

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 110 (2002)
Heft: 51-52

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>



PETER VOLLMER / «Ohne Seilbahnen können wir auch die Hotels schliessen», sagt der Direktor von Seilbahnen Schweiz. **SEITE 2**



FUSSBALL-EM 2008 / Was bringt der Mega-Event dem Tourismusland Schweiz? – Fachleute äussern sich zurückhaltend. **SEITE 3**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Himmlische Sehnsüchte

MARIETTA DEDUAL

Wenn Sie Ihre Hand ausstrecken und ins zu Ende gehende Jahr zurückgreifen könnten, was würden Sie zurückholen, welche Momente anhalten oder was anders tun? Haben Sie das Gefühl, dass Ihnen Momente und Situationen zu schnell verloren gegangen sind? Vergangene Zeit lässt sich nur als Erinnerung zurückholen, die gegenwärtige und die künftige Zeit kann jedoch gestaltet werden.

Advent und Weihnachten ist die Zeit der Besinnung. Wagen Sie die Gratwanderung zwischen Sentimentalität und Beschaulichkeit. Bad News gab es in diesem Jahr genug; jetzt ist der Moment da, sich eine Auszeit zu gönnen, sich – ohne falsche Scham – auf Gefühle einzulassen. Denn wenn nicht jetzt, in weihnachtlicher Stimmung, wann soll denn die Gefühlsebene bewusst gelebt werden?

Philosophisch betrachtet ist jeder Gedanke eine Möglichkeit mit der Tendenz, zu einer Wirklichkeit zu werden. Lassen Sie sich von Ihren Sehnsüchten davontragen, horchen Sie auf versöhnliche Töne und schaffen Sie Möglichkeiten – und entwenden Sie dem Leben die besten Augenblicke. Es gibt welche, in denen alles möglich ist und zugleich nichts sein muss. Diese sind mir die liebsten. Das ist Glück, das ist Poesie, das ist Liebe, das ist erfülltes Sein. Ein bisschen Himmel. Fröhliche Weihnachten!

Foto: Marietta Dedual



RUHE UND STILLE

Die bevorstehenden Weihnachtstage bieten auch Gelegenheit, bei einem Spaziergang Ruhe und Erholung zu suchen und die Schönheit des eigenen Landes zu entdecken.

Die nächste htr erscheint am Silvester.

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/8/9
Hotellerie	11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Marktnotizen	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



SEILBAHNEN SPECIAL / Finanzen, Technik und Zukunft Mehr Schnee muss her

Die Hauptsaison für die Seilbahnen ist und bleibt der Winter. Um sich jedoch nicht jedes Jahr über Petrus' Starsinn und die Konkurrenz ennet der Grenze mit ihren grösseren Kunstschneeflächen zu ärgern, setzen sich einzelne Bündner Unternehmen stark für die künstliche Beschneidung von 20 bis 25 Prozent der Pisten ein. Weil der Unterhalt von Beschneidungsanlagen aber ins Geld geht, fordern dieselben Bergbahnen weiter, die Anlagen dem Service Public zuzuordnen. PeterVollmer, Direktor von Seilbahnen Schweiz, bezeichnet diesen Ansatz im htr-Interview als «verlockend». Er

gibt allerdings zu bedenken, dass man sich umso mehr die Frage stellen müsse, wo man beschneien wolle: «Der Anspruch kann nicht sein, die Schweiz flächendeckend im Giesskannenprinzip zu beschneien.»

Anderer Bahnen wie etwa die Davoser Jakobshorn-Bahnen wagen sich demgegenüber ins Hotelgeschäft und versuchen so, ihr Kerngeschäft zu alimentieren. Auch der Zusammenschluss kleiner Unternehmen zu einer einzigen Seilbahnunternehmung ist für viele ein Weg, in harten Zeiten überleben zu können. **MG**

Seiten 2, 4 und 5

GASTROFARRER / Gespräche und Beisammensein Offenes Ohr für die Branche

In der Stadt Basel hat die Gastroseelsorge Tradition. Bereits seit 1925 ist in der Stadt am Rheinknie ein Pfarrer extra für die Beschäftigten aus Hotellerie und Gastronomie im Einsatz. Die Seelsorge ist gratis und der heutige Gastropfarrer Thawm Mang fast rund um die Uhr für Notfälle erreichbar. «Wir von der Kirche müssen für alle ein offenes Ohr haben», so Mangs Credo. Neben den Gesprächen ist auch gemeinsames Beisammensein wichtig. Deshalb organisiert der aus Asien stammende Mang alle zwei Wochen einen Nachmittagstreff mit Gesprächen, Gesang, Kaffee und

Kuchen. «Dazu sind alle herzlich eingeladen», so Thawm Mang.

Der junge Gastroseelsorger hat in Küche und Service Erfahrung. «Ich war während einem Jahr in der Basler «Schlüsselzunft» tätig.» Die Arbeit habe ihm Spass gemacht und das Team sei toll gewesen. Thawm Mang wurde 1969 in Burma geboren. Der Sohn eines reformierten Pfarrers studierte zuerst Botanik. Nachdem er 1988 nach Indien geflohen war, wo er Theologie studierte, emigrierte er in die Schweiz. Seit Oktober 2001 ist Mang nun Gastroseelsorger bei der Stadtmission Basel. **MEKDST**

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

REBAG DATA AG

hotel informatik

keys

protel

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

Soondring 36 8124 Adliswil 01-711-7410 01-711-7429 www.rebag.ch

Miele

Wäscherei-Leasing
3.75 %

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

Miele Professional
Tel. 056 / 417 24 62

HOGATOTAL

EDV-Gesamtlösung • WIN • Linux • Intranet

SEIT ÜBER 15 JAHREN: Front- und Backoffice, FIBU, Lohn, MWST gem. Vorschrift Zeiterfassung gem. Arbeitsvertrag, Schliesssystem: neu auch mit Fingerprint!

AOP AOP-Schulze, EDV-Rehabilitation
Sesstrasse 23 • CH-8328 Hegn
Tel. 071 841 58 28 • Fax 071 841 58 28
aop@net4.ch • www.net4.ch/aop

MIRUS SOFTWARE

Ausgereifte Software hilft Zeit sparen. Ohne Kompromisse.

Bereits über 1500 Betriebe profitieren von den hervorragenden Funktionen unserer Mitarbeitermanagement-, Finanzbuchhaltungs-, Kreditoren- und Debitorensoftware sowie unserem überdurchschnittlichen Kundendienst. Und die stetig wachsende Anzahl der begeistertsten Kunden ist nicht zu bremsen!

MIRUS Software

Weil Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.
MIRUS Software AG • Mattenstrasse 10 • 7270 Davos
Telefon 081 415 66 88 • Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch • E-Mail: info@mirus.ch

IN KÜRZE

Arbeitssicherheit / Rasches Handeln ist dringend nötig: Viele Betriebe hatten dieses Jahr trotz abgelaufener Übergangsfrist einen Rückstand beim Umsetzen der ASA-Richtlinien. Auch im nächsten Jahr werden wiederum Kurse zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz angeboten. **Seite 6**

Casinos / 17 der geplanten 21 Schweizer Casinos haben ihren Spielbetrieb bereits aufgenommen. Eine erste Bilanz zeigt, dass ein reger Besucherzulauf zu verzeichnen ist. **Seite 7**

Saastal / Der Zusammenschluss der drei Verkehrsvereine Saas Almagell, Saas Grund und Saas Balen zu Saastal Tourismus eröffnet der Region neue Perspektiven. Dank der Bündelung der Kräfte entstehen höhere Marktchancen. **Seite 9**

Kempinski / Das ehemalige St. Moritzer «Parkhotel Kurhaus» wurde von der Kempinski-Gruppe zum Fünf-Sterne-Resort «Kempinski Grand Hôtel des Bains» umgebaut. Der Andrang am Tag der offenen Tür war enorm. **Seite 11**

Seelsorge / Hilft bei Lebenskrisen und Integrationsproblemen: Der als Gastroseelsorger bei der Stadtmission Basel tätige, aber in Burma aufgewachsene Thawm Mang hat immer ein offenes Ohr für die Mitarbeitenden im Hotel- und Gastgewerbe – ob bei privaten oder beruflichen Problemen. **Seite 13**

Wein / International preisgekrönt: Alois Kracher ist einer der höchstprämierten Winzer Österreichs – und dies, obschon er vor allem Süsseweine produziert. Zu seinen grössten Fans gehören Robert Parker und der Wine Spectator. **Seite 14**

Portrait / Vom Brauerei-Lehrling über leitende Funktionen in Afrika und bis hin zum Leiter der Feldschlösschen-Produktionsbetriebe: Alfred J. Bucher blickt auf eine Karriere im Biergeschäft zurück, die ihrgleichzeitig sucht. **Seite 15**

Technik / Hinter den Kulissen der schönen Wellness-Landschaften braucht es Profis – etwa fürs Energiesparen oder für die Lärmbekämpfung, denn diese Massnahmen müssen von Anfang an eingeplant werden. Ein weiterer heikler Punkt: die Wahl der richtigen Baumaterialien. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Feiertage / Nur etwa 30 Prozent der Tischgenossen werden an Silvester im Hotel übernachten. Und verschiedene Neuheiten markieren in diesem Jahr den Festschmaus in den verschiedenen Luxushotels in der Romandie – eine nicht ganz erschöpfende Bilanz dazu. **CF Seite 1**

Genf / Kultur und Tourismus sind keine Gegensätzlichkeiten, sondern können sogar miteinander verbunden werden. Dies ist die Schlussfolgerung des 4. Tourismusgipfels in Genf und Chamonix. **CF Seite 2**

Wallis / Olivier Chevallaz, der Direktor der Schweizer Tourismus-Schule in Siders, hat sich entschieden, seinen Posten auf Ende Jahr zu verlassen. Nach einer bereichernden und motivierenden Zeit will er zu neuen Ufern aufbrechen. **CF Seite 3**

Traiteur-Service / Die Event-Restaurations ist voll im Aufschwung. Im Verlauf der letzten Jahre kann ein Aufschwung zugunsten dieses Traiteur-Service verzeichnet werden – allerdings im von der Kundschaft eng gesteckten Rahmen. **CF Seite 5**

FORUM

Zukunft der Marke Dreiseenland

MONIKA SCHNEEBERGER*

Eine geografisch gesehen logische, gemeinsame Marke heisst noch lange nicht, dass die nötige Identifikation da ist, um gemeinsam zu werben. Der letzte, leider vor allem an den politischen Strukturen gescheiterte Versuch, ist auch noch nicht lange her.



Im Jahre 1998 versuchte man nämlich schon einmal vergeblich diese Marke zu lancieren. Das ist wohl mit ein Grund, warum die Tourismusverantwortlichen von Neuenburg sowie Yverdon am ersten Workshop «Netzstadt Dreiseenland – Helvétie-Cité» fehlten.

Die Expo.02 brachte mit der Idee «Dreiseenland» als Marke leider keine neuen Lösungsansätze, sondern eine «alte» Erwartungshaltung, die man nur allzu gut kannte – ebenso wie die Hürden, die für diese schöne Idee zu nehmen sind.

Es war deshalb nicht erstaunlich, dass diese Aktion keinen Begeisterungssturm auslöste. Wenn die Expo.02 schon die Hoffnung weckt, nationsbildende Wirkung zu haben, dann ist die Hau-Ruck-Strategie «Ihr müsst jetzt einfach, weil wir so viel investiert haben» vielleicht nicht die beste.

Die Exponenten für die Marke «Dreiseenland» sind deshalb auch nach der Expo.02 nicht viel zahlreicher geworden. Die meisten haben die letzten Versuche noch miterlebt – die Motivation für einen neuen Versuch ist bei vielen Touristikern noch im Keller.

Fazit: Identifikationsprozesse sind langsame Prozesse und können nicht erzwungen werden. Welchen Sinn hat also die Pflege der Marke Dreiseenland, wenn die Hälfte der betroffenen Organisationen nicht mitzieht?

Möglich sind bilaterale Projekte und Kooperationen. Es bleibt also trotzdem ein bisschen Hoffnung für den nächsten Workshop «Netzstadt Dreiseenland – Helvétie-Cité» im März 2003.

Das Rezept für die Folgejahre heisst: Ist eine Reform der nationalen Tourismuspolitik nötig? Die Grenzen verwischen immer mehr.

Es wäre zumindest prüfungswert. Ich würde mich vorerst wirklich freuen, wenn ich unsere Berufskollegen von Neuenburg und Yverdon wieder am Verhandlungstisch begrüssen könnte!

* Geschäftsführerin von Murten Tourismus

PETER VOLLMER / Der Direktor von Seilbahnen Schweiz und dem Verband öffentlicher Verkehr über die Verkehrsallianz, das Investitionshilfegesetz und den Wunsch nach einem Tourismusgesetz. **INTERVIEW: GREGOR WASER**

«Ohne Bergbahnen keine Hotels»

Herr Vollmer, wie beurteilen Sie die Allianz zwischen dem öffentlichen Verkehr und den Seilbahnen in der Schweiz?

Jüngste Studien zeigen klar auf: Die hervorragende öffentliche Erschliessung der Tourismusgebiete ist gerade auch im Ausland ein wichtiger Pluspunkt, der vielfach gelobt wird. Dabei stehen nicht nur die guten Verbindungen im Vordergrund, auch Abonnements wie die Swiss Travel Card treffen die Bedürfnisse unserer Gäste. Die optimale Verknüpfung des öffentlichen Verkehrs mit den Seilbahnen ist eine absolute Notwendigkeit.

Welche Erwartungen setzen Sie in die künftige Zusammenarbeit?

Gegen zwei Millionen Halbtax-Abonnenten sowie die 250 000 GAKunden stellen für die Seilbahnen ein sehr wichtiges Segment dar, auf das künftig noch kundenorientierter reagiert werden kann. Denn es geht nicht nur um das bloße Erteilen von Vergünstigungen. Halbtax- und GAKunden können mit den richtigen Marketinginstrumenten touristisch stärker eingebunden werden. Eine enge Kooperation kann eine umfassende Kundenkarte schaffen, bei welcher der Tourismus noch stärker integriert ist. Die Angebotspalette von Railway beispielsweise verdeutlicht die Vielzahl interessanter, kombinierter Angebote.

Und wie stehen die Chancen für eine neuerliche Zusammenarbeit mit Graubünden, das aus der Allianz mit dem öffentlichen Verkehr teilweise ausgeschlossen ist?

Die Situation ist nicht ganz einfach. Es braucht jetzt eine Ruhepause, um wieder gegenseitig Vertrauen aufbauen zu können. Die Lücke mit den Bündner Bergbahnen besteht vorerst weiterhin.

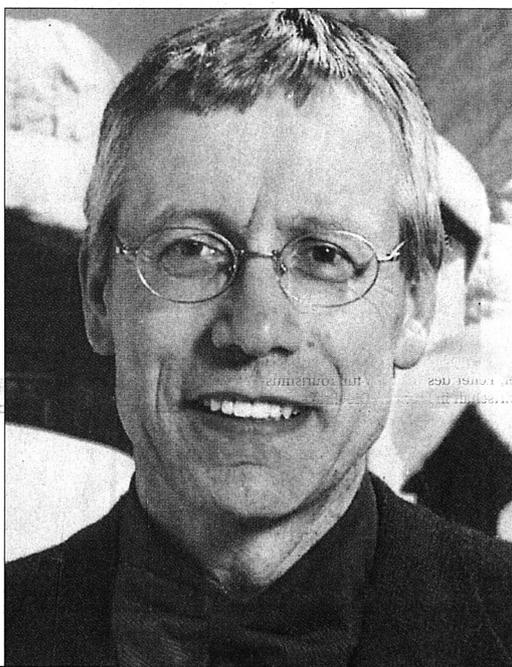
Kürzlich hat ein Seco-Schreiben für Unruhe gesorgt. Gemäss neuer Finanzpolitik sollen Darlehen und Investitionshilfen gekürzt werden. – Ein Schock für jene Seilbahnen, die auf öffentliche Gelder angewiesen sind?

Hier handelt es sich nicht um einen Entscheid, sondern bloss um ein etwas verunglücktes Schreiben von einer Verwaltungsverstelle zur anderen. Die Absicht des Seco ist, mit den Investitionshilfe-Geldern strenger in der An-

Zur Person

Peter Vollmer (56) studierte an der Universität Bern Staatsrecht, Soziologie und Volkswirtschaft. Nach verschiedenen Stationen (Stiftung für Konsumentenschutz, Lehrtätigkeit an Gymnasien und Hochschulen, VPOD, SBB) übernahm er im Jahre 2000 die Direktion des Verbands öffentlicher Verkehr und der Seilbahnen Schweiz. Seit 1989 ist Vollmer Nationalrat (SP) und zurzeit Präsident der Kommission für Verkehr und Telekommunikation. **GW**

Foto: ZNG



PETER VOLLMER

«Die optimale Verknüpfung des öffentlichen Verkehrs mit den Seilbahnen ist eine absolute Notwendigkeit.»

wendung zu sein, die Voraussetzungen und Konzepte strenger zu prüfen und keine Objektfinanzierung zu leisten, wo keine Überlebenschancen bestehen. Der Tourismus und die Bergbahnen stehen ja in verschiedener Hinsicht in einem Strukturwandel, der in den nächsten Jahren beschleunigt wird. Mit den Investitionshilfe-Geldern überlegt Strukturhaltung zu betreiben, ist sicher nicht gut. Einfach nur den Markt spielen zu lassen, ist aber auch nicht im Interesse der Tourismusbranche. Wenn wir keine Bergbahnen mehr haben, können wir auch die Hotels schliessen.

Die Seilbahn-Branche steht vor einem Wandel. In welcher Phase befindet man sich auf dem Weg zu einer Neustrukturierung?

Die Ausgangslage mit der enormen Kleinststrukturierung ist nicht einfach. Total verfügen wir über 450 Unternehmen und weitere 180 eher Hobbybetriebe, die zum Teil in den einzelnen Regionen sehr isoliert dastehen. Und nun sind wir in einer kritischen Phase: die meisten Anlagen sind vor 20 bis 25 Jahren gebaut worden und der Erneuerungsbedarf kommt allerorts zusammen. Geht es nun um Fusionen und Zusammenschlüsse, muss man sich bewusst sein, dass der Aufruf zu dieser Strategie nicht schweizweit 1:1 umgesetzt werden kann. Gerade im Voralpenbe-

reich übernehmen Kleinstbetriebe wichtige lokale Aufgaben. Hier kann man nicht beliebig zusammenlegen, öffentliche Gelder sind in solchen Fällen oft weiterhin notwendig.

Dann drängen Sie Ihre Mitglieder nicht kategorisch in Richtung eines Zusammenschlusses?

Unsere Aufgabe ist es, die Unternehmen zu sensibilisieren, unsere Instrumente zur Verfügung zu stellen und gemeinsame Marketing- oder Ausbildungsaufgaben zu lancieren. Die unternehmerischen Entscheide muss jeder selber fällen. Gleichzeitig nehmen wir aber unsere Möglichkeiten wahr, bei der Steuerung der öffentlichen Gelder mitzureden und mitzuhelfen, dass der Prozess in jene Richtung läuft, bei der die Gesamtbranche profitieren kann.

Wie ist das Verhältnis der Seilbahn-Branche zu den Banken?

Wir haben die gleichen Schwierigkeiten wie andere Branchen. Der Schrittwechsel von der Wertbeurteilung hin zu der Ertragsbeurteilung hat zu einer neuen Situation geführt. Viele Betriebe müssen nun mit schlechteren Konditionen leben. Natürlich sind wir mit den Banken im Gespräch und sie zeigen sich durchaus beweglich. Nicht zuletzt auch darum, weil sie selber bei vielen Unternehmen beteiligt sind und unsere Branche als Teil des touristischen Netzwerkes für andere Engagements grosse Bedeutung hat.

Die ausländische Konkurrenz hat die Schweiz bei den Beschneigungsanlagen weit hinter sich gelassen. Welche Kosten zeichnen sich hier ab, um den Rückstand aufzuholen?

Im Vergleich mit den unmittelbaren Konkurrenten beläuft sich der Rückstand bei den Investitionen auf rund zwei Milliarden Franken. Doch man muss bei diesem Vergleich aufpassen: wir haben eine viel kleinstrukturierte Szene als unsere Konkurrenten im Südtirol, in Frankreich und Österreich. Vergleicht man nur die Grossstationen, stehen wir gar nicht so schlecht da.

Bereits fragen sich einzelne Betriebe, ob es sich bei der Beschneigung nicht um einen Service Public handle. – Berechtigterweise?

Der Ansatz ist natürlich verlockend. Das Problem ist aber komplizierter. Denn dann muss man sich umso mehr die Frage stellen, wo beschneit wird. Der Anspruch kann ja nicht sein, die Schweiz flächendeckend im Giesskannenprinzip zu beschneien. Auf lokaler Ebene sieht das anders aus, hier gehört das Thema in die regionale Seilbahnstrategie. Hier kann es Sinn machen, wenn die Gemeinde hilft.

Sie haben letzte Woche im Nationalrat eine Motion eingereicht, die ein Tourismusgesetz vorsieht. Welche Überlegungen stehen dahinter?

Es geht um die Bündelung: Die Tourismusförderung wird heute mit verschiedenen, jedoch oft wenig koordinierten Erlassen gewährleistet. Jedem wenn irgendwo ein Kreditgefäss ausläuft, muss das wieder erneuert werden. Die Gesamtschau hat in anderen Ländern wie zum Beispiel in Österreich einen viel höheren Stellenwert.

Ein neues Tourismusgesetz?

SP-Nationalrat Peter Vollmer hat vergangene Woche eine Motion eingereicht, die den Bundesrat beauftragt, dem Rat ein Tourismusgesetz zu unterbreiten. Das Gesetz soll in einer Gesamtsicht die Aufgaben und Massnahmen des Bundes im Bereich des Tourismus bündeln und transparent machen, um dadurch dem wichtigen Wirtschaftszweig besser ge-

recht werden zu können. Vollmer begründet diesen Vorstoss damit, dass sich der vor einigen Monaten vom Bundesrat verabschiedete Tourismusbericht zwar um eine Gesamtschau bemühe, aber auf eine umfassende Umsetzung der Erkenntnisse verzichte, da nur einzelne Instrumente erneuert oder verlängert werden sollen. **GW**

KV-REFORM / Bereiche Hotellerie, Gastronomie und Tourist Office

Branchenausbildung ab 2004

Ab August 2004 erhalten die kaufmännischen Lehrlinge im Tourismus eine branchenspezifische Ausbildung: Die Tourismusbereiche Hotellerie, Gastronomie und Tourist Office sind vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie als Ausbildungs- und Prüfungsbranche zugelassen worden. Die Branchenverbände Hotel & Gastro (Information sowie der Verband Schweizer Tourismusdirektoren erhalten dadurch

die Gelegenheit, die Inhalte und Lernziele der Auszubildenden mitzugestalten. Das teilt hotellerieuisse in einer Medienmitteilung mit.

In der Praxis werden die Berufsbildner (ehemals «Lehrmeister») die Leistungen der Lehrlinge im Betrieb benoten. Das soll anhand von so genannten «Arbeits- und Lernsituationen» sowie der Beschreibung von Arbeitsprozessen geschehen. Ab März 2003 werden die

Berufsbildner durch speziell trainierte Animatoren in diese neuen Beurteilungsinstrumente eingeführt.

Die tourismusspezifische Ausbildung für Kaufleute wird in allen Landessprachen und in allen Regionen der Schweiz angeboten. SST

Zur Reform der kaufmännischen Grundausbildung: www.rkg.ch / Flyer der Branche Hotel-Gastro-Tourismus: www.swiss-hotels.ch

GRAND HOTEL PARK / Das Gstaader Hotel ist verkauft worden

Wieder in Schweizer Händen

Donata Bertarelli Spaeth, Mitbesitzerin des Schweizerischen Biotechnologiekonzerns Sero, hat das Gstaader Fünf-Sterne-Hotel Grand Hotel Park gekauft. Das Hotel gehörte seit 1999 zur Seaside Hotels GmbH & Co KG, die im Besitz der deutschen Unternehmerfamilie Theo Gerlach ist. Die Übernahme tritt auf 1. April 2003 in Kraft. Welches Konzept die neue Besitzerin mit dem Luxus-hotel realisieren will, bleibt of-

fen. «Es ist zu früh, etwas darüber zu sagen», so Christian Raymond, zuständig «für die Geschäfte der Familien Bertarelli». Er zeigt sich überrascht, dass die Meldung zum Besitzerwechsel bereits veröffentlicht worden ist. Gregor Gerlach, Sohn von Theo Gerlach, gibt unter anderem die «hohen Kosten in der Schweiz» als Grund für den Verkauf an. Die Managementaufwendungen im «Grand Hotel Park» stünden in

keinem Verhältnis zum Umsatz. «Das Haus hat uns in vielerlei Hinsicht viel Arbeit gemacht», so Gerlach junior. Das Gstaader Hotel hat unter Theo Gerlach mit häufigen Direktoren-Wechseln von sich reden gemacht.

Zur Seaside-Hotels-Gruppe gehören Hotels in Deutschland und Spanien. Gerlach junior zeigte sich offen, wieder ein Hotel in der Schweiz zu erwerben: «Wenn sich eine gute Gelegenheit bietet, warum nicht?» CK

AVE / Die Allgemeinverbindlichkeit des L-GAVs ist für 2003 gesichert

Bundesrat stimmt zu

Mit Entscheid vom 12. Dezember 2002 hat der Bundesrat die Allgemeinverbindlichkeit (AVE) des Landes-Gesamtarbeitsvertrags des Gastgewerbes (L-GAV 98) für das Jahr 2003 verlängert. «Damit haben wir ein zentrales strategisches Ziel erreicht», sagt Thomas Jaissli, Leiter des Rechtsdienstes von hotellerieuisse.

Nach Einsprache der Gewerkschaften Unia, Syna und VHTL hatte der Bundesrat im vorletzten Jahr dem AVE-Gesuch für die Jahre 2002 und 2003 nur für das Jahr 2002 entsprechen. Die Verlängerung der AVE für das Jahr 2003 machte er vom Beitritt dieser Gewerkschaften oder einer entsprechenden Vereinbarung abhängig.

AUFNAHME IN DIE SOZIALPARTNERSCHAFT

In den letzten Verhandlungen im Oktober 2002 einigten sich die heutigen Vertragspartien hotellerieuisse, Gastrosuisse und AGAB sowie die Hotel & Gastro Union mit den neuen Gewerkschaften. «Es konnte ein Agreement vereinbart werden, wonach die Gewerkschaften per 1. Juli 2003 nach Abschluss der Lohnverhandlungen für das Jahr 2004 der Sozialpartnerschaft beitreten werden», sagt Jaissli. Hierauf hat der Bundesrat einer Verlängerung der AVE für das Jahr 2003 zugestimmt. «Die Gewerkschaften Unia, Syna und VHTL hatten sich seit 1998 um einen Beitritt zum L-GAV 98 bemüht», sagt Jaissli. «Der Bundesrat hat in seinem letzten AVE-Entscheid gestützt auf das AVE-Gesetz einen Anspruch der Gewerkschaften auf Aufnahme in diese Sozialpartnerschaft klar festgehalten.»

An der DV von hotellerieuisse im Juni 2003 in Pontresina soll der L-GAV im neuen sozialpartnerschaftlichen Umfeld diskutiert werden. TRU

KURZ UND BÜNDIG

McDonald's USA. Die weltgrößte Schnellrestaurantkette McDonald's hat mit der Pasta-Kette Fazoli's ein Gemeinschaftsunternehmen (Joint Venture) gegründet, wie McDonald's mitteilt. Die Übereinkunft ermögliche auch eine vollständige Übernahme der Fazoli's-Restaurants. Fazoli's betreibt mehr als 400 Lokale in 32 US-Bundesstaaten. McDonald's erwartet im vierten Quartal einen Verlust von fünf bis sechs Cents pro Aktie. CM

Jungfrau Region. Der Marketing Kooperation Jungfrau (MKJ) tritt per 1. Januar 2003 als neuestes Mitglied die Schilthornbahn bei, nachdem die ursprünglichen Uneinigigkeiten beigelegt werden konnten. Laut Medieninformation konnte die MKJ mit dieser Aufnahme vervollständigt werden. Nun seien alle wichtigen Leistungsträger der Jungfrau-Region vereint. Die MKJ sei «die jüngste, bedeutendste touristische Organisation der Schweiz». TRU

FUSSBALL / Die UEFA hat den Zuschlag gegeben: Die Schweiz und Österreich sind Austragungsort der Fussball-EM 2008. Was bringt der dreiwöchige Mega-Event dem Tourismusland Schweiz? SONJA STALDER

Belebung: ja, Revolution: nein

Der Jubel letzte Woche war riesig: Die UEFA hat die Schweiz und Österreich zum Austragungsort der Fussball-EM 2008 erkoren. Die Zeitungen titelten in grossen Lettern: «Ein Trumpf für die ganze Schweiz», oder: «Das tut unserm Land gut». Der Zürcher «Tages-Anzeiger» schrieb: «Niemand hat ausgerechnet, was die EM 2008 der Schweiz wirtschaftlich bringt. Alle sind aber sicher: Es wird sehr viel sein.»

Tatsächlich? Stimmt diese Behauptung auch aus touristischer Sicht? Der Basler Hotelier-Vereins-Präsident, Raeto Steiger, relativiert: «Die EM ist keine Revolution, sie bringt nicht Tausende von Bussen nach Basel.» Er ist aber überzeugt, dass die Schweiz im Ausland dank der EM positiv ins Bewusstsein gerückt wird. Ähnlich sieht es Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft in Luzern: «Die direkt messbare ökonomische Wirkung wird beschränkt sein. Die EM bringt aber sicher eine gewisse Belebung.»

EINE MILLION LOGIERNÄCHTE

Schweiz Tourismus (ST) schätzt, dass die EM 300 000 zusätzliche Gäste und 1 Million Logiernächte bringen wird. – «Das könnte drinliegen», beurteilt Jürg Stettler, der gemeinsam mit anderen Projekt-Partnern die Auswirkungen von Sportgrossanlässen untersucht hat. Profitieren werden laut Stettler in erster Linie die Austragungsorte Basel, Bern, Genf und Zürich.

Alle Befragten sind sich einig: Die EM wird interessante, sprich: kaufkräftige Gäste in die Schweiz führen. «Die EM lockt nicht nur das klassische Fan-Publikum an, sondern auch Sponsoren und VIP-Gäste», sagt Daniela Bär, Medienverantwortliche bei ST. Von einem «Sehen-und-gesehen-Werden» der Politik und Wirtschaft spricht Jürg Stettler. Für die UEFA-Delegation und die Fussball-Teams selber sind jedenfalls Hotels der obersten Kategorien vorreserviert worden (siehe Kasten).

Der «Crowding-out-Effekt» – das Verdrängen anderer Gäste – ist unter

Foto: Zg



JUBEL ÜBER DEN ZUSCHLAG DER UEFA

In Österreich und der Schweiz war der Jubel über den Zuschlag der UEFA für die Fussball-EM 2008 gross. Fachleute gehen allerdings davon aus, dass aus touristischer Sicht die direkt messbare ökonomische Wirkung beschränkt sein wird.

den Deutschschweizer Austragungsorten nur für Bern ein Thema: «Die Monate Mai und Juni gehören bei uns zu den bestausgelasteten Monaten», sagt Patrik Scherrer, Mediensprecher des Berner Hotelier-Vereins. Die Berner planen deshalb, ihre Stammgäste – meist Business-Kunden – im Voraus zu informieren. Stettler empfiehlt im Weiteren, im Falle von Kapazitätsengpässen die gesamte Servicekette im Auge zu behalten: «Wenn der Gast anruft, müssen alle wissen, was sie antworten sollen.» – Beim Präsidenten der Zürcher Hoteliers, Guglielmo Brentel, löst das Wort «Kapazitätsengpass» ebenso wie bei seinem Basler Kollegen allerdings bloss Skepsis aus: «Im Moment kämpfen wir mit

Überkapazitäten.» Beide verweisen zudem auf die zusätzlich geplanten Hotelbetten in Zürich und Basel.

Vor diesem Hintergrund dürften auch Investitionen in touristische Infrastrukturen kein Thema sein. «Der eine oder andere Hotelier wird vielleicht eine Renovation früher machen als geplant. In diesem Sinne wird es primär zu einer zeitlichen Verlagerung, aber kaum zu zusätzlichen Investitionen kommen», vermutet etwa Jürg Stettler. Brentel geht davon aus, dass das neue Stadion in Zürich «so wieso gekommen wäre, und jetzt halt umso sicherer kommt.» Einzig Scherrer nennt ein neues Parkhaus als mögliche Berner Investition.

Auf länderübergreifender Ebene finden laut Österreich Werbung «bereits seit geraumer Zeit Gespräche mit Schweiz Tourismus bezüglich einer gemeinsamen Vermarktung der Fussball-EM 2008 statt». ST-Geschäftsleitungsmitglied Jörg Krebs bestätigt, dass Gespräche stattgefunden haben, wenn auch noch nicht zum Thema Fussball-EM. Daniela Bär kann sich aber vorstellen, dass grenzüberschreitende Packages möglich sein werden. – Wie sagt Jürg Stettler so schön: «Vielleicht ist die EM für die Schweizer Touristiker eine gute Basis, um mit dem Erzfeind Österreich die Zusammenarbeit zu üben.»

Wo Funktionäre und Spieler schlafen

Das **Bewerbungsdossier Österreich-Schweiz beinhaltete neben Informationen über Stadien, Ticketing etc. auch solche zur Beherbergung. Die UEFA-Delegation wird in der Schweiz voraussichtlich in den folgenden Hotels nächtigen: «Intercontinental» (Genf), «Allegro» (Bern), «Bellevue Palace» (Bern), «Swissôtel» (Basel) sowie «Marriott» (Zürich). Als Hotels für die Fussball-Teams vorgesehen sind: Radisson SAS Hotel (Basel), «Bürgerstock», Grand Hotel Quellenhof (Bad Ragaz), «Arabella Sheraton Atlantis» (Zürich), «Lausanne Palace & Spa», «La Réservé» (Genf), «Des Trois Couronnes» (Vevey), «Le Mirador» (Mont-Pèlerin) sowie Grand-Hotel BASPO (Magglingen). Weitere Hotels sind für**

die **Schiedsrichter und die Medien-schaffenden vorreserviert. Insgesamt handelt es sich um 26 Hotels, die 1926 Zimmer blockiert und sich zu einer gewissen Preisbindung bereit erklärt haben.**

Das **Beherbergungskonzept ist in Zusammenarbeit mit hotellerieuisse entstanden. Inzwischen hat der Verband weitere 500 Hotels in der gesamten Schweiz angeschrieben, um Kontingente für die Gäste zu bekommen. Die Hoteliers haben geantwortet: 3500 Zimmer sind gesprochen. Im Frühling sollen nun die Vorverträge mit den EM-Verantwortlichen abgeschlossen werden. Derzeit wird zudem überprüft, ob das Ticketing über SDM organisiert werden kann.** SST

NACHHALTIGKEIT DURCH MARKETING BEEINFLUSSEN

In einem gewissen Mass liegt es allerdings auch in den Händen der Touristiker selbst, die ökonomische Wirkung und die Nachhaltigkeit zu beeinflussen. Jürg Stettler rät zu «cleveren Pauschalpaketen mit Angeboten, die über die EM hinausreichen». Gerade die bevorstehende Medienpräsenz sei «fast unbezahlbar» und ermögliche es, «die Schweiz nach Europa zu tragen». Die Vertreter der Hotelier-Vereine Basel, Bern und Zürich sprechen denn auch davon, dass sie mit den lokalen Tourismus-Organisationen eng zusammenarbeiten wollen. Das Etikett «Austragungsort Euro 2008» soll so rasch als möglich in die Kommunikation aufgenommen werden; mit anderen Massnahmen will man hingegen noch zuwarten.

Reklame

Tableware for the world

STIEBELITTE

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

ZUKUNFT DER SEILBAHNEN / Die angestiegenen Bedürfnisse der Gäste verlangen nach Investitionen, die Klimaveränderungen nach regelmässigeren Sicherheitskontrollen und die wirtschaftliche Situation nach Kooperationen. **FELIX MAURHOFER***

Schlepplifte sind nicht mehr gefragt

Nach den so genannten Boomjahren von 1970 bis 1980, als durch den Bau von Seilbahnanlagen viele neue Gebiete erschlossen wurden, ist heute eher Stagnation innerhalb der Seilbahnbranche festzustellen. Die Ansprüche an das Angebot am Berg haben sich wesentlich verändert und auch die Rahmenbedingungen sind härter geworden.

In den Schweizer Bergen sind 1671 Seilbahnanlagen in Betrieb. Angesichts der leicht abnehmenden Zahl an Seilbahngästen besteht teilweise ein Überangebot. Dadurch verschärft sich der Konkurrenzdruck zwischen den Destinationen der Alpenländer zusehends. Obschon in den letzten Jahren viele Seilbahnanlagen erneuert oder saniert wurden, konnten diese Investitionen nur in geringem Masse auf die Fahrpreise abgewälzt werden.

GÄSTE VERLANGEN ERLEBNISVIELFALT

Die heutigen Seilbahngäste verlangen sowohl im Winter als auch im Sommer multioptionale Berge. Bloss Wanderwege und einfache Pisten anbieten, genügt nicht mehr. Auf diese Bedürfnisse hat die Seilbahnbranche reagiert. Für den Bergtourismus im Sommer entstanden neue Angebote wie Themenwege, Trottbike-Strecken, Klettersteige oder Wellnessangebote. Für die Wintersportler sind Snowparks, Tubing-Runs oder Winterwanderwege realisiert worden.

Die neuen Angebote sind aber mit grossen Investitionen verbunden. Allein für diesen Winter investierte die Seilbahnbranche rund 220 Mio. Franken in neue Seilbahn-, Ersatz- oder Beschneigungsanlagen. Diese Investitionen sind notwendig, um den Gästen sichere und komfortable Anlagen und Angebote zu bieten. Für die kommende Wintersaison sind 16 neue Bahnanlagen erstellt worden. Ein grosser Teil davon sind Ersatz- oder Erneuerungsanlagen.

Infolge der Gästenachfrage, aber auch der geringeren Betriebskosten wegen, werden immer mehr Schlepplifte durch leistungsfähigere Sesselliften ersetzt. Dieser Trend ist auch wegen der Klimaveränderungen seit mehreren Jahren im Gang. Sessellifte brauchen, im Gegensatz zu den Schleppliften, kein Schneetrassée, um in Betrieb genommen werden zu können.

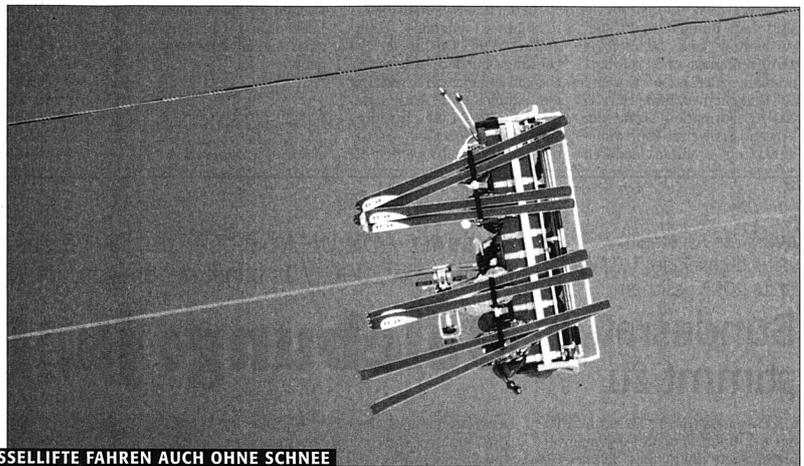
So schrumpfte die Anzahl Schlepplifte in den letzten fünf Jahren von 1121 auf heute 1037. Eine Seilbahnanlage hat eine Lebensdauer von 15 bis 20 Jahren, dann muss sie saniert oder ersetzt werden. Festzustellen ist auch, dass die Förderkapazitäten der Bahnen in höheren Lagen ausgebaut werden. Das, um die schneesicheren Regionen besser auslasten zu können. Hingegen sind Ausbauprojekte in höhere Regionen oder Gletschergebiete kaum mehr möglich. Das jüngste Projekt realisieren die Lauchernalpbahnen im Lötschental auf den Hockengrat. Dort wird nächsten Winter eine neue Sesselliftbahn in Betrieb genommen.

GLOBALE ERWÄRMUNG BRINGT PROBLEME

Die globale Erwärmung macht auch da und dort den Seilbahnen zu schaffen. Nebst der Verschiebung der Schneefallgrenzen wirkt sich die Erwärmung auf den Permafrost aus. Dies hat zur Folge, dass Seilbahnbauten instabil werden können und entsprechende Massnahmen getroffen werden müssen. In heiklen Gebieten entstehen infolge instabiler Fundamente hohe Sanierungskosten.

Für den Wintersport gravierend wirkt sich Schneeknappheit aus. Die Erfahrungen des Winters 2001/02 haben gezeigt, dass der technischen Beschneigung immer grössere Bedeutung zukommt. Um konkurrenzfähig zu bleiben, müssen die Seilbahnen ein Grundangebot an Schneesportabfahr-

Foto: Seilbahnen Schweiz



SESSLIFTE FAHREN AUCH OHNE SCHNEE

Im Gegensatz zu Schleppliften brauchen Sessellifte kein Schneetrassée. Wegen zunehmendem Schneemangel werden deshalb viele Schlepplifte ersetzt.

ten garantieren können. Deshalb sind rund 50 Mio. Franken in neue Beschneigungsanlagen investiert worden. Derzeit verfügen die Schweizer Wintersportgebiete über eine Pistenfläche von 220 Quadratkilometern, davon können 9 Prozent beschneit werden. Die Konkurrenz beschneit 20 bis 70 Prozent ihrer Pistenfläche.

Je nach Klimaveränderungen kommen die Schweizer Seilbahnen nicht darum herum, die beschneibaren Pistenflächen zu erhöhen. Der Verband Seilbahnen Schweiz rechnet hingegen nicht damit, dass eine Beschneigungsflut auf die Wintersportgebiete zu kommen wird. Beschneigungsanlagen sind teuer. Um 1 Kilometer Piste beschneien zu können, sind Investitionen in der Höhe von rund 1 Million Franken nötig und die Seilbahnunternehmen müssen die Beschnei-

ungs-Investitionen wirtschaftlich verkraften können. Der Erneuerungsbedarf, der Konkurrenzdruck sowie die stagnierenden Gästezahlen haben unter anderem dazu geführt, dass einige Seilbahnunternehmen ungenügende Resultate erwirtschaften.

