

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 5

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: 17.08.2025

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



Restaurant geschlossen!

CREDITREFORM / Im Schweizer Gastgewerbe wurden im Jahr 2002 deutlich mehr Neugründungen registriert. SEITE 3



SWISSBAU 2003 / Die diesjährige Spezialmesse für Erneuerung, Ausbau und Haustechnik kann eine positive Bilanz ziehen. SEITE 5



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Neue Wege

MARIETTA DEDUAL

Donatella (Name geändert) betreibt ein Antiquitätengeschäft in einer Schweizer Grossstadt – und ihre Umsätze sind im vergangenen Jahr um eine zweistellige Zahl gestiegen. Nichts von Konjunkturfalle. Sie hat da eine ganz eigene Theorie. Krisen seien gut für ihr Geschäft, behauptet Donatella. Das Gros der Kaufkraftklasse, das bei ihr ein und aus geht, hat ein eigenes, vom Konjunkturwind unabhängiges Konsumverhalten. In wirtschaftlich schwächeren Zeiten wächst ihr Kundensegment jedoch: Der Grossteil der Mittelklasse spare zwar, aber ein Teil bestimme sich plötzlich auf bleibende Werte, verzichte auf zwei oder drei Käufe im Mittelklassenbereich zugunsten eines einzigen Kaufes im obersten Segment.

Wenn diese Theorie stimmt, kommt die von Schweiz Tourismus neu lancierte Themenroute «Luxus & Design» – eine Kombination thematischer und touristischer Höhepunkte – zum richtigen Zeitpunkt. Liebhaber des Besonderen reisen quer durch die Schweiz, steigen in Nobelherbergen ab, shoppen in den zahlreichen Edelboutiquen, decken sich mit Schweizer Präzisionsuhren ein ... Und diejenigen, denen das nötige Kleingeld fehlt, begeben sich auf «Watching-Tour», kaufen nebenan im Warenhaus ein und nächtigen im Mittelklassen- oder Low-Budget-Hotel ...

Wie gross der Markt für solche Nischenprodukte ist, wird sich zeigen. In einer Zeit, in der immer wieder Einzigartigkeit propagiert und Erlebnisse gefordert wird, dürften Themenrouten durchaus zu einem Renner werden. **Seite 4**

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5
Tourismus	7/8/9
Hotellerie	11/12/13
Gastronomie/Technik	15/17/18/19
Marktnotizen	16
Die Letzte	20
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



SCHWEIZ TOURISMUS / Rot dominiert für die nächsten Jahre die Broschüren, Plakate und Inserate von Schweiz Tourismus. Die neue Werbung für die Schweiz ist gestern lanciert worden. **CHRISTINE KÜNZLER**

«Ganz natürlich» die Schweiz

Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid nimmt es gleich vorweg: «Keine Revolution, sondern eine Evolution» sei der neue Auftritt. Und da Rot nicht nur für die Liebe steht, sondern auch für die Schweiz, ist Rot die dominante Farbe: als identitätsstiftendes Element – aufgelockert mit weisser Schrift – prangt breit über jedem Landschaftsbild ein roter Balken. Das Rot – obwohl Österreich seit Jahren mit dieser Farbe wirbt – sei eben typisch schweizerisch, sagt Schmid. Um das typisch Schweizerische noch zu unterstreichen, sind in den Hauptbildern (Titelblatt der Broschüren, Plakate) diskret kleine Schweizer Kreuze versteckt. Patriotisch, sagt Schmid, soll die Werbung aber nicht wirken.

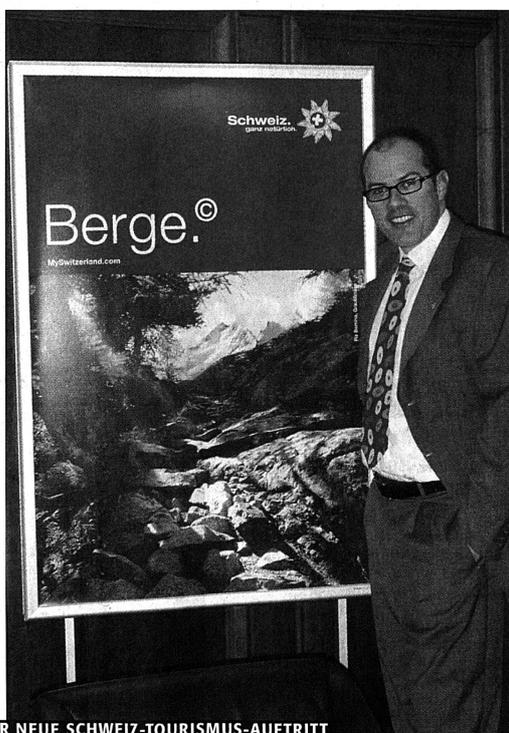
«Sympathisch, frisch, selbstbewusst, offen, einladend», so sieht Schmid den neuen Auftritt. Geblieben ist die Goldblume, gewichen der schwarze Rahmen. Mit eben diesem Rahmen habe sich die Lebensfreude und das Lebensgefühl, das der Gast mit Ferien verbinde, kaum ausdrücken lassen. Zudem habe dieser Rand eher abgegrenzt als eingeladen. «Mit Klasse, aber ohne Leben», so beurteilt der ST-Direktor den bisherigen Auftritt.

ST SETZT AUF NATURERLEBNISSE

Geändert hat sich auch der Slogan: «Schweiz. ganz natürlich» ersetzt «Endlich Ferien. Ihre Schweiz». «Das Naturerlebnis ist immer noch der Hauptgrund, weshalb die Gäste in die Schweiz kommen», so Schmid. Natur pur, entspannen und relaxen: Das sind die zwei meist genannten Bedürfnisse, die in den Ferien erfüllt werden sollen, wie Umfragen zeigen. Und «get natural» – so die englische Version, lasse Raum für eigene Interpretationen und lasse sich auf alle Produkte anwenden. Auch auf die Städte: «Sie alle haben die Natur als Kulisse.»

«Wir wollen nicht für ein Produkt werben, sondern für ein Lebensgefühl», fasst Schmid zusammen. «Nicht eine Schneehöhe wollen wir vermarkten, sondern das Gefühl beim Runterfahren.» Deshalb sind auf allen Hauptbildern Menschen – oder beispielsweise ein Postauto mit Menschen drin –

Foto: Christine Künzler



DER NEUE SCHWEIZ-TOURISMUS-AUFTRITT

Ein sichtlich begeisterter Jürg Schmid präsentiert das neue Plakat.

abgebildet. «Wir wollen keine Postkartenbilder mehr, denn die schaffen zu wenig Emotionen. Wir wollen die Natur in einer Aktivität.» Der Bildbetrachter soll das aufziehende Gewitter oder die wärmenden Sonnenstrahlen förmlich spüren können.

DIE ERSTEN BROSCHÜREN STEHEN

Verantwortlich für die neue Linie sind die ST-Geschäftsleitung und der Vorstand, dem auch touristische Part-

ner angehören. Eingereicht haben zehn Agenturen ihre Vorschläge. Zwei kamen in die engere Wahl. Gewonnen hat die Zürcher effect AG, zusammen mit ihrer deutschen Partneragentur oder die wärmenden Sonnenstrahlen förmlich spüren können.

Wie viel genau der neue Auftritt gekostet hat, will Schmid «aus Rücksicht auf die Werbeagentur» nicht sagen. «Ganz wenige 100 000 Franken», lässt er verlauten.

Der Neuauftritt ist gestern Mittwochnachmittag lanciert worden. Umgesetzt worden ist er bereits in der neuen Luxus & Design-, der Berge©- und in der Familien-Broschüre «Kinder». Angepasst worden sind auch die Visitenkarten der ST-Mitarbeitenden sowie der Internetauftritt MySwitzerland.com, der übrigens auch im alten Kleid auf grosses Interesse stösst: Bis zu 65 000 Besucher täglich klicken die Site an. Die alten Broschüren werden weiterhin genutzt; ST geht davon aus, dass die neue Linie in weniger als einem Jahr auf allen Ebenen umgesetzt ist.

DIE ERSTEN FEEDBACKS SIND POSITIV

Die ersten Hürden hat der Neuauftritt mit Bravour überstanden, wie Jürg Schmid festhält. Ein Test in den wesentlichen Märkten habe positive Rückmeldungen gebracht: Farbe, Slogan und Bildsprache haben laut ST-Direktor die Noten «sehr gut» und «excellent» erhalten. Und es gibt erste Feedbacks aus der Schweiz. René Kamer, der Direktor der Railway AG, zeigt sich «begeistert» über die «Frische und Emotionalität» von Bildsprache und Textaussage des neuen Auftritts. Die Kundenoptik dominiere: Der Mensch sei in den Mittelpunkt gestellt. – Peter Reinle, der Leiter von Vierwaldstättersee Tourismus, lobt den «Mut zum Einfachen» und das Selbstbewusstsein des neuen Auftritts. Das dominierende Rot entspreche gemeinsam mit der weissen Schrift den Schweiz Landesfarben und unterstütze auf ansprechende Weise die frische junge Botschaft: «Ganz natürlich». – Eddy Peter, der Direktor von Sion Tourisme, vergleicht die touristische Schweiz, so wie sie sich hier präsentiert, mit einer respektablen Dame, die ein frisches Gesicht zeigt und zur Spontaneität neigt. Das Rot ihres Auftritts sei nicht aggressiv, sondern ein Morgenrot, das um den Erdball geht. *Mitarbeit: Karl Josef Verding*
Siehe auch CF Seite 1

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

OSTERIA MICROS ASCONA

Osteria Nostrano, Ascona

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

CHECK IN DATA

Miele

Wäscherei-Leasing

3.75 %

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

Miele Professional
Tel. 056 / 417 24 62

Wäsche für Tisch, Bett & Bad.
Attraktive Kollektionen, individuelle Dessins.
Kauf, Miete, Leasing, Wäscherei-Service:
Setzen Sie auf Schweizer Kompetenz.

Schwob

GASTROTEXTIL

3401 Burgdorf, Telefon 034 428 11 11
contact@schwob.ch, www.schwob.ch

Kaffee erleben



ILLYCAFE AG

8800 Thalwil, Wiesengrundstrasse 1
Tel. 01 723 10 20, Fax 01 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

ht IN KÜRZE

Neugründungen / Das Nettowachstum der Gastgewerbebetriebe hat im vergangenen Jahr eine deutliche Zunahme erfahren, insbesondere das Take-away-Segment in den Städten. Doch auch die Konkurse häuften sich. **Seite 3**

Themenroute / «Luxus und Design» nennt sich die erste Themenroute von Schweiz Tourismus. Für einmal macht sich Schweiz Tourismus das Prestige-Image der teuren Schweiz zunutze, meinen die Verantwortlichen. **Seite 4**

Natur- und Heimatschutz / Der Entwurf der Teilrevision des Bundesgesetzes über den Natur- und Heimatschutz (NHG) gefällt der STV-Direktorin Judith Renner-Bach nicht. Sie ortet Mängel zu Ungunsten des Tourismus. **Seite 9**

Fitnessangebote / In Meiringen können die Gäste von vier Hotels vom Angebot des öffentlichen Fit- und Wellness-Centers im Dorf profitieren. So sparen die Hoteliers die Kosten für eigene und teure Wellness-Anlagen. **Seite 11**

Personalunterkünfte / Die steigenden Lebenskosten lassen bei vielen Mitarbeitern den Wunsch nach einer billigen Unterkunft im Personalhaus aufkommen. Wer als Hotelier günstige Personalzimmer bieten kann, hat unter anderem Rekrutierungsvorteile bei der Personalsuche. **Seite 13**

Gewürze / Würzungen gehören meistens zu den bestgeschützten Geheimnissen eines Betriebes und entscheiden nicht selten über den Markterfolg. Als delikate Zutaten müssen Gewürze sorgfältig bewirtschaftet werden. **Seite 17**

Abfall / Das separate Sammeln von Wertstoffen wie etwa Karton und Papier ist bei den meisten Betrieben fest eingeführt. Bei der Wiederverwertung von Speiseresten allerdings hapert's noch. Bioresten entwässern und verbrennen gilt nun als Zukunftslösung. **Seite 17**

Design / Neue Trends für die Hotels waren an der diesjährigen Kölner Messe nicht auszumachen. Möbel und Stoffe präsentierten sich in allen Farben und Formen, so dass sogar Möbeldesigner davon sprechen, der Trend sei, dass es keinen Trend gebe. **Seite 18**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Sportartikel / Der Verkauf und die Vermietung von verschiedensten Sportartikeln läuft in der Schweiz gut. Kaum Nachfrage scheint es hingegen für Alles-inklusive-Angebote (Transport, Unterkunft und Materialmiete) zu geben. **CF Seite 2**

Tourismusbüros / Bei den Tourismusbüros treffen regelmässig Reklamationen verschiedenster Art ein. Wie soll darauf reagiert werden? Die Tourismusdirektoren können aus all den Reklamationen wichtige Rückschlüsse ziehen. **CF Seite 3**

Le Mirador / Die Gruppe Kempinski Hotels & Resorts und die HL Le Mirador SA – sie ist die Besitzerin des gleichnamigen Hotels auf dem Mont-Pèlerin oberhalb von Vevey – haben eine Managementvereinbarung unterzeichnet. **CF Seite 6**

Lausanne / Die Abteilung «Promotion und Verkauf» von Lausanne Tourismus verfolgt künftig eine neue Verkaufsstrategie. Der Marketingdirektor Philippe Kühne spricht über die neuen zielgerichteten Aktionen. **CF Seite 7**

KOMMENTAR

Ski-WM:
St. Moritz
ist bereit

OLIVIER FEDERSPIEL*

Die Ski WM 2003 wird am Samstag, 1. Februar 2003 um 18.00 Uhr eröffnet. Damit ist St. Moritz bereits zum 4. Mal Gastgeber einer Ski-WM. Ein Besuch des grössten je in der Schweiz veranstalteten Sportanlasses sollten auch Touristiker nicht verpassen. Sowohl Unterkunft wie Tickets sind – Spitzentage ausgenommen – noch zu finden (www.graubuenden.ch). St. Moritz ist bereit, der Schnee ist da.



Welche Chancen ergeben sich aus dieser sehr arbeitsintensiven Veranstaltung? Die Gesamtinvestitionen, welche die Ski-WM direkt und indirekt ausgelöst hat, erreichen stolze 1000 Millionen Franken. Ein grosser Teil dieses Betrags floss in die Infrastrukturerneuerung und -verbesserung, wovon der Gast auch in Zukunft profitieren wird. Insbesondere die Investitionen am Berg (Pisten, Restaurants, Transportanlagen) bereichern eine ganze Region (ganzes Engadin, Bündner Südtäler und weitere nahegelegene Orte).

Nebst der Investition in die «Hardware» muss sich auch jene in die «Software» lohnen. Hierbei stehen die Gewinne für die Marken St. Moritz, Schweiz und auch Graubünden im Vordergrund. In Bezug auf Bekanntheit steht St. Moritz bereits auf dem obersten Podestplatz. Im heutigen Wettbewerb kann sich aber auch ein Ort wie St. Moritz nicht auf den Lorbeeren ausruhen. Die Ski-WM führt zu einer Medienpräsenz, die sonst nie erreicht werden kann, und wird den Namen St. Moritz, und auch «beautiful Switzerland», in die Welt tragen. Der Imagegewinn wird darin bestehen, dass die Destination vermehrt als topmodernes Skigebiet wahrgenommen wird.

Damit sich der Anlass auf die Ertragskraft von Leistungsträgern langfristig vorteilhaft auswirkt, muss der Gesamteindruck, den die Gastgeberregion und die Schweiz vermitteln, positive Spuren hinterlassen. Die Chancen, die sich für die zukünftige lokale, regionale und nationale Kommunikationsstrategie ergeben, sind zu prüfen. Eine vom WM-Organisationskomitee initiierte Nachhaltigkeitsstudie wird sich auch diesem Thema widmen müssen.

Wir freuen uns, nach dem World Economic Forum in Davos innert Wochenfrist erneut Gastgeber eines internationalen Anlasses zu sein und unseren Besuchern ein Stück von «The Heimat Feeling» (der neue GR-Claim) mitgeben zu können.

* Direktor Graubünden Ferien

JACQUES SAVAY GUERRAZ / Der aus Frankreich stammende Ski- und Segellehrer wurde zum «freundlichsten St. Moritzer 2003» gewählt. Seine Lebensfreude ist ansteckend. INTERVIEW: ROBERT WILDI

«Ein Lächeln kostet nichts»

Herr Savay Guerraz, was bedeutet Ihnen der Titel «Freundlichster St. Moritzer»?

Ich fühle mich durch diese Wahl sehr geehrt. Sie macht mich sogar ein bisschen stolz. Es ist ein sehr schönes Gefühl zu spüren, dass sich die Besucher von St. Moritz in meiner Gegenwart anscheinend wohl fühlen. Allerdings gibt es hier in St. Moritz natürlich unzählige freundliche Menschen. Mein Job als Ski- und Segellehrer bringt mich mit so vielen Leuten in Kontakt, dass ich bei der Wahl vielleicht auch deshalb einen kleinen Vorteil hatte.

«Wir müssen froh sein, dass ausländische Arbeitskräfte zu uns kommen.»

Dennoch ist es eine Tatsache, dass die Feriengäste von St. Moritz Sie als besonders sympathisch wahrnehmen. Was ist Ihr Geheimrezept?

Es gibt kein Geheimrezept dafür. Ich liebe es einfach, mit den Leuten zu kommunizieren und mich mit ihnen auszutauschen. Es kommt mir dabei nicht drauf an, ob sich das Gespräch ums Wetter oder philosophische Themen dreht. Eine angeregte Unterhaltung tut so oder so immer gut und spendet viel Energie.

Wie zeigen Ihnen die Leute, dass Sie gut bei ihnen ankommen?

Im Hotel Suvretta, wo ich auch Skischule unterrichte, wird jeden Tag ein schriftliches Bulletin herausgegeben. Es ist auch schon vorgekommen, dass mich vor allem ältere Hotelgäste darin positiv erwähnt haben. Über solche Komplimente freue ich mich natürlich sehr.

