamte Sortiment verfolgen, zeichnet es die Weine durch ihre Charakterstärke aus. Der Hermitage Marquise de la Tourette 1999 ist kürzlich vom Wine Spectator mit 94 Punkten bewertet worden! Heute stellen wir Ihnen den Crozes-Hermitage «Les Launes» 2000 vor: Bei einem Ertrag von 43 hl/ha werden pro Jahr 150 000 Flaschen produziert, zu 100% aus Syrah-Trauben. 30% des Weines werden in Barriques gelagert (Holznote), der Rest davon in Edelstahlbehältern (Frucht) vinifiziert.

**Carreras**  
8041 Zürich  
Telefon 01 481 90 11  
info@carreras.ch  
www.carreras.ch



## Selva – Ambiente zum Wohlfühlen

Im Lobby- und Lounge-Bereich und überall da, wo das Interieur zu einem gesellschaftlichen Rahmen wird, wollen wir diesem Rahmen zu besonderem Glanz verhelfen. Und vor allem wollen wir Gästen das Wohnen im Hotel so angenehm wie möglich gestalten. Dazu gilt es, die genauen Funktionen, die räumlichen Gegebenheiten, die Anforderungen und die Vorstellungen der einzelnen Gäste miteinander zu verbinden. In diesem Bereich kommen das Know-how und die hohe Kreativität

von Selva zum Tragen. Eine Vielzahl in und ausserhalb Europas sind die beste Referenz dafür, dass der Name Selva in der Hotelbranche einen einzigartigen Ruf genießt. Mit jedem unserer Stücke, vom Sessel bis zum Spiegel, wollen wir ein Ambiente schaffen, das Appetit macht, das zum Feiern animiert und das man einfach nur geniessen kann.

**Selva AG**  
Luigi Negrelli Strasse 4  
39100 Bozen  
www.selva.com

## Macallan-Whisky wie vor 150 Jahren



«The Macallan» Distillery lanciert diesen Herbst eine Replik des Macallan 1841. Wahrscheinlich wäre Alexander Reid

stolz gewesen, hätte er gewusst, dass sein Werk von damals noch heute so viel Zuspruch findet, denn The Macallan 1841 erlebt derzeit eine Neuauflage: Bob Dalgarno, Whisky-Maker in der Macallan Distillery, wollte herausfinden, wie der Macallan vor 150 Jahren schmeckte. Mit leidenschaftlichem Engagement schuf er eine Replik des Macallan 1841. «Wir nahmen Proben von mehr als 1000 Fässern, bevor wir in der Lage waren, das Profil des Originals von 1841 einzugrenzen», beschreibt Bob Dalgarno das aufwändige Prozedere. Erhältlich ist die Replik des Macallan 1841 ab ca. Mitte Oktober 2002 bei der Urschweizer Brennerei Fassbind in Oberarth.

**S. Fassbind AG,**  
Tramweg 35  
6414 Oberarth,  
Telefon 041 859 04 00,  
www.fassbind.ch

## AUS- UND WEITERBILDUNG

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  
Worbstrasse 221, 3073 Gümligen  
Tel. +41(0)31 950 28 27  
E-Mail english@metzco.ch  
www.best-of-english.ch



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

SA 145559/260558

## Sprachausbildung

an hervorragenden Schulen in  
England USA Kanada Australien  
Neuseeland Frankreich Italien

A+R Frischweichtel Tel 01628 39 58 Fax 01628 54 45  
Isenacher 13, 8712 St. Gallen www.sprachausbildung.ch

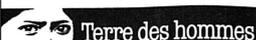
## Kinder sind keine Ware.



**STOPP KINDERHANDEL**

PC-Konto: 10-11504-8

Terre des hommes • Büro Deutschschweiz  
Postfach • 8026 Zürich  
Tel. 01/242 11 12 • Fax 01/242 11 18  
deutschschweiz@tdh.ch  
www.tdh.ch



## ANZEIGEN

S het solang's het  
Einmalige Gelegenheit!  
Pavillons von Expo.02



Superpreis  
Stück nur  
Fr. 2000.-  
exkl.

Die ideale Gartenrestaurant-Überdachung  
Pavillon 5 x 5 m, winterfest, Gestell verzinkt,  
Dachfarbe weiss, St. Fr. 4200.- neu, jetzt, nur  
Fr. 2000.- z. B.: für 2 Autos, Gartenpavillon,  
Lager, Restaurant, Aussenverkauf, Weidezeit.  
Gratislagerung bis Frühling 03 möglich.

**Textbau AG, 4658 Dänikon**

Zeltbau, Blachen, Überdachungen, Segel  
Telefon 062 291 10 70, Fax 062 291 11 45

152885/983866

**Beschädigte  
Kännchen?**

Wir  
reparieren  
polieren  
versilbern  
...

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

**YOUR GUESTS WILL SAY  
«THANK YOU!»**

...if your promotion material is  
in perfect English!  
German-English-German  
Translations & proof-reading of  
Brochures, Websites, Leaflets,  
Menus, Promotion Packages  
suecross@bluewin.ch

052 654 14 37

152873/421069

MEGA HEISS aber cool...

**FEURIG WERBEN**

Werbe • Zündhölzer  
Feuerzeug • Accessoires  
Beratung – Offerten – Muster  
☎ 032 685 16 16

Traffic Werbung GmbH, 4528 Zuchwil

152819/421038

**HOTELSCHULE LÖTSCHER**  
Grundlagen zum Erfolg

**Réceptionskurs 1**

4-wöchiger Intensiv Ein-/Umsteigerkurs mit FIDELIO Software

28. April bis 23. Mai 2003 und  
13. Oktober bis 7. November 2003

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

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

## Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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

INTERNET / Das neue Medium bringt neue Zielgruppen, die sich entsprechend anders informieren. Bei den verschiedenen Kategorien bestehen betreffend Prospekt und Website ganz andere Erwartungen und Vorstellungen. MARTIN BLATTER\*

# Anna Analog oder Dane Digital?

Die Ferienbucher könnte man in drei verschiedene Gruppen aufteilen. Wir nennen die drei verschiedenen Informations-Typen Anna Analog, Achim Digt und Dan Digital. Eine unter 423 Deutschen durchgeführte Umfrage zeigt auf, wie grundverschieden deren Erwartungen und Vorstellungen gegenüber Prospekten und Websites sind.

Wer eine Kommunikations-Planung macht, der sollte immer die Zielgruppen vor Augen haben: Die «Anna Analog» (AA) informiert sich nach wie vor über die klassischen Kanäle und Medien, das Internet hat bei dieser Zielgruppe praktisch keine Bedeutung (nur 1%).

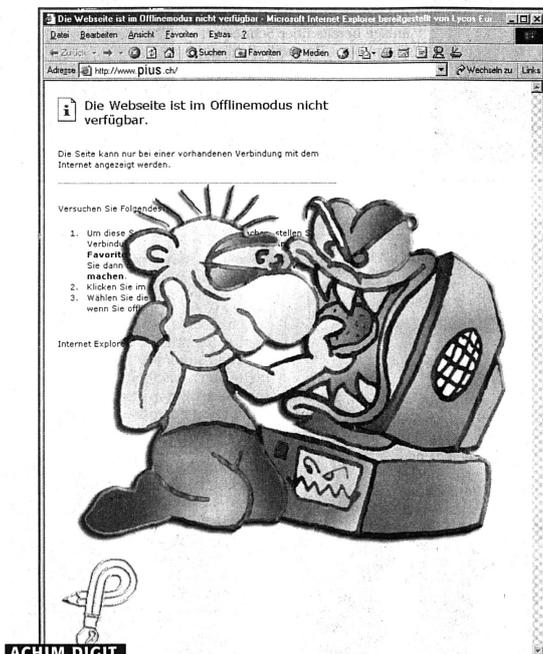
## PROSPEKT KONTRA WEBSITE

Das Internet hat indes zwei neue Kommunikations-Zielgruppen geschaffen: Da ist einmal «Achim Digt» (AD), der bei seiner Ferienplanung zum Web (53%) und E-Mail (12%) wie auch zum Telefon (16%), Fax (10%) sowie Post (7%) greift.

Andererseits gibt es den «Dane Digital» (DD). Dieser holt sich seine Informationen für die Ferienplanung fast ausschliesslich übers Internet: Website (81%) oder E-Mail (14,2%).

Worin unterscheiden sich die beiden Informationstypen Dane Digital Achim Digt voneinander? Nimmt man die beiden potenziellen Internet-Bucher unter die Lupe, wird deutlich, dass sie ganz verschiedene Bedürfnisse und dementsprechend unterschiedliche Erwartungen ans Internet bezüglich der Kommunikationsmittel haben.

\* Martin Blatter-Constantin ist Professor an der Hochschule Wallis und an der Fachhochschule Bern. Er doziert an der Schweizerischen Tourismusfachschule STF in Sierr Marketing.



ACHIM DIGIT

Achim Digt ist zwar mit dem Internet vertraut, er bleibt jedoch gegenüber dem neuen Medium skeptisch. Er informiert sich halb analog und halb digital. Er lässt sich am ehesten als «Leisure-Typ» umschreiben. Konkret: Es nutzt das Internet in der Freizeit. Achim Digt kommt oft über seine Kinder in die Webwelt; diese Gruppe ist die kinderreichste. Bei Achim Digt ist das Web vor allem ein Informations- und weniger ein Einkauf- oder Buchungsmedium. Nur jeder zweite dieses Typs kann sich die Ferienbuchung übers Internet vorstellen und 26% lehnen dies klar ab.

Für Dane Digital ist das Internet zu einem Alltags-Medium geworden, er lässt sich auch als Newsletter-Abonnent registrieren. Im Gegensatz

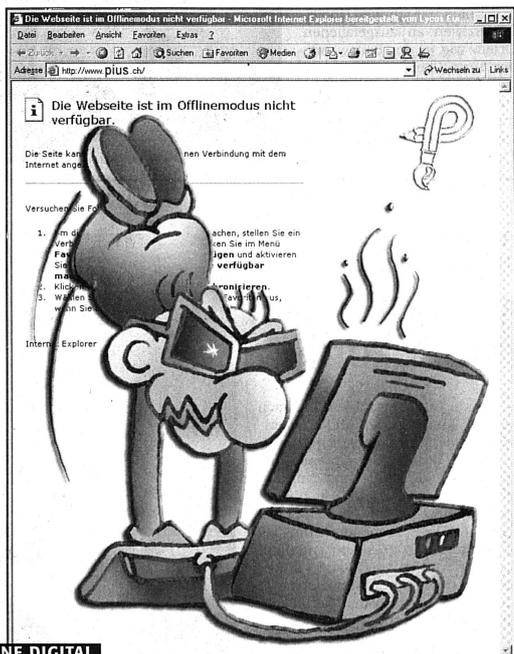
zu Dane Digital ist Achim Digt gegenüber dem Internet und der Technik eher skeptisch eingestellt.

Bei Achim Digt zählt bei der Website vor allem eine übersichtliche Darstellung sowie Einteilung, gute Suchfunktion (für ihn das grosse Plus gegenüber dem Prospekt), ein umfangreicher Informationsgehalt sowie Beratung. Bei der Buchung und vor allem bei der Zahlung über Internet ist er aber noch skeptisch. Er verlangt eine transparentere Lösung der Zahlungsmethode. Wer mit Achim Digt arbeitet, der muss mit Misstrauen rechnen. Fazit: Bei Achim Digt ist eine Empfangsbestätigung sehr wichtig, da er noch wenig Erfahrung beim Neuen Medium mitbringt.

Der Prospekt wird wohl nie zu Grabe getragen. Trotzdem: Etwa jeder vierte (26%) Dane Digital könnte heute schon auf den Prospekt verzichten, bei den Achims Digt ist es rund jeder achte (13%). Sowohl die Web-Freizeitler als auch Web-Profis schätzen beim Prospekt die Übersichtlichkeit. Die meistens gut lesbare Darstellung ist für beide Typen auch im Internet wichtig. Achim Digt findet die Darstellung wichtiger als der Web-Profi Dane Digital. Dies liegt wohl auf der Hand, da sich der geübte User auf der Website schneller zurechtfindet. Was beide erwarten, ist eine effiziente Suchfunktion sowie die Aktualisierung.

## Zur Umfrage

Die Umfrage führte Rita Schmid, Absolventin der Schweizerischen Tourismusfachschule Siders, anlässlich ihrer Diplomarbeit in Deutschland durch. Befragt wurden zum einen Newsletter-Abonnenten von Schweiz Tourismus Deutschland und zum anderen potenzielle Gäste, welche durch Prospektbestellung Interesse an der Schweiz bekundet hatten. Total konnten 423 gültige Fragebogen mit dem SPSS-Programm ausgewertet werden. Die Umfrage wurde in elektronischer Form (Online-Verfahren) und per Postweg (Print-Verfahren) gemacht. MB



DANE DIGITAL

Dane Digital arbeitet fast täglich mit dem Internet. Es ist zudem die Gruppe mit dem höchsten Abitur-Anteil. Seine grosse Erfahrung im Internet widerspiegelt sich in seiner Beurteilung. Er ist gegenüber der Website weit kritischer als Achim Digt. Dane Digital achtet auf einen schnellen Bildaufbau oder eine regelmässige Aktualisierung der Website. Eine Ferienbuchung ist für diesen Typ kein Problem: 74% antworten mit einem klaren Ja und nur 6% möchten ihre Ferien nicht übers Web buchen.

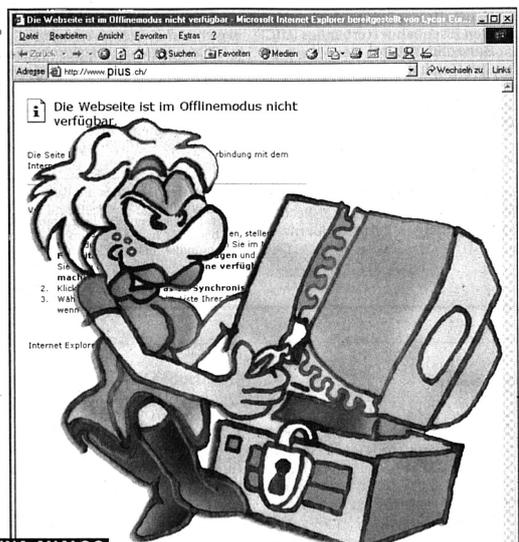
Weit weniger wichtig sind dabei fesselnde Bilder oder gar Audio-Video-Unterstützung. Animationen und grafische Extravaganzen werden bei den Usern nicht geschätzt. Vom Internet erwarten die User vor allem Infor-

mationen und weniger Unterhaltung. Den grossen Vorteil der Website gegenüber dem Prospekt sehen beide User-Typen (AD = 75%; DD = 89%) im umfangreicheren Informationsgehalt.

## Ähnliche Ergebnisse wie in den USA

Die demographischen Faktoren wie Alter, Geschlecht und Nationalität sind bei weitem nicht so aussagekräftig, wie die grundsätzliche Einstellung der Befragten zur Technik. Anstelle von psychografischen oder soziodemografischen Merkmalen für die Zielgruppen-Unterteilung, hat das Marktforschungsinstitut technografische Merkmale als Einteilungskriterium ausgearbeitet. Die drei wichtigsten Merkmale, welche das Kaufverhalten

der Verbraucher übers Internet am meisten beeinflussen sollen, sind die Einstellung zur Technik, das Einkommen und die Motivation zur Nutzung der Technik. Die Kriterien zur Bestimmung der Online-Zielgruppen sind nicht dieselben, wie wir sie vom klassischen Marketing her kennen. Wer heute Zielgruppen definiert, sollte neben der klassischen Einteilung auch die Online-Zielgruppen-Kriterien verwenden. MB



ANNA ANALOG

«Anna Analog» informiert sich nach wie vor über die klassischen Kanäle und Medien, das Internet hat bei dieser Zielgruppe praktisch keine Bedeutung.

## Anzeige

Die IWB planen in der Steinvorstadt ein neues Kundenzentrum mit Gastrobetrieb. Dafür suchen wir eine(n)



## GastronomiePartnerIn

## Synergie – Energie – Gastronomie

Der projektierte Neubau der IWB an absoluter Toplage wird noch mehr auf die Bedürfnisse der KundInnen abgestimmt sein. Ein Gastrobetrieb soll das Beratungsangebot der IWB mit hochstehender Qualität auf der kulinarischen Seite ergänzen.

Zusammen mit Ihnen wollen wir eine Synergie zwischen Energie und Gastronomie schaffen und damit eine Kundenbindung auf einer neuartigen Ebene mit hohem Dienstleistungsgrad erreichen.

Für diesen Gastrobetrieb, der erste dieser Art in der Schweiz, suchen wir Sie als PartnerIn mit Weitsicht, Ideen und Talent für die Realisierung eines neuen Gastrokonzeptes.

Die IWB bieten Ihnen an einem stark frequentierten Standort mitten in der Stadt, eine helle, freundliche Räumlichkeit (ca. 130 m<sup>2</sup>) mit modernster Infrastruktur. Nebst Ideen und Konzept bringen wir auch einen Anteil an das Investitions- resp. Betriebskapital ein.

Sie bringen im Gegenzug Ihr fundiertes Gastro-Know-how mit, dazu die gekonnte und konsequente Umsetzung des bestehenden Konzeptes in Zusammenarbeit mit den IWB.

Sind Sie mit Begeisterung bereit, sich dieser Herausforderung zu stellen und sich auch finanziell zu engagieren, dann erwarten wir gerne Ihre aussagekräftigen Unterlagen mit Referenzen bis zum 7. Dezember 2002.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

IWB z. Hd. Adrian Schmidlin Postfach 4008 Basel

Tel.: 061 275 52 94 adrian.schmidlin@iwb.ch www.iwb.ch

ART DECO HOTEL MONTANA LUZERN / Esstheater mit Viergang-Menu

## Geflüsterte Hotelgeschichten

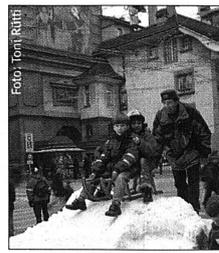
Luzerner Esstheater zum Fünften: In diesem Jahr vernehmen die Gäste des Art Deco Hotels Montana «Hotelgeflüster» aus einer Reise durch die Geschichte des bald 100-jährigen Hotels, mit Szenen an ausgefallenen Orten, wie in der Badewanne der Turmsuite. Das Bild zeigt vier von sieben der Profi-Darsteller, die zum Vier-Gang-Menu auf verschiedenen Etagen vernünftliches, hochstehendes Theater bieten. PH



LENK-BETELBERG / Schlitteln und Glühwein

## Schnee vom Betelberg

Einen Schneeballwurf vom Berner Zytglogge-Turm entfernt, konnten die Stadtkinder kürzlich auf Schnee vom Betelberg schlitteln. «Wir zeigen den Gästen, dass wir dank der Beschneigungsanlage bereits über Schnee verfügen», so Hansueli Schläpfi, Geschäftsführer der Bergbahnen Lenk-Betelberg. Die Erwachsenen wurden von Urs Gschwend, Chefkoch des Fünf-Sterne-Hotels Lenkerhof, mit Glühwein auf den Winter eingestimmt. TRU



ZITAT DER WOCHE

«Der Tessiner Weinbau läuft immer noch durch eine Art von positiver Revolution.»

Guido Brivio, Tessiner Weinproduzent und Präsident der Tessiner Wein-Marketing-Organisation «Pro Viti» Ticinowine, im Interview auf Seite 13

LUCERNE FESTIVAL / 91 Prozent Auslastung

## «Piano»-Fest mit Rekord

Steigende Zuschauerzahlen sind auch bei der jüngsten der drei Konzertreihen von Lucerne Festival zu verzeichnen: «Piano». Sie umfasste insgesamt acht Konzerte und ging am letzten Montag zu Ende. In diesem fünften Jahr von «Piano» kamen 11 000 Besucher. Die Besucherauslastung lag bei 91 Prozent (2001: 80 Prozent). Fünf Konzerte wurden von SR DRS aufgezeichnet. Mehr als 50 Berichterstatter aus acht Ländern waren bei «Piano 2002» akkreditiert. Die Musik auf schwarzen und weissen Tasten war in ihrer ganzen Bandbreite zu erleben: Klassik, Jazz und zeitgenössische Musik, Solo-Rezitals, Klavierduo und ein Programm mit sechs Klavieren. Zu einem Nachtkonzert waren etwa 700 Zuhörer gekommen: Piano Circus aus London zeigte Artistik an sechs Klavieren, Keyboards und Samplern. Hauptsponsor von «Lucerne Festival Piano» ist die Bank Julius Bär. KJV



«Der neue Gast». Podiumsgespräch vom letzten Dienstag anlässlich des 8. Schweizer Gastronomie-Symposiums von GASTROSUISSE Kongresszentrum Seedamm Plaza in Pfäffikon/SZ: (v.l.n.r.) David Bosshart, Geschäftsleiter des Gottlieb Duttweiler Instituts, Rüschtliikon; der Zürcher Gastro-Unternehmer Christian Kramer; Verena Prager, Kulturstätte Sommerlust, Schaffhausen; Peter Ernst, Seedamm Plaza, Pfäffikon; Claudia Züllig-Landolt, Hotel Schweizerhof, Lenzerheide und Adrian Schaffner, Restaurant Blinde Kuh, Zürich. MJP

MONOLITH / Auch Walliser Hoteliers interessiert

## Unesco-Dialogcenter?

Für Jean Nouvel's Monolith liegt ein Angebot einer Walliser Interessengemeinschaft mit den beiden Hoteliers Art Furrer und Peter Bodenmann, dem Thermalbadbesitzer Hans Kalbermatten und alt Nationalrat Paul Schmidhalter vor. Die Interessengemeinschaft möchte den «Expo.02-Würfel» für ein Unesco-Dialogcenter in Naters nutzen. Art Furrer, Direktor des Hotels Art Furrer, Riederalp, ist überzeugt, dass die Chancen für dieses Projekt intakt sind. «Wir haben ein Angebot formuliert, das Aussicht auf Realisierung hat. Die Gespräche, die wir mit der am Projekt interessierten Gemeindeverwaltung Naters führen konnten, stimmen mich zuversichtlich», sagt Furrer. Das Unesco-Dialogcenter würde auf Terrain von Naters gebaut. Am Monolithen interessiert ist unter anderem auch die Freiburger Baufirma Weiss & Appetito, die ihn auf eine künstliche Insel im Murtensee stellen möchte. TRU

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

Unter dem Motto «Der Schweizerhof in Bern wird nicht umgebaut, aber wir bauen auf den Schweizerhof und sein Team» stehen die folgenden personellen Veränderungen: **Thomas Kübli** (im Bild) wurde neu zum «Schweizerhof»-Vizedirektor befördert. Und **Werner Rothen** übernimmt als Executive-Küchenchef die Leitung der gesamten Küchenbrigade. Nach einer Kochlehre in Grindelwald arbeitete Rothen zuerst in verschiedenen Häusern in der Schweiz (z.B. Hotel Mont Cervin, Zermatt; Palace Hotel Gstaad), anschliessend war er in den Vereinigten Staaten



und in Portugal tätig. Zuletzt war er Küchenchef im Hotel St. Gotthard in Zürich. Zudem hat **Regula von Niederhäusern**, die Personalverantwortliche des «Schweizerhofs», die Prüfung als Personalfachfrau mit eidg. Fachausweis bestanden. DOS

Per 1. Januar 2003 wechselt **Roger Zintl** (33), bisheriger Senior Product Manager Ägypten, Türkei und Zypern, in die Abteilung Relations & Projects der Division Information Technology der Kuoni Reisen Holding AG, wo er die Nachfolge von **Tim Bachmann** antritt. Mit diesem Wechsel organisiert sich das Tour-Operating Europa neu. **Maria Nastos** (26) übernimmt den frei gewordenen Posten als Senior Product Managerin. Sie wird künftig für Griechenland und CIS zuständig sein. Die in der Schweiz geborene Griechin stiess 1997 als Quereinsteigerin zu Kuoni, wo sie sich bis zur Verkaufsfachfrau hocharbeitete. **Pascal Spiegel** (29) behält Bulgarien und zeichnet zusätz-

lich für die frei gewordenen Destinationen von Roger Zintl verantwortlich. Tim Bachmann wechselte per 1. November 2002 von der Division Information Technology in das Departement Kompetenzzentren, wo er den neu geschaffenen Bereich Internet Management Schweiz aufbaut. **Katja Tamasco** und **Gisela Doswald** gehen wie **Markus Küttel** behalten ihre Bereiche. DOS

Die Generalversammlung des Internationalen Eisenbahnverbandes (IUC) hat **Benedikt Weibel**, den Vorsitzenden der Geschäftsleitung der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), zum neuen IUC-Präsidenten für die Jahre 2003 bis 2004 ernannt. DOS

Der dipl. Hotelier-Restaurateur SHV **VDH René Foster** hat auf den 1. Oktober 2002 von **Marianne und Markus Meyer** die Leitung des Hotel-Restaurants Riffelberg in Zermatt übernommen. DOS

GLOSSE

## Gastrophysik

HANSPETER GSELL

Professor Alfred Kochs Haare lugten lustig unter seiner russischen Kochmütze hervor, als er seinen Lehrlingen die komplexen chemischen Reaktionen und physikalischen Vorgänge erklärte. Denaturierte Eiweissmolekül-Kneuel tobten durchs koagulierte Soja-Lecithin, weiter hinten kopulierten Öl- und Wassermoleküle, aus dem Käse wurde ein löchriges Ei, und im Küchenlabor übten Gastrophysiker die Hyperfiltration der Schweinsbratwurste mittels einer eingeleiteten Hypotenuse.



Im Economat galvanisiert die Gouvernante still vor sich hin, und der Nachtportier freut sich bübisch über die erfolgreiche enzymatische Spaltung der Cremeschmitten. Der Entremetier steckt derweil in einem Vakuumgefäss fest und versucht erfolglos, die defekte Wolframdrahtspitze zu reparieren. Er unterschätzt dabei sträflich die Feldstärke der Elektronen und wird nie mehr gesehen. Dem Hilfsphysiker aus Sri Lanka gelingt es im dritten Versuch, die Gravitationskonstante der Karotte zu entschlüsseln, und dank der präkognitiven Fähigkeiten des physiogeographisch bewanderten Chasseurs wird gleich auch noch die Stefan-Boltzmann-Konstante der ostasiatischen Boulou-boulou-Ente errechnet. Dem Chasseur gelang es übrigens bereits gestern Abend, die phugoiden Längsbewegungen beim Hackbraten mit einem von ihm entwickelten Dämpfungsregler nachhaltig zu verringern.