MITTEL BÜNDELN DURCH KOOPERATIONEN

Missst man die Branche am Cashflow, erarbeiten 38 Prozent der Seilbahnunternehmen einen schlechten Cashflow, 52 Prozent einen normalen bis guten und nur 9 Prozent einen sehr guten. Bei diesen Zahlen sind Skilifte und Kleinluftseilbahnen nicht enthalten. Die Cashflow-Zahlen sind der Beweis, dass einige Bahnen unter einem Rentabilitätsproblem leiden. Ein Weg aus dieser Sackgasse ist,

Kooperationen zwischen den Unternehmen zu fördern. Kooperationen oder gar Fusionen führen zu einer Bündelung der Marketingmittel und helfen mit Betriebsaufwände zu reduzieren. Jüngstes Beispiel für eine erfolgreiche Fusion ist der Zusammenschluss der Bergbahnen in Zermatt.

Derzeit wird auch im Saanenland eine Fusion diskutiert. Nebst der ungenügenden Rentabilität, haben auch einige Unternehmen eine zu geringe Eigenkapitaldecke. Viele Unternehmen werden in Zukunft gezwungen sein, Kapital zu generieren. Hier zeichnen sich Lösungen mit ausländischen Beteiligungen wie von der Compagnie des Alpes (CDA) bei Téléverbier oder Saas Fee ab.

* Medienverantwortlicher bei Seilbahnen Schweiz

TECHNIK / Sechser-Sessellifte sind mittlerweile Standard und Wechselstrommotore auch. Die neuesten technischen Errungenschaften sollen die Leistungsfähigkeit der Bahnen noch mehr verbessern und die Sicherheit der Gäste erhöhen. **MAX SCHÄRLI**

Schnee braucht's trotz der neuen Technik

Im Jahr 2001 haben die Schweizer Seilbahnen 175 Mio. Gäste befördert und dabei 19 Unfälle (keine Todesfälle) verzeichnen müssen. Demzufolge darf man die Seilbahnen als ein sehr sicheres Transportmittel bezeichnen. Zur Unfallverhinderung sind in den letzten fünf Jahren gewaltige Anstrengungen unternommen worden; einerseits auf der Ebene der Vorschriften und Kontrollen und andererseits in technischen Bereichen.

Seilbahnen sind elektromechanische Anlagen mit, wie der Name sagt, elektrischen und mechanischen Komponenten. Dazu kommen die baulichen Teile wie Gebäude und Stützen. Mit einer selektiven Materialwahl, ergänzt durch Vorschriften, die eine Überprüfung der Konstruktionswerte durch Dritte verlangen, wird ein hohes Mass an Sicherheit erreicht.

6ER- BIS 8ER-SESSLIFTE SIND NORMALE GRÖSSE

Heutzutage sind sechszählige Sitzbänke bei den Sesselliften normal; Vierer-Sessel eignen sich vor allem für kleinere Skigebiete. An einigen Orten sind Bahnen mit Achter-Sesseln in Betrieb. Diese Anlagen grenzen mit den Förderkapazitäten schon an diejenigen von Gondelbahnen. Im Skigebiet von St. Moritz und Celerina etwa sind die Schlepplifte praktisch verschwunden.

Die neueste Generation von Gondelbahnen ist in Zermatt zu besichtigen. In zwei Sektionen fährt man in Achter-Gondeln von Zermatt nach Furi und weiter bis nach Schwarzsee. Der «Matterhorn-Express» ist eine grosse Investition. Damit soll der Touristenstrom vermehrt gegen das Gebiet Schwarzsee gelenkt werden, um die Anlagen nach Trockener Steg und Klein Matterhorn zu entlasten.

Auch Pendelbahnen sind nach wie vor nicht «out». Man denke nur an den «Twinliner», die erste doppelstöckige Pendelbahn in Samnaun. Neuere Anlagen sind die Pendelbahn «Gant-Hohtälli» (Zermatt) oder etwa auf dem Col du Pillon die Pendelbahn «Glacier 3000», die in zwei Sektionen auf die Diablerets fährt. An Attraktivität hat auch die «Rotair» am Tidis nichts verloren (die Kabine dreht sich), die zweite Ausführung befindet sich in Südafrika.

WECHSELSTROMMOTORE GELTEN ALS SICHER

Moderne Steuerungen (Speicherprogrammierbare Steuerungen SPS) liefern dem Betriebspersonal viel mehr Informationen über den Zustand einer Anlage als früher. SPS sind in der Lage, die Sollwerte sicherheitsrelevanter Teile aus den Konstruktionsdaten laufend mit den Istwerten zu vergleichen. Das Betriebspersonal

wird sofort informiert, wenn die Differenz ein verantwortbares Mass zu überschreiten droht. Dem Seilbahnbetreiber hilft die moderne Technik, die Verantwortung zu tragen. Denn die Anlagen sind zwar in der Bedienung einfacher geworden, aber auch viel komplexer durch die Datenmenge, die verarbeitet werden muss.

Auch die Antriebstechnik hat sich seit dem Jahr 2000 in eine positive Richtung bewegt. In der Schweiz werden praktisch keine Gleichstrommotore mehr installiert. Gleichstromantriebe sind zwar auch sicher, aber sie haben in betrieblicher Hinsicht Nachteile wie Verfügbarkeit, Rückwirkungen auf das Netz usw. Die neuen Wechselstrom-Motore, mit Frequenzumrichter angesteuert, eliminieren diese Nachteile vollständig und bieten einen höheren Wirkungsgrad. Sie sind robuster und für das Personal leichter zu bedienen, was wiederum die Sicherheit steigert.

NEUE PARSENNBAHN LÖST EIN IMAGEPROBLEM

Mit einem solchen Motor fährt ab der Saison 2002/03 die neue Parsennbahn der 1. Sektion (Standseilbahn) mit 200 Passagieren und 10 m/s in 4 Minuten zur Station Höhenweg. Gegenüber dem bisherigen «Flaschenhals» mit einer Kapazität von 780 Personen/Std. löst

die Bahn mit 2200 Personen/Std. nicht nur ein Transport-, sondern letztlich auch ein Imageproblem. Der Motor hat eine Nennleistung von 1000 kW und treibt ein dreistufiges Getriebe.

Ein neuer Antrieb ist im Dezember in St. Moritz in Betrieb (Anlage «FIS») genommen worden: Der Direktantrieb, der kein Getriebe mehr braucht. Der langsam drehende Motor (ein Schweizer Produkt) läuft ruhig, von den Fahrgästen kaum wahrnehmbar und kann ebenfalls über Frequenzumrichter angesteuert werden.

Die schönste Technik und die tollste Seilbahn nützen allerdings nichts, wenn es keinen Schnee hat. Und weil ein grosser Teil des Jahresumsatzes im Winter erwirtschaftet wird, kommt der Beschneigung immer

größere Bedeutung zu. Bereits bei der Planung der Beschneigungen werden, zusammen mit den Naturschutz- und Forstorganen sowie mit den Landbesitzern, Pisten und Beschneigung gründlich durchdacht. In den meisten Fällen finden sich Lösungen, die allen Bedürfnissen und Ansprüchen gerecht werden, so dass Beschneigungsanlagen wirklich nur dann betrieben werden, wenn die Wirtschaftlichkeit gewährleistet ist.

Damit die hohen Investitionen überhaupt noch gemacht werden können, sind Begriffe wie Ticketverbund, gemeinsamer Einkauf, Kooperation, Strukturereinigung oder Fusion keine Fremdworte mehr. Viele Unternehmen haben schon erste Schritte getan.

Ohne Portemonnaie Ski fahren

Know-how und Geld wurden und werden in die Kommunikation gesteckt. Einerseits braucht es ein internes Kommunikationsnetzwerk für Daten über Anlagenzustand, Mitarbeiter, Besucherandrang, Verhältnisse im Tal und am Berg usw. Andererseits werden dem Gast Informationen über Pistenzustand, Wind und Wetter, offene und geschlossene Anlagen, volle und leere Parkplätze oder Gastrobetriebe auf grossen Tafeln angezeigt,

zu Hause über Internet zugänglich gemacht oder bei der Ankunft auf dem Matel gesendet. Und der Tag, an dem man ohne Geldbeutel zum Bergsport fährt, ist nicht mehr fern. Soeben ist die EngadinCard eingeführt worden. Mit dieser Multifunktionskarte wird Feriengästen und Einheimischen im Engadin der Zugang zu den Skigebieten sowie das Einkaufen einfacher gemacht und mit Prämien belohnt. MS

SCHNEEKANONEN / Bündner Bergbahnen fordern, Beschneigungsanlagen dem Service Public zuzuordnen. Schnee sei die Lebensgrundlage für alle Leistungsträger an einem Wintersportort, argumentieren die Bergbahnen. **ROBERT WILDI**

«Die Konkurrenz schneit uns davon»

Leo Jecker nimmt kein Blatt vor den Mund. Der Geschäftsführer der Savogniner Bergbahnen sieht spätestens seit dem vergangenen schneearmen Winter dringenden Handlungsbedarf. «Politik sowie Umweltorganisationen haben in den vergangenen Jahren verhindert, dass wir grössere Teile unserer Skipisten künstlich beschneien konnten», ärgert er sich. In der Schweiz können heute durchschnittlich 8 bis 10 Prozent der Skipisten durch Schneekanonen mit der weissen Pracht alimentiert werden. Zum Vergleich: Das Tirol hat nach eigenen Angaben im vergangenen Winter 45 Prozent seiner Pisten künstlich zugeschneit.

DAS ZENTRALE PROBLEM SIND DIE KOSTEN

«Die Konkurrenz schneit uns davon», bedauert Jecker und fordert vehement, dass endlich etwas dagegen unternommen wird. Ein zentrales Problem von Beschneigungsanlagen sind deren Kosten. Gemäss Urs Grimm, Geschäftsführer der Bergbahnen Engadin-St. Moritz, kostete im vergangenen Winter eine Kunstschneeanlage pro Kilometer rund 1 Million Franken. «Dazu kommen 30 000 Franken Betriebskosten pro Kilometer», fügt er an. Seit 1995 habe sein Betrieb 70 Millionen Franken in die künstliche Beschneigung investiert. Bis heute müssen die Bergbahnen für die Anschaffung und den Betrieb der Schneeanlagen selbst aufkommen. Für Jecker und Grimm ein haltloser Zustand.

«Die künstliche Beschneigung von Pisten muss zum Service Public gemacht werden, an dem sich mit einem speziellen Finanzierungsschlüssel die Gemeinden sowie übrige Leistungsträger beteiligen», so Jockers Forderung. Damit spricht er konkret auch die Hotellerie und das Gewerbe an.

Gemäss Grimm muss genau analysiert werden, welchen Institutionen und Leistungsträgern der «Rohstoff Schnee» wie viel bringt und vor welchen Schäden nimmt, falls der Schnee ausbleibt. «Falls wir zur Einsicht gelangen, dass für das Überleben eines Wintersportorts der Schnee ein unabdingbares Gut ist, müssen die Kosten zur Herstellung desselben auch auf die Nutzniesser verteilt werden», konkludiert Grimm. Auch er ist ein Verfechter eines so genannten Abgeltungsmodus, wonach alle Institutionen je nach Nutzen für die Finanzierung von Kunstschnee aufkommen sollten.

Für Leo Jecker kann es nicht schnell genug gehen. «In spätestens drei bis fünf Jahren müssen wir in der Schweiz wenigstens 20 bis 25 Prozent der Pisten künstlich beschneien können, da uns die Konkurrenz ansonsten uneinholbar enteilt», meint er.

WENIG ECHO AUS DEM WALLIS UND OBERLAND

In den anderen Bergkantonen scheint die Diskussion um die Finanzierung von Beschneigungsanlagen bislang noch keine grossen Wellen geworfen zu haben. Gemäss Pierre-Alain Burgener von den Walliser Bergbahnen wurde die Frage anlässlich der letzten Generalversammlung kurz aufgegriffen, aber sogleich wieder fallen gelassen. «Die Walliser Bergbahnen sind zurzeit vor allem auf der Suche nach mehr Marketing-Geldern», so der Sekretär des Bergbahnen-Verbands. Bis zum laufenden Jahr gab es im Wallis noch gar keine gesetzliche Grundlage für den Einsatz von Beschneigungsanlagen. Burgener ist indes überzeugt, dass alle Skistationen ein Minimum an Kunstschnee brauchen, um die langfristige Wirtschaftlichkeit zu sichern. Die Quote von durchschnittlich 10 Prozent sei auch im Wallis zu gering. Allerdings wurden bisher keine konkreten Vorstösse unternommen, um sie zu erhöhen. «Die Lobby der Gegner von Kunstschnee ist bei uns relativ stark», so Burgener.

Eine Konsolidierung innerhalb der Bergbahn-Branche ist für Bernhard Kaufmann von den Firstbahnen in Grindelwald unaufhaltsam. Er sieht in den veralteten Strukturen vieler Bergbahnen auch im Berner Oberland ein grundsätzliches Problem. Dass künftig Hotels und Gewerbetreibende für die künstliche Beschneigung finanzielle Mittel zur Verfügung stellen sollen, ist für ihn indes keine Lösung.

Die Beschneigungsanlagen drücken empfindlich auf die Bilanzen und Erfolgsrechnungen der Bergbahnen. Die natürliche Strukturereinigung dürfte zusätzlich angetrieben werden, falls nicht innert nützlicher Frist die Kosten dafür teilweise abgewälzt werden können. Reihenweise Schliessungen wären die unweigerliche Folge. Der frühe Schnee in diesem Jahr bringt den Bergbahnbetrieben zwar einen kurzfristigen Auftrieb, dürfte aber bei gleich bleibenden Verhältnissen nur ein Tropfen auf dem heissen Stein sein.

Foto: zvg



ÖSTERREICH BESCHNEIT MEHR PISTENFLÄCHEN

Weil das Nachbarland bei Schneemangel mehr Fläche beschneien darf, rufen einige Köpfe in der Seilbahnbranche nun laut nach gleich viel Beschneigung wie in Österreich.

Die Verbände sind teilweise einverstanden

Unter Mithilfe von Bündner Wirtschaftsverbänden hat Leo Jecker eine Arbeitsgruppe gebildet und möchte anlässlich der Revision des Bündner Wirtschaftsgesetzes im kommenden Jahr mit seinem Anliegen vorpreschen. «Der Schweizerische Gewerbeverband und hotelleriessuisse (SHV) denken in die gleiche Richtung», so der Bergbahn-Geschäftsführer Jürg Michel von hotelleriessuisse äussert sich dazu mit Vorbehalten. «Wir sind der Meinung, dass Staatshilfen für Seilbahnbetriebe über die reinen Infrastrukturen hinausgehen und auch die Kunstbeschneigung einschliessen sollten», unterstützt er Jockers Forderung. Besonders in

schneunsicheren Regionen im Berner Oberland oder der Innerschweiz seien die Betriebe auf solche Unterstützung angewiesen. Allerdings stehe hotelleriessuisse nicht dafür ein, dass Hotels künftig für Schneeanlagen investieren sollen, hält Michel klar fest. Zwar sei der Nutzen für die Hotellerie unbestritten, aber eine Mitfinanzierung sei nicht der richtige Weg.

Das Thema Beschneigung wird auch vom nationalen Verband Seilbahnen Schweiz aufgegriffen. Vizepräsident Fulvio Sartori kündigt an, dass im Vorfeld der nächsten Seilbahntagung intensiv darüber diskutiert und nach Lösungen gesucht werde.

«Bis zu diesem Datum ist es unsere Aufgabe, eine eingehende Analyse unserer Branche vorzunehmen und neue Zukunftsstrategien auszuarbeiten», so der Tessiner. Dazu gehöre auch eine klare Definition, was im Zusammenhang mit den Schneeanlagen unter Service Public zu verstehen sei. Es gehe hier um ein anderes Modell von öffentlicher Dienstleistung als es beispielsweise die SBB anbiete.

«Erst wenn wir intern unsere Hausaufgaben gemacht und klare Erkenntnisse daraus gezogen haben, werden wir die Thematik beim Bund vortragen», stellt Sartori klar. ROW

INVESTITIONEN IN ANLAGEN / Seilbahnbetriebe müssen bei der Wartung ihrer Anlagen strenge Vorschriften beachten.

Das kostet Geld, welches der Staat nicht mehr im Giesskannenprinzip auszuschütten bereit ist. **ROBERT WILDI**

Alte Bahnen fallen durch die Kontrolle



Das Segment der Jugend nutzen einige Seilbahnunternehmen für ein Zusatzeinkommen.

Das Mass an Investitionen sei in der Vergangenheit ziemlich stabil geblieben, sagt Michael Straub vom Verband Seilbahnen Schweiz. Für neue Infrastrukturen habe man jährlich durchschnittlich etwa 200 Millionen ausgegeben. «Die Zahl variiert je nach tatsächlicher Notwendigkeit von Ersatz- oder Neubauten», so der Ökonom, der sich beim Seilbahnen-Verband unter anderem mit der Wirtschaftlichkeit der Mitgliederbetriebe befasst. Die investierten Beträge seien bei Sesselbahnen natürlich geringer als bei grossen Seilbahnen.

KEINE GIESSKANNEN-SUBVENTIONEN MEHR

Weniger präzise kann er die anfallenden Kosten für Beschneigungsanlagen beziffern: «Die entsprechenden Bewilligungsverfahren und finanziellen Begehlichkeiten laufen über die Kantone, womit es für uns schwieriger

wird, die Übersicht zu behalten.» Die durchschnittliche Investitionssumme für Schneeanlagen schätzt er auf rund 60 Millionen Franken pro Jahr.

Als öffentliche Transportmittel fallen die Bergbahnen in den Einflussbereich des Bundesamtes für Verkehr (BAV). Für Um- und Neubauprojekte braucht es demnach stets eine Bewilligung. «Der Bund hat ganz klar signalisiert, dass man nicht mehr bereit ist, Subventionen mit dem Giesskannenprinzip auszuschütten», stellt Straub fest. Gezahlt wird nur noch dort, wo gute Ertragsaussichten bestehen und ein volkswirtschaftlicher Nutzen vorhanden ist.

«Der Druck zur Erneuerung ist sowohl vom Markt als auch von öffentlicher Seite zu spüren», sagt Straub. Für die Bergbahnen sind die Sachzwänge indes noch grösser, da das BAV diesen Markt sehr gut kennt und rigide Kontrollen durchführt. Bei Mängeln, zum Beispiel in Sicherheitsfragen, wird sehr

schnell eingeschritten und das Treffen von notwendigen Massnahmen zur Modernisierung der Anlage nahe gelegt.

Falls Betriebe der Aufforderung nach einem oft drei- bis viermal teureren Neubau nicht nachkommen, riskieren sie den Verlust der Betriebsbewilligung. Für manchen Bergbahnbetrieb werden solche Szenarien zur Existenzfrage.

DIE BANKEN GEBEN KAUM MEHR KREDITE

Auch von den Banken ist derzeit nicht viel zu erwarten. «Sie verfolgen ein anderes Prinzip als der Staat und sind primär auf Gewinnoptimierung aus», so Straub. Das war nicht immer so. Wie die Hotellerie konnten auch die Bergbahnen in früheren Zeiten von kreditfreudigen Geldinstituten profitieren und weit höhere Mittel in den Betrieb investieren.

Die strengeren Kriterien der Banken zwingen Seilbahnbetriebe immer mehr, klare Businesspläne zu erstellen und damit potenziellen Geldgebern einen Return of Investment zu garantieren. Welche Massnahmen dafür die richtigen sind, wird von den Betrieben unterschiedlich interpretiert.

Den Weg der Vertikalisierung haben zum Beispiel die Jakobshornbahnen in Davos und die Weisse Arena AG in Flims/Laax gewählt. Beide haben sich ins Hotelgeschäft gewagt und versuchen damit, ihr Kerngeschäft zu alimentieren. Gemäss Michael Straub ist dieses Vorgehen zu hinterfragen. «Mit dieser Strategie setzen die beiden Bergbahnbetriebe ganz klar auf Jugendsegment, was wiederum der gehobenen Hotellerie nicht ins Konzept passen dürfte», so seine Überlegung. Der wichtigste Faktor für gute Geschäfte und gesündere Finanzen lässt sich so oder so nur bedingt beeinflussen: der Schnee.

ASA-RICHTLINIE / Viele Betriebe hatten dieses Jahr trotz abgelaufener Übergangsfrist einen Rückstand beim Umsetzen der ASA-Richtlinie. Auch nächstes Jahr werden Kurse zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz angeboten. **GUIDO BÖHLER**

Ein rasches Handeln ist dringend nötig

Gesunde und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das Kapital jedes Unternehmens. Zu den elementaren Anforderungen in der Arbeitswelt gehören die Sicherheit am Arbeitsplatz und ein gesundes Umfeld. Die Arbeitssicherheit sowie der Gesundheitsschutz AS/GS sind aber auch eine gesetzliche Auflage.

Doch die meisten Betriebe in der Branche hatten in diesem Jahr trotz der abgelaufenen Übergangsfrist einen grossen Rückstand beim Umsetzen der so genannten ASA-Richtlinie.

«NÄCHSTES JAHR STEIGT DER DRUCK»

«Im nächsten Jahr wird der Druck von Seiten der Arbeitsinspektoren steigen», warnt Richard Schmocker vom Schweizer Verband der Gastro- und Gemeinschafts-Verpflegungssysteme SVGG.

Foto: Guido Böhler



SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

In der Arbeitswelt gehören Sicherheit und ein gesundes Umfeld zu den elementaren Anforderungen.

«Die meisten Betriebe warten, bis sie das Messer am Hals spüren, da ein AS/GS-Konzept mit Aufwand verbunden ist, ohne unmittelbar zu nützen.» In der Tat tritt der Nutzen eher langfristig ein, aber Ulrich Stiefel, Sicherheitsexperte der Beratungsfirma Gruner AG, glaubt an eine «rasche Wirkung, wenn ein Betrieb die Sache ernst nimmt».

Und der Aufwand hält sich durchaus in Grenzen: Schmocker spricht von «einem bis zwei Tagen, je nachdem, ob ein Betrieb produziert oder nicht».

PFANNENFERTIGE LÖSUNGEN

Branchenlösungen in Form eines Ordners oder einer CD werden «pfannenfertig» (nur Anpassungen sind nötig) angeboten: von hotelleriesuisse (SHV, www.swishotels.ch), der Gastrosuisse (www.gastrosuisse.ch) sowie neuerdings auch für Nichtmitglieder vom SVGG (www.svgg.ch). Der SVGG bietet eine unterstützende Koordinationsstelle an: www.lobsigler.ch.

Das Konzept der Branchenlösung für AS/GS enthält mehrere Schritte für den Start und jährliche Folgeschritte, damit das System am Leben bleibt (siehe Kasten). Alle Betriebe ab fünf Mitarbeitern müssen es umsetzen und vorweisen können.

«VERANTWORTUNG LIEGT BEIM BETRIEBSLEITER»

Auch nächstes Jahr veranstalten die genannten Verbände Kurse zu AS/GS. Für Kleinbetriebe genügt ein Tageskurs, aber den Sicherheitsbeauftragten von Grossbetrieben ist eine Fachtagung zu empfehlen wie jene der Schweiz. Gesellschaft für Arbeitssicherheit SGAS am 21. Januar 2003 (www.sgas.ch oder www.mediasec.ch).

So oder so: Man kann sich zwar die entsprechenden Kenntnisse und die nötige Kompetenz in Kursen aneignen, «aber die Verantwortung für AS/GS liegt immer beim Betriebsleiter», mahnt Stiefel.

Das AS/GS-Konzept in der Gastronomie

Erste Schritte:

- Sicherheitsleitbild und -ziele festlegen;
- Bestimmen eines Verantwortlichen für AS/GS;
- Ausbildung, Instruktion, Information;
- Sicherheitsregeln und -normen;
- Gefahrenermittlung und Risikobewertung;
- Massnahmenplanung und -realisierung;
- Notfallorganisation (Erste Hilfe);
- Mitwirkung der Mitarbeiter;
- Gesundheitsschutz;
- Kontrollen.

Jährliche Folgeschritte:

- Ziele, Schulungsplan und Budget festlegen;
- laufende Auswertung von Unfällen, Beinahe-Unfällen und Absenzen;
- gegebenenfalls Ergänzung der Gefahrenermittlung;
- Umsetzungskontrolle und -dokumentation.

Was muss der Betrieb im Minimum erledigen:

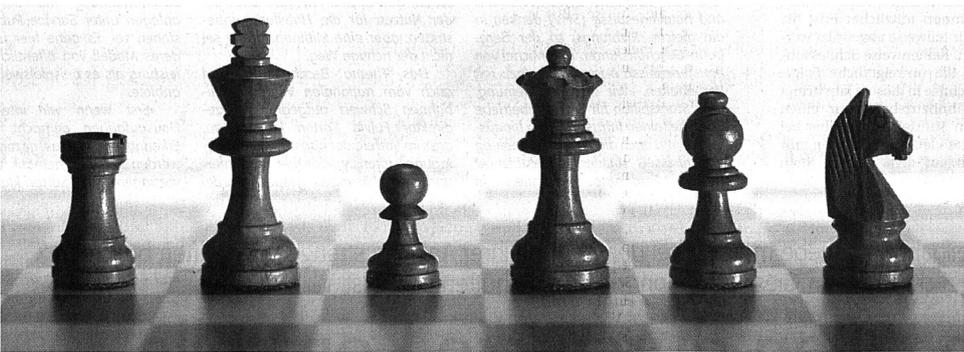
- Grundwissen über AS/GS sicherstellen;
- eine Gefahrenermittlung durchführen;
- Massnahmen ableiten und umsetzen;
- Mitarbeiter in AS/GS unterweisen;
- ein Notfallkonzept vorweisen;
- alle Massnahmen und Schulungen dokumentieren.

GB

Anzeige



Setzen Sie nicht alles auf ein Pferd.



Ein breites Sortiment ist wichtig für Ihre Kunden und Sie selbst.

Erwachsene Raucherinnen und Raucher sind die Könige unter Ihren Kunden, weil sie erstens mehr und zweitens auch öfter Geld bei Ihnen ausgeben: Für Zigaretten natürlich, aber oft auch für Zeitschriften, Schokolade, Kaugummi und all die anderen Dinge, die den Alltag verschönern und Ihre Umsatzkurve in die Höhe treiben. Mit nur schon einer Marke weniger in Ihrem Angebot verlieren Sie viele gute Kunden, die in Zukunft auch alles Andere an einem anderen Ort einkaufen werden. Wir informieren Sie gerne über die neusten Trends im Zigarettenhandel und ihre Auswirkungen auf Ihr Geschäft. Rufen Sie uns an, damit wir einen Termin vereinbaren können.



British American Tobacco Switzerland S.A., Avenue de Rhodanie 48, Case postale, 1000 Lausanne 3, Telefon 0800 282 783, www.bat.ch


BRITISH AMERICAN
TOBACCO
SWITZERLAND

Art. 10 TabV/OTab

Nuit gravement à la santé. Rauchen gefährdet die Gesundheit.
Fumare mette in pericolo la salute.



KEMPINSKI / Für 55 Mio. Franken wurde das ehemalige «Parkhotel Kurhaus» zum Luxus-Resort umgebaut. SEITE 11



HOTEL WALDHUUS / Das Davoser Vier-Sterne-Hotel von Arabella Sheraton ist für 20 Mio. Franken erweitert und umgebaut worden. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

TOURISMUSVERBÄNDE /
Gutes Testresultat für die Schweizer

Gold für Leukerbad

Die Schweizer haben bei einem breit abgestützten Test des Konsumentenmagazins SF 2 von 56 Tourismusorganisationen sehr gut abgeschnitten: Auf neun von den ersten zehn Plätzen rangieren Schweizer Tourismusorganisationen. Platz vier belegt Lech-Zürs (Österreich, geleitet vom Schweizer Tourismusdirektor Urs Kamber). SF 2 hat in Zusammenarbeit mit der Höheren Fachschule für Tourismus Luzern Tourismusorganisationen in Wintersportorten in sieben Ländern (Alpenraum und USA) getestet. Bewertet hat SF 2 den telefonischen Erstkontakt, die Online-Informationen und das Angebot, welches den potenziellen Gästen schriftlich unterbreitet worden ist.

Leukerbad hat mit 166 Punkten die Goldmedaille für das beste Testergebnis erhalten. Silber bekam St. Moritz (164,5 Punkte) und Bronze Adelboden (162,5 Punkte). Nach Lech-Zürs auf Platz vier folgen Flumserberg und Engelberg (beide Rang 5), Lenzerheide-Valbella (7), Scuol (8), Samnaun (9), Zuoz (10). Mit grossem Abstand am Schluss gelandet ist Lungern-Schönbühl mit 66 Punkten: Statt der Winterbroschüren erhielt der potenzielle Gast von der dortigen Tourismusorganisation die Sommerbroschüren zugeschickt. Zudem beantwortet man in Lungern-Schönbühl nur schriftliche Anfragen. So übrigens auch in Wildhaus, das Rang 52 belegt. Schlecht abgeschnitten haben auch Silvretta Nova (Österreich, 53), Albertville (Frankreich, 54) und Aspen (USA, 55). Das zweitletzte platzierte Aspen liegt aber immer noch 20 Punkte vor Lungern-Schönbühl. **CK**

KURZ UND BÜNDIG

Neuer Anlauf für Heliskiing-Verbot. Mit einer Motion will der Glarner SP-Nationalrat Werner Marti dem Heliskiing in den Schweizer Alpen den Riegel schieben. Unterstützung findet Marti in der Organisation «Mountain-Wilderness» die sich seit langem für ein generelles Heliskiing-Verbot einsetzt. Der Schweizerische Bergführerverband will sich dagegen wehren. **MG**

Saanen sagt ja zu Glacier 3000 und vertagt das «Rellerli». Die Gemeindeversammlung von Saanen hat einen Beitrag von 1,4 Mio. Franken für die in Nachlassstundung stehende Glacier 3000 gesprochen. Vertagt wurde dagegen eine 1,5 Mio.-Finanzspritze für die angeschlagene Rellerli-Bahn in Schönried. **MG/Isida**

CASINOS / 16 der geplanten 21 Schweizer Casinos haben ihren Spielbetrieb bereits aufgenommen. Eine erste Bilanz zeigt, dass reger Besucherzulauf zu verzeichnen ist. **GREGOR WASER**

Lokale Besucher überwiegen

Nachdem nun im Dezember auch noch die Casinos in Bad Ragaz, Courrendlin, Davos, Meyrin, St. Moritz und Zermatt ihren Spielbetrieb aufnehmen, folgen im nächsten Jahr noch die Casinos Montreux, Basel, St. Gallen, Fribourg und Muralt. Damit werden total 21 konzessionierte Spielcasinos die Schweizer Ausgelandkreise bereichern.

WER GEHT IN BADENS CASINO?

Der Blick auf die Autoschilder im Parkhaus des im Juli eröffneten Grand Casinos Baden gibt ein erstes Indiz über die Herkunft der Casino-Besucherinnen und Besucher: AG und ZH in der Überzahl, dann aber auch einige Schilder mit SG, TG, BL, BE, SO und dann überraschend zahlreich: Autos aus Deutschland, dabei viele aus dem Landkreis Waldshut. Fragt man Badens Casino-Direktor Detlef Brose nach seiner Einschätzung, woher die Gäste kommen, sagt er: «Die Mehrzahl unserer Gäste kommen aus der näheren Umgebung. Vereinzelt haben wir aber sicher auch Touristen hier.»

Und wegen der langen Öffnungszeiten – das Grand Casino Baden schliesst erst um vier Uhr morgens – seien auch viele Leute aus der Gastronomie-Branche unter den Gästen, die gerne nach dem Arbeiten noch etwas erleben möchten.

In der Angebotsgestaltung, um Hotelgäste oder Touristen künftig verstärkt ins Casino zu bewegen, stehe man aber erst am Anfang. So hat das Grand Casino zunächst einmal drei Packages geschürt, ein «Cocktail&Gamble», ein «Dine&Gamble» und auch ein «Sleep&Gamble». Zu diesem «Sleep&Gamble» gehören neben der Übernachtung in einem nahegelegenen Hotel, dem Casino-Eintritt, einem dreigängigen Nachtessen, einem Drink an der Bar und einer Spielerklärung durch einen Croupier auch Jetons im Wert von 50 Franken.

Für zwei Personen kostet das Package 530 Franken. Im Gespräch steht das Grand Casino Baden auch mit der nahegelegenen Grossstadt, die bei der Konzessionserteilung leer ausgegangen ist. Susanne Staiger, Leiterin Leisure bei Zürich Tourismus dazu: «Zurzeit laufen die Verhandlungen mit Hotels und weiteren Leistungsträgern für gemeinsame Packages.»

GERANGEL UM GUNST DER ZÜRCHER GÄSTE

Das Potenzial von Gästen aus Zürich wird indes nicht nur vom Casino Baden beindruckt. Seit dem 12.

Foto: Manietta DeGual



CASINO ZERMATT ERÖFFNET

Über 250 Gäste nahmen am Samstag an der Eröffnungsfeier des B-Casinos in Zermatt teil. Die Verantwortlichen rechnen mit einem jährlichen Bruttospielumsatz von 10 Mio. Franken. Der Walliser Staatsrat Wilhelm Schnyder, hier flankiert von TV-Mann Kurt Aeschbacher (links) und Karl Rauber, Staatssekretär vom Saarland, eröffnete den Spielbetrieb mit der goldenen Kugel.

November buhlt insbesondere auch das Casino in Pfäffikon (SZ) um die Gunst der Zürcher und deren Touristen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat das Casino kurzerhand das Dekor dem Thema «Stadt Zürich» gewidmet, Opernhaus und Limmatquai zieren die Kulisse. Pfäffikons Casino-Direktor Daniel Vogt ortet bei seinen Gästen viele, die bisher die Casinos in Konstanz und Bregenz besucht haben.

Bei der Frage, wie viele Touristen, die in Zürich weilen, ein Casino-Besuch in Pfäffikon machen, muss er aber passen. Zu wenig Zeit sei seit der Eröffnung vergangen, um dies beurteilen zu können. Daniel Vogt: «Zweifelloso profitieren wir aber von Seminar- und Kongressbesuchern, das können dann auch grössere Gruppen sein.» Denn das Casino Zürichsee in Pfäffikon ist integriert im Hotel Seedamm Plaza.

Eingebettet in ein Hotel mit Konferenzzentrum, ins Vier-Sterne-Business-Hotel Allegro, ist auch das Casino Bern. Stefan Harra, der Geschäftsführer der Grandcasino Kursaal Bern AG, zur Herkunft seiner Gäste: «Bei 90 Prozent unserer Besucher handelt es sich um Tagesgäste aus der Region.» Nun versuche man mit dem Schnüren von Packages die Kombination Hotel und Casino weiter zu verstärken. Mit rund 500 Gästen am Tag liege man vor-

erst noch leicht unter den Erwartungen. «Die Einführung eines neuen Casinos dauert eineinhalb bis zwei Jahre, vorher kann man noch keine Bilanz ziehen», sagt Harra.

CASINO BELEBT SCHAFFHAUSEN MONTAGS

Die Bedeutung für die Innenstadt hebt auch Peter Ulmann, Casino-Direktor in Schaffhausen, hervor: «Bisher war gerade zu Wochenanfang in Schaffhausen kaum was los. Mit dem zentral gelegenen Casino, das über 300 Parkplätze verfügt, zeichnet sich eine Belebung für das gesamte lokale Gastronomie-Gewerbe ab.» Durchschnittlich etwa 400 Gäste besuchen am Tag das Casino Schaffhausen, da-

von viele, die bisher den Gang über die Grenze nach Konstanz gemacht haben.

Im Grand Casino Baden verteilen sich die durchschnittlich 1200 Gäste gleichenteils aufs «Grand Jeu» und das einen Stock darunter liegende Automaten-Casino. Mit dem Start zeigt sich Casino-Direktor Detlef Brose zufrieden, wenigleich er die budgetierte Besucherzahl auf 1500 gesetzt hat. Mit Aktionen wie After-Work-Party oder Schnupper-Casino will er in den nächsten Monaten die angestrebte Besucherzahl erreichen. Dabei spielt der 10 Franken teure Eintritt aber kaum eine Rolle, um den gewünschten Umsatz zu erzielen. Denn die Haupteinnahmen fallen natürlich an den Spieltischen an.

Eröffnungen der Casinos:

Eröffnung A-Konzessionäre:
Baden, 6. Juli 2002; Basel, Herbst 2003; Bern, 6. Juli 2002; Lugano, 29. November 2002; Luzern, 27. Juni 2002; Montreux, Februar 2003; St. Gallen, Oktober 2003.

Eröffnung B-Konzessionäre:
Arosa, 23. August 2002; Bad Ragaz, 27. Dezember 2002; Crans-Montana,

12. Juli 2002; Courrendlin, 12. Dezember 2002; Davos, 13. Dezember 2002; Fribourg, Frühling 2003; Interlaken, 4. Juli 2002; Mendrisio, 9. Oktober 2002; Meyrin, Weihnachten 2002; Muralt, Herbst 2003; Pfäffikon, 12. November 2002; Schaffhausen, 1. September 2002; St. Moritz, 16. Dezember 2002; Zermatt, 14. Dezember 2002. **GW**

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

IHR GASTROPARTNER MIT STARKEN MARKEN.

Scano

Scano Lebensmittel AG, 8105 Regensdorf
Tel. 01 870 83 00 Fax 01 870 83 01
e-mail: info@scano.ch
www.scano.ch www.scanoshop.ch

sulcusag.ch

Ihr Partner für
**Front-Office
Lösungen**

Infoline: 041 289 10 10

**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

noteljob

Die Stellenvermittlung
für Hotellerie
und Gastronomie

Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?

Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch
www.hoteljob.ch

DANK CAFITTESSE CHAN
ICH LÄNGER PFUUSE!

Feinster Frühstückskaffee,
schnell frisch zubereitet und portioniert,
ohne Verluste!

www.Cafitesse.ch

Repa AG | 5703 Seon | 062 775 07 07

EUROPAPARK / Partnerschaft mit Jungfrauabfahrten

Synergien nutzen

Der Europapark in Rust und die Jungfrauabfahrten haben eine strategische Partnerschaft beschlossen. In gemeinsamen Aktionen sollen die vorhandenen Synergien besser genutzt und ausgebaut werden. Beide Unternehmen verfügen laut Medienmitteilung über ein hohes Gästepotenzial. Entsprechend hätten sich Roland Mack, Geschäftsführer der Gesellschaft des Europaparks, und Urs Kessler, Leiter Marketing und

Betrieb der Jungfrauabfahrten, zum Ziel gesetzt, ihre Gäste zum Besuch beider Attraktionen zu animieren. Für das Jahr 2003 wurde ein Paket von Massnahmen ausgearbeitet. In einer ersten Aktion werden in den Monaten März und April den Gästen des Europaparks Rust Schnee- und Sonnentage in der Region Kleine Scheidegg, Männlichen und Grindelwald-First zu ermässigten Preisen angeboten. **MG**

Kuoni: «Apollo» zu teuer gekauft

Skandinavische Tochter. Bis Ende Jahr soll über das Schicksal der Tochterfirma Apollo entschieden werden. Die Restrukturierung beim zu teuer gekauften schwedischen Reiseveranstalter konnte die Trendwende nicht herbeiführen. «Apollo» ist laut Kuoni stark im Massengeschäft exponiert und dadurch einem harten Wettbewerb ausgesetzt. Kuoni wollte den kompletten Rückzug aus dem Skandinaviengeschäft noch nicht bestätigen. **TRU/sda**

«Alpenstadt des Jahres 2003»

Herisau. Nach Gap, Villach, Belluno, Maribor und Bad Reichenhall wurde mit Herisau erstmals einem Schweizer Ort dieser Titel zugesprochen. Ausgezeichnet werden Orte im Alpenraum, die das «Alpenbewusstsein» stärken, Brücken zur Region festigen, die Zukunft nachhaltig gestalten und die Zusammenarbeit ausbauen. Verliehen wird der Titel von Verein Cipra International, Arbeitsgemeinschaft Alpenstädte und Pro Vita Alpina. **TRU/sda**

STÄNDERAT / Tourismusförderung

135 Millionen bewilligt

Der Bund will den Tourismus in den Jahren 2003 bis 2007 mit insgesamt 135 Mio. Franken fördern. Der Ständerat stellte sich ohne Gegenstimme hinter diese Massnahmen. Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) erhält insgesamt 100 Mio. Franken als zinsloses Darlehen. Sie soll damit die Investitionen überlebensfähiger Klein- und Mittelbetriebe mitfinanzieren. Verlängert wird der Bundesbeschluss über

die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus (InnoTour). Dazu setzt der Bund in den nächsten fünf Jahren 25 Mio. Franken ein. Mit 10 Mio. Franken fördert man die Aufwertung touristischer Berufe und Quereinsteiger. Für den Bündner SVP-Ständerat Christoffel Brändli bedeutet die bundesrätliche Absicht, den MwSt-Sondersatz für den Tourismus aufzuheben, eine «massive Steuererhöhung». **TRU/sda**

BÖRSENBAROMETER / Jahresende an den Börsen meistens negativ

Vorab Hotelaktien auf gutem Kurs

Eine Überraschung: Trotz der nicht gerade überwältigenden Ausblicke der Tourismusbranche konnten sich die Aktien des Grand Hotels Victoria in Interlaken auf ihrem Niveau halten, ebenso wie jene der US-Ketten Hilton oder Starwood. Weiter aufgeholt hat auch der Reisekonzern Kuoni, der nach seinem tiefen Kursfall jetzt wenigstens wieder das Niveau vom vergangenen August erreicht hat. Jetzt muss sich aber bald eine Bestätigung der Vorschusslorbeeren einstellen.

Etlliche Ansätze zu etwas besseren Kursen fielen rasch in sich zusammen. Vor allem enttäuschend ist der Kursverlauf an der amerikanischen Börse aufgefallen. Dies färbte sich jeweils rasch auf die übrigen Börsen ab. Auch eine neue weltweite Zinsrunde half nicht viel, da vielerorts die Frage von Investitionen und Konsum nicht so sehr eine Sache der Zinshöhe, sondern des Vertrauens in die nahe Zukunft ist. Und hier mangelt es weiterhin stark.

MCDONALD' S KÄMPFT UM NEUE KUNDEN

Auch der Kurs von McDonald's ist zurzeit praktisch stabil, obwohl vom Fast-Food-Giganten zurzeit vor allem negative Meldungen bekannt werden. An den überall verstärkten Werbestrangungen lässt sich aber ablesen, dass der Tiefpunkt erreicht sein könnte. Weiterhin auf hohem Niveau geht die Kaffee-Kette Starbucks um.

Zu den grossen Enttäuschungen gehört die im Detailhandel und dem Gastro-Grosshandel tätige Bonappetit-Gruppe. Diese stellt nach drei äusserst verlustreichen Jahren ihr E-Shop-Projekt «Le Shop» ein, weil zu wenig Kunden die Möglichkeiten dieses Geschäfts nutzten. Dasselbe Problem erlebten auch Banken mit ihren Internet-Geschäften. Bonappetit will sich jetzt auf den «normalen» Detailhandel wie Pickpay und den Gastro-Grosshandel (unter anderem Prodega) konzentrieren.