Verstehen Sie sich ein Stück weit als Botschafter für den St. Moritzer Tourismus?

Botschafter ist wahrscheinlich ein zu grosses Wort. Der tägliche Kontakt mit den Touristen ist mir natürlich schon wichtig. Vor allem in den Sommermonaten, wenn ich in Diensten des Segelclubs St. Moritz auf dem See

Zur Person

Jacques Savay Guerraz (61) ist gelernter Elektriker und stammt aus Savoyen in Frankreich. Im Jahr 1965 kam er nach St. Moritz und ist der Gemeinde bis heute treu geblieben. Savay Guerraz ist sowohl in Besitz des französischen als auch des Schweizer Passes und hat das Bürgerrecht von St. Moritz erlangt. Der Kontakt zu Touristen gehört für den Ski-, Wasserski- und Segellehrer seit bald 40 Jahren zum täglichen Brot. ROW

Foto: zvg



JACQUES SAVAY GUERRAZ

Der «freundlichste St. Moritzer 2003», ein gebürtiger Franzose, hat das Bürgerrecht von St. Moritz.

Unterricht gebe, komme ich mit wahnsinnig vielen Leuten zusammen. Natürlich versuche ich stets, St. Moritz bei all diesen Begegnungen so gut wie

«Wir sollten die Welt mit einem freundlichen Lächeln bei uns willkommen heissen.»

möglich zu vertreten.

Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach eine gelebte Gastfreundschaft für den langfristigen Erfolg einer Feriendestination?

Ich glaube, es gibt keine bedeutendere Eigenschaft, über die eine Destination verfügen muss. Vor allem während der Hochsaison müssen sämtliche Leistungsträger aus Hotellerie, Gastgewerbe etc. ihr Maximum geben, um dem Gast ein Top-Erlebnis zu bieten. Natürlich ist das in Stress-Situationen nicht immer einfach. Aber

auch wenn einem die Arbeit manchmal über den Kopf hinauswächst – ein Lächeln gegenüber dem Gast kostet nichts.

Glauben Sie, dass Schweizer Feriendestinationen betreffend Gastfreundschaft gegenüber Konkurrenz-Ländern wie Österreich Nachholbedarf haben?

Ich glaube nicht, dass das Personal in Österreich grundsätzlich freundlicher ist als bei uns. Tatsache ist, dass bei uns mehr Angestellte aus fremden Ländern arbeiten, die teilweise mit der Sprache nicht ganz zurechtkommen. Das kann in der Kommunikation mit dem Gast hinderlich sein. Die Servicequalität empfinde ich bei uns im Engadin aber als ausgesprochen gut. Wir müssen froh sein, dass ausländische Arbeitskräfte zu uns kommen, da wir in der Schweiz sonst Engpässe hätten. In der Schweiz genießt der Service-Beruf im Gegensatz zu Österreich kein besonders hohes Ansehen.

Ist Freundlichkeit angeboren oder kann sie auch trainiert werden?

Das ist schwer zu sagen. Jeder Mensch besitzt seinen eigenen Cha-

rakter, den er bis zu seinem Lebensende nicht wesentlich verändern kann. Natürlich gibt es ganz unterschiedliche Mentalitäten, die gerade in Tourismusberufen verschiedene Wirkungen erzeugen können. Es ist zum Beispiel klar, dass der Römer die Dinge von Natur aus lockerer sieht als der Hamburger. Ob er deswegen als freundlicher bezeichnet werden kann, glaube ich hingegen nicht. Ich denke allerdings schon, dass den Südländern gerade im Service-Bereich vieles leichter fällt.

«Die Leistungsträger müssen ihr Maximum geben, um dem Gast ein Top-Erlebnis zu bieten.»

Die Ski-WM in St. Moritz steht vor der Tür. Was kann die Destination Ihrer Meinung nach noch tun, um den Event zum Vollerfolg werden zu lassen?

Betrachtet man die organisatorische Seite, wurde alles Erdenkliche unternommen, um die bestmöglichen Infrastrukturen zu schaffen. Die vielen Investitionen in Hotellerie und Bergbahnen werden St. Moritz über Jahre hinweg nützen. Natürlich sind wir auch vom Wetterglück abhängig. Die einzige Komponente, die alle von uns noch beeinflussen können, ist unser Auftreten. Wir sollten die Welt mit einem freundlichen Lächeln bei uns willkommen heissen und damit den Grundstein für eine tolle Stimmung legen.

Welchen persönlichen Wunsch haben Sie für die WM?

Dass wir tolle sportliche Wettkämpfe mit grossen Siegern erleben und dass die WM nicht von irgendwelchen traurigen Ereignissen überschattet wird. Gerade wenn ich an das WEF in Davos denke, hat die Frage nach der Sicherheit von Anlässen in den letzten Jahren leider eine ungleich höhere Bedeutung erlangt.

«Freundlichster St. Moritzer»

Die Ehrung hat am 14. Januar anlässlich der Generalversammlung des Kur- und Verkehrsvereins stattgefunden. Der «freundlichste St. Moritzer» wird seit 1994 von der lokalen Projektgruppe «Qualität ausgezeichnet. Das Gremium setzt sich aus Vertretern der wichtigsten Dienstleistungsorganisationen der Tourismus-Gemeinde zusammen und tagt jeweils zu Ende der Sommer- und Wintersaison. Ziel ist es, die qualitative Verbesserung des St. Moritzer Angebots stetig voranzutreiben. ROW

Gesamtumsatz unter Vorjahr

Bon appétit Group. Im Geschäftsjahr 2002 ging der kumulierte Umsatz der Bon appétit Group um 0,7 Prozent auf 3,174 Mia. Franken zurück. Wie das Unternehmen am Mittwoch mitteilte, entsprechen dies den Erwartungen. Die Verkäufe des Geschäftsbereiches Gastro Services stiegen im Berichtsjahr um 0,7 Prozent auf 1,080 Mia. Franken. Retail Services weist einen um 2,6 Prozent höheren Umsatz von 1,782 Mia. Franken aus. *DST*

REKORD / Gestiegene Touristenzahlen trotz Krise

Tief ist überwunden

Trotz Wirtschaftskrise und politischer Konflikte ist die Zahl der Touristen im vergangenen Jahr weltweit auf Rekordhöhe gestiegen. Wie die Welttourismusorganisation (WTO) mitteilt, erhöhte sich die Zahl der Auslandsurlauber 2002 weltweit im Vergleich zum Vorjahr um 3,1 Prozent auf 715 Millionen. Mit Ausnahme der USA und Lateinamerikas nahmen die Touristenzahlen in allen Regionen der Welt zu. Frankreich be-

hauptete sich 2002 mit 76,7 Millionen ausländischen Urlaubern als das wichtigste Reise-land der Welt, vor Spanien, den USA, Italien und China. Europa verzeichnete eine Zunahme der Touristenzahlen von 2,4 Prozent. Besonders hohe Steigerungsraten erzielten die Türkei (13,6%), Bulgarien (7,8%) und Kroatien (6,1%). Die Touristenzahlen in Polen gingen um 5,3 und in Portugal um 3,5 Prozent zurück. *MGL/sda*

LOGIERNÄCHTE / Januar bis Dezember 2002

4,9 Prozent weniger Nächtigungen

Im 2002 mussten die Schweizer Hotelbetriebe ein Logiernächte-Minus von 4,9 Prozent hinnehmen. Insgesamt verbrachten die Gäste 31,93 Mio. Nächte in den Schweizer Hotelbetten. Das zeigen erste Hochrechnungen des Bundesamtes für Statistik (BFS).

Laut BFS liegt dieses Ergebnis 1,4 Prozent unter dem Mittel der letzten zehn Jahre. Der Nachfrageeinbruch erklärt sich in erster Linie durch das Aus-

bleiben der ausländischen Gäste (-1,54 Mio. Logiernächte / -8%). Demgegenüber sank die Nachfrage der Schweizer Gäste nur um 0,9 Prozent (-125 000).

Die stärksten Rückgänge mussten die Hoteliers bei den Kunden aus Deutschland hinnehmen (-760 000/-12%), gefolgt von Amerika (-290 000/-15%) und Japan (-140 000/-17%). Andere Märkte zeigten hingegen einen Aufwärtstrend, so etwa die Golf-

staaten (+72 000/+33%), China (+24 000/+25,3%), Russland (+23 000/+15%) und Indien (+16 000/+9%).

Der Dezember 2002 brachte mit 2,02 Mio. Logiernächten eine Stagnation (-2600/-0,1%) - sowohl bei der inländischen als auch bei der ausländischen Nachfrage. Die günstigen Schneeverhältnisse hätten die negativen Folgen der schwachen Konjunktur und des starken Frankens mildern können. *SST*

NEUE KOOPERATION / Gemeinsames Marketing von ST und Switzerland Cheese Marketing AG

«Swissness» dank Käse

Neuester strategischer Partner von Schweiz Tourismus (ST) ist die Switzerland Cheese Marketing AG, die für die weltweite Vermarktung von Schweizer Käse verantwortlich ist. Über die Höhe der finanziellen Beteiligung wurde Stillschweigen vereinbart.

Durch diese branchenexklusive Partnerschaft können laut Medienmitteilung neue Zielgruppen erschlossen und neue Gäste und Kunden gewonnen werden. In einer entsprechenden Vereinbarung werden die gemeinsamen Marketingaktivitäten, die in den verschiedenen Kernmärkten durchgeführt werden sollen, für die nächsten drei Jahre definiert.

FERIENLAND SCHWEIZ UND SCHWEIZER KÄSE

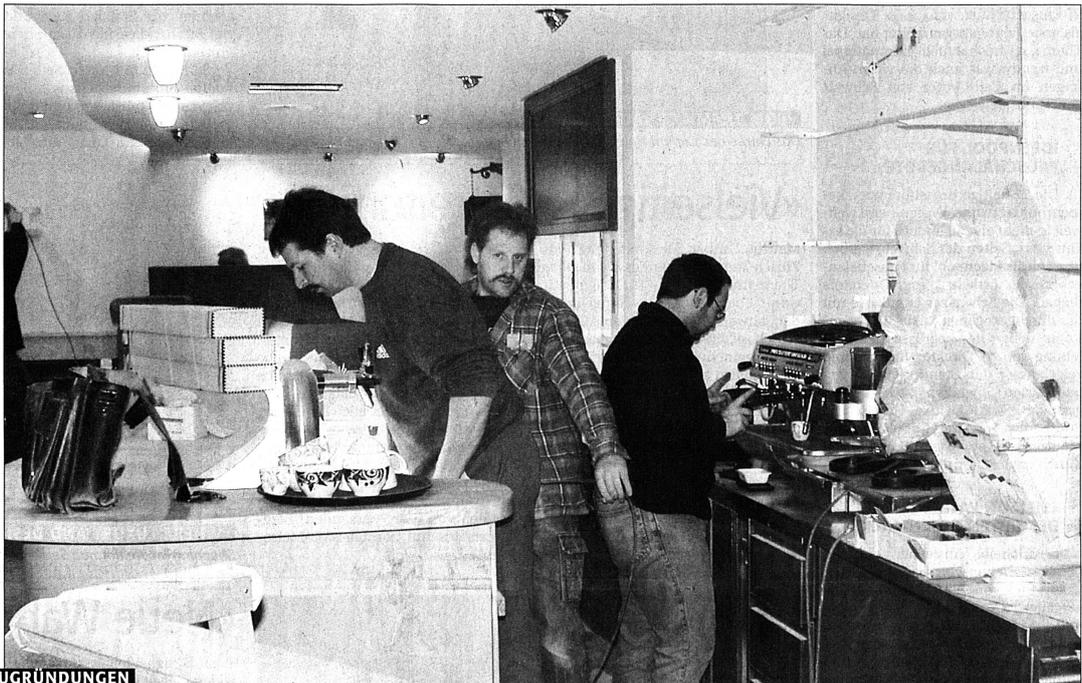
Die neue strategische Partnerschaft setzt sich zum Ziel, die beidseitigen Stärken zu bündeln und damit einerseits auf das Ferienland Schweiz aufmerksam zu machen und andererseits den Absatz von Schweizer Käse im Ausland zu steigern. Die Grundpfeiler der beiden Produkte «Schweiz Ferien» und «Schweizer Käse» stehen laut Medienmitteilung für Qualität und Swissness. Basierend auf diesen Schlüsselstärken ergebe sich für die Partnerschaft ein grosses Potenzial. ST-Direktor Jürg Schmid sagt zur Kooperation: «Für Schweiz Tourismus ist die Switzerland Cheese Marketing AG mit den qualitativ hochstehenden Käsesorten ein idealer Partner, tragen wir doch beide, jeder auf seine Art, zu einem starken Schweizerlebnis bei.»

ST stellt die Fülle ihrer Marketingplattformen - von Drucksachen bis zum Internetauftritt - für eine schlagkräftige Promotion von Schweizer Käse zur Verfügung. Nebst der Präsenz in Broschüren und Kampagnen wird die Switzerland Cheese Marketing AG zusammen mit ST an Messen und Events auftreten. *TRU*

KURZ UND BÜNDIG

Zürcher Hotellerie. Die Logiernächte in den Hotels der Stadt Zürich sind im letzten November im Vergleich zum Vorjahr um 4,3 Prozent auf 160 128 zurückgegangen. Die Übernachtungen der Auslandsgäste nahmen um 2,7 Prozent, jene der inländischen Gäste um 8,4 Prozent ab. Laut Statistischem Amt der Stadt Zürich war die Abnahme vor allem auf den deutlichen Rückgang von Deutschen und Engländern zurückzuführen. Die Zahl der Hotelgäste ging im November gegenüber dem Vorjahresmonat um 1,1 Prozent auf 83 552 zurück. Von Januar bis November 2002 ging die Zahl der Logiernächte gegenüber der Vorjahresperiode um 7,7 Prozent (164 644) zurück. Der Rückgang lag damit in Zürich deutlich über dem schweizerischen Durchschnitt (5,3 Prozent). *TRU/sda*

Foto: Daniel Stampfli



NEUGRÜNDUNGEN

Macht ein Betrieb an Top-Lage Pleite, richtet in der Regel der nächste Pächter vor der Neueröffnung neu ein.

BRANCHENSTATISTIK / Aufgrund der zahlreichen Neugründungen resultierte im vergangenen Jahr eine deutliche Zunahme des Nettowachstums der Gastgewerbebetriebe. *DANIEL STAMPFLI*

Immer mehr wagen den Start

Die Anzahl der Firmenkurse im Gastgewerbe stieg im Jahr 2002 gegenüber dem Vorjahr um 15,3 Prozent auf 489. Sie stiegen damit deutlich weniger als das Mittel des Sektors Dienstleistungen, wie der jüngsten Creditreform-Statistik zu entnehmen ist. Quasi die gesamte Zunahme der Kurse entfällt auf die Kategorie Restaurants, Kantinen, Caterer. Bei den Hotels, Jugendherbergen usw. wurden 72 Pleiten registriert (Vorjahr 69). Die Neugründungen nahmen um 15,5 Prozent zu, die Löschungen um 4,5 Prozent. Dies ergab ein Nettowachstum von 1010 oder 48,5 Prozent.

VIELE NEUE TAKE-AWAY-BETRIEBE

Creditreform-Sekretär Claude Federer führt den hohen Anstieg an Neugründungen und in der Folge des Nettowachstums auf die relativ tiefe Eintrittsbarriere in der Branche zurück. «Jeder kann eine Sandwich-Bude eröffnen.» Das Take-away-Segment legt in der Schweiz - insbesondere in den Städten - eindeutig zu. Aufgeschlüsselt nach Rechtsformen verzeichneten bei den Restaurant-Neugründungen die GmbHs mit einer Zunahme um 25 Prozent das grösste Wachstum. Bei den Firmenkursen wurden bei den AGs sowie den Kollektiv- und Kommanditgesellschaften mit je +40 Prozent der grösste Zuwachs registriert. Bei den Hotels entfiel die

Hälfte der Neueintragen auf Aktiengesellschaften.

Interessantes zeigt ein Einblick in die Entwicklung der Quoten über die vergangenen fünf Jahre. Sowohl Neugründungs- als auch Nettowachstumsquote nahmen in den vergangenen drei Jahren kontinuierlich zu. Die Nettowachstumsquote gibt das Nettowachstum (Neueintragen minus Löschungen) in Promille des Bestandes an. Auch die Löschungs- und Insolvenzquote erhöhten sich, allerdings in geringerem Ausmass.

Die grösste Zunahme an Kursen im Gastgewerbe weist die Statistik für den Kanton Zürich aus. Waren es 2001 noch 44 Insolvenzen, waren im Berichtsjahr 74 Betriebe betroffen. Am

meisten Hotelkurse wurden mit 13 Fällen im Kanton Bern gezählt.

KEINE HÖHENFLÜGE ZU ERWARTEN

Im vergangenen Jahr hätten die Firmenkurse in der Schweiz über alle Branchen betrachtet «sehr stark zugenommen», schreibt Creditreform in ihrem Kommentar zu den Insolvenzzahlen des Jahres 2002. Mit einem Plus von fast 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr habe ein Total von 4002 Firmenpleiten resultiert. Zählt man zu den Firmenkursen noch die Privatkurse dazu, werden 8802 Insolvenzen gezählt. Die Neueintragen gingen 2002 um 1,9 Prozent

Gastgewerbe: hohes Nettowachstum

Firmenkurse	2002	2001	2000
- Restaurants, Kantinen, Caterer	417	355	373
- Hotels, Jugendherbergen usw.	72	69	64
Neueintragen			
- Restaurants, Kantinen, Caterer	2779	2418	2307
- Hotels, Jugendherbergen usw.	374	312	321
Löschungen			
- Restaurants, Kantinen, Caterer	1851	1770	1817
- Hotels, Jugendherbergen usw.	292	280	258
Nettowachstum			
- Restaurants, Kantinen, Caterer	928	648	490
- Hotels, Jugendherbergen usw.	82	32	63

Quelle: Creditreform

Reklame

Zürich
Magglingen
8005 Zürich
Attraktiv
preiswert
unverwüchlich
Minigolf
Ob Familien, Vereine
oder Turnierprofi -
Minigolf
macht allen
Spass

GTSM
Aegerterstrasse 56
Tel.: 01 761 11 30 Fax: 01 761 17 48

«LUXUS & DESIGN» / Schweiz Tourismus lanciert die Themenroute

ST-Route mit «Global Noblesse»

«Luxus & Design», die erste Themenroute quer durch die Schweiz, ist gestern durch Schweiz Tourismus (ST) weltweit lanciert worden. Mit ihr, so heisst es in einer Medienmitteilung von ST, «macht sich Schweiz Tourismus das Prestige-Image des teuren Landes für einmal konsequent zunutzen». Laut ST-Direktor Jürg Schmid kommt es nicht von ungefähr, dass ST ausgerechnet «Luxus & Design» als erste Route ausgearbeitet hat. Das Thema sei hochaktuell, international und trendy, was auch die vielen Anfragen im Call-Center von Schweiz Tourismus bewiesen.