Einem italienischen Gastrogenetiker soll es letzten Freitag gelungen sein, die DNS von Köchen zu entziffern. Schon bald soll der erste Klunkoch mit eingebautem Dämpfungsregler auf den Markt kommen.

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

## IMPRESSUM

hotel+tourismus revue Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Gegründet 1892

**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein SHV  
Mönchjustrasse 130  
Postfach  
3001 Bern

**Leitung SHV-Medien:** Christian Hodler.

**Redaktion:** Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).  
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH).

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),  
Mirella Guggenbühler (MG),  
Toni Rüm (TR), Sonja Stalder (SST),  
Dr. Karl Josef Verding (KV).

**Gastronomie/Technik:** Christian Meyer (CM),  
Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfl (DST),  
Cahier français: Miroslav Halaba (MH),  
Laurent Missbauer (LM), Francis Granget (FG).

Miscotone: Dr. Peter Köhler (PK).

Produktion: Dominique Schmidt (DOS).

Layout: Roland Gerber (RG), Karin Gugger (KG),  
Brigitte Pauli (BP), Gilbert Perrot (GP).

Korrektur: Paul Le Grand.

**Korrespondenten:** Ueli Handschin (UH), Graubünden;  
Kaja Hassenkamp (HKS), Paris; Heribert  
Purtscher (HP), Wien; Maria  
Pütz-Willems (MAP), München; Gerhard Lob (GL);  
Tessin: Georg Uebauer (GU), Frankfurt;  
Reto Westermann (RW), Zürich.

**Verlag:** Iris Stribel (Verlagsleitung), Markus Marchel (Verkaufslitung).  
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casalici.  
Stelleninserate: Matthias Beyeler, Andreas Jakob, Marc Moser.  
Geschäftsanzeigen: Markus Marchel (Verkaufslitung),  
Roger Stemmer, Brigitte Weber.  
Innendienst: Patrick Stalder.

**Druck:** Fischer AC für Data und Print,  
Druckzentrum Bern.

**Auflage:** 11'156 Ex. WEMF-bezugslos,  
22'000 Ex. Vertriebsauflage.

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

ISSN: 1424-0440

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

**Kontakte:**

Adresse:  
Mönchjustrasse 130,  
Postfach 3001 Bern.  
Redaktion: (Leserbriefe, People usw.)  
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,  
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

Abonnemente:  
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Stelleninserate:  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch  
Geschäftsanzeigen:  
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: patrick.stalder@swiss-hotels.ch  
Internet: www.swiss-hotels.ch  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen  
wird jede Haftung abgelehnt.



**GEORGES WENGER** / Avec son épouse Andrea, le chef du Noirmont a décidé de rénover son restaurant pour contrer la morosité. **PAGE 4**



**EZIO INDIANI** / Le directeur de l'Hôtel des Bergues de Genève, a récemment été distingué par les «Hermes Award». Interview. **PAGE 5**



## hotel+tourismus revue

**REMONTÉES MÉCANIQUES /** Une étude sur les sociétés autrichiennes, suisses et allemandes

### Résultats suisses à la traîne

Epine dorsale du tourisme alpin, les remontées mécaniques suisses ont des retards sur leurs concurrentes autrichiennes, notamment sur le plan des résultats. C'est ce qui ressort d'une nouvelle édition de l'étude comparative périodique de l'institut Grischconsulta, de Coire (GR), sur l'avenir des remontées mécaniques\* et consacrée à la Suisse, à l'Autriche et à l'Allemagne. L'étude, qui a fait l'objet d'un questionnaire auquel ont répondu 117 entreprises, dont 69 de Suisse et 32 d'Autriche, a ainsi montré que 38% des entreprises suisses, contre 72% des sociétés autrichiennes, ont enregistré une progression des résultats en 2001. Pour ce qui est des résultats négatifs, le pourcentage est de 51% en Suisse et de 13% en Autriche.

### ENNEIGEMENT MÉCANIQUE DIFFICILE

L'étude a aussi examiné la problématique de l'enneigement mécanique. On a notamment pu remarquer globalement que quatre sociétés sur cinq doivent financer de telles installations elles-mêmes. Les 28% des sociétés helvétiques n'ont, par ailleurs, aucun soutien matériel ou aucune facilité en matière de démarches administratives. En Autriche, la situation est bien pire, puisque cette part est de 47%. L'Autriche est en revanche mieux équipée que la Suisse. Seules 6% de ses stations, contre 20% en Suisse, n'ont pas d'équipement d'enneigement, alors qu'elles devraient en avoir.

### RESTAURATION: DU PLUS ET DU MOINS

La restauration d'altitude présente en Suisse des résultats qui sont autant positifs que négatifs. Ainsi, 32% des entreprises qui se livrent à cette activité ont enregistré une progression des recettes, alors que 25% ont subi des baisses. La situation est relativement différente en Autriche, puisque 31% des entreprises sont dans le positif, mais 6% seulement dans le négatif. Plus inquiétant pour la Suisse: les baisses de recettes dans les entreprises helvétiques ont été de 20% contre 6% pour les sociétés autrichiennes. L'étude montre, par ailleurs, que ce sont les restaurants exploités par les sociétés de remontées mécaniques qui ont le plus de succès. **MH**

\* Berghbahnen wohin? Internationaler Management Report, Ausgabe 2002. www.grischconsulta.ch

### MÉLI-MÉLO

**Accor: opération de séduction à Zurich.** Les trois hôtels du groupe Accor (Sofitel Zurich, Novotel Zurich City-Technopark et Novotel Zurich Airport Messe), installés à Zurich, ont entamé lundi une opération de séduction. Jusqu'au 6 décembre, ils livreront chaque matin les croissants à un millier d'entreprises de la place. Ces croissants seront confectionnés par le célèbre pâtisseries zurichois Sprüngli. Cette opération touchera quelque 17 000 personnes. **MH**

**ECONOMIE TOURISTIQUE /** En réponse aux difficultés conjoncturelles persistantes, les responsables touristiques romands conservent le cap sur les objectifs à moyen terme. **MIROSLAW HALABA**

# Maintenir, contre vents et marées, les objectifs à moyen terme

Photo: Ex-Press



### LA BONNE VOIE

Malgré les difficultés conjoncturelles, les grands offices du tourisme romands n'ont pas de raison de quitter la voie tracée pour le moyen terme.

Le ralentissement de l'activité économique mondiale, fortement influencée par l'état de l'économie américaine, se poursuit. Ce phénomène est encore accentué par les incertitudes sur l'évolution de la situation politique au Moyen-Orient et la menace d'attentats terroristes. En dépit du besoin persistant de voyager et de s'adonner aux activités de loisirs, le tourisme n'échappe pas à la morosité ambiante. La récente analyse du centre de recherches économiques bâlois BAK, corroborée par les prévisions d'autres instituts, ne prévoit pas de reprise pour le tourisme suisse avant 2004. Et encore, celle-ci ne devrait être que modeste: 1,7% de hausse des nuitées hôtelières en 2004 et 1% en 2005.

### POUR SUIVRE LES EFFORTS DE PROMOTION

La baisse de la demande, aussi bien étrangère (9%, probablement, cette année) qu'indigène (1% environ), ainsi que les perspectives peu enthousiasmantes pour l'année à venir interpellent les responsables touristiques, notamment dans les villes où le tourisme d'affaires – un tourisme très sensible à la conjoncture – joue un rôle important. Quelle tactique faut-il adopter pour faire face à cette situation?

Pour les responsables des principaux offices du tourisme de Suisse romande, le message est clair: il faut se tenir aux objectifs fixés pour le moyen terme. Ce qui signifie, en général, le maintien de la promotion sur les marchés d'outre-mer, même ceux-ci ne sont momentanément pas très porteurs, et une promotion accrue sur les marchés émergents, les marchés de proximité et le marché indigène.

### JOUER PLACÉ SUR LES MARCHÉS LOINTAINS

«Nous poursuivons nos activités promotionnelles sur le marché nord-américain. Nous voulons, en effet, être en bonne place lorsque celui-ci repartira à la hausse», dit le directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Charles-André Ramseier. Et d'ajouter: «Nous devrions même être plus actifs, car nous avons constaté que la concurrence est actuellement

moins présente dans cette partie du monde».

A Lausanne, le climat morose est parfaitement perçu par le tourisme. «La demande est là, mais elle ne se concrétise pas», souligne, Claude Petitpierre, le directeur de Lausanne Tourisme. Ses objectifs sont de rester présent sur les marchés lointains et d'intensifier l'activité sur les marchés de proximité, moins sensibles aux fluctuations.

La politique est relativement identique dans la cité de Calvin. Genève Tourisme, n'abandonne pas les marchés principaux, mais met notamment l'accent sur les marchés émergents et particulièrement porteurs que sont actuellement l'Europe de l'Est avec la Russie, en particulier, la Chine, l'Inde ou le Moyen-Orient, explique le directeur, François Bryand.

### OPTIMISME, MALGRÉ TOUT, POUR 2003

A l'instar de la plupart de ses collègues, François Bryand se montre, malgré tout, assez optimiste pour l'année à venir. Le tourisme genevois pourra notamment profiter de l'organisation de trois grandes manifestations: le sommet du G8 en juin à Evian, un sommet placé sous l'égide de l'Union internationale des communications qui devrait attirer plus de 10 000 personnes et Télécom. Genève veut, par ailleurs, stimuler les séjours de courte durée, avec la collaboration d'Easjet, de même que les festivités de fin d'année. «Lumière sur Genève» est un projet qui veut grouper toutes les manifestations qui animent la ville à cette période. L'infrastructure sera aussi améliorée avec l'inauguration de la Halle 6, du stade de la Praille et de la mise en exploitation de 700 nouvelles chambres hôtelières dans le segment des deux et des trois étoiles.

Optimisme aussi à Montreux. Un optimisme «prudent», dit Harry John,

directeur de Montreux-Vevey Tourisme. Sa station profite, explique-t-il, d'un bon équilibre entre le tourisme d'affaires et le tourisme de loisirs qui devrait le mettre à l'abri des mauvaises surprises. Il maintiendra donc le cap fixé pour les trois à cinq prochaines années. Comme à Genève, de nouvelles infrastructures – le casino, en particulier – viendront améliorer l'offre touristique.

### PAS D'A PRIORI NÉGATIF POUR L'HIVER

Dans les stations de sports d'hiver romandes, la situation n'est pas tout à fait la même qu'en ville. Vivant en bonne partie du tourisme indigène, qui est plus stable que le tourisme étranger, ces stations devraient réaliser en 2003 des performances assez proches à celles des années passées. Elles peuvent, en tout cas, envisager l'hiver à venir avec une certaine sérénité. «Les réservations pour les fêtes de

fin d'année marchent très bien dans la parahotellerie et les hôtels ont un bon taux de réservation», dit le directeur de Château-d'Ex Tourisme, Philippe Sublet. Pour être plus performante, la station s'efforce pour l'heure d'appliquer de manière conséquente le concept «familles» et, partant, de mieux se positionner. Le positionnement est d'ailleurs à l'ordre du jour des stations vaudoises. Sur l'initiative de l'OTV, celles-ci ont en effet clarifié leur position, afin d'adopter la politique promotionnelle la plus judicieuse.

Comme son homologue vaudois, le directeur de Crans-Montana Tourisme, Walter Loser, est confiant pour les prochains mois. L'hiver 2002/03 devrait, à son avis, ressembler au précédent. En collaboration avec Valais Tourisme, une opération promotionnelle a été faite récemment dans la région de Düsseldorf pour stimuler une demande allemande en net recul cette année pour l'ensemble de la Suisse. **MH**

## Des budgets en hausse pour 2003

Les principaux offices du tourisme romands seront apparemment bien armés pour affronter une année 2003 qui s'annonce difficile.

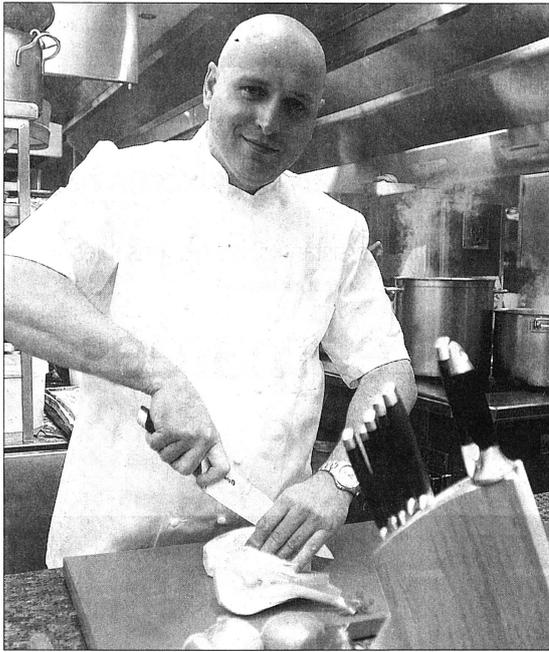
La plupart de ceux que nous avons interrogés devraient, en effet, disposer de moyens financiers supérieurs à ceux de l'année précédente, moyens qui seront principalement investis dans la promotion.

Genève Tourisme, par exemple, verra son budget total passer de 7,7 millions à 8,6 millions de francs. Le directeur, François Bryand, se réjouit de cette décision de la Fondation du tourisme. Une décision adéquate en période difficile qui permettra à l'office du tourisme genevois d'accroître sa promotion sur les marchés.

Lausanne Tourisme disposera à son prochain d'un montant de 2,9 millions de francs pour son secteur «promotion/vente», soit une progression de 10%, indique le directeur, Claude Petitpierre. A noter que cette somme comprend également les frais salariaux.

Une hausse analogue concernera le budget de promotion de Montreux-Vevey Tourisme, qui atteindra ainsi 1,5 million de francs, charges salariales comprises, explique, pour sa part, Harry John, le directeur de l'office.

Statu quo, en revanche, à Crans-Montana Tourisme. Toutefois, son responsable, Walter Loser, s'efforcera d'obtenir, lui aussi, quelques deniers supplémentaires. **MH**



## Tupperware a forgé des couteaux pour les chefs

Philippe Chevrier (photo) a craqué. Le «cuisinier de l'année 2002» utilise déjà les couteaux forgés de Tupperware dans la cuisine de son Domaine de Châteauevieux, près de Genève. «A leur ligne d'enfer, s'ajoutent des atouts exceptionnels», communique Tupperware, soulignant au passage que ces ustensiles de qualité professionnelle ont reçu un prix au Forum international du design à Hanovre. Pas moins de 18 interventions successives sont nécessaires pour créer chacun des neuf couteaux de la série Chef dont la lame trempée est «très résistante»

et le manche ergonomique «adapté à chaque situation». Trancher, hacher, émincer, écraser, découper, filer et couper du pain, de la viande, des fruits ou des légumes sont autant d'opérations facilitées par ces couteaux disponibles individuellement ou en set (490 francs).

**Tupperware (Suisse) SA**  
Av. Alfred-Cortot 12  
Case postale 2624  
1260 Nyon 2  
Tél. 022 994 78 00  
Fax 022 994 78 90  
[www.tupperware.ch](http://www.tupperware.ch)

## Le Jacquart dans sa nouvelle robe

Seule société importatrice de champagne installée dans le canton de Fribourg, Jacquart Suisse SA annonce la sortie d'une nouvelle ligne de présentation. Les étiquettes de ses produits se distinguent par un design «plus moderne», mais le contenu des bouteilles reste fidèle aux principes de qualité du grand producteur de Reims. C'est grâce à cette longue tradition que le «Guide des sommeliers 2002» a accordé la note maximale de 20 sur 20 au Champagne Jacquart Brut Mosaïque: il peut être servi en apéritif ou accompagner poissons, fruits de mer, volaille et mets au fromage. Un champagne désormais disponible également dans une boîte métallique bleue et or évoquant les principales phases d'élaboration du précieux nectar.

**Jacquart Suisse SA**  
Champagne  
Champ de la Pallaz  
1785 Cressier (FR)  
Tél. 026 674 20 15  
Fax 026 674 20 16



## Un champagne habillé par Maurizio Galante

Grande première pour le champagne POP: le créateur italien de haute couture, Maurizio Galante, a imaginé une série de mini-vêtements pour la petite bouteille bleue de Pommery. Cette collection automne hiver 2002-2003, baptisée POP Fashion, permet de «garder au frais le champagne en l'habillant d'une manière amusante et pratique», communique Pommery. «Grâce à une attache intelligemment cachée sous la doublure isotherme, les mini-doudounes peuvent être portées en bandoulière», ce qui permet de continuer à déguster le champagne «à la paille ou à la bouteille». Un mini porte-manteau est également disponible.

**Vranken Pommery Suisse SA**  
Ch. des Coquelicots 16 / Tour A  
Case postale 592  
1215 Genève 15  
Tél. 022 939 36 00  
Fax 022 939 36 15  
[www.pop-champagne.com](http://www.pop-champagne.com)

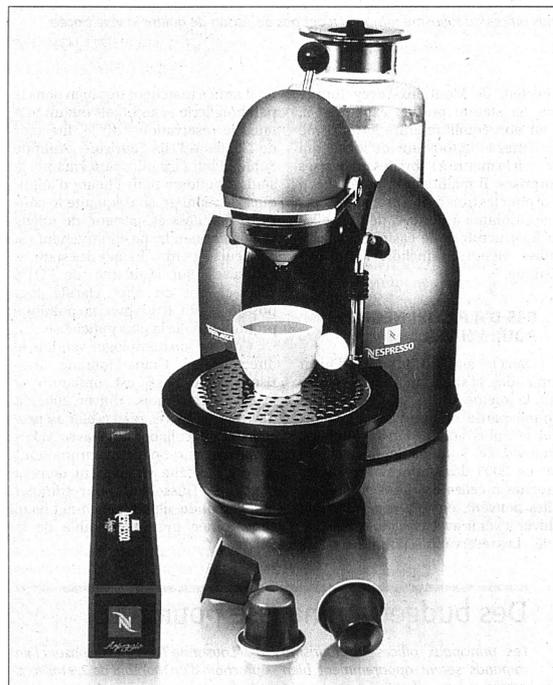
## Une fourgonnette avec les qualités d'une voiture

Le nouveau Combo d'Opel propose un volume de 3200 litres et une charge utile de 810 kg. «S'il allie les qualités

pratiques d'un utilitaire, ce véhicule bénéficie du confort et de l'agilité d'une voiture», explique Opel Suisse

SA. Proposé en trois motorisations «puissantes et économiques» (s'échelonnant entre 65 et 87 chevaux), le Combo serait à même de couvrir une très large variété de besoins, du transport de marchandises aux loisirs en famille. Et cela, «pour des coûts d'exploitation extrêmement bas», selon Opel, qui estime à 7,8 l/100 km la consommation du moteur 1,6 litre essence et à 5,8 l/100 km pour les deux turbodiesels. Signalons encore que la porte arrière s'ouvrant jusqu'au toit permet le chargement d'euro-palettes alors que le dossier passager rabattable offre la possibilité de charger des marchandises mesurant jusqu'à 2,7 m.

**Opel Suisse SA**  
Salzhaustrasse 21  
2501 Bienne  
Tél. 0848 810 820  
Fax 032 321 51 52  
[www.opel.ch](http://www.opel.ch)



## Nouvel habillage pour les machines Nespresso

Créativité et innovation. Deux termes que revendique Nestlé Nespresso SA. La société de Paudex (VD) vient de développer un nouvel habillage pour ses machines à café. Notamment pour la Koenig Creation et la Turmix C300 Plus, «dont le design tout en rondour s'accommode avec harmonie des nouveaux revêtements couleur chrome ou titane». Il y en a pour tous les goûts: la machine «sensible avec sa texture

de titane» et celle «plutôt rétro avec ses chromes évoquant les années 50» sont accompagnées de toute une gamme plus classique. Leurs prix s'échelonnent entre 539 et 739 francs.

**Nestlé Nespresso SA**  
Route du Lac 3  
1094 Paudex  
Tél. 021 796 96 96  
Fax 021 796 96 06  
[www.nespresso.com](http://www.nespresso.com)

## Le tour de magie de Maggi



«Grâce à ses recherches et à son esprit novateur, Maggi réinvente le

bouillon aux légumes en cachant en son sein un savoureux secret.» Dans un communiqué de presse, Nestlé donne les clés de ce tour de magie: le nouveau cube se distingue par une double texture. «Sa coque, composée de différents légumes, fond instantanément sous l'effet de la chaleur et libère un cœur fondant aux fines herbes. Ce qui confère une saveur incomparable – mélange de basilic, de persil, d'origan, de romarin et de thym – aux plats cuisinés», apprend-on. Ce nouveau bouillon est proposé dans un emballage contenant six cubes individuellement protégés.

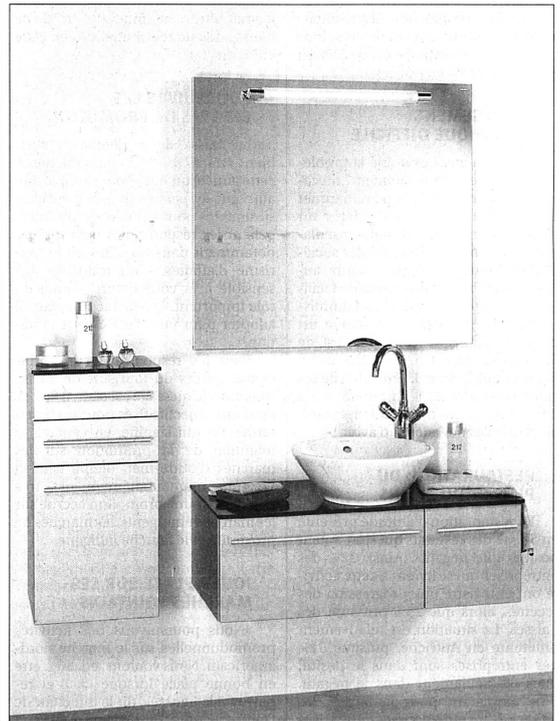
**Nestlé Suisse SA**  
Case postale 2222  
1800 Vevey  
Tél. 0800 860 015 (numéro gratuit)  
Fax 021 924 54 38  
[www.nestle.ch](http://www.nestle.ch)

## Trois salles de bains signées Franke

«Aqua Trend», «Aqua Disco» (photo) et «Melody». Ce sont les noms des trois nouveaux programmes de salles de bains proposés par la maison Franke Romont SA. Présentés lors de la dernière Foire suisse pour la modernisation de constructions anciennes, du 29 août au 2 septembre à Zurich, ces trois salles de bains se veulent, selon Franke Romont SA, plaisantes pour les yeux. «Des lignes claires et pures, des poignées sobres, des matériaux résistants et des formes subtiles», en seraient les principaux

atouts. Notons encore le grand retour de la céramique et une palette de couleurs qui comprend notamment un jaune citron «rafraîchissant», un gris «très tendance» ou encore un «classique» bleu marin.

**Franke Romont SA**  
Bureau de vente  
Case postale  
1680 Romont  
Tél. 026 651 96 51  
Fax 026 651 96 50  
[bzm@franke.com](mailto:bzm@franke.com)  
[www.bzm.franke.ch](http://www.bzm.franke.ch)



**VALAIS /** Le calendrier scolaire fait des vagues: irrité, un député dépose une interpellation

## Vacances scolaires mal placées

En 2004, les écoles valaisannes fermeront en février aux mêmes périodes que les vaudoises; en 2005, les Valaisans seront en vacances en même temps que les Genevois! «Que fait le département valaisan concernés», se demande le député démocrate-chrétien Eric Balet. L'élu, qui est aussi directeur des remontées mécaniques de Vercorin, s'est fait l'auteur d'une interpellation qui sera développée devant le Grand Conseil en décembre.

Ce n'est pas la première fois que le Valais se plaint de ces calendriers qui se chevauchent et qui font perdre des «millions de francs de recettes au tourisme cantonal». Selon Eric Balet, c'est 10% du chiffre d'affaires en moins pour Vercorin. En 1997, le Parlement votait à l'unanimité une résolution demandant une meilleure répartition. «En date du 6 septembre 2002, le conseiller d'Etat Claude Roch signait un plan cadre de scolarité avec des nouvelles idées fortes qui, théoriquement, devaient aller dans le sens d'une répartition judicieuse des vacances blanches de février», s'étonne Eric Balet.

Le député demande au département de Claude Roch s'il a bien consulté préalablement les autres cantons et voudrait savoir «comment il justifie une telle décision allant directement à l'encontre des efforts prodigués par d'autres départements, notamment en matière d'augmentation des crédits LIM alloués au tourisme». DEM

**TOURISME DE GROUPES /** Proposer aux hôtes de la station autre chose que le ski, le golf ou les balades. C'est le défi que s'est lancée, à Crans-Montana, la société allemande Adrenatur. DANIELLE EMERY MAYOR

# L'aventure «fun» à Crans-Montana

«Nous voudrions amener à Crans-Montana une autre clientèle que celle qui vient déjà pour faire du ski, du golf et des balades; nous voulons aussi développer le tourisme d'affaires.» Cet été, confirme Christian Ballestraz, le programme organisé par Adrenatur dans les gorges de la Tièche au-dessus d'Aminona a rencontré un succès indéniable.

Adrenatur est une entreprise fondée par Michael Trefz en Allemagne d'abord, installée en Espagne aussi, de même qu'à Crans-Montana sous l'impulsion de Christian Ballestraz. Elle propose des programmes incentive et organise des événements pour les groupes. Adrenatur est membre de la Commission européenne de canyoning, ce qui lui ouvre des portes intéressantes.

### UN PORTAIL POUR LES SPORTS «FUN»

«Cet été, nous avons distribué nos prospectus dans tous les hôtels de la station; mais on nous a fait comprendre que nos activités ne correspondaient pas au profil de la clientèle.» Ce qui s'est confirmé l'hiver dernier, avec la tour de glace érigée au cœur de Montana pour s'amuser à grimper puis s'élaner avec un tyrolienne. Ce fut un échec.

Cet été, l'Ecole suisse de ski (ESS) de Montana décidait de profiter de son infrastructure pour mieux promouvoir de nouvelles activités à Crans-Montana. Alp Sports Center est né avec, pour le moment, trois partenaires qui pro-

posent des activités complémentaires mais non concurrentes (l'ESS, Adrenatur et Paralook). Ce bureau, logé dans les locaux de l'ESS, a l'ambition de devenir le «portail» des activités sportives et «fun» à Crans-Montana. Il accueille aussi un bureau des guides. Une mise en commun des moyens et des compétences qui crée un réseau où le client à la recherche de vacances originales trouvera certainement chaussure à son pied.