LUFTVEREHR IN SCHWIERIGKEITEN

Erschreckende Meldungen wie die Konkursöffnung der United Airlines (UAL) sprechen für die Krise in der Luftverkehrsbranche. In den USA ist der Aktienkurs der UAL auf wenige Cents gesunken. Auch in Europa laden die Airline-Aktien trotz tiefen Kursen kaum zu einem Engagement ein. Die UAL als zweitgrösste Airline der Welt, die neben der Lufthansa auch wichtiges Mitglied der Star-Allianz ist, leidet unter der immer grösseren Anzahl von Billig-Airlines. Diese Konkurrenz spielt zunehmend auch in Europa, nachdem hier die USA schon seit Jahren der Trendsetter waren. Ein weiteres Problem bei vielen Airlines sind nicht bloss die ungenügenden Passagierzahlen, sondern vor allem auch die viel zu grossen Kapazitäten. **WZ**

BÖRSE / 2002 war für die Nichtkотиerten kein gutes Jahr. Im Jahresverlauf reduzierte sich der Gesamtindex um rund 20 Prozent. Nicht alle Titel und Branchen haben gleich viel Boden verloren. **ALBERT LUSSI***

Nachfrage war generell schwach

Dass nicht alle Titel/Branchen gleichermassen viel an Boden verloren, zeigt die Betrachtung der einzelnen Subindices. Lag der «Banken»-Index Ende 2001 bei 233,48 Punkten, konnte sich dieser per 6. Dezember 2002 sogar leicht auf 242,21 Punkte verbessern. Der «Bahnen»-Index fiel in der gleichen Zeitperiode von 82,3 auf 79,76 Punkte. Erwartungsgemäss verlief die Kurskorrektur im «Industrien»-Index ähnlich ausgeprägt wie beim Small Companies Index (SMI), mit einem Minus von rund 20 Prozent.

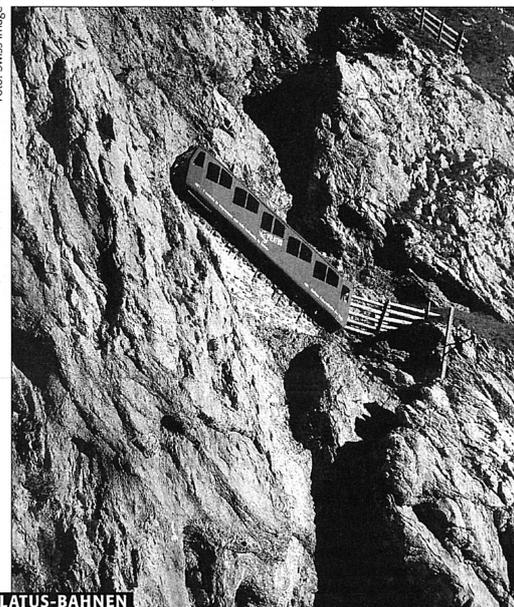
KURSEINBUSSEN BEI DEN PILATUS-BAHNEN

Während die Aktien der Sântsbahn, der Schilthornbahn, der Weissen Arena sowie der Bergbahnen Brämbüel & Jakobshorn heute nahezu auf Vorjahresniveau gehandelt werden, mussten beispielsweise die Titel der Pilatus-Bahnen (trotz positiver Zukunftsbeurteilung) Kurseinbussen in der Grössenordnung von 15 Prozent hinnehmen. Die Aktien der Davos-Parsonn-Bahnen verteuerten sich im Jahresverlauf gar um rund 10 Prozent.

Auch die jüngsten Geschäftsberichte bestätigen das uneinheitliche Bild bei den Bergbahnaktien. Während die Bergbahnen Sörenberg einen kleinen Gewinn von 0,2 Mio. Franken ausweisen konnten und die Aktien weiterhin bei 1050 Franken gesucht werden, gaben die Arosa Bergbahnen aufgrund des guten Ergebnisses und der positiven Aussichten sogar die Wiederaufnahme einer Dividende von 3 Franken pro Aktie bekannt. Die Ankündigung blieb allerdings ohne Einfluss auf die Aktienkurse (Fr. 115.-/135.-).

Verkehrserträge von -16,4 Prozent und Nebenerträge von -20 Prozent zeichneten das Ergebnis der Bergbahnen Piz Mundaun aus. Der ausgewiesene Verlust schmälerte die Eigenkapitalbasis weiter (nur noch 13,9%), so dass Anstrengungen unternommen werden müssen, nicht betriebsnotwendige Immobilien zu verkaufen, um so die Bilanz aufzubessern.

Foto: Swiss-Image



PILATUS-BAHNEN

Kurseinbussen trotz positiver Zukunftsbeurteilung.

Auf 18,9 Prozent der Bilanzsumme ist auch das Eigenkapital der Rellerli Luftseilbahn Schönried zusammenschmelzen. Der Bahnbetrieb war zwar Cashflow-positiv, die Nebenbetriebe mussten allerdings Verluste hinnehmen. Eine Kapitalerhöhung von mindestens 0,7 Mio. und maximal 2 Mio. Franken wurde beantragt. Die Titel sollen zum Nennwert von 250 Franken angeboten werden.

Lediglich marginale Abschreibungen konnte die Furtschellas-Bahn machen, nachdem die Frequenzen um über 50 Prozent eingebrochen sind. Die Aktien werden seit längerer Zeit bei lediglich 110 Franken angeboten.

Gar Sanierungsschritte prüft der Verwaltungsrat der Braunwaldbahnen, nachdem sowohl aus dem Sportbahn- als auch aus dem Immobilienbereich Verluste resultierten.

THERMALBAD ZURZACH: KONJUNKTUREINBRUCH

Auch das Wellness-Center Thermalbad Zurzach beklagt im Jahresabschluss den Konjunktüreintritt. Im Kernbereich Badebetrieb wurden weniger Abonnemente verkauft und ein 5 Prozent tieferer Umsatz von 6,8 Mio. Franken erreicht. Im Medical-Bereich konnten die Erträge gesteigert werden, womit im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Ertrag von 9,4 Mio. Franken erreicht wurde. Nach Abschreibungen von 1,7 Mio. Franken resultierte ein Jahresgewinn von 0,64 Mio. Franken. Nach dem Abbau flüssiger Mittel und einer Darlehensrückzahlung konnten die Hypothekarschulden von 4,3 Mio. Franken vollständig zurückbezahlt werden. Die Eigenkapitalquote beträgt stattliche 74 Prozent. Die Aktien werden bei 520/580 Franken gehandelt.

TOURISMUSINDUSTRIE: INVESTITIONSPROJEKTE

Nach der Vision von Erich von Däniken «Die Leute sollen das Staunen lernen», wird in Interlaken im Mai 2003 der Mystery Park als einzigartiger Bildungs- und Erlebnispark die Tore öffnen. Unerklärbare und doch real fassbare Weltträsel werden zur Freizeit- und Tourismusattraktivität. Ein neues, innovatives Konzept, das der Region

Interlaken hohe Publizität im In- und Ausland verschaffen wird, steht kurz vor der Vollendung. Die an der Berner Börse gehandelten Titel liegen um Fr. 16.55.

Ähnlich wie vor 125 Jahren die Gründer der heutigen Park Hotels Waldhaus AG Flims daran gingen, «eine zauberhafte Quelle der Inspiration und des Wohlbefindens zu schaffen», soll im Herzen des Hotelparks im Jahre 2003 das rund 30 Mio. Franken teure Projekt «Laterne» in Angriff genommen werden. Ein einmaliges Wellness-Zentrum soll eine neue Gästekategorie in die Park-Hotels Waldhaus holen und so zu einer wesentlichen Ertragssteigerung und Ergebnisverbesserung beitragen. Die Gesellschaft soll im Kernbereich Hotellerie auf eine nachhaltig erfolgreiche Grundlage gestellt werden.

Bereits bis zum Beginn der Wintersaison 2003/2004 sollen die Bauarbeiten am Wellness-Center (Innen- und Aussenbad; Gymnastik- und Fitnessraum; Saunalandschaft; Massage- und Beauty-Fazilitäten) abgeschlossen sein.

Von der Aktienkapitalerhöhung von total 9,6 Mio. Franken wurde die erste Tranche (Fr. 4,6 Mio.) im Herbst erfolgreich abgeschlossen. Die zweite Tranche soll im Frühjahr 2003 durchgeführt werden. Die Inhaberkarte ist auf 2000/2300 Franken gestellt. In Zürich soll im Mai 2003 über das Grossprojekt für den Umbau des Hallenstadions abgestimmt werden. Ein 140-Mio.-Franken-Projekt, das für den Tourismus grosse Bedeutung hat. Weil die Zürcher Arena Konzerthalle, Sportstadion aber auch Kongresshaus sein will, muss die Infrastruktur komplett erneuert werden. Stadt und Kanton werden sich massgeblich an der Finanzierung beteiligen (Darlehen und Aktienkapitalerhöhung) und auch der Bund wird Beiträge leisten. Die Meldung, wonach die ÜBS das bestehende «Bankenkonsortium» kürzlich platzen liess, hat die Verantwortlichen «bodenlos enttäuscht». Sie geben sich allerdings trotzdem zuversichtlich, rechtzeitig ein neues Konsortium bilden zu können, das die 30 Mio. Franken bereit stellt.

CASINO ST. MORITZ NIMMT BETRIEB AUF

Zum Jahresende wurden in der Schweiz 3 weitere Casinos eröffnet. Das mit einer A-Lizenz ausgestattete Casino Lugano eröffnete die Tore am 29.11.02. Bei den beiden B-Lizenz-Trägern nahm das Casino Pfäfers den Spielbetrieb am 12.11.02 auf, während das Casino Bad Ragaz die Kugeln am 27. Dezember ins Rollen bringen wird. Das Casino gehört mehrheitlich zu den Thermalbädern & Grand-Hotels Bad Ragaz, deren Titel derzeit bei 8000 Franken offeriert werden. Am heutigen 19. Dezember nimmt auch das Casino St. Moritz seinen Betrieb auf.

* Vizedirektor Luzerner Regiobank AG, Leiter Nichtkотиerte und Nebenwerte

Aktuelle Tourismuszerte

BAHNEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Arosa Bergbahnen AG, N*	125	-		+ 10
BET Engelberg-Titlis, I*	600	640		
Davos-Parsonn AG, N*	420	-		
Furtschellas-Bahn AG, Sils i. E., I*	-	100		
LSB Sürleij-Silvaplană-Corv, AG, I*	-	580		
Schilthornbahn AG, Mürren, N	825	850		
Weisse Arena, Laax	95	105		
ÜBRIGE				
Kongress & Kursaal Bern AG, N	290	310		
Seiler Hotels Zermatt	615	-		
Thermalbad Zurzach AG, I	520	565		

Schlussstand 9. 12. 2002	75.43 Punkte
Schlussstand Vorperiode (24. 10. 2002)	74.91 Punkte
Extremstände 1993/2001 Tiefst/Höchst	74.62/127.90

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

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

SAASTAL / Der Zusammenschluss der drei Verkehrsvereine Saas Almagell, Saas Grund und Saas Balen zu Saastal Tourismus eröffnet der Region neue Perspektiven. Dank der Bündelung der Kräfte entstehen höhere Marktchancen. **ROBERT WILDI**

Zwei Millionen Franken im Marketing-Topf

Mit der Zusammenlegung der touristischen Aktivitäten könne die Ferienregion Saastal zugunsten einer schlagkräftigen Organisation Doppelspurigkeiten und administrativen Aufwand deutlich reduzieren, gibt sich Bernhard Andenmatten überzeugt. Er war bis vor Tagen Präsident der Ferienregion Saastal, einer Marketing-Kooperation der drei Oberwalliser Gemeinden Saas Almagell, Saas Grund und Saas Balen. Nun ist vor allem dank seinem unermüdeten Einsatz eine neue Struktur entstanden. Saastal Tourismus heisst die nun offiziell gegründete touristische Vereinigung, die das Gebiet der drei Gemeinden umfasst und an die Stelle der drei aufgelösten lokalen Verkehrsvereine tritt. Sie kümmert sich fortan um die inneren touristischen Belange der ganzen Region.

Für die Vermarktung gegen aussen ist die Region Saastal mit Saas Fee Tourismus sowie den dortigen Bergbahnen eine Marketing-Kooperation eingegangen. Der «Marketingpool Saas Fee-Saastal» verfügt über ein stolzes Budget von 2 Millionen Franken, was in der Region einzigartig ist. Saas Fee Tourismus steuert 1 Million Franken bei. Die Bergbahnen Saas Fee sowie die Region Saastal investieren je 500 000 Franken für das ganzheitliche Vermarktungskonzept. «Höchstens Zermatt verfügt im Wallis über ähnlich hohe Marketingmittel», so Andenmatten.

SCHMALERE STRUKTUREN, MEHR POWER

Saastal Tourismus ist das Produkt von langjährigen Bestrebungen in der Region, die touristischen Kräfte zu bündeln. Die Bemühungen der drei Gemeinden, die Marketingaktivitäten von zentraler Stelle aus zu steuern, schlugen sich erstmals vor zehn Jahren nieder. «Noch ohne Einbindung von Saas Fee versuchte man damals, die Vermarktung der Region einheitlich zu koordinieren», erinnert sich Andenmatten. Der Effekt war allerdings gering, da alle drei Gemeinden ihren eigenen Verkehrsverein aufrecht erhalten wollten. Im Jahre 1998 wurde mit Saas Fee, dem touristischen Zugpferd der Region, eine Marketing-Kooperation gestartet. Allerdings sei auch da vorerst viel improvisiert worden, so Andenmatten. Der damalige Kurdirektor von Saas Fee, Frank Bumann, setzte sich vehement für eine Professionalisierung der Zusammenarbeit ein. Der kürzlich zum Tourismusdirektor von Zürich ernannte Bumann machte sich in seiner damaligen Funktion stark für die Zusammenlegung der drei Verkehrsvereine von Saas Almagell, Saas Grund und Saas Balen.

Während der folgenden drei Jahre wurde im Saastal oft über dieses Thema diskutiert und debattiert, die Fronten waren allerdings verhärtet. In weiten Kreisen der drei Gemeinden wurde am dorfeigenen Verkehrsverein festgehalten. Es bedurfte viel Lobbying seitens Andenmatten und anderer Befürworter, um die Vorzüge einer Zu-

sammenlegung bei der Bevölkerung nachhaltig darzulegen. «Schliesslich wurde von einer Mehrheit erkannt, dass der Zusammenschluss zu einer Destination schmalere Administrationsstrukturen und damit Effizienzsteigerungen bringt», erinnert er sich. Auch sei die Überzeugung gewachsen, dass die Konzentration auf eine starke und gut beworbene Marke der Region touristisch grossen Nutzen bringen könne.

«Als vor einem Jahr die Berner Beratungsfirma Daniel Fischer & Partner den Auftrag zur Ausarbeitung einer neuen Marketingstrategie für Saas Fee erhielt, war auch für uns der Zeitpunkt zum Handeln gekommen», sagt Andenmatten. Die externen Marketingprofis wurden beauftragt, auch für die Saastal-Gemeinden parallel zu Saas Fee ein neues Konzept zu erarbeiten. Der Grundstein für Saastal Tourismus war gelegt.

«BEISPIEL MIT SIGNALWIRKUNG»

Hoherfreut über die Gründung der neuen Destination ist auch der Walliser Tourismusdirektor Urs Zenhäusern. Die Konzentration der Kräfte in der Region auf die Vermarktung eines übergreifenden Brands sei beispielhaft und dürfe gemäss Zenhäusern eine Signalwirkung auf andere Regionen ausüben. «Die Gründung von Saastal Tourismus ist ein positiver Schritt in die touristische Zukunft des ganzen Kantons», ist der Tourismusdirektor überzeugt.

In der Walliser Regierung wird im Zusammenhang mit der Revision des Tourismusgesetzes über die Abschaffung aller lokaler Fremdenverkehrsbüros diskutiert. «Diese werden im Moment mit Hilfe der Kurtaxen am Leben erhalten, obwohl man die Gelder viel sinnvoller für den regionalen Tourismus einsetzen könnte», ist Zenhäusern überzeugt. Zum Beispiel zur intensiven Bewerbung der stärksten Marken. Solche gemeindeübergreifenden Tourismus-Destinationen sind für den Walliser der richtige Weg in die touristische Zukunft.

Ein aktuelles Beispiel im Wallis zeigt, dass die traditionellen Strukturen mit einem autonomen Verkehrsbüro in jedem Ort überholt sind. Das Aletschgebiet wurde unlängst mit dem Unesco-Weltnaturerbe ausgezeichnet und hat es bislang verpasst, dieses vorzügliche Verkaufsargument als Aufhänger für eine einheitliche Marketingstrategie der ganzen Region zu nutzen. Die attraktive Auszeichnung bietet die einmalige Gelegenheit, sich international ein nachhaltiges Image aufzubauen. Bisher verzetteln sich die Gemeinden der Region aber noch viel zu stark mit unterschiedlichen Strategien. Auch Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid hielt die Aletsch-Gemeinden mit einem persönlichen Brief vor kurzem an, sich an die Ausarbeitung eines gemeinsamen Marktauftritts zu machen. Das Saastal kann hierfür mit Sicherheit ein ausgezeichnetes Benchmark sein.

Eine klare Trennung der Aufgaben

«Die Kompetenzen von Saastal Tourismus und dem Marketingpool Saas Fee-Saastal müssen klar getrennt werden», sagt Oliver Tamas. Er ist Berater bei Daniel Fischer & Partner und hat beim Projekt im Saastal wesentlich mitgewirkt. «Die Kernaufgaben von Saastal Tourismus sind die Dienstleistungen für den Gast vor Ort, Services für die Leistungsträger, Angebotsgestaltung im Tal sowie die Qualitätssicherung», fasst er zusammen.

Der neu gegründete Marketingpool Saas Fee-Saastal übernimmt die Vermarktung der ganzen Region. Saastal Tourismus wird also künftig keinen selbständigen Marktauftritt

mehr haben. Das Saastal wird als Submarke von Saas Fee in die ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategie einverleibt. Um künftig noch zusätzliche Marketing-Mittel zur Verfügung stellen zu können, möchte Saastal Tourismus die Einnahmen aus den Kurtaxen erhöhen. Dies soll durch effizientere Kontrolle möglich sein. «Bisher gab es in der Region Saas Fee-Saastal fünf Verkehrsvereine, welche alle den gleichen Leistungsauftrag hatten. Jetzt existieren nur noch drei Tourismusorganisationen mit klar definierten und aufeinander abgestimmten Aufgaben», hält Oliver Tamas fest. **ROW**

Foto: Swiss-Image



GROSSZÜGIGES SAAS FEE

Saas Fee Tourismus füttert den Marketing-Topf der Region Saastal mit einer Million Franken, die Bergbahnen Saas Fee mit 500 000 Franken. Die beiden Unternehmen sind mit der Region Saastal eine Marketing-Kooperation eingegangen.

Anzeige



Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus



Stufe I Ausbildung zum Qualitäts-Coach

Kursdaten	Kursort
10./11.02.2003	Luzern
03./04.03.2003	Zofingen
05./06.05.2003	Muttenz
11./12.06.2003	Zofingen
18./19.08.2003	Muttenz
22./23.09.2003	Zofingen
20./21.10.2003	Naters
17./18.11.2003	Schönbühl/BE
08./09.12.2003	Interlaken
Kosten	
Mitglieder:	Fr. 490.–
Nichtmitglieder:	Fr. 610.–



Stufe I Refresher-Kurs für Qualitäts-Coaches

Integriert in die Qualitäts-Coach Ausbildung / jeweils am 2.Tag

Kosten	
Mitglieder:	Fr. 190.–
Nichtmitglieder:	Fr. 240.–



Stufe II Ausbildung zum Qualitäts-Trainer

Kursdaten	Kursort
25.03.2003	Schönbühl/BE
01.07.2003	Interlaken
25.11.2003	Luzern
Kosten	
Mitglieder:	Fr. 400.–
Nichtmitglieder:	Fr. 500.–

Weitere Informationen:
hotelleriesuisse
Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
3001 Bern
Tel. 031 370 42 60
Fax 031 370 42 62
quality@swisshotels.ch
www.swisshotels.ch

Auf Ihre Anfrage führen wir auch Spezialkurse (Stufe I und II) durch.

XVII. GASTROFORUM FÜR DIE FRAU 2003

Das Forum für Fachfrauen in
Hotellerie, Restauration und Tourismus.

12. BIS 16. JANUAR 2003. LENZERHEIDE
**MANAGEN
+ MACHEN**

Weitere Informationen finden Sie unter
www.gastrosuisse.ch/gastro_events
oder Sie bestellen bei uns das ausführliche Programm.
GastroSuisse Weiterbildung
T 01 377 55 30, F 01 377 55 92
weiterbildung@gastrosuisse.ch

PS:
Das Forum gibts auch als Weihnachts-Geschenk,
in Form eines Gutscheins.



GASTROSUISSE



International College of
Hotel Management

ATTENTION

Swiss Hotel School Diploma Graduates

Obtain a Bachelor Degree in Australia from
International College of Hotel Management.
Work placements are available.
Online study is possible.
Pathways to Masters Degrees are open
to Degree holders.

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

Tel: +61 8 8223 6039
Fax: +61 8 8224 0964
Email: admissions@ichm.edu.au
Website: <http://www.ichm.edu.au>

145916/414422

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.de

149196/390239

BAZAR

Blauer, dekorativer Kühlschrank

neuwertig, 145 x 60 x 55 cm, Fr. 600.-

Telefon 079 712 68 00

153263/421303

Zu verkaufen neuwertige

Kaffeemaschine

Modell Elektra
Belle Epoque Vertikale P1
Inkl. 2 Kaffeemöhlen und Wasser-
enthärterpatrone
Neupreis Fr. 15 000.-

Interessenten melden sich bitte bei:
CSA Casino Schaffhausen AG
Frank Butschke
Herrenacker 7, 8201 Schaffhausen
Telefon 052 630 30 30
E-Mail:

frank.butschke@casinoschaffhausen.ch

153275/421318

CH-Geschäftsgruppe

expandiert und bietet Top-Einkommen
von zu Hause aus. Sind Sie ehrlich,
zuverlässig und eine reife Person?

STS int/Smile2000 Telefon 091 743 08 17
153210/201758

Komplett eingerichtete

fahrbare Küche

zu verkaufen. Geschir, Stühle,
Zelt für 120 Personen.
Auch als Schnellimbiss geeignet.
VP Fr. 65 000.-

www.baumgartners.ch/redrose
Telefon 031 812 02 35

153188/421271

ANZEIGEN

Die feine Ambiance im neuen Iglu-Zelt von TENTA...



Die Bar der besonderen gepflegten Art.

Neuartige Architektur, modernes Design.
Gut kombinierbar mit mehreren Iglus zu einem "Iglu-Dorf".
Einfach...ästhetisch...sauber! Keine Fundamente erforderlich.

TENTA

TENTA AG CH-3415 Hasle-Rüegsau
Telefon 034 460 66 66 Telefax 034 460 65 50
Internet www.tenta.ch E-mail global@tenta.ch

Textiles Bauen • Textile Konstruktionen • Blachen
Zelte • Reparaturen & Service

Der Messeplatz im Internet ...

Finden Sie Ihren Partner für die
Spital- und Heim- und Gemeinschaftsgastronomie
www.gemeinschaftsgastronomie.ch

LIEGENSCHAFTEN

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 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06

Zu verkaufen

Liegenschaft in Lugano
50 Meter vom Seeufer

6-stöckiges Gebäude

Hotel-Restaurant
Untergeschoss bis 2. Stock
34 Zimmer, je mit Badezimmer
- Speisesaal mit 280 Plätzen
- Garagenplätze und Parkplätze

Wohnhaus
3. bis 6. Stock
20 Wohnungen

Interessenten bitte an folgende
Adresse schreiben:
Postfach 441, 6902 Lugano

153263/21865

Zu verkaufen

Trendige, gut eingeführte

Bar Coffee-Shop

(Tag- + Nacht-Betrieb) an frequentier-
ter Passantenlage in der Innerschweiz
(Kt. SZ).

Sehr gute Existenzmöglichkeiten
für innovative Gastgeber.
Eigenmittelbedarf CHF 190 000.-,
Rest VP finanziert.

Anfragen von Interessenten mit
Kapitalnachweis bitte an Chiffre
153270, *hotel + tourismus revue*,
Postfach, 3001 Bern.

153270/384360

La Municipalité de Château-d'Ex met en location pour le
printemps 2003

L'Hôtel de Ville de la Commune de Château-d'Ex

Château-d'Ex, capitale des ballons à air chaud, se situe
au Pays-d'Enhaut au cœur des Alpes Vaudoises, à 15 km
de Gstaad (www.pays-denhaut.ch ou [www.chateau-
doex.ch](http://www.chateau-
doex.ch)).

L'Hôtel de Ville est un hôtel trois étoiles SSH. C'est un
établissement complètement rénové à remettre à un
couple d'hôteliers ou restaurateurs de préférence.

Conditions de location honnêtes et attractives.

Salle à manger et à boire	60 places
Salle à manger	24 places
Salle de banquet	40 places
Bar-Pub	70 places
Terrasse	30 places
Hôtel 12 chambres	25 lits
Ascenseur et parking à proximité	

Dates de reprises à convenir.

Pour tous renseignements: M. Christian Daenzer,
municipal, 026 924 78 60.

Les offres sont à adresser au Greffe municipal,
1660 Château-d'Ex.

153243/421289

Im Auftrag unseres Mandanten verkaufen wir im
Herzen der Schweiz, am Vierwaldstättersee

Hotel Terrasse am See Vitznau/LU

Das traditionsreiche Hotel wurde 1871 erstellt und diverse
Male erweitert. Den Gästen stehen 27 Zimmer/50 Betten
sowie zwei Restaurants mit Terrasse zur Verfügung.
Gerne senden wir Ihnen den Liegenschaftsbeschrieb. Wei-
tere Auskünfte erteilt Ihnen Michael Hostmann, Direktor.

KOMPETENZ-ZENTRUM
für das Gastgewerbe und die Hotellerie AG

Industriestrasse 10, CH-6010 Kriens-Luzern
Telefon 041-349 10 39 Fax 041-349 10 22
hostmann@kompetenz-zentrum.com
www.kompetenz-zentrum.com

Auf Frühlommer/Herbst 2003

Zu pachten gesucht, evtl. späterer Kauf

Kleinere Hotelliegenschaft

ca. 20-30 Zimmer
Region Vierwaldstättersee

Der Betrieb wird von kompetenter
Familien geführt.

Unterlagen bitte an Chiffre 153276,
hotel + tourismus revue,
Postfach, 3001 Bern.

153276/421319

**Über Internet und nette
Gäste.** **htr**

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



Schweizer
Paraplegiker
Stiftung

Etwas Gutes tun

Denken Sie an die Schweizer
Paraplegiker-Stiftung

Verlangen Sie unsere Unterlagen
Tel. 061-225 10 10 • sps@paranet.ch • PC 04-8540-6

MINOTEL SUISSE / 200 000 Franken weniger Umsatz Zunahme der Asiaten

Die Hotelgruppe Minotel Suisse, Lausanne, erzielte im letzten Geschäftsjahr einen Gesamtumsatz von rund 5 Mio. Franken gegenüber 5,2 Mio. Franken im Vorjahr. Bei den Gästen aus der Schweiz musste ein Rückgang von 8 Prozent und bei jenen aus Europa von 12 Prozent hinengenommen werden. Der Überseemarkt steigerte sich indes um 12 Prozent, obwohl der amerikanische Markt um 30 Prozent einbrach. Durch die

Zunahme von chinesischen und japanischen Gästen habe der Rückgang mehr als wettgemacht werden können, hiess es an der Generalversammlung. Für das kommende Jahr ist Minotel Suisse aufgrund des gegenwärtigen Buchungsstandes sehr optimistisch. Minotel Suisse, zu 13 Prozent am Gesamtangebot der internationalen Kette beteiligt, ist momentan mit 25 Prozent aller Reservationen Spitzenreiterin. TRU

PIERRE & VACANCES / Hoher Gewinn 31,4% Umsatzplus

Der europäische Marktleader auf dem Sektor der Ferienresidenzen, Pierre & Vacances, meldet für das Geschäftsjahr 2001/2002 eine Umsatzsteigerung von 31,4 Prozent auf 794,7 Mio. Euro (2000/2001: 604,9 Mio. Euro) und eine Gewinnsteigerung um 22,2 Prozent auf 37,8 Mio. Euro (2000/2001: 30,9 Mio. Euro).

Der Tourismussektor steht dabei für ein Umsatzvolumen von 724 Mio. Euro (+50,5%)

und davon gehen wiederum 419,8 Mio. Euro auf das Konto von Maeva (157 Mio. Euro) und das Joint Venture Grand Dorado/Center Parcs Kontinentaleuropa (262,8 Mio. Euro).

Im laufenden Geschäftsjahr soll die Markenpolitik der Gruppe verstärkt artikuliert werden: Pierre & Vacances für das Topniveau, Maeva für die mittlere Kategorie und Centre Parcs für die Kurzurlauber. HAS

HAPIMAG / 56 Wohnungen sind bezugsbereit Neueröffnung in Flims

56 von insgesamt 137 Wohnungen (87 Zwei-Zimmer-Wohnungen, 43 Drei-Zimmer-Wohnungen, 7 Suiten) des neuen Hapimag-Ferienresorts «Vitget Alpin» in Flims werden am 21. Dezember vorzeitig geöffnet. Insgesamt werden 56 Mio. Franken in die Ferienanlage investiert. Laut Hapimag-CEO Marco Hartmann haben die Wohnungen Vier-Sterne-Niveau. Das Zentralgebäude sowie weitere Wohn-

gebäude befinden sich noch im Bau. Die Fertigstellung ist für Herbst 2003 vorgesehen. Nach Fertigstellung des Komplexes dürfe mit rund 137 000 zusätzlichen Logiernächten pro Jahr gerechnet werden, sagte Hartmann. «Dies wird sich auch in der touristischen Wertschöpfung in der Region bemerkbar machen», so Hartmann. In einer Periode mit eher rückläufigen Tourismuszahlen setze Hapimag ein Zeichen. TRU

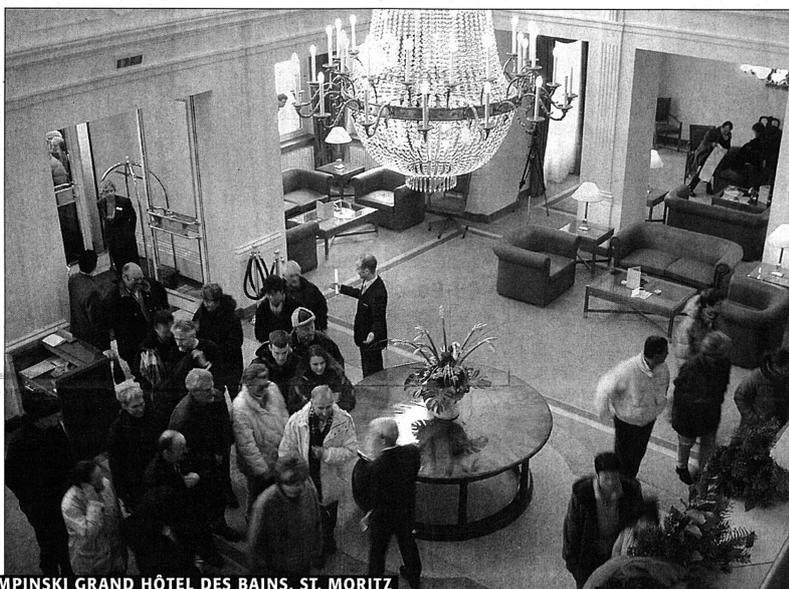
KEMPINSKI / Das ehemalige St. Moritzer «Parkhotel Kurhaus» wurde von der Kempinski-Gruppe zu einem Fünf-Sterne-Resort umgebaut. Der Andrang am Tag der offenen Tür am Sonntag war enorm. **TONI RÜTTI**

Gegen 4000 Besucher kamen

Nach fast 90 Jahren ist in St. Moritz wieder ein Fünf-Sterne-Hotel eröffnet worden: Das neue Kempinski Grand Hôtel des Bains verfügt über 184 Zimmer und Suiten und 349 Betten. Entstanden ist das Hotel aus dem 1864 erbauten «Parkhotel Kurhaus», das innerhalb von 14 Monaten für 55 Millionen Franken renoviert und umgebaut worden ist. Schätzungsweise gegen 4000 Leute kamen am vergangenen Sonntag zum Tag der offenen Tür. Etwa 100 Gäste checkten sogleich am ersten Tag ein.

Charakteristisches Merkmal des Gebäudes sind die beiden Türme, welche zwei luxuriöse dreistöckige Suiten beherbergen. Neben den Spa-Suiten sowie Deluxe- und Classic-Junior-Suiten gibt es die Presidential-Suite «Des Bains», die 360 m² gross ist. Bei der Inneneinrichtung wurden Tradition und modernes, zeitgenössisches Design miteinander verbunden. Entworfen wurde das Interieur vom Wiener Architekturbüro Franz Schnabel. Im öffentlich zugänglichen Bereich findet man Antiquitäten und Kunstwerke im Art-Deco-Stil. Zur Verfügung stehen die Restaurants «Les Saisons», wo eine Mischung aus internationaler und saisonaler Küche angeboten wird, und «Cà d'Oro», wo es – so Hoteldirektor Xaver Stocker – «die Geheimnisse der authentischen italienischen Küche zu

Fotos: Toni Rütli



KEMPINSKI GRAND HÔTEL DES BAINS, ST. MORITZ

Im ehemaligen «Parkhotel Kurhaus» wurden Tradition und zeitgenössisches Design miteinander verbunden.

entdecken gilt». Als «Herz des Hauses» wird die Kempinski Bar & Lounge bezeichnet, wo die Gäste zum Après-Ski einkehren oder die Tea-Time genießen. Die «Enoteca La Vigna» besteht aus historischen Elementen und Designmöbeln. Auch hier sind Tradition und Moderne vereint. Das Kempinski Grand Hôtel des Bains ist für Kongresse und Incentives gerüstet: Fünf Konferenzräume mit Tageslicht und ein modern ausgestattetes Business-Center stehen zur Verfügung.

Das Hotel-Spa beansprucht 1500 m²; es ist allerdings noch nicht fertiggestellt und bezugsbereit. Der Wellnessbereich wird ein Hallenbad, zwei Dampfbäder, eine Bio- und eine Stein-

sauna, eine separate Lady-Abteilung, eine breite Palette an Schönheitsbehandlungen sowie einen mit modernsten Geräten ausgestatteten Fitnessbereich umfassen.

KEIN DRESSCODE IM FÜNF-STERNE-HAUS

«Wir wollen», so Stocker, «dem Haus einen guten Geist verleihen und einen guten Service bieten, und zwar nicht bloss am ersten Tag. Vielmehr wollen wir in St. Moritz eine gute Gastgeberrolle übernehmen.» Einen Dresscode gebe es nicht. «Wir bauen in St. Moritz eine neue Gästestruktur auf: Sportler und Familien.»

Das das Interesse der Bevölkerung an diesem Hotel, das nach wie vor im Mitbesitz der Gemeinde steht, sehr gross ist, ist für Hoteldirektor Xaver Stocker absolut nachvollziehbar: «Die Investitionen in die Gesamtanlage erreichen gegen 100 Millionen Franken und betreffen Hotel, Casino, Ärztezentrum, Heilbad, Hallenbad und Wellnessbad. Die Gemeinde partizipiert mit knapp 10 Prozent, das Stimmrecht der Gemeinde beträgt aber 33 Prozent». Das Kempinski-Hotel lege Wert darauf, mit St. Moritz verbunden zu sein. Stocker: «Wir sind auch auf die lokale Bevölkerung ausgerichtet, was namentlich in der Vinothek und der Bar zum Ausdruck kommt.»

Zahlen und Fakten

184 Zimmer und Suiten, 349 Betten. Ausstattung: Telefon mit Voicemail, TV/Video, Safe, Minibar, Faxgerät (auf Anfrage), Internetanschluss, Restaurants und Bars: «Enoteca La Vigna», «Les Saisons», «Cà d'Oro», Kempinski Bar & Lounge, Kempinski Après-Ski Bar. Fünf Konferenz- und Meetingräume. Spa- & Wellness-Anlage auf 1500 m². «Kempinski-Kindergarten. Direkte Anbindung zu den Bahnen, Skigebieten und Langlaufloipen. 210 Mitarbeiter aus 11 Ländern. Das Casino (mit direktem Zugang) befindet sich nebenan. TRU

Das sagen Besucherinnen und Besucher zum neuen «Kempinski»



Stefanie Meister (26), 2. Chef de Réception, «Kulm Hotel», St. Moritz: «Das Haus wirkt mit seinen schönen Farben sehr freundlich auf mich – ein sehr schönes Hotel. Augenfällig ist dieser sehr moderne, für St. Moritz untypische Stil. Ich bin gespannt, wie die Klientel, die traditionellerweise nach St. Moritz kommt, darauf reagieren wird.»



Christian Badraun (72), pensionierter Unternehmer, Samedan: «Ich finde die neue Hotelanlage fantastisch. Es ist schon sehr beeindruckend, wie das alte Gebäude umgebaut wurde – die Zimmer, die Farben, alles passt. Das direkt ans Hotel angegliederte Casino finde ich sensationell.»



Siglinde Schön (44), Werbekaufrau, Prien/Bayern: «Ich habe einen sehr guten Eindruck gewonnen – von der Lobby über die Zimmer bis zum Kindergarten. Wir kommen zum dritten Mal nach St. Moritz. Dieses Hotel mit seinem modernen Touch ist auf alle Fälle eine Bereicherung für St. Moritz. Das Moderne fehlte nämlich bisher.»



Hans-Ruedi Rosenthaler (55), Immobilienhändler, St. Moritz: «Grundsätzlich ist es super, dass ein Unternehmen ein altes Hotel wieder auf Vordermann gebracht hat und dabei das Nostalgische mit dem Modernen kombiniert werden konnte. Diese Art überzeugt mich. Gut ist, dass es in St. Moritz Bad nun ein Casino gibt.» TRU

KURZ UND BÜNDIG

ZürichCard. Ab April 2003 gibt es die neue ZürichCard, die verschiedene Leistungen bietet, wie freie Fahrt auf dem Netz des Zürcher Verkehrsverbands (ZVV), Gratisintritte in 43 Museen oder einen Welcome-Drink in 24 Restaurants. Die ZürichCard ist ein Produkt von ZVV, Zürcher Museen und Zürich Tourismus. Sie kostet 15 Franken für 24 Stunden beziehungsweise 30 Franken für 72 Stunden. TRU

LTI Tours. Die Luzerner Kongress-, Event- und Reiseorganisation LTI Tours bezeichnet die Durchführung der Tischtennis-Veteranen-Weltmeisterschaft mit 3650 Teilnehmern aus 62 Nationen als Höhepunkt im vergangenen Geschäftsjahr. LTI Tours war bei diesem Event für die Logistik verantwortlich. Für das kommende Geschäftsjahr erwartet LTI Tours vermehrt Gäste und Kongresse aus den USA. Im Mittelpunkt des neuen Geschäftsjahres stehe am 30. Mai ein Kunden- und Partner-Event im Mystery-Park in Interlaken. TRU

Bogn Engiadina Scuol. Nach neunmonatiger Bauzeit kann die Bogn Engiadina Scuol SA in Scuol ihr neues «Römisch-Irisches Bad» einweihen. Das bisherige Angebot wird durch eine Empfangshalle, eine neue «Crème-Station», einen neuen Massageraum und einen neuen Ruheraum ergänzt. Den Gästen soll in Kombination mit den bisherigen Angeboten ein «unvergessliches Wellness-Erlebnis» geboten werden, wie es im Pressetext heisst. Die Eröffnung der neuen Anlage fällt mit dem 10-Jahre-Jubiläum der «Bogn Engiadina Scuol» zusammen. TRU

Hotelinventar. Das Wiener Hotel Hilton, das vor einer Generalsanierung steht, versteigert am 16. Januar 2003 sein gesamtes Inventar, wie die österreichische Zeitung «Kurier» berichtet. Unter den Hammer kommen 600 komplette Zimmereinrichtungen, die gesamte Ausstattung von Bars und Restaurants, aber auch Geschirr, Kücheneinrichtungen, WC-Schlüsseln und – für Musikliebhaber besonders interessant – drei Flügel. Es sind 50 000 Gegenstände, die in 700 bis 800 Posten zusammengefasst sind. TRU

Gesamtkatalog unter www.dorotheum.com.

Reklame

Die Klassiker in Porzellan

KPM

Exklusiv bei

Büchegger

Tel. 041 360 42 44
www.buechegger.ch

Zehn Mal mehr Buchungen

Internet. Die Sorat-Hotelgruppe verzeichnet zehn Mal mehr Direktbuchungen über Internet, seit die Online-Reservierung über das System des «Hotel Reservation Service» (HRS) abgewickelt wird. Gemäss HRS-Prinzip wird jedes Sorat-Hotel ausschliesslich zum günstigsten Tagespreis angeboten. Indes ist die Buchung unterschiedlicher Zimmerkategorien nicht mehr möglich. ABC

www.sorat-hotels.com

LUZERN HOTELS / Vernehmlassung Arbeitsgesetz Praxisnahe Ausbildung

Im Vernehmlassungsverfahren zum Arbeitsgesetz, Passus Sonderbestimmungen über den Schutz der jugendlichen Arbeitnehmer, weist Luzern Hotels den Entwurf der Verordnung 5 als Ganzes zurück. Diese sieht vor, die Ausbildungsbedingungen für Lehrlinge zu verschärfen. Luzern Hotels argumentiert damit, dass Nacht- und Sonntagsarbeit in der Hotellerie und im Gastgewerbe üblich seien. Die Lehrlinge

müssten also die Möglichkeit haben, unter praxisnahen Bedingungen ausgebildet zu werden. Falls die Verordnung 5 nicht gestrichen werde, verlangt Luzern Hotels, dass entweder die Sonntags- und Nachtarbeit für Jugendliche befristet und die Ausbildungsbedingungen für Lehrlinge verschärfen. Luzern Hotels argumentiert damit, dass Nacht- und Sonntagsarbeit in der Hotellerie und im Gastgewerbe üblich seien. Die Lehrlinge

Neue Alpine-Classic-Hotels

Neue Mitglieder. Im neu erschienenen Hotelguide der Alpine-Classic-Hotels 2003 werden fünf neue Mitglieder vorgestellt: Hotel Chesa Montana in Samnau, Hotel Gut Ising in Chieming am Chiemesee (D), Grand Park Hotel in Bad Hofgastein (A), Hotel Urthaler auf der Seiser Alm (I), Burg und BurgVital Hotel in Oberlech (A). Total umfasst Alpine Classics nun 43 Hotels. CK

www.alpineclassic.ch

Ehre für «The Hotel»

Luzern. Das Cooper-Hewitt National Design Museum in New York präsentiert bis zum 2. März 2003 eine Ausstellung über visionäres Hoteldesign. Als herausragendes Beispiel wird dort das von Jean Nouvel konzipierte Design-Hotels-Mitglied «The Hotel» Luzern vorgestellt. Das Hotel hatte es den Ausstellungenmachern so angetan, dass sie «The Hotel» als Leitmotiv für Plakate, Flyer und das Katalogcover der Ausstellung einsetzen. CK

Kein neuer Hotelkomplex

Flughafen Kloten. Das Projekt für einen 500-Millionen-Franken-Hotelkomplex beim Flughafen Kloten ist definitiv gestorben. Die Flughafenbetreiberin Unique könne die Investition in der jetzigen Situation nicht verantworten, wie es gegenüber den Medien hiess. Die Anlage hätte ein Vier-Sterne-Hotel mit rund 350 Zimmern, Konferenzräume, eine Wellness-Anlage, ein Businesscenter und ein Spielcasino umfassen sollen. TRU/sda

LOGIERNÄCHTE / Rückgang um 4,9 Prozent im Sommerhalbjahr 2002

Schlechter Sommer zum Zweiten

Die vom Bundesamt für Statistik (BFS) durchgeführte Vollerhebung bei den schweizerischen Hotelbetrieben ergab für das Sommerhalbjahr 2002 (Mai bis Oktober) 17,7 Millionen Übernachtungen. Dies bedeutet einen Rückgang um 4,9 Prozent (-920 000 Logiernächte) gegenüber 2001. Von Graubünden liegt eine detaillierte Statistik vor: Der Kanton hatte im Sommer 2002 eine Einbusse von 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Die Drei-Seen-Region konnte indessen dank der Expo.02 besonders gute Resultate verbuchen. Auch der Kanton Waadt und das Mittelland profitierten vom «Expo.02-Effekt». Mit Ausnahme von Genf hatten alle übrigen Tourismusregionen Einbußen zu gewärtigen.