IDEENPOOL FÜR PAUSCHALGEBOTE

Die 72-seitige Broschüre zur Themenroute «Luxus & Design» wird weltweit in mehr als 25 Ländern für die exklusivsten Seiten der Schweiz werben und soll als Ideenpool für Pauschalangebote der örtlichen Tour-Operatoren dienen. Die Schweizer Landkarte mit der durchgezogenen Luxus & Design-Route neben der begründenden Einleitung von ST-Direktor Jürg Schmid zeigt ausser den Standortorten der benachbarten Flughäfen auch diejenigen von Swiss Deluxe Hotels. Die Route führt von Genf über Lausanne, Montreux-Vevy, Gstaad, Luzern und Zürich nach St. Moritz.

SILICON VALLEY DES GUTEN GESCHMACKS

Gestrichelte Abstecher auf der Landkarte leiten von Genf ins Watch Valley und von Zürich in die Oberaargauer Design-Stadt Langenthal und ihre von Fachleuten als «Silicon Valley des guten Geschmacks» gerühmte Region. ST-Direktor Schmid entbietet ein «herzliches Willkommen in der Schweiz des Designs, des Luxus, des städtischen Lifestyles à la Suisse und des alpinen Chics». Unter anderem lädt er ein: «Verbringen Sie ein paar Tage in den Schweizer Bergen, in St. Moritz oder Gstaad etwa, wo sich die «Global Noblesse» trifft.»

DISKUSSION UM ROUTENPLANUNG

Schweiz Tourismus hofft: «Für japanische Gäste ist es ein Katzenprung von St. Moritz aufs Jungfraujoch», so heisst es in einer Medienmitteilung zu «Luxus & Design». Maurus Lauber, Marketingleiter von Zürich Tourismus, stellt gegenüber der htr die Frage: «Wer wird von Genf über Langenthal nach St. Moritz reisen?» Er hätte es vorgezogen, wenn man die Schweiz als Ganzes unter das Label «Luxus & Design» gebracht hätte, und weder das Tessin noch Basel aussen vor gelassen wären. Roger Seifritz, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, betont, diese Diskussion sei geführt worden. Nur durch Routen werde die Schweiz thematisch entdeckbar. (Siehe die Statements im nebenstehenden Artikel.) KJV

Themenrouten sind ein Trend

«Wir haben auf kleinstem Raum eine ungeheure Vielfalt an touristischen Highlights», sagt Jürg Schmid, der Direktor von Schweiz Tourismus. «Das macht unser Land ausgesprochen attraktiv für so genannte Themenrouten, einen der ganz grossen Reisetrends.» Weitere Themenrouten von Schweiz Tourismus sind bereits in Vorbereitung, so beispielsweise zu den Themen «Gastronomie und Wein» (erscheint im Herbst 2003) und Kunst und Architektur (folgt 2004). KJV

«LUXUS & DESIGN» / Die Themenroute führt in der Deutschschweiz über die Highlights von St. Moritz, Zürich, Luzern und Gstaad. Die Tourismusverantwortlichen begrüssen den Impuls. KARL JOSEF VERDING

«Wir erwarten sehr viel davon»

Fotos: zgg



«VOM THEMA GENAU GETROFFEN»

Das Entrée des Carlton Hotels St. Moritz mit einer Statue von Giuliano Pedretti.

«Dieses Thema ist fällig»

Für Hanspeter Danuser, Direktor des Kur- und Verkehrsvereins St. Moritz, wäre das Routen-Thema Luxus und Design an diesem Ort «ohnehin fällig gewesen». Denn sein Zielpublikum ist genau getroffen: 28 Prozent der Hotelbetten von St. Moritz gehören zur Fünf-Sterne-Kategorie – fünf Luxus-hotels bedeuten eines pro 1000 Einwohner – und 35,5 Prozent der Betten gehören zur Erstklass-Kategorie der vier Sterne; das sind zusammen 63,5 Prozent.

St. Moritz füllt sechs Seiten in der Routen-Broschüre «Luxus & Design» von Schweiz Tourismus und hat selber soben einen Fact-Sheet «St. Moritz im Sommer: Stil, Luxus und Design»

herausgegeben. Es ist also ein Sommer-Thema in St. Moritz. Danuser will für diesen Themen-Kontext vom Mittelpunkt St. Moritz aus einen Radius bis zum Schweizer Nationalpark und dem Val Müstair und bis nach Bellagio am Comer See ziehen. Dort agiert Gianfranco Bucher, ein Spross der berühmten Obwaldner Luxushotelier-Familie, als Besitzer des legendären Grand Hotels Villa Serbelloni und als Präsident der Tourismusregion.

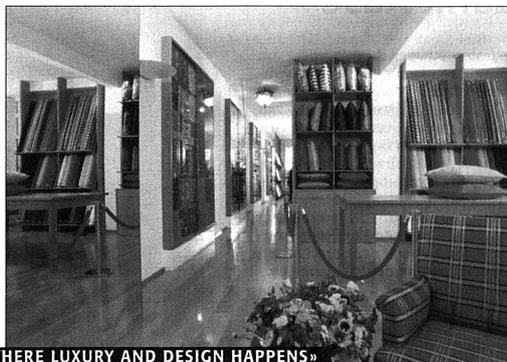
In St. Moritz selbst wird unter anderem die fertiggestellte Chesa Futura nach Entwurf des Architekten Sir Norman Foster ein Eyecatcher für die Design-Routentouristen sein.

«Vielseitige Aufbereitung»

Maurus Lauber, Marketingleiter von Zürich Tourismus, findet die Idee der Themenroute «Luxus & Design» gut, warnt aber davor, «das Teuer-Image der Schweiz zu unterstützen». Gerade Zürich sei dabei, sich auch in anderen Preis-Segmenten zu positionieren – nicht zuletzt aufgrund des Zuwachses der Hotelkapazität um 20 Prozent, namentlich in der Hotellerie mit ein, zwei und drei Sternen. «Luxus ist nicht mehr die kennzeichnende Image-Seite von Zürich.» Aber «wir erwarten sehr viel davon», sagt Lauber zur Themenroute «Luxus & Design». Grundsätzlich hätte er es bevorzugt, wenn die ganze Schweiz unter dieses einladende Vorzeichen gestellt worden

wäre: «Where Luxury and Design Happens». Dann hätten das Tessin und Basel, wie der Zürcher Marketingleiter solidarisch vermerkt, nicht draussen bleiben müssen. «Wer reist von Genf über Langenthal nach St. Moritz?», fragt Lauber. Eine Routen-Linie mache Sinn, wenn sie zugleich eine ziemlich direkte Zugverbindung darstelle.

Es überwiegt aber auch für Lauber das Positive an der neuen Themenroute – von der gemeinsamen Erarbeitung des Konzepts bis hin zur «vielseitigen Aufbereitung» mit einem Spektrum von den Uhren bis zu den Stoffen, von den passenden Berg-Resorts bis hin zur Lifestyle-Metro-pole.



«WHERE LUXURY AND DESIGN HAPPENS»

Shopping im Weltformat: Seidensalon «Fabric Frontline» in Zürich.



«ÜBERRASCHEND UND SPANNEND»

Heisses Glas-Design in Hergiswil: Rundgang in der Glashütte.

«Neue Wahrnehmung»

«Die Design-Vielfalt unserer Hotels widerspiegelt präzise die Vielfalt des kulturellen Angebotes, der Geschichte der Stadt Luzern und der Menschen, die darin leben», sagt Mario Lütolf, der Direktor der Luzern Tourismus AG. «Von höchstklassigen Konzerteihen wie Lucerne Festival bis hin zu zeitgenössischer Kunst, Sammlungen von Weltrang und Design von Architekturgrößen wie Jean Nouvel. Luzern zeigt eine Spur von «Italienità» nördlich der Alpen, zwangloses Shopping an besten Adressen und mit feinst-traditioneller Schweizer Handwerkskunst.» Lütolf lobt das Konzept von Schweiz Tourismus: «Wir sind mit der Konzeption der Themenroute «Luxus & Design» zu-

frieden und durften bereits im Vorfeld erster Diskussionen aktiv an deren Ausgestaltung partizipieren. Es war beruhigend zu erkennen, dass Schweiz Tourismus klare Vorstellungen von der Form und den Inhalten hatte.»

Was erwartet Lütolf für Luzern von dieser Themenroute? «Neue Wahrnehmungen, neue Aufmerksamkeit bei potenziellen Gästekreisen, die Erlebniswerte suchen und überrascht sind, Luzern von einer anderen Warte präsentiert zu bekommen. Es ist ein Baustein auf dem Weg zur Neupositionierung und eine Bestätigung der Tendenz, Luzern zunehmend als überraschend, spannend, vorwärtsgerichtet und dynamisch zu empfinden.»

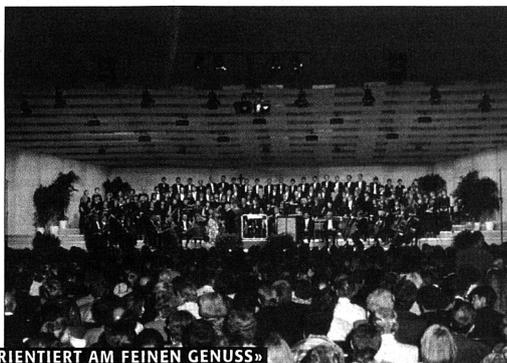
«Mehr Sommer-Bedeutung»

Roger Seifritz, der Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, erinnert sich an den Beizug der Tourismusdirektoren der Routen-Orte zur Konzeptarbeit an «Luxus & Design» vor etwa einem Jahr. Dort sei die Diskussion um eine durchgezogene Routen-Linie – oder ein Gesamtschweizer Tourismus-Marketing unter diesem Thema geführt worden. Seifritz begrüsst es, dass man sich für die Routenverbindung verschiedener Orte entschieden hat. Auf Routen sei die Schweiz thematisch am besten entdeckbar.

Zur «sehr guten Idee» der Route «Luxus & Design» trage Gstaad vor allem mit seinen hochklassigen Hotels, dem hochkarätigen Shopping in seiner

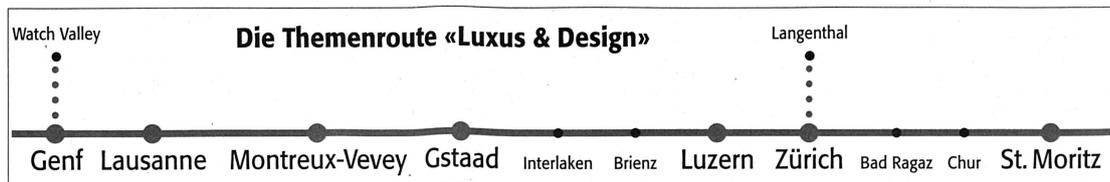
autofreien Flanierzone und dem letztlich neuerlich ergänzten Gourmet-Angebot in Top-Restaurants bei. Mit 120 Gault-Millau-Punkten sei Gstaad umgerechnet auf die Zahl seiner Hotelbetten Spitzenreiter. Als solcher bleibt Gstaad übrigens von einer anderen geplanten ST-Routenföhrung unberührt. Bei «Wine & Dine» wird es nicht dabei sein.

Die Themenroute «Luxus & Design» habe für den Gstaader Sommer mehr Bedeutung als für den Winter, betont Seifritz. Die Sommersaison sei hier bereits in feiner Weise genussorientiert – etwa durch das Menuhin-Festival –, während der Winter mehr aktivitätsorientiert sei.



«ORIENTIERT AM FEINEN GENUSS»

Das Menuhin Festival Gstaad und 120 Gault-Millau-Punkte am gleichen Ort.



SCHLUSSBILANZ / Diesmal war die Basler «Swissbau» eine Spezialmesse für Renovation, Ausbau, Bäder und Heizungen. Sie bot einen anschaulichen Überblick für die privaten und gewerblichen Bauherren und ihre Planer. **KARL JOSEF VERDING**

Messe bot den Überblick für Bauherren

«Wir sind mit dem Messerverlauf an der Swissbau 03 sehr zufrieden – die allgemeine Stimmung war sehr gut – hier haben wir diejenigen Kunden getroffen, die wir erwarteten. Die Qualität der Besucher war ausgezeichnet.» So fasst es Markus Bloch, vom Hersteller für Waschraum- und Küchengeräte V-Zug AG, zusammen.

Daniel Bruder, Leiter Dienstleistungen/Verkauf der Schenker Storen AG stellt fest: «Die Grundstimmung an der Swissbau 03 war allgemein sehr positiv – viele unserer Kunden befinden sich in einer Planungsphase – wir hoffen deshalb auf ein gutes Nachmessgeschäft.»

«WIR GEBEN SWISSBAU DIE NOTE «SEHR GUT»»

Ervino Filardi, Leiter Technik/Marketing der Buderus Heiztechnik AG urteilt und blickt voraus: «Wir geben der Swissbau 03 die Note «sehr gut» und waren rundum zufrieden. Wir freuen uns schon auf das nächste Jahr, denn die Hilsa 04 ist für uns ein Muss.» (Siehe Box.)

Messen sind Indikatoren für die Stimmung einer Branche und deren wirtschaftliche Perspektiven. Obwohl die Prognosen der Konjunkturforschungsinstitute für die Entwicklung der Bauwirtschaft eher negativ ausfallen, erfreute sich die Swissbau 03 eines sehr grossen Zustroms an Fachbesuchern sowie privaten, gewerblichen und institutionellen Bauherren.



ERNEUERUNG UND AUSBAU

Die «Swissbau 03» mit den Schwerpunkten Erneuerung und Ausbau hatte über 90 000 Besucher aus der ganzen Schweiz.

Die Sonderschau «energy-net.ch» wurde während der Swissbau zum Treffpunkt der Besucher, die sich zu den Themen rationelle Energienutzung, erneuerbare Energien und nach-

haltige Energieerzeugung informieren wollten. Die Spezialpräsentation «Leuchten» von Hans Kollhoff, Professor an der ETH, und den Mitarbeitern seines Lehrstuhls stiess bei den Besu-

chern auf grossen Anklang. Die Spezialpräsentation «Wood City», organisiert durch die Lignum (Schweizerische Holzwirtschaftskonferenz) informierte rund um das Bauen mit Holz –

viel Aufmerksamkeit erweckten dabei die technischen Neuheiten im Brandschutz, die zukünftig das Bauen von mehrgeschossigen Häusern aus Holz ermöglichen sollen. «Pro Naturstein» präsentierte auf eindrückliche Weise Bawerke und Gebäudebereiche aus Naturstein.

Nächste Basler Premiere: «Hilsa 04»

Die Haustechnik-Messe Hilsa 04 mit Schwerpunkten in den Bereichen Sanitär und Heizung wird vom 20. bis 23. Januar 2004 zum ersten Mal in den Hallen der Messe Basel stattfinden.

Die nächste Swissbau findet vom 25. bis 29. Januar 2005 statt. Ab diesem Termin wird die Swissbau wieder als integrale Baumesse mit den Themen Ausbau, Küchen, Bad, Sanitär, Haustechnik (Heizung-Lüftung-Klima-Kühlung), Rohbau, Tiefbau, Baumaterialien, Baustoffe, Baustelle, Werkhof und Planung im 2-Jahres-Rhythmus durchgeführt.

92 990 Besucher aus der ganzen Schweiz und dem angrenzenden Ausland hatte die Swissbau 03, die am 25. Januar 2003 ihre Tore schloss. Sie informierte sich über die neuesten Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Renovation, Ausbau, Bad, Sanitär, Küchen, Haustechnik und Planung. 1064 Aussteller präsentierten sich auf 55 000 m² Ausstellungsfläche. **KJV**

ANDREAS DORNBRACHT / Der Bäder-Spezialist leitet ein Familienunternehmen mit Jahresumsatz von 170 Millionen Franken, Exportanteil 55 Prozent. Seine Referenzen reichen vom «Baur au Lac» in Zürich bis zum «Peninsula» in Hong Kong. **INTERVIEW: KARL JOSEF VERDING**

«Design ist so wichtig wie der Hotel-Service»

■ Welche Trends zeichnen sich für die Bäder der Hotellerie ab?

Wir spüren ganz stark, dass die Bedeutung des Bades steigt, und dass sie von den Hoteliers anerkannt wird. Entsprechend werden die Investitionsbudgets für das Bad angehoben – oder es finden Umschichtungen zugunsten des Bades statt. Wir erkennen den Trend, dass im obersten Bereich der Hotellerie das Thema Wellness im Hotelbad, auf dem Zimmer, eine Rolle spielen wird. Dies bedeutet, dass der Gast, der die Intimität des Bades schätzt und nicht unbedingt in den für alle Gäste zugänglichen Wellness-Bereich gehen möchte, selber in seinem Hotelzimmer die Dampfdusche, das

Dampfbad oder den Whirlpool finden will.

■ Welchen Stellenwert hat Ihr Auftritt an der Swissbau-Messe?

Für uns ist die Swissbau die wichtigste Messe in der Schweiz. Wir sind froh, dass dies keine Sanitär-Messe ist, sondern eher eine Bau-Fachmesse. Für viele Segmente von Besuchern ist das interessanter, als wenn es nur um ein spezielles Thema gehen würde.

■ Welche Bedeutung hat für Sie der Schweizer Markt?

Er ist sehr wichtig für uns, weil wir hier eine überdurchschnittliche Kaufkraft feststellen.

■ Was charakterisiert für Sie den Hotelgast von heute?