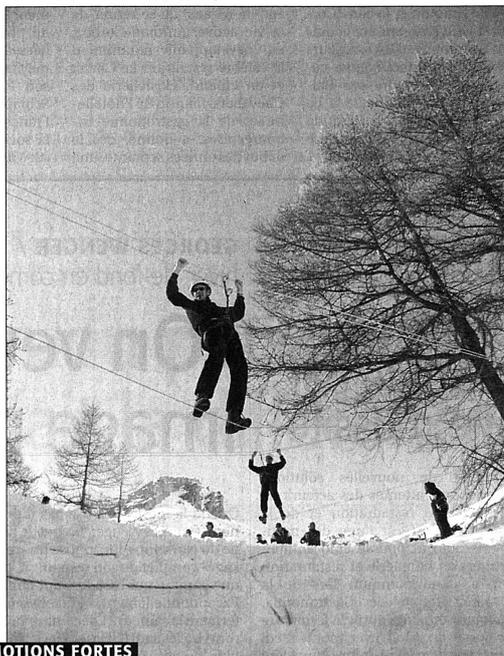
Cet hiver à Crans-Montana, on pourra faire du kiting (un mélange de parapente et de glisse) sur le site balisé de Chetzeron, on pourra grimper sur une paroi glacée à Cry d'Err, au cœur du domaine skiable, on fera de la descente en rappel le long d'une cascade de glace au-dessus d'Aminona, avec frissons garantis suspendu à une tyrolienne... Rien de dangereux. Et destiné à un public de débutants.

### LA «CHASSE AU DAHU» AU PROGRAMME

Les activités proposées par Adrenatur visent la clientèle incentive et training, mais pas seulement. «Ce marché ralentit un peu actuellement. On essaye donc d'attirer les gens de la région, les particuliers comme les entreprises». Il suffit d'être cinq pour partir à la «Chasse au dahu» dans les gorges de la Tièche, et d'avoir au moins 12 ans!

Pour le futur, les projets d'Adrenatur ne manquent pas. Développement à suivre, sur leur site Internet notamment ([www.adrenatur.com](http://www.adrenatur.com)).

Photo: Adrenatur



### EMOTIONS FORTES

«Nous voudrions amener à Crans-Montana une autre clientèle que celle qui vient pour faire du ski, du golf et des balades», explique Adrenatur, une société qui entend y développer aussi le tourisme d'affaires.

Annonce

## Gagner de l'argent même pendant les périodes de faible fréquentation, est-ce possible?

Il existe un outil efficace pour tirer un meilleur parti de vos capacités restées libres:

Grâce à *freedreams*, vous accueillez des hôtes dans votre établissement pendant les périodes de faible fréquentation, et avec eux de l'ambiance, du chiffre d'affaires et de l'amortissement. Vous puisez dans un potentiel de plusieurs millions de fidèles clients *freedreams* en provenance de l'Europe entière.

Votre participation à *freedreams* ne vous coûte rien. Pas de cotisations de membre, pas de contributions aux frais de publicité, pas d'autres coûts. En outre, vous restez tou-

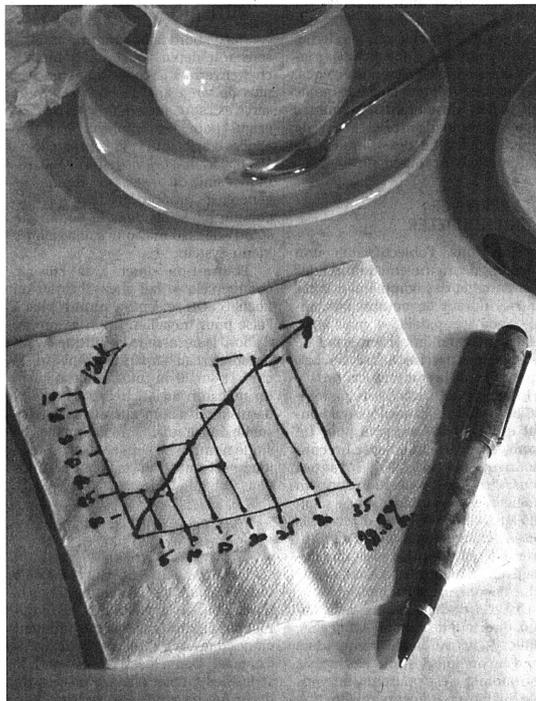
jours flexible et ne devez respecter ni contingent, ni périodes de réservation obligatoires.

Les hôtes s'acquittent de leurs consommations et autres dépenses directement auprès de vous. Il n'en découle donc ni frais administratifs, ni décompte impliquant des tiers.

En Suisse, plus de 170 hôtels dans toutes les régions collaborent avec *freedreams*. Rien que pour l'année en cours, ils ont pu comptabiliser plus de 500 000 nuitées supplémentaires. Et ce ne sont pas moins de 1500 hôtels partenaires *freedreams* que l'on compte désormais dans toute l'Europe.

Vous êtes présent dans les divers guides hôteliers *freedreams*. Dans toute l'Europe. Vous profitez d'une stratégie publicitaire atteignant directement sa cible (annonces, publicité directe, TV, Internet etc.) ainsi que d'un système de captation de clients éprouvé. Plus de 100 000 fidèles clients suisses, c'est une indication: *freedreams* est dans une dynamique de succès.

[www.freedomdreams.ch](http://www.freedomdreams.ch) - visitez-nous sur Internet. Vous y trouverez beaucoup d'informations intéressantes et les portraits des 1500 hôtels partenaires *freedreams* en Suisse et dans toute l'Europe.



## Nous aimerions en savoir plus et désirons des informations.

- Veuillez nous envoyer des informations sur ce que *freedreams* peut concrètement nous apporter dans les périodes de faible fréquentation.
- Nous avons des questions spécifiques. Merci de bien vouloir nous appeler.

Entreprise

Mme  M.  
Personne responsable

Adresse

NPA, localité

Téléphone

Adresse E-Mail

**free=dreams**  
voyagez vite.

Prière d'envoyer à: DuetHotel SA, *freedreams*, Haldenstr. 1, CP, 6342 Baar ou par fax au 041 769 35 25

GRUYÈRE / Antoine Corboz a vendu ses hôtels et ses restaurants

## Un empire a changé de mains

Tous les établissements, hôtels, restaurants, boutiques de souvenirs et autres résidences, soit au total une quinzaine d'objets immobiliers appartenant à la famille Antoine et Josiane Corboz, à Gruyères, ont été acquis par un groupe d'investisseurs helvético-luxembourgeois; celui-ci est représenté par Philippe Meylan, architecte à La Tour-de-Peilz, et Jean-Claude Pittet, directeur de la fiduciaire Audit-Intercom, à Lausanne.

Cette information, parue dans «La Liberté» du 20 novembre, n'est pas une surprise, elle confirme le désir de l'homme d'affaires gruyerien, âgé de 65 ans, de se retirer de la vie active. Antoine Corboz, en développant notamment le célèbre restaurant Le Chalet et en créant l'Hostellerie des Chevaliers, fleuron de l'hôtellerie et de la gastronomie friboise, a donné, dès le début des années septante, une

impulsion décisive au tourisme et à l'excursionnisme de la cité comtale. Le groupe comprenait également l'hôtel-restaurant Le Rallye, à Bulle, un établissement 3 étoiles de 48 lits acquis, lui, par quelques personnes liées à l'Hôtel Cailler, à Charmey, soit Freddy Quartenoud, son président, Stéphane Schläppi, son directeur, et François Ducry, président de la société Fedhorest, à Villars-sur-Glâne. JS

## Le double effet de l'Expo.02

Vaud. Pour l'hôtellerie et la restauration vaudoises, le 3e trimestre 2002 a été doublement marqué par l'Expo.02: une «influence positive dans la région des Trois-Lacs» et une «concurrence pour les autres régions» – la montagne a ainsi vécu un «été catastrophique» avec un chiffre d'affaires en chute de 9%. Selon le Kof, s'ils sont inférieurs à 2001, les résultats vaudois (en baisse de 3%) sont toutefois supérieurs à la moyenne suisse. FG

WHISKY / Des purs malts prestigieux aux enchères

## Tirages limités à vendre

Un Talisker de 20 ans, un Dalwhinnie de 36 ans, un Lagavulin de 12 ans, un Brora de 30 ans ou encore un Port Ellen de 24 ans! Les connaisseurs apprécieront d'autant plus que ces purs malts sont des tirages spéciaux de distilleries parfois disparues. Ils sont distribués en tirages limités (entre 1500 et 9000 bouteilles) pour des prix allant de 100 à 900 francs la bouteille. C'est Diageo, filiale de la firme internationale du même

nom, qui les distribuera en Suisse dans le cadre d'une souscription. Un nombre limité sera cependant mis en vente, du 28 novembre au 1er décembre, dans le cadre du Whisky Festival à Zurich, au Buffet de la gare Au Premier.

Pour les amateurs et les collectionneurs qui ne pourraient s'y rendre, la souscription peut se faire sur le site Internet [www.classicmalts.ch](http://www.classicmalts.ch) ou encore au numéro 0800 000 501. JJE

GASTRONOMIA / L'espace commun présenté par cinq firmes devrait être renouvelé

## Un pari qui se solde par une réussite

«Proposer de nouvelles solutions adaptées aux attentes des acteurs du monde de la restauration et de la gastronomie.» C'est l'une des motivations qui ont poussé cinq équipementiers en hôtellerie et restauration à faire stand commun lors de la dernière édition de Gastronomica. Quelques semaines après la fermeture des portes du salon, avec tout le recul nécessaire, le pari peut être considéré comme réussi!

C'est sous l'impulsion de Jacques Rochat, directeur de la maison éponyme, que cinq exposants ont tenté, sur 200 m<sup>2</sup> l'expérience de l'espace – centre de compétences commun. Outre Rochat Cuisines professionnelles, les autres entreprises étaient Rational Suisse, spécialisé dans les technologies de cuisson moderne; Gehrig, le spécialiste de machines à laver professionnelles; Raboud Agença, créateur et concepteur d'agencements pour cafés, restaurants, chambres d'hôtels et boulangeries et, enfin, de Multivac, qui offre des solutions de conditionnement sous vide.

### EXPÉRIENCE À RENOUVELER

«Pour tous, l'objectif était non seulement de mettre en commun des expériences et des complémentarités acquises durant de nombreuses années d'activités parallèles, mais aussi de faire preuve d'un certain esprit de dynamisme», précise André Rochat, responsable de la communication.

Et la cible a été, semble-t-il, atteinte. Car au-delà de l'anecdote qui voudrait que l'acheteur vienne pour un «piano» et reparte aussi avec un conditionneur sous vide, il y a d'autres atouts: «l'espace d'exposition dont ont bénéficié les partenaires sur le salon mais aussi les possibilités de conseils croisés, les intervenants pouvant apporter ou proposer des solutions originales en un même lieu convivial», explique encore André Rochat.

Un avis partagé par Francis Raboud, directeur de Raboud Agença SA, à Bulle: «Nous aurons bien entendu à suivre encore tous les contacts créés à Gastronomica c'est pourquoi un véritable bilan n'a pas encore pu être tiré. Mais dans l'ensemble, j'ai été satisfait des possibilités qu'offre cette solution. Et je crois que tous les partenaires l'ont été.»

L'expérience, qui a été lancée il y a deux ans à Sion dans un centre permanent, sera donc reconduite pour le prochain salon professionnel de Lausanne, avance André Rochat. En revanche, pas question pour les deux partenaires exclusivement romands de cet espace commun de renouveler cette expérience lors de l'Igheo, à Bâle, même si les autres partenaires l'envisagent. Tant pour Rochat que pour Raboud, la structure même de l'entreprise limite son champ d'action à la Suisse romande. JJE

GEORGES WENGER / Il n'est pas du genre à avoir froid aux yeux, le meilleur chef du Jura. Il refait, cet hiver, de fond en comble, l'ancien Buffet de la Gare du Noirmont. Pour contrer la morosité. PIERRE THOMAS

## «On veut donner au restaurant une image plus fraîche et plus jeune»

Quand la morosité n'ose pas dire son nom, Georges Wenger, le chef de cuisine du Noirmont, lui oppose un «relookage» complet de son restaurant, pour une somme qui frise les sept chiffres. Exceptionnellement, l'établissement fermera le samedi 21 décembre 2002 et rouvrira le jeudi 6 février 2003. Un peu plus de six semaines où Georges et Andrea Wenger ne prendront pas de vacances aux antipodes, mais surveilleront jusqu'au moindre détail l'aménagement de la salle et de la cuisine.

### UN «PIANO» RUTILANT

Il a d'abord fallu bâtir une annexe, sous toit depuis quelques jours. Le chef enverra à la casse, après un peu plus de vingt ans de bons et loyaux services, son ancien fourneau, trop exigü, pour le remplacer par une «Rolls» d'acier, qui vaut la bagatelle de 125 000 francs. Les visiteurs de Gastronomica ont, du reste, pu admirer les généreuses proportions de ce «piano», comme on le dit dans le jargon, au stand de la maison saint-galloise Menu-System.

Pourra-t-on dîner à la cuisine, comme cela se fait chez Chevrier ou Rochat? «On se sentira surtout plus à l'aise pour travailler. Et on va mettre d'abord le nécessaire en cuisine, avant de songer au superflu», réplique le chef, 18 sur 20 au guide GaultMillau et un macaron au Michelin. Cette modernisation n'aura aucune incidence sur les douze cuisiniers et apprentis. Ni sur le nombre de couverts servis: toujours soixante, au maximum. Mais dans une salle rénovée.

### UN SÉRIEUX COUP DE JEUNE

En 1991, les Wenger avaient déjà tourné la page de l'ancien Buffet de la Gare, dont ils avaient pris les commandes dix ans auparavant, y ajoutant cinq chambres d'un petit Relais & Château. Deux lustres plus tard, le style Biedermeier laissera place à un décor fin des années 40 revisité, avec un mobilier conçu par un décorateur, tout expès pour l'auberge du Noirmont. «Nous voulons donner une image plus fraîche et plus jeune de notre restaurant», confie Georges Wenger, qui fêtera ses cinquante ans l'année suivante.

«Nous avons repris le Buffet de la Gare en pleine crise horlogère... En vingt ans, nous avons passé du bistrot de pensionnaires d'usine au grand restaurant. C'est dans ces périodes d'incertitude qu'il faut faire preuve d'optimisme et être entreprenant. C'est un investissement anticyclique», lance le cuisinier.

Naguère timide et ne sortant guère de sa cuisine, où ses employés lui ont

Photo: Stocker



ANDREA ET GEORGES WENGER

«C'est dans ces périodes d'incertitude qu'il faut faire preuve d'optimisme et être entreprenant. C'est un investissement anticyclique», lance le grand chef du Noirmont.

son savoir-faire professionnel, Georges Wenger a appris, du haut de ses Franches-Montagnes, à ne pas mâcher ses mots. Il constate aujourd'hui que «la cuisine est sortie de la satisfaction des besoins physiologiques pour aller vers une alimentation de loisir. On devrait s'en réjouir... Mais le revers de la médaille, c'est que, malgré les politiciens qui ne veulent pas l'admettre, nous allons vers une société à deux vitesses. Il y a des gens qui ne pourront plus jamais aller dans un grand restaurant et d'autres qui les fréquenteront toujours plus.»

### PETITE PINCÉE DE PESSIMISME

Même discours cru sur son environnement professionnel: «Le monde de la cuisine est comme celui du vin: il n'y a jamais eu autant de qualité, pourtant sans génie. La main de l'homme s'efface de plus en plus derrière la technique. Et on est en train de s'appauvrir au niveau des produits de base», souligne un chef connu pour sa cuisine régionaliste.

Aussi, en indépendant «qui assume son choix de vie», Georges Wenger voit l'avenir avec un certain pessimisme: «D'une part, aucune banque ne fait plus confiance à une jeune qui se lance, et, d'autre part, ceux qui ont de l'argent ne viennent pas cuisiniers.

Dans le futur, il y aura donc de moins en moins d'entreprises qui assureront une continuité, parce que la branche de l'hôtellerie et de la restauration n'est pas, on le sait, la plus lucrative des industries.»

### PRÉSENT À GASTRONOMIA

Voilà pourquoi le chef du Noirmont a tenu à présenter, au salon Gastronomica, début novembre, à Lau-

sanne, le concept de «cuisine ouverte» réunissant six chefs romands. «On a dû s'aider les uns les autres, et participer chacun aux plats de l'autre, ce qui n'est pas donné d'avance! Cette ambiance de solidarité était formidable. Ça s'est superbien passé entre nous. Et, chaque jour, nous avons invité, au grand repas et en cuisine, les meilleurs apprentis romands, pour montrer que notre métier a encore de l'avenir.» Après une pincée de pessimisme, une louche d'optimisme. Ainsi va la cuisine...

## La formation fait fausse route

Georges Wenger a aussi son idée sur l'avenir de son métier. Il le dit sans détour: «L'enseignement tel qu'il est pratiqué aujourd'hui n'est pas à la hauteur des exigences des clients d'établissements capables de payer des cuisiniers compétents.» Le malaise ne se perçoit pas seulement chez les employeurs, mais aussi chez les jeunes, puisque «trois apprentis de cuisine sur cinq arrêtent leur métier à l'âge de vingt ans».

Même s'il forme deux apprentis – et même trois cette année, tandis que sa fille aînée termine sa troisième année dans la maison paternelle –, le chef regrette vivement que «de bons apprentis sachent apprêter des truffes

et du foie gras, mais pas la choucroute et le rôti. C'est comme s'ils pilotaient une F1 avant d'avoir le permis de conduire». Pour Georges Wenger, le meilleur apprentissage est encore celui qui est dispensé dans des «restaurants simples», certes en voie de disparition, ce qui n'arrange rien...

Entre apprentissage généraliste ou spécialisé, «le choix est cornélien», dit-il. Mais un an d'enseignement de base théorique, puis trois ans pratiques d'apprentissage pour acquérir non pas un, mais deux métiers, lui paraît le meilleur gage pour le futur. Et préférable à la spécialisation dès le départ, sur des critères limités à la haute gastronomie. PT

## GASTROFORUM / La 12e rencontre féminine de l'hôtellerie aura lieu à mi-janvier

### S'informer sur des thèmes actuels

Le 12e Gastroforum, séminaire de rencontres féminines de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme, aura lieu du 13 au 16 janvier au Grand Hôtel Résidence à Sainte-Croix/LesRasses (VD). Parmi les différents intervenants, on relève notamment Luc Nardin et Susan Fahrni. Le premier parlera d'une «gestion pratique et efficace de la vaisselle et des couverts», alors que la seconde dévoilera «de nombreuses

idées pour décorer votre établissement afin de créer une ambiance chaleureuse».

Quant à Myriam Broggi, consultante en vin et en restauration, elle expliquera, entre autres, comment accorder les vins avec les mets. L'amélioration de l'écoute des clients et des collaborateurs, de même que le récent accord sur la libre circulation des personnes et quelques suggestions afin de donner aux touristes et aux

Suisse l'envie de venir dans nos hôtels seront respectivement évoqués par le psychologue André Zermatten, le chef du Service vaudois de l'emploi Roger Piccard et le conseiller national Jacques Neiryck.

Enfin, on rappellera que le délai d'inscription du Gastroforum, organisé par le département de la formation professionnelle de GASTROSUISSE à Pully, a été fixé au 15 décembre. **LM**

## LAUSANNE / Inauguration du restaurant du «Melia Carlton Boutique Hôtel»

### Des spécialités espagnoles au menu

L'offre en restauration étonnante proposée à Lausanne s'est enrichie la semaine dernière d'un nouvel établissement, en l'occurrence de la Brasserie L'Ardoise du Melia Carlton Boutique Hôtel. Ce dernier, qui est pour l'instant le seul hôtel de Suisse à être membre de la chaîne hôtelière espagnole Sol Melia – la plus importante d'Espagne et la troisième en Europe – a en effet été inauguré le 20 novembre et propose

désormais aussi bien des mets traditionnels espagnols que des mets français de brasserie.

«Les spécialités espagnoles et françaises servies à L'Ardoise changeront tous les quinze jours. Par ailleurs, notre brasserie se distinguera de la plupart des autres restaurants d'hôtels quatre étoiles de Lausanne par le fait que ses mets ne figurent pas sur une carte, mais bien sur une ardoise, ce qui est un clin

d'œil à l'appellation de notre restaurant», a expliqué Josefa Barril, la directrice des ventes et du marketing de Sol Melia en Suisse.

Afin de faire découvrir ce nouveau restaurant à la clientèle lausannoise, la Brasserie L'Ardoise sera régulièrement le théâtre d'animations telles que des soirées thématiques consacrées à la dégustation de vins espagnols ou à la découverte de cigares. **LM**

## AUTRICHE / Plus de 60 hôtels «francophones» regroupés

### L'offre s'est étoffée

Le groupement d'hôtels «francophones» en Autriche, appelé «Autriche Pro France», prend de l'ampleur. Le guide pour l'été et l'hiver 2002/2003 compte en effet 63 membres (61 hôtels et deux offices du tourisme), soit une augmentation de neuf membres par rapport à l'année précédente. Ces établissements proposent, rappelés-le, un «service complet» en langue française. «Correspondance, réservation, accueil, menus, tout est en français», lit-on dans le guide.

Des tests par écrit et par téléphone par un client fictif sont effectués tous les ans afin de vérifier si le français est utilisé comme annoncé, assure la responsable de l'organisation à Paris, Hanne Mostecky. Cette offre s'adresse à la clientèle francophone de France, de Belgique, du Québec et de Suisse. Le taux de fréquentation de ces hôtels par la clientèle helvétique n'est pas connue. En revanche, l'organisation souligne qu'elle a enregistré 1150 nuitées d'origine française durant l'année touristique 2000/2001.

### RECHERCHE DE NOUVEAUX MEMBRES

Autriche Pro France souhaite encore accroître le nombre de ses membres. Les nouveaux établissements qui se sont ajoutés dernièrement à la liste sont situés essentiellement dans le Vorarlberg, le Tyrol et la région de Salzbourg, régions les plus visitées par la clientèle francophone. Toutefois, des recherches sont faites dans les régions sous-représentées que sont la Haute et la Basse Autriche, la Styrie, la Carinthie et le Burgenland, explique Hanne Mostecky.

Les clients désirant séjourner dans un hôtel du groupe peuvent faire appel à une centrale téléphonique d'information et de réservation accessible sept jours sur sept. A noter qu'un groupement du même type a été mis sur pied pour la clientèle italophone. Appelée «L'Austria per l'Italia», il est basé à Milan. **MH**

### MÉLI-MÉLO

**Mövenpick: un nouvel hôtel à Dubaï en 2005.** Le prince saoudien Al-Walid, qui possède 30% du groupe Mövenpick et qui est sur le point de racheter l'Hôtel des Bergues à Genève (lire ci-contre), s'appareille à investir dans un hôtel de 450 chambres qui s'ouvrira à Dubaï en 2005. Selon l'Agence France Presse, le prince Al-Walid a en effet signé un contrat avec le groupe Omnix pour investir 19 millions de dollars (28,5 millions de francs) dans cet hôtel dont le coût total est estimé à 82 millions de dollars (123 millions de francs). Selon des sources bien informées, la gestion de cet hôtel sera confiée au groupe Mövenpick. L'annonce officielle du contrat de gestion ne se fera cependant pas avant la première semaine de décembre. **LM**

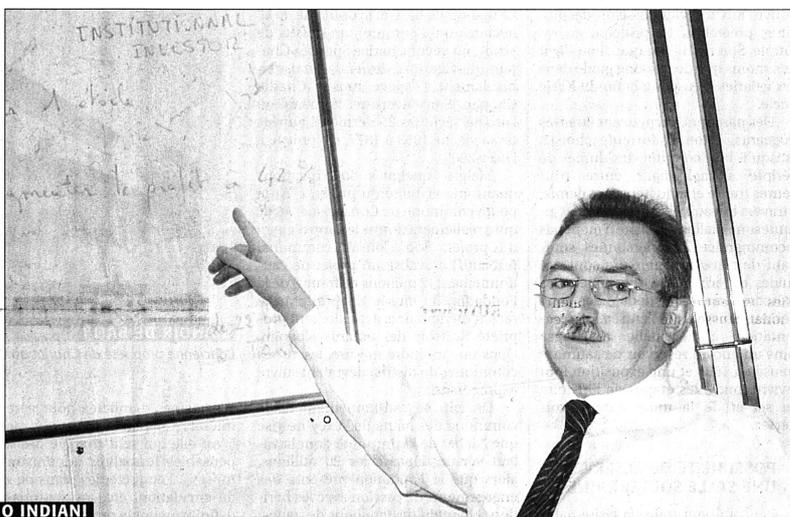
## EZIO INDIANI / Récent lauréat des «Hermes Award de l'industrie hôtelière mondiale», le directeur de l'Hôtel des Bergues de Genève parle avec conviction de sa profession d'hôtelier.

INTERVIEW: LAURENT MISSBAUER

# «C'est la motivation du personnel qui, bien souvent, fait la différence»

Organisés pour la troisième année consécutive par le magazine français «Hotel, Tourism & Restaurant Industry» – avec le soutien notamment de la chaîne de télévision TV5, du quotidien «Le Figaro» et de l'Ecole hôtelière de Glion –, les «Hermes Award de l'industrie hôtelière mondiale» ont récompensé pour la première fois un hôtelier suisse, en l'occurrence Ezio Indiani, directeur général de l'Hôtel des Bergues de Genève. A la tête depuis un peu plus de cinq ans de ce palace cinq étoiles construit en 1834, Ezio Indiani a en effet reçu, au début du mois de novembre à Paris, le trophée du «meilleur directeur d'hôtel dans la catégorie réservée à l'hôtellerie moyen et haut de gamme». Il s'agit là d'une distinction à laquelle le directeur de l'Hôtel des Bergues attache beaucoup d'importance car, comme le relève le rédacteur en chef du magazine «Hotel, Tourism & Restaurant Industry», les Hermes Award «ne sont pas une auto-célébration de mérites des groupes hôteliers par leurs pairs. Ils sont le fruit d'une sélection opérée par de grands utilisateurs des prestations hôtelières à travers le monde».

Photo: Laurent Missbauer



**EZIO INDIANI**

Le directeur de l'Hôtel des Bergues montre les objectifs que lui et ses collaborateurs devront atteindre ces prochaines années.