Die schweizerische Hotellerie muss damit zum zweiten aufeinander folgenden Mal einen Rückgang in der Sommersaison verzeichnen. Die Ergebnisse liegen um 3,5 Prozent unter dem Mittel der letzten 10 untersuchten Sommerhalbjahre und um 3,6 Prozent unter jenem der letzten fünf Sommerhalbjahre.

STAND VON OKTOBER 2000 NICHT WIEDER ERREICHT

Die ausländische Nachfrage vermochte sich lediglich im Oktober zu steigern, was hauptsächlich darauf zurückzuführen ist, dass die Logiernächte der Gäste aus dem Ausland im Oktober 2001 in Folge der Attentate vom 11. September stark gefallen waren. An die Schweizer gingen etwas mehr Logiernächte in den Monaten Mai, Juli und September.

Trotz dieser Erholung der Nachfrage wurde der Logiernächtestand vom Oktober 2000 nicht wieder erreicht. Die Binnennachfrage erreichte 7,8 Millionen und blieb damit gegenüber dem Vorjahr stabil. Dagegen steigerten sich die Ankünfte um 1,6 Prozent gegenüber dem Sommer 2001. Nach diesen Ergebnissen zu schliessen, nahmen die Schweizerinnen und Schweizer zwar mehr, jedoch kürzere Ortswechsel vor.

NACHFRAG IM AUSLAND STARK GESUNKEN

Die ausländische Kundschaft buchte im Sommerhalbjahr 2002 insgesamt 9,9 Millionen Logiernächte, 8,5 Prozent weniger als in der entsprechenden Vorjahresperiode. Die europäische Nachfrage umfasste 6,8 Millionen Übernachtungen (-8,5%), jene aus Übersee 3,1 Millionen (-8,4%). Die Schweizer Hotelbetriebe bekamen die Folgen der Konjunkturabschwächung in den westlichen Gästeherkunftsländern und ihrer Abhängigkeit von den Vereinigten Staaten deutlich zu spüren. So schwächte sich die Nachfrage auf den wichtigsten Auslandsmärkten deutlich ab. Zu nennen sind: Deutschland (-12%), USA (-17%), Japan (-18%) und Grossbritannien (-8,9%). TRU/sda

PHOTO: ZUG



DIE NEUEN ZIMMER

Viel Gemütlichkeit, viel Komfort und viel Platz: das zeichnet die neuen Zimmer des Davoser «Waldhuus» aus.

HOTEL WALDHUUS / Das Davoser Hotel von Arabella Sheraton ist für 20 Mio. Franken umgebaut worden. Es verfügt jetzt über 99 Zimmer. CHRISTINE KÜNZLER

Ein Hotel im Swissness-Stil

20 Millionen Franken hat Arabella Sheraton für die Erweiterung des Hotels Waldhuus in Davos investiert. Entstanden ist in 13 Monaten ein Anbau im Stil des Haupthauses. Ein neuer Trakt, in dessen Zentrum eine grosszügige Lobby und die Kaminbar untergebracht sind, verbindet das alte und das neue Gebäude. Das «Waldhuus» ist ganz bewusst im «Swissness»-Stil gebaut worden. Ein einheimischer Architekt und einheimische Handwerker haben dafür gesorgt, dass Materialien und Ausbau zu der Region passen. «Wir wollten ein heimeliges Hotel schaffen für jene Gäste, die länger bei uns bleiben wollen», so der neue Hoteldirektor Martin Vassalli (siehe Interview).

Das Vier-Sterne-Haus hat nun 99 Zimmer, davon sechs Suiten. In den 61 Zimmern und Suiten im Neubau dominiert das Arvenholz, und die Polstermöbel in dezenten Farben sorgen für viel Komfort. Entstanden ist weiter

ein Seminarraum, der bis zu 120 Kongresssteilnehmer beherbergen kann. Der Raum ist aber auch unterteilt in drei Räume. Mit einer zusätzlichen Garage sind zudem die Parkplätze auf 70 aufgestockt worden.

Neu stehen den «Waldhuus»-Gästen ein Fitnessraum, eine Sauna, ein Dampfbad und ein Solarium zur Verfügung. Auf einen grossen Ausbau des Wellnessbereichs hat Arabella Sheraton verzichtet, weil die Gäste die umfassende Wellnesslandschaft im Schwesterhotel Seehof nutzen können.

65% AUSLASTUNG IM ERSTEN JAHR

Vergrössert worden ist auch das Restaurant. Das «Allegro» verfügt neu über 200 Sitzplätze, das öffentliche A-la-carte-Restaurant über 24. Auch die beiden Restaurants sind typisch schweizerisch in viel Holz gehalten. Der junge Koch Alexander Kroll sorgt mit viel Liebe für das leibliche Wohl der Gäste. Das kann er um so besser, als auch die Küche renoviert und ausgebaut worden ist.

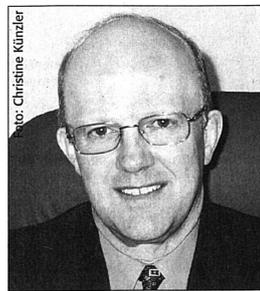
Das 1985 erbaute «Waldhuus» ist seit 1999 im Besitz von Arabella Sheraton. Und die Auslastung war laut Vassalli «recht gut.» Für das kommende Jahr rechnet er mit einer Auslastung von 60 bis 65 Prozent. Über 60 Prozent der Gäste sind Schweizer, ca. 25 Prozent stammen aus Deutschland. «Wir haben sehr viele Stammgäste», hält Vassalli fest.

Aufgrund der Lage und der Rundum-Kinderbetreuung eignet sich das «Waldhuus» als Familienhotel: Eine ausgebildete Kindergärtnerin steht vom Check-in bis zum Check-out den Kindern zur Verfügung und begleitet

sie auf Spaziergängen durch die Davoser Naturlandschaft.

58 MITARBEITENDE IM «WALDHUUS»

Vassalli sieht seine Hauptaufgabe darin, mit Qualität, Flexibilität und freundlichen Mitarbeitern dafür zu sorgen, dass die Gäste ins «Waldhuus» kommen wollen. Das scheint ihm schon gelungen zu sein: Der Empfang im «Waldhuus» ist sehr warm und herzlich. Er lege, so Vassalli, grossen Wert darauf, die «passenden Mitarbeiter» einzustellen, sie dann zu schulen, um sie anschliessend eigenverantwortlich handeln zu lassen. Er trage alle dazu bei, damit seine Mitarbeitenden über eine längere Zeit im «Waldhuus» bleiben. «Diese Kontinuität ist besonders für unsere Stammgäste sehr wichtig.» 58 Mitarbeitende sind zurzeit im «Waldhuus» beschäftigt. Das Haus ist während zehn Monaten jährlich geöffnet.



Martin Vassalli, Direktor «Waldhuus».

MARTIN VASSALLI / Die Ziele des «Waldhuus»-Direktors

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

«Wir wollen ein führendes Hotel sein»

■ Welche Ziele setzen Sie sich mit dem «Waldhuus»?

Wir wollen ein führendes Vier-Sterne-Hotel in Davos sein, das Schweizer Charakter hat. Wenn der Gast ins «Waldhuus» kommt, sieht er Holz, Granit und den Wald hinter dem Haus. Auf das wollen wir aufbauen und stark werden. Schweizerisch, Davos, Natur, Sport und Familie – das sind unsere Schwerpunkte. Wir wollen auch von der Küche her bekannt werden. Unsere Küche ist sehr gut, doch haben wir vielleicht noch zu wenig Schweizer und Bündner Spezialitäten. Das werden wir ändern.

■ Sie waren lange im Ausland tätig und sind nun in die Schweiz zurückgekehrt. Weshalb?

Es war schon immer die Absicht von mir und meiner Frau, wieder in die Schweiz zurückzukommen. Wir mussten uns entscheiden, ob wir in der Schweiz nochmals ein Hotel führen oder erst nach der Pensionierung zurückkommen wollten. Wir haben uns für ersteres entschieden. Und ich bin froh, das «Waldhuus» führen zu dürfen. Es ist eine spannende Tätigkeit. Zudem ist die Schörgghuber-Unternehmensgruppe engagiert und seriös.

Davos ist für mich eher neu, doch die Aufgabe, sich um Gäste zu kümmern, ist überall in etwa gleich – ob es jetzt ein Ferienhotel in Hawaii, in Südafrika oder in der Schweiz ist. Die Gäste haben die gleichen Bedürfnisse. Wichtig ist für mich, ein Produkt anbieten zu können, das die Erwartungen des Gastes erfüllt.

■ Wie unterscheidet sich die Schweizer Hotellerie von jener in Südafrika zum Beispiel?

Dort muss man die Hoteliers anders unterstützen als in der Schweiz. In Lusaka in Sambia hatten wir ein Hotel mit 150 Zimmern. Dort war lediglich der Direktor ein Ausländer, alle anderen waren einheimische Mitarbeiter. Die Ausbildung und die Einstellung zum Geschäftsleben ist in Afrika ganz anders als wir uns hier gewohnt sind. Der Mitarbeiterschwung kommt also ein grosses Gewicht zu. In jedem Hotel ist eine Person angestellt, die Lesen und Schreiben unterrichtet.

■ Welche Erfahrungen haben Sie aus dem Ausland mitgenommen?

Das Wichtigste ist, dass ich bei meiner Tätigkeit auf fünf Kontinenten gelernt habe, mit verschiedenen Menschen umzugehen. Ich bin dadurch anpassungsfähig geworden.

Martin Vassalli (55) hat die Ecole hôtelière in Lausanne absolviert. Seine berufliche Laufbahn führte ihn in fünf Kontinente. Im Oktober 2001 kam er in die Schweiz zurück. Während zehn Monaten war er bei den Manz Privacy Hotels tätig; seit November führt er das «Waldhuus» und amtiert als Regionalleiter für alle Davoser Arabella-Sheraton-Hotels.



ALFRED J. BUCHER / Eine einzigartige Karriere: Vom Brauerlehrling über Afrika zum Feldschlösschen-Produktionschef. SEITE 15



TECHNIK / Hinter den Wellness-Kulissen braucht es Profis – etwa fürs Energiesparen oder für die Lärmbekämpfung. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

GUIDE ROUGE / Ausgabe 2003 neu mit «Bib Hotel»

Nichts Besonderes

Bezüglich Neuverteilung von Sternen bringt der soeben erschene «Guide Rouge 2003» (Michelin) wenig Neues: Weder Ab- noch Neuzugänge bei den 3-Sterne-Restaurants, ein Zugang und kein Abgang bei den 2-Sterne-Lokalen sowie fünf neue 1-Sterne-Restaurants. Vier 1-Sterne-Restaurants wurden aufgehoben, allerdings «nicht aufgrund eines Qualitätsrückganges, sondern wegen deren Schliessung». Nach wie vor sind die Deutschschweiz und das Tessin in Sachen drei Sterne Brachland. Auch der Zugang in der Zwei-Sterne-Kategorie liegt mit dem «Denis Martin» in Vevey in der französischen Schweiz. Der zweite Stern sei Denis Martin wegen «seiner Kreativität und seiner besonderen Kenntnisse der Gewürzküche» verliehen worden, so die Begründung.

«BIB HOTEL» UND KOMMENTARE

In Anlehnung an den «Bib Gourmand» hat Michelin neu den «Bib Hotel» eingeführt. Die ausgewählten Hotels seien «praktisch und gastfreundlich mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis». Neu im Guide Rouge 2003 sind auch die kurzen Kommentare zu den ausgewählten Restaurants und Hotels. Der Stil dieser Texte ist fachbezogen und beschreibend: beschrieben werden die Einrichtung, die Atmosphäre sowie das Ambiente. DST

KURZ UND BÜNDIG

Finanzchef Leinhäuser verlässt Mövenpick. Urs Leinhäuser (Jahrgang 1959), Finanzchef der Mövenpick-Holding, habe sich entschieden, Mövenpick per 31. März 2003 zu verlassen, um eine neue berufliche Herausforderung anzunehmen, teilte Mövenpick am Dienstag mit. Über die Regelung der Nachfolge werde «zu gegebener Zeit» informiert. Urs Leinhäuser war seit 1. November 1999 Generaldirektor Finanzen & Controlling (CFO) des Mövenpick-Konzerns sowie Mitglied der Geschäftsleitung. Ende November 2002 hatte Mövenpick eine «Verlustwarnung» publiziert und mitgeteilt, dass sich die operativen Erträge im zweiten Halbjahr 2002 gegenüber dem ersten Halbjahr nicht verbessern würden. Somit steht fest, dass auch für das ganze Geschäftsjahr 2002 ein Betriebsverlust resultieren wird. DST

Eichhof gewinnt weiter Marktanteile. Im Geschäftsjahr 2001/2002 (per 30. September) hat die Eichhof-Getränkedivision den Bierabsatz erneut erhöht und damit im insgesamt rückläufigen Schweizer Biermarkt weiter Marktanteile gewonnen. Auch das in den letzten Jahren aufgebaute Weingeschäft habe sich erfreulich entwickelt, teilte Eichhof mit. Der Umsatz im übrigen Getränkehandel reflektiere die konsequente Bereinigung des Sortiments um Produkte und Vertriebskanäle mit ungenügenden Deckungsbeiträgen. Die Getränkedivision steigerte bei einem leicht rückläufigen Umsatz von 196,4 Mio. Franken den EBITDA um 2,9% auf 17,4 Mio. Franken und den EBIT um 7,9% auf 9,3 Mio. Franken. Der Umsatz der ganzen Eichhof-Gruppe ging um 2,7% auf 281,4 Mio. Franken zurück. Der Reingewinn betrug 4,6 Mio. Franken. DST

SELSORGE / Der Basler Thawm Mang hat immer ein offenes Ohr für die Mitarbeitenden im Hotel- und Gastgewerbe – ob bei privaten oder beruflichen Problemen. MENA KOST

Gastropfarrer hilft bei Lebenskrisen und Integrationsproblemen

Thawm Mang betritt das Quartierrestaurant «Sorbonne» im Westen Basels. Die Serviertochter kennt den 33-Jährigen bereits und begrüsst ihn herzlich. Ob er schon wisse, dass die Chefin wegen einer Knieoperation im Spital sei? Nein, aber wie es ihr denn gehe, fragt Mang besorgt: «Ist die Operation gut gelaufen?» Das weiss die Mitarbeiterin auch nicht. «Ich werde ihr morgen einen Krankenhausbuchung abstellen», verspricht Mang.

ÜBER PROBLEME REDEN IST WICHTIG

«Die Menschen im Gastgewerbe haben sehr unregelmässige Arbeitszeiten», erzählt Mang, der in Indien Theologie studierte. Das sei einer der Gründe, dass eigens ein Seelsorger für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Hotel- und Restaurantgewerbe nötig sei. «In dieser Branche gibt es für viele keinen Sonntag. Wir von der Kirche müssen jedoch für alle erreichbar sein.» Dazu komme, dass der ständige Stress und die Hektik in den Betrieben oft enorm sei. Alles, was einen belastet, schlage sich auf die Ausdauer und die Arbeitsmotivation nieder, ist der seit gut einem Jahr in Basel amtierende Gastroselbsterge überzeugt.

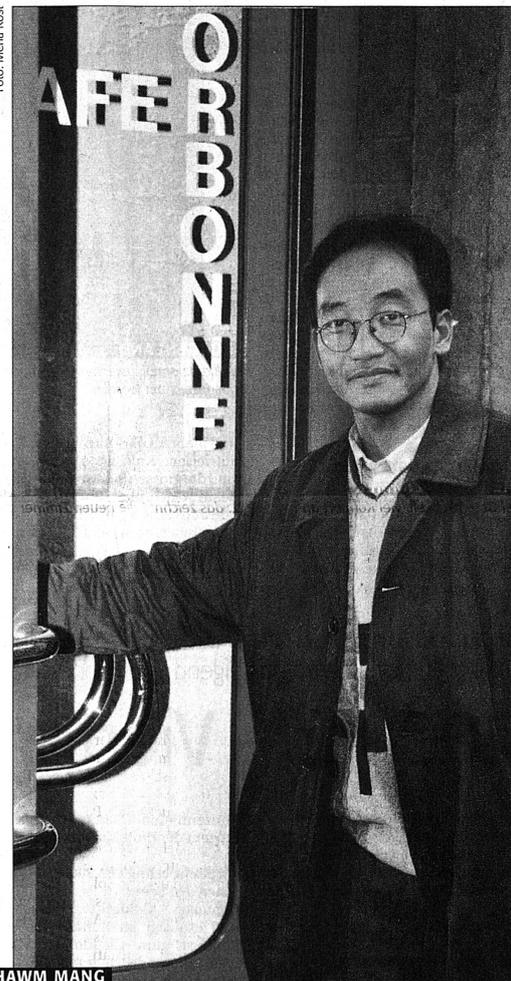
«Es ist wichtig, dass man über seine Probleme reden und gemeinsam nach Lösungen suchen kann.» Da im Gastgewerbe Menschen aus den verschiedensten Kulturen zusammenarbeiten, können auch Verständigungsschwierigkeiten oder unterschiedliche Gewohnheiten und Bräuche zu Spannungen führen. «Mein Ziel ist es, Arbeitnehmern und Arbeitgebern zu einem Für- und Miteinander zu verhelfen.»

NICHT WÄHREND DER ARBEITSZEIT

Zwar ist Mang unterdessen in vielen Basler Gastrobetrieben bekannt und stattet regelmässig freundschaftliche Besuche ab. Aber es gibt immer wieder Personen, die noch keine Ahnung haben, dass auch die Mangs Hilfe in Anspruch nehmen können. Deshalb stellt sich der Seelsorger in neuen Betrieben oder bei neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern persönlich vor und bietet seine Dienste an. «Meist rufe ich zuerst an, um einen für den Betrieb geeigneten Termin zu finden.» Man könne nicht einfach während der Arbeit hereinplatzen. Es sei ihm sehr wichtig, dass seine Besuche nicht zu Verzögerungen oder Absenzen führten. «Seelsorgegespräche finden fast immer ausserhalb der Arbeitszeiten statt.»

Wie viele Menschen er jeweils betreibe, sei ganz unterschiedlich. «Es gibt Wochen, in denen ich fünf und solche, in denen ich 30 Verabredungen habe.» Aber auf jeden Fall gebe es im Sommer mehr Anfragen als im Winter, wo der Stress am Arbeitsplatz wegen Messen, Festtagen und Faschnacht besonders gross sei und kaum Zeit für Persönliches bleibe. Um ein gutes Klima im Betrieb zu fördern, hat Mang auch mit den Chefs Kontakt und bemüht sich, bei einem Kaffee- und Plauderstündchen Zeit für sie zu haben. «Ich möchte keine Heimlichkeiten – es ist einfach angenehmer,

Foto: Mena Kost



THAWM MANG

«Ich will Arbeitnehmern und Arbeitgebern zu einem Für- und Miteinander verhelfen.»

wenn alle wissen, wer ich bin und mir vertrauen.»

HILFE BEI DER INTEGRATION

Bei den Besuchen in den Restaurants und Hotels hinterlässt Mang seine Telefonnummer und bietet den Menschen an, sich bei Problemen an ihn zu wenden. Welcher Religion oder Kultur jemand angehört, ist dabei unwichtig. «Ich versuche, allen mit Respekt und Liebe zu begegnen.» Aber natürlich ist die Gastgewerbe-Seelsorge christlich orientiert und versucht auch, vor diesem Hintergrund zu helfen. So sei es schon vorgekommen, dass eine Person lieber mit einem katholischen Pfarrer sprechen wollte. «Wenn das der Fall ist, dann vermittele ich den gewünschten Gesprächspartner.»

Die Probleme der Hilfesuchenden sind ganz unterschiedlich. Bei Migrantinnen und Migranten sind es oft Ver-

ständigungsprobleme oder Sitten und Bräuche, die einer Erklärung bedürfen. «Hier geht es also meist um Integration.» Da Mang selbst erst 1995 über Indien in die Schweiz gekommen ist, weiss er genau, wie sich Neuankömmlinge fühlen und kann ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Meist unterhält sich der Seelsorger in Deutsch oder Englisch mit den Rat-suchenden. Ist das nicht möglich, zieht Mang nach Möglichkeiten einen Dolmetscher bei.

EIN TREFFEN REICHT MEIST NICHT

Aber auch private Schwierigkeiten und rechtliche Fragen stehen auf der Tagesordnung. «Je nach Gebiet vermittele ich die Person weiter», erzählt Mang. Denn bei Steuer- oder Schuldenfragen seien die Hilfesuchenden bei einer Fachperson aus dem Sozialwesen besser beraten. Es gehört also auch zu Mangs Aufgabe, die Basler

Institutionen zu kennen und zu wissen, wer wofür zuständig ist. Geht es um ein privates Problem, etwa in der Ehe oder bei einem Lehrling mit den Eltern, versucht Mang, im Gespräch Lösungen zu finden. «Meist fühlen sich die Hilfesuchenden schon etwas besser, wenn sie ihre Sorgen einer neutralen, nicht vorbelasteten Person erzählen können.»

Bei wirklich ernststen Krisen reiche ein einzelnes Treffen allerdings nicht aus. «Wenn mich der Betroffene nicht selbst auf einen weiteren Termin an-spricht, dann rufe ich ihn in der folgenden Woche an und erkundige mich, wie es ihm geht», so Mang. Denn wenn es einem wirklich schlecht gehe, habe man meist nicht die Kraft, sich die nötige Hilfe zu organisieren.

PFARRER MIT SERVICE-ERFAHRUNG

Gastroselbsterge hat Tradition: Bereits seit 1925 ist in Basel ein Pfarrer extra für die Beschäftigten aus Hotellerie und Gastronomie im Einsatz. Die Seelsorge ist gratis und Mang fast rund um die Uhr für Notfälle erreichbar. Neben den Gesprächen ist auch gemeinsames Beisammensein wichtig. Deshalb organisiert er alle zwei Wochen einen Nachmittagstreff mit Gesprächen, Gesang, Kaffee und Kuchen. «Dazu sind alle herzlich eingeladen.»

Er finde es wichtig, dass man sich nicht nur unterhalte, wenn man Schwierigkeiten habe, sondern sich auch gemeinsam des Lebens freue. Ausserdem könne man dabei Erfahrungen mit Kolleginnen und Kollegen aus der Branche austauschen. Apropos Erfahrung: Auch Thawm Mang hat schon in Küche und Service gearbeitet. «Ich war während einem Jahr in der Basler «Schlüsselzunft» tätig», erzählt der Seelsorger. Die Arbeit habe ihm Spass gemacht und das Team sei toll gewesen, erinnert er sich. Aber er wisse jetzt auch, dass die Arbeit im Gastgewerbe sehr intensiv sei. «Ich habe grosse Hochachtung vor Menschen, die den Stress und die unregelmässigen Arbeitszeiten gut meistern.»

Von Burma in die Schweiz

Thawm Mang wurde 1969 in Burma geboren. Der Sohn eines reformierten Pfarrers studierte zuerst Botanik. Nach einem Regierungssturz musste er 1988 als Präsident der Studentenbewegung mit weiteren 15 000 Verfolgten das Land verlassen und floh nach Indien. Dort studierte er in Neu-Delhi Theologie. Nach abgeschlossenem Studium emigrierte er in die Schweiz, wo er zuerst an Konferenzen und Trainings von Menschenrechtsorganisationen in Genf teilnahm. Nach einem Jahr Service- und Küchen-erfahrung, dem Besuch eines Integrationskurses und einem weiteren Studienjahr in Theologie trat Mang im Oktober 2001 seine jetzige Stelle als Gastroselbsterge bei der Stadtmission Basel an, die von der evangelisch-reformierten Kirche mitfinanziert wird. MEK

Thawm Mang, Telefon 061 383 03 36.

ITALIEN / Das Sortiment Angelo Gajas ist um eine Abfüllung reicher

Neuer Gaja aus der Maremma

Der Name Angelo Gaja steht für Qualität, Piemont und Erfolg. Er steht aber auch für die Passion eines energetischen Weinmachers, der unermüdet qualitativ hochwertige Weine produzieren und vermarkten will. Gajas Herz schlägt für das Piemont, aber seine Leidenschaft treibt ihn in andere Weinregionen Italiens, wie etwa in die Maremma.

Jahrhundertlang war dieser toskanische Küstenstrich Sumpfgebiet. Seit 1950 ist die Zone trockengelegt. Trotzdem dauerte es Jahrzehnte, bis dieses Terroir von der Weinbranche entdeckt wurde. Lange Zeit war der Sassicaia der einzige Wein, der hier vinifiziert wurde, mittlerweile hat ein Ausverkauf des Bodens stattgefunden und es ist eine Frage der Zeit, dass zahlreiche neue Maremma-Weine auf den Markt kommen werden.

WEIN AUS ERST ZWEI-JÄHRIGEN REBEN

Gajas erster Wein aus diesem Gebiet ist nun eingetroffen. Produziert wurde diese klassische Bordeaux-Cuvée aus erst zweijährigen Reben, was besonders erstaunt, wenn man den Wein verkostet. Denn an Dichte und Konzentration fehlt es nicht und die Struktur ist ebenfalls vorhanden. Es ist ein Wein, der verführt und einen sofort anspricht. Sein Name: «Magari».

Dazu Angelo Gaja: «Dieses Wort bedeutet auf italienisch so viel wie «vielleicht», wenn es nur so wäre» oder «und ob». Es beinhaltet aber auch ein bisschen Ironie. Es ist frei von Selbstverherrlichung und dramatischer Inszenierung und hat damit den Vorteil, nicht gleich auf dem Etikett die grosse Anstrengung und Entschlossenheit, die in dieses Projekt geflossen sind, zu demonstrieren.»

GEEIGNET AUCH ALS WERTANLAGE

Preislich haben die Weine von Angelo Gaja nie zum Segment der günstigen Abfüllungen gehört. Es sind vielmehr Weine, die ihren Preis haben und mit den Jahren auch behalten, wenn nicht gar steigern. Aus diesem Grund ist der aktuelle Verkaufspreis des ersten «Magari»-Jahrgangs sehr attraktiv. Denn eins ist sicher: je älter die Reben werden, desto teurer wird der Wein. **CHK**

Eine Flasche 2000er-«Magari» kostet Fr. 49.80 Franken und kann bei der Weinhandlung Weibel Weine in Thun (Telefon 033 334 55 55, www.weibelweine.ch) bezogen werden.



Magari 2000: Diese klassische Bordeaux-Cuvée wurde aus erst zweijährigen Reben produziert.

ÖSTERREICH / Alois Kracher ist einer der höchstprämierten Winzer Österreichs. Und dies, obschon er vor allem Süssweine vinifiziert. Zu seinen grössten Fans gehört auch Robert Parker. **CHANDRA KURT**

Häufig preisgekrönte Süssweine

Das die Winzer unseres Nachbarlandes von der Qualität ihrer Abfüllungen überzeugt sind, ist sicher mit ein Grund, warum an internationalen Wettbewerben immer mehr österreichische Tropfen anzutreffen sind. Interessant auch, dass sie eine Prämierung nach der anderen ernten. So etwa der Süsswein-Winzer Alois Kracher aus Illmitz, der gerade von Robert Parker für zwei Weine des Jahrgangs 99 die Höchstnoten 98+ und 100 Punkte erhalten hat.

TOPWEIN NOCH 40 JAHRE LAGERN?

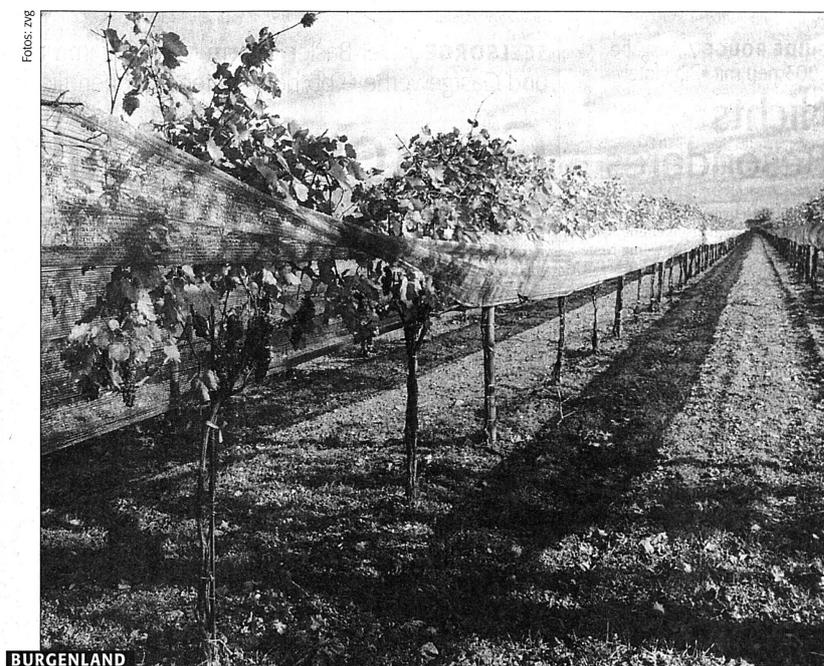
Im «Wine Advocate», Parkers Publikation, hat der Weinkritiker die gesamte Süsswein-Palette Krachers des aktuellen 1999er-Jahrgang verkostet. 10 Trockenbeereauslesen von einfacher bis hoch stehender Struktur galt es zu bewerten. Die Noten bewegten sich von 88 bis 100 Punkten. 98 gab's für die Scheurebe und 100 für den Welschriesling. Laut Parker sollte der Topwein erst in 40 Jahren genossen werden, wobei er bereits jetzt köstlich mundet. Ganz zu schweigen davon, dass Kracher in den Jahren 1994, 1997, 1998, 2000 und 2001 vom englischen Fachmagazin «Wine» zum «Winemaker of the Year» ernannt worden ist.

Alois Kracher hat sich bei seinen Süssweinen für zwei Ausbaustilistiken entschieden. Der klassische Süsswein wird in 300-Liter-Akazianfässern langsam vergoren, ist im Alkohol eher niedriger angesiedelt und weist eine höhere Restsüsse aus.

JAHRGANGSTYPIZITÄT ERHALTEN

Diese Weine sind mit «Zwischen den Seen» bezeichnet. Der Name «Nouvelle Vague» bezieht sich auf Weine, die in der Barrique vinifiziert sind

FOTOS: ZVG



BURGENLAND

In Illmitz am Neusiedlersee produziert Alois Kracher Süssweine, die an internationalen Wettbewerben regelmässig ausgezeichnet werden.

und mehr Alkohol und weniger Zucker aufweisen. Krachers grosses Vorbild sind die grossen Süssweingüter in Bordeaux. Doch nicht nur das: sein Vorbild oder besser gesagt sein Antrieb ist das Streben nach Qualität. Einer Qualität, die auch eine lange Lebensdauer hat. So meint er: «Alle grossen Weinre-

gionen der Welt haben Weine, die älter werden, auch wenn sie nicht zu teuer sind. Und alle grossen Weingüter unterscheiden sich von den guten Weingütern dadurch, dass sie kontinuierliche Qualität produzieren und vor allem Weine von langer Lebensdauer. Mein Ziel ist es, die Jahrgangstypizität

zu erhalten, denn nur dann kann man Weine mit Wiedererkennungswert schaffen. 2000 war beispielsweise ein warmer Jahrgang, aromatisch schlägt sich das in allen Weinen durch einen Milch-Caramelzucker-Ton durch. Ich will nicht nur Sortentypizität, sondern Jahrgangstypizität.»

DEGUSTATIONS-NOTIZEN / Traditionell unterscheidet Alois Kracher zwischen «Nouvelle Vague» und «Zwischen den Seen». Aufsteigend nach Konzentration sind die Weine mit Nummern versehen. **CHANDRA KURT**

2000er – Vierter grosser Jahrgang

Ähnlich wie bei Bordeaux-Primeurverkostungen, stellte Alois Kracher seine 2000er-Weine den Fachmedien zur Vorverkostung bereit. Die htr war exklusiv für die Schweiz dabei.

• **Traminer TBA 2000, No. 1 «Nouvelle Vague»**

Charakter: Helles Bernstein. Frischer Auftakt mit delikater Caramel- und Vanillenote. Im Gaumen delikate parfümiert und duftend. Streichelnd den Gaumen mit einer dichten Süssnote, ohne dabei aufdringlich zu sein. Langes Caramel-betontes Finale mit ölgiger Finesse. Es ist schwierig, nicht gleich einen zweiten Schluck zu nehmen, zumal er eine anregende Frische aufweist. Der Barriqueausbau ist dezent spürbar.

• **Muskat-Ottonel TBA 2000, No. 2 «Zwischen den Seen»**

Charakter: Goldgelb. Dichter Auftakt mit exotischen Blumenaromen. Man denkt an trockene Rosen, Muskat und Aprikosengelée. Im Gaumen deutlich süsser und honigbetonter als der Traminer. Ist elegant, karamellisiert und ölig. Geschmeidiger Abgang mit lang anhaltender Honignote.

• **Chardonnay TBA 2000, No. 3 «Nouvelle Vague»**

Charakter: Goldgelb. In der Nase süsse Caramelnote. Im Gaumen elegant, geschmeidig und ausgewogen. Man spürt Vanille-, dezente Röstaromen und milchige Caramelaromen. Delikat im Abgang, trotz kräftiger Struktur und

Konzentration. Chardonnay macht 30 Prozent der Ernte Krachers aus.

• **Welschriesling TBA 2000, No. 4 «Zwischen den Seen»**

Charakter: Goldgelb. Finessenreich und exotisch im Auftakt. Ein guter Kontrast zum Chardonnay. Dieser Wein kommt delikater und geschmeidiger daher, während der Chardonnay deutlich konzentrierter ist. Im Gaumen sehr elegant und feingliedrig. Die Aromatik erinnert an eingemachte exotische Früchte sowie Caramel. Langes, fast schon erfrischend süsses Finale.

• **Scheurebe TBA 2000, No. 5 «Zwischen den Seen»**

Charakter: Hellere Goldgelb. Frischer Auftakt mit Limettenaromen. Man erinnert sich sogar etwas an Limonade. Im Gaumen frische, zitrusartige Süssnote. Ölig und geschliffen im Abgang mit einer dezent spürbaren Säure, die einen süss-sauren Effekt verursacht.

• **Grand Cuvée TBA 2000, No. 6 «Nouvelle Vague»**

Charakter: Helles Bernstein. Caramelnote und trockene Orangenblätter machen den ersten Eindruck aus. Hinzu kommen delikate Röstaromen und nussige Noten. Trotz der hohen Süssnote eine markante Struktur. Unheimlich konzentriert und dicht. Als ob der Geschmack verdoppelt wäre. Im Abgang Crème brûlée pur. Eine Mischung aus Chardonnay und Welschriesling, die zusammen 70 Prozent der

Rebbestände ausmachen. Eine gekonnte Vermählung von Finesse und Konzentration. Ist der wichtigste Wein des Weingutes, zumal er die Typizität des Jahrgangs wie des Weingutes repräsentiert.

• **Chardonnay TBA 2000, No. 7 «Nouvelle Vague»**

Charakter: Goldgelb. Konzentrierter Auftakt mit Caramel- und Pfefferaromen. Im Gaumen nicht weit weg von flüssigem Honig. Man ist verführt, an eine Honigessenz zu denken. Ein betörender Verführer, der jede Geschmackspore in Anspruch nimmt.

• **Welschriesling TBA 2000, No. 8 «Zwischen den Seen»**

Charakter: Goldgelb mit Brauntönen. Im Vergleich zum Chardonnay deutlich aromatischer. Neben Honigaromen tauchen dezente Würz- und Krautaromen auf. Eine wunderbare Konzentration von weissen Früchten, Honig und Caramel mit einem dezent exotischen Zusatz. Lychéeskompott im Abgang. Punkto Konzentration ist dieser Wein dreimal so konzentriert wie No. 4.

• **Scheurebe TBA 2000, No. 9 «Zwischen den Seen»**

Charakter: Helles Bernstein. Fruchtiger Auftakt, der an Limonen und Grapefruit erinnert. Im Gaumen Nektar pur. Die 6,5 Volumenprozent Alkohol sind kaum mehr zu spüren. Man hat das Gefühl, flüssiges Gold zu trinken. Unheimlich konzentriert und dickflüssig.

• **Welschriesling TBA 2000, No. 10 «Zwischen den Seen»**

Charakter: Dunkles Bernstein. Dörraprikosen und Dörrbananen begrüssen einen in der Nase. Schon optisch ist der Wein mit flüssigem Honig zu verwechseln. Im Gaumen die Explosion. Aromatik pur. Eine Konzentration der verführerischsten Aromen, die Gott geschaffen hat. Mit 5,5 Volumenprozent an der untersten Alkohollimite, um als Wein deklariert zu werden.

Bezugsquelle: Fachhandel, Globus delicatessa (einzelne Flaschen), direkt beim Gut www.kracher.com.



Alois Kracher gilt als Österreichs «Mister Süsswein».

ALFRED J. BUCHER / Vom Brauerlehrling über leitende Funktionen in Afrika und bis zum Leiter der Feldschlösschen-Produktionsbetriebe: Alfred J. Bucher blickt auf eine Karriere im Biergeschäft zurück, die ihresgleichen sucht. **DANIEL STAMPFELI**

Ein Leben ganz im Dienste des Bieres

Mit Alfred J. Bucher sitzt einem am Konferenztisch in seinem geräumigen Bureau im «Schlössli» zu Rheinfelden ein Brauer alter Schule gegenüber. Aber trotzdem keiner, wie man sich den typischen «Biermacher» vorstellt: Er ist eher drahtig, sportlich und ruhig; er erinnert fast ein wenig an einen Buchhalter. «Der moderne Braumeister hat keinen dicken Bauch mehr», rechtfertigt sich Bucher, der von Branchenkollegen als engagierter Bierbrauer, kollegial, teamfähig und sehr angenehm im täglichen Umgang beschrieben wird.

möchte diese Zeit nicht missen. Dies war das Highlight meiner beruflichen Karriere.»

Es gab aber auch weniger Gefreutes in Buchers Berufsleben: Insbesondere nach dem Entscheid zur Schliessung von Cardinal – der jedoch später rückgängig gemacht wurde – erlebte Bucher unschöne Szenen, «über die ich lieber nicht sprechen möchte».

BIERKULINARIEN UND BRAUIROSS

Dass Bucher das Bier aus tiefster Überzeugung als das beste und als ein sehr gesundes Getränk hält, erfahren jeweils auch die Teilnehmer der von Bucher ins Leben gerufenen Bierkulinarien. Keine Wunder, wird Bucher in der Branche als «Mr. Bierkultur» bezeichnet. Mit den Kulinariern wollte Bucher aufzeigen, dass es für verschiedene Geschmäcker verschiedene Biere gibt und gleichzeitig gegen die Meinung ankämpfen, mit zunehmender Konzentration auf dem Biermarkt werde es mit der Zeit nur noch ein Einheitsbier geben.

Als Naturliebhaber, hat sich Bucher in den 17 Jahren in Rheinfelden immer stark für die «Brauirosse» eingesetzt. Mitte der 90er-Jahre, als Kostenoptimierungen notwendig wurden, seien oft Stimmen laut geworden, mit dem alten Zopf der Landwirtschaft bei Feldschlösschen aufzuhören. Mit seiner Überzeugungskraft ist es Bucher aber immer wieder gelungen, die «Brauirosse» ins 3. Jahrtausend hinüberzuretten.

STATT ZWEI FAST ZWANZIG JAHRE IN AFRIKA

Nach der Brauerlehre bei der Brauerei Hochdorf AG, Praktika in diversen europäischen Brauereien sowie der Ausbildung zum Braumeister am Technikum für Brauereiwesen in München kam für den weltweiten und «gvundrigen» Bauernsohn ein grosser Schritt – er wagte den Sprung nach Westafrika. Ein ausgewanderte Schweizer Automechaniker hatte in Ghana und Liberia Brauereien eröffnet und rekrutierte in der Schweiz Fachleute.

Portrait

Alfred Bucher übernahm die Leitung der Brauereien in Accra/Ghana und Monrovia/Liberia. «Es war eine sehr interessante Zeit.» Aus zwei geplanten Afrika-Jahren würden fast deren zwanzig: Zurückgekehrt in die Heimat sind Buchers, um ihren beiden Kindern die Schulbildung in der Schweiz zu ermöglichen. «So haben wir uns gefunden – Feldschlösschen und ich.»

Doch die zwanzig Jahre lassen sich nicht so leicht abschütteln. Obwohl Alfred Bucher nie mehr nach Afrika zurückkehrte, spürt man bei seinen Schilderungen das innere Feuer für den südlichen Kontinent. «Ich habe noch sehr engen Kontakt mit meinen früheren Kollegen und bin so auf dem Laufenden, was dort geschieht.»