Ich glaube, dass der Hotelgast heute sehr, sehr anspruchsvoll geworden ist, und zwar in allen Bereichen. Das geht vom Interior-Design bis hin zu den verschiedenen Service-Leistungen, die gesichert sein müssen.

«Geschäftsreisende, die noch viel Geld für ein Hotel ausgeben, orientieren sich am Design.»

■ Was bedeutet das für den Stil?

Wir erkennen eine Umschichtung im Bereich der internationalen Geschäftsreisenden. Die suchen nicht mehr den traditionellen Grand-Hotel-Charakter, sondern das elegant-moderne Luxushotel. Geschäftsreisende, die noch viel Geld für ein Hotel ausgeben, orientieren sich am Design. Es geht darum, ein leicht minimal-

istisch ausgeprägtes Design in das Bad hineinzubringen – mit edlen, aber kühleren Materialien, vielleicht kombiniert mit hellem Holz – aber eben nichts Schweres, nichts Ornamentales, so wie es hier und da noch in den Grand Hotels zu sehen ist.

■ Was sollte ein Hotelier anstellen, um nicht in der Woge der Wellness-Anlagen unterzugehen?

Wellness sollte nicht einfach funktional gesehen werden, sondern es sind viele ästhetische Gesichtspunkte zu berücksichtigen – zunächst eine hohe, abgestimmte Design-Qualität, denn sie trägt zu einem entsprechenden Ambiente bei. Um Wellness wirk-

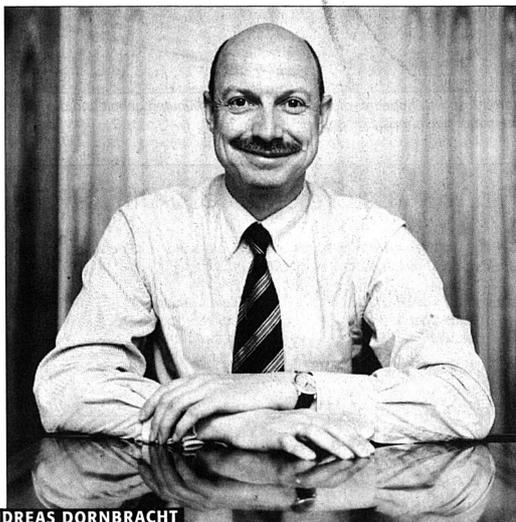
lich erlebnisfähig zu machen, braucht man eine ganzheitliche Gestaltung. Ich erlebe oft in Hotels, dass zu viel zusammengewürfelt worden ist. Es gibt noch viele Hotels, die sehr rustikal arbeiten. Oder eben zu ornamental.

■ Und das passt nicht zum anstrengenden Reiz mit nachfolgender Entspannung, wie ihn die Wellness-Anlagen anbieten?

Genau. Diese Rustikalität kann man mit Wellness gar nicht verbinden. Die kommt aus der Gemütlichkeits-Ecke. Man muss Wellness eher mit den Themen Entspannung, Meditation, Relaxen verbinden.

Siehe auch Seite 18

Foto: zvg

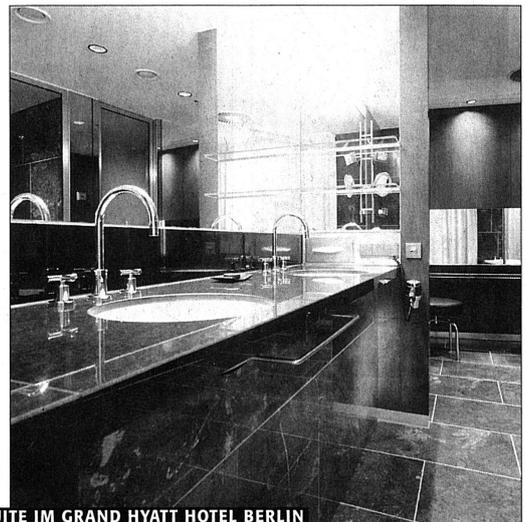


ANDREAS DORNBRACHT

Der Deutsche ist ein Favorit der Schweizer Fünf-Sterne-Hotellerie.

Bäder-Showroom

In der Schweiz kann man Dornbracht-Neuheiten anfassen und in bequemer Übersicht anschauen. Der Showroom der Sadorex Handels AG in Kappel im Kanton Solothurn zeigt sie, und zugleich die Armatur- und Accessoire-Linie Villeroy & Boch by Dornbracht, sowie die Waschtische und Badewannen der Water-and-Stone-Collection von Schubert und das Keramag-Programm mit abgestimmten Bad-Serien inklusive Befestigungssystem Keratix. **KJV**



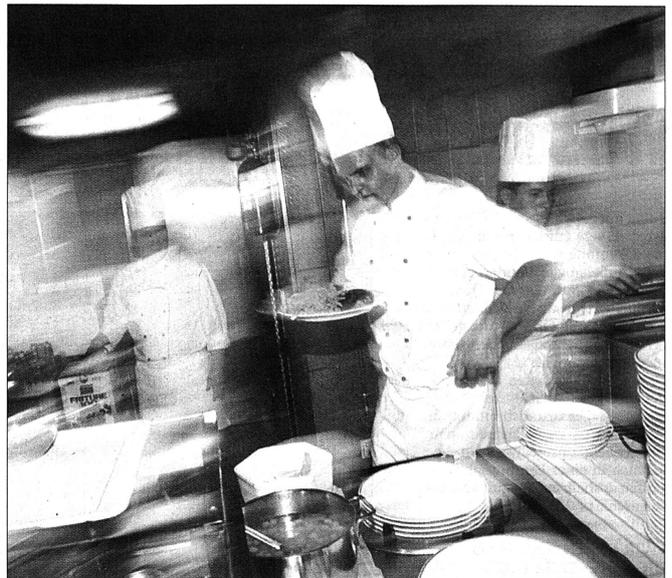
SUITE IM GRAND HYATT HOTEL BERLIN

Das «Hyatt»-Design des Zürchers Hannes Wettstein nutzt Armaturen von Dornbracht.

www.dornbracht.com; www.sadorex.ch



Arktische Temperaturen auf über 2000 m Höhe. Der Knuspermantel hält die SUPER-FRITES knusprig und warm.



Dank höherer Frittierleistung und grösserem Portionenvolumen sind die KADI SUPER-FRITES echte Problemlöser im hektischen Küchenbetrieb.

Die KADI SUPER-FRITES im Kältetest

Superknusprig dank exklusivem Knuspermantel, «mehr Genuss für den Gast», «die wohl knusprigsten und schmackhaftesten Pommes frites, die es heute auf dem Markt gibt» – das alles verspricht die KADI AG mit ihren neuen KADI SUPER-FRITES.

HALTEN DIESE VERSPRECHEN AUCH IN DER PRAXIS?

Die Berghauswirte zeigten sich nach einem ersten Test von den SUPER-FRITES bereits begeistert. Aber wir wollten es genau wissen und unterzogen die KADI SUPER-FRITES bei arktischen Temperaturen von -15° einem echten Härtestest in den Restaurants und auf den Sonnenterrassen der Alpenarena Flims/Laax.

Bis zu 20 000 Schneefans tummeln sich täglich in diesem weitläufigen Winterparadies. Zur Mittagszeit herrscht in den Bergrestaurants Hochbetrieb: Tausende hungrige Wintersportler wollen zur gleichen Zeit schnell und gut verpflegt werden.

Für den KADI SUPER-FRITES Härtestest genau das richtige Szenario. Überstehen die SUPER-FRITES die teilweise doch recht langen Wege von der Essensausgabe bis zum Platz auf der Sonnenterrasse in der gewünschten Qualität? Bleiben sie wirklich länger warm und knusprig?

Die «Testpersonen» zeigten sich von dieser neuen Pommes-frites-Qualität begeistert, überrascht und bestätigten ausnahmslos: «Wirklich super, in jeder Beziehung ein echter Genuss!»

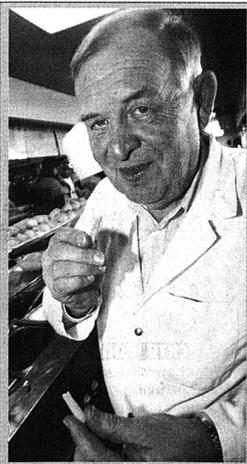


Längere Wartezeiten an der Kasse? Kein Problem, die SUPER-FRITES von KADI bleiben warm!

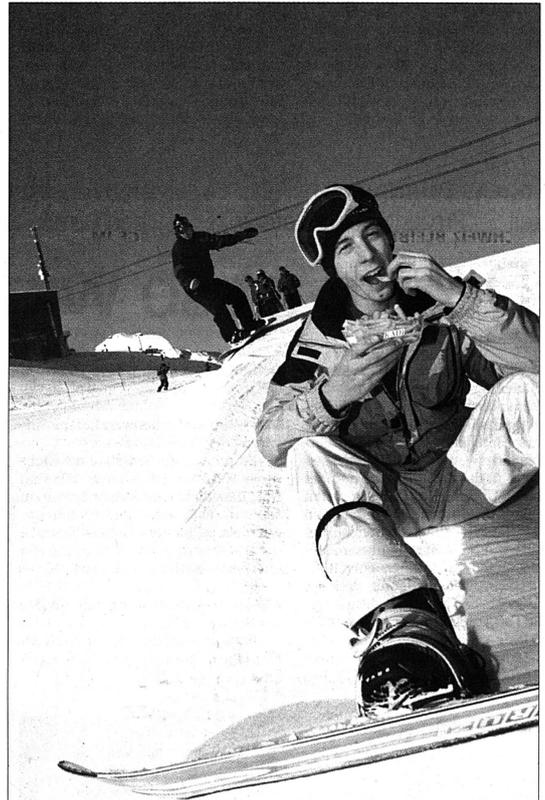
Gastronomen und Food-Service-Betriebe:

Testen Sie die KADI SUPER FRITES. Gratismuster können Sie bei Ihrem Depositar oder direkt unter www.kadi.ch anfordern.

KADI AG, Kühl- und Tiefkühlprodukte, CH-4901 Langenthal
Tel. +41 (0)62 916 05 00,
Fax +41 (0)62 916 06 80
info@kadi.ch, www.kadi.ch



Auch Dieter Kramer, seit 1981 Leiter Berghaus Nagens (Restaurant-/Terrassenplätze: 1500, bis zu 6300 Gäste pro Tag) ist überzeugt: «Die SUPER-FRITES hatten mich schon nach einem ersten Test in unserer Küche begeistert! Ein echter Genuss! Sie sind viel knuspriger als andere Pommes frites und bleiben tatsächlich länger warm.»



Andrea Just: «Ich habe mir diese Portion vor zehn Minuten geholt und die Fritten sind immer noch heiss. Echt super!»



David Just: «Voll fett, diese Fritten! Und schmecken auch krass!»



Léa Prêtre: «Diese Pommes sehen aber gut aus. Wow!, lecker sind sie auch.»



«So geile Pommes Frites haben wir noch nie gegessen, da wird man glatt zum Fritten-Vampir.»

Hier geniessen die Gäste KADI FRITES

Die Gastbetriebe der Alpenarena (20 000 Besucher zur Hochsaison täglich)
Direktor: Sandra Hönigsberg, www.alpenarena.ch

- Berghaus Cassons
- Berghaus Nagens
- Segneshütte
- Startgols
- Berghaus Nauraus
- Berghotel Crap Sogn Gion
- Tegja Curnius
- Tegja Lamags
- Restaurant Vorab
- Das Elephant
- Restaurant Plaur



MEIRINGEN / Kein eigener Fitnessraum? Vier Hoteliers lassen ihre Gäste im öffentlichen Fitnesscenter schwitzen. SEITE 11



PERSONALUNTERKUNFT / Wer dem Personal günstige und komfortable Zimmer bieten kann, hat Rekrutierungsvorteile. SEITE 13

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

DEUTSCHLAND / Reiseverkehrs-bilanz 2002

Weniger Reisen ins Ausland

Erstmals seit zwanzig Jahren gingen die Ausgaben der Deutschen für Auslandsreisen zurück und lagen im vergangenen Jahr mit 50,5 Milliarden Euro um rund 2,5 Prozent unter denen des Vorjahres (2001: 51,6 Mrd. Euro). Das zeigt die neue Studie der Dresdner Bank zur Reiseverkehrsbilanz Deutschlands.

Die Gründe für die reduzierte Reise- und Ausgabefreudigkeit der Deutschen liegen laut dem Geldinstitut im wenig günstigen konjunkturellen Umfeld. Die Talfahrt der internationalen Börsen verunsicherte zusätzlich und immer deutlicher zeichnete sich am deutschen Wirtschaftshimmel auch das Schreckgespenst steigender Arbeitslosigkeit ab. Hinzu kamen nach dem Anschlag auf Djerba im April neue Ängste vor Terrorakten, die zu anhaltender Flugangst führten.

Eine Verteuerung der Pauschalreisen liess so manchen Bundesbürger auf eine Buchung verzichten. Trotz Reduzierung der Kapazitäten musste die deutsche Reisebranche im vergangenen Jahr erstmals ein Minus bei Umsatz und Paxe hinnehmen.

SCHWEIZ BLEIBT AUF PLATZ VIER

Profitiert von der veränderten Ausgangssituation haben einige europäische Länder: So konnte Österreich erstmals nach mehreren Jahren wieder eine Steigerung der Zahl deutscher Übernachtungen und Einnahmen in Höhe von 5,5 Milliarden Euro melden und auch Italien konnte höhere Ausgaben deutscher Urlauber verbuchen. Zwar ging laut Aussagen des Italienischen Fremdenverkehrsbüros ENIT die Zahl der Ankünfte und der Übernachtungen deutscher Gäste leicht zurück, hingegen stiegen laut der Studie der Dresdner Bank deren Ausgaben auf 8,8 Milliarden Euro. Damit behauptete Italien auch im vergangenen Jahr seinen ersten Platz in der Beliebtheitskala deutscher Auslandsdestinationen. Zwar konnte Spanien seinen zweiten Platz verteidigen, jedoch gaben die deutschen Reisenden in 2002 dort insgesamt nur 7 Milliarden Euro aus (Studie 2001: 8 Mrd. Euro). Frankreich und die Schweiz konnten sich ebenfalls auf Platz vier und fünf der Hitparade deutscher Auslandsdestinationen behaupten und verbuchten 3,6 respektive 3,4 Milliarden Euro Einnahmen von deutschen Reisenden. Das bedeutet für beide Länder einen leichten Zuwachs gegenüber 2001 (Studie 2001: Frankreich 3,5 Mrd. Euro und die Schweiz 3,2 Mrd. Euro Einnahmen). HAS

BASEJUMPING / Die Schweiz – und das Lauterbrunnental im Besonderen – hat sich zum Treffpunkt für Basejumper entwickelt. Wie stellen sich Touristiker und Behörden zu dieser Entwicklung? SONJA STALDER

Auf Dialog statt Verbote setzen

Von Zurückhaltung bis zu deutlicher Skepsis: diese Reaktionen erntet, wer derzeit zum Thema «Basejumping» recherchiert. Der Medienrummel um den letzten Todessprung vor rund drei Wochen hat die Nerven bei Behörden, Touristikern und Basejumpers blank gelegt. Ein Schweizer Basejumper war an der Führenhochflueh in Engelberg tödlich verunfallt, was zu entsprechenden Schlagzeilen geführt hatte. Die betroffene Luftseilbahn Engelberg-Fürnental verkündete daraufhin, sie wolle in Zukunft keine Basejumper mehr transportieren. Dabei handelte es sich wohl in erster Linie um den Versuch, die Medienaufmerksamkeit abzuwenden. Denn Dorli Matter von der Luftseilbahn Engelberg-Fürnental weiss selbst: «Die Basejumper lassen sich optisch nicht von anderen Touristen unterscheiden. Ihr Fallschirm hat in einem normalen Rucksack Platz.» Bis heute hat das Bahnpersonal denn auch noch niemanden abgewiesen. Rechtlich ist die Situation eindeutig: Bergbahnen, die Basejumper transportieren, können bei einem Unfall nicht haftbar gemacht werden. Das bestätigt Felix Maurhofer, Pressesprecher von Seilbahnen Schweiz.

3000 SPRÜNGE IM LAUTERBRUNNENTAL

Die Engelberger Führenhochflueh ist nur eine von sehr vielen Sprungstellen, die es in der Schweiz gibt. «Noch bis vor kurzem war dieser Ort ein Insider-Tipp», sagt der Schweizer Basejumper Ueli Gegenschatz. Breit bekannt ist hingegen – neben der Walliser Staumauer Mauvoisin – die Region Lauterbrunnental im Berner Oberland. «Vor sechs Jahren war ich dort oben noch alleine, heute meide ich im Sommer das Gebiet, weil es mir dann zu viele Basejumper hat», stellt Gegenschatz fest. 3000 Sprünge pro Jahr: so laut die Schätzung für die Region. Klar, dass für diese Sprünge nicht die rund 20 Schweizer Basejumper alleine verantwortlich sind. Die Bekanntheit Lauterbrunnens reicht weit über die Landesgrenzen hinaus: «Am stärksten vertreten sind die Amerikaner, Skandinavier und Deutschen. Aber auch die Russen legen zu», weiss Gegenschatz.

Was aber macht die Region so attraktiv für die Basejumper? Gegenschatz: «Sie ist optisch sehr schön und bietet acht Spungstellen, die innerhalb von einer Stunde erreicht werden können.» Die ausländischen Basejumper besuchen Lauterbrunnental auf ihrer Europa-Tour und bleiben in der Regel drei, vier Tage. Somit sind diese Sportler längst zum touristischen Faktor geworden – über dessen Gewicht sich al-

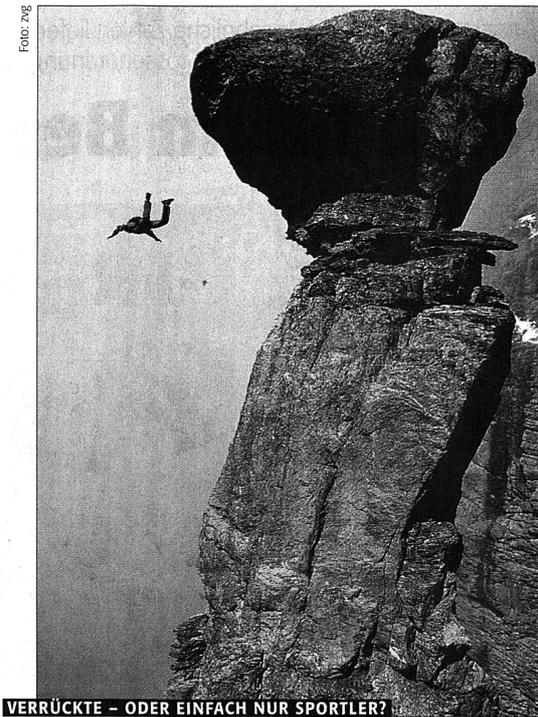


Foto: zig

VERRÜCKTE – ODER EINFACH NUR SPORTLER?