### «Il ne faut pas accorder de tarifs préférentiels à certaines périodes.»

■ Votre distinction aux Hermes Awards a été due, entre autres, à une politique commerciale et à une stratégie de yield management que les organisateurs du trophée ont qualifiés d'offensives. Pouvez-vous nous en dire davantage?

Dès mon arrivée à la direction générale de l'Hôtel des Bergues, au mois de juin 1997, un de mes objectifs prioritaires a été de gagner la confiance de l'UBS, propriétaire de l'hôtel. Celui-ci n'était en effet pas aussi rentable qu'il aurait dû l'être et ma politique com-

merciale a avant tout consisté à en améliorer sa rentabilité. Nous avons ainsi revu toute la politique de prix, reclassifié les tarifs de toutes les chambres et mis en évidence les périodes de forte demande afin d'instaurer une stratégie de yield management. J'ai pu ainsi gagner la confiance des propriétaires et les convaincre de rénover l'hôtel pour 40 millions de francs au cours de ces dernières années.

### «Notre programme de motivation du personnel est excellent.»

■ Si le yield management existe depuis longtemps dans les compagnies aériennes, il est encore relativement récent dans l'hôtellerie. Concrètement, quelles mesures avez-vous adoptées à ce sujet dans votre établissement?

Le fait d'avoir reclassifié les tarifs de toutes les chambres et d'avoir mis en évidence les différentes périodes de forte demande, nous a permis, par exemple, de ne pas accorder de tarifs préférentiels à certaines dates bien précises. Par ailleurs, dès que l'on s'aperçoit que l'organisation à Genève d'un congrès, même de petite taille, se traduit par une augmentation inhabituelle des réservations, nous contrôlons mieux les disponi-

lités des chambres et leur commercialisation.

■ Le jury des Hermes Awards a relevé que l'Hôtel des Bergues avait augmenté son chiffre d'affaires de 67,5% depuis votre arrivée et que votre gestion du personnel s'avérait exemplaire. Quelle est votre politique sur ce dernier point?

La première chose a été de nommer un responsable de la formation du personnel. La seconde, c'était de suivre, l'année passée, un programme de motivation que je n'hésite pas à qualifier d'excellent. Nous avons choisi, dans les différents secteurs de l'hôtel, dix personnes chargées chacune de motiver des groupes de douze personnes. Cela, avec des objectifs à réaliser qui étaient contrôlés toutes les deux semaines. Ce programme de motivation, basé sur le développement in-

dividuel du personnel, nous a notamment permis de travailler sur les points faibles et les résultats ne se sont pas fait attendre. Les rapports de qualité des différents «mystery men» auxquels nous devons nous soumettre en tant que membre des Leading Hotels of the World et des Swiss Deluxe Hotels ont en effet tous été excellents.

■ Quel est le principal atout de votre établissement?

C'est incontestablement la flexibilité, la disponibilité et l'enthousiasme de notre personnel. Je suis convaincu que c'est la motivation du personnel qui, bien souvent, fait la différence. Effectuer du bon travail, cela va de soi, mais dans un hôtel cinq étoiles, il faut en faire encore davantage et surtout à tous les niveaux. Il ne sert à rien d'avoir deux ou trois «superstars» en cuisine si le concierge n'est pas bon.

## La vente de l'hôtel bientôt finalisée?

«Dominant le lac Léman et offrant une vue magnifique sur les Alpes, l'Hôtel des Bergues, avec ses chambres au décor élégant et sa cuisine raffinée, est l'un des fleurons de l'hôtellerie suisse.» Cette description, tirée du Guide suisse des hôtels de la SSH, explique à elle seule les convoitises que suscite régulièrement l'Hôtel des Bergues. Une rumeur, toujours plus insistante, fait ainsi état de sa prochaine vente au prince saoudien Al-Walid, déjà propriétaire de l'Hôtel George V à Paris et important action-

naire aussi bien des chaînes Four Seasons et Mövenpick que de Disneyland Paris.

Ezio Indiani, le directeur de l'Hôtel des Bergues, nous a confirmé cette rumeur: «Notre hôtel appartient encore à l'UBS, mais je pense que sa vente au prince Al-Walid devrait se finaliser d'ici trois à quatre mois. Ce qui est certain, c'est que le contrat de gestion qui lie actuellement l'Hôtel des Bergues au groupe Méri-dien restera valable jusqu'au mois de juillet 2003.» **LM**

LAUSANNE / Le jury voulait primer «l'hôtellerie d'exception»

## Pas de lauréat au Prix Strategis

Mis sur pied par l'association d'étudiants de l'Université de Lausanne HEC Espace Entreprise, le Prix du management Strategis, dont c'était la 10<sup>e</sup> édition, n'a pas été décerné mardi soir à Lausanne. Il devait désigner une PME hôtelière romande «d'exception», remarquable notamment pour un management exemplaire. Le jury, présidé par le directeur général du Beau-Rivage Palace à Lausanne, Christian Marich, a en effet

estimé qu'aucun des trois finalistes – l'Hôtel Préalpina à Chexbres, l'Hôtel Cailler à Charmey et l'Hôtel Victoria à Vercorin – ne possédait «ensemble des qualités requises par les statuts du prix».

L'annonce de cette décision, ainsi que l'évocation d'expériences hôtelières négatives vécues en Suisse par un professeur à l'École hôtelière de Lausanne, Roland Baumann, ont alors préparé, si l'on ose dire, le

terrain à une table ronde qui devait répondre à la question «Comment sauver l'hôtellerie suisse».

Participant au débat, Christian Rey, président de la Société suisse des hôteliers, et quelques hôteliers présents dans la salle ont dû mettre tout leur pouvoir de persuasion dans la balance pour dire que l'hôtellerie suisse avait plus de qualités à faire valoir qu'on pouvait le penser. MH

CONCOURS DE LA SSH / Le tirage au sort a eu lieu la semaine passée à Berne

## Les vainqueurs désormais connus

C'est la semaine dernière qu'ont été désignés par tirage au sort les vainqueurs du concours organisé par la Société suisse des hôteliers (SSH) à l'occasion de son 120<sup>e</sup> anniversaire. Le premier prix, à savoir deux nuits avec petit déjeuner à l'Hôtel Giardino cinq étoiles à Ascona, est revenu à Werner Imfeld, de Lungern (OW). Le deuxième prix, une nuit dans une suite du Montreux Palace, a quant à lui été remporté par

Lilly Bleiker-Lindinger, d'Alpnach Dorf (OW). Le troisième prix, un foulard en soie et deux cravates en soie offertes par Andy Stutz à Zurich, est revenu à Jean-Claude Wermeille, domicilié à Rheinfelden (BL), alors que le quatrième prix, un bon de 500 francs à faire valoir dans les bijouteries Gübelin, a été remporté par Roland Schegg, de Lausanne. Les trois montres «swiss-art-collection», sponsorisées par la SSH et offertes en

tant que cinquième, sixième et septième prix, ont été décernées à K. Antener, de Blauen (OW), à Roger Lehmann, de Wimmis (BE), et à Albert Fankhauser, de Worb (BE). Enfin, les trois abonnements à l'«hotel + tourismus revue» ont été remportés par Fredi Zolliger, de Zurich, Désirée Bleiker, d'Alpnach Dorf (OW), et Otmar Sorgenfrei, de Vevey. MD/LM

Lire aussi la page 10 du cahier allemand

VAUD / Un «trekking» insolite à la mine de sel de Bex

## Ouverture au grand public

Lancé il y a quelques mois par la société Saline de Bex, qui exploite touristiquement le site des mines de sel de l'Est vaudois, le «TrekMines» fait recette. Au point que, jusqu'ici réservée aux groupes sur rendez-vous, l'activité s'ouvre aux individuels selon des horaires préétablis. Le principe en est simple. Son nom l'indique, il ne s'agit rien moins que de trekking guidé dans des galeries creusées à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle.

Des parcours qui peuvent être très exigeants, selon la formule choisie, puisqu'il faut compter des durées de périple s'échelonnant entre trois heures trente et cinq heures et demie, à travers boyaux, escaliers, puits et gigantesques salles – la visite n'étant pas recommandée aux personnes souffrant de claustrophobie. Ce sont des guides expérimentés qui mènent les visiteurs à travers le dédale des galeries. Auparavant, dès l'entrée, une présentation audiovisuelle aménagée dans un ancien réservoir de saumure creusé en 1826 et une exposition font revivre toutes les étapes de l'histoire du sel et de la mine durant trois siècles.

### POSSIBILITÉ DE RÉSERVER UNE SALLE SOUTERRAINE

Puis, un petit train (la visite habituelle) conduit au cœur de l'exploitation, d'où l'impressionnant parcours à pied permet de comprendre les incroyables efforts accomplis pour rechercher les sources salées ou dessaler sur place de la roche salifère qui, alors, valait de l'or. Plus de 70 000 personnes visitent chaque année le site des Mines de sel, le musée et les galeries ouvertes (par le train) au public.

Le «TrekMines» se fait, lui, sur rendez-vous pour les groupes et, pour les individuels, selon un plan de réservations (une fois par jour, du lundi au vendredi pour la plupart des parcours). Ce plan peut être consulté sur Internet à l'adresse du site touristique des Mines de sel de Bex ([www.mines.ch](http://www.mines.ch)). C'est également sur ce site Web qu'il est possible de réserver la salle de fêtes souterraine (150 places, avec un minimum exigé de 30 personnes). JJE

## MÉLI-MÉLO

L'appellation «hôtellerie suisse» entrera en vigueur le 2 décembre. La nouvelle appellation de la Société suisse des hôteliers (SSH) – «hôtellerie suisse» – entrera en vigueur le 2 décembre. C'est en effet à partir de cette date qu'interviendra le changement d'appellation au téléphone, dans la correspondance et au niveau de la signature des e-mails, a indiqué le service de communication de la SSH. Présentée en juin, lors de l'assemblée des délégués, la nouvelle appellation aurait déjà dû entrer en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre. Des détails d'ordre pratique ont cependant retardé son application. LM

CORSIER-SUR-VEVEY / L'ancienne propriété de l'artiste accueillera un projet qui, dès 2005, devrait attirer plus de 200 000 visiteurs par an. JEAN-JACQUES ETHENOZ

## Un espace musée sera dédié à Charlie Chaplin

Le manoir de Ban (et le domaine de 13 hectares qui l'entoure), au-dessus de Vevey, où vécut Charles Spencer Chaplin (dit Charlot), deviendra vraisemblablement l'Espace musée Charlie Chaplin. Son ouverture, la même où l'artiste vécut les 25 dernières années de sa vie, de 1953 à 1977, est prévue à l'orée 2005.

Malgré quelques interrogations quant à la viabilité du projet, c'est la petite commune de Corsier-sur-Vevey qui a réellement donné le coup d'envoi du projet. Son Conseil communal (exécutif) a avalisé un projet de cautionnement (7 millions de francs) de la Fondation du musée Chaplin pour le rachat du domaine, actuellement propriété de trois des héritiers de l'artiste. Dans une moindre mesure, les autres communes du district devraient suivre le processus.

De fait, ce cautionnement de la commune des hauts de Vevey ne vise que l'achat de la propriété dont la valeur vénale dépasse les 20 millions, alors que la Fondation présente des engagements de cession avec les héritiers à hauteur de 8 millions de francs.

### PRÈS DE 25 MILLIONS SERONT INVESTIS

Dès janvier prochain, une société d'exploitation sera mise en place. Une société qui a d'ores et déjà l'appui des

organismes mandatés pour gérer les intérêts Chaplin à travers le monde. C'est elle qui sera chargée des indispensables formalités administratives (mises à l'enquête des plans de zone, de circulation, etc.) qui autoriseront définitivement le projet.

Se concentrant autour de la personnalité de Chaplin, ce projet est orchestré par une société québécoise, Expérience International Inc., qui a pour références la création de nombreux parcs à thème en Amérique du Nord et en Europe. Un investissement global de 25

millions de francs est prévu. Selon les estimations des concepteurs (basées sur la fréquentation annuelle du Château de Chillon et du Musée olympique de Lausanne), le nombre de visiteurs du futur Espace musée Charlie Chaplin devrait se situer autour des 200 000 personnes par année. Un chiffre «raisonnable», quand on sait que Chaplin est devenu une image universelle.

Plus d'informations sous [www.chaplinmuseum.com](http://www.chaplinmuseum.com)

Photo: Musée Chaplin



MANOIR DE BAN

L'ancienne propriété de Charlot abritera ce projet dévisé à 25 millions de francs.



Mariage de l'art et de la gastronomie au Mirador. Depuis le 19 novembre, le restaurant gastronomique Le Trianon de l'Hôtel Le Mirador, au Mont-Pèlerin, conjugue les plaisirs de l'art et ceux de la table. L'art, c'est celui du très médiatique Jérôme Rudin, la cuisine, celle du très estimé Thierry Bonfante, chef des cuisines du Mirador depuis l'automne dernier. Ainsi, un vase de quelque deux mètres de haut, dû au jeune artiste vaudois, est venu enrichir les collections d'œuvres d'art exposées dans les jardins alors que d'autres vases, beaucoup plus petits mais conçus à l'image du premier, viennent remplacer les compositions florales habituelles sur les tables. Ils sont tous uniques, dessinés, peints et signés par Jérôme Rudin. Illustrée par l'artiste, la carte du Trianon complète par ailleurs la collection. JJE

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

**RailAway vise une nouvelle clientèle.** RailAway, la filiale responsable des loisirs pour les CFF, envisage une nouvelle orientation. «Avec nos produits, nous cherchons à toucher des clients qui ont encore moins d'affinités avec le rail que nos clients actuels», précise René Kamer, directeur de RailAway. Les automobilistes et les usagers du car sont ainsi visés. RailAway aspire également à de meilleurs partenariats, plus exclusifs, avec les associations touristiques. Page 2

**Les Grisons misent plus que jamais sur les eaux thermales.** Le succès enregistré à Vals avec les thermes en gneiss construites par l'architecte-vedette Peter Zumthor semble faire école dans les Grisons. Scuol a ainsi accepté un crédit de trois millions de francs pour agrandir ses thermes. D'importants investissements ont aussi été effectués à Saint-Moritz. C'est notamment le cas au Parkhotel Kurhaus qui rouvrira le 15 décembre et où la chaîne Kempinski a investi 60 millions de francs. Page 4

**Les «lits froids» nuisent au tourisme.** Que ce soit en Valais ou aux Grisons, les résidences secondaires ont poussé comme des champignons ces dernières années. Ainsi, dans la seule Haute-Engadine, 400 nouveaux appartements ont été construits l'été passé. Ces logements restent cependant vides la plupart du temps et le phénomène de ces «lits froids» ne manque pas de nuire au tourisme. A Crans-Montana par exemple, seul un lit sur quatre serait mis en location. A Saint-Moritz, où la perspective des championnats du monde de ski a provoqué un boom de la construction, les milieux touristiques ne sont pas enchantés non plus et cherchent activement des solutions à cette problématique des volets clos. Page 11

## IMPRESSUM

ht+ hotel + tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers SSH

Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne

Responsable des médias SSH ad interim: Christian Hodler

Rédaction: Rédacteur en chef: Marietta Dedual (MD)

Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halaba (MH)

Rédacteurs: Laurence Melbauer (LM), Francis Gouget (FG), secrétaire de rédaction:

Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayer (DEM), Valais; Henni Jaarman (HJ), Neuchâtel; Ineke Seydoux (IS), Fribourg; Veronique Janerg (VJ), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne.

Edition: Iris Shiebel (Chiefs d'édition), Markus Marchel (Chef de version),

Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Casoli,

Annonces: Matthias Beyeler, Andras Jakob, Marc Moser,

Publicité: Markus Marchel (Chef de version), Roger Stemmer,

Administration: Patrick Stalder

Impression: Fischer & Co. Data und Print, Druckzentrum Berne

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

Prix de vente (TVA inclus):

Verte au numéro Fr. 4.50, Abonnement 1 an Fr. 145.-

(ISSN: 1424-0649)

Contacts: Adresse: Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne

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

Tél: 031 370 42 41, Fax 031 370 42 24,

E-Mail: [ht+@swisshotels.ch](mailto:ht+@swisshotels.ch)

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

E-Mail: [media@swisshotels.ch](mailto:media@swisshotels.ch)

Annonces: Tél: 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: [marc.moser@swisshotels.ch](mailto:marc.moser@swisshotels.ch)

Publicité: Tél: 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: [patrick.stalder@swisshotels.ch](mailto:patrick.stalder@swisshotels.ch)

Internet: [www.swisshotels.ch](http://www.swisshotels.ch)

# stellen revue marché de l'emploi

NR. 48/28. NOVEMBER/28 NOVEMBRE 2002

# htr

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

hotel+tourismus revue

## Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Wir sind eine aussergewöhnliche Hotelmanagement-«Gesellschaft» – G&P Hotels • Cruises – und betreiben verschiedene 4\*-Hotels in der Schweiz im Management, als Mieter, Betreuer oder als Besitzer. Ab Januar 2003 führen wir zudem zwei topmoderne 4\*-Flusskreuzfahrtschiffe im Management.

Im Mandat suchen wir eine/n

### GESCHÄFTSFÜHRER/IN

für das Hotel Restaurant Sportcenter Dreilinden in der DesignStadt Langenthal.

Der attraktive Freizeit-, Sport- und Veranstaltungs-Betrieb bietet einer initiativen und beweglichen Persönlichkeit eine interessante Herausforderung.

Der Hotelteil besteht aus 37 modernen Zimmern mit 76 Betten, einem Restaurant sowie vier Seminarräumen bis zu 80 Personen. Das Sportcenter verfügt über 5 Tennisplätze und 2 Squash-Courts. Ausserdem gehört ein grosser Parkplatz mit 180 Plätzen zur Anlage.

Unser Auftraggeber wünscht sich eine junge sportliche Führungskraft. Sie oder er hat eine solide Ausbildung und einige Jahre Erfahrung in der Hotellerie / Restauration und im Sportbusiness, ist kontaktfreudig, kommunikationsstark und von Herzen gern Gastgeber/in. Der /die Geschäftsführer/in engagiert sich für die Qualität der Leistungen in allen drei Bereichen und steuert neue Ideen zur weiteren Entwicklung des Betriebs bei. Gleichzeitig ist er oder sie in administrativen Belangen bewandert, ist ein/e gute/r Organisator/in und denkt unternehmerisch und ganzheitlich.

Der Eintritt ist auf Anfang April 2003 oder nach Vereinbarung festgelegt. Der/die neue Geschäftsführer/in wird gründlich eingearbeitet.

Wir freuen uns auf Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post.

Gsell & Partner GmbH - Herr Urs Gügler -  
Pilatusstrasse 3a & 5 - 6003 Luzern  
Fon 041 220 2000 - Fax 041 220 2001 -  
www.gsellundpartner.ch - info@gsellundpartner.ch

152792/412706



Wir suchen per 1. März 2003  
oder nach Vereinbarung eine/n

### Geschäftsführer/in

für das erste und einzige Express by Holiday Inn der Schweiz. Das Express by Holiday Inn ist ein reiner Beherbergungsbetrieb mit einer Frühstücksküche, jedoch ohne eigenes Restaurant im Hause.

Sie möchten gerne eine leitende Position in einem Hotel, der zweitgrössten Hotelkette der Welt, dann sind wir genau der richtige Betrieb für Sie.

Sie führen und organisieren das Hotel mit 60 modern ausgerüsteten Gästezimmern und 3 Konferenzräumen. Dafür bringen Sie Erfahrung im Hotel- und Seminarbereich mit, haben Spass am Organisieren, übernehmen auch die Verantwortung für das Personalwesen inkl. Lohnbuchhaltung und legen grossen Wert darauf, dass die Qualitätsstandards von Six Continents Hotels eingehalten werden.

Wenn Sie nebenbei auch noch selber gerne an der Front stehen, so freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen:

Express by Holiday Inn  
Raststätte Luzern-Neuenkirch  
6023 Rothenburg  
Tel. 041 288 28 28  
Fax 041 288 29 29  
E-Mail: info@holidayinn.ch  
Web: www.hiexpress.com/luzern

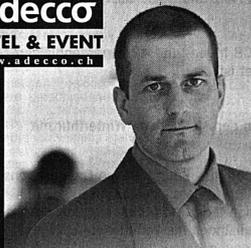
152996/394489

## Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Für die Ausbildungsabteilung eines international erfolgreichen Catering-unternehmens rekrutieren und selektionieren wir im Rahmen der laufenden Expansion per sofort oder nach Vereinbarung zwei erfahrene

### Trainer / Ausbilder w/m

1 Person für die Westschweiz, 1 Person für die Deutschschweiz

Der hochinteressante Aufgaben- und Verantwortungsbereich umfasst die konstante Förderung und Ausbildung der Mitarbeitenden sowie das Erstellen und Erarbeiten spezifischer interner Kurse und der dementsprechenden Ausbildungsprogramme.

Das Entwickeln neuer didaktischer Methoden und Ausbildungskonzepte sind ein weiteres Highlight dieser Herausforderung. Selbstverständlich fällt auch die Organisation und Administration der Kurse sowie die Nachkontrolle des Erlernten in Ihren Aktivitätenbereich als Trainer. Diese Schlüsselposition setzt flexibles, abteilungsübergreifendes Denken voraus.

Sie verfügen über eine Gastronomische Ausbildung (Berufslehre und Hotel-fachschule), sind perfekt zweisprachig (Muttersprache Französisch, sehr gute Deutschkenntnisse) und bringen eine Weiterbildung in didaktischer und pädagogischer Methodik mit. Sie haben die Fähigkeit, klar zu kommunizieren und pflegen einen strukturierten sowie motivierenden Umgang mit den Mitarbeitenden. Berufserfahrung aus einer vergleichbaren Position ist erwünscht.

Petra Wicki, Abteilungsleiterin Dauer- und Kaderstellen, freut sich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Handschriftprobe.

Langstrasse 11, 8026 Zürich

Telefon 01 297 79 79

E-Mail: zuerich.hotevent@adecco.ch

People make  
the difference.



GRAND CASINO  
BADEN

### - Herausforderung Casino -

Wo sich Vielfalt und Lebensfreude treffen, macht Arbeiten Spass! Im Stadtcasino Baden, mit seinem grossen Angebot an Dienstleistung und Unterhaltung, erwarten Sie interessante Aufgaben innerhalb einer enorm vielseitigen Gastronomie.

Zur Verstärkung unserer Küchenbrigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung versierte, innovative und aufgestellte Mitarbeiter.

### - Chef de partie

### - Chef Pâtissier

### - Commis Pâtissier

Mit einigen Jahren Berufserfahrung in erstklassigen à la carte-Betrieben

### Casino-Bar

### - Barmitarbeiterin

Mit Erfahrung an Hotelbars oder Business Bar

Erste Eindrücke erhalten Sie auf unserer Homepage:

www.grandcasinobaden.ch

Fühlen Sie sich angesprochen dann rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns. Herr Andreas Leemann, Personalchef, freut sich auf Ihre Bewerbung.

Stadtcasino Baden, Haselstrasse 2, 5400 Baden, Telefon 0041 56 204 08 81  
e-mail: aleemann@grandcasinobaden.ch

152980/2526

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

SOMMAIRE: Suisse romande 10-11 / Demandes d'emploi 12 / Marché de l'emploi 12

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by JOBS AND MORE

Die Zukunft mit Ihnen  
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich  
Fon 01 225 80 90

Stellenvermittlung/Kaderberatung

Stänzlergasse 7 · 4051 Basel  
Tel. 061 281 95 75



Mit einem Sprung  
mitten drin  
www.horega.ch

Der direkte Link  
zum Arbeitsmarkt



Beratung  
Selektion  
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch



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

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

People make  
the difference.

## BINDELLA terra vite vita

...molto italiano... ...ist die Philosophie unserer Gastronomía italiana: stilvoll, aber unkompliziert das Ambiente; echt und ursprünglich die Küche.

Zur Führung der nachfolgend beschriebenen Betriebe suchen wir per 1. Januar 2003

## GESCHÄFTSFÜHRER/-INNEN

welche mit Herz und Seele GastgeberInnen sind.

## SANTA LUCIA in BRUGG

Eine Pizzeria in rustikalem Raum mit 108 Innen- und 42 Terrassenplätzen, welche an 7 Tagen in der Woche geöffnet ist.

## LATINI Ristorante in WINTERTHUR

Ein schönes italienisches Bistro inmitten der Altstadt von Winterthur mit 105 Innen- und 30 Aussenplätzen.

Sie besitzen eine fundierte gastronomische Ausbildung, haben Organisations-talent, können MitarbeiterInnen führen und fördern. Idealerweise waren Sie bereits in einer vergleichbaren Position tätig und fühlen sich mit der Italianità verbunden. Gerne übergeben wir Ihnen die Verantwortung eines Betriebes und unterstützen Sie in Ihrer neuen Herausforderung.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto:

BINDELLA Terra Vite Vita SA, Nicole Kreyenbühl, Human Resources, Hönggerstrasse 115, 8037 Zürich ☎ 01 / 276 62 24 nicole.kreyenbuehl@bindella.ch

www.bindella.ch

## Appenzellerland.

Vom Bodensee bis zum Säntis.

Die Appenzellerland Tourismus AG ist die zentrale Marketingstelle der touristischen Organisationen beider Appenzeller Halbkantone. Unsere Hauptaufgabe ist es, aktives Destinationsmarketing zu betreiben, wobei wir sämtliche Mittel des Marketing-Mix anwenden.

Für diese faszinierende Aufgabe suchen wir infolge Berufung des bisherigen Stelleninhabers zum Tourismusdirektor nach Interlaken auf Mitte 2003 den oder die

## Geschäftsführer/in (Marketingfachperson)

mit Tourismuspraxis, ansteckender Begeisterung und feinem Gespür für Markt Vorgänge.