LIEBER NICHT ÜBER UNSCHÖNES REDEN

Der Eintritt bei Feldschlösschen im Jahre 1985 als technischer Direktor habe «eine interessante Zeit eingeläutet». Er habe mit Erneuerungen wie Wasserversorgung, neuen Gärkellern und neuen Abfülllinien sehr viel bewegen können. Eine ebenso interessante, fast eine «verrückte Zeit» habe mit seiner Ernennung zum Spartenleiter Bier im Jahre 1996 begonnen. Stichworte sind etwa der Kauf der Brauerei Cardinal in Freiburg oder die Fusion mit Hürlimann in Zürich. «Dies war für mich eine grosse Herausforderung. Es war nicht einfach, sieben Brauereienternehmen, die sich zuvor als Konkurrenten bekämpften, unter einem Dach zu vereinen. Es war spannend, manchmal auch nervenaufreibend, aber ich

ALFRED J. BUCHER TRINKT BALD THAILÄNDISCHES BIER

Ab 1. Januar 2003 – nach seiner Frühpensionierung – will sich Bucher vermehrt der Ehefrau widmen, «die in den vergangenen Jahren zu kurz gekommen ist». Auch die Grosskinder freuen sich darauf, dass der Grossvater wieder mehr Zeit für sie hat. Denn Bucher geht in Rheinfelden als «Arbeits-tier». «Neun Stunden pro Tag wären eher bescheiden. Ich bin von Haus aus ein Frühaufsteher – eine Brauergewohnheit.» Aber trotzdem sei es abends oft spät geworden.

Die Zeit von Ende Januar bis Ostern wird das Ehepaar Bucher in Thailand verbringen, wo Alfred Bucher bestimmt auch sein Bier bekommen wird. «Wenn wir zurückkommen, soll-

Zur Person

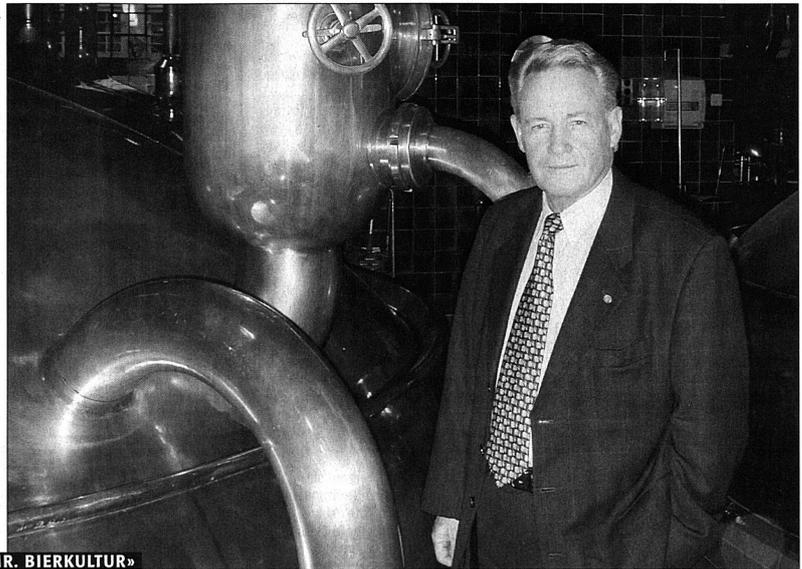
Name: Alfred J. Bucher
Beruf: Brauer und Mälzer, Braumeister
Geburtsdag: 16. September 1942
Zivilstand: verheiratet, zwei Kinder
Wohnort: Luzern
Aufsteller der letzten Woche: Alles motivierte Mitarbeiter an der internen Informationsveranstaltung.
Ablöcher der letzten Woche: Das trübe Wetter, welches den Bierabsatz negativ beeinflusst.
Lieblingessen: Alles, was zu Bier passt.
Lieblingstränke: Feldschlösschen Hopfenperle
Aktuelle Lektüre: Reiseberichte über Asien. **DST**

Was sagen Sie zu ...

... immer geringerem Bierkonsum in der Schweiz: Müssen wir durch gezielte Kommunikation der Vorteile von Bier umkehren.
 ... Herabsetzung der Promillegrenze auf 0,5: Wird leider unumgänglich sein, ist aber eine Chance für das Bier, welches den niedrigsten Alkoholgehalt der alkoholischen Getränke hat.
 ... alter Zopf: Bierlieferverträge: Es handelt sich nicht um einen alten Zopf. Die Bierlieferverträge wird es auch in Zukunft geben, jedoch immer

kurzfristiger und immer vernünftiger.
 ... gutes Essen braucht Wein: Darauf antworte ich: Bier passt zu allem.
 ... Kombination von Bier und Schokolade: Ist sicher nicht jedermanns Sache, für mich aber kein Problem.
 ... Ausspruch «Wein, Weib und Gesang»: Bier und Geselligkeit.
 ... unserer neuen Bundesrätin: Eine sehr gute Wahl. Die Mehrheit der Bundesversammlung und der Bevölkerung dürfte mit der Wahl zufrieden sein. **DST**

Foto: Daniel Stampfli



«MR. BIERKULTUR»

Alfred J. Bucher wird dem Bier auch nach seiner Frühpensionierung Ende 2002 nicht den Rücken zukehren.

te ich das künftige Leben planen können. Zurzeit bin ich voller Ideen und voller Tatendrang. Ich werde bestimmt

in kein Loch fallen.» Dazu werden auch seine sportlichen Hobbys (Tennis, Wandern, Skifahren) beitragen.

Begleiten wird ihn auch weiterhin sein Motto: «Gesund leben und dazu ein Bier trinken.»

Anzeige

Aktionen gültig vom 23.12. bis 28.12.2002
Alle Angebote exklusive MwSt



1.99 kg



-.49 150 ml



17.80



14.50 Stück

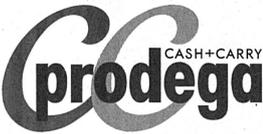


8.55



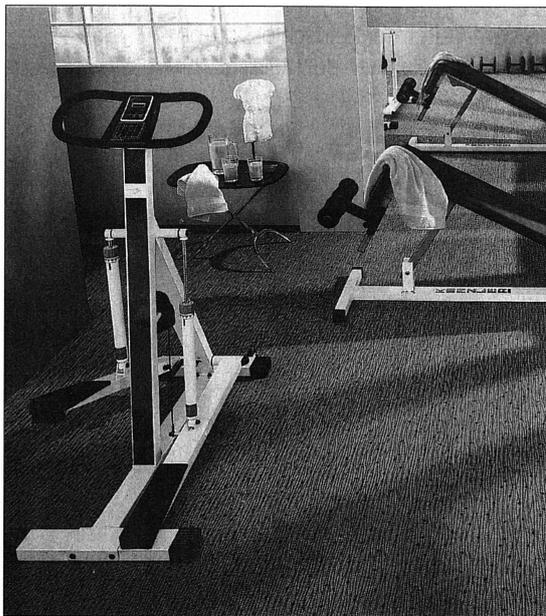
3.35 kg

Holen bringt's!



CASH+CARRY

Moosseedorf · Heimberg · Kriens · Pratteln ·
 Dübendorf · Neuendorf · Rotkreuz · Chur ·
 Reinach · Biel · Glisiez · Rapperswil ·
 Rüschlikon · Crissier · Dietikon · St-Blaise

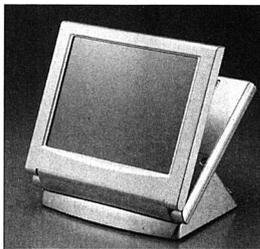


Hüppe – kompakte Duschtrennwand

Jetzt gibt es auch für die Dusche in der Nische eine Trennwand mit allen Merkmalen der Serie Hüppe 1002 Designer Jette Joop. Dank Ausstattung mit zwei statt der sonst üblichen drei Gleittüren ist sie ideal geeignet, anspruchsvolle Bäder optisch aufzuwerten. Um der Gestaltung Freiräume zu bieten, wird die neue Viereckgleittür auf Wunsch bis zu einer Breite von 150 cm, aber auch in verschiedenen Höhen geliefert. Die grossformatigen Gleittüren laufen sanft und bieten hohen Reinigungskomfort, weil sie einfach abschwenkbar sind. Das Echtglas ist in klar, Sand Plus, mit dem Dekor Karo und mit der besonders pflegefreundlichen Oberfläche Anti-Plaque lieferbar. Schliesslich steht eine Seitenwand zur Anpassung an die unterschiedlichsten baulichen Gegebenheiten zur Verfügung.

Hüppe GmbH
8180 Bülach
Telefon 01 872 70 80
www.hueppe.ch

Novopos – best trail for retail



Die Novopos AG beschreibt neue Wege in Bezug auf das Angebot und den Vertrieb von Kassensystemen und Peripherie-Geräten für den Point of Sale respektive Point of Information. Innerhalb weniger Wochen haben Karl M. Stamm und Georg Stemmer ein Unternehmen aus der Taufe gehoben, welches dem Epson-Angebot ihres ehemaligen Arbeitgebers in nichts nachsteht. Speziell zu erwähnen ist die Generalvertretung für die «AL-Touch POS» – solide und leistungsfähige POS/POI-Terminals in formschönem Aluminiumgehäuse. Bei dieser Produktentwicklung steht Schweizerisches Know-how im Vordergrund. Auch im Bereich der Bon-, Einzelbeleg- und Etikettendrucker ist Novopos flexibel und kann auf das gesamte POS/POI-Angebot von Epson, Samsung und Zebra zurückgreifen. Weiter im Sortiment sind die Scanner von «Metrologica», die mobilen Datenerfassungssysteme von «DataLogic» sowie die Kassenschubladen von «Cash Bases».

Novopos AG
Roosstrasse 23
8832 Wollerau
Telefon 01 787 67 80
Fax 01 787 67 81
www.novopos.ch

Flotex – der waschbare Textilboden

Die Bodenbeläge von Ladenlokalen, Restaurants, Büros, Hotelzimmern oder Alters- und Pflegeheimen sind starken Belastungen ausgesetzt. Flotex ist die ideale Lösung: er verbindet einfaches und gründliches Reinigen mit dem Komfort und der Wärme von textilen Bodenbelägen. Durch seine einzigartigen Produkteigenschaften ist Flotex absolut wasserdicht und extrem haltbar, so dass er einfach gereinigt werden kann. Die Flotex-Kollektion beinhaltet viele attraktive Muster, die in unzähligen Farben erhältlich sind

für Objekte aller Art geeignet sind. Mit den neuen Dessins Berlin, Vienna und Zürich erweitert Flotex seine Palette um drei interessante Dessins. Diese neue Serie mit geometrischen Dessins in dezenten Grau-, Grün- und Blautönen wurde speziell für den Office-Sektor entwickelt, um Arbeitsplätze ein abwechslungsreiches und positives Aussehen zu geben.

Belcolor AG Flooring
9015 St. Gallen-Winkeln
Telefon 071 313 21 21,
Swissbau 03: Halle 2.2, Stand K 36

Johnnie Walker – in festlichem Kleid

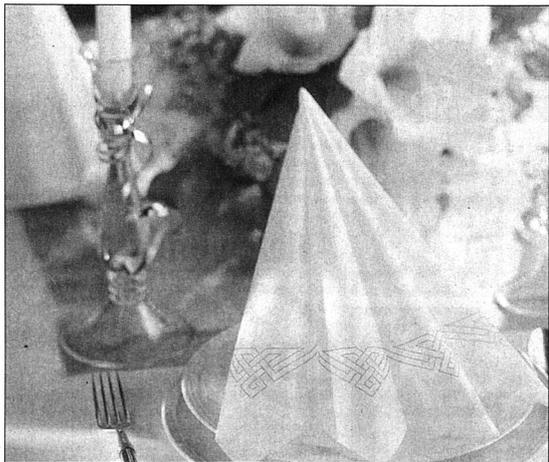


Mit seinem gaufrierten schwarzen Case, der rundum mit Ton in gehaltenen Konturen des Gentleman verziert ist und auf dessen Vorder- und Rückseite die berühmte Figur in Goldprägung

prangt, präsentiert Johnnie Walker Black Label sich zu Weihnachten in einer exklusiven Geschenkpackung. Die Verpackungsdesigner haben sich von den Parfümeuren inspirieren lassen und einen Karton entworfen, der die natürlichen und handwerklich ausgereiften Qualitäten des berühmten Whiskys voll zur Geltung bringt. Johnnie Walker Black Label ist nicht nur der meistprämierte Scotch Whisky der Welt; ihn bevorzugen unter den zwölfjährigen Scotchs auch die Whisky-Gourmets. Johnnie Walker hat auf die traditionellen Metall Dosen verzichtet, welche die Weihnachtsauslagen üblicherweise garnieren, und sich statt dessen ganz bewusst für eine ungewöhnliche Verpackung entschieden, in der sich die berühmte viereckige Flasche mit einem eigens für diese Edition geschaffenen schwarz-goldenen Collier präsentiert. Die Johnnie-Walker-Geschenkpackung zum Fest ist ab sofort im Grosshandel und im einschlägigen Spirituosenhandel erhältlich.

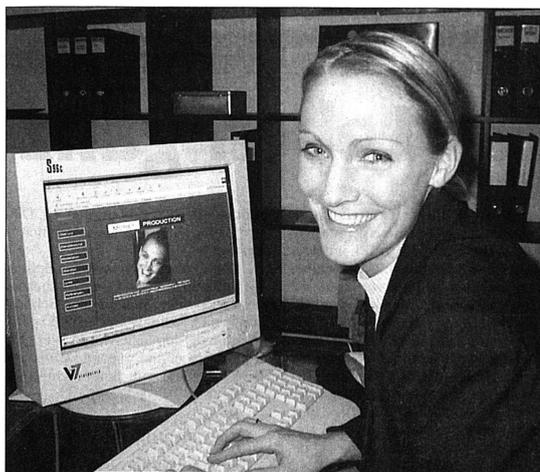
www.johnniewalker.com

Kimberly-Clark – individuelle Tischdekorationen



Das Ambiente eines Restaurants lebt von der farblichen Gestaltung der Tischdekorationen. Die Tela-Guestline-Tisch-Collection aus Tissue gibt es in klassischen sowie brillanten Farben. Neben den Servietten aus Tissue bietet das Sortiment zur farblichen Kombination und stilvollen Dekoration Tischunterlagen, Tischläufer, Tischsets und Untersätze. Tela-Guestline-Arte-Servietten und Tela-Guestline-Classic-Servietten sind aus Airlaid-Material, das sich wie Leinen anfühlt. Die Ausstattung eines Restaurants mit den Tela-Guestline Servietten aus Airlaid-Material statt mit herkömmlichen Stoffservietten bietet nicht nur viel mehr kreativen Spielraum für die Tischdekorationen, sie ist auch leichter zu handhaben und es entstehen keine Kosten für Waschen und Bügeln.

Kimberly-Clark Professional
Tiertgartenweg 1
Telefon 062 386 42 88
Fax 062 391 28 85
www.kcprofessional.com



Den Prospekt durch Film ersetzen

Die ehemalige Frauenfelder Fernsehmoderatorin Alexandra Hartmann wagt nach ihrer Karriere beim grössten Ostschweizer Privatfernsehen Neues. Kürzlich hat sie die Firma More Production GmbH gegründet. «More Production», die neue und bereits zweite Firma der Jungunternehmerin, stellt Event-, Formen- und Städtefilme her, welche von der ehemaligen Produzentin und Moderatorin moderiert und begleitet werden. «Durch die Moderation fühlt sich der Betrachter abgeholt und begleitet. Wie kein anderes Medium vermittelt Film emotionale und eindrückliche Momente. Mit den bewegten Bildern weckt man Aufmerksamkeit

und den Wunsch, ein Produkt, eine Firma oder eine Dienstleistung kennen zu lernen», erklärt Alexandra Hartmann. Sie ist sicher, dass die Zukunft nicht in den Momentaufnahmen, sondern in bewegten Bildern liegt, weiss aber, dass der Prospekt in der nächsten Zeit nicht ersetzt, aber zumindest ergänzt werden kann. Die Arbeiten von «More Production» werden auf CD-ROM, Video oder DVD gespeichert und können somit auch aufs Internet geladen werden. Zielkunden der Firma More Production sind vor allem Hotels, Golfplätze, Freizeitanlagen, Reiseveranstalter und touristische Städte.

www.moreproduction.ch

«Messer und Gabel» von Proviande

Die Gastro-Informationen «Messer und Gabel» von Proviande – der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft – erscheinen fünfmal jährlich. Hier eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Artikel aus «Messer und Gabel Nr. 5/2002». Die Trends sind positiv – deshalb will Proviande im nächsten Jahr «Schweizer Fleisch» noch stärker im Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten verankern. Der Metzger, Künstler, Lebenskünstler und Wurstbotschafter Corpaato verbindet seine Leidenschaft fürs Fleisch sehr direkt mit Schweizer Fleisch. Hoch über der Saane hat er sich sein «Kuriosum» eingerichtet. Ein

Haus als Boutique, Galerie, Museum, Küche, Kantine und Gesamtkunstwerk. «Messer und Gabel» hat ihn dort besucht. «Schweizer Fleisch» und Weiterbildung: Der erste Kurs für Küchenprofis und Gastroverantwortliche kann als voller Erfolg gewertet werden. Der Kurs in Luzern musste sogar doppelt geführt werden. «Schweizer Fleisch» wird im nächsten Jahr wieder ein interessantes Weiterbildungsangebot vorlegen.

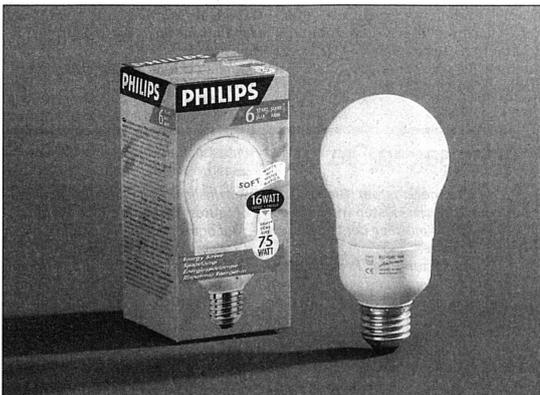
Proviande
Postfach 8162
3001 Bern
Telefon 031 309 41 11
gastro@proviande.ch

Philips – mit Licht gestalten

Beim Kauf einer Glühlampe interessiert Konsumentinnen und Konsumenten in erster Linie, wie deren Licht wirkt, welche Effekte damit erzielt werden können und für welchen Einsatz sich die Lampe am besten eignet. Dies war der Ausgangspunkt des neuen, zukunftsweisenden Verpackungs- und Präsentationssystems für das gesamte Philips-Lampensortiment im Heimbereich. Sämtliche Lampen, die ein warmes, weiches, eher gemütliches Licht ausstrahlen und damit eine wohlige Stimmung erzeugen, sind inskünftig an ihrer orangen Verpackung erkennbar. Wird dagegen helles, klares, brillantes Licht gewünscht, greift man zu einer Lampe in blauer Verpackung.

Und drittens werden neu alle Lampen für spezielle Lichtbedürfnisse (zum Beispiel Kühlschrank, Backofen) in einer violetten Verpackung angeboten. In der Kombination dieses überzeugenden Verpackungsdesigns mit einem intelligenten, übersichtlichen Regalkonzept am Verkaufspunkt wird die Aufmerksamkeit der Konsumentinnen und Konsumenten direkt auf die dekorative Anwendung von Licht gelenkt. «Licht statt Lampe» lautet die Devise des Marktführers Philips.

Philips AG Lighting
Postfach
8027 Zürich
Telefon 01 488 22 11
www.lighting.philips.ch



URS BÜHRER / Der Direktor des «Arosa Kulm» zu seiner «Wellness-Philosophie»

INTERVIEW: LORE KELLY

«Raum und Zeit bieten»

■ Welche Philosophie verfolgen Sie bei Ihrem Spa?

Die alte Anlage wurde in den Siebzigerjahren mit viel Beton gebaut. Damals war es eine revolutionäre Anlage, heute darf ich sagen: «verbaut». Das Ziel war erstens, eine einmalige Recreation-Area zu schaffen und zweitens, das neue «Alpin Spa» architektonisch zu öffnen. Wir holten das Licht und die phantastische archaische Berglandschaft ins Innere. Der Gast soll direkt in Berührung mit der Natur sein, im Sommer die Kühe und Alpweiden vor dem Felsenpool, im Winter die Schneewelt zu Füssen. Die Architektur ist daher archaisch-schlicht, in grünem Andeerer Granit und Edelstahl gehalten. Wir haben bewusst auf den typischen Tiroler Alpen-Barock mit Venusstatue verzichtet.

■ Was war und ist das Teuerste der technischen Einrichtung?

Wir mussten die Wasseraufbereitung und die Lüftung in bestehende Räume verpacken. Da die moderne Technik viel grössere Ausmasse hat als die alte, wurden die technischen Anlagen wie in einem U-Boot verbaut.

■ Benötigen Sie Fachingenieure, um die Anlage einzurichten?

Absolut ... nur Profis können Sie kompetent beraten. Sie haben die Kosten und den Zeitplan im Griff.



Urs Bühler: «Ich glaube, jedes Hotel hat seine Wellness-Bestseller im Angebot.»

■ Welche Wertigkeit hatte die Energie bei Ihrem Um- und Ausbau?

Die Energie ist eine Kostenstelle, die einen grossen Stellenwert hat. Wir sind daher im «Alpin Spa» vom energetischen Aspekt auf dem neusten Stand der Technik.

■ Welchen Stellenwert nimmt der Unterhalt ein?

Eine Anlage im Ausmass des «Alpin Spa» ist sehr aufwändig und kompliziert. Unser interner technischer Dienst wartet die Maschinen täglich. Per Modem können wir im Bereich Lüftung, Wassertechnik und elektrische Anlagen auf eine Fernwartung zurückgreifen.

■ Welche Spa-Einrichtung liegt Ihren Gästen ganz besonders?

Ich glaube, jedes Hotel hat seine eigenen Bestseller im Angebot. Zeit und Raum sind wichtige Komponenten. Unsere Gäste geniessen die Grosszügigkeit der Free-Flow-Anlage. Sie geniessen es, zwischen den verschiedenen Ebenen zu flanieren, alles auszuprobieren, gratis die verschiedenen Alpentees und Mineralwasser zu trinken und das Panorama zu bewundern.

■ An welchen Einrichtungen bei Ihnen im Hotel haben Sie am meisten Freude?

An den USP's des «Alpin Spa». Etwa der «Sommerregen» mit Blitz & Donner, die «Duft&Sound-Grotte» (Meditation) und das Aktivprogramm der Sportanimatoren. Letztere betreuen auch unsere Mitarbeiter im Bereich Gesundheit und Bewegung.

WELLNESS-EINRICHTUNGEN / Energiesparmassnahmen müssen von Anfang an eingeplant werden. Weitere heikle Punkte: Lärmbekämpfung und die richtige Materialwahl. LORE KELLY

Technik für die Wohlfühl-Welle

Wellness hat viel mit warmem Wasser zu tun, womit die Energierückgewinnung immer wichtiger wird. Beispielhaft ist ein Pilotprojekt des «Parkhotel Bellevue» in Adelboden. Die kombinierte Wärmerückgewinnungs-Anlage für das Solbad und das Warmwasser spart 20 Prozent der Energie ein. Laut Direktor Andreas Richard, der vor einigen Monaten mit einem japanisch angehauchten Spa-Trakt Zeichen setzte, muss bei der Planung ganz besonders auf mögliche Lärmmissionen geachtet werden. «Dieses komplexe Problem in den Griff zu bekommen, ist das Schwierigste und auch eine teure Angelegenheit. Oft macht man sich darüber bei der Planung zu wenig Gedanken. Bei der Planung und Ausführung passieren häufig gravierende Fehler – vor allem bei der Lärmbekämpfung von Raum zu Raum.»

«WELLNESS IST ABGELUTSCHT»

Um die Verteilung des Schalls von einem Raum zum anderen zu bekämpfen, ist darauf zu achten, dass die Lüftungskanäle gut gedämmt sind. Selbst die Schlüssellocher müssen abgedichtet sein. Für Richard ist es bedenklich, wenn man den Gast im nächsten Raum hört. Doch lärm-dämmende Massnahmen sind teuer und erfordern Experten. Deshalb hat Richard Akustiker zugezogen.

Ein weiterer heikler Punkt für Richard ist die Soletchnik. Da die Sole sich gegenüber vielen Materialien sehr aggressiv verhält, kann sogar der teuerste Chromstahl rosten, wenn die Legierung nicht stimmt.

Gesundheitsbewusstsein und Gesundheitsvorsorge werden zwar durch die Wellness-Welle stark gefördert. Doch die Münchner Tourismusforscherin Felizitas Romeiss-Stracke erwartet, dass anstelle von Wellness in naher Zukunft die Gesundheit selbst zu höherer Wertschätzung gelangen wird. «Wellness ist abgelutscht. Es gibt einen Megatrend 'Gesundheit', der auf die Einheit von Körper, Geist und Seele zielt.»

WELLNESSWELLE BEGANN IN DEN USA

Die Wellnesswelle schwappte vor einigen Jahren von der USA nach Europa über. Der Begriff Spa bezeichnet ursprünglich ein Heilbad, steht inzwischen aber für hochkarätige Wellness-



HIGH-TECH HINTER DEN KULISSEN

Die Wellness-Landschaften der Hotels werden immer kühner. Doch ebenso wichtig sind Energiesparmassnahmen und die Wahl der geeigneten Materialien hinter den Kulissen.

Refugien. Die Nachfrage der Gäste wächst und wächst. Das Spektrum an Angeboten ist so gross wie wohl noch nie zuvor. Alte Bäder werden für viel Geld renoviert, neue in illustrem Stil gebaut. Die geglättete Anpassung an neue Bedürfnisse muss gut geplant sein. «Das Wichtigste bei der Planung ist ein gelungener Funktionsablauf. Die Logistik muss perfekt durchdacht sein», sagt Dominik Keller, Direktor des Spa-Medical-Wellness-Centers in Zurich.

TRAININGSRAUM – GRUNDAUSSTATTUNG

Viele Hoteliers investieren Millionen in einen gut eingerichteten Wellnessstempel – Beauty-Center und Coiffeursalon, Solarium, Massage-Abteilung und Fitnessraum, Saunalandschaft, Thermalhallen und Freibäder, Schwimmbad, Dampf-, Kneipp-, Schwitz-, Sprudel- und römisch-irische Bäder. Whirlpools, Massagedüsen und Kaskaden verströmen das Leben. Doch manche Fachleute, etwa

David Bosshart, Direktor des Gottlieb-Duttweiler-Institutes in Rüschlikon, warnen bereits vor Überkapazitäten.

Ein Trainingsraum mit all den «Foltergeräten» gehört zur Grundausstattung. In einen modernen Trainingsraum gehören Wadenpresse und Butterfly, Kniebeuger und Biaxial, unabhängige Brustpresse und Nackenzug, Rückenmaschine (oben, unten) und Beinstrecker. Hinzu kommen Liege- und Sitzräder, Rudermaschinen, Laufbänder und jene seltsamen Treter, auf denen sich die Gäste wie Langstreckenläufer am gleichen Ort bewegen, immer von digitalen Leuchtanzeigen getrieben.

Von den Sanitärreinrichtern wurde das Sortiment an Whirlpools und Dampfduschen erweitert. «Die unterschiedlichen Dimensionierungen machen die Produkte für Hotels und Fitnessbereiche interessant. Die Industrie hat relativ schnell reagiert und Technologie und Produktvielfalt entwickelt. Allerdings können Handwerk und Sanitärinstallateure mit dem angeschlagenen Tempo nicht immer

Schritt halten und verfallen allzu oft in Skepsis», erklärt Nicholas Matten vom Sanitärhersteller Hansgrohe.

Matten ist verantwortlich für Duschsysteme. Seiner Meinung nach beharrt das Handwerk mehr als die Industrie auf gewissen Traditionen. Dem Dampf und Duft werde eindeutig zu wenig Rechnung getragen. Auch stellt er ein Defizit in der Beratung und Planung von Wellness-Wellen fest. Für ihn müssen der Wellness-Handwerker und der Wellness-Architekt auf den speziellen Kompetenzbereichen psychologisch noch mehr geschult werden und Fingerspitzengefühl entwickeln, um die Wünsche und Begehrlichkeiten der Hotelgäste besser zu erkennen, damit die Ausführung auch harmonisch umgesetzt werden kann. «Wellness darf keine Mogelpackung werden; Wellness muss den Vorteil für Gesundheit und für das Wohlbefinden der Menschen offen und deutlich zeigen, ja spüren lassen. Jeder muss merken, wie gut diese Einrichtung und diese Ausstattungen für Leib und Seele sind», meint Matten.

WELLNESS-EINRICHTUNGEN / In manchen Bade-Einrichtungen lässt die «Möbliertung» der Wasserarenen zu wünschen übrig: Mit verstaubten Plastikpflanzen ist heute kein Staat mehr zu machen. LORE KELLY

Bitte ohne Krankenkassen-Mief

Kurhotels, wie sie früher hiessen, und Bäder haben in der Geschichte der Literatur, der Musik und der Architektur eine grosse Rolle gespielt.

Architektur, besonders Innenarchitektur, will nicht nur die Seele des Menschen spiegeln, sondern Ausdruck seines Körpers sein. Wellness-Gäste mögen kein Krankenkassen-Aroma. Exklusivität gehört zum Ambiente der schönen neuen Wellness-Welt. Innenarchitektur, Raumgestaltung ist ein therapeutisches Instrument, das das Leben erschweren oder erleichtern kann. Manchmal ist es einfach zu viel. In manchem Badetempel überfordert die «Möbliertung» der Wasserarenen, die gesunden Spass bereiten sollen. Da hängen von sandfarbenen Felskulissen verstaubte Plastikpflanzen herunter, Whirlpool, Sprudeldüsen, Wasserfälle, Unterwasser-Geysire, Schwefelgrotte und Unterwasserbeleuchtung stehen unver-

mittelt beieinander. Vor einigen Jahren wurde der Health Club «To B.», eine Erholungs- und Körper, Geist und Seele im «Quellenhof», Bad Ragaz, gebaut.

WELLNESS-WELT AUF 2100 QUADRATMETERN

Eine Wellness-Welt auf 2100 Quadratmetern, bestehend aus Trainings- und Ruheräumen, einem Sportbad, Saunen, Dampf- und Duftbädern, Relaxen, Solarium sowie einem breiten Angebot von geleiteten Aktivitäten. Marmorsäulen umrahmen das Becken, Mosaik zieren den Boden, weisse Liegen laden zum Ruhen ein. Kernstück ist das Helena-Thermalbad. Als Entwurfsidee dienten die prunkvollen Basiliken des alten Rom. Im Mittelschiff befindet sich das Schwimmbad, in der halbrunden Apsis der Whirlpool und in den Seitenschiffen der Badumgang. Als Stil wählte man

den Spätklassizismus, die monumentale Repräsentationsarchitektur des wirtschaftlich erstarkten Bürgertums.

Die Felsentherme Vals wurde nicht aus Stilelementen alter Epochen entworfen, sondern die Felsplattenschichtung der Bergwelt wurde zeitgenössisch neu interpretiert. Es gibt keine grosse Schwimmhalle, sondern ein kleineres Herzbecken, um welches herum verschiedene Steinkuben angeordnet sind. Darin verbergen sich Duschgrotten und die Quellgrotte, das Blütenbad, das Feuerbad und das Eisbad, der Trinkstein, der Klangstein und der Schwitzstein, und dann die Ruherischen, von denen man durch kleine Fenster auf die andere Talseite sieht.

Eines der exklusivsten Wellness-Resorts in Europa, das in der letzten Zeit entstanden ist, ist das Luxushotel Anassa in Zypern. Das «Anassa» ist das erste Hotel auf Zypern, dessen Bau auf einer unabhängigen Umweltstudie ba-

siert, die vor Beginn der Arbeiten in Auftrag gegeben wurde. Sie befasste sich mit Flora und Fauna der Gegend um festzustellen, ob das Projekt die Umgebung und den Bestand der vorherrschenden Tier- und Pflanzenarten stört. Das Resort selbst fügt sich optimal in die Landschaft ein und gleicht einem typischen zyprischen Dorf. Zu den Sport- und Freizeiteinrichtungen des Hotels zählen ein Wassersportzentrum direkt am Strand und das Spa-Center «Thalassa», bestehend aus einem Hallenschwimmbad, einem Fitness- und Wellnesszentrum mit Sauna, Dampfbad und zwölf Räumen für Massagen, Thalassotherapie und andere Anwendungen. Die grosse Leistung war, diesen riesigen Komplex harmonisch in die unberührte Landschaft zu integrieren. «Anassa» ist schon ein Pilgerort für viele Hoteliers aus ganz Europa und den USA geworden, die dort Ideen sammeln.

INTERKANTONALE BERUFSSCHULE FÜR KÖCHE / Mit ISO 9001-2000 Zertifikat Schule mit Qualitäts-Zertifikat

Die in Weggis domizilierte Interkantonale Berufsschule für Köche wurde als erste Schule dieser Art mit dem Zertifikat nach ISO 9001-2000 ausgezeichnet. Verständlich, dass sich Schulleitung, Lehrerschaft und Schüler freuen, als der Vertreter der Schweizerischen Gesellschaft für Qualitätssysteme (SQS) unter den strengen Augen der Vertreterin des Bundesamtes für Berufsbildung (BBT) das Zertifikat übergab. **DOS**



Aktion Lächeln – mit Zmorgegipfeli

Accor Schweiz. Mit der Charmeoffensive «Aktion Lächeln» hat die französische Gruppe Accor die schlechte Wirtschaftsstimmung etwas aufzumuntern versucht. So erlebten rund 1000 Zürcher Unternehmen die grosse Überraschung, das Frühstücksgipfeli von der Confeiserie Springlins Haus serviert zu bekommen. Die 826 ausgelosten Gewinne des Wettbewerbs – 413 Einladungen zu einem Diner für zwei Personen – werden in den nächsten Tagen verschickt. **DOS**

Deutsche Gemütlichkeit in Las Vegas

Hofbräuhaus. Das Münchner Hofbräuhaus soll im Spielermekka Las Vegas nachgebaut werden. Das US-Hofbräuhaus wird gemäss der Investorengruppe, der BVT Capital Partners, weitgehend dem Münchner Original gleichen und 12 Millionen Dollar kosten. Die Eröffnung ist für 2003 geplant – dann soll es in Las Vegas echtes Münchner Bier geben, allerdings zum Preis von zwölf Dollar. **CM**

ZITAT DER WOCHE

«Einfache Genüsse sind die letzte Zuflucht komplizierter Menschen.»

Oscar Wilde (1854–1900), irischer Schriftsteller.

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

Gert Friedrich Kopera hat seit November 2002 die Position des Vize-Direktors des Badrutts Palace Hotel in



St. Moritz übernommen. Er trägt die Verantwortung für die Bereiche Technischer Dienst, Rooms Division und Food & Beverage. Die Rosewood Hotels & Resorts, die das «Badrutts Palace» managen, sind für Kopera kein Neuland: Auch sein letzter Arbeitsplatz, das Hotel Seiyō Ginza in Tokio, in dem er als Consulting Director of Operations tätig war, zählt dazu. **DOS**

Markus Müller hat Anfang November 2002 die Position des Rooms Division Managers in den Grand Hotels Bad Ragaz übernommen. Er tritt somit die Nachfolge von **Ralf H. Kock** an, der nun die Gesamtleitung der Parkresidenz in Meilen übernimmt. Müller war zuletzt als Rooms Division Manager im Palace Hotel Gstaad tätig. Davor war er

Chef de Réception im Dolder Grand Hotel in Zürich und im «Relais&Châteaux»-Hotel Giardino in Ascona. **DOS**

Luc Jeannet (33; im Bild) ist neuer Food & Beverage Manager im Mövenpick Hotel Zürich-Airport. Er ersetzt



Stefan Keel, der als F&B-Manager neu im Mövenpick Hotel El Gouna in Ägypten tätig ist. Jeannet ist für vier Restaurants mit rund 300 Sitzplätzen und einem Bankett- und Konferenzbereich mit einer Kapazität von rund 500 Personen verantwortlich. **DST**

Anlässlich der Generalversammlung der Minotel Suisse in Bivio wurde **Gabriel Taugwalder** aus Zermatt als nationaler Präsident gewählt. Er übernimmt das Amt von **Giancarlo Torriani** aus Bivio. Die Minotel-Mitglieder gratulierten auch **Denise und Marcel Horst** vom Minotel Le Sapin in Char-

me zur Auszeichnung «Sésame de l'accueil», welche ihnen am Salon Gastronomie 2002 verliehen worden war. Minotel International schliesslich wird im 20. Jahr seines Bestehens wieder den Schweizer **Pierre Goy** an seiner Spitze wissen; er wurde für 2003 und 2004 zum internationalen Präsidenten gewählt und löst damit **Herbert Esser** aus Köln ab. **DOS**

Der Oberwalliser **Dominik Albrecht** wird ab dem 1. Januar 2003 Direktor der Schweizer Tourismusfachschule in Siders. Der 37-Jährige wurde zum Nachfolger des zurückgetretenen **Olivier Chevallaz** ernannt. Der in Wirtschaftswissenschaften lizenzierte Albrecht war in der Direktion der Skinationalmannschaft tätig und leitete ein Kurzentrum. An der Tourismusfachschule unterrichtet er seit einem Jahr. **TRU/sda**

Am 1. Mai 2003 nimmt **Roger Urs Zbinden** seine Tätigkeit als Leiter Japan/Korea bei Schweiz Tourismus auf. Er tritt in Tokio die Nachfolge von **Jean-Philippe Benoit** an. Zbinden hat an der Universität Bern Wirtschaft studiert und später berufsbegleitend das MBA an der Universität Warwick erlangt. Seit 2001 ist Zbinden CEO der Condor Communications AG mit Sitz in Zürich und Berlin. **CK**



DIE BESTEN

1. bis 3. Rang (v.l.n.r.): Martin Meyer (1. Rang; 5,26), Barbara Schmid (3. Rang; 5,17) und Christian Hoeflinger (2. Rang; 5,19).

HOTELFACHSCHULE LUZERN / Diplome verteilt

Alle haben bestanden

Zum ersten Mal seit über neun Jahren haben alle Absolventinnen und Absolventen der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern (SHL) die Diplomprüfungen bestanden. Zweimal jährlich (April und Dezember) schliessen jeweils rund 50 Studierende ihren Diplomelehrgang zum Hotelier/Restaurateur HF/SHL ab.

47 Studierende (23 Damen, 24 Herren) schlossen mit dem eidg. anerkannten Diplom «Hotelier/Restaurateur HF/SHL» erfolgreich ab. Die drei ersten Ränge belegten: Martin Meyer aus Kriens erreichte mit einem Notendurchschnitt (ungerundet) von 5,26 den 1. Rang, Christian Hoeflinger aus Lengnau erreichte mit einem Notendurchschnitt (ungerundet) von 5,19 den 2. Rang, Barbara Schmid aus Würenlos erreichte mit einem Notendurchschnitt (ungerundet) von 5,17 den 3. Rang.

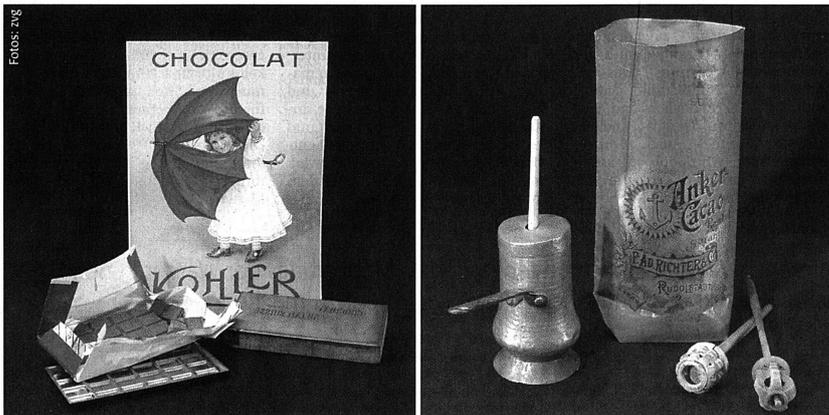
INNOVATIONSPREIS FÜR BESTE DIPLOMARBEIT

Alpine Classics Hotels stiftete zusätzlich der aus ihrer Sicht besten Diplomarbeit einen Innovationspreis im Wert von 3000 Franken und spendete für die gesamte Gruppe eine Übernachtung in einem Alpine-Classics-Hotel. Die Diplomarbeiten, welche in Form von Gruppenarbeiten erarbeitet und präsentiert wurden, waren integrierter Bestandteil der Diplomab-

schlussprüfungen. Eine Jury, bestehend aus Vertretern von Medien und der Hotellerie, bewertete die sechs Diplomarbeiten.

Die Jury wählte die Diplomarbeiten, welche eine Machbarkeitsstudie und Finanzierungsmodelle für die Erweiterung des Hotel- und Seminarbereiches für das Landhotel Hirschen in Erlinsbach erarbeitete, als beste Diplomarbeit aus. **DOS**

Semester Unternehmensführung, Herbst 2002: Karin Esther Ambler, Weisslingen; Igor Antic, Rüschlikon; Silvan Auf der Maur, Luzern; Daniel Benjamin, Hergiswil NW; Tim Boda, Büllach; Stephanie Braun, Luzern; Noemi Burkhardt, Bözen; Adrian Peter de Souza, Adliswil; Nora Dilitz, Basel; Jérôme Dupont, Bern; Jasmin Eggimann, Kleindöttingen; Philipp Gamper, Lana/Südtirol; Riccardo Giacometti, Lavin; David John Henderson, Davos Platz; Christian Hoeflinger, Lengnau AG; Bettina Höfer, Berlin; Ralph Brian Hubacher, Kirchberg BE; Sonja Jörg, St. Moritz; Florian Kistler, Ostermündigen; Mathias Knecht, Zuzikon; Katya Köppel, Lachen SZ; Josefin Lein, Berlin; Christian Leis, Dinhard; Mike Marbot, Neuenhof; Alda Mazzener, Davos Platz; Barbara Meile, Magden; Claudia Meister, Meran; Martin Meyer, Kriens; Coralie Pavillard, Luzern; Stephan Portmann, Reussbühl; Rahel Reichlin, Zürich; Diana Roller, Schafisheim; Pascal Rüegg, Buchs ZH; Pernilla Schäfer, Wilen b. Wil; Cengiz Sancaktar, Birr; Dominique Scheers, Schilde; Barbara Schmid, Würenlos; Andrea Schriber, Risch; Tina Soltermann, Meggen; Stefan Stocker, Malers; Simone Strässle, Flawil; Adrian von Känel, Kehrsatz; Brigitte von Siebenthal, Saanenmöser; Larissa Wagner, Kriens; Sven Walther, Obereinfelden; Andrea Weidli, Pratteln; Peter Zemp, Adlikon b. Regensdorf.