Der 32-jährige Schweizer Ueli Gegenschatz sprang im Juni 2000 als Erster vom «Pilz-Felsen» in der Eigernordwand. Die Bilder solch spektakulärer Basejumps stossen natürlich auch im Ausland auf Beachtung.

lerdings je nach Standpunkt streiten lässt.

NEUTRALE HALTUNG DER TOURISMUSORGANISATION

«Die Basejumper haben tourismuswirtschaftlich keine sehr grosse Bedeutung», sagt beispielsweise Jost Brunner, der Gemeindepräsident von Lauterbrunnental. Ferdinand Gertsch, dessen «Hörner-Bar» als Treffpunkt der Basejumper gilt, sieht dies naturgemäss etwas anders. In seinem kleinen Hotel gehen 25 bis 30 Prozent der Logiernächte auf das Konto der Basejumper. Er schätzt diese Gäste, weil sie – im Gegensatz zu anderen Besuchern – in der Regel gleich ein paar Nächte bleiben. Andere beliebte Übernachtungsorte sind laut Gegenschatz die Campingplätze in Lauterbrunnental und «Balmer's Herberge» in Interlaken.

Die Tourismusorganisation verhält sich gegenüber den Basejumpers weitgehend neutral. «Wir haben keine Push-Strategie, es gibt keine kommerziellen Angebote», sagt Peter Lehner, Direktor von der Wengen Mürren Lauterbrunnental Tourismus AG, und ergänzt:

«Wir beeinflussen das Kommen der Basejumper aber auch nicht negativ.»

VERBOT LIESSE SICH NICHT DURCHSETZEN

Dieses «Negativ-Beeinflussen» stand nach den tödlichen Unfällen, die es im letzten Jahr auch im Lauterbrunnental gab, durchaus zur Diskussion. In den Medien war damals von einem «Sprungverbot» die Rede. Weitmas die meisten Befragten sind allerdings der Meinung, dass sich ein solches Verbot kaum durchsetzen liesse, so etwa auch die Stiftung «Safety in Adventures». Die Betroffenen setzen deshalb auf den Dialog: Die Air-Glacier sind beispielsweise mit der Swiss Base Association (der Vereinigung der Schweizer Basejumper) im Kontakt, damit die Basejumper die bestehenden Vorschriften einhalten und jeweils eine Sprungerlaubnis einholen. «Die meisten Abprungpunkte befinden sich in den Anflugvolten der Helikopter-Basis in Lauterbrunnental», erklärt Beat Siegenthaler, Einsatzleiter bei Air-Glacier. Viele halten sich an die Regeln, einige nicht. Siegenthaler: «Es gibt immer wieder schwarze Schafe.»

BASEJUMPER WOLLEN INFOTAFELN PLATZIEREN

Ueli Gegenschatz von der Swiss Base Association möchte deshalb an den Sprungstellen Hinweistafeln aufstellen, um die Basejumper über die Verhaltensregeln zu informieren. Er will dafür das Gespräch mit der Gemeinde Lauterbrunnental suchen, die ihrerseits über «Einschränkungen auf freiwilliger Basis» diskutieren möchte, wie Gemeindepräsident Jost Brunner festhält.

Gegenschatz hofft, dass er die insgesamt sieben Tafeln bis im Frühling platzieren kann. Die Kritik, er mache damit andere Touristen neugierig, weist er von sich: «Die Sprungstellen befinden sich alle abseits der Wanderwege. Wer sie nicht kennt, findet sie nicht.»

Wer und was sind Basejumper?

Das Klischee ist bekannt: Basejumper sind junge und lebensmüde Ire, die sich von Gebäuden oder Felsvorsprüngen stürzen und erst im allerletzten Augenblick den Fallschirm öffnen. Die Realität sieht etwas anders aus. «Die Basejumper sind im Durchschnitt 30 bis 40 Jahre alt», sagt Ferdinand Gertsch, dessen «Hörner-Bar» in Lauterbrunnental ein Treffpunkt der Basejumper-Szene ist. Laut Ueli Gegenschatz haben sich «99 Prozent der Basejumper ihr Know-

how bei der Fallschirmspringerei geholt – so wie er selbst auch. Er weist darauf hin, dass Basejumping ein hohes Mass an Erfahrung und Körpergefühl erfordert. «Nur Einzelne gehen an die Grenze und öffnen den Fallschirm in letzter Sekunde.»

In der Schweiz gibt es keine Veranstalter, die Basejumping kommerziell anbieten. «Das wird auch so bleiben. Der Sport ist für Laien nicht anwendbar», sagt Gegenschatz. SST

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

noteljob

Ihr Ansprechpartner für Stellen in der Hotellerie und Gastronomie

hotellerie suisse

hoteljob, Schweizer Hotelier-Verein
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031/370 43 33, Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch, www.hoteljob.ch

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

hotellerie suisse

Beratung SHV

Ihr Partner für Organisations- und Küchenplanung

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

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

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

FORUM.CH

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

Complete Internet Solutions for Hotels & Restaurants

Weitere Fluggesellschaften

Flughafen Zürich. Die Fluggesellschaft Cirrus Airlines hat die Verbindung Leipzig/Halle-Zürich aufgenommen. Die Strecke wird jeweils am Nachmittag von Montag bis Freitag bedient. Eingesetzt wird eine Beech King-Air 200 mit neun Plätzen. Cirrus Airlines bietet ein Produkt für Business-Reisende an. Ab 1. Februar 2003 verbindet zudem neu die Air Berlin Berlin-Tegel mit Zürich, wie die Flughafenbetreiberin Unique mitteilt. **TRU**

INTERLAKEN / Destination für Rucksacktouristen Hostels und Adventure

An der Gründungsversammlung des neuen Vereins «Interlaken Hostels & Adventures» nahmen 19 Vertreter von Hostels (Budget-Hostels), Adventure- und Outdoorsport-Anbieter und Transportunternehmungen teil. Der neue Verein möchte Interlaken als Destination für junge Rucksacktouristen weitervermarkten. «Interlaken Hostels & Adventures» sieht seine Aufgaben als Ergänzung zu den Arbeiten, welche bereits von

der Tourismus-Organisation Interlaken (TOI) und vom Hotelier-Verein Interlaken geleistet werden. Die Zusammenarbeit mit diesen Organisationen wird angestrebt.

Laut Medienmitteilung bieten die Synergien der Adventure-Anbieter und der Budget-Unterkünfte eine hervorragende Ausgangslage für Vermarktung der Region Interlaken im Bereich der «jungen und aktiven» Gäste. **TRU**

MATTERHORN-GOTTHARD-BAHN / Neue Bahngesellschaft Schräglinien durchs Matterhorn

Vier Monate nach der Fusion der BVZ-Zermatt-Bahn und der Furka-Oberalp-Bahn (FO) wurde die neue Bahngesellschaft getauft: Matterhorn-Gotthard-Bahn. Die Namensgebung soll einen Kompromiss zwischen Marketingüberlegungen und regionalen Identitäten und Sensibilitäten darstellen. Das neue Logo zeigt ein stilisiertes Matterhorn, durch das sich feine Schräglinien ziehen. Sie sollen die Bewegung und die Berg-

und Fahrtwinde symbolisieren. Das Logo war aus 270 Vorschlägen des Personals ausgewählt worden. Bis alle 420 Fahrzeuge der neuen Gesellschaft eine einheitliche, noch zu definierende Farbe und den neuen Schriftzug aufweisen, dürfen laut «Walliser Bote» bis zu zehn Jahre verstreichen. Priorität beim etappenweisen «Facelifting» geniessen die Fahrzeuge des Personenverkehrs; in einer zweiten Phase sollen die Güter-

wagen umgespritzt werden. Der Ausbau der Marktführerschaft im öffentlichen Verkehr des Oberwallis ist ebenso ein strategisches Ziel der neuen Gesellschaft wie die massgebliche Mitgestaltung im Ursental und in der Surselva. In den nächsten sechs Jahren will die Matterhorn-Gotthard-Bahn rund 200 Millionen Franken investieren, und zwar namentlich in den Ausbau des Neat-Bahnhofes Visp. **TRU**

FESPO / Fast 70 000
Besucher an der Fespo Zürich

Vertrauen zurückgeben

69 464 Personen haben die diesjährige Ferienmesse Fespo in Zürich besucht, die am Sonntag ihre Tore schloss. Dies sind etwas mehr als im vergangenen Jahr, wie die Verantwortlichen der grössten Ferien-, Sport- und Freizeitmessen der Schweiz bekannt gaben. Rund 700 Ausstellende aus aller Welt zeigten in den Hallen der Messe Zürich auf rund 20 000 Quadratmetern ihre Angebote für Ferien und Freizeit. Gastland war die Türkei.

Die Besucher hätten sich während vier Tagen in Ferienstimmung versetzen lassen, teilten die Veranstalter mit. Die Messe hatte sich zum Ziel gesetzt, Ferieninteressierten das Vertrauen ins Reisen und in die Reisebranche zurückzugeben. Nachdem die politische Entwicklung seit Herbst 2001 die Reiselust des Publikums deutlich gedämpft hat, wollte die Messe nun Gegensteuer geben. Nach all den Tiefschlägen in der Tourismusbranche sei es darum gegangen, bei den Ferienhungerigen die Lust aufs Reisen wieder zu wecken.

WATCH VALLEY UND TESSINER ROUTEN

Im Bereich Schweiz konnten sich die Besucher unter anderem von der Vielseitigkeit des Tessins und von Produkten wie Wein, Kastanien und Heilkräuter inspirieren lassen, die man auf spezifischen Routen findet. Die Verkehrsvereine des Jurabogens präsentierten unter dem Dach des «Watch Valley» touristische Möglichkeiten, die auf der 200 Kilometer langen «Uhrmacherstrasse» zwischen Genf und Basel geboten werden. **TRU**

BÖRSENBAROMETER / Ansehnliche Zahlen liefert im Aktienbereich des Tourismussektors nur gerade die Hotelparte, die aber eine ideale Grössenordnung noch nicht erreicht hat. **WERNER LEIBACHER**

Noch kaum Besserung in Sicht

Die Aktienmärkte haben 2003 kaum besser begonnen, als sie das vergangene Jahr beendet haben. Wohl gab es an einzelnen Sitzungen Zug nach oben, speziell an der Wall Street. Doch jedesmal blieben die Anschlusskäufe aus; die Verunsicherung nahm sofort wieder zu. Speziell auf die allgemeine Stimmung gedrückt hat der weiter schwache Dollar, gab die US-Währung doch bis auf Fr. 1.36 nach.

In der Schweiz wurden die Klagen aus der Exportindustrie und aus dem Fremdenverkehr wieder lauter. Verschiedentlich wurde für eine Anbindung des Franks an den Euro plädiert, doch sind nur wenige bereit, dafür die Unabhängigkeit unserer Notenbank – und damit einer eigenen Geld- und Währungspolitik – aufzugeben. Schliesslich muss man auch sehen, dass es in puncto Zukunft des Euro (zum Beispiel die Ost-Erweiterung) einige Fragezeichen gibt.

Weiterhin zu reden geben die Airlines. In der Schweiz etwa ist der Kurs der Swiss erneut gestürzt: in den letzten 52 Wochen hat er sich fast gefünftelt. Immer lauter werden Bedenken, dass das jüngste Redimensionierungsprogramm nicht genügt und dass weitere Abbaumassnahmen beim Fluggerät und den Angestellten folgen müssten, um der Swiss das Überleben zu sichern.

Aber auch im Ausland verspüren die Airlines den rauen Gegenwind der Konjunktur. Dazu kommt – zum Beispiel in Europa – die immer härtere Konkurrenz auf den gut laufenden Strecken durch Billig-Airlines. Auch



MC DONALD'S, KÖNIZ BE
Der US-Konzern soll durch Neuerungen gepusht werden.

die Swiss lässt sich – von Genf aus – auf diesen fast ruinösen Wettbewerb mit der englischen Easy Jet ein. Ganz schlimm tönen die laufenden Ertragszahlen aus der US-Luftfahrtindustrie; die meisten Airlines-Aktien notieren nur noch zu Kursen unter 10 Dollar.

In der Schweiz sind die Mövenpick-Aktien erstmals seit langem unter 500 Franken gefallen. Pläne, sich vom Wein- und vom Glacegeschäft zu tren-

nen, die seit dem Herbst 2002 immer wieder kolportiert worden sind, haben sich noch nicht realisieren lassen. Dazu kommen Bedenken, dass die Restaurant-Sparte konjunkturbedingt nur ungenügende Resultate bringt. Ansehnliche Zahlen liefert nur gerade die Hotelparte, die aber eine ideale Grössenordnung noch nicht erreicht hat. Reine Hotelaktien wie Beau-Rivage oder Victoria-Jungfrau haben nur we-

nig nachgegeben. Das mag damit zusammenhängen, dass diese beiden Hotels weniger vom volatilen Massentourismus leben, sondern ihr Geschäft vor allem mit dem soliden Geschäftsverkehr pflegen.

ERSTMALS EINE «GEWINNWARUNG»

Auch in den USA haben sich die Hotel-Aktien im wenig günstigen Umfeld recht gut gehalten und kaum Terrain eingebüsst. Weiter nachgegeben haben dagegen McDonald's, nachdem der Konzern erstmals eine Gewinnwarnung bekannt geben musste. Es muss sich nun zeigen, ob eine optische Auffrischung der McDonald's-Filialen, eine geänderte Rezeptur und zum Teil neue Angebote wie Pizzas den Negativtrend zu kehren vermögen.

Themenspezifisches

In Ergänzung zum monatlich erscheinenden «Börsenbarometer» und zu den «Aktuellen Tourismuswerten», wie man sie auf dieser Seite vorfindet, bietet die htr neuerdings jeweils Ende März, Juni, September und Dezember ein themenspezifischer Artikel zum Aktiengeschäft. **Albert Lussi, Leiter des Bereichs «Nichtkotierte und Nebenwerte» bei der Luzerner Regiobank, wird dabei im Zusammenhang mit dem Aktiengeschäft ein Schwerpunktthema behandeln, wie Hotels und Wellness, Bahnen, Casinos, Autobahnraststätten.** **TRU**

KURZ UND BÜNDIG

Umsatzrends 2003. Das Tourismusjahr 2003 wird von der Gesamtbranche etwas weniger pessimistisch beurteilt als das vergangene Jahr. Positive Umsatzrends werden vorerst aber einzig im Beherbergungsgewerbe und bei den Bergbahnen erwartet, wie eine Umfrage der UBS zeigt. Bei den Reisebüros dürfte sich die Erholung bestenfalls im Jahr 2004 einstellen. Die Branche sieht sich laut «UBS Outlook Branchenspiegel» mit weitestens Überkapazitäten und sehr kurzfristigen Buchungen konfrontiert. **TRU**

«Chuenisbärgli – der Weltcupberg». Die Konzession der unrentablen Adelbodner Skiliftanlage Kuonisbärgli bzw. «Chuenisbärgli» läuft aus. Die Erneuerung der Konzession drängt sich auf, um die Austragung des Skiweltcups und die touristische Erschliessung gewährleisten zu können. Mehrere Szenarien stehen laut «Berne Zeitung» zur Diskussion. Diskutiert wird über eine 800 000 Franken kostende Minimallösung (Sanierung) und spätere Investitionen in höher gelegene schneesichere Anlagen einerseits und die Realisierung von millionenschweren Projekten in Form von Sesselbahnen andererseits. **TRU**

Aktuelle Tourismuswerte

BAHNEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Arosa Bergbahnen AG *	115	135		
Weisse Arena *	95	110		
Bergbahnen Disentis *		850		- 100
Bergbahnen Saanenland		5		
Bergbahnen Unterwasser *	330	375		- 125
BET Engelberg-Titlis *	590	625		- 10
Davos-Paradise AG *	420	450		
Diavolezza-Bahn AG	1625			+ 75
Furtschellas-Bahn AG *		80		- 20
Gondelbahn Grindelwald-Männlichen	120	150		
Hoch-Ybrig AG	18	21		- 2
Klosters-Madrisa Bergbahnen AG	60			
Lenzerheide Bergbahnen-Danis-Stätz AG		135		
LSB Andermatt-Gemsstock *	4	8		
LSB Celerina-Saluver *	325	375		
LSB Fiesch-Eggishorn AG *	350	425		- 25
LSB Klosters-Gotschnagrät-Paradise *	1050			
LSB Surlej-Silvaplana-Corvatsch AG		575		- 5
LSB Wangs-Pizol *		330		
LSB Wengen-Männlichen AG	90	100		
Metschbahnen AG		120		
Pilatus-Bahnen AG	375	425		
Rigi-Bahnen AG	2	2.40		- 0.50
Savognin Bergbahnen AG		110		
Säntis-Schwebbahnen AG	900	1000		
Schilthornbahn AG *	820	850		
Seilbahnen AG, Blatten-Belalp-Aletsch		250		
SGV Vierwaldstättersee Prior	80	100		
Sportbahnen Bellwald Goms AG		85		
Sportbahnen Pischas AG *		350		
Zürichsee-Fähre Horgen-Meilen	8800	9100		
Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft		105		

HOTELS/WellNESS

Bad Schinznach AG	810	845		- 10
Dolder Hotel AG		7800		
Hotel Celerina & Cresta Palace	450			
KHE Konferenzhotel Egerkingen AG	725			
Park Hotels Waldhaus AG		875		
Seiler Hotels Zermatt AG	650	700		+ 35
Kurhotel Weissbad AG	700	750		
Kurzentrum Rheinfelden Holding AG	200			
Thermalbäder & Grand-Hotels Bad Ragaz		8000		
Thermalbad Zurzach AG	520	545		

CASINOS

Casino Kursaal Interlaken AG	590	605		
Casino-Kursaal Montreux SA	630			
Kursaal Casino AG Luzern	260	290		- 20
Stadtcasino Baden AG	630	670		
Kongress & Kursaal Bern AG	275	290		- 25

AUTOBAHNRASTSTÄTTEN

Gotthard Raststätte N2	280	315		
Gestione Stalvedro SA	1900	2100		
Lurag Luzerner Raststätte	710	740		
Raststätte Rheintal AG	1950			
Raststätte Thurau AG	4175			

Schlussstand 20.01.03	74.55 Punkte
Schlussstand Vorperiode (23.12.2002)	75.25 Punkte
Extremstände 1993/2003	127.90/74.55

* = Index-Titel

Quelle: Luzerner Regiobank, Luzern

WEITERBILDUNG / Exkursionsleitung und Naturerlebnispädagogik

So schafft man Spass an der Natur

Das Bildungszentrum WWF mit Zentrale in Bern bietet zwei neue Weiterbildungs-Module für eine nachhaltige Entwicklung an. Motive für ihre Lancierung sind das UNO-Jahr der Berge (2002) und das UNO-Jahr des Wassers (2003). Das siebentägige Modul «Exkursionsleitung und nachhaltige Entwicklung» startet erstmals im April 2003 und führt ins Biosphärenreservat Entlebuch, ins Rosenloui im Berner Ober-

land und durch die Stadt Bern. Die Teilnehmer sollen lernen, Rundgänge, Touren, Exkursionen und Wanderungen mit Themen der nachhaltigen Entwicklung zu verknüpfen. Der Kurs wird mit einem Kompetenznachweis abgeschlossen und kostet 1200 Franken. Anmelde-schluss ist am 5. März 2003.