## Was diese Aufgabe beinhaltet:

- Führung unserer Geschäftsstelle in Appenzell mit 2 Marketing-Assistentinnen
- Inspiration und Motivation. Sie entwickeln und realisieren neue Projekte in Koordination mit Infostellen und Leistungsträgern
- Prägung unserer Marketing-Strategien und ergebnisorientierte Umsetzung
- Vertiefen des Tourismus-Image unserer Region
- Umsetzen von VF- und PR-Massnahmen und konsequente Orientierung am Markt

## Wie wir Sie uns vorstellen und was Sie mitbringen:

- Vertiefte Ausbildung und 3-5 Jahre Berufserfahrung mit Erfolgswachweis im Tourismus-Marketing (Incoming), vorteilhaft in Kaderposition mit Führungserfahrung
- IT-Praxis (Word, Excel, Power Point)
- Gute Sprachkenntnisse d/e/f, mündlich und schriftlich
- Kreatives Zugferd mit Überzeugungs- und Durchsetzungskraft
- Kontakt-, kooperations- und teamfähig, belastbar
- Selbständig, engagiert, verantwortungsbewusst, flexibel
- Weltoffen und bereit, im Appenzellerland Wohnsitz zu nehmen

## Was Sie erwartet:

- Eine vielseitige, interessante Führungsaufgabe mit Entwicklungspotential
- Zeitgemässe Infrastruktur und ein junges, motiviertes Team
- Den Leistungen und der Ausbildung entsprechender Lohn

Interessiert? Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis spätestens

16. Dezember 2002 an den Präsidenten des Verwaltungsrates, Josef Moser, Moser Treuhand AG, Weissbadstr. 26, 9050 Appenzell. Fragen bezüglich der Aufgabenstellung beantwortet Ihnen der jetzige Geschäftsführer Stefan Otz, Appenzellerland Tourismus AG, Telefon-Direktwahl 071 788 96 48.

www.appenzell.ch

## BEREST AG

Beratung Restaurationsbetriebe  
Treuhand

Für einen Pub-Betrieb in der Nordwestschweiz suchen wir eine/n engagierte/n, selbständige/n

## Geschäftsführer/in

Wir wünschen uns eine/n motivierte/n, flexible/n und teamfähige/n Gastgeber/in, der/die Spass hat, den Betrieb mit viel Eigeninitiative und Ideen an der Front zu leiten. Organisations-talent und bereits gesammelte Erfahrungen aus einer ähnlichen Position sind Voraussetzungen für diese nicht alltägliche Herausforderung.

Auch Quereinsteiger, die in unserer Branche etwas bewegen möchten, erhalten bei uns ihre Chance. Neugierig? Rufen Sie mich an, oder senden Sie mir direkt Ihre Unterlagen:

Herr Roland Högger  
BEREST AG  
r.hoegger@berest.com  
www.berest.com

152903/247049

Gartenstrasse 120, 4002 Basel  
Telefon 061 228 95 55  
Fax 061 228 95 89

## HOTEL INTERNATIONAL AU LAC

LUGANO

152921/22083

120 Betten\*\*\* im Zentrum von Lugano sucht ab Februar 2003

## DIREKTIONSASSISTENT

zur Unterstützung und Vertretung der Direktion

Sie verfügen über einen Hotelfachabschluss, Führungs- und Berufserfahrung in den Bereichen Réception und F&B sowie sehr gute EDV- und Sprachkenntnisse.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Familie Schmid  
Hotel International au lac  
Via Nassa 68, 6901 Lugano  
Telefon 091 922 75 41  
www.hotel-international.ch

152921/22083



## ZfV-Unternehmungen

Die Gastronomiegruppe

Die ZfV-Unternehmungen sind eine expandierende Gastgewerbeorganisation in Zürich, Bern, Basel und Schaffhausen, beschäftigen in 74 Betrieben über 840 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bieten ihren Gästen Stärkung und Entspannung, frische Produkte, feines Geniessen... und ein Lächeln dazu.

Für die von uns im Auftrag geführte

## Mensa der Universität Zentrum

Künstlergasse 10, 8001 Zürich

suchen wir per 6. Januar 2003 einen kreativen und selbständigen

## Küchenschef-Stellvertreter

Diese interessante, aber auch anspruchsvolle Position umfasst hauptsächlich die Unterstützung der Betriebsleitung und des Küchenchefs bei der Organisation und Überwachung von Arbeitsabläufen innerhalb der Küche, die aktive Mitarbeit bei der Produktion sowie bei Caterings und Anlässen, die Mithilfe bei der Menügestaltung und der Planung verschiedener Aktionen, das Bestell- und Inventarwesen sowie administrative Arbeiten.

Sie sind jederzeit für spezielle Anlässe einsatzbereit, bringen mit einer gründlichen Fachausbildung und Berufserfahrung, Qualitätsbewusstsein, Flair für ein neuzeitliches, abwechslungsreiches Küchenangebot, Erfahrung in der Personalführung, Organisation und Kalkulation sowie Teamfähigkeit.

Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem Tagesbetrieb, eine leistungsorientierte Entlohnung sowie partnerschaftliche und faire Anstellungsbedingungen.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Frau Angela Tauro, Leiterin Personaldienst. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Mühlebachstrasse 86 · Postfach · 8032 Zürich  
info@zfv.ch · www.zfv.ch

LES ROCHES  
Swiss Hotel Association  
School of Hotel Management

To join the team of our expanding 4-year Baccalaureate, Post-graduate diploma and MBA programs we seek:

**Professional Chefs:** to teach a variety of culinary practical and theoretical subjects.

**Position 1:** Starting 13th January 2003 (or later if agreed).

**Position 2:** Starting April or May 2003 (anticipated start date).

**Position 3:** Starting July 2003 (anticipated start date).

**Service Hotel d'Maitre:** to teach a variety of service practical and theoretical subjects.

**Position 1:** Starting July 2003 (anticipated start date).

## We ask for:

- highly motivated career professionals and team players.
- Swiss qualifications and experience and /or.
- Wide international industry experience.
- Experience in training or teaching – full-time devotion to teaching is expected. (Teacher training will be provided for highly qualified candidates).
- A Swiss brevet (F & B) or equivalent, or the commitment to complete one.
- Initially, verbal fluency in English. Classes are provided to increase proficiency.

## We offer:

- An excellent working environment with the chance for professional development.
- The opportunity to grow with Les Roches as it expands globally.

For more information, please link up with our Web Page:

www.les-roches.ch

CV w/photo, references and e-mail address to be posted by or e-mailed for receipt to:

## LES ROCHES

Swiss Hotel Association  
School of Hotel Management  
Attn: Julie Passera, Academic Secretary  
CH-3975 Bluche-Crans-Montana, Switzerland  
Tel: ++41 27 485 96 00 Fax: ++41 27 485 96 82  
E-mail: roches15@roches.vsn.ch

Review of applications will begin immediately and continue until the positions are filled.

«Les Roches is not just a school, it is a way of life»

153014/41882

## LOCANDA DEL PAESE

Italienische Spezialitäten – Pizzeria  
Dorfstrasse 22, 3662 Seftigen

Wir suchen  
per sofort oder nach Vereinbarung  
top motivierte/n

**Chef de Service/Geschäftsführer**  
mit Fähigkeiten ausweislich «A»

Sie haben die Möglichkeit in einem guten Team Ihre Gastro-Fähigkeiten optimal einzusetzen.

Wir erwarten:  
angenehme Umgangsformen,  
sicheres Auftreten.

Fühlen Sie sich angesprochen?  
Senden Sie Ihre Bewerbung mit den  
üblichen Unterlagen an:

F. Gümammann  
Bayweg 9, 3132 Belp  
Telefon 031 819 23 34

153005/401644

human resources  
management

www.hotelstaff.com

hotel  
staff

Kurt.Oehrl@hotelstaff.ch

Personaldienstleistungen  
für Hotellerie, Gastronomie  
Catering und Events

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

Gastro  
help

Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



Tel. 055 462 35 25 info@gastrohelp.net  
www.gastrohelp.net

www.gastrosuisse-  
jobservice.ch

Über 600 offene Stellen:  
über 500 für Berufsleute  
über 100 für Kader

GastroSuisse Job Service  
Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
Tel. 01 377 53 35  
Fax 01 371 89 09

E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

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



www.oscars.at

## hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



Schweizer Hotelier-Verein

Hoteljob Personalberatung  
Mandijistraße 130 Telefon 031 370 43 33  
Postfach, CH-3001 Bern Telefax 031 370 43 34  
http://www.hoteljob.ch  
e-mail: hoteljob.be@swiss-hotels.ch

**Adecco**  
HOTEL & EVENT  
www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!  
5965 offene Stellen,  
3228 tolle Kandidaten  
per Mausclick.  
www.adecco.ch

**Betriebsleiter/in**

Für einen der schönsten und hochstehenden Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie im Raum Zürich suchen wir per sofort einen Betriebsleiter für eine kompetente, zielorientierte und kundennahe Betriebsführung. Sie leiten den Betrieb konsequent, verstehen die Kunden und ihre Wünsche und können diese auch umsetzen. Sie haben den klassischen Werdegang in der Gastronomie verfolgt: Beruflehre als Koch, Hotelfachschule und Berufserfahrung in der Betriebsleitung. Interessiert an dieser echten Herausforderung? Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.  
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

**Nach der Expo...**

... zuerst 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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Kochender Betriebsleiter/in**

Eine echte Chance für einen jungen, motivierten und ambitionierten Koch! Für einen Betrieb der Gemeinschaftsgastronomie in der Region Aarau suchen wir einen Betriebsleiter, der auch kocht. Zusammen mit dem sechsköpfigen Team sind Sie im Schichtdienst für die Verpflegung von 160 Mitarbeitenden und für den reibungslosen Ablauf in allen Bereichen der Betriebsführung verantwortlich. Interessiert? Dann senden Sie mir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.  
Zürich, Georges Lehmann 01 297 79 79

**Küchenchef**

**GaultMillau-Restaurant**  
Für einen schönen und gepflegten Landgasthof im Luzerner Hinterland suchen wir den ambitionierten und erfolgsorientierten Küchenchef. Im Restaurant steht eine vielseitige, gutbürgerliche Küche im Vordergrund und im Beizli gibt es Pizza und Pasta. Im Gourmetstübeli können dann Sie Ihre Kreativität auf dem Niveau von 15 GaultMillau-Punkten freien Lauf lassen. Sind Sie motiviert, arbeiten Sie gern selbstständig und bringen Sie Führungserfahrung mit? Dann sind Sie die richtige Person um in einem kleinen Team eine wichtige Rolle zu übernehmen. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.  
Luzern, Barbara Roggenmoser 041 419 77 66

**Küchenchef**

Für ein Kongresshotel im Grossraum Zürich suchen wir per Frühling 2003 den ausgewiesenen, erfahrenen Küchenchef. Sie verfügen über fundierte Erfahrungen im à la carte-Bereich sowie im Seminar- und Bankettservice. Zu Ihren Stärken gehören Führung (12 Mitarbeitende), Organisation, Planung und Kreativität. Sie arbeiten gern mit frischen, saisonalen Produkten in einer mediterran inspirierten Küche. Eine Herausforderung mit Profil. Ich freue mich über Ihren Anruf.  
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

**Küchenchef**

Für eine Kaderstelle mit Schwerpunkt mediterrane Küche in der Region St. Gallen suchen wir den erfolgreichen Küchenchef mit Profil. Sie sind kreativ, kennen sich mit italienischen Gerichten aus und zeichnen sich als Macher und Organisationstalent aus. Zudem erkennen Sie betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und können diese schnell und erfolgreich umsetzen. In diesem mittelgrossen Restaurationsbetrieb mit grossem Saal und moderner Infrastruktur bietet sich Ihnen eine interessante Festanstellung. Ich freue mich auf Sie.  
St. Gallen, Urs Kläger 071 228 33 43

People make  
the difference.

**BEREST AG**  
Beratung Restaurationsbetriebe  
Treuhand

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz. Aufgrund der aktuellen Expansion unserer Betriebsgruppe suchen wir zur Unterstützung des operativen Leiters einen

**Assistenten des operativen Leiters**

In dieser einmaligen Position helfen Sie mit, unsere verschiedenen Gastronomie- und Hotelbetriebe zu führen und weiter zu optimieren. Neue Betriebskonzepte entwickeln gehört ebenso zum Aufgabenbereich, wie das Durchsetzen von Marketingmassnahmen und das Controlling in Zusammenarbeit mit den Betriebsleitern.

Wir erwarten für diese Position einen jungen Branchenfachmann mit Führungserfahrung. Der Bereitschaft für Arbeitseinsätze auch ausserhalb von Bürozeiten stehen interessante Verdienstmöglichkeiten und ein tolles Team gegenüber.

Wer wagt gewinnt! Rufen Sie mich an oder senden Sie mir direkt Ihre Unterlagen:

Johann Rudolf Meier  
BEREST AG  
jr.meier@berest.com  
www.berest.com

152883/247049  
Gartenstrasse 120, 4002 Basel  
Telefon 061 228 95 55  
Fax 061 228 95 59

**Über Internet und nette Gäste.**

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

**see!**

Der Bodensee liegt direkt vor dem Vierwellen-Hotel Bad Horn, und mit einer 170jährigen Tradition pflegen wir exklusive Gastlichkeit an einem der schönsten Flecken am Bodensee-Südeeufer.

In unserem Top-Hotel mit eigener Hotel-Yacht "M.Y. Emily" suchen wir zur Ergänzung unserer Crew:

Versierte  
**Hausdame/Gouvernante**  
**Rezeptionist/in**  
mit EDV-Kenntnissen (Sprachen D/E/F).  
Schweizer/innen oder EU-Bürger/innen mit Bew. L, B oder C, welche gerne in unserem modernen Hotel in einem jungen Team mitarbeiten wollen, richten Ihre Bewerbungen bitte an Frau Irma Hofstetter.

Hotel Bad Horn  
Seenstrasse 36, 9326 Horn  
Tel. 071 841 55 11, Fax 071 841 60 89  
www.badhorn.ch, badhorn@pau.ch

DAS VIERWELLEN-HOTEL  
**BAD HORN**  
AM BODENSEE-SÜDEEUFER

ALPINE CLASSICS  
PRIVATE HOTELS

153007/1982

**HOTEL KRONE**  
LENZBURG  
☆☆☆☆

**GASTFREUNDSCHAFT GROSS GESCHRIEBEN**  
Wir, ein bekanntes \*\*\*\*-Hotel (38 km von Zürich entfernt) im Herzen der Schweiz, suchen eine(n)

**DIREKTIONSASSISTENT(IN)**  
(Bereich Bankett / Sales / Allround)

Wir beherbergen und bewirten in unserem Haus anspruchsvolle Gäste aus der ganzen Welt, welche den kompetenten und freundlichen Service genau so schätzen wie unsere Produkte aus der Küche. Weitere Informationen finden Sie unter [www.krone-lenzburg.ch](http://www.krone-lenzburg.ch).

Verfügen Sie über einen Hotelfachschulabschluss? Haben Sie bereits Erfahrung im Bankettbereich? Haben Sie Organisationstalent, sind Sie flexibel und können auch mal selbst anpacken? Handeln Sie eigenverantwortlich und sind Sie selbstständig? Wenn ja, würden wir Sie gerne kennen lernen. Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Krone  
Herrn O. Gerber  
Kronenplatz 20  
CH-5600 Lenzburg 2  
Tel. 0041 (0)62 886 65 65  
Mail@Krone-lenzburg.ch  
Fax++41 (0)62 886 65 00

153009/19429

**HOSTELLERIE GEROLDSWIL**

Für unser neugestaltetes Haus, Hotel, Kongress- & Bankettzentrum  
**HOSTELLERIE GEROLDSWIL**  
CH-8954 Geroldswil-Zürich in südländischem Stil und wie das Hotel SOMMERAU TICINO, Diëtikon unter der Leitung der Fam. Frapollin suchen wir per Jan. 03 od. nach Vereinbarung erfahrenen, starken, engagierten

GEROLDSWIL - ZÜRICH

**F&B Man. (Vizedir.)**

Als F&B Manager organisieren Sie mit dem Chef de Service den operativen Restaurations-Betrieb, Seminare, Bankette + Bestellwesen, erstellen Bankett- + Seminarofferten am PC. Als Kader-Mitglied tragen Sie Budget- & Betriebsverantwortung. Dies fordert viel Selbstständigkeit, Organisationstalent, grosse F&B-Erfahrung, Willen gute Mitarbeiter im Team zu führen. Sie sind integriert in ein professionelles Team und verantwortlich für die Lehrlingsausbildung; Wir bilden auch Sie regelmässig auf Industrieleveln weiter.

Sie sind belastbar und vertreten den Direktor mit allen Kompetenzen und Verantwortung.

Geboten wird nebst guten finanziellen Konditionen, ein attraktiver, intensiver und ausbaufähiger Arbeitsplatz in einem topmodernen Betrieb mit 150 Betten, div. Restaurants, Pizzeria, BAR, Kongressmöglichkeiten bis 500 Plätze und ca. 90 000 Gästen pro Jahr.

Interessiert an einem längerfristigen Arbeitsverhältnis? Dann kontaktieren Sie bitte:  
Hrn. Elio Frapollin, FRAPOLLI BETRIEBE AG  
Hotel Sommerau-Ticino, CH-8953 DIETIKON-Zürich  
Telefon: 01 745 41 41 [www.sommerau-ticino.ch](http://www.sommerau-ticino.ch)

152948/13323

**Die Jugendherbergen. Die exklusivste Hotelkette der Welt.**

Für die am Sonnenhang über der Stadt liegende moderne Jugendherberge St. Gallen suchen wir eine

**Betriebsleitung**  
(Paar oder Einzelperson)

Als vielseitige/r Allrounder/in und Gastgeber/in engagieren Sie sich in allen Bereichen der Betriebsführung: Verpflegung, Hauswirtschaft, Rezeption und Administration. Freude an der Gastgeberrolle sowie die Bereitschaft selber mit anzupacken sind Voraussetzung für diese anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgabe.

Zu Ihren Stärken gehören Kontaktfreudigkeit, Motivations- und Durchsetzungsvermögen. Sie verstehen es, die Jugendherbergs-Spielregeln mit den unterschiedlichsten Sitten und Gebräuchen Ihrer Gäste zu einer angenehmen Atmosphäre zu vereinen.

Ihre gastronomische Erfahrung hilft, die Qualität auf gleichbleibend hohem Niveau zu halten. Zudem liegt Ihnen der saisonbedingte Wechsel zwischen arbeitsintensiven und eher ruhigen Jahreszeiten.

Wir bieten Ihnen:

- eine Jugendherberge (88 Betten) mit Aufenthalts- und Freizeiträumen sowie einem Garten
- fachliche Unterstützung und eine gründliche Einführung in die einzelnen Aufgabenbereiche
- eine Anstellung in einer überblickbaren Organisation mit weltweiten Verbindungen
- eine schöne Wohnung im Betrieb
- eine zeitgemässe Entlohnung mit Leistungskomponenten

Der Stellenantritt erfolgt am 1. Februar 2003 oder nach Vereinbarung. Interessiert Sie diese Aufgabe? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:  
Schweizer Jugendherbergen, Kurt Schempp, Bereichsleiter Ost, Schaffhauserstrasse 14, 8042 Zürich, Tel 01 360 14 33, Fax 01 360 14 38. E-Mail: [k.schempp@youthhostel.ch](mailto:k.schempp@youthhostel.ch). Internet: [www.youthhostel.ch/news.cfm](http://www.youthhostel.ch/news.cfm)

**Vom Genfersee bis zum Bodensee.**

**htr**

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

Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

hotel-tourismus revue

**Kader**

Wir suchen für unsere Mandantin, ein junges Unternehmen mit mehreren Gastrokonzepten, einen dynamischen und ambitionierten

**Küchenchef**

für eine Neueröffnung im Frühling 2003 in der Stadt Zürich

Ihnen wird die Gelegenheit geboten von Anfang an gross mitzukochen. Sie sind für die gesamte **Planung, die Menügestaltung, den Einkauf sowie die Rekrutierung** Ihres Teams von 3 Mitarbeitern verantwortlich.

Die Erwartungen sind hoch, der Aufgabenbereich anspruchsvoll und der Erfolg unbezahlbar!

Sie sind ein gut ausgebildeter Koch mit mehreren Jahren Erfahrung in der qualitativ hochstehenden **mediterranen Küche**.

Sie jonglieren mit Zahlen genauso gut wie mit dem Kochlöffel und wissen bereits, dass das Resultat der erbrachten Qualität und das Erzielen einer guten Rendite in der Küche keine Widersprüche sind.

Gerne wird auch einer jungen, passionierten Berufsperson mit Führungserfahrung der Einstieg ins «Küchenchef-tum» ermöglicht.

Geraldine.McLellan@kellyservices.ch freut sich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

**KELLY MEHR ALS EIN JOB**

CATERING  
Löwenstr. 29  
8023 Zürich-City  
01 225 40 30

**Unternehmensziel**

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

Auf 1. Dezember 2002 oder nach Vereinbarung suchen wir einen

**Sales Manager**

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

Wir stellen uns einen Kandidaten mit einem sicheren Auftreten vor, der es versteht, unsere Kunden mit seinem Charme und seiner Kreativität zu begeistern. Sie haben bereits im Sales gearbeitet, haben Hotel Erfahrung und bestechen durch Ihre Kompetenz und Ihr Verhandlungsgeschick. Idealerweise bringen Sie eine Hotelfachschule oder eine Weiterbildung im Sales-/Marketingbereich mit und kennen den hiesigen Markt und die Wirtschaft.

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

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

More Jobs online: [www.moevenpick.com](http://www.moevenpick.com)



Hotelgesellschaft, spezialisiert im Konzept einer brasilianischen «Churrascaria de rodizio», sucht:

**Restaurateur**

oder Personen, die die Miete einer Lizenz oder ein Franchising interessieren.  
Grosse technische Hilfeleistung mit Marken- und Patentdepot.  
(Lokal mit mindestens 80 Sitzplätzen.)

Für zusätzliche Informationen: Telefon 022 751 17 77  
152901/421103

**ESPLANADE\*\*\*\*  
HOTEL RESORT & SPA**

Wir suchen für das Hotel Beau-Rivage in Neuenburg/NE und für das Esplanade Hotel Resort & SPA in Minusio/TI per sofort oder nach Übereinkunft eine/n erfahrene/n und initiative/n

**Sales Director - Verkaufsleiter/in**

die/der es versteht, unsere anspruchsvollen Seminar- und Kongresskunden zu pflegen und neue Kunden zu akquirieren.

Unsere Erwartungen:

- verhandlungssicheres, kommunikatives Auftreten
- Berufserfahrung im Bereich Seminarverkauf
- Sie reisen gerne
- neben der Deutschen Sprache sprechen Sie auch Französisch, Italienisch und Englisch

Wir bieten:

- verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Jahresstelle
- Arbeitsplatz zentral gelegen in Zürich
- zeitgemässe Arbeitsbedingungen

Interessiert? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Esplanade Hotel Resort & SPA SA,  
z.H. Herrn Roland Vescoli,  
via delle Vigne 66, 6648 Minusio/TI  
Tel: +41 91 735 85 85 - Fax +41 91 735 85 86

153011/390625



Für unser neugestaltetes Haus, Hotel, Kongress- & Banketzentrum **HOSTELLERIE GEROLDSWIL** CH-8954 Geroldswil-Zürich in südländischem Stil und wie das Hotel SOMMERAU TICINO, Dietikon unter der Leitung der Fam. Frapollì suchen wir per März 03 oder nach Vereinbarung einen erfahrenen

**Chef de cuisine**

für unsere intensive, aber immer kreative Küche.

Eine nicht alltägliche, zum Teil original mediterrane Karte und sehr individuelle Bankette bis 400 Personen fordern einiges, bringen aber auch viel Erfreuliches.

Sie stehen einer jungen, sehr willigen und erfolgreichen Brigade vor (12 P). Sie arbeiten eng mit der Direktion zusammen und kreieren die einzigartigen à-la-carte-Menüs und Bankette. Sie erstellen mit ihr die Budgets, kaufen ein, führen mit natürlicher Autorität und kochen mit Herz. Sie sind Teil eines verschworenen dynamischen Kaders und helfen mit Ihrer Erfahrung mit, dieses einzigartige Zentrum noch bekannter zu machen. Sie sind an einem längerfristigen Engagement in einem bestbekanntesten, zukunftsorientierten Familienunternehmen interessiert und haben Freude an Lehrlingsausbildung. Sie selber werden laufend weitergebildet auf Top-Niveau.

Geboten wird nebst guten finanziellen Konditionen, ein attraktiver, intensiver und ausbaufähiger Arbeitsplatz in einem modernen Betrieb mit 150 Betten, div. Restaurants, Pizzeria, BAR, Kongressmöglichkeiten bis 500 Plätze.

Interessiert? Dann kontaktieren Sie bitte:  
Hrn. Elio Frapollì, FRAPOLLÌ BETRIEBE AG  
Hotel Sommerau-Ticino, CH-8953 DIETIKON-Zürich  
Telefon: 01 745 41 41 [www.sommerau-ticino.ch](http://www.sommerau-ticino.ch)

152947/13323

**Inseratenschluss  
über die Festtage**

**Termine für die Ausgabe 1/2003:**

Der Inseratenschluss der Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am **Donnerstag, 19. Dezember 2002, 15 Uhr**

Inseratenschluss der *stellen revue*:

**Montag, 23. Dezember 2002, 12 Uhr**

**Von der Brasserie bis zur Hotellerie.**

**Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.**

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



## Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und à la carte-Restaurant suchen wir für die kommende Wintersaison oder nach Über-einkunft folgende bestversteuerte, motivierte Mitarbeiter:

- Chef de réception**
- Servicemitarbeiterin**  
(für unsere gemütliche Fonduestube)
- Buffetmitarbeiter**

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung, 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  
z. H. Herrn G. R. Meiler  
7017 Flims Dorf

152998/11185



## HOTEL- UND RESTAURATIONSBETRIEBE DER THERMALQUELLE AG, 5330 ZÜRZACH

Für unser **Panoramarestaurant im 16. Stock** mit **Auszeichnung goldener Fisch** Nähe Thermalbad Zürzach suchen wir für sofort oder nach Übereinkunft versierten

### • Chef de Service

Wenn Sie Führungserfahrung haben und gerne Verantwortung übernehmen, dann sind Sie bei uns an der richtigen Adresse.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.  
Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Frau Marianne Leu gerne zur Verfügung.  
Telefon 056 265 24 40.

152894/41807



In unserem **Kurhotel Im Park** und unserer **Privatklinik Im Park**, wo anspruchsvolle Gäste eine willkommene Herausforderung sind und der Gast im Mittelpunkt steht, fühlen sich unsere Gäste rundum wohl.

Wir suchen per 1. Januar 2003 oder nach Vereinbarung eine

## Gouvernante 100%

In dieser Funktion sind Sie den reibungslosen Ablauf des Etagen- und Lingeriebereiches zuständig.