Kulturgeschichte der Schokolade. Bis zum 30. März 2003 lädt das Museum der Kulturen Basel zu einem sinnlichen Streifzug durch Geschichte und Gegenwart der «Götterspeise» Kakao ein. Die Ausstellung «Schoggi. Kunst der Verführung» erzählt vom Siegeszug von Kakao und Schokolade in den vergangenen Jahrhunderten, zeigt Objekte aus den Herkunftsländern des Kakaos und präsentiert Werbemittel, mit denen wir zum Genuss dieser Süßigkeit verführt werden. **MG**

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Gegründet 1982
Herausgeber: Schweizer Hoteller-Verein, Monbijoustrasse 130, Postfach 3001 Bern
Leitung SHV-Medien: Christian Hodler
Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD), Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH), Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK), Mireille Guggenbühler (MG), Toni Rütli (TRU), Sonja Stalder (SST), Dr. Karl Josef Verding (KV), Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM), Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfli (DST), Cahier francos: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM), Valérie Marchand (VM), Milestone: Dr. Peter Köhler (PK), Produktion: Dominique Schmidt (DOS), Layout: Roland Gerber (RG), Karin Gugger (KG), Brigitte Pauli (BP), Gilbert Perrot (GPE), Korrektur: Paul Le Grand, Korrespondenten: Ueli Handschin (UH), Graubünden; Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Henbert Purtscher (HP), Wien; Mana Putz-Wilms (MP), München; Gerhard Lob (GL), Tessin; Georg Uebauer (GU), Frankfurt; Reto Westermann (RW), Zürich, Verlag: Iris Strehel (Verlagsleitung), Markus Marchel (Verkaufsleitung), Abonnenten: Nadine Blum, Anna-Lisa Casalici, Stelleninzerator: Matthias Beyeler, Andres Jakob, Marc Moser, Geschäftszeiger: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Roger Stemmer, Brigitte Weber, Innendienst: Patrick Stälder, Druck: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Bern, Auflage: 11'198 Ex. WEMF-bezahlt, 22'000 Ex. Vertriebsauflage, Verkaufspreise: (inkl. MwSt) Einzelnummer Fr. 4,30, Jahresabonnement Fr. 145.--, ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für: – Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD) – Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX) – Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH) – Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter – Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB) – Swiss International Hotels (SIH) – 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: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon: (Leiderbete, People, usw.) Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: htr@swiss-hotels.ch, Abonnenten: Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch, Stelleninzerator: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, Geschäftszeiger: 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.



SOMMETS DU TOURISME / Le professeur Peter Keller a participé au volet suisse de la manifestation à Genève. **PAGE 2**



O. CHEVALLAZ / Sur le départ, le directeur de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre dresse le bilan de cinq ans d'activité. **PAGE 3**

hotel+tourismus revue

EURO 2008 / Plusieurs hôtels de Suisse romande font partie des hôtels officiels de l'Euro

«Une chance pour notre hôtellerie!»

Il n'y a pas que les milieux sportifs qui ont accueilli avec une très grande satisfaction, jeudi dernier, la décision de l'UEFA d'attribuer à la Suisse et à l'Autriche l'organisation de l'Euro 2008. La perspective d'accueillir du 7 au 29 juin 2008 les championnats d'Europe de football, une des compétitions sportives les plus importantes au monde après les Jeux olympiques d'été et la Coupe du monde de football, a également été saluée dans les milieux touristiques, à commencer par les dirigeants d'hôtellerie suisse.

HOTELLERIE SUISSE, PARTENAIRE OFFICIEL

L'organisation faitière de l'hôtellerie helvétique, partenaire officiel de la candidature austro-suisse à l'Euro 2008, a en effet apporté sa contribution au dossier de candidature en réservant, conformément aux dispositions de l'UEFA, 1926 chambres dans 26 hôtels. Et cela, non seulement à Genève, à Bâle, à Berne et à Zurich, soit dans les quatre villes retenues pour accueillir quinze des trente-et-une rencontres de l'Euro 2008, mais également au Mont-Pèlerin (VD), à Macolin (BE), à Bad Ragaz (SG) et à Lugano.

A Genève, ce sont l'Hôtel Noga Hilton et l'Hôtel de la Paix qui ont été retenus pour recevoir les journalistes et qui ont réservé à leur effet respectivement 200 et 50 chambres. En Suisse romande, les équipes nationales seront logées au Lausanne Palace (100 chambres ont été réservées à cet effet), à l'Hôtel de la Réserve à Genève (55), au Mirador au Mont-Pèlerin (68) et à l'Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey (25).

LES DÉLÉGUÉS DE L'UEFA SERONT LOGÉS À GENÈVE

Enfin, on relèvera que les délégués et les invités de l'UEFA seront logés en Suisse romande à l'Hôtel Intercontinental de Genève (100) et que les arbitres seront logés au Grand Hotel Villa Castagnola à Lugano. Les déplacements des arbitres à Genève, à Bâle, à Berne et à Zurich devraient se faire par avion depuis l'aéroport d'Agno.

Christian Hodler, directeur-adjoint d'hôtellerie suisse, s'est déclaré très satisfait que notre pays organise l'Euro 2008: «C'est tout simplement fantastique. L'organisation de l'Euro 2008 n'est pas seulement très importante pour la Suisse et pour sa population, mais aussi pour son tourisme et son hôtellerie. Il s'agit d'une véritable chance pour les hôtels de notre pays!» **LM**

FÊTES DE FIN D'ANNÉE / Plusieurs nouveautés marqueront cette année le réveillon du 31 décembre dans les différents hôtels de luxe de Suisse romande. Tour d'horizon non exhaustif. **LAURENT MISSBAUER**

Seuls 30% des convives dorment à l'hôtel le soir du Nouvel-An

Façades illuminées, menus gastronomiques alléchants et soirées à thème, les fêtes de fin d'année s'annoncent particulièrement prometteuses dans les grands hôtels de Suisse romande que nous avons interrogés. Elles s'annoncent d'autant plus prometteuses que certains établissements proposeront cette année différentes nouveautés et formules originales.

Ainsi, au Mandarin Oriental Hôtel du Rhône à Genève, les hôtes ne se verront pas seulement proposer une animation musicale à l'intérieur de l'hôtel, mais aussi à l'extérieur, à savoir assister à l'opéra «Les Noces de Figaro» au Grand Théâtre de Genève. Il s'agit là d'une formule originale qui pourrait bien inspirer d'autres établissements qui ne souhaitent pas nécessairement engager un orchestre ou des animateurs, mais qui désirent néanmoins proposer quelque chose de particulier à leur clientèle à l'occasion de la Saint-Sylvestre.

SOIRÉE À L'OPÉRA AVEC TRANSFERT

«Notre soirée du 31 décembre débute par un apéritif à l'Hôtel du Rhône, à 19 heures. Ensuite, un transfert est organisé de l'hôtel jusqu'au Grand Théâtre et, une fois l'opéra terminé, un transfert est à nouveau organisé à destination de l'hôtel où la soirée de réveillon a proprement parler débute dans notre restaurant gastronomique aux environs de 22 heures», explique Nicole Santschi, assistante de direction au département ventes et marketing de l'hôtel.

A l'Hôtel du Rhône, la clientèle du réveillon provient avant tout de Genève même si certains clients viennent aussi de l'étranger: «Environ 30% restent dormir à l'hôtel après le réveillon du 31 décembre. Ils profitent ainsi de nos tarifs préférentiels qui sont en vigueur du 15 décembre au 5 janvier et qui nous permettent de compenser quelque peu le départ de nos hôtes habituels. Ceux-ci quittent Genève pendant les fêtes pour se rendre soit dans les stations, soit au soleil», précise Nicole Santschi. Bon an, mal an, ce pourcentage de 30% reste stable.

BOUTEILLE DE DOM PÉRIGNON ET CAVIAR

Au Lausanne Palace, ce sont également 30% d'étrangers qui dormiront à l'hôtel après le réveillon du 31 dé-

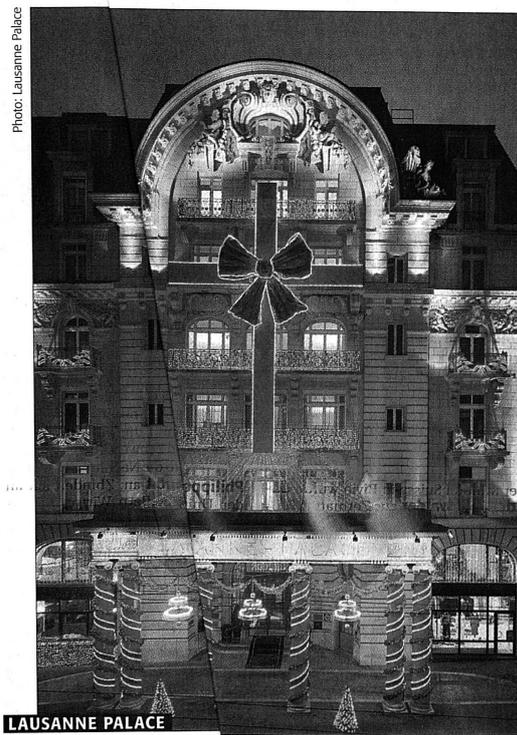


Photo: Lausanne Palace

LAUSANNE PALACE

Cette année, la façade de l'hôtel a été décorée d'une façon encore plus somptueuse que par le passé.

cembre, estime Jean-Yves Blatt, directeur des ventes et du marketing. «L'année dernière, nous avons lancé plusieurs nouveautés», poursuit.

«La façade de l'hôtel a été décorée pour les fêtes de fin d'année d'une façon encore plus somptueuse que par le passé»

Une soirée Harry Potter pour les enfants

A l'Hôtel Le Mirador, au Mont-Pèlerin (VD), 70% de la clientèle de la Saint-Sylvestre provient de la région, soit de Vevey et de Montreux, mais également de Fribourg ou de Genève. «C'est un coup de succès l'année dernière. Les parents nous avaient confié leurs enfants à partir de 19 h 30 et certains sont venus les rechercher qu'à 10 heures du matin», remarque Fabienne Chalchat, directrice des ventes et du marketing du Mirador. Lancée pour la première fois l'année passée, une soirée sur le thème d'Harry Potter sera à nouveau reconduite pour les enfants: «Elle avait eu beaucoup de succès l'année dernière. Les parents nous avaient confié leurs enfants à partir de 19 h 30 et certains sont venus les rechercher qu'à 10 heures du matin», remarque Fabienne Chalchat, directrice des ventes et du marketing du Mirador. **LM**

et nous proposons trois concepts différents pour Nouvel-An, notamment une soirée de gala à la Table du Palace, notre restaurant gastronomique crédité d'une étoile au Guide Michelin, et une soirée New-Orleans à la Rotonde.»

Ceux qui passent la nuit du réveillon au Lausanne Palace, se voient également proposer trois offres spécifiques: idyllique, princière et royale, à respectivement 290, 540 et 990 francs par personne. Les différences de prix s'expliquent par la taille de la chambre d'une part - chambre de luxe, junior suite et suite, et par les prestations qui sont respectivement offertes, à savoir une bouteille de chardonnay avec petits fours, une bouteille de champagne avec canapés au saumon ou une bouteille de Dom Pérignon avec une boîte de caviar. Les trois offres comportent toutes le petit-déjeuner au champagne, le peignoir du Palace et l'accès au spa.

LE PRÉ-PAIEMENT EST SOUVENT OBLIGATOIRE

Si le Lausanne Palace proposera, entre autres, une soirée New-Orleans, c'est aussi un thème américain, en l'occurrence une soirée Cotton Club, qu'a choisi l'Hôtel Mövenpick de Genève pour animer une de ses cinq offres spécialement concoctées pour la Saint-Sylvestre. Comme au Mandarin Oriental Hôtel du Rhône et au Melia Carlton Boutique Hôtel de Lausanne - qui proposera comme nouveauté un menu de réveillon de huit plats accompagnés de six vins espagnols -, l'Hôtel Mövenpick de Genève enregistre les réservations pour la Saint-Sylvestre uniquement si elles sont accompagnées d'un prépaiement.

Au Lausanne Palace, on se contente en revanche du numéro de la carte de crédit. A l'Hôtel Le Mirador, au Mont-Pèlerin, au-dessus de Vevey, il suffit d'un numéro de téléphone: «C'est la deuxième fois que notre hôtel sera ouvert à cette période et nous proposerons avant tout des offres forfaitaires de quatre nuits», explique Fabienne Chalchat, directrice des ventes et du marketing. Enfin, au chapitre tendances et nouveautés, on relève une utilisation toujours plus importante de la publicité par e-mail et de la présentation sur Internet des offres de Noël et de Nouvel-An.

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne • REDACTION: tél.: 031 370 42 16, fax: 031 370 42 24, e-mail: htr@swissshot.

EDITION: tél.: 031 370 42 22, fax: 031 370 42 23, e-mail: media@swissshot.ch

MICROS
Restaurant Le Raisin, Cully VD

Chez eux chez les meilleurs: systèmes de caisses Micros de Check-In Data 021 632 91 00.

CHECK IN DATA

Hygiene-Sicherheit mit System

Securité d'hygiène avec système

Handel GmbH AG
Hauptstrasse 11, 4130 Dornett
Tel. 057 466 81 81 Fax 057 466 81 44
E-Mail: info@handel.com

The Service Company

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

Rue des Terraux 10
Case postale
1000 Lausanne 9
Tel. 021/320 28 76
Fax 021/320 02 64
jet@job.vd@swisshotels.ch

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Voilette Cuisine Serviette Etoffe Ambiance

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

PROGRAMME / Questions sur l'avenir des Sommets du tourisme

Un cycle à son apogée

Les 4èmes Sommets du tourisme, qui se sont déroulés la semaine dernière à Genève, puis, durant deux jours, à Chamonix, ont enregistré cette année quelque 350 inscriptions, ont indiqué les organisateurs. L'édition 2002 était le quatrième volet d'un cycle de conférences traitant du développement durable. Ce volet s'est attaché à analyser les rapports entre le tourisme et la culture. L'ère de la mondialisation implique-t-elle un nivellement planétaire des différences culturelles?, se sont notamment demandés les participants et les nombreux intervenants de qualité invités pour cette occasion. Les volets précédents avaient, quant à eux, porté sur la dimension écologique du développement durable dans le tourisme (1999), sur la croissance économique (2000) et sur l'aspect social (2001).

FINANCEMENT SOUS LA LOUPE

Pour les organisateurs (organisations et entreprises françaises et, dans une moindre mesure, suisses), ce dernier cycle de conférences a maintenant atteint «son apogée». Ce cycle peut-il continuer? Pour le Comité scientifique, présidé, rappelons-le, par le professeur de l'Université de Lausanne et responsable de la section «tourisme» au Secrétariat d'Etat à l'économie, Peter Keller, la réponse est oui. Le financement sera-t-il assuré? La réponse est moins affirmative. Le problème sera examiné à partir de janvier, a indiqué le maire de Chamonix, Michel Charlat.

Si l'aventure devait continuer, un thème a d'ores et déjà été proposé par le Comité scientifique, soit: «Gérer le changement: le partenariat public-privé, facteur clé de succès pour le développement durable du tourisme». On sait en effet que l'Etat est un co-producteur touristique qui met à disposition un éventail de biens et de services qui sont valorisés et commercialisés par l'économie touristique, soulignent les organisateurs. *MH*

COMMENTAIRE

Quel programme?

MIROSLAW HALABA

Quelques trois cent cinquante inscriptions, dont la majorité venant de France, aux 4èmes Sommets du tourisme qui ont eu lieu, la semaine dernière, à Genève et à Chamonix, c'est peu. C'est peu, si l'on considère la riche palette d'intervenants qui sont venus analyser les liens entre le tourisme et la culture. Le sujet traité était-il trop peu concret? La date des Sommets est-elle mal choisie ou est-ce que le public-cible n'en est pas vraiment un? Toutes ces questions, les organisateurs devront se les poser et trouver des réponses. Car, il serait dommage que les Sommets du tourisme disparaissent faute de combattants, faute d'argent. Les professionnels du tourisme romands et de la France voisine n'ont en effet guère d'occasions de se trouver ainsi pour confronter leurs idées et échanger leur savoir-faire. Les activités quotidiennes sont cependant aujourd'hui à ce point exigeantes, les agendas si remplis, que la plupart des pros renoncent facilement aux invitations dont l'apport direct n'est immédiatement perceptible. Dans cet esprit, ne pourrait-on pas imaginer une alliance des Sommets du tourisme avec des manifestations similaires? Des Sommets couplés avec d'autres événements touristiques? Des Sommets mettant résolument l'accent sur les cas pratiques?

GENÈVE / La culture et le tourisme ne sont pas antinomiques. C'est une des conclusions du volet suisse des 4èmes Sommets du tourisme qui se sont tenus à Genève et à Chamonix. **MIROSLAW HALABA**

Tourisme marié avec la culture

La culture peut-elle s'allier au tourisme? C'est une des questions que se sont posées les quelque cent participants au volet suisse des 4èmes Sommets du tourisme qui se sont déroulés, la semaine dernière, à Genève, d'abord, puis à Chamonix.

La question mérite en effet d'être posée, car comme l'a indiqué le président du comité scientifique des Sommets du tourisme, le professeur Peter Keller, les puristes voient dans la culture une «valeur absolue» et n'acceptent donc pas que le «tourisme utilise les ressources culturelles à des fins commerciales». Et d'ajouter: «Ils reprochent à ce secteur économique d'aliéner la réalité et d'exploiter la culture comme un cliché publicitaire». Ces puristes craignent notamment que le tourisme ne favorise la dilution des cultures locales et l'avènement d'une culture unique à l'échelle planétaire.

UNE FONCTION CULTURELLE MAJEURE

Pour Peter Keller, cette critique culturelle traditionnelle a cependant «peu d'effet» dans la pratique. En fait, le tourisme, dit-il, a une «fonction culturelle essentielle». Les voyages touristiques sont «toujours en relation avec la culture», a ajouté le président d'hôtelier suisse et de Genève Tourisme, Christian Rey, lors de cette première journée qu'il a présidée. «On voyage pour connaître d'autres pays, d'autres modes de vie, d'autres us et coutumes».

Il est un fait que le tourisme favorise le nivellement de la culture. Toutefois, a fait remarquer Peter Keller, «le tourisme encourage les autochtones à accepter les atouts des autres cultures», mais, dans le même temps, «il peut aussi contribuer à renforcer la conscience identitaire locale».

EXEMPLE: L'EXPOSITION NATIONALE

Les exemples montrant que le tourisme et la culture font bon ménage n'ont en tout cas pas manqué jeudi dernier à Genève. On a notamment entendu que la culture exerce une influence positive sur l'économie régionale.

Photo: Mirosław Halaba



VOLET GENVOIS DES SOMMETS DU TOURISME

Pour Peter Keller (à g.), qui a donné cette année à Genève le coup d'envoi des Sommets du tourisme, en compagnie de Christian Rey et de François Bryand (à d.), le tourisme peut contribuer à renforcer «la conscience identitaire locale».

Ainsi l'Expo.02 a permis aux indigènes de jeter un regard sur leur région, a dit la directrice générale de la manifestation, Nelly Wenger. Mais elle a également permis à la région d'améliorer sensiblement son infrastructure. Ce qui n'aurait pas été le cas sans l'Expo.02. La ville de Bienne a, entre autres, revivifié ses places publiques et a été reliée au réseau autoroutier national. Nîchâtel s'est dotée d'un funiculaire, reliant le lac à la gare.

L'EMPLE DU MUSÉE GUGGENHEIM

Un exemple particulièrement parlant s'est rembrassé de la culture sur l'icône est celui du Musée de Guggenheim à Bilbao (Espagne). Pour le directeur général du musée, Juan Ignacio Vidarte, les activités culturelles peuvent parfaitement s'intégrer dans

une stratégie de développement économique régionale. Ouvert il y a cinq ans, son établissement a donné à Bilbao une dimension internationale. Il l'a transformée en une ville contemporaine, tout en lui donnant les moyens de préserver son identité. Grâce au musée, qui, depuis son ouverture, a déjà accueilli 5,3 millions de visiteurs, Bilbao possède un nouvel aéroport, un métro, un port qui a été agrandi. Autre retombée intéressante: répondant à une enquête, 80% des personnes qui sont venues à Bilbao ont dit qu'elles reviendraient dans cette ville. Juan Ignacio Vidarte s'est par ailleurs réjoui de l'ancrage de son institution dans la population. Le musée compte, en effet, 14 500 membres, soit le nombre d'affiliations le plus élevé d'Espagne pour ce type d'organisme. A noter aussi que le Musée Guggenheim couvre 75% de ses besoins budgétaires, seuls 25% des 28

millions d'euros nécessaires sont à la charge du gouvernement provincial.

UN BON EXEMPLE AUSSI: LA VILLE DE GENÈVE

L'exemple de Genève a également été cité. «Nous sommes convaincus qu'une offre touristique-culturelle complémentaire aux nombreux atouts de notre ville, représente une plus-value susceptible de répondre aux attentes de vos visiteurs, quelle que soit leur première motivation de voyage», a dit le directeur de Genève Tourisme, François Bryand.

Cette offre pourrait même être plus importante, si la ville n'était pas un peu à l'étroit pour exposer «ses trésors». Et François Bryand d'appeler de ses vœux la création d'un «centre culturel» qui pourrait s'intégrer au palais des congrès que l'on envisage de bâtir.

CHAMONIX / Certains intervenants aux 4èmes Sommets du tourisme ont constaté que la culture passe parfois aussi au second rang des préoccupations touristiques. **VÉRONIQUE TANERG**

La culture n'est toujours prioritaire

Est-ce que la culture motive le choix de la destination des touristes allemands, le plus gros marché émetteur en Europe? Pas du tout, a répondu Heinz-Rico Scherrier, professeur à l'Université de sciences économiques de Vienne, un brin provocateur, lors de la troisième journée des Sommets du tourisme à Chamonix.

Les Allemands partent en vacances pour se détendre, se ressourcer, et dans la nature, respirer l'air pur, retrouver la famille ou les amis. Parmi les six premiers motifs de voyages, une seule fois, les Allemands ont mentionné la culture.

C'est par ce cruel constat que le professeur Heinz-Rico Scherrier a commencé son intervention qui avait pour objectif de trouver des solutions permettant d'intégrer des aspects culturels dans le processus commercial du tourisme.

LES MUSÉES FRÉQUÉS PAR DÉFAUT

Les touristes ont envie de changer de décor, de s'amuser et découvrir des pays nouveaux. Les éléments cul-

turels sont moins importants. Seulement 5% des touristes voyagent à des fins culturelles. «La plus grosse clientèle des musées est une clientèle qui les fréquente par défaut, seulement lorsque la météo est trop mauvaise et qu'ils ne peuvent pas faire d'activités extérieures», a souligné un orateur.

Certaines critiques sont surgies dans les rangs du public. Un guide chamoniard, réalisateur de films de montagne, Denis Ducroz a regretté que l'on ait «une vision purement marchande du tourisme». «La culture à Chamonix est devenue dépendante de la manière dont les autres nous jugent.» Et de rappeler quelques éléments historiques: au tout début du tourisme, en 1875, la compagnie des guides payait les instituteurs pour former les enfants et leur donner des cours d'anglais.

LA CULTURE AUX OUBLIETTES

«Mais aujourd'hui, ce sont les remontées mécaniques qui décident des gros investissements et non plus la population», regrette ce Chamoniard. Il ajoute que l'on a perdu le savoir-faire

des anciens. Et cite trois exemples pour démontrer que la culture a été passée aux oubliettes: 500 bâtiments



Pour certains experts, le public fréquenterait avant tout les musées par défaut d'autres activités.

sont construits dans des zones à avalanche, les jingles publicitaires diffusés dans le téléphérique, dès 6h du matin, les saunas que l'on développe à tour de bras pour satisfaire la clientèle russe.

LES CRITIQUES VIENNENT DE L'INTÉRIEUR

La région de Chamonix s'est pourtant développée en respectant l'environnement et la nature. La beauté du paysage et le plus haut sommet d'Europe sont incontestablement ses atouts majeurs. De nombreux habitants de cette cité savoyarde ne veulent plus des camions qui transitent par le tunnel du Mont-Blanc.

Pourtant, les critiques les plus vives viennent souvent de l'intérieur. «La préoccupation des acteurs touristiques est de respecter la culture locale, relativise André-Jean Guerin, directeur général de l'Agence française de l'ingénierie du tourisme. Même si ses attentes sont parfois en décalage avec la population locale», a indiqué encore le responsable français.

VINS / Sierre vient d'inaugurer son Sensorama Apprendre à déguster

Que ce soit pour les professionnels amenés à promouvoir les crus valaisans auprès de leurs clients ou pour les touristes eux-mêmes, le Sensorama vient à point pour qui aime les vins et pour qui souhaite encore mieux les connaître. La salle de cours et d'analyse sensorielle a été récemment inaugurée à Sierre au Château de Villa. Cinq cours ont déjà été programmés: exercices d'analyse sensorielle sur les cépages du Valais, histoire du vi-

gnoble, dégustation des 13 étoiles de la viticulture valaisanne, exercices d'identification des vins, etc. Le Sensorama organise des cours à la carte pour les groupes dès 10 personnes. Les locaux peuvent être loués pour la présentation de tous produits. Dans la phase suivante, il est aussi prévu de créer une boutique d'articles locaux. L'offre sera ainsi complète entre le restaurant, l'ECnothèque et le Sensorama. DEM

VEVEY / Création du Musée Chaplin reportée Garanties demandées

Après avoir accordé son cautionnement à l'achat, pour 7 millions de francs, du Manoir de Ban (la propriété Chaplin) dans l'optique d'en faire un Musée, la Municipalité de Corsier-sur-Vevey a été contrainte de retirer son soutien au projet sous la menace d'un référendum.

Même garanti «sans risque», le cautionnement de l'achat du Manoir n'a pas convaincu un groupe d'oppo-

sants qui réclament des garanties et souhaitent un partenariat solidaire avec les autres communes de la région.

Les trois enfants Chaplin, propriétaires, ayant accepté de prolonger au 31 mars le délai de préemption initialement prévu en décembre, ainsi que les communes ont trois mois pour se prononcer. Selon la Fondation Chaplin, ce retard ne devrait cependant pas mettre en cause le projet. JJE

RAQUETTES / Ballade entre Léman et Moléson Un parcours tout neuf

Pour la deuxième année consécutive, les OT des Paccots, de Moléson et de Montreux-Vevey proposent une palette d'offres complètes pour les amateurs de raquettes à neige. Un nouveau sentier-raquettes vient compléter les itinéraires de l'an dernier.

De même, une série de manifestations sont prévues ponctuellement, en collaboration avec les nombreux partenaires (buvettes d'alpage, restaurants, loueurs) qui se sont investis sur

le terrain. Entre initiation (3 heures) et trekking de plusieurs jours, des accompagnateurs de moyenne montagne proposent, de leur côté, des excursions guidées.

Au niveau de la communication, un set de table tiré à 50 000 exemplaires complète un site Web* qui propose tous les détails des actions organisées cet hiver. JJE

*www.sentiers-raquettes.ch

VALAIS / Le directeur de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre (EST) a décidé de quitter sa fonction à la fin de cette année. Après une expérience motivante et enrichissante, Olivier Chevallaz veut aller au devant de nouveaux défis. INTERVIEW: DANIELLE EMERY MAYOR

«Le tourisme a besoin d'œcuménisme pas de nombrilisme, ni de chapelles»

Vous quittez l'Ecole suisse de tourisme en janvier. Pourquoi?

Je vais vous donner une image qui illustre symboliquement mon point de vue. Dans le nouveau bâtiment de la Haute école spécialisée (HEVs) où va déménager l'EST, le bureau du directeur est quatre fois plus petit que celui que j'ai occupé jusqu'ici. La marge de manœuvre n'est plus la même. Mon remplaçant va devoir enseigner à 50%; cela ne me tente pas: j'ai besoin de défis à relever, je suis fait pour lancer les projets, faire tomber les résistances. Quand s'installe la routine, je ne suis pas bon.

«L'image de mon père a été un vrai stimulant pour moi.»

Vous avez tout de même réalisé une expérience positive à l'EST?

J'avais été engagé avec mission d'insuffler un nouveau dynamisme dans l'EST, son centre de recherche et la formation continue. La chance aidant, j'ai pu contribuer à relancer l'école. Désormais la formation continue ne dépendra plus du directeur. Quant au centre de recherche, il est intégré au Groupe de compétence économie de la HEVs. Et il est temps pour moi de laisser la place à quelqu'un d'autre.

Comment se dessine votre avenir professionnel?

J'ai bientôt 57 ans, je n'ai plus l'obligation d'avoir tout de suite un salaire pour faire vivre ma famille. Quant aux honneurs, je les ai eus. Le besoin de me valoriser aux yeux de mon père a été, je l'avoue, un vrai stimulant (ndlr: Georges-André Chevallaz était conseiller fédéral). Aujourd'hui je ne ressens plus l'envie de courir après les

Nouveau directeur désigné

C'est Dominik Albrecht qui va remplacer Olivier Chevallaz à la direction de l'Ecole suisse de tourisme en janvier. Il est actuellement chargé de cours à l'EST. «Ayant eu le privilège de le choisir et de l'engager, déclare le directeur sortant, je ne peux que me féliciter du choix du Conseil d'Etat et transmettre mes encouragements à mon successeur.» Dominik Albrecht a 37 ans. Parfait trilingue, il est domicilié à Viège. Il est titulaire d'une licence en sciences économiques de l'Université de Berne. Il a notamment travaillé au sein de l'équipe suisse de ski et a assumé une fonction dirigeante dans un centre de cure haut-valaisan. DEM

Photo: Danielle Emery Mayor



OLIVIER CHEVALLAZ

Sur le départ, le directeur de l'Ecole suisse de tourisme regarde vers le futur, prêt à se lancer de nouveaux défis. Il passera le témoin à Dominik Albrecht.

reconnaisances. Je peux me dire: «on verra bien», et sélectionner quoi faire et, surtout, avec qui. Je veux apporter mes compétences, devenir un moteur, un rassembleur, mais je ne souhaite plus m'occuper de gestion au quotidien.

Quel regard portez-vous sur le Valais touristique?

Quand nous parviendrons à rassembler les dizaines de chapelles en une seule cathédrale, nous aurons réussi. Nous avons besoin d'œcuménisme plutôt que de nombrilisme. Il faut trouver des missionnaires qui fassent passer le message. Il faut créer une nouvelle génération, plus spontanée dans l'accueil. Cela commence par l'école dès l'âge de 6 ou 7 ans. Quand on croise un touriste et qu'on le salue, on crée en lui le sentiment d'être quelqu'un, alors qu'en ville, il est anonyme.

Que penser des démarches qualifiées?

J'y suis très favorable, et me montre même actif dans la mesure de mes compétences. Cela déclenche une prise de conscience dans les entreprises, mais aussi chez les clients. Toutefois, cette stratégie ne saurait être la seule réponse aux légitimes inquié-

tudes du monde touristique. Il faut placer en première ligne les rapports humains, renforcer la relation quasi permanente avec nos hôtes.

«Nous devons investir un peu de notre temps pour oxygéner nos connaissances.»

La formation continue est-elle importante?

Oui, mais elle est très mal développée, mal appliquée, voire mal fréquentée. On peut répondre que les programmes ne conviennent pas, qu'ils n'ont pas lieu aux heures adéquates. C'est faux: les cours sont ciblés et adaptés aux besoins. Encore faudrait-il avoir l'humilité d'accepter quelques conseils. Nous devons nous prendre par la main et investir un peu de notre temps précieux pour oxygéner nos connaissances... Nous ne sommes pas, et de loin, les meilleurs. Osons l'admettre!

Comment voyez-vous l'avenir de l'EST dans les murs de la HEVs?

La volonté de favoriser et d'encourager la formation dans le domaine du tourisme est manifeste. Les étudiants – et c'est là l'essentiel – auront l'opportunité d'en rencontrer d'autres, d'échanger avec eux, ce qui contribuera à une plus grande ouverture d'esprit, pour les étudiants comme pour les enseignants. Sur le plan technique, l'EST va profiter d'un équipement moderne. Je regrette par contre de ne pas avoir pu, ou su, ménager le transfert du Centre de recherche appliquée de l'EST vers le Groupe de

compétence économie-tourisme, même si cette solution était parfaitement fondée.

Pourquoi avoir voulu éviter ce changement?

Il y a un risque de voir disparaître cette relation intime que les étudiants pouvaient entretenir avec les pratiques du terrain, risque aussi pour le monde touristique que l'EST ne puisse plus apporter conseils et appuis par de petits mandats. Je crains également que l'école perde un peu de sa «folie», de cet esprit révolutionnaire dont le tourisme a tant besoin...

Projet en vue: un master en tourisme

Après cinq ans et demi à la direction de l'Ecole suisse de tourisme, Olivier Chevallaz passe la main à Dominik Albrecht. Sa vie va balancer entre le Valais et Château d'Ex. Il parle de prendre du temps pour lui... Mais déjà des mandats sont dans l'air. Il est tôt, encore, pour en parler. Mais la rumeur évoque un projet de Master en tourisme avec l'Institut universitaire K. Bösch à Bramois/Sion, ainsi que des

mandats auprès de différentes stations touristiques valaisannes. Olivier Chevallaz ne quitte pas l'EST en claquant la porte. «J'ai une profonde amitié pour Marc-André Berclaz (ndlr: directeur de la HEVs). Je me suis engagé à rester jusqu'à l'arrivée de mon successeur. Ensuite, je serai disponible pour des collaborations ponctuelles, mais toujours en tenant compte du principe de Peters...» DEM

GUIDE / Cette année, en Suisse comme en France, le fameux Guide Michelin fait la part belle aux hôtels. De même, une nouvelle brochure «coups de cœur» avec des chambres à prix modiques a été lancée dernièrement. Révolution? **PIERRE THOMAS**

Après la table, Bibendum passe aussi au lit

Sa nomination avait fait trembler l'Hexagone. Pensez-donc, l'arbitre du bon goût – qui n'est que français, c'est... – alors tout juste centenaire qu'est le Guide Michelin se donnait un patron... anglais. Deux ans plus tard, Derek Brown a la dégaîne élégante d'un major Thompson qui tient à jours ses carnets. Ce fils d'architecte naval, promis au barreau, mais qui choisit par goût, il y a plus de trente ans, les premiers cours de marketing de l'école hôtelière de Bournemouth, quatre ans durant, ne jure que par le marché. C'est donc lui, le marché, et non le pedigree hôtelier du PDG, qui dicte l'évolution actuelle des guides vers l'hôtellerie. «Nous avons effectué des enquêtes, et c'est notre clientèle qui nous a signalé avoir besoin de ces renseignements.»

Lors de la présentation, jeudi passé, à Fribourg, au siège de la Compagnie financière des pneus Michelin, du guide suisse, dixième du genre, il n'y avait pas de «scoop». L'équipe de Mi-

chelin s'en vanterait presque! Trois ans après Gault & Millau Suisse, qui l'éleva à trois toques (17 points sur 20), Denis Martin, le cuisinier de Vevey, gagne son deuxième macaron. C'est la seule modification majeure du paysage culinaire suisse, marqué par une grande stabilité. Dans les étoiles perdues, quatre défections, dues à des changements d'équipe de cuisine ou des fermetures de restaurants, et non à des faiblesses d'exécution. Parmi les nouveaux étoilés, une seule table de plus au bilan (soit 95 au total), puisque cinq établissements obtiennent leur première distinction. En Suisse romande, le Buffet de la Gare des Eaux-Vives, à Genève, repris par un ancien chef de l'hôtel Richemont, et «Le Trianon», du Mirador, au Mont-Pèlerin, qui, avec l'engagement d'un second de chez Troisgros, Thierry Bonfante, paraît s'être enfin «stabilisé»: un maître mot dans la bouche des porte-parole de Bibendum, le bonhomme Michelin à l'em-

bonpoint enveloppant... Et Philippe Rochat, à Crissier, et Gérard Rabaey, au

Pont-de-Brent sur Montreux, restent les seuls trois macarons suisses.



Derek Brown, est l'actuel éditeur du Guide Michelin. Cet Anglais à la dégaîne élégante croit en l'hôtellerie.

L'ACCENT A ÉTÉ MIS SUR LES PETITS PRIX

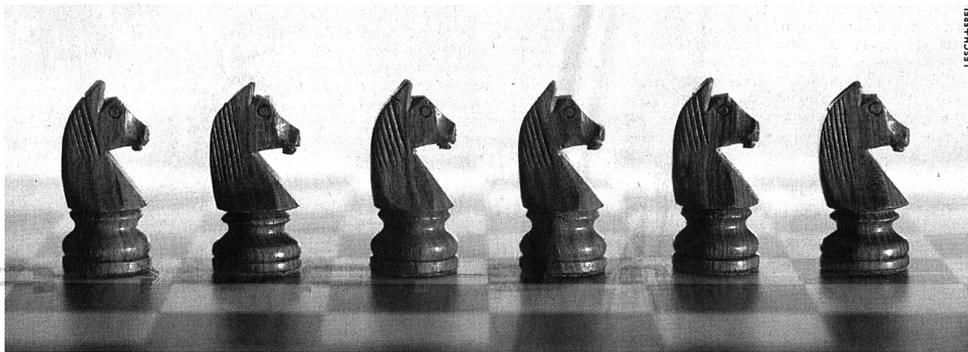
La nouveauté de l'édition helvétique 2003, distribuée à 50 000 exemplaires, dont la moitié écoluée en Suisse, il faut aller la chercher du côté des hôtels. D'abord, en respectant la territorialité des langues, chacun des 2140 hôtels ou restaurants recensés dans 926 localités est décrit brièvement. Jusque'ici, seul le guide français bénéficiait de ces commentaires, rédigés non pas par les «inspecteurs» eux-mêmes, mais par des «texteurs».

Ensuite, un sigle discret, le «Bib Hôtel», balise lui 87 adresses d'hôtels qualifiés de «bonnes nuits à petits prix», plafonnés à 175 francs la chambre double, petit déjeuner compris. Ils sont rares en ville (un seul à Genève, aucun à Lausanne), mais seize en

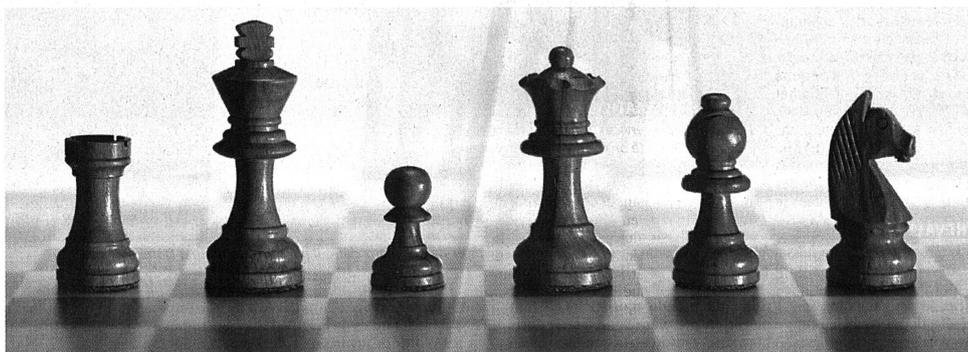
Valais. La même démarche de bon rapport qualité-prix existe depuis quelques années pour les tables (103 «Bib Gourmand»).

En France, Michelin pousse le bouchon encore plus loin: la maison d'édition qui publie douze «guides rouges» annuels, vient de sortir un guide de «coups de cœur», mille hôtels et maisons d'hôtes à moins de 80 euros, avec photo, et plus aucune allusion aux étoiles des tables. Sous forme de guide du futur, plus démocratique, un ras-le-bol de la haute gastronomie et des palaces? «Non, la preuve que nous pouvons décliner la formidable base de données du guide rouge», répond Derek Brown, qui voit dans l'Internet non pas un concurrent (le très complet www.viamichelin.com), mais une manière d'attirer une nouvelle clientèle. «Le bouquin n'est pas sur le déclin. Le papier résistera une génération au moins», assure le patron des éditions.

Annonce



Ne misez pas tout sur le même cheval.



Un assortiment varié est essentiel pour vous et vos clients.

Les fumeurs adultes sont une pièce maîtresse de votre clientèle. Ils achètent plus et plus souvent chez vous, non seulement des cigarettes, mais aussi des magazines, des chocolats, des chewing-gums et bien d'autres choses. Une seule cigarette fait défaut dans votre assortiment et vous perdez de nombreux clients et tout le chiffre d'affaires qu'ils génèrent. Nous nous ferons un plaisir de vous informer sur les dernières tendances du marché des cigarettes et leurs répercussions sur vos affaires. Appelez-nous afin que nous puissions fixer un rendez-vous.


BRITISH AMERICAN
TOBACCO
SWITZERLAND



British American Tobacco Switzerland S.A., Avenue de Rhodanie 48, Case postale, 1000 Lausanne 3, Telefon 0800 282 783, www.bat.ch

Art. 10 TabV/OTab

Nuit gravement à la santé. Rauchen gefährdet die Gesundheit.
Fumare mette in pericolo la salute.

Seize «Bib Hôtels» en Suisse romande

Comme on l'a relevé ci-dessus, une des principales nouveautés de l'édition 2003 du Guide Michelin consacré à la Suisse est le logo «Bib Hôtel». Celui-ci est symbolisé par un Bibendum – le nom du bonhomme Michelin – dont la tête se trouve sur un oreiller. Pendant hôtelier du «Bib Gourmand» rouge qui signale les restaurants offrant des «repas soignés à prix modérés», le «Bib Hôtel» bleu caractérise des hôtels qui proposent de «bonnes nuits à petits prix», c'est-à-dire des hôtels qui «possèdent une majorité de chambres pour deux personnes, petits déjeuners compris, à moins de 176 francs». Michelin précise que ces hôtels doivent également offrir un «emplacement facile d'accès, un bon accueil, du calme et du confort». Les établissements de Suisse romande qui ont reçu cette année le «Bib Hôtel» sont les suivants:

Fribourg: L'Etoile à Charmey.
Genève: Hôtel Bel'Espérance à Genève; De Villette à Thônex.
Jura: Hôtel de La Tour Rouge à Delémont; Bellevue à Porrentruy.
Neuchâtel: Hôtel des Trois Rois au Locle.

Valais: Hôtel Belvédère à Champex; Hôtel Forclaz Touring à Martigny; Hôtel de Ravoire à Martigny-Ravoire; Hôtel de l'Ardève à Ovronnaz; Hôtel du Rhône à Sion; Hôtel du Château de la Soie à Sion-Granois; Hôtel de La Cambuse à Thyon-Les Collons; Hôtel d'Anniviers à Vissoie.

Vaud: Auberge de la Réunion à Coin-sins; Hôtel Bellevue à Onnens.

Enfin, on remarquera que trois des seize établissements distingués par un «Bib Hôtel» ne sont pas signalés comme hôtels, mais bien comme restaurants dans le Guide Michelin. Il s'agit des restaurants de l'Etoile (Charmey), de Villette (Thônex) et Bellevue (Porrentruy) qui disposent respectivement de huit, neuf et dix chambres. **LM**

MÉLI-MÉLO

Formation «touristique» pour les apprentis employés de commerce.