Das gleichfalls siebentägige Modul «Naturerlebnispädagogik im und am Wasser» startet Ende März 2003, findet an ver-

schiedenen Orten in der Schweiz statt und wird Ende August mit einem Kompetenznachweis abgeschlossen. Der Kurs über die Naturerlebnispädagogik beinhaltet wenig Theorie und viel Praxis. Spass an der Natur ist Mittelpunkt. Der Kurs kostet 1200 Franken (ohne Unterkunft). Anmelde-schluss ist am 25. Februar 2003. **KJV**

www.wwf.ch/bildungszentrum, E-Mail: wwfbildung@bluewin.ch

SMART CARD / Schweizer Smart-Card-Forum und Allgäuer Praxis-Beispiel

Tourismus spielt neue Karte aus

Die SmartCards sind eine Zugangs- und Zahlungstechnologie, die heute weltweites und schweizeitiges Interesse erregt. Beispiele aus dem Tourismus sind die bereits realisierte Engadin Card und die Clubcard der Alpenarena Flims/Laax/Falera. In der Schweiz gibt es für die Diskussion und Entwicklung der SmartCards sogar ein spezielles Forum mit eigener Website: www.smartcard-forum.ch. Das SmartCard-Forum

Schweiz ist eine Non-Profit-Organisation, die es sich zum Ziel gesetzt hat, eine branchen- und technologieneutrale Informations- und Koordinationsplattform zur Förderung von SmartCard-Lösungen in der Schweiz zu schaffen.

In der grenzüberschreitenden, deutsch-österreichischen Ferienregion Oberallgäu und Kleinwalsertal ist soeben die Allgäu-Walsertal-Card im Checkkartenformat eingeführt wor-

den. Diese berührungslos funktionierende SmartCard beinhaltet neben dem Leistungsspektrum der örtlichen Gästekarte auch das Ermässigungsprogramm der gesamten Ferienregion und Rabatte im Einzelhandel. Gäste können bei ihrem Gastgeber «Kaufpakete» auf die Allgäu-Walsertal-Karte aufbuchen lassen – zum Beispiel den Skipass oder ein Winterwanderpaket mit Bergbahnen und Eintritt ins Erlebnisbad. **KJV**

OFFENER BRIEF

Lieber Klaus Kobjoll ...

Zum Interview mit dem «Schindlerhof»-Hotelier Klaus Kobjoll (Htr 4/2003, Seite 12)

Mit grosser Freude lese ich immer wieder Ihre Texte, sei es in Interviews oder sei es in Ihren Büchern. So auch das Interview in der letzten Ausgabe der hotel + tourismus revue. Sie wissen vielleicht, dass ich der «Vater» des Qualitätsprogramms des



Schweizer Tourismus bin und ein Buch über «Qualitätsorientiertes Tourismus-Management» geschrieben habe. Gerne schicke ich Ihnen ein Gratis-Exemplar, falls Sie es wünschen. Darin gibt es auch einen kleinen Abschnitt über den «Qualitätsmarathon Schindlerhof». Ich schätze Ihre Arbeiten und Ihre Art, wie Sie Qualitätsbegeisterung weitergeben, sehr. Ich hätte Sie auch gerne einmal in meine Lehrveranstaltung an die Universität Bern eingeladen, um meine rund 160 Studierenden zu begeistern. Ich habe immer wieder gezögert, weil wir an den Universitäten keine vernünftigen Honorare zahlen können.

Im Htr-Interview wurden Sie auch zum Q des Schweizer Tourismus gefragt. Der Ausdruck «Moped-Führerschein» für das einfache Q gefällt mir nicht schlecht, obwohl er natürlich etwas despektierlich ist. Ich hoffe, Sie sind sich bewusst, dass wir mit den vier Instrumenten «Serviceketten», «Q-Profil», «Reklamationsmanagement» und «Aktionsplan» viele touristische Betriebe bereits in der ersten Stufe stark fördern bis überfordern. Mit der Bemerkung aber, dass die Q-Verantwortlichen ehrlich sein und sagen sollten, dass es sich nur um einen Einstieg ins Qualitätsmanagement handelt, hatte ich etwas Mühe. Ich bin zwar völlig Ihrer Meinung, doch haben wir das immer offen und ehrlich kommuniziert. Deshalb gibt es ja auch die drei Stufen des Qualitätsprogramms. Erst auf der dritten Stufe, die soeben ausgelöst wurde, wird eine ISO 9001:2000-Zertifizierung verlangt. Wir meinen aber, dass die Annäherung über die drei Stufen für die kleingewerbliche Tourismusbranche sachdienlicher ist als nur die Orientierung an einer ISO-Zertifizierung. Auch das Konzept in Baden-Württemberg, das ich ebenfalls begleitet habe, beschreitet diese drei Stufen.

Ich schreibe Ihnen all das, weil Sie mit Ihrer Ausstrahlung viel Einfluss nehmen können, was bezüglich Qualitätsmanagement im Tourismus zu tun ist. Und deshalb ist es wichtig, dass Sie gut informiert sind.

Hansruedi Müller, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Universität Bern

STV / In den nächsten zehn Jahren sollen neue Nationalparks mit «Umgebungszonen» und bis zu zehn Landschaftsparks entstehen. Der STV klagt über Unklarheiten im Gesetzesentwurf. **KARL JOSEF VERDING**

Unklarheiten im Park-Gesetzesentwurf alarmieren den Tourismus-Verband

In den nächsten zehn Jahren sollen in der Schweiz ein bis zwei neue Nationalparks mit «Umgebungszonen» (siehe Box) und sechs bis zehn Landschaftsparks entstehen. Die Vernehmlassung zum entsprechenden Gesetzesentwurf des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) wurde kürzlich abgeschlossen. Der zusammenfassende Bericht des Departements mit der Vorlage an den Gesamtbundesrat soll bis zum späten Frühling oder dem frühen Sommer fertig sein.

GEFAHR DURCH «UMGEBUNGSSZONEN»?

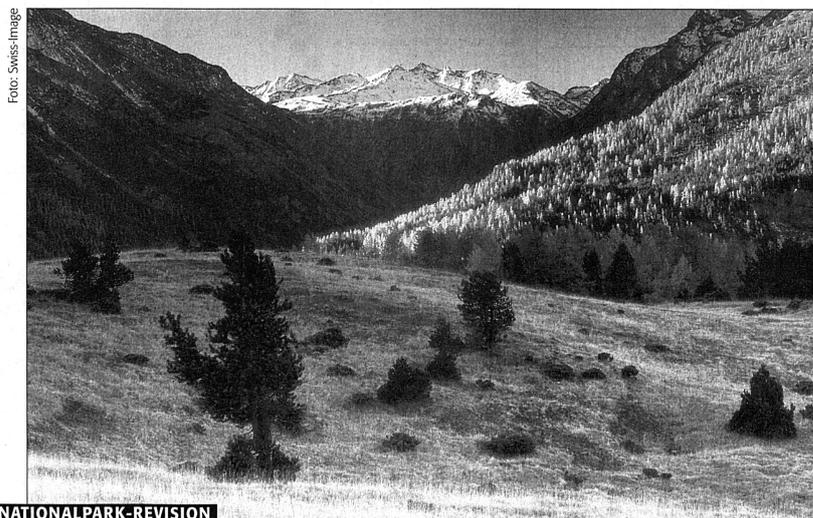
Die neue Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV), Judith Renner-Bach, klagt über Unklarheiten und Konzeptmängel der Gesetzesabsicht des UVEK, die sich zum Nachteil des Tourismus auswirken könnten:

– Es ist für die STV-Direktorin nicht klar geworden, was die «integrativen Parkprogramme» beinhalten sollen, die gemäss dem Entwurf «im Bereich des Ökotourismus und der Vermarktung qualifizierter Dienstleistungen und Produkte» geplant sind. Judith Renner-Bach: «Solange die Kriterien für die Schaffung und die Nutzung des neuen Parkprogramms nicht im Detail geklärt sind, werden wir den Verdacht nicht los, dass die integrative Absicht zu Ungunsten vieler bestehender touristischer Angebote umgesetzt werden soll.»

– Es seien «noch zahlreiche Fragen offen», stellt die STV-Direktorin fest. Unter anderem sei es auffällig, «dass die Zugänglichkeit für die Allgemeinheit, die im heutigen Nationalparkgesetz verlangt wird, mit der geplanten Revision des NHG nur noch beim lokalen Naturpark zu finden ist». Und betreffend die neuen Umgebungszonen bestehe die Gefahr, «dass zum Beispiel bestehende Seilbahnanlagen in Frage gestellt sind, ohne dass in dieser Vorlage Ausstiegsszenarien und ihre Auswirkungen auf die betroffenen Betriebe aufgezeigt werden.»

Die umstrittene «Umgebungszone»

Es geht um den Entwurf zur Teilrevision des Bundesgesetzes über den Natur- und Heimatschutz (NHG) betreffend Natur- und Landschaftsparks von nationaler Bedeutung. Die Mindestfläche der Kernzone eines Nationalparks beträgt demnach im Mittelland 50 km², im Jura 75 km² und in den Alpen 100 km². Die Umgebungszone soll der «Abschirmung der Naturprozesse in der Kernzone dienen und dreiviertel- bis anderthalbmal so gross werden wie die Kernzone. Sie darf, so will es der Entwurf, bestehende Kleinsiedlungen und einfache, der Landschaft eingepasste Infrastrukturanlagen enthalten. «Bestehende Beeinträchtigungen sind bei sich bietender Gelegenheit zu beseitigen.» **KJV**



NATIONALPARK-REVISION

Der bestehende Schweizer Nationalpark (Bild) und die neuen sollen gemäss dem Entwurf der Gesetzesrevision mit einer vorgelagerten «Umgebungszone» versehen werden.

– Als Konsequenz fordert Judith Renner-Bach, dass «der STV in die Umsetzung der geplanten Gesetzesrevision eingebunden wird. Nur in Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft können die ökotouristischen Kriterien diskutiert und definiert werden, so dass die Chancen der im Entwurf erwähnten Tourismusför-

derung effektiv genutzt werden können.» Der STV spreche sich trotz seiner Vorbehalte im Grundsatz für die Schaffung von Natur- und Landschaftsparks von nationaler Bedeutung aus, «da die Gesetzesrevision die Erhaltung von Natur und Landschaft zum Ziel hat».

«STURKTURREICHE KULTURLANDSCHAFTEN»

Ein weiterer Parktyp neben den Nationalparks sind im Gesetzesentwurf die mindestens 100 km² gros-

sen Landschaftsparks. Der dritte sind die stadtnahen Naturparks. Für die Landschaftsparks wird keine Zonierung wie bei den Nationalparks und den Naturparks verlangt. Die Parkträgerschaft müsse jedoch die überdurchschnittlichen Natur- und Landschaftsqualitäten im Parkgebiet nachweisen.

Die Trägerschaft sollte darlegen, wie die Region die hohe Qualität der natürlichen Lebensräume sowie der naturnahen und strukturreichen Kulturlandschaften erhält und aufwertet.

Politische Parteien nehmen Stellung

Die Vernehmlassung zur Revision des NHG ist jetzt abgeschlossen. Bis zum späten Frühling oder im Frühsommer soll der Bericht des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) dem Gesamtbundesrat vorliegen. Von links bis rechts stellen die politischen Parteien in ihren Stellungnahmen die Rollenverteilung zwischen Bund, Kantonen und Trägerschaften in Frage. Es sei unklar, was im Falle von Streitigkeiten zwischen den Akteuren geschehe, halten zum Beispiel die Sozialdemokraten fest.

Die Christdemokraten, welche die Revision vor allem dem Aspekt der Regionalpolitik betrachten und grundsätzlich begrüssen, befürchten eine Ausgabenspirale. Der Bundeshaushalt dürfe mit dieser Gesetzesre-

vision nicht beliebig belastet werden, meint die CVP.

Abgelehnt wird die Revision von der Schweizerischen Volkspartei (SVP). Das Natur- und Heimatschutzgesetz dürfe nicht noch weiter ausgedehnt werden. Die Notwendigkeit zur Schaffung von zwei neuen Parktypen sei nicht ersichtlich. Zudem behandle die Vorlage ökologische und ökonomische Aspekte nicht gleichberechtigt.

Auch die Freisinnigen wittern gemäss einer SDA-Meldung eine Bevorzugung ökologischer Interessen. Wirtschaftliche Überlegungen, und namentlich solche des Tourismus, seien in den Hintergrund gerückt. Vorrangiges Ziel sollte es gemäss der FDP sein, die touristische Attraktivität der Regionen zu steigern. **KJV/sda**

Nationales Label

Alle drei Parktypen sollen ein nationales «Parklabel» als Qualitätssiegel zu Marketingzwecken erhalten: Es werde für sie «je ein gesamtschweizerisches Label» geschaffen. Dieses werde «nur an Trägerschaften verliehen, deren Gebiete die Voraussetzungen für die Gewährung von Bundesbeiträgen erfüllen». Vergeben werden soll das Label auf der Basis von gesamtschweizerisch geltenden Anforderungen an Produzenten oder an Erbringer von Dienstleistungen. Professor Hansruedi Müller vom Berner Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus sieht die Wirkung eines Labels nach innen für oftmals noch wichtiger als die nach aussen an. Müller hat an einem Label-Konzept im Grossen Walsertal am Voralberg mitgewirkt; dort sei eine «gute Qualitätsdiskussion ausgelöst worden.» **KJV**

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

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Profitieren Sie von unseren Branchenkenntnissen!
Kauf & Verkauf von Hotelliegenschaften. Absolute Diskretion ist für uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

Pilatustrasse 3a & 5, CH-6003 Luzern
Fon +41 (0)41 220 2000, Fax +41 (0)41 220 2001
www.gsellundpartner.ch; info@gsellundpartner.ch

Gastbetrieb im Zürcher Oberland
Im Zürcher Naherholungsgebiet ist eine sehr geräumige 16-Zi-Villa zu verkaufen. Erhöhte, unverbaubare Lage an Dorfrand. Grosser Umschwung. Gute Voraussetzung für Restaurant oder Hotel (Erweiterung).
Auskünfte durch FES Immobilien AG, Wald, Telefon 055 246 11 94.
153749/421562

Für Raschentschlossene:
Zwischen Biel und La Chaux-de-Fonds, in Ortschaft mit 4000 Einwohnern zu verkaufen

Hotel-Restaurant-Café
sehr zentral an Hauptstrasse gelegen, Restaurant-Café 50 Plätze, Speisesaal 40 Plätze, sep. Saal und Stübeli 50 Plätze, 6 Hotelzimmer, 2 Wohnungen; aufgestauter Unterhalt.
Bezug per sofort oder nach Vereinbarung.
Auskunft unter Tel. 031 358 72 14
153929/990625

Mitten im historischen Dorfkern von Stans verkaufen wir

RESTAURANT-LIEGENSCHAFT
Traditionshaus mit Restaurant, Saal, Wirtwohnung, Carnotzet, Gartenrestaurant und Parkplätzen zusätzlich.

– Kleines Mehrfamilienhaus mit sieben 1- bis 2 1/2-Zimmer-Wohnungen
– Beste Bausubstanz, grosszügige Platzverhältnisse.
– Beste Voraussetzungen für kreative Fachleute.