### Ihre Hauptaufgaben sind:

- Aufsicht und Sicherstellung der Sauberkeit im ganzen Haus
- Überwachung der externen Reinigungsfirma
- Zusammenarbeit mit unserer externen Wäscherei
- Einkauf von Uniformen, Putzmitteln, Wäsche und anderen Materialien
- Führung und Betreuung von Mitarbeitern und Lehrlingen
- Budgetverantwortung und Kostenkontrolle

### Unsere Erwartungen:

- Ausbildung als Hotelfachassistentin mit mehrjähriger Berufserfahrung
- Sie haben ein Organisationsflair und sind verantwortungsbewusst
- Sie sind selbständig, belastbar, freundlich und diskret
- Sie schätzen den Umgang mit anspruchsvollen Gästen
- Sie verfügen über Führungserfahrung und haben Durchsetzungsvermögen
- Sie besitzen MS-Office Erfahrung, Fidelio von Vorteil

### Wir bieten Ihnen:

- Qualität als Unternehmensphilosophie
- ein gesundes, erfolgreiches Unternehmen
- 5 Wochen Ferien im Jahr
- grosszügige Sozialleistungen

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Bad Schinznach AG, Personalabteilung  
Postfach 67, 5116 Schinznach-Bad, Telefon 056 463 77 15  
www.bad-schinznach.ch



## HOTEL KRONE LENZBURG ☆☆☆☆

### GASTFREUNDSCHAFT GROSS GESCHRIEBEN

Wir, ein bekanntes \*\*\*\*-Hotel (38 km von Zürich entfernt) im Herzen der Schweiz, suchen eine(n)

## CHEF DE SERVICE

(fürs à la carte-Restaurant und Bankette)

Wir beherbergen und bewirten in unserem Haus anspruchsvolle Gäste aus der ganzen Welt, welche den kompetenten und freundlichen Service genau so schätzen wie unsere Produkte aus der Küche. Weitere Informationen finden Sie unter [www.krone-lenzburg.ch](http://www.krone-lenzburg.ch).

Verfügen Sie über eine abgeschlossene Servicelehre oder einen Hotelfachschulabschluss?

Haben Sie bereits Erfahrung im Bankettbereich und in einem gepflegten Restaurant gesammelt und verfügen zudem über Englisch- und Französischkenntnisse? Wenn ja, so richten Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Krone  
Herrn O. Gerber  
Kronenplatz 2  
CH-5600 Lenzburg 2  
Tel. 0041 (0)62 886 65 65  
Mail@Krone-lenzburg.ch  
Fax++41 (0)62 886 65 00

153008/19429



## sucht «Köchin / Verkäuferin»

Sind Sie junge Köchin und haben auch Verkaufstalent für den Laden, oder möchten es erlernen? Wir bieten Ihnen attraktive Arbeitszeiten. Sie können uns kennenlernen: 01 940 14 64 Hotz, Zürichstrasse 8, 8610 Uster

### Region Zürich

Für unseren Kunden suchen wir per 1. Januar 2003 oder nach Vereinbarung eine/n dynamische/n und zielstrebige/n **Mitarbeiter/in** für das

### Operative Marketing

Als erprobte/r Marketingprofi mit praktischer Gastronomieerfahrung fällt es Ihnen leicht, die verschiedenen Marketingmassnahmen zu koordinieren, umzusetzen und zu überwachen.

Eine gute Einführung in einem leistungsorientierten Umfeld sowie die Unterstützung des Marketingteams begleiten Sie beim Einstieg in die neue Tätigkeit.

Idealerweise haben Sie die Ausbildung zum eidg. dipl. Marketingplaner/in und/oder die Hotelfachschule absolviert und bringen Fronterfahrung aus der Gastronomie mit. Wenn Ihre Muttersprache Deutsch ist, Sie zudem noch über gute mündliche Französischkenntnisse verfügen und wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

**Geraldine.McLellan@kellyservices.ch** beantwortet gerne Ihre Fragen unter **01 225 40 30** und freut sich darauf Sie kennenzulernen.

Mit Ihrer täglichen Arbeit begeistern Sie die Gäste und haben ein grosses Qualitäts- und Hygienebewusstsein. Für verschiedene Betriebe in und um Zürich suchen wir per sofort

### Commis de cuisine w/m

Unsere Kunden sind 3-, 4- und 5-Sterne-Unternehmen der Gastronomie. Nebst Schicht- oder Tagesbetrieben werden Ihnen beste Sozialleistungen, 5 Wochen Ferien und ein attraktives Salär geboten.

Bringen Sie Ihre Karriere so richtig in Schwung und rufen Sie an! **01 225 40 30**  
**Victoria.Castangia@kellyservices.ch**

Für verschiedene Kunden suchen wir in Zürich, Innerschweiz und Umgebung

### Chefs de partie w/m

Ihre Gäste kulinarisch zu verwöhnen ist für Sie eine Selbstverständlichkeit, da Sie Ihre Lehre erfolgreich abgeschlossen und bereits erste Erfahrungen im Berufsleben gesammelt haben.

Bei unseren Auftraggebern aus der **System-, Gemeinschafts- und Handelsgastronomie** bietet sich Ihnen die Möglichkeit, diese umzusetzen.

**Geraldine.McLellan@kellyservices.ch** gibt Ihnen unter **01 225 40 30** gerne weitere Informationen.

### Region Zürich

Unsere Auftraggeberin, ein innovatives Gastronomieunternehmen, sucht für zwei **Restaurants im Grossraum Zürich** zwei

### Geschäftsführer/in

Als karrierebewusster **Gastroprofi** mit fundierter **Führungs- und Administrationserfahrung** reizt es Sie, Ihre unternehmerischen Fähigkeiten in einem **spannenden Umfeld** umzusetzen. Sie haben die Möglichkeit, Bestehendes zu optimieren und neue Ideen zu entwickeln und zu realisieren. Ihr Flair für Marketing, Ihre Kenntnisse strukturierter Betriebsabläufe sowie Ihre Einsatzbereitschaft werden Ihnen zusätzlich helfen, das "daily business" erfolgreich zu führen.

Unsere Mandantin bietet Ihnen ein **attraktives Salär**, beste Sozialleistungen und am allerwichtigsten: eine **angenehme, partnerschaftliche Arbeitsatmosphäre**.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an **Frau Geraldine McLellan, Kelly Catering, Löwenstrasse 29, 8023 Zürich, 01 225 40 30**

Für ein renommiertes Business Restaurant in der **Stadt Zürich** suchen wir ab Januar 03 eine versierte junge

### Servicefachkraft

Bis heute haben Sie fundierte Serviceerfahrungen in der anspruchsvollen Restaurationen gesammelt. Ihre Gäste mit feinen Gerichten und einem charmanten Lächeln zu verwöhnen ist für Sie ein Vergnügen.

Sie arbeiten zwar mit Zimmerstunde, haben aber **jedes Wochenende frei!** Die Entlohnung ist attraktiv und das Team freut sich jetzt schon darauf Sie kennenzulernen!

Bei **Victoria.Castangia@kellyservices.ch** gibt es weitere Infos. **01 225 40 30**

Unsere Kundin, ein **privates Gesundheitsunternehmen im Raum Zürich**, sucht eine erfahrene

### Serviceangestellte 50%

Wenn Ihnen der geduldige Umgang mit älteren Menschen viel Freude bereitet, dann haben wir garantiert die richtige Aufgabe für Sie.

In einem kleinen Team arbeiten sie abwechslungsweise von Sonntag bis Samstag immer nur am Mittag in einem familiären Umfeld. Die Entlohnung und die Sozialleistungen sind äusserst attraktiv!

**Victoria.Castangia@kellyservices.ch** freut sich auf Ihren Anruf: **01 225 40 30**

### Region Zürich

Für unsere Mandantin, ein Traditionsbetrieb der gehobenen Klasse in Zürich, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Chef de service w/m

Sie bringen ein fundiertes Fachwissen in der **Luxusgastro** mit und haben einige Führungserfahrung gesammelt. Als qualifizierter Gastgeber managen Sie die **Front** mit Geschick und Umsicht und übernehmen die Einsatzplanung der Servicemitarbeiter. Sie kommunizieren einwandfrei in Englisch und Französisch und sind Ihren Mitarbeitern tagtäglich ein Vorbild.

Unsere Kunden bieten eine spannende Tätigkeit in einem erfolgsorientierten Team. 13. Monatslohn sowie 5 Wochen Ferien und eine faire Entlohnung können schon bald zu Ihrem Alltag gehören.

**Geraldine.McLellan@kellyservices.ch** freut sich auf Ihre Bewerbung. **01 225 40 30**

Für ein **lebendiges Stadthotel in Zürich** suchen wir per sofort eine/n versierte/n

### Shiftleader w/m

In dieser Funktion übernehmen Sie die **Verantwortung für den Front Office Bereich bei Abwesenheit der Direktion**.

Sie arbeiten gerne in einem jungen Team und verstehen es, Ihre Mitarbeiter zu motivieren. Gäste zu verwöhnen hat für Sie erste Priorität. Zudem verfügen Sie über **Fidelio**kenntnisse und es macht Ihnen Spass in verschiedenen Fremdsprachen zu kommunizieren. Unser Kunde bietet Ihnen die Chance, erste Führungserfahrungen zu sammeln. Sie arbeiten in Schichten, die Arbeitszeiten sind geregelt. Der Lohn ist attraktiv und die Aufgabe spannend.

**Geraldine.McLellan@kellyservices.ch** freut sich darauf Sie kennenzulernen! **01 225 40 30**

Für eine **Bar der Luxusklasse mitten in der Stadt Zürich** suchen wir per sofort eine

### Barfachfrau mit Klasse

Sie verwöhnen Ihre Gäste nicht nur mit Cocktails und edlen Tropfen, sondern auch mit Ihrem professionellem Auftritt und Ihrem charmanten Lächeln. Nebst Deutsch kommunizieren Sie sehr gut in Englisch und evtl. Französisch.

Wenn Sie sich Ihre nahe Zukunft in einem erfolgreichen Unternehmen wünschen, könnte dies Ihre Traumstelle sein!

**Victoria.Castangia@kellyservices.ch** freut sich auf Ihre Bewerbung. Für Fragen: **01 225 40 30**

### Region Bern

Im Auftrag unseres Kunden, ein **Kongress- und Seminar-Zentrum in Bern**, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n **motiviert**e/n

### Réceptionist/in

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung und haben schon Erfahrung an der Hotel-Réception gesammelt. Ihre Muttersprache ist Deutsch und Sie sprechen fließend Englisch und Französisch. Möchten Sie mit Ihrem Lächeln die Kundschaft verzubern?

Rufen Sie uns an, **Judith.Steffen@kellyservices.ch** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme **031 313 26 26**

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir folgende qualifizierte Mitarbeiter/innen:

### Commis de cuisine Chef de partie Sous-chef / Diätkoch

Sie haben die Lehre als Koch erfolgreich abgeschlossen, sind zwischen 20 und 35 Jahre alt und suchen eine neue Herausforderung in der **Region Bern**. Wir suchen für verschiedene Auftraggeber aus der **Gemeinschaftsgastronomie** und dem **Gastgewerbe** motivierte Fachkräfte für temporäre Einsätze oder in Jahresstelle.

**Judith.Steffen@kellyservices.ch** wartet auf Ihren Anruf unter **031 313 26 26**

Für unseren Kunden, ein stadtbekanntes Restaurant in Bern, suchen wir eine/n **gelernte/n**

### Servicefachangestellte/n Gastronomiefachassistentin

Sie haben die Lehre erfolgreich beendet und suchen jetzt eine neue Herausforderung in einem aufgestellten Team. Geboten werden Ihnen **geregelt** Arbeitszeiten, **5 Wochen Ferien** und eine zeitgemässe Entlohnung.

Infos gibt's bei **Judith.Steffen@kellyservices.ch** **031 313 26 26**

### Möchtest Du arbeiten über Weihnachten und Neujahr?

Wir suchen für verschiedene Kunden in der **Region Berner Oberland, Thun, Biel und Bern** flexibles und fleissiges Personal für **Küche, Service und Reinigung**.

Informiere Dich unter **031 313 26 26** bei **Judith.Steffen@kellyservices.ch**



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

WIDDER  
HOTEL

das widder hotel - moderne architektur in 8 historischen altstadthäusern. 49 individuell gestaltete zimmer im herzen der zürcher city. widder bar, 3 restaurants sowie 6 banketträume. wir suchen nach vereinbarung qualifizierte mitarbeiter/innen als

**assistent/in der generalgouvernante**

*engagiert, kompetent, selbständig*

**réceptionist/in**

*kommunikativ, gästeorientiert, teamfähig*

**2. concierge (m/w)**

**anfangsconcierge**

*vertrauenswürdig, diskret, flexibel*

mit berufserfahrung und sehr guten sprachkenntnissen (d, e, f), die den kontakt mit internationalen gästen nicht scheuen. wir freuen uns auf ihre bewerbung mit foto. fragen an isabelle schiegg, leiterin human resources, werden gerne beantwortet.



widder hotel, rennweg 7, 8001 zürich, tel. 01 224 25 26, fax 01 224 24 24  
administration@widderhotel.ch / www.widderhotel.ch



Für die Grand Hotels Quellenhof\*\*\*\*\* und HofRagaz \*\*\*\* ist per sofort oder nach Vereinbarung folgende Jahresstelle zu besetzen:

**Commis pâtissier**

Sie haben eine abgeschlossene Kochlehre oder Konditor-/Confiseur-Ausbildung und suchen eine neue Herausforderung in der gehobenen Hotellerie mit internationaler Kundschaft. Konstante Qualität, Sinn für das Feine und Ästhetische sowie Kreativität gehören mit zu Ihren beruflichen Stärken. Sie arbeiten gerne selbständig und sind motiviert, sich in ein aufgeschlossenes Team einbinden zu lassen; auch in hektischen Zeiten bewahren Sie Ruhe.

Wenn Sie zudem ein gutes Betriebsklima und einen modernen Arbeitsplatz schätzen, dann sollten Sie unbedingt Kontakt mit uns aufnehmen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Cornelia Stoll, Personalbereichsleiterin, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet gerne erste Fragen. Telefon 081 303 27 22 oder E-mail: cornelia.stoll@resortragaz.ch

\*\*\*\*\* GRAND HOTEL QUELLENHOF \*\*\*\*\* GRAND HOTEL HOF RAGAZ \*\*\*\*\*

GRAND HOTELS  
BAD RAGAZ

Health, Spa & Golf Resort



CH-7310 Bad Ragaz · Telefon +41 (0)81 303 30 30 · Fax +41 (0)81 303 27 21  
www.resortragaz.ch

**SCHWEIZERHOF BERN**



Wir sind ein traditionsreiches 5-Stern-Hotel mit 84 Zimmern und Suiten im Herzen der Stadt Bern. Zwei Restaurants, die Hotelbar sowie ein grosses Raumangebot für Konferenzen, Tagungen und festliche Anlässe runden das Angebot ab.

Für unser Gourmetrestaurant Schultheissenstube, welches mit 16 GaultMillau Punkten ausgezeichnet wurde, suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft eine

**Gastgeberin**

welche unsere anspruchsvollen Gäste betreuen und verwöhnen möchte.

Sie sind zwischen 30 und 40 Jahre alt und haben einige Jahre Berufserfahrung in einer ähnlichen Position. Zudem verfügen sie über fundierte Fachkenntnisse der gehobenen Gastronomie und Weinkunde, sprechen sehr gut Deutsch, Französisch und Englisch und haben vorbildliche Umgangsformen.

Wir bieten Ihnen eine verantwortungsvolle und vielseitige Tätigkeit in einem kleinen Team, geregelte Arbeitszeiten und ein grosses Mass an Selbstständigkeit.

Möchten Sie diese interessante Aufgabe übernehmen? Dann schicken Sie uns Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto oder rufen Sie für genauere Informationen bei uns an. Frau Regula von Niederhäusern, Personalverantwortliche, steht Ihnen für erste Auskünfte gerne zur Verfügung.

Hotel Schweizerhof  
Bahnhofplatz 11, 3001 Bern  
Tel. 031/327 67 04, Fax 031/326 80 90  
www.schweizerhof-bern.ch  
e-mail: team@schweizerhof-bern.ch

153003/4600

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

# EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

## Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

**031 370 42 79**

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

**hoteljob**

**SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?**

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

**CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?**

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

**Stellengesuche / Demandes d'emploi**

**Küche / Cuisine**

1	2	3	4	5	6	7	8
6178	Chef de partie	22	CH	sofort	D		GL bis ZH
6183	Commis de cuisine	19	CH	sofort	D/E/F		
6190	Küchenhilfe	22	CH	sofort	D/F		
6193	Hilfskoch	27	DE	LE-G	Dez.	D	ZH/LU/BS/BE
6204	Alleinkoch/Entremétier	33	NL	LE-G	Dez.	D/E	Deutsch-CH
6210	Küchenchef	39	IT	LE-G	n. Ver.	F/I	ital. Rest./VD/GE
6211	Küchenchef	55	DE	C	sofort	D/F	TI/GR
6214	Office/Küchenhilfe	26	GB	LE-G	sofort	D/E	BE-Oberland
6215	Küchenchef/Sous-chef	35	CH	sofort	D		Zürich+Umgeb.
6219	Küchenchef	51	CH	Jan.	D/E/F/I		SG
6222	Sous-chef/Küchenchef	30	CH	Jan.	D/E		Innerschweiz
6223	Koch/Hilfskoch	44	GR	LE-G	sofort	D/E	
6226	Köchin	39	CH	sofort	D/F		Biel-Seealand
6228	Sous-chef	25	DE	LE-G	Jan.	D/E	Basel -
6232	Küchenhilfe/Pizzaiolo	40	PT	LE-G	Dez.	D/F/I	
6237	Küchenhilfe/Zimmerf.	29	CH	Jan.	D		Bern/Tagesbetr.

**Service / Service**

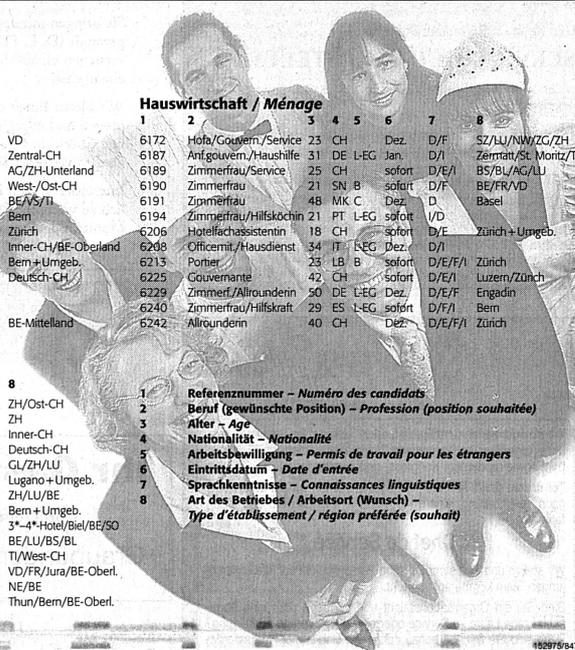
1	2	3	4	5	6	7	8
6177	Service/Receptionistin	43	CH	Dez.	D/E/F/I		SO/BE/AG
6179	Sefa/Buffer	41	CH	n. Ver.	D/E		Zürich+Umgeb.
6180	Chef de bar	25	DE	LE-G	n. Ver.	D/E	Deutsch-CH
6181	Chef de service/w	43	CH	Jan.	D/E/F/I		TI
6182	Kellner	29	IT	LE-G	Dez.	D/E/F/I	BE-Oberland
6186	Barman	22	CH	sofort	D/F/I		Bern
6195	Service/w	54	CH	Jan.	D/E/F		Bern+Umgeb.
6197	Chef de s./Chef de bar	38	AT	B	Dez.	D	AI/AR/SG
6199	Service/w	58	CH	Dez.	D/E/F/I		BE/GR
6200	Serviceprakt.	38	CH	n. Ver.	D/E/F/I		3*-5*-Hotel
6201	Service/Reception	36	CH	sofort	D/E		

**Hauswirtschaft / Ménage**

1	2	3	4	5	6	7	8
6172	Hot/Gouvern./Service	23	CH	Dez.	D/F		SZ/LU/NW/ZG/ZH
6187	Anf.gouvern./Haushilfe	31	DE	LE-G	Jan.	D/I	Zürich/St. Moritz/TI
6189	Zimmerfrau/Service	25	CH	sofort	D/E/I		BS/BL/AG/LU
6190	Zimmerfrau	21	SN	B	sofort	D/F	BE/FR/VD
6191	Zimmerfrau	48	MIK	C	Dez.	D	Basel
6194	Zimmerfrau/Hilfskochen	21	PT	LE-G	sofort	I/D	
6206	Hotelfachassistentin	18	CH	sofort	D/E		Zürich+Umgeb.
6208	Officemit./Hausdienst	34	IT	LE-G	Dez.	D/I	
6213	Portier	28	LB	B	sofort	D/E/F/I	Zürich
6225	Gouvernante	42	CH	sofort	D/E/I		Luzern/Zürich
6228	Zimmerf./Allrounderin	50	DE	LE-G	Dez.	D/E/F	Engadin
6240	Zimmerfrau/Hilfskraft	29	ES	LE-G	sofort	D/F/I	Bern
6242	Allrounderin	40	CH	Dez.	D/E/F/I		Zürich

**Administration / Administration**

1	2	3	4	5	6	7	8
6173	Dir.assistent/Reception.	42	CH	Dez.	D/E/F		ZH/Ost-CH
6176	Geschäftsführerin	36	CH	n. Ver.	D		ZH
6184	Marketing/Management	30	NL	B-EG	Jan.	D/E/F	Inner-CH
6185	Anfangsrecept/w	59	CH	sofort	D/E/F/I		Deutsch-CH
6188	Anfangsrecept/w	22	CH	sofort	D/E/F		GL/ZH/LU
6192	Receptionist	32	IT	LE-G	sofort	D/E/I	Lugano+Umgeb.
6198	Receptionsprakt./w	35	CH	sofort	D/E		ZH/LU/BE
6202	Receptionistin	26	ES	B-EG	sofort	D/E/F/I	Bern+Umgeb.
6203	Anfangsrecept/w	40	CH	Dez.	D/E/F		3*-4*-Hotel/Biel/BE/SO
6209	Receptionsprakt./w	19	CH	sofort	D/E		BE/LU/BS/BL
6218	F&B-Man./Dir.assist.	47	CH	Jan.	D/E/F/I		TI/West-CH
6220	Gesch.führer/Direktion	55	CH	sofort	D/E/F/I		VD/FR/Jura/BE-Oberl.
6227	Receptionistin	46	CH	sofort	D/E/F/I		NE/BE
6230	Receptionistin	25	CH	sofort	D/E/F/I		Thun/Bern/BE-Oberl.
6231	Reception/Service/w	27	CH	sofort	D/E/F		



- 1 Referenznummer - Numéro des candidats
- 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- 3 Alter - Age
- 4 Nationalität - Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) Type d'établissement / région préférée (souhait)

**SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?**

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

**CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?**

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

## Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: \_\_\_\_\_ Eintrittsdatum / Date d'entrée: \_\_\_\_\_

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: \_\_\_\_\_ Jahresstelle / Place à l'année  Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: \_\_\_\_\_ Bevorzugte Region / Région souhaitée: \_\_\_\_\_

Name / Nom: \_\_\_\_\_ Vorname / Prénom: \_\_\_\_\_

Strasse / Rue: \_\_\_\_\_ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum / Date de naissance: \_\_\_\_\_ Nationalität / Nationalité: \_\_\_\_\_

Telefon privat / No de téléphone privé: \_\_\_\_\_ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: \_\_\_\_\_

Bemerkungen / Remarques: \_\_\_\_\_

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: \_\_\_\_\_

Deutsch / Allemand: \_\_\_\_\_ Französisch / Français: \_\_\_\_\_ Italienisch / Italien: \_\_\_\_\_ Englisch / Anglais: \_\_\_\_\_

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: \_\_\_\_\_

Betrieb / Etablissement: \_\_\_\_\_ Ort / Lieu: \_\_\_\_\_ Funktion / Fonction: \_\_\_\_\_ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): \_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: \_\_\_\_\_ Unterschrift / Signature: \_\_\_\_\_

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden:  Ja -  Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.):  Oui -  Non  
Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:  
Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:  
**Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / Société suisse des hôteliers, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne**



Wintersaison in St. Moritz!

Wir suchen für unsere Hotelbar

### BARDAME

Sie sind aufgestellt, flexibel und an selbständiges Arbeiten gewohnt.

Und für unser Restaurant Stüvetta

### SERVICEFACHANGESTELLTE

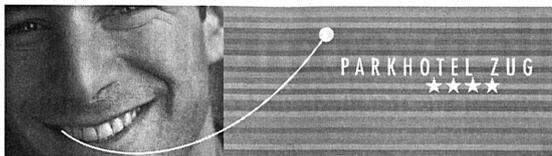
welche mit viel Freude und selbständig die Stüvetta-Gäste begeistern.

Möchten Sie die Gastgeberinnen unserer einheimischen und internationalen Gäste sein?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:

Fam. R. Schweizer-Pitsch  
**Hotel La Margna**  
 7500 St. Moritz  
 Telefon 081 836 66 00 / Fax 081 836 66 01  
 www.lamargna.ch info@lamargna.ch

153012/33839



PARKHOTEL ZUG  
 ★★★★★

## IN ERSTER LINIE ...

...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.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Januar 03 eine/n flexible/n und charmante/n

### RECEPTIONIST/IN

Sie bringen mindestens 1 Jahr Receptionserfahrung mit, sind sprachgewandt (D, E, F), behalten in Stresssituationen einen kühlen Kopf und verstehen es, auf die Bedürfnisse unserer anspruchsvollen Kundschaft einzugehen.

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Stelle in einem jungen und engagierten Team. Sie wickeln den täglichen Receptionsablauf mit Check-in, Check-out, Gästebetreuung und Reservationswesen ab. Zudem vertreten Sie unseren Night Auditor bei dessen Ferienabwesenheit.

Interessiert daran, in einem professionellen Umfeld beruflich und persönlich zu wachsen? Dann senden Sie Ihre Bewerbung zu Händen von Frau Monica Vögeli an untenstehende Adresse.

152999/222396

UNSERE TELEFONLINIE IST OFFEN  
 WIR FREUEN UNS AUF IHREN ANRUF

congress center metalli  
 bar restaurant à point

Parkhotel Zug  
 CH-6304 Zug  
 Tel. +41 (0) 41 727 48 48  
 Fax +41 (0) 41 727 48 48  
 phz@parkhotel.ch  
 www.parkhotel.ch



Wir sind der Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von \*\*\*\*Hotellerie, Sport- und Erlebnis-park sowie modernem Congress- und Seminarforum.