Les jeunes qui commenceront au mois d'août 2004 un apprentissage d'employé de commerce dans l'hôtellerie, dans la restauration ou auprès d'un office du tourisme bénéficieront d'une formation spécifique dans ces trois branches. Telle est en substance l'information que le service de presse d'hôtellerie suisse a communiqué le 17 décembre. Ces formations spécifiques en hôtellerie, en restauration et en tourisme seront dispensées dans toutes les régions de Suisse et dans chacune des langues nationales. **LM**

NUITÉES HÔTELIÈRES / Près d'un million de nuitées en moins l'été dernier Deuxième recul estival consécutif

L'hôtellerie suisse a enregistré, pour la deuxième fois consécutive, un recul des nuitées estivales. A l'issue du semestre d'été, soit de mai à octobre, la branche a recensé 17,7 millions de nuitées, ce qui représente un recul de 4,9% ou de 920 000 unités par rapport à 2001, a indiqué la semaine dernière l'Office fédéral de la statistique (OFS). Le taux d'occupation des chambres a diminué de 2,1% à 44,1% et celui des lits de 2,1% à

42,2%. La demande indigène s'est accrue de 1,6% à 7,8 millions de nuitées. L'OFS note que les Suisses se sont déplacés plus fréquemment, mais que leurs séjours ont été moins longs. La régions des Trois-Lacs a, bien entendu, profité de l'Expo.02. Ses nuitées ont augmenté de 31% (+120 000).

La demande étrangère, en revanche, qui a atteint 9,9 millions de nuitées, a reculé de 8,5%. Les baisses les plus mar-

quantes ont été enregistrées avec les hôtes allemands (-12%/-380 000 nuitées), les hôtes américains (-17%/-200 000), les hôtes japonais (-18%/-120 000) et les hôtes britanniques (-8,9%/-95 000).

Des augmentations ont toutefois aussi été constatées. Ainsi, la demande des Etats du Golfe s'est accrue de 37% (+65 000 nuitées) et la demande chinoise de 21% (+12 000). *MH*

SORNETAN (BE) / Le Centre de Sornetan élargit son offre d'hébergement Douze nouvelles chambres

Le Centre de Sornetan, à Sornetan, dans le Jura bernois, a élargi et amélioré son offre d'hébergement. Avec trois mois d'avance sur le calendrier initial et sans dépassement de crédit, il a en effet inauguré samedi dernier une nouvelle aile offrant douze chambres à un ou deux lits, toutes avec WC et douche.

Cet agrandissement permet désormais au centre de proposer 40 chambres et 70 lits, dont

16 en dortoir. Ouvert en 1970, le Centre de Sornetan, qui a obtenu le niveau I du Label de qualité du tourisme suisse, est un lieu de rencontre de l'Eglise protestante.

Il enregistre actuellement quelque 6000 nuitées. Seules 15% de celles-ci proviennent des activités ecclésiastiques, 85% des nuitées étant générées par des groupes laïques, entreprises ou associations. Les responsables du centre espèrent

pouvoir porter, d'ici deux ans, le nombre de nuitées à 7000 ou 8000 et atteindre ainsi le seuil de rentabilité.

Une recherche de nouvelle clientèle sera faite dès 2003 en Suisse et dans les régions limitrophes françaises et allemandes. La production d'un nouveau prospectus avec un contenu modulable et l'obtention du label de qualité II figurent également parmi les objectifs du centre. *MH*

MINOTEL / Les membres de la chaîne volontaire se sont réunis en assemblée générale

«La reprise est en vue»



Le Valaisan Gabriel Taugwalder a été nommé président national pour une année de la chaîne Minotel Suisse.

Réunis en assemblée générale le 12 décembre à Bivio (GR), les membres de la chaîne volontaire Minotel Suisse ont pris connaissance des résultats de la période comprise entre le 1er octobre 2001 et le 30 septembre de cette année. Ces résultats, qualifiés de mitigés, ont laissé apparaître, au niveau des réservations européennes, une baisse de 8% par rapport à la période correspondante précédente.

Au niveau des réservations en provenance des marchés d'outre-mer, Minotel a cependant enregistré une hausse de 12%. «Si le marché américain a accusé une baisse de 30%, nous avons en revanche pu compter sur une hausse spectaculaire de la clientèle chinoise et japonaise», a annoncé Minotel.

Au niveau du chiffre d'affaires, Minotel Suisse a enregistré une baisse de 200 000 francs. Il est en effet passé de 5,2 millions de francs à 5 millions de francs. «La reprise est cependant en vue au niveau de Minotel Europe qui, au 20 novembre, dispose d'ores et déjà d'un nombre de réservations qui est supérieur de 97,5% à celui enregistré il y a un an à la même époque. La Suisse, avec 13% de l'offre hôtelière de Minotel Europe, arrive en tête avec 25% de réservations», a ajouté Minotel.

UN HÔTELIER VALAISAN NOMMÉ À LA PRÉSIDENTIE

L'assemblée générale de Bivio a également été marquée par l'élection d'un nouveau président national pour une année en la personne du Valaisan Gabriel Taugwalder. A la tête du Minotel Metropol & Spa de Zermatt, il succède à Giancarlo Torriani de Bivio. Lors de cette assemblée générale, les membres de Minotel ont également félicité Denise et Marcel Horst, du Minotel Le Sapin à Charmey (FR), pour leur nomination au «Sésame de l'accueil» remis dans le cadre du Salon Gastronomie 2002 à Lausanne. *LM*

SERVICES TRAITEURS / Au cours de ces dernières années, on note une évolution marquée en faveur des repas commandés hors restaurants dans des cadres méticuleusement choisis par la clientèle. **JOSÉ SEYDOUX**

La restauration événementielle est aujourd'hui en plein essor

Le mois de décembre est très faste pour les services traiteurs appelés à assumer l'organisation de soirées d'entreprise, fêtes de famille et autres agapes gastronomiques de circonstance: ce n'est pourtant que le point de vacherin glacé que représente, l'année durant, le gâteau attribué aux services traiteurs. Il s'agit là d'une activité en plein développement depuis une dizaine d'années et obéissant à des règles et principes de travail bien précis, une activité par définition éloignée de la restauration traditionnelle, mais s'exerçant en priorité dans un cadre de proximité.

UN SERVICE AXÉ SUR LA GÉOMÉTRIE VARIE

Si l'on excepte certainsouchers et autres artisans des métiers de bouche qui accompagnent en quelque sorte leurs produits en organisant des repas à l'extérieur, le service traiteur à part entière relève d'une organisation généralement très séparée de l'exploitation d'un restaurant. «Nous travaillons sur la base de trois critères: le budget du client, le cadre choisi à l'époque de l'année», résume Raymond Surchat (Au Parc Hôtel, Fribourg), en 1995, a mis sur pied un service traiteur à l'enseigne de «La Table à roulettes» (50 à 60 manifestations par année employant fixes et de nombreux ext., l'un des principaux services de ce type dans le canton de Fribourg.

Ce spécialiste tient à souligner d'emblée qu'une telle activité, menée parallèlement à un hôtellerie, bien que séparée dans la pratique et l'exploitation pure, doit être, voire raffermir, l'image de l'établissement. «C'est d'autant plus intéressant que nous ne faisons aucunement de neuf clients sur dix pendant du bouche à oreille», affirme Raymond Surchat. Mais il s'agit là d'un résultat d'une politique axée sur l'adaptation totale des prestations demandées (et auparavant longuement discutées) par le client. Selon le pipe de la géométrie variable en matière de restaurant «extra-muros».

ANTICIPER LES PRÉLÈVES ET PRÉVENIR LES QUÊTES

Les principaux types de clients sont les entreprises, les associations en tous genres, les familles privées (mariages, fêtes, célébrations, etc.). Les cadres sont presque toujours donnés ou suggérés: centres d'entreprises et d'expositions (comme tout Fribourg), châteaux, grands salons, tentes extérieures, voire même dans la nature... et même pair! Lieu, cadre, thème, date et participants font à chaque fois de ce type d'événement!

Les services traiteurs chargent de l'intégralité de l'organisation:

Photo: Jean-Claude Mora



SOIRÉE THÉMATIQUE

Un exemple de service traiteur pour une soirée thématique: vendredi soir dernier, une soirée sur le thème de «La Magie du vendredi 13» a été organisée à Forum Fribourg par «La table à Roulettes» pour le compte de Richemont International Distribution.

tables, chaises, nappes cuisine, nourriture... «De plus en plus, on nous demande de coordonner également la décoration et l'animation», explique Raymond Surchat, «car les clients veulent savoir ce que leur coûtera l'ensemble de l'opération.» En moyenne, 10 à 15% plus cher qu'une même manifestation en restauration traditionnelle. Les contraintes peuvent être importantes, vu les frais supplémentaires que représentent les transports, déplacements, locations et autres surcoûts liés notamment à la sécurité. «De plus, il faut anticiper tous les problèmes d'organisation et de sécurité, ce qui exige, en plus d'une bonne connaissance des lieux, une grande rigueur

dans l'organisation.» Le patron de «La Table à roulettes» fait d'ailleurs partager ses préoccupations à de nombreux stagiaires qui apprécient beaucoup ce travail en terrain inconnu...

CONCURRENCER AUTREMENT

Le service traiteur, on le comprend aisément, est un travail d'équipe impliquant un dialogue avec le client et offrant la possibilité de déployer tout l'éventail des qualités professionnelles de ses responsables. «Ce qui explique la très grande fidélité de notre clientèle», relève Raymond Surchat qui voit, dans cette activité, moins une concurrence

pour les restaurants qu'une nouvelle tendance à fêter et à manger dans d'autres cadres, d'autres sites, d'autres ambiances. D'ailleurs, le nombre des convives se situe plus entre 50 et 500 qu'au-dessous et qu'au-dessus.

Les tendances qui se dessinent vont vers l'organisation de repas thématiques incluant menu, service, décoration, fleurs, spectacle et animation, sous forme de packages et de collaboration avec des partenaires de qualité. «Cette autre approche de la clientèle devient un véritable plaisir en même temps qu'un défi», reconnaît Raymond Surchat qui, souhaitons-le, doit bien résumer l'état d'esprit des cuisiniers de l'événementiel. *JS*

La haute gastronomie préparée sur mesure

Cela fait six ans qu'Orlando Grisoni et sa femme Huguette, qui ont fait, durant trois décennies, la grandeur du Restaurant de La Tour, à La Tour-de-Trême, officient avec autant de bonheur dans le service gastronomique extérieur. Conseiller en gastronomie, ce chef émérite a troqué les guides gastronomiques et les Grandes Tables de Suisse contre des petites tables privées pour y appliquer sa grille: un produit haut de gamme, fidèle à sa réputation, une prestation «sur mesure» dans le registre de la haute gastronomie. Tout est organisé à partir de son laboratoire de

Bulle et en compagnie d'une petite équipe de service et d'une brigade de cuisine fonctionnant sur appel. Sa clientèle? Des gens appréciant ce qu'il fait ou connaissant sa réputation, désireux d'offrir un repas réussi de grande qualité, chez eux, dans leur maison privée, leur entreprise... ou dans quelque château, résidence secondaire ou chalet d'alpage de Suisse romande.

Les occasions sont multiples: fête de famille, fêtes de fin d'année, mariage, baptême, anniversaire, conseil d'administration... «C'est le restaurant de luxe qui se déplace pour une occa-

sion exceptionnelle», explique Orlando Grisoni, en faisant remarquer qu'«inviter chez soi est très différent de d'inviter au restaurant». Plus de liberté, moins de contraintes, la sécurité et l'intimité en sus, le plaisir de recevoir assuré... pour un coût supérieur certes, mais à la mesure d'un service personnalisé dans un cadre à soi. Le savoir-faire d'un chef réputé est devenu une carte de visite pour Orlando Grisoni qui, accessoirement, organise également de A à Z de grands banquets, manifestations institutionnelles et cocktails d'envergure. *JS*

ANNECY / Le chef-lieu de la Haute-Savoie vise les Jeux olympiques de 2014

Vers un duel Valais-Haute Savoie?

«Le Valais est le candidat tout désigné pour l'organisation des Jeux olympiques d'hiver de 2014.» Telle est une des convictions qui figure dans la lettre que six dirigeants touristiques valaisans* ont envoyée en début d'année au canton du Valais. Or, cette conviction est aussi partagée par Anancy.

«Si Paris ne sera pas choisie en 2004 pour organiser les JO d'été de 2012, nous brigerons les JO d'hiver de 2014 avec des

chances énormes de l'emporter. Après Turin en 2006, les JO iront sur un autre continent en 2010, pour revenir sans doute en Europe en 2014», a annoncé Bernard Bosson, le maire d'Anancy, dont les propos ont été rapportés la semaine dernière dans la «Tribune de Genève».

Selon le quotidien genevois, la candidature d'Anancy a germé en 1998, date à laquelle a été créée, sous l'égide de la Jeune Chambre économique, l'asso-

ciation «Olympiquons-nous». La «Tribune de Genève» relève aussi que Bernard Bosson a laissé entendre que seules l'Allemagne et l'Autriche – mais pas la Suisse – pourraient inquiéter Anancy. **LM**

* Jérémie Robyr, Urs Zenhäusern et Yvan Aymon (président, directeur et directeur-adjoint de Valais Tourisme), ainsi que Walter Loser (Crans-Montana Tourisme), Enrique Caballero (Chablais Tourisme) et Eddy Peter (Sion Tourisme).

Message touristique: oui sans opposition

Berne. C'est un signe encourageant pour le tourisme suisse qui est venu la semaine dernière du Parlement. Le Conseil des Etats a en effet accepté, sans opposition, le message du Conseil fédéral relatif à l'amélioration de la structure et de la qualité de l'offre touristique et qui prévoit une injection de fonds de 135 millions de francs. Le message doit encore passer devant le Conseil national. **MH**

CONSEIL FÉDÉRAL / Changement de département

J. Deiss au tourisme

En passant du département des affaires étrangères à celui de l'économie, Joseph Deiss devient implicitement le nouveau «ministre du tourisme» de la Suisse. Le conseiller fédéral fribourgeois peut faire état d'une sensibilité à la chose touristique.

En effet, l'ancien professeur d'économie de l'Université de Fribourg, a suivi de près l'évolution du tourisme dans son canton. Il a notamment siégé au

sein du comité de l'Union fribourgeoise du tourisme et a consacré divers travaux d'expert au secteur du tourisme.

Les grands dossiers qui l'attendent dans ce domaine seront sans doute la relance du Crédit hôtelier, la prolongation du taux réduit de la TVA pour l'hôtellerie, la politique d'encouragement au tourisme, la formation professionnelle et continue, ainsi que le soutien des PME de l'hôtellerie. **JS**

LES GENS

«S'inscrivant dans le concept de régionalisation qui a été mis en place par Hôtellerie vaudoise et qui a déjà donné lieu à la fusion des sections des hôteliers de Montreux et de Vevey, les sec-



tions des hôteliers de Morges et de Nyon formeront, dès le 1er janvier, la Société des hôteliers de La Côte», a annoncé Hôtellerie vaudoise dans son bulletin d'information paru le 16 décembre. Cette nouvelle section, comme nous l'avions déjà évoqué dans notre édition du 12 décembre, sera présidée par **Nicola Tracchia**, propriétaire et directeur de l'Hôtel Beau-Rivage à Nyon. «La nouvelle section de la Côte regroupera une trentaine d'hôteliers représentant une capacité totale d'environ 1800 lits. **LM**

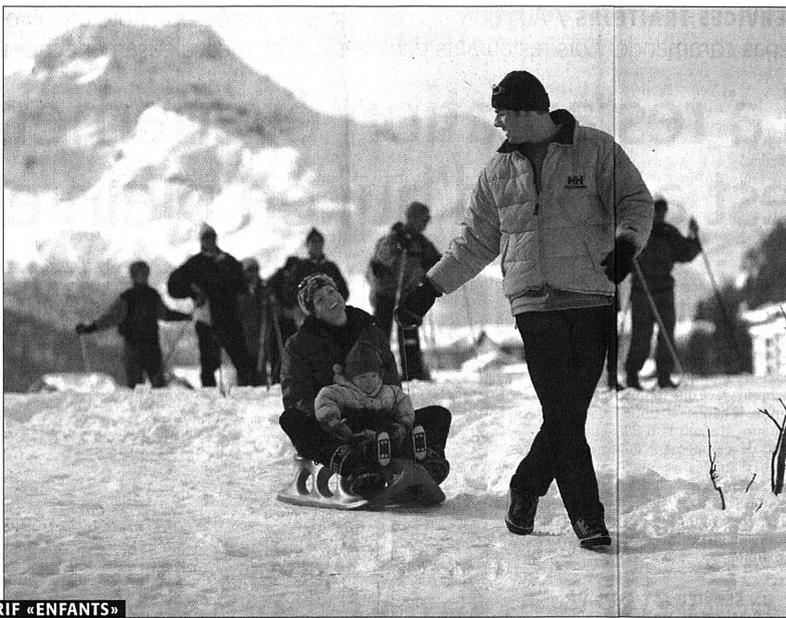
Minotel International, chaîne volontaire qui fêtera son vingtième anniversaire en 2003, aura à nouveau à sa tête le Suisse **Pierre Goy** (photo). Celui-ci a en effet été nommé président pour



2003 et 2004 en remplacement de l'Allemand **Herbert Esser**, de Cologne. Outre sa nouvelle fonction de président de Minotel International, Pierre Goy est également vice-président exécutif de Minotel Suisse. **LM**

Le nouveau responsable de Suisse Tourisme pour le Japon et la Corée a été nommé cette semaine. Il s'agit de **Roger Urs Zbinden** qui entrera en fonction le 1er mai et qui succèdera ainsi à **Jean-Philippe Benoît**. Agé de 41 ans, Roger Urs Zbinden parle le japonais et est, depuis l'année passée, directeur général de Condor Communications dont le siège se trouve à Zurich et à Berlin. **LM**

Photo: Swiss-Image



TARIF «ENFANTS»

L'action des Remontées mécaniques suisses accordant à tous le tarif «enfants» n'a, apparemment, pas suscité un grand intérêt en Suisse romande

SAISON D'HIVER / L'action tarif «enfants» sur les remontées mécaniques n'a pas connu un grand succès en Suisse romande. JEAN-JACQUES ETHENOZ

Résultats difficiles à estimer

Il est difficile d'estimer les résultats de l'action organisée dimanche et destinée à lancer la saison d'hiver en accordant le tarif «enfants» à tous les utilisateurs des remontées mécaniques. Ce qui est quasiment certain, c'est qu'elle n'a pas connu un grand succès en Suisse romande. La situation serait toutefois différente en Suisse alémanique. Selon des tendances perçues par les Remontées mécaniques suisses (RMS), coordinatrices de l'action, les résultats enregistrés seraient satisfaisants.

Les raisons de ce résultat mitigé dans les stations romandes? Le manque de neige. En moyenne altitude, en tout cas. Mais aussi, semble-t-il, à une communication trop modeste. Dans les stations romandes, on a apparemment compté sur une campagne de promotion des RMS. Or, bud-

get oblige, ceux-ci se sont limités à une campagne dans les hebdomadaires des deux grands distributeurs (Construire et Coopération). Un article a également été publié dans TOP, le bulletin grand public des RMS, qui est encarté dans le magazine des CFF. Via.

UNE «JOURNÉE ORDINAIRE»

Ainsi, à Champéry, Raymond Monney, directeur des remontées mécaniques Champéry-Les Crosets-Portes-du-Soleil, indique que la journée a été «ordinaire, hormis le fait que beaucoup de skieurs ont été agréablement surpris à l'achat de ce forfait journalier au tarif enfants».

À Orvonnaz, on se déclare satisfait. «Compte tenu de la météo», la journée a été, ici aussi ordinaire. Il est probable

que les skieurs intéressés se sont surtout rendus sur les grands domaines skiables, où les différences entre forfait enfants et tarifs adultes étaient les plus sensibles.

Dans les autres stations, on se prononce peu, si ce n'est pour dire que, «faute de communication», on n'a pas enregistré de résultats spectaculaires. A noter qu'une société de remontées mécaniques des Alpes vaudoises a étendu cette offre au week-end, par crainte que le consommateur ne comprenne pas à limitation au seul dimanche. Elle fut, d'ailleurs, la seule à avoir fait campagne pour cette journée des sports d'hiver.

On en saura plus lorsque les résultats d'une enquête lancée ces derniers jours auprès des membres des Remontées mécaniques suisses seront connus.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Interview du directeur des Remontées mécaniques suisses. Dans l'interview qu'il a accordée à notre hebdomadaire, Peter Vollmer a évoqué un certain nombre de difficultés avec lesquelles les entreprises de remontées mécaniques allaient devoir composer ces prochaines années. La taille réduite de certaines de ces entreprises, un enneigement artificiel nettement moins important qu'à l'étranger et un matériel qui date parfois de plus de vingt ans et qui devrait être remplacé constituent quelques-unes de ses principales préoccupations. Or, si les remontées mécaniques ne sont pas compétitives, c'est le tourisme en général et l'hôtellerie en particulier qui risquent d'en pâtir. **Page 2**

L'Euro 2008 ne tombera pas à une période favorable. La perspective d'accueillir en Suisse et en Autriche les championnats d'Europe de football de 2008 a été accueillie avec beaucoup de satisfaction dans les milieux touristiques. Quelques bémols ont cependant été apportés ici et là. Ainsi, Patrik Scherrer, porte-parole des hôteliers bernois et directeur de l'Hôtel Allegro, regrette que l'Euro 2008 se déroulera en juin. «C'est en effet en mai et en juin que les hôtels bernois sont le plus occupés», déplore-t-il. La clientèle habituelle, à cette période-là, risque ainsi d'aller ailleurs. Du côté de Suisse Tourisme, le porte-parole Daniela Bär se réjouit du fait que l'Euro 2008 attirera des hôtes à forts pouvoirs d'achat: «Il n'y aura pas seulement les passionnés de football, mais également de nombreux invités, sponsors et autres VIP», souligne-t-elle. Enfin, une promotion commune, soutenue aussi bien par Suisse Tourisme que par l'Office national autrichien du tourisme pourrait bien voir le jour à l'horizon 2008. **Page 3**

Ouverture des casinos: un premier bilan touristique. Avec l'ouverture de la grande majorité des 21 casinos habités par le Conseil fédéral, notre hebdomadaire dresse un premier bilan touristique. A Baden (AG), par exemple, il suffit de voir les immatriculations des voitures, pour constater que les joueurs ne proviennent pas seulement du canton de Zurich, mais aussi de St-Gall, de Thurgovie, de Bâle, de Berne et de Soleure, ainsi que des régions frontalières allemandes. Les restaurateurs en tireraient cependant davantage profit que les hôteliers. Dans la plupart des casinos, c'est en effet la clientèle locale qui est prédominante. **Page 7**

ABONNEMENTS

Je désire recevoir		Nom/Prénom:	
l'hotel+tourismus revue htr		Entreprise:	
chaque jeudi dans ma boîte aux lettres.		Rue/No:	
Je souhaite le mode de paiement suivant:		NPA/Localité:	
<input type="checkbox"/> 24 mois	Fr. 250.-*	Téléphone:	
<input type="checkbox"/> 12 mois	Fr. 145.-*	E-Mail:	
<input type="checkbox"/> 6 mois	Fr. 87.-*		
<input type="checkbox"/> abonnement d'essai	Fr. 25.-*		
Pour l'étranger, tarifs sur demande. * TVA comprise		Veuillez renvoyer le coupon complété à: hotel+tourismus revue htr , abonnements, Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne, abo@swiss-hotels.ch.	

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs		
Editeur: Société suisse des hôteliers Monbijoustrasse 130 case postale 3001 Berne Responsable des médias SSH: Christian Hofer.	Véronique Tanang (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Mélisandre Peter Källier (PK), Editeur: Isis Stempel (Chef de édition), Markus Marchel (Chef de version), Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casali, Annexes: Mathias Beyeler, Andros Jakob, Mar/Moser, Publicité: Markus Marchel (Chef de version), Roger Stemmle, Brigitte Weber, Administration: Patrick Stalder.	Organe officiel de: - Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD) - Schweizer Vereinigung Diplometrier Tourismus-Experten (TOUREX) - Vereinigung Diplometrier Hoteliers-Restaurateurs SHV (VDH) - Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter - Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB) - Swiss Partner für den Gastourismus - Verband Schweizer Badekurorte (VSB) - Schweizer Kurzbüser (SKB) - Swiss International Hotels (SIH) - Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (ACRC)
Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD). Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halaba (MH). Rédacteurs: Laurent Müssbauer (LM), Valérie Marchand (VM), secrétaire de rédaction. Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg.	Impression: Fischer AG, für Data und Print, Druckzentrum Pire. Tirage: 111'998 Ex. contrôlés REMP. 22'000 Ex. imprimés. Prix de vente: (TVA incl.) Vente au numéro Fr. 4.50. Abonnement 1 an Fr. 145.- ISSN: 1424-0440	Contacts: Adresse: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne. Rédaction: (Lettres de lecteurs, People, etc.) Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch Abonnements: Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch Annexes: Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch Publicité: Tél. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: pmk@stadler@swiss-hotels.ch Internet: www.swiss-hotels.ch Nous declinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

stellen revue marché de l'emploi

NR. 51/52/19. DEZEMBER/19 DÉCEMBRE 2002



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

hotel+tourismus revue

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM	KKL
	luzern

Nach dem Aufbau von Ausbau - dank Ihrer Mithilfe!

Das Kultur- und Kongresszentrum Luzern - kurz KKL Luzern genannt - vereint unter dem Dach Kultur, Kongresse und Gastronomie zu einem unvergleichlichen Erlebnis. Die Bankettabteilung versteht es ausgezeichnete anspruchsvolle Gäste (bis 1500 an der Zahl) zuzüglichen Eigenkreationen zu verwöhnen. Um den Wunsch voranzutreiben, suchen wir per 1.1.03 oder nach Vereinbarung die/den neue(n)

Sales Manager Bankette

Ihre Hauptaufgaben:

- > Neukundenaquisitionen
- > eigenständige Bankettanlässe und/oder im Zusammenhang mit Kongress- oder Kulturveranstaltungen
- > Pflege unserer bestehenden Kundenbeziehungen

Unsere Erwartungen:

- > Basisausbildung in der Gastronomie oder entsprechender Tätigkeitsnachweise
- > Bankett-Verkaufserfahrung in einem namhaften Unternehmen
- > flexible, durchsetzungs- und verantwortungsbewusste Persönlichkeit
- > ein Flair für Kultur, Kunst und Design
- > max. 40 Jahre jung
- > Bereitschaft zur Reise
- > Verhandlungssicherheiten, Französisch und Englisch

Wir bieten:

- > eine vielseitige und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem motivierten Team
- > einen modernen Arbeitsplatz im weltberühmten Gebäude von Jean Nouvel
- > zeitgemässe Anstellungen (u.a. erfolgsbezogene Salarierung)

Wir freuen uns auf die Zusendung Ihrer Bewerbungsunterlagen mit Foto an die Kultur- und Kongresszentrum Luzern Management AG, Personalabteilung, Eurostr. 6005 Luzern.
Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an unsere Leiter Administration, Herr Siegfried Wanner, Tel. 041 226 70 73 zur Verfügung.

Zusätzliche Informationen Sie unter www.kkl-luzern.ch

153164939046

KKL
music
congress
event
experience

NEW YORK - MALLORCA - MÜNCHEN - ADRIA - KRETA - ALGARVE - WIEN
SCHWARZWALD - PARIS - TENERIFFA - COTE D'AZUR - SYLT - ATHEN
TOSKANA - SKANDINAVIEN - ROM - TÜRKEI - GRAN CANARIA - KRETA

Hapimag

Ihre eigene Ferienwelt

Wir gehören zu den 300 grössten Firmen der Schweiz und sind eines der führenden europäischen Unternehmen der Touristikbranche mit gegenwärtig über 50 Ferienanlagen an sehr attraktiven Ferienorten. Zur Verstärkung des Teams in unserem

Top-Resort <Villa Saleggi>, Ascona

mit 64 Appartements und Infrastruktur wie Bar, Osteria, Terrasse, Wellnessbereich, Pool und mit grosszügiger Grünfläche

suchen wir ab dem 1. März 2003 oder nach Vereinbarung eine(n) fachlich und menschlich versierte(n)

RezeptionistIn

Wir erwarten: Beherrschen der gängigen EDV-Programme, gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift, Italienisch- sowie Englisch- und Französischkenntnisse ein Plus: Flexibel einsetzbar, mit viel Motivation und Elan.

Wir bieten Ihnen: Eine interessante Herausforderung in einem nicht alltäglichen Umfeld in einem wunderschönen Resort. Weiter erwartet Sie ein hohes Mass an Selbstständigkeit und überdurchschnittliche Sozialleistungen.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Hapimag Villa Saleggi, Via Muraccio 116, 6612 Ascona

Für weitere Auskünfte können Sie sich an Frau B. Paola, Chef de Réception, unter folgender Telefonnummer wenden: +41 91 785 46 00
www.hapimag.com

Danili

Restaurant Tapas Bar Lo Club

Für unser Gastronomieprojekt in Wallisellen suchen wir per 1. M03, einen ambitionierten, jüngeren

Küchchef

Unsere Anfragen:

- Sie lieben Beruf und kochen aus Leidenschaft
- Sie haben Interesse an einem neuen und innovativen Projekt mitken
- Mit Ihren durchschnittlichen und kreativen Kochkünsten stehen Sie es unsere Gäste kulinarisch verwöhnen
- Sie haben Organisationstalent und Führungsqualitäten
- Sie sind bereit für eine neue Herausforderung

Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung bitte an:

Castro Bar, Eolzapfel
Überlandstrasse 9, 8600 Dübendorf

Auf März 2003 suchen wir für unseren Tagesbetrieb Café/Restaurant in Zug eine/n

Geschäftsführer/in

Wenn Sie Erfahrung mitbringen, würden wir uns über Ihre Bewerbungsunterlagen freuen unter

Chiffre 153289
an *hotel+tourismus revue*
Postfach, 3001 Bern.

153289/421339

**** **Hotelbahnhof**

RESTAURANT BAR SCHAFFHAUSEN

Wir sind ein modernes 4-Sterne-Hotel mit 100 Betten, Bankett- und Tagungsräumen, Restaurant und Bar.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung noch folgende/n Mitarbeiter/in

Rezeptionist/in

Sind Sie interessiert?
Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Best Western Hotel Bahnhof
Herrn Arnold P. Graf
Bahnhofstrasse 46, 8200 Schaffhausen
www.hotelbahnhof.ch
mail@hotelbahnhof.ch

Best Western

147732/3238

HOTEL EKKEHARD

Wir sind ein ***Business-, Seminar- und Kongresshotel der gehobenen Mittelklasse. Unser Betrieb fügt sich zusammen aus einem Hotel mit 29 Zimmern, Restaurant mit 80 Sitzplätzen, einer Bankett- und Seminarabteilung bis 800 Personen sowie einem Cateringservice. Die gesamte Bearbeitung und Abrechnung dieser Bereiche wird durch die Réception abgewickelt. Auf März 2003 (oder nach Vereinbarung) suchen wir eine/n

Chef de Réception

Sie führen das Team der Réception mit zwei Lehrlingen, einem Nachtportier und einem Hausburschen. Sie sind zuständig für die gesamte Bearbeitung und das Controlling bei Offerten, Reservationen, Kreditoren und Debitoren. Sie haben Freude am Umgang mit Gästen und ein Flair für Zahlen.

Anforderungsbedingungen:

- Kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung mit einigen Jahren Erfahrung im Front Office Bereich der Hotellerie sowie im Kreditoren/Debitorenbereich
- Erfahrung in Mitarbeiterführung
- Sprachen D/E/F, von Vorteil auch I
- Organisations- und Verkaufstalent
- Flexibel und belastbar
- Schweizer Staatsangehörigkeit oder Niederlassungsbewilligung

Ein junges und dynamisches Team bietet:

- Freies und selbständiges Arbeiten
- Mitsprache und Mitgestaltung in Marketing und Aktionsplänen
- Attraktive Arbeitsbedingungen

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung an: Hotel Ekkehard, Herr Ernst Leander oder Herr Jonas Zollinger, Rorschacherstrasse 50, 9000 St. Gallen. Telefon: 071 224 04 44. Weitere Informationen über unser Hotel finden Sie unter: www.ekkehard.ch

153305/93120

INHALT: Kader 2 / Deutsche Schweiz / Svizzera Italiana 7 / International 7-8 / HRC / Image / Stellengesuche 12

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

SOMMAIRE: Suisse romande 7 / Index d'emploi 8 / Marché de l'emploi 8

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschule

www.gastronet.ch

by **JOBS AND MORE**

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

vermittlung/Kaderberatung
Inzlergasse 7 • 4051 Basel
Tel. 061 281 95 75

horega SELECT

Reinschauen! –
und aussuchen!!!
www.horega.ch

Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt

Beratung
Selektion
Vermittlung

GastroJob

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

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

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

Le No 1
en Ressources Humaines
Offres d'emploi en page 3.

People make
the difference.

DIAVOLEZZA BERNINA

PONTRESINA

Wir sind ein Bergbahnunternehmen im Oberengadin und betreiben ganzjährig Seilbahnen und Restaurationsbetriebe im Berninagebiet.

Auf den Zeitpunkt der Pensionierung des heutigen Stelleninhabers suchen wir auf Mitte 2003 oder nach Vereinbarung, den neuen

Direktor

für die Fortführung der eingeleiteten Neuausrichtung des Unternehmens.

- Sie schätzen die persönliche Herausforderung, eine vielfältige, anspruchsvolle Aufgabe engagiert zu lösen.
- Sie bringen eine ausgeprägte Kundenorientierung mit.
- Sie verfügen über eine grosse Eigenmotivation, eine klare Zielorientierung und gute Kommunikationsfähigkeiten.
- Sie können eine erfolgreiche Führungstätigkeit nachweisen.
- Sie sind innovativ und teamfähig.
- Sie bringen das notwendige technische und ökonomische Wissen/Verständnis und die Erfahrungen mit, die nötig sind, kompetent zu führen bzw. zu entscheiden.
- Sie repräsentieren das Unternehmen aktiv nach aussen.
- Sie sind sportlich und naturverbunden.

Der VR-Präsident (Tel. 081-839 36 02) oder der Direktor (Tel. 081-842 64 19) erteilen Ihnen gerne weitere Auskünfte.

Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an den Präsidenten des Verwaltungsrates, Herrn Chr. Walther, Chesa Constanza, 7504 Pontresina.



Rediscover true values

Universitäre Psychiatrische Dienste Bern (UPD) Direktion Dienste und Betriebe

Wir sind eine führende Institution im Gesundheitswesen des Kantons Bern. Unsere Wäscheversorgung verarbeitet wöchentlich ca. 2.5t Wäsche. Für uns ist es wichtig – unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit – unseren Kunden eine qualitativ optimale und effiziente Dienstleistung zu erbringen.

Wir suchen per 01.02.2002 oder nach Vereinbarung eine/n

Teamleiter/-in Wäscheversorgung Beschäftigungsgrad 100 %

Sie können bei uns

- ein Team mit 8 Mitarbeitenden führen
- Freude haben am Umgang mit Menschen
- Verantwortung für den reibungslosen Arbeitsablauf in der Abteilung übernehmen
- Ihr Wissen und Können im Fachgebiet „Wäscheversorgung“ anwenden
- mit Lust und guter Laune arbeiten
- initiativ und neugierig sein
- ca. 80% praktisch arbeiten
- ca. 20% administrativ arbeiten.



Wir wünschen

- ausgebildete/-n HBA, HOFA, Berufslehre/Ausbildung in hauswirtschaftlichem Bereich, evtl. Wäscher/-in, Chem. Reiniger/-in
- Führungserfahrung
- Teamfähigkeit und Sozialkompetenz
- Flexibilität
- gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- PC-Kenntnisse (Word, Excel, Outlook).

Wir bieten:

- der Stelle entsprechende Kompetenzen
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- zeitgemässe (kantonale) Anstellungsbedingungen
- gute Infrastruktur
- gutes Arbeitsklima.

Ist das die neue Herausforderung, die Sie suchen?

Frau K. Häberli Landolt, Leiterin Wäscheversorgung, Tel. 031 930 95 03, erteilt Ihnen ab dem 07.01.2003 gerne weitere Auskünfte. Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie bis am **15. Januar 2003** bitte an: **Universitäre Psychiatrische Dienste Bern (UPD), Personalwesen, Bolligenstrasse 111, 3000 Bern 60.**

HOTEL INTERNATIONAL AU LAC

LUGANO
FAM. GILLESCHMID

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

152821/22063



Die Migros Luzern ist die grösste Arbeitgeberin in der Zentralschweiz. Und auf einem dynamischen Weg in die Zukunft. Kommen Sie mit:

Als Leiter/in Restaurant (100%) sind Sie unser neuer Gastgeber!

Wenn Sie engagiert, kreativ, fachlich bestqualifiziert und frontbezogen sind, sind Sie exakt unser Mann. Oder genau unsere Frau.

Das Aufgabengebiet ist vielseitig und verlangt Flexibilität und Organisationstalent. Um diese anspruchsvolle Tätigkeit kompetent und zuverlässig erfüllen zu können, verfügen Sie über eine gastgewerbliche Berufslehre, den Wirtetachausweis, eine Weiterbildung im kaufmännischen Bereich, mehrjährige Berufs- und Verkaufserfahrung sowie Erfahrung im Führen eines grösseren Teams.

Wir bieten Ihnen eine selbständige Aufgabe in einem lebhaften Umfeld, ein kollegiales Team sowie hervorragende Sozialleistungen und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Sind Sie mit Begeisterung Gastgeber und fühlen sich angesprochen? Packen Sie diese Chance. Schicken Sie uns noch heute Ihre Bewerbung oder nehmen Sie mit uns Kontakt auf: Migros Luzern, Personalabteilung, Christina Erni, Postfach 360, 6031 Ebikon. Telefon: 041 455 70 27.

www.migros-luzern.ch/karriere
karriere@gmlu.ch

M Genossenschaft Migros Luzern

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



Nirgendwo gibts mehr
Stellenangebote.

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

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

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

human resources
management

www.hotelstaff.com

hotel
staff

Kurt.Oehrli@hotelstaff.ch

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie
Catering und Events
Lintheschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 80 00
Fax. 01 229 80 01

Über Marketing und Dumping.

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

Gastro
help
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



Tel. 055 462 35 25 info@gastrohelp.net
www.gastrohelp.net

New Challenge Personalberatung & Vermittlung

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

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

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hotellerie
suisse

Hoteljob
Morbijustrasse 130
Postfach, CH-3001 Bern
www.hoteljob.ch

Personalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@swissnet.ch

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Kader & Karriere



*Allen herzlichsten Dank
für die spannende Zusammenarbeit
und die besten Wünsche für
ein tolles, erfolgreiches Neues Jahr.*

Einloggen!
5177 offene Stellen,
2990 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch

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

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

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

Küchenchef
Front Cooking

Für einen mittelgrossen, nicht alltäglichen Restaurantbetrieb in der Region Frauenfeld suchen wir einen jungen, initiativen Fachmann als Küchenchef. Sie werden während einer Übergangsphase als Koch arbeiten und nach der Konzepterweiterung zum Küchenchef aufsteigen. Das Kerngeschäft basiert auf Produkten im Bereich Teig- und Backwaren. Wenn Sie gern an der Front arbeiten (Front Cooking) und zusammen mit einem jungen Team eine innovative Strategie umsetzen wollen, dann sollten Sie mich anrufen, ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
St. Gallen, Urs Kläger 071 228 33 43

Sous chef m/w

Für den Berner Betrieb des grössten nationalen Caterers suchen wir den verantwortungsbewussten und belastbaren Vertreter des Küchenchefs (25 bis 30 Jahre jung). Neben Ihrer Ausbildung bringen Sie fundierte Berufserfahrung und Weiterbildungen mit, die eine perfekte Grundlage für Ihre Karriere sind. Hier finden Sie neben interessanten Aufstiegsmöglichkeiten und modernen Arbeitsbedingungen, die Gelegenheit im Kaderbereich Fuss zu fassen. Interessiert an dieser Tagesstelle? Ich freue mich auf Sie.
Bern, Dominique Wild 031 310 10 10

Pâtissier m/w

Für einen international tätigen Konzern im Bereich der Systemgastronomie in Bern suchen wir per Februar 2003 einen ambitionierten Pâtissier (20 bis 25 Jahre jung). Sie haben eine Ausbildung zum Bäcker/Konditor oder Konditor/Confiseur absolviert und bringen erste Berufserfahrungen mit. Sie arbeiten sehr selbstständig und kreativ. Interessiert an dieser Tagesstelle mit geregelten Arbeitszeiten (Montag bis Freitag)? Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Bern, Dominique Wild 031 310 10 10

Betriebsassistentin

Wenn Sie nach dem erfolgreichen Abschluss an der Hotelfachschule eine interessante Herausforderung suchen, dann könnten die aufgestellte, junge und ambitionierte Gastgeberpersönlichkeit sein, die wir per sofort für ein bekanntes Restaurant im Zentrum von Basel suchen. Sie beraten und betreuen die Gäste, organisieren und kontrollieren Arbeitsabläufe und unterstützen den Geschäftsführer bei administrativen Aufgaben. Ich freue mich auf Ihren baldigen Anruf.
Basel, Julia Schulze 061 264 60 40

Betriebsassistent/in

Für ein stark frequentiertes systemgeführtes Restaurant am Zürichsee suchen wir per Mitte Januar 2003 einen motivierten, aufgestellten und dynamischen Allrounder. Sie sind Gastgeber und vorbildlicher Teamleader mit Führungserfahrung? Wenn Sie neben Ihrer Hauptrolle an der Front auch gern administrativ tätig sind, rufen Sie mich doch heute noch an.
Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Gouvernante

Für ein erfolgreiches Businesshotel am Zürichsee suchen wir eine versierte, motivierte Gouvernante. Sie bringen Führungserfahrung mit und können ein Team von zehn bis zwölf Mitarbeitenden kompetent führen? Sie haben viel Initiative, erarbeiten Lösungen gern selbstständig, können Standards optimieren und sich um die Dekoration kümmern. Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.
Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Gouvernante / Hausdame

Für ein sehr gepflegtes Hotel in Zermatt suchen wir per Januar/März 2003 eine gelernte Hotelfachassistentin mit etwas Berufserfahrung. Sie können sorgfältig und selbstständig arbeiten, sind belastbar, offen für Neues und sind eine Persönlichkeit mit einer rundum positiven Lebenseinstellung. Diese Jahresstelle ist eine tolle Chance für eine motivierte junge Frau mit Freude am Beruf. Wenn Sie die gute Seele dieses Hauses werden möchten, zögern Sie nicht und rufen Sie mich an. Ich freue mich.
Chur, Gaby Steg 081 258 30 75

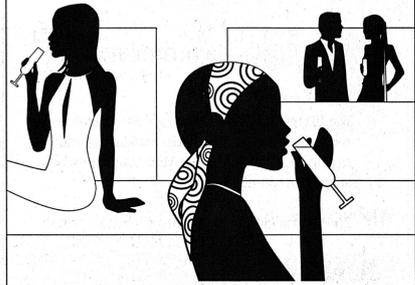
People make
the difference.



Vom Genfersee bis zum Bodensee.



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



Willkommen
im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria ist das führende, neu renovierte Vierstern-Hotel mit 180 voll klimatisierten Hotelzimmern im Herzen der Stadt Luzern.