Auskunft und Besichtigung bei:

CITY
IMMOBILIEN MANAGEMENT AG
CH-6052 Hergiswil, Tel. 041 632 40 80, Fax 041 632 40 75, www.city-immobilien.ch

Lago di Lugano
Wir verkaufen an bester Lage, direkt am See

Stilvolles *Hotel**
mit guter Rendite
Attraktives, ausbaufähiges Konzept – mit internationaler Stammklientel; 23 Doppelzimmern, Schwimmbad, Schiffsanlegestelle, 3 Restaurants und Personalhaus.
Informationen:
PLT Invest SARL,
Postfach, 8033 Zürich,
Telefon 01 361 11 25,
Fax 01 361 12 55,
E-Mail: em-orn.steiger@plt.ch
150398/247804

A1 – Murtensee!
Zu verkaufen mitten in historischer Altstadt, kleineres **Hotel / Restaurant**
Ganzjahresbetrieb mit attraktivem Saal- und Zimmerangebot. Auch als Seminar- und Bildungszentrum geeignet.
Verhandlungspreis Fr. 3 Mio.
Auskunft: 031 320 81 11
mario.pasqua@privera.ch

PRIVERA
GESCHÄFTSHÄUSER
IMMOBILIEN UND VERWALTUNGEN
Morbijoustrasse 68, 3001 Bern
www.privera.ch

Einwohnergemeinde Brienz
Strandbad
Die Einwohnergemeinde Brienz verpachtet das Strandbad Brienz, umfassend das Strandbadgelände inklusive Veloparkplatz sowie Restaurationsbetrieb mit ca. 40 Plätzen, Restaurant/Wintergarten und 40 Terrassenplätzen. Das Strandbad inkl. Badeaufsicht und der Restaurationsbetrieb sind jeweils in der Zeit vom 1. Mai bis 30. Oktober, 9.00 Uhr bis 19.00 Uhr offen zu halten.
Bewerbungen sind bis Freitag, 14. Februar 2003 einzureichen an: Strandbadkommission Brienz, Peter Zumburn (Natal 079 351 47 37), Kommissionspräsident, Lindenhofweg 14, 3855 Brienz.
Auf Anfrage wird vor der Bewerbungsfrist eine Besichtigung des Strandbades und die Erläuterung des Pachtvertrages ermöglicht.
Brienz, 17. Januar 2003
Der Gemeinderat
Strandbadkommission
153750/416573

Hotelierfamilie sucht gut erhaltene **Hotelliegenschaft**
ohne Investitionsbedarf in der Zentralschweiz.
Nur langfristige und nachhaltige Miete oder Pacht kommt in Frage. Trotz beschränkter finanzieller Mittel ist der spätere Kauf der Liegenschaft das Ziel.
Steckbrief unseres Idealbetriebes:
– Region Zentralschweiz
– kleiner F + B-Anteil
– Wellness-/Fitnessbereich
– spezielle Lage/Infrastruktur
– mindestens 80 Betten in ***Standard
– Gästegruppen: Familien, Seminare, Sportler
– polyvalente Räumlichkeiten.
Wir bringen mit:
25 Jahre Hotelerfahrung, Hotelfachschule, Unternehmensführungsseminar SHV/VDH, diverse Kaderstellen, Ausbildung im Tourismusmarketing, 10 Jahre Erfahrung als Direktor.
Angebote bitte unter Chiffre 153751, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.
153751/421563

Zu verkaufen in Neuseeland:
Restaurant mit Zimmern
Auf der Südninsel verkaufen wir unser Restaurant mit 24 Stizplätzen und 9 Zimmern. Schöne Lage mit Aussicht, Terrasse und extra Land. Guter Umsatz an 5 Tagen, 6.30 bis 9.30 Uhr. Ganzjahresbetrieb. Ideal für Ehepaar mit Kochkenntnissen oder Hotelfachschule. Preis ca. CHF. 332 500.–.
Anfragen über Umsatz, Gewinn, Ort oder Visa an: schrubie@tra.co.nz. oder www.strechrubie.co.nz.
153881/417028

Stadt Thun
Zur Führung unserer **Cafébar mit Gebäckbaker**
an der Burgstrasse 6, nahe Spital und Stadtzentrum suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft

Restaurant
Suche kleineres Restaurant zur selbstständigen Führung als Pächter oder Geschäftsführer. Mein Motto: Qualität vor Quantität, Freundlichkeit vor Überheblichkeit, wo Gastfreundschaft noch gross geschrieben wird.
Angebote unter Chiffre 153902, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.
153902/48798

Nähe Lugano (Basso Malcantone)
Bar/Restaurant
Sonnenterrasse, grosser Parkplatz, gute Lage.
Zu verkaufen oder vermieten
Verkaufspreis CHF 690 000.–
Nähere Auskunft erteilt:
Telefon 079 519 07 09
153935/421430

Zu pachten/kaufen gesucht kleineres **Hotel-Garni**
Region Vierwaldstättersee.
Informationen werden gerne entgegengenommen unter:
Telefon 079 222 37 04
153885/421599

Pächter
Erwünscht wird ein ehrliches, verantwortungsbewusstes Ehepaar oder Team mit **Fähigkeitsausweis**, welches Erfahrung in Kleinrestauration, Café- und Barbetrieb mit sich bringt. Cafébar und Gebäckbaker können auch separat vermietet werden.
Telefon: 033 222 22 36, 033 654 83 74,
Fax 033 222 22 39
153470/418702

AUS- UND WEITERBILDUNG

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
153472/990239

Kontakttag mit Fernsehkoch «Studi»
21. Februar 2003
hotelfachschule thun
soul, passion & system
Info und Anmeldung
www.hfthun.ch

BAZAR

Günstig zu verkaufen aus Restraurationsliquidation
Steamer, neuwertig, Neupreis Fr. 8500.–, jetzt Fr. 3000.–.
Neuwertige Fleisch-, Sphagetti- und Nudelmaschine. Tiefgefriertruhe.
Diverse massive Lamellenstühle und Tische. 8 Tiffany-Lampen.
Diverse Gartentische und -stühle.
Diverse andere Sachen.
Tel. (ab 15.30 Uhr) 01 242 22 39
153910/421628

Komplett eingerichtete **fahrbare Küche**
zu verkaufen. Geschirr, Stühle, Zelt für 120 Personen. Auch als Schnellimbiss geeignet. VP Fr. 65 000.–.
www.baumgartner.ch/redrose
Telefon 031 812 02 35
153721/421271

Sprachausbildung
an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Annamarie-Rolf Frischknecht, Tel 01/826 39 58
www.sprachausbildung.ch

IMMOBILIER

Acheter ou vendre un **hôtel ou restaurant?**
Visitez notre site:
http://come.to/azbinden
Bureau André Zbinden & Partenaires,
Grand Rue 4, 1095 Lutry,
Téléphone 021 791 36 36
153720/339946

A vendre une **calandre Electrolux**
Largeur: 180 cm
Diamètre: 30 cm
Circonférence: 70 cm
Très bon état
Prix: CHF 3000.–
Veuillez appeler M. Reynier
Téléphone 078 642 02 49
153936/99017

WWW.SWISSHOTELS.CH

SCHALTEN SIE IHR EIGENES FERIENANGEBOT IM INTERNET!
4 WOCHEN À FR. 99.–
INKL. MWST
ODER ZU GÜNSTIGEN ABO-PREISEN.

Last Minute CH
Cards

Schweizer Hotelier-Verein

NAME/VORNAME _____
HOTEL _____
STRASSE _____
PLZ/ORT _____
TELEFON _____
FAX _____

FÜR MEHR INFORMATIONEN AUSFÜLLEN UND EINSENDEN AN:
SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN, LAST MINUTE CH,
MONBIJOUSTRASSE 130, POSTFACH, 3001 BERN,
TELEFON 031 370 43 14 ODER ANJA.MISCHLER@SWISSHOTELS.CH

Spende Blut. Rette Leben.

GRAND HOTEL LOCARNO / Nun doch Eröffnung für die Saison 2003

Pächter übernimmt die Initiative

Das historische «Grand Hotel Locarno» wird nun doch zur Sommersaison 2003 wieder eröffnet. Nachdem das Casino-Projekt und der Umbau des Hauses in eine Luxusherberge gescheitert sind, öffnet das «Grand Hotel» in unverändertem Zustand und vorerst nur für dieses Jahr seine Pforten. Hotelier Urs Zimmermann hat aber nach eigenen Angaben Kontakte zu zwei deutschen Investoren, die am «Grand Hotel»

interessiert sind. Neben einem Kaufpreis zwischen 8 und 12 Millionen Franken müsste dieselbe Summe investiert werden, um das Haus auf Vier-Sterne-Niveau zu heben.

Ausschlaggebend für die provisorische Wiedereröffnung waren vor allem Anfragen des Filmfestivals von Locarno, aber auch von Seiten des indischen Regisseurs und Produzenten Rajiv Rai. Dieser will sich nach Ostern für drei Monate zusam-

men mit 60 bis 100 Personen im «Grand Hotel» einquartieren, um einen Film zu drehen. Zimmermann kann zudem von einer äusserst niedrigen Pacht für die Sommersaison profitieren.

Wegen der Unsicherheiten in Bezug auf das Grand Hotel hat sich das Ehepaar Zimmermann aber auch einen verlässlicheren Wert für die Zukunft gesichert und das bekannte Drei-Sterne-Hotel Della Valle in Brione s/Minusio erworben. GL

Park Hotel neu bei Relais & Châteaux

Weggis. Das «Park Hotel Weggis» ist neu Mitglied bei der Hotelgruppe Relais & Châteaux. Laut Pressemitteilung haben die «entspannte Atmosphäre», das «harmonische Design» sowie die «herausragende Gastronomie» zur Aufnahme in die Gruppe der Luxushotels geführt. Zu «Relais & Châteaux» gehören in der Schweiz 24 Häuser; das «Park Hotel Weggis» ist das einzige in der Zentralschweiz. SST

TOP HOTELS SCHWEIZ / Auf Expansionskurs

Acht neue Mitglieder

Acht Prozent mehr Umsatz pro Mitglied: das ist die Bilanz der Top International Hotels Schweiz für das Jahr 2002. Die Geschäftsführerin Eva Fischer führt dieses Ergebnis unter anderem auf die verstärkten Marketing-Aktivitäten zurück.

Die Verkaufs- und Marketingorganisation hat im letzten Jahr acht neue Mitglieder gewonnen und zählt nun insgesamt 70 Betriebe. Die Neumitglieder sind: «Aarau West»

(Aarau), «Engel» (Basel-Liestal), «La Pergola» (Bern), «Athmos» (La Chaux-de-Fonds), «Eiger» (Mürren), «Metropole» (Interlaken), «Kurhotel» und «Turmhotel» (beide Zurchau).

Neu können nicht nur die Tour-Operatoren, sondern auch die Top-Hotels-Gäste direkt via Internet buchen. Das System offeriert automatisch den jeweils bestmöglichen Preis für die gewünschte Aufenthaltsdauer. SST

MEIRINGEN / Die Gäste von vier Meiringer Hotels können vom Angebot des öffentlichen Fit- und Wellness-Centers im Dorf profitieren. Die Hoteliers sparen dadurch die Kosten für eigene und teure Wellness-Anlagen. ROBERT WILDI

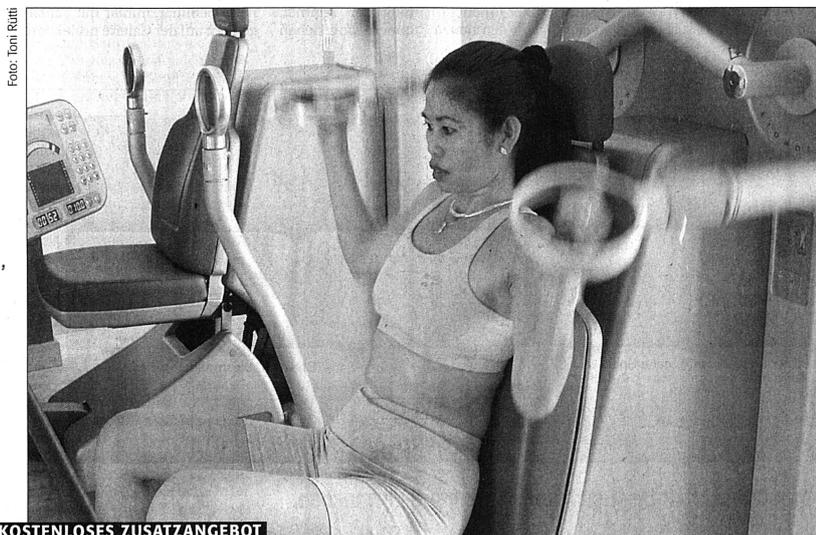
Fitness für Gäste und Portemonnaies

«Die Kundschaft aus den Hotels schätzt das Angebot in unserem Fitness-Center sehr», sagt Angela Paashuis. Die aus Holland stammende Geschäftsführerin ist seit vier Jahren in Meiringen und gewinnt der Zusammenarbeit mit den Hotels nur Positives ab. Das «Parkhotel du Sauvage» sowie die Hotels «Meiringen», «Victoria» und «Carina» offerieren ihren Gästen die kostenlose Benützung sämtlicher Einrichtungen des Fitnesscenters. Und dort wird einiges geboten. Neben einer Biosauna, finnischer Sauna und Dampfbad steht den Besuchern auch ein Fitnessraum mit modernen Geräten zur Verfügung. Im Angebot sind zudem Spinning und Aerobic.

«Wir verkaufen den vier Hotels übertragbare Jahres-Abonnemente zum Stückpreis von 1520 Franken», so Paashuis. Die Jahres-Mitgliedschaft für Kunden aus der Umgebung kostet lediglich 1040 Franken. Den Preisunterschied begründet die Geschäftsführerin damit, dass die Hotel-Abos von einer unbeschränkten Anzahl Personen genutzt werden können.

GÄSTE HONORIEREN ZUSATZANGEBOT

Trotz der etwas höheren Kosten machen sich die Synergien auch für die Hoteliers bezahlt. «Der Mehrwert, den wir mit diesem Zusatzangebot offerieren können, wird von unseren Gästen honoriert», freut sich Felix Tschan vom Hotel Meiringen. Der Direktor hat festgestellt, dass sich hin und wieder Gäste explizit aufgrund dieses Zusatzangebots für einen Aufenthalt in seinem Gasthaus entschieden haben. Die Attraktivität des Hotels sei dank den kostenlosen Fitness-Abos deutlich gewachsen. Im Nachhinein ist er froh, dass er nicht selbst in eine teure Well-



KOSTENLOSES ZUSATZANGEBOT

Die Gäste schätzen das kostenlose Fitness-Zusatzangebot, davon sind die vier Meiringer Hoteliers überzeugt.

Hoteliers träumen von gemeinsamer Wellnessanlage

Trotz der im Moment befriedigenden Lösung mit dem öffentlichen Fitnesscenter, schwebt einigen Meiringer Hoteliers für die mittelfristige Zukunft ein neues Projekt vor. «Ich glaube, dass die Kapazitäten der vorhandenen Anlage auf die Dauer nicht reichen», glaubt zum Beispiel Felix Tschan vom Hotel Meiringen. Für Familien sei das Center nicht geeignet, weil Kinder keinen Zutritt hätten, so der Direktor. Er träumt

von einer grossen und modernen Anlage mit Schwimmbad, Whirlpool, Massagedüsen, Kinderbecken sowie allen notwendigen Fitness- und Wellness-Einrichtungen. «Dieses Projekt müssten die Meiringer Hoteliers zusammen mit den Gemeindebehörden sowie den Gewerbetreibenden in Angriff nehmen», so Tschan. Der Nutzen für die Destination wäre gemäss dem Hotelier enorm, da eine solche Anlage auch eine Kund-

schaft aus den umliegenden Gemeinden nach Meiringen locken würde. In Gesprächen mit Hotelier-Kollegen habe er sich auch schon mit der konkreten Umsetzung dieses Projekts befasst. Für die Finanzierung wäre man allerdings auf die Hilfe von Sponsoren aus der Privatwirtschaft angewiesen. Dieser Punkt müsse zuerst geklärt werden, bevor man überhaupt einen Schritt weiter denken dürfe. ROW

ness-Anlage investiert hat. «Wir überlegten uns dies vor Jahren gründlich, allerdings wären die Kosten ins Unermessliche gestiegen», erinnert er sich. Vor sechs Jahren entschloss er sich deshalb zur Kooperation mit dem öffentlichen Fitnesscenter. Die Zusammenarbeit von rund 4500 Franken kann nach unseren Hotelgästen drei Eintrittskarten zur Verfügung stellen», so Tschan.

Auch für das «Parkhotel du Sauvage» ist eine eigene Wellnessanlage derzeit kein Thema. «Vor allem die Betriebskosten wären zu hoch», sagt Direktor Stefan Rössli. Die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Anlage hat sich über Jahre bewährt. «Für unsere Kunden stellt das Angebot einen Buchungsanreiz dar», so Rössli. Da im «Sauvage» viele Seminare und Tagungen stattfinden und deshalb oft grössere Gruppen ins Fitnesscenter gehen, wurde ein relativ grosses Kontingent an Jahres-Abonnements erstanden. Ein grosser Pluspunkt sei auch die geringe Distanz vom Hotel zum Fitnesscenter. «Mit Ausnahme des Hotels Carina, das im benachbarten Innerkirchli steht, befinden sich alle Häuser in unmittelbarer Umgebung unserer Anlage», bestätigt Angela Paashuis.

Einen direkten Zusammenhang zwischen Fitness-Angebot und Logiernächten hat Günter Koszinowski vom Hotel Carina für seinen Betrieb bislang nicht festgestellt. «Natürlich wird unser Hotel durch dieses neue Angebot für Gäste attraktiver», ist er aber überzeugt. Entsprechend regte sich auch die Nachfrage bei den Gästen. «Es kann schon vorkommen, dass an einem Tag zehn «Carina»-Besucher nach Meiringen ins Fitnesscenter möchten», so Koszinowski. Allerdings gestaffelt, denn «unsere Aufnahmekapazitäten sind nicht unbegrenzt», so Angela Paashuis.

KRITISCHE HOTELGRÖSSE / Kleine Familienbetriebe, die wachsen wollen, müssen dies gleich richtig tun, denn das Verharren in der Mitte kann die Existenz gefährden. Das zeigt eine österreichische Studie. FRED FETNER

Gefährdet sind Hotels mit 45 bis 90 Betten

Für den Kärntner Tourismusberater Manfred Kohl ist die «kritische Grösse» im Gastgewerbe klar definiert. Hotels von 45 bis 90 Betten sind als «mittlere Betriebe» besonders gefährdet. Die Grössenvorteile belegt eine Studie der österreichischen Hotel- und Tourismusbank. Österreichische Hotels unter 100 Betten schaffen nur 154 Auslastungstage. Betriebe ab 200 Betten aber deren 186. Noch drastischer das Verhältnis der Eigenkapitalausstattung: Bei den «Kleinen» ist sie negativ (-11%), bei den Bettenburgen positiv (+16%). Hotels mit 100 bis 200 Betten liegen exakt dazwischen.