Für unsere drei à la carte-Restaurants suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung, eine/n motivierte/n, freundliche/n und teamfähige/n:

### Chef de Service

Wir stellen uns eine sympathische Persönlichkeit vor, die unserem jungen Team kompetent vorsteht.

Sind Sie ein Organisationstalent und verfügen über eine abgeschlossene Lehre im Service oder eine gleichwertige Ausbildung? Dann sind Sie bei uns genau richtig um sich dieser Herausforderung zu stellen.

Wir bieten Ihnen in einem lebhaften Umfeld eine abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsklima mit interessanten Mitarbeitervergünstigungen.

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

153029/384837

swiss holiday park ch-6443 morschach  
 telefon 041 825 50 20 telefax 041 825 50 10  
 personal@swissholidaypark.ch www.swissholidaypark.ch

## Ihr Gastro-Job im Winter

Schweiz: [www.gastrojobs.ch](http://www.gastrojobs.ch)

Graubünden: [www.jobs-graubuenden.ch](http://www.jobs-graubuenden.ch)

152882/411977

### Sporthotel Panorama\*\*\* Sörenberg

Für die Wintersaison 02 / 03 suchen wir noch (Voll- oder Teilzeit):

**Koch (m/w)**  
**Réceptionist**  
**Service-Mitarbeiterin**

Wenn Sie gerne in unserem freundlichen Team mitmachen möchten:  
 Tel. 041 488 16 66  
 Herr oder Frau Christen verlangen

### Hotel Astoria 3906 Saas Fee

Gesucht ab 20. 12. 2002

### Koch

(mit Berufserfahrung)  
 Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:  
 Hotel Astoria, Lilo Burgener  
 3906 Saas Fee  
 Tel. 027 957 11 33

152997/51845



Promenade 115, 7270 Davos Platz  
 Telefon 081 417 05 05, Fax 081 417 05 10

Für unser Hotel mit 85 Betten und einem Spezialitätenrestaurant suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung noch eine/n

**Koch**  
**Réceptionistin**  
**Küchenburschen**

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen und Foto.

152970/8466

## SIE SUCHEN NEUE HORIZONTE?

Wir suchen nach Vereinbarung:

### RÉCEPTIONISTIN

Ihr neues Aufgabengebiet ist umfangreich und erstreckt sich von der Hausführung über die Offerte, die Bestätigung, die persönliche Detailabsprache bis hin zur Gästebetreuung im Hause von der Ankunft bis zur Abreise.

Verstehen Sie es, unseren Gästen das Gefühl von Herzlichkeit, Wohlbefinden und Professionalität zu vermitteln, die Gastfreundschaft und die Atmosphäre in unserem Hause entscheidend mitzuprägen und in hektischen Momenten die Übersicht und Ruhe zu bewahren?

Sind Sie kontaktfreudig, verkaufsorientiert, sprachgewandt, flexibel und charmant? Dann passen Sie in unser Team! Eine interessante Aufgabe, ein aufgestelltes Team und ein wunderschöner Arbeitsort erwarten Sie hier am Sempachersee! Wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen!

Bewerbungsunterlagen oder Telefon:

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE  
 BRIGITTE JOST  
 CHEF DE RÉCEPTION  
 KANTONSSTRASSE 46  
 6207 NOTTWIL LU

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE

TEL 041 939 23 23  
 WWW.HOTEL-NOTTWIL.CH  
 INFO@HOTEL-NOTTWIL.CH

Unser modernes Seminar- und Kongresshotel verfügt über 180 Betten, 22 Seminarräume und eine Aula für bis zu 230 Personen. Gäste können bei uns tagen, Seminaren abhalten, Kongresse veranstalten, Feste feiern und vieles mehr. Das Angebot aus der Küche ist abwechslungsreich, kreativ und neuzeitlich, der Service top!



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 (Bern Oberland) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

### CHEF DI CUCINA/KÜCHENCHEF E/UND 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

152941/72214

### Bergrestaurant TschentenAlp

WIR WOLLEN UNSERE GÄSTE BEGEISTERN!!!

In unserem neu renovierten, attraktiven Bergrestaurant im wunderschönen Adelboden suchen wir für die Wintersaison 2002/03 (evtl. auch Sommer 2003) engagierte Persönlichkeiten. Auf Sie wartet ein junges, äusserst motiviertes Team!

### Koch w/m

Sie haben eine Kochausbildung, kochen liebend gerne auch schweizerische Spezialitäten (oder würde diese dazu lernen) und haben bereits Erfahrung in der Berggastronomie oder ähnlichen Bereichen gemacht und kennen somit die Anforderungen eines dynamischen Saisonbetriebes. Aufgabenbereich: Mitarbeiterplanung, Mitarbeiterbetreuung, Rezept- und Menüplanung, Kalkulation und das Bestellwesen.

### Jungkoch mit Power

Commis de Cuisine, 50-100%, mit Erfahrung

Erfahrene Service Mitarbeiter/Innen,  
 50-100%, Gut, schnell und flexibel

Attraktive Barkeeperin  
 für unsere anspruchsvolle Schneebear

Buffet/Office Mitarbeiter/Innen, 50-100%  
 Bewährte/r Allrounder/in der/die auch in lebhaften Zeiten einen kühlen Kopf bewahrt!

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Passfoto welche Sie bitte an die untenstehende Adresse senden. Wir freuen uns Sie kennenzulernen.

Bergrestaurant TschentenAlp, z.Hd. Ron Germann, Geschäftsführer  
 Tel: +41 (0) 79/643 79 82, Bellevuegässli 4, 3715 Adelboden (Schweiz)

## Seeking Teachers / Lecturers

Seeking native English teachers/lecturers for a hotel school in Lucerne who can administer courses in the following subjects:

- Int. Tourism & Management
- Hotel Operations
- Business Management
- Property Management
- Marketing Management
- Research Methodology
- Financial Statements
- Entrepreneurship
- Mergers & Acquisitions
- Managerial Economics

Bénédict School Luzern

Att: Philipp Terry, Academic Dean

Baselstr. 57, 6003 Luzern

Tel: 041 248 70 01

terry@benedict.ch

**Bénédict**



Das Hotel Seerose, das beliebte Ausflugsziel 30 Atomtunen von Zürich und Luzern, wird im Frühjahr 2003 durch einen zeitgemässen Neubau um 40 Betten sowie zusätzliche Gastronomie- und Seminarräume erweitert: designorientiert, modern, voll Lifestyle.

Möchten Sie im führenden Hotel- und Gastronomiebereich am Hallwilersee tätig werden? Dann stellen Sie doch bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per Post oder Mail an Mario von Schroetter, Direktionsassistent, zu. Wir freuen uns darauf.

Hotel Seerose  
 Mario von Schroetter  
 am Hallwilersee  
 5616 Meisterschwanden  
 Aargau  
 Telefon 056 676 66 11  
 Telefax 056 676 66 10  
 mschroetter@seerose.ch  
 www.seerose.ch

Zum Stellenantritt ab März  
 bis Mai 2003 suchen wir

Chef de Service  
 Servicefachangestellte/r  
 Chef Pâtissier/-ère  
 Chef de Partie Gards-manger/Tournant  
 Receptionist/In  
 Hotelfachassistent/In  
 Raumpfleger/In  
 Lingerie-Mitarbeiter/In

**HOTEL SEEROSE**

Wollen auch Sie hoch hinaus?  
 Für unser lebhaftes, urchig-modernes Gasthaus auf 750 m ü.M. mit atemberaubender Aussicht auf den wunderschönen Vierwaldstättersee, suchen wir eine/n ambitionierte/n

### Chef de Service

Macht es Ihnen Spass, ein dynamisches, motiviertes Serviceteam zu leiten und gleichzeitig eine vielseitige Gästeschar im Individual- und Bankettbereich zu verwöhnen? Sind Sie eine versierte, aufgestellte und flexible Persönlichkeit, die hohe Anforderungen an sich selbst und ihre Mitarbeiter stellt? Sprechen Sie fließend Deutsch und sind Sie zwischen 25 und 35 Jahre jung? Dann bieten wir Ihnen einen interessanten, abwechslungsreichen Arbeitsplatz! Interessiert? Wir freuen uns auf Ihren unverbindlichen Anruf oder Ihre Bewerbung.

### GASTHAUS SCHWENDELBERG

Sarah und Edgar Ming  
 CH-6048 Horw/LU  
 Tel. 041 340 35 40  
 Fax 041 340 75 40  
 ming@schwendelberg.ch

★ ★ ★ ★

## Grand Hotel EUROPE LUCERNE

Für unser Erstklasshotel mit 350 Betten suchen wir auf Anfang April oder nach Vereinbarung in Jahresstelle

### Chef de réception (w/m)

Wir stellen uns eine initiative, kommunikationsfreudige Persönlichkeit vor, welche mit Fachkompetenz ein junges Team von Mitarbeitern führen und motivieren kann.

Voraussetzung für diese verantwortungsvolle Position sind gute mündliche und schriftliche Sprachkenntnisse, insbesondere in Englisch, gutes Verkaufstalent und Verhandlungsgeschick. Eine gepflegte Erscheinung, sicheres Auftreten und gute Umgangsformen sind uns von besonderer Wichtigkeit.

Es erwartet Sie eine interessante und anspruchsvolle Aufgabe. Wir freuen uns Sie bald kennenzulernen.

**Grand Hotel Europe**  
Agapios Panayiotou  
Haldenstrasse 59, 6006 Luzern  
Tel 041 370 00 11  
Email: info@europe-luzern.ch  
http://www.europe-luzern.ch

153026/22888

## Regus

Regus Business Center S.A. ist der weltweit führende Betreiber von Business Centern. Für unser Business Center an der Dreikönigsstrasse 31a in Zürich suchen wir zur Ergänzung unseres jungen, dynamischen Teams per sofort ein(e)n

### RéceptionistIn

**Ihr Profil:**  
Für Sie stehen Kunden im Mittelpunkt Ihres Denkens und Handelns. Sie sind teamfähig, schätzen den Kontakt zu Kunden, sind flexibel und sprechen sehr gut Englisch und evtl. Französisch (Muttersprache Deutsch). Sie verfügen über eine Ausbildung im kaufmännischen Bereich und haben bereits Erfahrung gesammelt in der Hotellerie oder einem anderen Dienstleistungsbetrieb.

**Wir bieten:**  
Als RéceptionistIn bieten wir Ihnen eine Herausforderung in einem internationalen Umfeld, geregelte Arbeitszeiten (Mo-Fr) und die Möglichkeit in einem jungen, motivierten Team mitzuarbeiten und etwas zu bewegen.

Interessenten senden Ihre Bewerbung bitte an:  
**Regus Business Center, Stockerhof**, Frau Ladina Pitschen, Dreikönigsstrasse 31a, 8002 Zürich

153001/384221

### Sporthotel Minster, CH - 8842 Unteriberg

Am Fusse des Skigebietes Hoch-Ybrig, im Herzen der Schweiz

Unser Team sucht per sofort oder nach Vereinbarung

## eine Servicefachangestellte

Wir bieten geregelte Arbeitszeiten (1 Woche Di. frei, 1 Woche Sa. 16 Uhr bis Mi. 16 Uhr frei) und sehr gute Anstellungsbedingungen.

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf freut sich

Sporthotel Minster  
Fam. H. und S. Jäger  
8842 Unteriberg  
Tel. 0041/55 414 92 00  
www.sporthotel-minster.ch

152973/5092



## Remimag

Für die Zentralverwaltung in Rothenburg (LU) suchen wir

### F&B Assistent m/w

Ihre Tätigkeit umfasst: Angebotsplanung, Foodaktionen, Kalkulation, Einkauf, Weinhandel, Inventararbeit, Kostenkontrolle

Sie haben eine Kochlehre absolviert und freuen sich darauf, neben der Arbeit im Büro rund 1/4 Ihres Pensums in den Betrieben eingesetzt zu werden.

Sie sind flexibel und kreativ, arbeiten selbstständig und sind trotzdem ein Team-Player. Sie sind initiativ und belastbar. Administrative Arbeiten machen Ihnen Spass. Dank Ihrer guten PC-Kenntnisse (Word, Excel) erledigen Sie Büroarbeiten schnell, zudem haben Sie einen Führerausweis.

Senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen:  
Ueli Gerner, Remimag Gastronomie AG, Buchsachring 3, 6023 Rothenburg  
ueli.gerner@remimag.ch www.remimag.ch

★★★★

## Belvedere

STRANDHOTEL & RESTAURANT  
SPIEZ AM THUNERSEE

*Das Haus mit der persönlichen Note - wo Könner Kenner verwöhnen!*

Das Strandhotel & Restaurant Belvédère ist ein mittelgrosses Hotel mit Charme und Ambiente. Das Haus verfügt über ein elegantes Restaurant (Gault & Millau), stilvoll eingerichtete Banketträume, einen modernen Seminartrakt und einen bezaubernden Wellnessbereich.

Per 1. März 2003 suchen wir zur Ergänzung unseres motivierten Teams eine/n

### Sous-chef/in

Sind Sie der Kochkünstler mit Flair und Freude an der gehobenen Küche? Möchten Sie Ihre Ideen im Team einbringen und Neues erlernen? Verfügen Sie über den Fähigkeitsausweis für den Gastronomiekoch? Führen Sie gerne ein Team durch Motivation und Vorleben der Kochkunst? Dann sind Sie genau die Persönlichkeit, die wir suchen!

Wenn wir Ihre Neugier geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung:

**Frau Rosmarie Seiler-Bigler oder Markus Schneider**  
Gastgeber/Direktion  
CH-3700 Spiez, Tel. 033 655 66 66, Fax: 033 654 66 33  
Internet: www.belvedere-spiez.ch  
E-Mail: info@belvedere-spiez.ch

153010/31984

## coop

Gemeinsam gestalten wir die Zukunft. Helfen Sie mit?

Wir suchen nach Vereinbarung für unseren mittelgrossen Hotel- und Kurshotelbetrieb - 60 Betten - in **Jonigny** (oberhalb Vevey) eine/n

### Chef de Service

mit der Option die Stellvertretung der Geschäftsführerin übernehmen zu können.

Wir wenden uns an Damen und Herren ab Alter 30 mit seriöser Fachausbildung und einigen Jahren Berufspraxis. Sprachkenntnisse französisch, deutsch und/oder englisch sind erforderlich.

Bitte senden Sie uns Ihre vollständige Bewerbung an:  
Coop, Leiter Personal und Ausbildung, Dornacherstrasse 210, Postfach 2550, 4002 Basel.

Kantonale Psychiatrische Dienste

## Psychiatrie heute

In den Kantonalen Psychiatrischen Diensten Baselland (KPD) sind die Einrichtungen der öffentlichen psychiatrischen Versorgung zusammengefasst: die Psychiatrische Klinik in Liestal, die Externen Psychiatrischen Dienste mit zwei Tageskliniken, der Kinder- und Jugendpsychiatrischen Dienst und die Drogenberatung Baselland. Ebenfalls zu den KPD gehören die Wohnheime Windspiel und Wägwisser sowie Beschäftigungs- und Werkstätten für psychisch Behinderte und das Kantonale Altersheim in Liestal.

Für die Hotellerie der Kantonalen Psychiatrischen Dienste suchen wir per 1. Januar 2003 oder nach Vereinbarung eine/einen

### Bereichsleiterin/Bereichsleiter

(Beschäftigungsgrad 80 - 100%)

Für diese Aufgabe ist eine höhere hauswirtschaftliche Ausbildung (HFH oder FH), eine Ausbildung an einer höheren Gastronomie- und Hotel-fachschule oder eine gleichwertige Ausbildung Voraussetzung.

Schwerpunkt dieser Funktion bildet die Gastronomie. Sie sind verantwortlich für die Verpflegung unserer Patientinnen und Patienten, Bewohnerinnen und Bewohner sowie unseren Mitarbeitenden und externen Gäste. Sie legen Wert auf gepflegte Gastlichkeit und verleihen daher unserer Gastronomie eine besondere Note. In Ihrer abwechslungsreichen Aufgabe werden Sie hauptsächlich durch den Küchenchef und den Leiter Cafeteria unterstützt. In Ihr Aufgabengebiet gehört zudem die Verantwortung für ein tadelloses Erscheinungsbild unserer repräsentativen Räumlichkeiten sowie für die Aus-, Fort- und Weiterbildung in der Hotellerie.

Wir stellen uns eine engagierte Persönlichkeit mit einem hohen Mass an Kundenorientierung vor, welche über Planungs- und Organisationsgeschick sowie Durchsetzungsvermögen verfügt. Führungserfahrung ist von Vorteil. Projektarbeit und interdisziplinäre Zusammenarbeit sind Ihnen wichtig. Unternehmerisches Denken und Handeln sowie eine ausgeprägte Ergebnisorientierung gehören zu Ihren Stärken.

Es erwarten Sie eine interessante Aufgabe, Weiterbildungsmöglichkeiten sowie fortschrittliche Anstellungsbedingungen nach kantonalen Richtlinien.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Ursula Wüthrich, Leiterin Logistik KPD, Telefon 061 927 70 41 gerne zur Verfügung. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:

Kantonale Psychiatrische Dienste Baselland, Personaldivision, Bientalstrasse 7, 4410 Liestal, Telefon 061 927 70 11 - www.kpd.ch

## DG DOMINO GASTRO

### Gastro-Profis aufgepasst!

#### Réception (w/m)

Verfügen Sie über Erfahrung im Reservationsbereich, haben gute Sprachkenntnisse und bewahren den Überblick auch in hektischen Zeiten, dann können Sie vielleicht schon bald eine wichtige Rolle besetzen. Wunderschönes 4\*-Hotel in der Stadt Zürich, sucht eine gepflegte und kommunikative Persönlichkeit mit einer sympathischen Ausstrahlung. Interessiert? Dann melden Sie sich noch heute.

#### Reservations Coordinator

Ein 4\*-Hotel im Geschäftsviertel von Zürich sucht eine fröhliche und verkaufstarke Persönlichkeit. Sie beherrschen die deutsche, französische und englische Sprache. Sie sind verantwortlich für den Zimmerverkauf und sind einbezogen in lokale Salesaktivitäten. Haben wir Sie neugierig gemacht? Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

#### Service (w/m)

Sie sind jung, ambitioniert und lieben ein gepflegtes, trendiges Ambiente. Wenn Sie eine herausfordernde Arbeitsstelle suchen bei der Sie Ihre Kenntnisse, welche Sie in der Servicefachlehre erworben haben, weiterentwickeln möchten, haben wir genau das Richtige für Sie! Ein hipper Betrieb mitten in der City von Zürich sucht eine kommunikative, aufgeschlossene und charismatische Persönlichkeit, die auch mit flexiblen Arbeitszeiten keine Mühe hat.

#### Betriebsassistent (w/m)

«Young and Fun» ist das Motto dieses trendigen Restaurationsbetriebes in der City von Zürich. Sie lieben und schätzen die Front und gessen den Kontakt zu den Gästen in vollen Zügen. Eifer, Einsatzfreude und Flexibilität zählen zu Ihren Stärken. Eine gute Chance für den Einstieg in die Kaderwelt. Wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen.

#### Assistant Restaurant Manager (w/m)

Für eine Neueröffnung eines aussergewöhnlichen Foodkonzeptes in einem Gastro-Betrieb mit internationaler Flair suchen wir einen Frontplayer. Neben spannenden Fronttätigkeiten sind Sie auch für das Bestellen, das Controlling, die Warenpräsentation und für die Mitarbeiterschulung verantwortlich. Bestenfalls Sie einen Hotelfachschulabschluss und haben erste Führungserfahrung? Wenn wir Ihre Neugierde geweckt haben, zögern Sie nicht uns umgehend anzurufen. Erfahrung in der Systemgastronomie wäre von Vorteil.

#### Küchenchef

Gesucht wird der Küchenprofi, der die Kunst des Köchens im Herzen trägt und sein Können bereits unter Beweis stellen konnte. Sie verfügen über mehrere Jahre Erfahrung in der Top-Gastronomie und haben Ihr Wissen auch stetig durch Kurse weiter vertieft. Das führt zu einem Bräutigam, der Ihnen leicht Ihre große Begeisterung motiviert auch Ihre Bräutigam zu Heiratstun. Es erwartet Sie ein grosser, einmündiger Restaurationsbetrieb auf dem Platz Zürich mit einem Top-Speiseraum, Sommerterasse und Bankettmöglichkeiten. Wenn Sie eine Leaderpersönlichkeit, kreativ, qualitätsbewusst, kommunikativ und ambitioniert sind, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

#### Jungkoch / Chef de partie (w/m)

Für einen geschmackvollen Betrieb an bezaubernder Lage in Zürich suchen wir junge Berufsleute mit abgeschlossener Kochlehre. Ausserdem sollten Sie eine junge Persönlichkeit sein, die gerne Ihre Kreativität auch bei der Arbeit ausleben möchte. Wenn Sie motiviert sind und unregelmäßige Arbeitszeiten für Sie zur Gastronomie gehören wie die Butter auf's Brot, sind Sie die richtige Person.

#### Chef Pâtissier (w/m)

Künstler gesucht! Schönes 4\*-Hotel im Herzen der Stadt Zürich sucht einen kreativen Chef Pâtissier, der nicht einfach einen Job sucht, sondern seine Leidenschaft für Süßes ausleben möchte. Sie arbeiten in einem kleinen Team und haben die Möglichkeit Ihren Ideenreichtum umzusetzen. Lust auf eine neue Herausforderung? Dann rufen Sie uns an.

#### Sales Manager (w/m)

Wir suchen eine verkaufstarke und engagierte Persönlichkeit. Sie beraten Ihre Kunden in allen Belangen und sind verantwortlich für den allgemeinen Verkauf des Hotels. Bringen Sie Berufserfahrung und gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch mit, dann sind Sie genau die richtige Person für unser 3\*-Hotel in Zürich. Eine anspruchsvolle Stelle erwartet Sie. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

#### Barmitarbeiter / Stv. Chef de bar (w/m)

Trendy nennen sich viele Betriebe auf diesem Gebiet im absoluten In-Quartier von Zürich trifft dies aber mit Bestimmtheit zu. Den Shaker schwingen Sie mit Leichtigkeit und den Kontakt zu Ihren anspruchsvollen Gästen brauchen Sie. Tauchen Sie ein in eine Atmosphäre, welche Sie nicht an vielen Orten antreffen werden.

#### Stv. Gouvernante

Wer möchte nicht in einem wunderschönen 5\*-Hotel mit eleganter Ambiente im Herzen von Zürich arbeiten? Wir suchen eine ambitionierte Stv. Gouvernante, welche ein 15köpfiges Team mit Schwingung und Elan durch den Tag führt und für Ordnung und Sauberkeit in den Bereichen Etage, Bankettabteilung, Buffet usw. sorgt. Nach Ihrer erfolgreich abgeschlossenen Hof-Lehre haben Sie Ihr Wissen mit mehrjähriger praktischer Erfahrung erweitert.

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**, Segenstr. 1, 8048 Zürich  
E-Mail: r.eng@dg-jobs.ch / www.dg-jobs.ch

152974/257188

★★★★★

## Park-Hotel Inseli

Für unseren lebhaften Hotel- und Restaurantsbetrieb direkt am Bodensee mit Rôtisserie, Panoramarestaurant und im Sommer grosse Seeterrasse suchen wir

### Koch/Köchin

Sie haben eine gute Ausbildung, Freude am Beruf, sind flexibel, offen für Neues und können selbstständig arbeiten.

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle Aufgabe, ein kleines feines Küchenteam und gute Arbeitsbedingungen.

Eintritt per sofort oder nach Übereinkunft.

Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf.  
Herrn Rub, Küchenchef

Parkhotel Inseli  
8590 Romanshorn

Telefon 071 466 88 88  
E-Mail: info@inseli.ch  
www.inseli.ch

155300/29050

htr

### Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

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

## gewürz berger ag

Wir sind ein kleines, bewegliches Handelsunternehmen in Familienbesitz im Fürstentum Liechtenstein, das die schweizerische fleischverarbeitende Industrie, Convenience-Erzeuger und das Gewerbe mit Gewürzen, Gewürzmischungen, Hilfsstoffkombinationen und Därmen beliefert.

Für den Aufbau eines neuen Geschäftszweiges in der Gastronomie suchen wir für den Raum Zürich/St. Gallen eine(n)

### Fachverkäufer(in)

**Wir brauchen Sie**, wenn Sie über die notwendige Ausbildung und Erfahrung in der Lebensmittelbranche/Gastronomie verfügen (Koch, Kellner, Hotelfachschule, usw.), wenn Sie Interesse an selbstverantwortlichem Arbeiten haben, wenn Sie sich für den Aufbau eines neuen Kundenstammes begeistern können, und wenn Sie das Fachgespräch mit potenziellen Kunden in überzeugender Art und Weise führen können.

**Sie brauchen uns**, wenn Sie in einem innovativen, dynamischen und persönlichen Umfeld arbeiten möchten, wenn Sie gerne gut verdienen, und wenn Sie die Herausforderung mit neuen Produkten für die Gastronomie wahrnehmen wollen.

Wir freuen uns, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

Ihre Bewerbungsunterlagen schicken Sie bitte mit Foto an:

Gewürz Berger AG  
Waldemar Berger  
Industriestrasse 40  
FL-9487 Gamprin-Bendern  
Fürstentum Liechtenstein

152939/421134

### HOTEL DISTELBODEN

6068 Melchsee-Fruitt  
Fam. R. Steiger-Sommerhalder  
Gesucht im schönen Winterkurort  
Melchsee-Fruitt

vom 20. Dezember 02 bis 20. April 03

### Servicefachangestellte/ Kellner

Buffetangestellte  
in Self-Restaurant

Zimmermädchen

Hausangestellte

für Zimmer/Lingerie und Office

Guter Verdienst, tolles Team,  
Personalzimmer im Hotel.

Rufen Sie uns an, oder schicken Sie  
Ihre Bewerbungsunterlagen.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

HOTEL DISTELBODEN  
Fam. R. u. H. Steiger-Sommerhalder  
6068 Melchsee-Fruitt  
Tel. 0041 41 669 12 66  
Fax 0041 41 669 13 77  
www.distelboden.ch  
info@distelboden.ch

152935/93386

### Servicefachangestellte/ Frühdienst

Wir suchen aufgestellte, sympathische  
Servicefachangestellte im Frühdienst  
(Mi. bis Fr. 9.30 - 17.00, Sa. 16.00 - 24.00,  
So. 11.30 - 17.00 Uhr).