Unsere Restaurants der Extraklasse bieten Aussergewöhnliches: Im THAI-GARDEN zelebrieren wir eine mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnete königlich-thailändische Küche vom Feinsten. Ebenfalls mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnet ist unsere mediterrane Cuisine du Marché im Restaurant LATINO. Übrigens – zuerst trifft man sich an unserer Latino-Weinbar mit über 180 verschiedenen Weinsorten aus aller Welt. Hausgemachte Pasta und Holzofen-Pizza servieren wir im wohl schönsten Restaurant der Stadt, dem LA CUCINA. Im PENTHOUSE und PRAVDA, den beiden In-Places und Magnetpunkten des Nachtlebens unserer Stadt, feiern wir mit den bekanntesten internationalen DJ's die tollsten Parties der Zentralschweiz.

Mit baldmöglichem Eintritt suchen wir:

- Servicemitarbeiter** Latino/Bistro
- Bar- oder Clubmitarbeiterin** Latino Bar/Pravda/Penthouse
- Commis de Cuisine** Latino/La Cucina

Neugierig und bereit für eine neue Herausforderung? Ich freue mich auf Ihre kurzen Bewerbungsunterlagen mit aktuellem Foto.

Thomas Staub (Tel. direkt +41 41 226 88 22 / tstaub@astoria-luzern.ch)
Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, CH-6002 Luzern
www.astoria-luzern.ch/jobs

152549/22667

Zur Spitze vorstossen.

Ein edler Ort, ein edles Haus. Hier ist es unser Stolz, als Team für unsere Gäste dazusein.



Ist das nicht auch Ihr Wunsch?

Kommen Sie zu uns! Der jetzige Stelleninhaber übernimmt die Direktion eines 5-Hotels. Wir suchen seinen Nachfolger per Mitte Februar oder nach Vereinbarung als*

Direktionsassistenten

Sie sind bereit, mit Freude und Engagement Gästewünsche umzusetzen, Veranstaltungen zu organisieren und zu betreuen.

Sie kennen sich aus im operativen Bereich und verstehen es, betrieblich gesetzte Standards zu sichern und zu erhalten.

Sie sind mitverantwortlich für den reibungslosen Betriebsablauf im F&B-Bereich und dessen Organisation.

Sie wirken gestalterisch mit am gastronomischen Gesamtkonzept und der Gästeunterhaltung.

Sie verfügen über eine fundierte Berufsausbildung und besitzen das Diplom einer anerkannten Hotelfachschule. Sie sind sprachgewandt und haben ein sicheres Auftreten. Sie sind interessiert an einem einmaligen Stellenangebot und einer ausbaufähigen Karrierestation, verfügen über ein hohes Mass an Qualitätsbewusstsein und arbeiten zielbewusst an Ihrer Karriere.

Richten Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Referenzen und Foto) schriftlich an Herrn Peter Korn, Personalchef, Suvretta House, 7500 St. Moritz. Absolute Diskretion wird zugesichert.

SUVRETTA HOUSE
ST. MORITZ

Via Chasellas 1
CH-7500 St. Moritz
Tel. +41(0)818 36 36 36
Fax +41(0)818 36 37 37
pkorn@suvrettahouse.ch
www.suvrettahouse.ch



150621/24098

hirslanden

Klinik Im Schachen

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

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir einen

JUNG-KOCH

Für uns ist es wichtig, dass sich der Patient drei Mal täglich auf den Moment freut, an dem er die Leistung unserer Küchenbrigade geniessen kann. Getrennt von der Hauptküche betreiben wir eine Satellitenküche, die für unser öffentliches Restaurant NOVA zuständig ist. Unter dem Motto «leicht und piffig» verwöhnen wir dort unsere Patienten und Gäste mit kreativen à la carte-Gerichten.

Wir bieten motivierten Berufsleuten ein interessantes, anspruchsvolles Arbeitsumfeld in einer modernen Privatklinik mit attraktiven Leistungen. Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Küchenchef, Herr Urs Burkart, gerne zur Verfügung, T 062 836 70 65.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Klinik Im Schachen Ursula Bopp Schänisweg
5001 Aarau T 062 836 75 20 F 062 836 75 42
ursula.bopp@hirslanden.ch www.hirslanden.ch

ALTERSZENTRUM NEUMARKT

Im Zusammenhang mit der Wiedereröffnung unseres nun topmodernen Alterszentrums und der Neustrukturierung der Führung suchen wir für unseren Hausdienst ein/eine Stellvertretung der Hauswirtschaftsleiterin, welche zuständig ist für die

Leitung Wäscherei und Reinigung
(per sofort oder nach Vereinbarung, Pensum ca. 60 bis 80%)

Als ausgebildete Hauswirtschaftsleiterin (oder ebenbürtige Ausbildung) sind Sie für die Einsatzplanung der MitarbeiterInnen, deren Leitung und Kontrolle sowie die praktische Mitarbeit in beiden Bereichen zuständig. Ihre direkte Vorgesetzte ist die Hauswirtschaftsleiterin, welche primär für einen zusätzlichen Bereich zuständig ist.

Wenn Sie sich gewohnt sind, eigenverantwortlich und kooperativ mit einem Team von ca. neun MitarbeiterInnen zu arbeiten, erwarten wir gerne ihre Bewerbung unter folgender Adresse:

Alterszentrum Neumarkt
Neumarkt 6
z.Hd.v. Frau Barbara Bühler
8400 Winterthur
Tel 052/267 36 00

153295/413521

LaSalle

Restaurant & Bar

Auf den 1. Februar 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir vom LaSalle, dem Restaurant und der Bar im Schiffbau, mit den Theatern, dem Jazzclub, der Kantine und der Foyerbar, für eine sehr spezielle Plattform den speziellen

Küchenchef

dazu Kochlöffel schwingende

Köche

und den speziellen

Chef de Bar

Natürlich erwarten wir auch Spezielles. Für diese Schlüsselpositionen brauchen wir vor allem

Menschen,

denen Respekt, Wertschätzung, Leidenschaft und Verantwortungsbereitschaft ebenso wertvoll sind wie Freundlichkeit, Fröhlichkeit, Teamgeist und eben Menschlichkeit. Selbstverständlich verlangen wir nicht nur von den beiden neuen Kadernmitgliedern allerhöchste Professionalität und Erfahrung: wir alle vom LaSalle sind das unseren Gästen in unserem Lokal in diesen Hallen an diesem speziellen Ort einfach schuldig...

Gespannt schauen wir den schriftlichen Bewerbungen entgegen und freuen uns auf ein baldiges Gespräch unter Menschen.

LaSalle Restaurant AG, Schiffbaustrasse 4, 8005 Zürich
schmid.walter@lasalle-restaurant.ch
01-258 70 73

153271/417501

Arbeiten am schönen Zürichsee?

Seine Geschichte reicht zurück bis ins 14. Jahrhundert. Aber der Löwen Meilen ist nicht von gestern. Aufwendig umgebaut und attraktiv konzipiert bietet das Haus an der Schiffände Meilen am Zürichsee aussergewöhnliche Erlebnisse für Jung und Alt. Etwa in der Sushi-Bar, Sala «Tokyo», beim Fine Dining an Banketten und Festen im prächtigen Löwensaal, in der Bar, Red L oder im beliebten Löwengärtli am See.

Wir brauchen Verstärkung und suchen einen

Chef de Partie

Für den anspruchsvollen à la carte und Bankettservice

Per Mitte Januar oder nach Vereinbarung.

Ihre Chance:

Attraktiver Arbeitsplatz in einem jungen Team
Möglichkeiten zur Weiterbildung
Arbeiten in einer Top-modernen Küche

Ihre Qualifikation:
Abgeschlossene Kochlehre, 2 – 3 Jahr Berufserfahrung

Bar-Maid

Für den Barservice und Barbetrieb

Per Anfang Januar oder nach Vereinbarung

Ihre Chance:

Stellvertretung des Chef de Bar
Selbständige Führung einer Service Station
Arbeiten an einer modernen Bar in einem jungen Team

Ihre Qualifikation:

Grundkenntnisse eines Barbetriebs
Freude am Gast

Marketing- / Bankettmanager (80%)

mit Schwerpunkt Bankettaquisition /
Stv. Bankettleitung und Stv. der Direktionsassistentin

Per 1. Februar oder nach Vereinbarung.

Ihre Chance:

Aufbau und selbstständige Führung unserer Marketingtätigkeiten
Vielseitiger Arbeitsbereich in einem jungen Team
Flexible Arbeitszeiten

Möglichkeiten zur Weiterbildung in Lohn- und Finanzbuchhaltung
Arbeiten mit der neusten Micros-, Mirus- und Bankettprofi-Software

Ihre Qualifikation:

Gastroprofi mit Führungserfahrung
Praxis im administrativen Bereich / Gute Word- und Excel-Kenntnisse
Freude am Aufbau und an der Weiterentwicklung eines neu eröffneten Betriebes

André Henzler freut sich auf Ihre Antwort. Rufen Sie den Löwen an: 043 844 10 50
oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

André Henzler, Löwen Meilen

Seestrasse 595

8703 Meilen

henzler@loewen-meilen.ch

l ö w e n m e i l e n
g a s t r o n o m i e u n d e v e n t s



Mitarbeiter/in im Hotel des Weiterbildungs- und Tagungs- zentrum Roche Forum Buonas

Unser Profil

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

Die Aufgabe

Sie koordinieren die Zimmerreinigung in Zusammenarbeit mit der Fremdreinigung, kontrollieren die Hotelzimmer und machen deren Finish. Sie sind verantwortlich für die Pflege der im Haus gewaschenen Wäsche sowie für die Wartung und Kontrolle der Lingerie, des Hotel- und Wäschelagers. Im weiteren sind Sie zuständig für die Wartung und Bestückung des Etagenkioskes, für die Planung und Durchführung der Couvertüre sowie für die Kontrolle der öffentlichen Toiletten.

Ihr Profil

Sie sind ein/e junge/r Hotelfachassistent/in und haben Ihren Abschluss im 2002 erfolgreich bestanden. Sie möchten eine herausfordernde Aufgabe in einem Hotel mit hohem Standard annehmen. Mit Ihren Englischkenntnissen können Sie bei allfälligen Fragen unserer Gäste weiterhelfen. Ihr selbständiges, zuverlässiges Arbeitsverhalten und Ihr aufgestelltes, kontaktfreudiges Wesen sowie Ihre grosse Flexibilität mit der Bereitschaft zu Wochenendarbeit machen Sie zu einem weiteren wertvollen Mitglied unseres Teams.

Kontaktadresse

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

WALDHOTEL

BÜRGENSTOCK

Suchen Sie eine neue Herausforderung?
Dann sind Sie bei uns richtig!

Wir sind das familiäre, ganzjährig geöffnete
****Seminar- und Ferienhotel auf dem Bürgenstock
mit 85 Betten, 3 modernen Seminarräumen und
200 Sitzplätzen im Restaurant

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

Réceptionistin

mit KV-Abschluss, Erfahrung an der Hotélréception
und Hogatex-Kenntnissen (Jahresstelle).

Wenn Ihnen Gast-Freundschaft auch so
am Herzen liegt wie uns, dann freuen wir uns
auf Ihre Bewerbungsunterlagen:

Waldhotel Bürgenstock
Familie Véronique und Leander Kummer-Amstutz
6363 Bürgenstock
Tel. 041 61 1 03 83
Fax 041 610 64 66

153169/6467

HOTEL-RESTAURANT

BELAIR



Alte Winterthurerstrasse 16
8304 Wallisellen-Zürich
Telefon +41 1 839 55 55
Fax +41 1 839 55 65
E-Mail: info@belair-hotel.ch
www.belair-hotel.ch

Wir sind ein modernes ***Stern-plus-Businesshotel mit
47 Zimmern, Restauration, Bankett- und Seminarraum-
lichkeiten.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Januar 2003
oder nach Übereinkunft eine

Chefin de réception (w)

Sie verfügen über mind. ein Jahr Berufserfahrung an der
Réception, evtl. Hotelfachschule, sprechen D/E/F und be-
sitzen sehr gute PC-Kenntnisse. Als versierte Berufsfrau
koordinieren Sie die operativen Abläufe (Qualitätssiche-
rung usw.), organisieren Bankette und Seminare, entlas-
ten die Direktion in den administrativen Bereichen und lan-
cieren mit Verhandlungsgeschick auch Sales-Aktivitäten.
Wir bieten Ihnen eine vielseitige, ausbaufähige und ver-
antwortungsvolle Tätigkeit mit allen Kompetenzen in einem
kleinen Team.

Senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto
oder rufen Sie uns an.

P. K. Jörg, Inhaber, Telefon 01 839 55 55

153290/97141

Wir suchen zur Unterstützung unseres Teams eine

Réceptionistin

Zu den Aufgaben gehören die Betreuung der Gäste, check
in und check out, Verarbeitung mit dem Front office Pro-
gramm «Fideli». Reservationen und Rechnungsstellung,
Telefon- und Auskunftsdienst.
Allgemeine Réceptionsarbeiten und zusätzliche Tätig-
keiten nach Anweisung.

Der Wochenenddienst, zwei Mal pro Monat, muss über-
nommen werden. Kein Spätdienst.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen gerne Herr Mario Majc
zur Verfügung. Bewerbungen bitte an die Betriebsleitung
zu Händen Frau Karin Schmitt.

Schweizer Jugend- und Bildungszentrum
Lincolnweg 23, 8840 Einsiedeln

Tel. 055/418 88 88, Fax 055/418 88 89

info@sjbz-online.com
www.sjbz-online.com

153294/29009



Hotel Wysses Rössli, 6430 Schwyz

Das ****-Hotel Wysses Rössli am historischen Hauptplatz
ist das führende Haus in Schwyz. Wir arbeiten mit unserm
Team ständig daran, diesen Ruf noch zu verbessern!

Zum Verwöhnen der Gäste im Restaurant wünschen wir
uns eine weitere

Servicefachfrau oder Servicemitarbeiterin mit Berufserfahrung.

Gute, den Berufserfahrungen entsprechende attraktive
Anstellungsbedingungen.

Wir warten gespannt auf Ihren Anruf, noch lieber öffnen
wir Ihr Bewerbungsschreiben.

Bis bald fürs Rössli-Team
Urs & Ruth Ming-Odermatt
Hotel Wysses Rössli
Hauptplatz 3, 6430 Schwyz, Tel. 041 811 19 22
Homepage: www.roessli-schwyz.ch
E-mail: info@roessli-schwyz.ch

153292/9770

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

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
6268	Koch	31	CH	sofort	D/E	Zürich	
6269	Kü/chef/Alleinkoch	54	DE	n. Ver.	D/E/F/I	BS+Umgeb.	
6278	Sous-chef/Kü/chef	38	CH	sofort	D/E/F/I	SZ/Umgeb. Zürichsee	
6280	Hilfskoch	21	CH	sofort	D	Bern/Base/SO	
6286	Koch	21	IT	L-EG	sofort	D	Bern/Seeland
6288	Küchenhilfe	40	PT	L-EG	sofort	D	zus. mit 6287+6289
6289	Küchenchef	38	AT	L-EG	sofort	D/E	zus. mit 6287+6288
6294	Alleinkoch	38	AT	L-EG	Jan.	D/E	SC
6295	Küchenchef	54	CH	sofort	D	3*-4*-Hotel	
6296	Koch	41	DE	L-EG	sofort	D	
6299	Koch	50	CH	sofort	D	BE-Oberland	
6301	Hilfskoch	29	TN	B	Feb.	D/E/F	TG/SG
6303	Chef de p./Sous-chef	26	CH	Feb.	D	Lucern+Umgeb.	
6305	Küchenhilfe	27	DE	L-EG	Feb.	D	Zürich
6309	Koch/Hilfskoch	49	DE	L-EG	n. Ver.	D/E/I	BS/BL/ZH/GR
6312	Küchenchef	34	DE	Jan.	D/E	Solothurn/Bern	
6314	Kü/chef/Sous-chef	57	NE	L-EG	Jan.	D/E	ZH
6315	Sous-chef/Alleinkoch	35	CH	sofort	D/E/F/I	Zürich	
6318	Kü/chef/Sous-chef	42	FR	C	sofort	VD/VS	
6319	Sous-chef/Kü/chef	36	DE	L-EG	sofort	D/E/F	ZH/BE/ZG/TG/AR
6326	Chef de partie	23	CH	Feb.	D/E/F	SO/AC/BE-Mittelland	

Service / Service

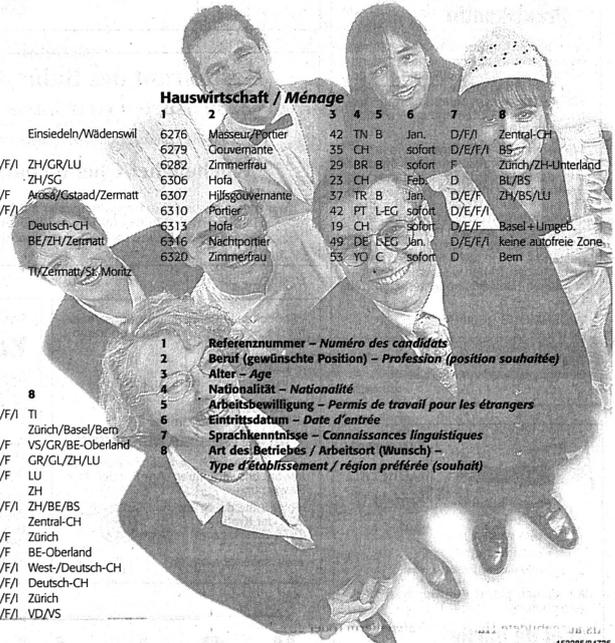
1	2	3	4	5	6	7	8
6271	Buffet/Hilfskoch	40	CH	sofort	D/F	BE/Emmental	
6272	Buffet/Service/Barmaid	34	MK	B	sofort	D/F	Zürich
6273	Kellner	47	ES	C	n. Ver.	D/I	Zürich
6275	Service/w	58	CH	sofort	D/E/F/I	GR/BE-Oberland	
6277	Barmaid	32	CH	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH	
6284	Service/w	27	DE	L-EG	sofort	D	
6287	Chef de rang/w	36	PT	B	sofort	D/E/F/I	zus. mit 6288+6289

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
6292	Buffet/w	35	CH	Jan.	D	Einsiedeln/Wädenswil	
6297	Kellner	35	DE	L-EG	sofort	D	
6298	Chef de rang	33	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	ZH/GR/LU
6300	Kellner	38	CH	Feb.	D	ZH/SG	
6302	Bardame/Sefa	39	FR	L-EG	sofort	D/E/F	Arosa/Gstaad/Zernatt
6317	Barmen/Chef de rang	41	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH
6322	Serviceprakt./w	23	CN	B	sofort	D/E/F	BE/ZH/Zernatt
6323	Service/w	25	CH	sofort	D/E		
6325	Service/w	21	DE	L-EG	sofort	D/F	
6327	Service/Bar/w	31	DE	L-EG	Jan.	D/I	TVZernatt/SK Moritz

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
6270	Night Audit/Admin.	54	CH	sofort	D/E/F/I	TI	
6274	Front Office	21	KE	B	sofort	D/E	Zürich/Basel/Bern
6281	Réception	46	CH	Jan.	D/E/F	VS/GR/BE-Oberland	
6283	Anfangsrecept/w	22	CH	sofort	D/E/F	GR/CL/ZH/LU	
6285	Marketing/Verkass.	25	DE	B	Feb.	D/E/F	LU
6290	Geschäftsführer	41	CH	n. Ver.	D	ZH	
6291	Betr.Ass./Chef de serv.	45	IT	C	sofort	D/E/F/I	ZH/BE/BS
6293	Réceptionist/F&B	22	CH	Jan.	D/F	Zentral-CH	
6304	Anfangsreceptionist	31	DE	L-EG	Feb.	D/E/F	Zürich
6308	Ch. de récept./Direkt.ass.	27	CH	sofort	D/E/F	BE-Oberland	
6311	Réceptionistin	26	CH	sofort	D/E/F/I	West-/Deutsch-CH	
6321	Gesch.führer/Rest.leiter	64	NL	C	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH
6324	Réceptionistin	50	CH	sofort	D/E/F/I	Zürich	
6328	Réception/Service/w	31	CH	sofort	D/E/F/I	VD/VS	



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 Betriebs / 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 + tourisme 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: _____ Funktion / Fonction: _____ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): _____

Betrieb / Etablissement: _____ Ort / Lieu: _____

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:
hotellerieuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotellerieuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



Das Widenmoos Resort ist ein exklusiver Wirtschaftsclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern.

Haben Sie Lust auf eine neue Herausforderung in speziellem Ambiente? Dann haben wir für Sie den Traumjob in der gehobenen Gastronomiewelt.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir

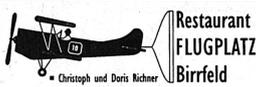
- **Jungkoch (m/w)**
- **ServicemitarbeiterIn/PraktikantIn**

Wir bieten Ihnen ein angenehmes Betriebsklima in einem jungen, dynamischen Team mit Möglichkeiten zur eigenen Entfaltung. Eine anspruchsvolle Tätigkeit in einem renommierten Umfeld, wo sich Unternehmerpersönlichkeiten treffen.

Wir erwarten von Ihnen eine abgeschlossene Berufsausbildung. Wir wünschen uns, dass Sie gerne für à la carte- und Bankettgäste arbeiten, Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf übernehmen, an vielseitigen Arbeiten interessiert sind und den hohen Standard unseres Hauses kreativ mitfordern und gestalten. Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

WIDENMOOS RESORT
Postfach 72
CH-5057 Reitnau
Telefon 062 726 20 02
Dominique Huschke, Clubleiterin

153287/98367



**Restaurant
FLUGPLATZ
Birrfield**

- Christoph und Doris Ricker
- 5242 Lufpf
- Telefon 056 444 82 20
- Fax 056 444 82 85
- E-Mail restaurant_birrfield@bluewin.ch

Wir suchen per **1. Februar** oder nach Vereinbarung:

Chef de partie

Sie sind zwischen 23 und 30 Jahre alt, bringen eine hohe Dienstleistungsbereitschaft sowie Flexibilität mit, dann sind Sie in unserer Crew herzlich willkommen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf.

153300/924540

Wir suchen Sie;
Gelernte Servicefachangestellte 100%

Haben Sie Interesse in einem „In – Café“, mit italienischer Patisserie eine verantwortungsvolle Tätigkeit zu übernehmen, dann melden Sie sich bei uns!

Wir bieten:

- fixe Arbeitszeiten von Mittwoch – Sonntag
- ein kleines Team
- eine interessante Entlohnung

Anforderungen:

- CH oder Bewilligung C
- Berufserfahrung
- Ital.kenntnisse erwünscht

Wir freuen uns auf Sie!

La Vela GmbH
Hauptstrasse 71
9400 Rorschach SG
Tel. 071 845 47 45

153279/421817

Restaurant des Bains (Bädi)

3280 Murten Ryf 35 direkt am See

Sucht auf Frühjahr in Fischspezialitätenrestaurant

Küchenchef/Chef de partie

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder auf Ihren Anruf.
Hans Erni Tel. 026'684 09 15 oder 026'6702338
desbains.murten@bluewin.ch www.restaurant-des-bains.ch

153228/26174

Wir suchen in unser aufgestelltes Team für die Sommer-Saison 2003 an traumhaft schönen Ort:

- **Commis**
in beliebte Vollwert-Vegiküche
- **Allrounderin**
für Service und Zimmer
- **ausgewiesene Masseurin**

Fühlen Sie sich angesprochen, wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung.

Hotel Sass da Grüm
«Ort der Kraft»
6575 San Nazzaro
091 785 21 71
www.sassdagruem.ch

153307/359238

Wir suchen einen

Koch

Saisonstelle vom 15. Juni bis 15. September 2003, für unser Alptraditionales Restaurant mit Alptradition in Grimentz, Val d'Anniviers.

Sie sind ein Allrounder mit flinken Händen und vermögen Belastbarkeit auszuweisen.

So melden Sie sich bei:

Alex Kurmann
Buvette und Alpage le Marcus
3961 Grimentz
Telefon 079 424 76 75

153314/421377

Ihr Gastro-Job im Winter

Schweiz: www.gastrojobs.ch

Graubünden: www.jobs-graubuenden.ch

152882/411977

Asset Management AG

Hast du Freude an einem Beruf im Tourismusgewerbe? In einem modernen, aufgestellten Team im Bahnhofbuffet in Zermatt bieten wir dir die Gelegenheit dazu. Wir haben ab Frühjahr 2003 eine freie

Lehrstelle Koch/Köchin

Falls du interessiert bist, erwarten wir gerne deine Bewerbung. Für nähere Auskünfte ruf uns an.

Herr **Doser Louis**, Telefon 027 968 19 68
Leiter **Bahnhofbuffet BVZ Zermatt**.

Wir freuen uns, dich kennenzulernen.

153211/387394

Über Marketing und Dumping.

Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22

Telefax 031 370 42 23

www.htr.ch

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unser **Cabaret Night-Club** in der Zürcher Altstadt eine

junge, attraktive Barmaid

Gute Deutschkenntnisse und Cabaret-Erfahrung.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:

Dolce Vita, Härtingstrasse 2,
Postfach, 8025 Zürich
(Tel. 079 466 81 81 ab 14.00 Uhr)

153266/235679

Zwöschche halt

In kleines Restaurant in Lenzburg gesucht

Alleinköchin/Koch

oder erfahrene

Allrounderin

Pensum mind. 50%, nur Tagbetrieb.

Sind Sie kreativ, offen und spontan? Würden Sie gerne auch vegetarisch kochen? Je nach Pensum auch diverse Stellvertretungen möglich; schriftliche Bewerbungen an: Frau Anita Kyburz, Bergstrasse 599, 4813 Uerkheim, oder 062 721 10 60 bis 21.00 Uhr!

153298/278009



Hotel Chalet Swiss Interlaken-Unterseen

...möchten Sie an einem der schönsten Orte in der Schweiz arbeiten?

Bei uns sind Stellen frei als

Réceptionist Chef de service (Saalservice)

Haben Sie:
• Erfahrung im Tourismus
• gute Englischkenntnisse
• Freude im Umgang mit Gästen aus aller Welt

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung

René Klopfer
HOTEL CHALET SWISS
Seestrasse 22
3800 Interlaken-Unterseen
Telefon 033 826 78 78

153218/35130

Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22,

Telefax 031 370 42 23,

www.htr.ch

al porto

DESIGNHOTEL
RISTORANTE
TRATTORIA
BAR
SEMINARE & BANKETTE

COMMIS DE CUISINE

Unser Küchenchef schreit nicht im Zeugs herum und wirft keine Messer nach Mitarbeitern. Er behandelt Lebensmittel wie seine eigenen Kinder - weil er keine Zeit für solche hat. Ausserdem hat er mal so einen Orden als bester Koch des Verbandes erhalten. Von diesem Chef kann man echt noch etwas lernen.

Die al porto Küche ist nicht im Keller, sondern bietet direkten (Züri-)Seeblick. Unsere Gäste sind nicht anonym. Im Gegenteil, die sehen Ihnen bei der Arbeit zu, weil die Küche voll verglast ist. Unser Küchenteam ist sehr jung, sehr engagiert und wirklich sehr gut drauf. Aber einige davon müssen ins Militär. Pech für sie und eine tolle Chance für zwei neue und motivierte Commis, die ab Februar bis Ende September 2003 mehr wollen als nur die Aussicht zu geniessen. Schauen Sie doch mal in die Speisekarte und überlegen Sie sich, ob das, was wir bei uns kochen, Ihrem Foodstyle entspricht: www.alporto.com.

Falls ja - Melden Sie sich so rasch als möglich.

al porto
Hafenstrasse 4
CH-8853 Lachen SZ
Telefon +41 055 451 73 73
Telefax +41 055 451 73 74
Ihr Kontakt: Sascha Gisin
sascha.gisin@alporto.com

Die Nordsee wächst. Wachsen Sie mit.

Unsere Gäste machen uns zu dem, was wir sind. Die NORDSEE ist eine der beliebtesten und grössten Restaurantketten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Neben frischem Fisch und leckeren Snacks hat unser Team auch immer ein Lächeln für unsere Kunden übrig. Mit Erfolg: Zu den bisher über 340 Stores werden in den nächsten 3 Jahren weit über 100 hinzukommen, einer davon zum Beispiel im Flughafen Zürich.

Nutzen Sie diese Chance und steigen Sie bei uns ein als

STORE MANAGER

Nach einer fundierten Einarbeitung leiten Sie unser neu zu eröffnendes Restaurant im Flughafen oder übernehmen ein bereits bestehendes in der Stadt Zürich.

Zusammen mit Ihrer

BETRIEBSASSISTENT/IN

setzen Sie verantwortungsbewusst das NORDSEE Konzept unternehmerisch um. Sie koordinieren, leiten und motivieren Ihr Team und sichern damit die überdurchschnittlichen Ansprüche der NORDSEE Kunden an Qualität und Service.

Diese Herausforderung verlangt unternehmerische Fähigkeiten, Führungsqualitäten und die Freude am Umgang mit Gästen und Mitarbeitenden in einem lebhaften Umfeld. Eine fundierte Ausbildung in der Gastronomie oder der Lebensmittelbranche erleichtert Ihnen den Einstieg in die spannende NORDSEE Welt!

Wir freuen uns darauf, Ihnen diese beiden interessanten und vielseitigen Tätigkeiten näher vorzustellen und erwarten mit Spannung Ihre schriftliche Bewerbung!

Candrian Seafood AG
Frau Kathrin Siegenthaler
Postfach, 8023 Zürich, Tel. 01/217 15 37
ksiegenthaler@bahnhofbuffet.ch
www.nordsee.com

NORDSEE

hotel + tourismus revue mit dem grössten Stellenmarkt der Branche

Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

htr

Gouronne Hotel Krone Murten

Für unser 3-Stern-Hotel im Zentrum Murten am schönen Murtensee suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft

Küchenchef Sous-chef Koch/Köchin

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

Familie Nyffeler
Hotel Krone, Seeterrasse
3280 Murten
Telefon 079 328 27 26

153272/26190

hoteljob

Meilleurs vœux
&
Plein succès pour 2003!



Bureau de placement
Rue des Terreaux 10, CP, CH-1000 Lausanne 9
Téléphone 021 320 28 76, Téléfax 021 320 02 64
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch

AUBERGE de la Halle Gruyères

Engage de suite ou à convenir

**UNE AIDE
DE CUISINE
ET DES
SERVEUSES**
avec expérience
À TEMPS COMPLET

Pour tout renseignement:
026 921 34 34

tél. 026 921 21 78
fax 026 921 33 13
e-mail: admin@gruyeres-hotels.ch
Internet: www.gruyeres-hotels.ch

D'inspiration et de motivation.



Nulle part, vous ne trouverez
plus d'offres d'emploi.
Abonnez et insérez:
Téléphone 031 370 42 22
Téléfax 031 370 42 23
www.htr.ch



Ecole Hôtelière de Genève «ES»

ECOLE SUPÉRIEURE «ES» DE MANAGEMENT
RECONNUE PAR LA CONFÉDÉRATION SUISSE
Une institution de **GASTRO-SUISSE** depuis 1914

Nous recherchons pour compléter notre équipe

1 Responsable Marketing

expérience similaire en hôtellerie

1 Professeur de gestion

en hôtellerie et en restauration

professionnel de haut niveau, diplôme d'une Ecole Hôtelière,
expérience de 5 ans minimum de préférence internationale
maîtrisant l'informatique.

Vous avez entre 35 et 45 ans, le contact avec la jeune génération
vous passionne et le défi de former de futurs cadres vous motive.

Nous vous offrons un travail varié, dans un cadre agréable,
au sein d'une école à dimension internationale, proche des milieux
professionnels et dispensant un enseignement personnalisé.

Suisse ou permis valable.

Merci d'adresser vos offres à M. O.F. Sykora, directeur

Av. de la Paix 12 • CH-1202 Genève
Tél. 022 919 24 24 • Fax 022 919 24 28
E-mail: info@ehg.ch
http://www.ehg.ch



153260/92207



L'Hôtel-Restaurant
du Signal de Chexbres****
CH-1070 Puidoux (Lac Léman)
membre Relais du Silence/
Swiss Golf Hotels Group
tél. 021 946 05 05, www.hotelsignal.ch
cherche dès le printemps 2003:

Chef saucier (sous-chef)

Chef de partie

**Commis et stagiaire
de cuisine**
(aussi courte durée été)

Chef et demi-chef de rang

**Commis et stagiaire
de service**
(aussi courte durée été)

Secrétaire-réceptionniste

(F, D, E)

Stagiaire de réception (F, D)

Les candidats (m/f), nourris et logés si
nécessaire, sont invités à nous adres-
ser leurs offres avec photo, CV et copies
de certificats.

153231/28207

Tout sur le marketing et le dumping.

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



Mission

Apporter à nos clients plaisir
et satisfaction grâce à la
qualité intransigeante de nos
produits et de notre service

Responsable des Ressources Humaines

Dans la fonction de responsable des ressources humaines,
vous aurez les responsabilités suivantes: recrutement, gestion
et supervision du département des ressources humaines et de
l'administration du personnel, organisation de la formation
pour notre hôtel de 265 chambres et ses 170 collaborateurs
fixes.

Nous recherchons une personne qui est au bénéfice d'une
solide expérience dans l'hôtellerie et dans les ressources
humaines, qui maîtrise le français et l'anglais (l'allemand
serait un atout). Vos qualités humaines, votre entregent, votre
goût pour la négociation vous permettront de mener à bien la
gestion du département et d'être pleinement à l'aise dans la
fonction.

Nous nous réjouissons de recevoir vos offres à l'adresse
suivante:

Mövenpick Hotels & Resorts
Christian Kramer, Directeur Général
Agnès Piffaretti, Dir. des Ressources Humaines
4, avenue de Rhodanie, 1000 Lausanne 6
Tél. 021 612 72 60, Fax 021 612 72 91
agnes.piffaretti@moevenpick.com

More Jobs online. www.moevenpick.com



INTERNATIONAL



Hotel Villa San Michele
Fiesole

Ricerca per stagione 2003

CUOCHI CAPI PARTITA & COMMIS CUCINA

MAÎTRE SALA & CHEF DE RANG

I candidati dovranno possedere i seguenti requisiti:
Referenze personali
Conoscenza Lingua Inglese e Francese o Tedesco
per personale Sala

L'azienda leader a livello mondiale nel proprio settore offre:
- Retribuzione conforme a C.C.N.L. Turismo /
- Contratto a tempo determinato
- Possibilità di avanzamento di carriera

I candidati interessati sono pregati di inviare il loro curriculum
vitae comprensivo dell'autorizzazione al trattamento dei dati
(L.675/96) entro e non oltre il 20.01.03 a:

Risorse Umane - fax 0185 267 86 89

E-mail: eventi@splendidido.net

Indirizzo: Hotel Splendido - V.le Baratta 16 - 16034 Portofino

153291/88343

SVIZZERA ITALIANA



Renommiertes ****-Familien-Hotel in Ascona
sucht ab Februar/März 2003

Réceptions-Sekretärin

mit EDV-Kenntnissen (Fidelio 6.12, Word, Excel),
D/E/F/I, Erfahrung an der Réception.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung
mit Zeugniskopien und Lichtbild.

Hotel Ascona
Familie Biasca-Caroni
Postfach 730
6612 Ascona

153293/1856

Albergo di 3 stelle situato nel Mendri-
sotto (TI), conosciuto ed apprezzato,
cerca collaboratori motivati e preparati
per la stagione 2003 (marzo-ottobre)

Réception: Segretaria/o
(madrelingua tedesca)

Cucina: Chef di cucina
Cuoco partita
Commis di cucina
Praticante/stagliere

Servizio: Maître d'hôtel
Chef de rang
Camerieri di sala
Commis di sala

Etage: Ragazze ai piani e
Lavanderia

Diversi: Lavaplatti
Ausiliari

Le candidature corredate da curriculum
vitae, certificati e foto sono da inviare alla
cifra 153265 a *hotel revue*, casella
postale, 3001 Berna.

153265/29297

Clôture des annonces pendant les jours de fête

Les dates pour l'édition 1/2003:

La clôture des annonces immobilières, bazar
et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au
jeudi, 19 décembre 2002, 15 heures

Clôture des annonces pour le *marché de l'emploi*:
lundi, 23 décembre 2002, 12 heures

Tout sur Internet et les bénéfiques nets.

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

hotel staff

human resources management

Schweiz

Wir betreuen als Arbeitgeber und Vermittler von Zürich aus die ganze Schweiz für Kaderstellen, Feststellen, Try&Hire und Temporär; internationale Stellen auf Anfrage.

Fach- und Führungskräfte

Leiter Human Resources - HR Coordinator - F&B Manager
Sales Executive - Front Office Manager - Leiter Partyservice
Geschäftsführer - Stellv. Geschäftsführer - Restaurantleiter
Direktionsassistentin - Restaurationsleiter - Leiter Haustechnik
Generalgouvernante - Etagegouvernante - Chef de service
Küchenchef - Sous chef - Chef de partie - Chef pâtissier
Commis pâtissier - Koch - Commis de cuisine - Réceptionistin
Betriebsassistentin - Hotelfachassistentin - Barmitarbeiterin
Servicemitarbeiter - Sommelier - Kellnerin - Hostessen

Temporär, Try&Hire

... möchten Sie sich kurzfristig für eine Arbeit bewerben? Am einfachsten geht's online bei uns unter Staff Line ...

Tagesdienst- & Saisonstellen

Stellen in Grossgastronomie, Direktions- und Personalrestaurants in Küche oder Service sowie im Detailhandel.

PersonalberaterIn

Nach abgeschlossener Aus- und Weiterbildung haben Sie Berufserfahrung in Hotellerie oder Gastronomie erworben. EDV- und Kommunikationswendigkeit sowie eine rasche Auffassungsgabe sind für Sie selbstverständlich. Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle, entwicklungsfähige und selbstständige Aufgabe an einem modernen Arbeitsplatz, die Freude und Beteiligung voraussetzt. Für Sie eine Herausforderung, in der Sie Ihre Stärken unter Beweis stellen.

Bewerbungsunterlagen bitte bis spätestens 10. Januar 2003 an mich senden. Ihr Kurt Oehrli

184 herausfordernde Angebote

www.hotelstaff.com

Unser Standort

Nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich

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



Wir von hoteljob...

...danken für die gute Zusammenarbeit und wünschen Ihnen sowie Ihrem Team frohe Festtage und viel Erfolg im neuen Jahr.



Hoteljob Personalberatung
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33, Fax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch, hoteljob.be@swiss-hotels.ch



www.gastroa.ch E-Mail gastroa@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



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

12297/40589

INTERNATIONAL



Hotel Splendido & Splendido Mare
Portofino

Ricerca per stagione 2003

CUOCHI CAPI PARTITA & COMMIS CUCINA

*

MAÎTRE SALA & CHEF DE RANG

*

ADDETTI FRONT & BACK OFFICE

I candidati dovranno possedere i seguenti requisiti:
Referenze personali
Conoscenza Lingua Inglese e Francese o Tedesco per personale Sala e Front/Back Office

L'azienda leader a livello mondiale nel proprio settore offre:
- Retribuzione conforme a C.C.N.L. Turismo / Contratto a tempo determinato
- Possibilità di avanzamento di carriera

I candidati interessati sono pregati di inviare il loro curriculum vitae comprensivo dell'autorizzazione al trattamento dei dati (L.675/96) entro e non oltre il 20.1.03 a:
Risorse Umane - fax 0185 267 86 89
E-mail: eventi@splendido.net
Indirizzo: Hotel Splendido - V.le Baratta 16 - 16034 Portofino

153292/383543

Kaufmann Ferien AG

Per Anfang März 2003 suchen wir eine

Reiseleiterin/Hostess Insel Ischia Saison 2003

- Sie**
- haben Freude am Umgang mit Menschen
 - verfügen über ein sicheres, gepflegtes Auftreten
 - sind zwischen 25 und 35 Jahre jung
 - arbeiten gerne unregelmässig, sind flexibel und belastbar
 - sprechen fließend schweizerdeutsch und italienisch
 - haben eine kaufmännische oder gleichwertige Grundausbildung
 - besitzen Ihr Auto sicher - auch im hektischen Strassenverkehr

- Wir**
- offerieren einen sonnigen Arbeitsort auf der Kur- und Badeinsel Ischia
 - bieten eine vielseitige und verantwortungsvolle Tätigkeit
 - offerieren selbständiges Arbeiten
 - haben ein kleines, dynamisches Team auf Ischia, das sich auf eine neue Arbeitskollegin freut

Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Kaufmann Ferien AG

Frau Cynthia Fässler

Naglerwiesenstrasse 2, 8049 Zürich/Höngg

INTERNATIONAL



GRAND HOTEL EUROPE

St. Petersburg

Over 125 years of inspired hospitality

You are a F & B Professional who is looking for a new challenge in the Number One de Luxe Hotel in Russia, St. Petersburg, well known as «The Venice of the North»!

The Grand Hotel Europe St. Petersburg (301 rooms) managed by Kempinski Hotels & Resorts, Member of the Leading Hotels of the World, is offering the position of

Food & Beverage Director

to an experienced candidate (single) with excellent leadership skills (350 staff F & B) who is looking forward to work in our property with 7 restaurants and banquet facilities / caterings up to 350 guests.

If you are interested please contact:

Elmar Greif - General Manager
Phone: +7 812 329 6601
Fax: +7 812 329 6605
e-mail: elmargreif@ghe.spb.ru
www.grandhoteleurope.com

420041/153286

Über Internet und nette Gäste.

htr

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

STELLENGESUCHE

Erfahrener

Koch

und

Küchenchef

sucht Stelle vom 1. 3. 2003 bis 30. 11. als Sous-chef. Bewilligung erforderlich, Samstag und Sonntag frei.

Hotel «Zum Schwan»
z.Hd. v. Herrn R. Kappes
Freiherr v. Stein - SH 34a
66693 Mett Lach
Deutschland

153288/421340

Sous-chef/Koch

36-jährig, sucht eine neue Stelle in den Bergen oder im Mittelland, ab sofort.
Telefon 062 929 19 39

153281/380024

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

htr

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

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hoteller-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 Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Andres Jakob, Marc Moser

E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, Matthias Beyeler, E-Mail: matthias.beyeler@swiss-hotels.ch

Anzeigenart (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.58 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.48 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.38 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.45 (inkl. MwSt. / TVA incluse)

Termine:

- Ausgabe

Nr. 52/1/2003

Nr. 2/2003

Nr. 3/2003

Nr. 4/2003

- Erscheint

Fr. 3. 1. 2003

Do 9. 1. 2003

Do 16. 1. 2003

Do 23. 1. 2003

- Anzeigenschluss

Mo 23. 12. 12,00

Mo 6. 1. 12,00

Mo 13. 1. 12,00

Mo 20. 1. 12,00

- Wiederholungen

Mo 23. 12. 12,00

Mo 6. 1. 12,00

Mo 13. 1. 12,00

Mo 20. 1. 12,00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMF

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 Leser und die Inserenten unterlagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.