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:  
Gasthof Bären, B. und P. Scheidegger  
5506 Mägenwil, Tel. 062 896 11 65

153020/996812

Für unseren kleinen Betrieb im  
Oberaargau, nahe Langenthal,  
suchen wir per 13. Dezember  
oder nach Absprache einen

### Alleinkoch (m/w)

mit abgeschlossener Berufs-  
lehre und "es bizeli" Berufser-  
fahrung.

Sie führen unsere warme Küche  
selbständig und bilden mit  
unserer Pizzaiola ein schlagkräf-  
tiges Team.

Susanne und Roland Moeri  
Telefon 062 929 39 22

Restaurant-Pizzeria Rössli  
Aarwangenstrasse 24  
4923 Wynau  
roessli.wynau@freesurf.ch

153031/418025

### Couronne Hotel Krone Murten



Für unser 3-Stern-Hotel im Zentrum  
Murten am schönen Murtensee  
suchen wir per 12. Dezember

### Küchenchef Sous-chef Koch/Köchin

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung  
oder Ihren Anruf.

Familie Nyffeler  
Hotel Krone, Seeterrasse  
3280 Murten  
Telefon ab 30. Nov. 079 328 27 26

152923/26190

### Hotel Heiden



Zur Verstärkung unseres Teams suchen  
wir per Anfang Februar 2003 oder nach  
Vereinbarung folgende kompetenten und  
kreativen Mitarbeiter(innen):

### Commis de cuisine Servicefachangestellte/r

für unsere anspruchsvolle Gastronomie.  
Weitere Informationen über uns und die  
interessanten Arbeitsstellen geben Ihnen  
gerne unser Küchenchef, Herr Urs Meier,  
oder Caspar Lips, Direktor. Senden Sie uns  
Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen  
mit Foto. Wir freuen uns, Sie schon bald  
kennen zu lernen.

Hotel Heiden, Caspar Lips, Hoteller  
CH-9410 Heiden AR, Tel. 071 898 15 15  
Fax 071 891 11 86, info@hotelheiden.ch  
www.hotelheiden.ch



Gesucht auf Wintersaison 02/03

### Hofa

(anfangs Gouvernante)

in 4-Sterne-Seminar- und Sporthotel  
im aufstrebenden Toggenburg.

Sie sind für den ganzen Etagenbereich  
mit 32 Zimmern verantwortlich. Wenn  
Sie eine nicht alltägliche Herausforderung  
suchen, können wir Ihnen attraktive  
Anstellungsbedingungen anbieten.

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

\*\*\*\*Hotel Säntis  
Roland Sailer, Dir.  
Postfach 44  
9657 Unterwasser  
071 / 998 50 20  
saentis@beutler-hotels.ch  
www.beutler-hotels.ch

153027/72958

### Seeking Part-time Service Trainers

- For Hotel School
- Fluency in English
- Best References
- Flexible
- Dependable
- Team-Oriented

Please contact:  
Bénédict School Luzern  
Philipp Terry  
terry@benedict.ch  
Tel: +41 (0) 41 248 7000

### Bénédict

### Spitalverbund

REGION  
SCHWARZWASSER UND  
MITTLERES GÜRBETAL  
Spital Riggisberg

Wir suchen per 1.3.2003 oder nach Ver-  
einbarung für unser junges Küchenteam  
einen

### Koch m/w 100%

Es bereitet Ihnen Freude, unsere Pati-  
enten sowie die Besucher und Mitarbei-  
ter kulinarisch zu verwöhnen. Daneben  
vertreten Sie den Küchenchef und ver-  
stehen es, unsere Lehrlinge auszubilden  
und zu motivieren. Wenn Sie noch zwei  
bis drei Jahre Berufserfahrung aus dem  
Gastgewerbe mitbringen, rundet dies Ihr  
Profil ab. Wir bieten Ihnen die Möglich-  
keit zur Weiterbildung.

Frau M. Hilfiger erteilt Ihnen gerne wei-  
tere Auskünfte unter Tel. 031 808 71 71.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto  
richten Sie bitte an das  
Spital Riggisberg, Personal  
Eyweg 2, 3132 Riggisberg

152924/380164



Das sonnigste Gastro-Team in  
Wildhaus sucht noch  
folgende Mitarbeiter:

### Sous-Chef Demi-chef Commis

in Saison- oder Jahressstelle.  
Wir sind eine mittlere  
Küchenbrigade von 8 qualifi-  
zierten Mitarbeitern und  
wünschen uns kompetente  
Mitarbeiter, mit welchen wir  
unsere lustvolle, naturnahe  
und kreative Küche weiter  
verfeinern können. Wenn Sie  
sich inmitten eines interna-  
tionalen Sport- und Ferien-  
ortes so richtig wohl fühlen,  
erwarten wir gerne Ihre  
Bewerbung an: Paul Beutler,  
Hotel Sonne, 9658 Wildhaus.  
Tel. ++41(0)71/9992333 oder  
sonne@beutler-hotels.ch  
(www.beutler-hotels.ch)



### Servicemitarbeiterin

Vollzeit, Teilzeit oder als Aushilfe  
für unseren vielseitigen Betrieb.

Hotel Restaurant Jura  
Pub - Bar Donegal  
Bahnhofplatz 6 in 3210 Kerzers  
Christoph Zwahlen  
Telefon: 031 756 06 06

### Hotel Derby, Leukerbad

Wir suchen per sofort oder nach Über-  
einkunft, jedoch spätestens für die  
Wintersaison

- Küchenchef (Saisonstelle)
- Commis de cuisine
- Servicepersonal (Saisonstellen)
- Réceptionist/in

Wir sind ein 2-Stern-Hotel mit 50 Betten  
und einem à la carte-Restaurant.

Ihre Bewerbung nimmt entgegen:  
Wolfgang Zenklusen, Hotel Derby  
Lichtenstrasse 33, 3954 Leukerbad,

152945/20290

## SUISSE ROMANDE

## hoteljob

### LAST MINUTE - SAISON D'HIVER

... EMPLOYEURS ...

De nombreux candidats qualifiés et  
expérimentés dans la branche recherchent  
un nouveau défi.

Manifestez votre intérêt par un simple coup de  
fil à **Hoteljob Lausanne**, au **021 320 28 76**.

152943/84735



### Société suisse des hôteliers

Bureau de placement  
Rue des Terreaux 10  
CP, CH-1000 Lausanne 9

Telephone 021 320 28 76  
Téléfax 021 320 02 64  
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch



### HOTEL \*\*\*\* SUISSE MAJESTIC MONTREUX

Occuper un poste à responsabilités dans un hôtel \*\*\*\*  
de 139 chambres au bord du Lac Léman vous  
intéresse? Rejoindre une équipe jeune et motivée?  
Alors envoyez-nous votre dossier car nous  
recherchons:

### Un maître d'hôtel

Maîtrise du français, de l'allemand & anglais  
Expérience à un poste similaire  
Bonnes bases du programme Micros

Entrée immédiate.

Faire offre à M. Philippe von Escher  
45, av. des Alpes, 1820 Montreux  
E-mail: direction@suisse-majestic.ch  
Fax 021 966 33 01

152981/45578

## château villa SIERRE

Le restaurant et l'oenothèque du Château de Ville à Sierre  
cherche pour entrée à convenir

### son assistant(e) de direction

#### Son profil:

- expérience confirmée dans la restauration et solide  
compétence en vins valaisans
- personne de confiance ayant le sens des responsabi-  
lités, apte à diriger une équipe de 10 à 20 personnes
- esprit positif et doté de dynamisme, veillant à dévelop-  
per les activités du château
- connaissance du monde viti-vinicole du Valais
- maîtrise orale des langues (allemand, anglais, italien un  
autout)
- savoir-faire informatique (Word, Excel).

Intéressé(e) par ce challenge professionnel dans un châ-  
teau bénéficiant d'une excellente réputation, n'hésitez  
pas à adresser votre dossier complet à l'attention de Mme  
Christine Udry, directrice.

153019/421178

Hôtel 4\*, centre ville Genève cherche de suite ou à convenir

**Chef de cuisine**

Pour encadrer une équipe d'une quinzaine de personne.

Nous attendons vos offres complètes avec photo et lettre manuscrite sous chiffre 152991 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne

152991/12912

Occuper un poste à responsabilités dans un hôtel \*\*\*\* au bord du Lac Léman vous intéresse? Rejoindre une équipe jeune et motivée? Alors envoyez-nous votre dossier car nous recherchons:

**un(e) chef de réception**

et  
**une gouvernante**

Maîtrise parfaite du français, de l'allemand & anglais. Expérience à un poste similaire.

Très bonnes connaissances du programme Fidelio.

Entrée à convenir.

Envoyez votre dossier de candidature sous chiffre 153002 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

153002/45578

Hôtel\*\*\* dans la région genevoise recherche pour le début d'année 2003:

**une Assistante de direction**

**Réceptionnistes**

parlant français, anglais, allemand

**Femmes de chambres**

Veuillez adresser vos offres de candidature avec certificats sous chiffre 152942 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

152942/26072



SHMS is an international English speaking Hotel Management School, located above Montreux. Due to further expansion we have an opening for a

**LECTURER IN FINANCIAL & MANAGERIAL ACCOUNTING**

(Part time)  
Starting: February 2003

- Requirements:**
- A minimum of a university degree in Accounting or a related discipline
  - Previous teaching experience
  - Fluency in English
  - Knowledge of relevant computer software.
- If the above mentioned position interests you, please send or fax your resume to the attention of the Human Resources Department

SHMS Swiss Hotel Management School  
Route du Panorama 2, 1824 Caux  
Fax 021 962 95 56 - E-mail: shms@shms.com  
http://www.shms.com



... a World Leader in Hotel Management



SHMS is an international English speaking Hotel Management School, located above Montreux. Due to further expansion we have an opening for a

**LECTURER IN HOSPITALITY MANAGEMENT**

Full time  
Starting: February 2003

- Requirements:**
- A minimum of a university degree in Hospitality or a related discipline
  - Previous teaching experience at degree level
  - Fluency in English
  - Relevant industry experience.

If the above mentioned position interests you, please send or fax your resume to the attention of the Human Resources Department

SHMS Swiss Hotel Management School  
Route du Panorama 2, 1824 Caux  
Fax 021 962 95 56 - E-mail: shms@shms.com  
http://www.shms.com



... a World Leader in Hotel Management



**Hôtel Le Warwick**

GENÈVE

Afin de compléter notre équipe nous cherchons:

**Un(e) assistant(e) pour notre cheffe de réception**

Vos tâches:

- assister la cheffe de réception
- soutenir les équipes de réservation, réception et conciergerie
- excellent contact avec la clientèle

Vous:

- êtes en possession d'une expérience similaire
- maîtrisez l'Anglais et l'Allemand
- connaissez Fidelio
- êtes dynamique et souriant(e)
- êtes capable de prendre des initiatives

Nous:

- vous offrons un poste à responsabilité, varié dans une équipe jeune et dynamique
- des possibilités de carrières dans notre chaîne hôtelière

Nous nous réjouissons de recevoir votre candidature avec lettre manuscrite et photo.

Hôtel Warwick Genève  
Département RH  
14, rue de Lausanne, 1201 GENÈVE

152992/12912

**Tout sur Internet et les bénéfiques nets.**



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

**SVIZZERA ITALIANA**

www.ALBERGO LOSONE.ch

Zwischen Ascona und Locarno gelegen, sind wir das familienfreundliche Erstklass-Hotel (75% Stammgäste) mit der einmaligen südlichen Atmosphäre im grössten Palmengarten der Südschweiz.

Wir suchen zur Vervollständigung unseres jungen Teams, aufgestellte und motivierte Mitarbeiter mit Freude am Beruf.

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison **21. März - 31. Oktober 2003** noch zu besetzen.

Wir bieten attraktive Arbeitszeiten, Weiterbildung, Freizeitgestaltung, Saläre nach L-GAV. Gerne erwartet Frau Monja Montesel Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie sie an.

**Restauration**  
**Küche**  
Div. Chefs de partie  
Commis de cuisine

**Service**  
Chef de bar  
Commis de bar - Toumant  
Servicefachangestellte  
(Deutschkenntnisse erforderlich)

**Hotel**  
**Réception**  
RéceptionistInnen  
(D/I von Vorteil EF-Kenntnisse)

**Etage**  
Portier (D/I)  
Etagen-, Lingerie-Mitarbeiter

**ALBERGO LOSONE**  
Diego Glauz (Direktion)  
Monja Montesel (Personal-Wesen)  
CH-6616 Losone  
Telefon 091/785.70.00  
Telefax 091/785.70.07  
info@albergolosone.ch  
www.albergolosone.ch

**PRINCIPE LEOPOLDO & RESIDENCE**

Per poter completare il nostro giovane team alla ricezione, il nostro capo ricevimento sta cercando dal prossimo gennaio

**UN(A) ASSISTENTE**  
in grado di sostenerla nei diversi lavori di ricevimento di un hotel 5\*\*\*\*, che è appena stato nominato «l'hôtel dell'anno 2002» dalla Guait Millau Svizzera

Sono richiesti i seguenti requisiti:

- ottima preparazione professionale
- attitudine relazionale con la clientela e i colleghi di lavoro
- flessibilità per gli orari di lavoro
- eccellente presenza
- ottime conoscenze delle lingue i/d/t/uk
- Utilizzo Fidelio, World, Excel

I (le) candidati/e di nazionalità svizzera o titolari di un permesso valido sono pregati di inviare la loro offerta scritta, con CV, certificati e foto a:

**VILLA PRINCIPE LEOPOLDO & RESIDENCE**  
ATTN. DIREZIONE  
VIA MONTALBANO 5, 6900 LUGANO  
TEL. 091 985 81 13, FAX 091 985 81 18  
info@leopoldohotel.com - www.leopoldohotel.com

**Über Gastfreundschaft und Seilschaften.**

**htr**

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

**KREUZIGER SA LOCARNO**  
**HOTELS MURALTO\*\*\*\* & ZURIGO LOCARNO**  
Direkt an der blühenden Seepromenade

Zur Vervollständigung unserer Teams suchen wir

**Réceptionist/in D/E/I**  
Fidelioerfahrung, Eintritt ca. Januar

**Sous-chef Ristorante Muralto**  
Mittelmeer- und ital. Küche, Eintritt Ende Februar

**Assistent/in Food and Beverage**  
Einkauf, Controlling, Warenverteilung, Pflege, Verkaufsprogramme, PC-Erfahrung  
Eintritt nach Übereinkunft

**Servicemitarbeiter/innen**  
**Ristorante Muralto, D/I**  
Eintritt Anfang-Mitte März

**Etagenportier/Abblösung**  
**Nachtportier**  
Eintritt nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungen mit Zeugnis kopien an

**KREUZIGER SA LOCARNO**  
Doris Marie und H. P. Kreuziger  
Piazza Stazione 8, 6602 Locarno-Muralto  
Telefon 091 735 77 77

**ROMANTIK HOTEL ORSELINA TESSIN**  
6644 ORSELINA

Suchen Sie eine neue Herausforderung? Ab Januar 2003 bieten wir einer

**Réceptionsekretärin**  
(Stellvertretung Chef de réception)

Jahres- oder Saisonstelle. Sie haben Erfahrung an einer Hotelréception, sind verantwortungsbewusst, deutscher Muttersprache und besitzen gute mündliche und schriftliche Kenntnisse in F + E.

**Saucier / Sous-chef**  
ab Anfang März bis Ende Oktober 2003.

Möchten Sie in einem gepflegten Betrieb und in einem motivierten Team mitarbeiten? Moderne Wohnstudios mit Balkon stehen zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.  
Alberto Amstutz, Romantik Hotel Orselina  
6644 Orselina  
Tel. 091 735 735 0 / Fax 091 735 735 1

**Über Internet und nette Gäste.**

**htr**

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

**STELLENBÖRSE**  
**Gastro help**  
 DER GUTE JOB FÜR  
 HOTEL - GASTRO - TOURISMUS

**JAHRESSTELLEN**  
**Zimmermädchen** 4\*-Hotel Adelboden n. V.  
**Pizzaiolo** ital. Restaurant Engelberg sofort od. n. V.  
**Sous-Chef/in** Seminarhotel am Murtensee Feb 03  
**Chef de Service** à-la-carte Restaurant Murten Apr 03  
**Chef de rang** gehobene Gastronomie  
 Rapperswil sofort od. n. V.  
**Servicefachangestellte/r** Familienhotel Adelboden n. V.

**WINTERSAISONSTELLEN**  
**Hofa** 2\*-Hotel Kanton Wallis  
**Zimmerfrau** Wellnesshotel St. Moritz  
**Chef de partie** Erstklasshotels Kanton Wallis und Nähe St. Moritz  
**Chef pâtissier/ère** exkl. Restaurant Zermatt  
**Commis de cuisine** gutbürgerliche Küche Bergün und Riederalp/SV  
**Küchenbursche** Hotel/Restaurant St. Moritz  
**Sous-Chef/in** Spezialitätenrestaurant Riederalp  
**Hausbursche** m. Fahrausweis Familienhotel Films  
**Barman** an Schneebär Bergrestaurant Zermatt  
**Chasseur DFE** exkl. Speiserestaurant Zermatt  
**Servicefachangestellte/r** Bergün/GR und Saanen/BeO

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.  
 Frau Annelies Kranz gibt Ihnen gerne weitere Auskunft.  
**Weitere interessante Stellen auf**  
[www.gastrohelp.net](http://www.gastrohelp.net)  
 Bahnhofplatz 10  
 8853 Lachen  
 Tel. 055 462 35 25  
 Fax 055 462 35 27  
[www.gastrohelp.net](http://www.gastrohelp.net)  
 info@gastrohelp.net  
 153028/411927

**DOMINO GASTRO**  
*Wir Personal-Profi*  
 • Für Stellensuchende kostenlos  
 • Bei uns sind Sie in guten Händen  
 • Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen

**In Jahres- + Saisonstellen**

**Schnell und zuverlässig**

Zürich	01 432 73 73
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	055 415 52 84
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45

[www.dominogastro.ch](http://www.dominogastro.ch)  
 personal@dominogastro.ch  
**DOMINO GASTRO**

**www.gastro.ch** E-Mail [gastro@bluewin.ch](mailto:gastro@bluewin.ch)  
**Personal-Vermittlungen**  
 Tel. +41 794 751 133, +41 813 822 123, Fax +41 813 822 156  
 Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison- und Jahresstellen

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für **qualifiziertes Hotelpersonal**.  
 Verlangen Sie das Anmeldeformular.  
**Stellenvermittlungsbüro Hotelia**  
 A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09  
 134930/401646

**www.Arosa.com**  
**Stellenbörse von Arosa**

**IMAGE**  
**HS**  
**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](mailto:hotelservice@clix.pt)  
 122972/405488

Internationale Stellenbörse für Hotel- und Gastroprofis  
**www.horesto.ch**  
 Telefon +41 7 21 19 47  
 149350/418308

**1.351**  
**Hoteljobs**  
[www.hotel-career.ch](http://www.hotel-career.ch)  
  
 meet for success!

**www.gastro-S.ch**  


**JCW SERVICES**  
**ÜBERSETZUNGEN**  
**TRADUCTIONS**  
[www.jcwservices.ch](http://www.jcwservices.ch)  
 Waldhostr. 43 CH-4310 Rheinfelden  
 ☎ 061/422 06 57 Fax 422 06 56  
[info@jcwservices.ch](mailto:info@jcwservices.ch)  
 304913/152553

**Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.**  
**htr**  
 Abonnieren und inserieren:  
 Tel. 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**INTERNATIONAL**

Traditionelles, renommiertes Gourmet-Restaurant («Best of Ireland»-ausgezeichnet), Guide Michelin, 56 Plätze, kleine Cocktail-Bar und Privat-Essraum, in malerischem Städtchen an der Südküste Irlands, 20 Min. von Cork City und internationalem Flugplatz, sucht für das Jahr 2003, entweder ab 12. Februar oder 15. April, gut motivierte und ausgewiesene Fachkräfte. Das Restaurant ist nur abends geöffnet. Angenehmes Arbeitsklima mit Familienatmosphäre. Gute Gelegenheit, um die Englischkenntnisse zu verbessern und berufliche Erfahrung zu sammeln. Herrliche Natur für Sport aller Art und reger Betrieb im Ort.  
**Chef de partie**  
 für unsere renommierte Küche mit viel kreativer Freiheit. Abgeschlossene Lehre und Erfahrung in renommierten Gourmet-Betrieben mit à la carte-Service.  
 Angebote unter Chiffre 152878 an [hotel+tourismus@revue](mailto:hotel+tourismus@revue), Postfach, 3001 Bern.  
 152878/307870

*La Métairie en Périgord*  
 Hôtel/Restaurant \*\*\*  
 (Châteaux et Hôtels de France)  
 « La Métairie » im Tal der Dordogne / Südwestfrankreich ist ein kleines, gepflegtes Hotel (Chartreuse) mit 11 Zimmern und einer gehobenen Gastronomie. Gesucht ein initiatives, kooperatives und einsatzfreudiges  
**GASTGEBER-EHEPAAR**  
 welches die „Métairie“ jeweils im Sommer (1.4. - 31.10.) grösstenteils selbständig führt.  
 Er: Küche Sie: Service/Réception. Wollen Sie sich an diese Herausforderung heranwagen, dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen:  
 Familie H. Johner, Hotel Bristol, 3715 Adelboden  
 (www.la-metairie.com)  
 153006/221

**Wollen Sie Ihre berufliche Laufbahn mit einer einzigartigen Italienerfahrung bereichern?**  
 In einer der berühmten Weingegenden der idyllischen Toskana gelegen, suchen wir für unsere langjährig gewachsene Hotelanlage mit vielseitigem, internationalem und anspruchsvollem Publikum ab Februar/März 2003  
**jungen, initiativen Hoteldirektor**  
 Hotelfachschulabschluss, Flair für Organisation und Zahlen, Führungserfahrung, aber auch selbst einspringen und mitanpacken können, gehören ebenso wie Klasse und Gespür für ein schönes und gepflegtes Ambiente zu Ihren Stärken.  
 Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.  
 Angebote unter Chiffre 152925 an [hotel+tourismus@revue](mailto:hotel+tourismus@revue), Postfach, 3001 Bern oder [chianti.rubino@ricavo.com](mailto:chianti.rubino@ricavo.com)  
 152925/110728

**STELLENGESUCHE**

AB 1. DEZEMBER FREI  
**QUALIFIZIERTER PIZZAIOLO**  
 LANGZEITERFAHRUNG  
 Telefon 079 232 31 27  
 153018/421179

**SVIZZERA ITALIANA**

  
**KREUZIGER SA LOCARNO**  
**Hotels Muralto\*\*\*\* & Zurigo\*\*\*\***  
**Caffè-Ristorante al porto**  
**Confiserie-Boutique al porto**  
 Direkt an der blühenden Seepromenade  
 Wir suchen (Eintritt Februar 03 od. Übereinkunft)  
**DIREKTIONSASSISTENT/IN**  
 für folgende Aufgabenbereiche:  
 - Führung Direktionssekretariat  
 - Sales, Marketing, Programmgestaltung  
 - Aufnahme und Organisation von Anlässen  
 - Einsatz an der Réception - Gästebetreuung  
 Diese vielseitige Position erfordert:  
 - Abschluss Hotel- oder Touristikfachschule  
 - Réceptionserfahrung mit Fidelio, Word, Internet  
 - Sprachkenntnisse in D/E/IF  
 - Organisationsstalent  
 Kenntnisse der Region Tessin sind ein grosser Vorteil.  
 Wenn Sie diese interessante Position reizt, senden Sie uns bitte Ihre Bewerbung:  
 Doris Marie und Hans-Peter Kreuziger  
 Piazza Stazione 8, 6602 Locarno-Muralto  
 Telefon 091 735 77 77  
 153023/21270

**STELLENGESUCHE**

**WIE KANN ICH IHNEN HELFEN?**  
 als Geschäftsführer, Betriebsleiter, Küchenchef/F&B, Restaurantleiter, Journalist, Musiker, Golfspieler, Assistent, Aushilfe, Vollzeit oder auch nur vorübergehend. Vielseitig und für alles offen, suche ich (45) per sofort eine  
**NEUE HERAUSFORDERUNG.**  
 Ihr Angebot bitte unter Chiffre 152978 an [hotel+tourismus@revue](mailto:hotel+tourismus@revue), Postfach, 3001 Bern.  
 152978/421159

**Gesucht Servicestelle in BE und/oder Umgebung**  
 Tel. 031 302 02 16, Tel. G. 031 310 32 32  
 152977/421160  
**Über Internet und nette Gäste.**  
**htr**  
 Abonnieren und inserieren:  
 Tel. 031 370 42 22, Fax 031 370 42 23, [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

Suchen Sie einen **Personalassistenten** der im Personalwesen (Rekrutierung und/oder Personalförderung) eine neue Herausforderung anstrebt und sich beruflich neu orientieren möchte?  
 Wenn ja - dann bin ich genau diese Person. CH, 31-jährig, zielorientiert und voller Tatendrang. Mit solider Grundausbildung und als kaufm. Angestellter bringe ich unter anderem den Abschluss. Habe ich Ihr Interesse geweckt? Auf eine Antwort freue ich mich.  
 Telefon 078 / 671 91 17  
 E-Mail: [christoph.schwelger@hispeed.ch](mailto:christoph.schwelger@hispeed.ch)  
 152940/421135

**IMPRESSUM**

**htr hotel+tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi**  
**Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit**  
**Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs**  
 Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern  
 Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23  
 Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler  
 Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strehel  
 Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Andres Jakob, Marc Moser  
 E-Mail: [marc.moser@swissshotels.ch](mailto:marc.moser@swissshotels.ch), [matthias.beyeler@swissshotels.ch](mailto:matthias.beyeler@swissshotels.ch)  
**Anzeigenrat (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):**  
 - Frontseite / Première page: Fr. 1.58 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
 - Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.48 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
 - Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.38 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
 - Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.45 (inkl. MwSt. / TVA incluse)

**Termine:**  
 - Ausgabe Nr. 49/2002 Nr. 50/2002 Nr. 51/2002 Nr. 52/1/2003  
 - Erscheint Do 5. 12. 2002 Do 12. 12. 2002 Do 19. 12. 2002 Fr. 3. 1. 2003  
 - Anzeigenschluss Mo 2. 12., 12.00 Mo 9. 12., 12.00 Mo 16. 12., 12.00 Mo 23. 12., 12.00  
 - Wiederholungen Mo 2. 12., 12.00 Mo 9. 12., 12.00 Mo 16. 12., 12.00 Mo 23. 12., 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 Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.