Verständlich, wenn deshalb gerade bei jungen Wirtinnen der Zug zur Grösse drängend wird. «Der Druck auf die Be-

triebsgrösse ist der guten Ausbildung potenzieller Nachfolger zu verdanken», bestätigt Kohl und nennt ein Beispiel aus seiner Praxis. Ein junges Paar würde den Betrieb seiner Eltern gerne übernehmen, doch 70 000 Euro jährlich als Unternehmerlohn plus adäquater Verzinsung des eingesetzten Kapitals sollen dabei herauskommen. Mit einem in der Kohl-Formulierung «Papa-Mama-Betrieb» von rund 40 Betten ist das nicht zu machen. Diese Grösse entspricht exakt dem Durchschnitt aller österreichischen Hotels. Doch gerade der Ausbau um 30 Betten ist mit besonders hohen Kosten verbunden.

«Dann wird es schlimmer, weil Abteilungsleiter notwendig werden», sagt

Kohl. Nur eine ideale Konstellation, bei der Familienmitglieder zweier Generationen die Stabstellen selbst besetzen sowie die Bereitschaft zur mittelfristigen Selbstausbeutung mitbringen, kann hier helfen. «Abteilungsleiter haben es an sich, auch Mitarbeiter zu benötigen. Sonst sind sie ja keine Chefs», unkt Kohl. Die Optimierung des Mitarbeiterstabs ist aber nur ein Teil des Problems. Auch die Infrastruktur muss angepasst werden. Der Wellnessboom ist aktuell der stärkste Motor, in zusätzliche Bettenkapazitäten zu investieren.

Entscheidend sei dabei, eine familieninterne Strategie festzulegen. «Man darf nicht in diese mittlere Betriebsgrösse hineintaumeln, ohne Plä-

ne für eine baldige Erweiterung auf über 90 Betten zu haben», sagt Kohl. Der Drang zur Grösse ist sinnlos, wenn er nicht mit der persönlichen Lebensplanung übereinstimmt.

SCHRUMPFEN ODER WACHSEN

Für alle die «in der Mitte hängen», hat der Villacher Tourismusberater mehrere Lösungsvarianten anzubieten. Dabei ist auch das Schrumpfen eine Option. Andererseits sei es auch möglich in der «kritischen Grösse» von 45 bis 90 Betten erfolgreich zu wirtschaften. Eine Konzeptänderung (etwa auf ein Hotel Garni) kann dazu helfen. Zwei mögliche Auswege kön-

nen paarweise auftreten: Expandieren oder verkaufen. Während sich ein Gastwirt entschliesst den Betrieb abzugeben, kann der zukaufende Nachbar den Schritt aus der kritischen Grösse schaffen. Vorausgesetzt, die Synergien der Betriebe werden genutzt.

Der sechste Ausweg wurde in den vergangenen Jahren in zahlreichen Tourismusforen besonders gerne strapaziert: Kooperation. Zu häufig sei dabei der Ansatz in Marketingkooperationen gesucht worden, wo es auf anderen Sektoren leichter gegangen wäre. Kohls Studie bringt hier Gemeinschaftsküchen benachbarter Drei-Sterne-Hotels ins Spiel.

HOTEL SEEROSE / Das Hotel am Hallwilersee wird für 10 Millionen Franken um den Neubau «Elements» erweitert. Zusammen mit dem alten Gebäudeteil stehen ab Mitte Mai 2003 insgesamt 61 Zimmer und Suiten zur Verfügung. **TONI RÜTTI**

Neubau im Zeichen der vier Elemente

Das Drei-Sterne-Hotel «Seerose» in Meisterschwanden am Hallwilersee wird um den Neubau «Elements» ergänzt. Es entstehen 42 neue Zimmer und Turmsuiten. Das Zimmerangebot der «Seerose» wird somit von 19 auf 61 Zimmer erweitert. Zudem wird ein thailändisches Restaurant gebaut. Ferner entstehen Seminar- und Banketträumlichkeiten sowie ein Festsaal für 250 Personen mit angrenzendem «Winter-Lounge-Garten». In das Neubauprojekt werden rund 10 Mio. Franken investiert, wovon rund zwei Drittel als Bankkredite beigesteuert werden.

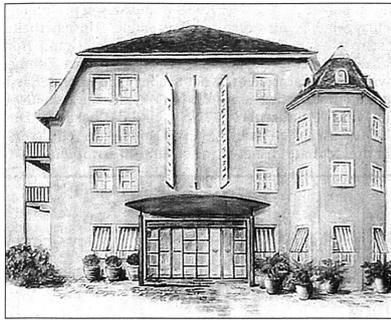
7 DER 40 NEUEN ZIMMER SPEZIELL FÜR FAMILIEN

Das Konzept «Elements» realisieren die Hotelbesitzer Felix und Rhéane Suhner in Zusammenarbeit mit Werner Leuenberger vom Architekturbüro W. + R. Leuenberger in Nebikon und der Innenarchitektin Lian Maria



DIE «SEEROSE» IM SEETAL

Im Hotelneubau entstehen neben einem 52 Personen fassenden Festsaal auch 61 neue Zimmer und Suiten.



Bauer, Thalwil. Die neuen modernen Gästezimmer lassen farblich auf die vier Elemente Feuer, Wasser, Erde und Luft schliessen. Das Thema zieht sich

durch die einzelnen Stockwerke und bestimmt das Ambiente und die jeweilige Inneneinrichtung der Zimmer. Von den neuen Zimmern sind sieben

speziell für Familien konzipiert. Vier Zimmer sind als so genannte Maisonnette-Seminarzimmer mit Schlafgelegenheit auf der Galerie projektiert. Die

drei Turmsuiten mit Balkon verfügen über einen Whirlpool mit Seesicht sowie Giebelfenster über dem Bett. Sämtliche Zimmer werden Vier-Sterne-Komfort mit Telefondirektwahl, Minibar und Safe bieten, einige von ihnen zusätzliche Business-Annehmlichkeiten wie Faxgerät und Laptop-Anschluss.

SEMINARE UND ANLÄSSE VERSCHIEDENSTER ART

Im Erdgeschoss werden das Thai-Restaurant «Samui Thai» mit 45 Plätzen sowie die Seminarräume eingerichtet. Insgesamt wird das Platzangebot im Seminar- und Bankettbereich auf neun Räume erweitert, wovon fünf beliebig unterteilt werden können. Der Festsaal hat eine Fläche von 255 m², kommt aber trotz dieser Grösse ohne Säulen aus. In der warmen Jahreszeit stehen das Selbstbedienungsrestaurant direkt am See sowie die Gartenpergola zur Verfügung. Ein Privatstrand und ein kleiner Hotelpark werden demnächst noch angelegt. Dort, wo jetzt noch eine Scheune steht, ist eine Fitness- und Wellnessanlage geplant.

Der vierte Stern für das Hotel wurde beantragt. Der Geschäftsführer Jörg Bruder hofft dringend, dass dem Antrag entsprochen wird.

«Hätte das Verwaltungsgericht 1999 nicht zu unseren Gunsten entschieden, wäre jetzt die Realisierung des Neubauprojektes nicht möglich gewesen», sagt Verwaltungsratspräsident Felix Suhner.

Facts and Figures zur «Seerose»

Der «Seerose»-Neubau «Elements» soll Mitte Mai 2003 in Betrieb genommen werden. Das Hotel bleibt während der ganzen Bauzeit geöffnet. Im Jahr 2002 erlangte das Hotel/Restaurant «Seerose» den «Wine Spectator Award» sowie die ISO 9001-Zertifizierung.

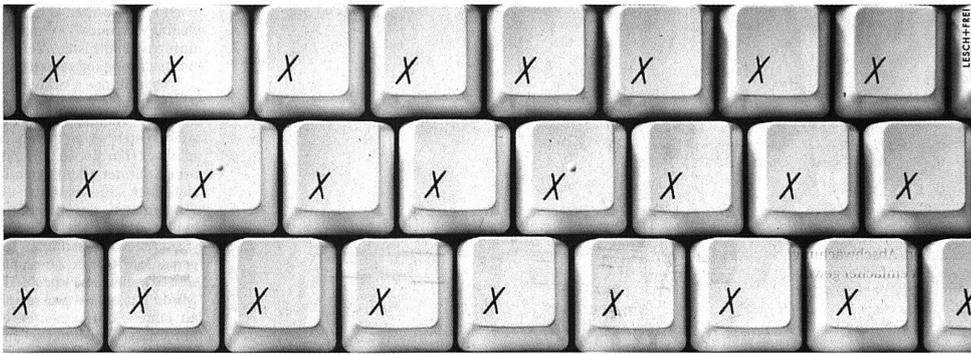
Der Personalbestand lag im Durchschnitt bei 55 Mitarbeitern (im Sommer bis zu 75 und im Winter rund 45). Ab Mai 2003 werden dank der 10-Millionen-Investition zusätzlich 20 Vollzeitstellen geschaffen. Geschäftsführer ist Jörg Bruder.

Der Umsatz liegt derzeit bei rund 6,5 Mio. Franken (10% Logement/Hotel, 90% F&B, Food & Beverage aufgeteilt in Restaurant, Gartenterrassen, Bankette, Seminare und Hotelbar). Felix und Rhéane Suhner sind die Besitzer der «Seerose». Er ist auch Verwaltungsratspräsident. Ebenfalls zur Firmengruppe von Felix Suhner gehören das Restaurant Mürset in Aarau sowie das Baselbieter Hotel Bad Bubendorf mit 29 Hotelzimmern im Landgasthofstil. **TRU**

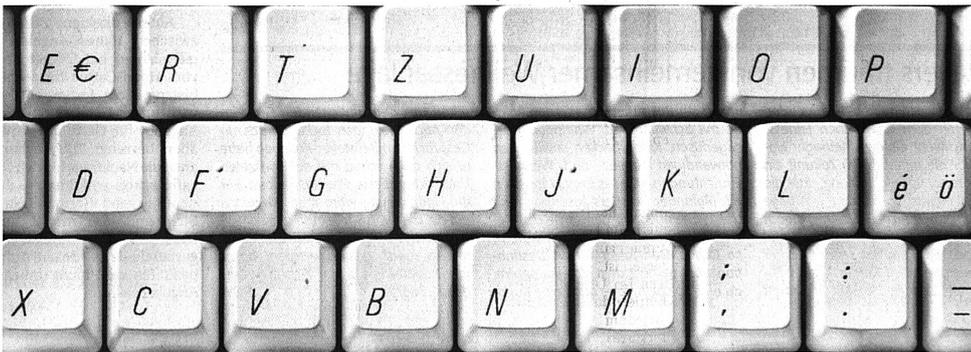
KURZ UND BÜNDIG

Logiernächte Graubünden. Die Baisse im vergangenen Sommer und Herbst bei den Logiernächten in Graubünden konnte durch einen guten Start in die Wintersaison 2002/2003 gestoppt werden: Allein im November liess sich bei den Logiernächten im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 19,6 Prozent realisieren. Graubündens Ferien führt diese Verbesserung vor allem auf die guten Pisten- und Schneeverhältnisse im ganzen Kanton und – im Vergleich zum Vorjahr – namentlich im Engadin zurück. Als weiterer positiver Faktor werden die Schweizer Gäste aufgeführt (69 634 Logiernächte, +24,8%). Ausgewählte Wintersportorte Graubündens erzielten im November 2002 68 528 Logiernächte gegenüber 56 021 im Vorjahr. Im ganzen Kanton wurden im November 86 223 Übernachtungen registriert gegenüber 72 496 im November 2001. **TRU**

Anzeige



Ihre Kundschaft lässt sich kein X für ein U vormachen.



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

Erwachsene Raucherinnen und Raucher geben nicht nur mehr, sondern auch öfter Geld bei Ihnen aus. Und dies nicht etwa nur für Zigaretten, sondern oft auch für Zeitschriften, Schokolade, Kaugummi und all die anderen Dinge, die den Alltag verschönern. Sobald diese Kunden ihre Zigarettenmarke nicht mehr bei Ihnen vorfinden, verlieren Sie weit mehr als nur den damit erzielten Umsatz – nämlich 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

Art. 10 Tab/0Tab

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

«Simplon Kulm» bekommt Wohnungen

Brig. Das ehemalige Hotel «Bellevue Simplon Kulm» soll umgenutzt und mit Wohnungen versehen werden. Während die eine Hälfte des Hotels als Hoteltrakt bestehen bleiben soll, werden in der anderen Hälfte Wohnungen entstehen. Das Hotel, welches in den Händen der UBS ist, wurde renoviert und von der Bank mit dem neuen Nutzungskonzept versehen. Bereits soll es ein Dutzend interessierte Wohnungskäufer geben. *MG*

GSTAAD / Brand im Hotel «Bellerive»

Alle Gäste gerettet

Der Brand im Hotel Bellerive in Gstaad wurde am vergangenen Sonntagmorgen gegen 6.30 Uhr entdeckt. Wie die Polizei mitteilte, waren zu diesem Zeitpunkt mehrere Gäste und Angestellte im Hotel, die sich aber alle in Sicherheit bringen konnten. Zwei Personen wurden leicht verletzt und mussten ins Spital gebracht werden. 23 weitere Personen wurden im Spital wegen Verdachts auf Rauchvergiftung untersucht.

Die Brandursache ist eine Matratze, die beim Rauchen ins Glimmen kam. Der Glimmbrand wurde – vermeintlich – gelöscht und die Matratze hinter das Haus geworfen. Der in der Matratze schwelende Glimmbrand vergrösserte sich und entzündete die umliegenden Abfälle. Durch die Hitze öffneten sich die Sicherheitsventile von fünf Gasflaschen. Es kam zu einem sich explosionsartigen Ausbreiten des Feuers. *MG/sda*

Wohnungsbau im «Belvédère» St. Moritz

Sanierungsfall. Die 6000 Quadratmeter des Vier-Sterne-Hauses Belvédère in St. Moritz sollen zu Eigentumswohnungen umgenutzt werden. Dies sei einer vor dem «Belvédère» aufgestellten Reklamewand zu entnehmen, schreibt die «Engadiner Post». Das Haus gilt als Sanierungsfall in Millionenhöhe, für dessen Finanzierung kam jemand zu finden ist. Mit dem Umbau würde der Kurort 118 Hotelbetten verlieren. *MG*

ST. GALLEN / Rückgang der Logiernächte

Europagäste fehlen

Die Logiernächte in der Region St. Gallen-Bodensee gingen um 5,4 Prozent auf rund 220 000 zurück. Die Stadt St. Gallen verzeichnete 136 000 Logiernächte. Der Rückgang war hier mit 2,3 Prozent kleiner als in den übrigen Schweizer Städten. Laut Astrid Nakhostin, Marketingleiterin bei St. Gallen-Bodensee Tourismus kamen weniger Touristen aus Deutschland und Italien (je –10%). Dafür blieben die Gäste aus den USA

länger in der Region: Ihre Übernachtungen nahmen um 9 Prozent zu. Mehr Touristen kamen aus Asien: Hier resultierte ein Logiernächte-Plus von 22 Prozent. 23 Kongresse wurden im vergangenen Jahr akquiriert und abgewickelt. Sie brachten den Hotels der Region rund 5000 Übernachtungen. Das neue Gasttaxenreglement verpflichtet seit diesem Jahr alle Hotels zur Entrichtung von Taxen. *MG/sda*

GRINDELWALD / Hansruedi Müller hat versucht, im Projekt Führenmatte eine Brücke zu bauen

«Den Ton wiedergefunden»

Das Grindelwaldner Projekt Führenmatte, das nebst einem Luxus- und einem Backpackerhotel Luxuswohnungen und verschiedene Geschäfte – unter anderem einen Grossverteiler – vorsieht, spaltet den Ferienort. Die einen unterstützen das Projekt, hinter dem der Grindelwaldner Hotelier Otto Hauser (Hotel Schweizerhof) und der Baukonzern Batigroup stehen, die anderen bekämpfen es, unter anderem, weil ihnen der geplante Bau optisch nicht gefällt oder sie sich möglicherweise konkurrenzieren fühlen.

Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern, hat an einer Veranstaltung in Grindelwald versucht, eine Brücke über den Graben zu schlagen und wieder eine Gesprächskultur zu ermöglichen. Das scheint ihm gelungen: «Wir haben den Ton wieder gefunden», fasst er zusammen. So sieht es auch der Grindelwaldner Tourismusdirektor Joe Luggen: «Es war ein sehr guter Anlass, er war informativ und sachlich. Ich bin überzeugt, dass die Kommunikation im Ort jetzt besser wird.»

600 Leute waren am Informationsanlass anwesend, dreieinhalb Stunden hat er gedauert. «Es standen viele Fragen im Raum», so Müller, einige seien aus juristischer Sicht ungeklärt geblieben. «Lösungen» seien in Sicht, sagt Luggen, obwohl noch kein Konsens gefunden worden sei. Die Bauherren hätten jetzt wohl auch gemerkt, dass es die Interessen der Bevölkerung zu berücksichtigen gelte.

Müller ist schon mehrmals für eine Moderation dieser Art geholt worden. Bei der Ski-WM in St. Moritz beispielsweise. Allerdings sei noch kein Anlass so brisant und so gross gewesen wie jener in Grindelwald.

AUS DEM VIER- WIRD EIN FÜNF-STERNE-HOTEL

Das Vörhaben Führenmatte ist äusserst komplex. 1997 hatte die Führenmatte AG das Areal gekauft, das gleich an das «Schweizerhof»-Areal angrenzt. Finanziert worden ist es von dem Paraplegikerarzt Guido Zäch. Gegen ihn wurde dann eine Anzeige eingereicht, wegen Missbrauch von Spendegebern in eine Hotelanlage im Hochpreissegment. Die Schweizerhof AG und die Batigroup traten dann im Herbst 2000 als neue Investoren auf und gründeten das Swiss Alp Resort und bezogen das «Schweizerhof»-Areal in das Projekt mit ein. Das Vier-Sterne-Hotel Schweizerhof soll zu einem Fünf-Sterne-Hotel mit 140 Betten ausgebaut werden und eine Wellnessanlage erhalten.

Für die Touristiker wie etwa Joe Luggen ist ein solches «einmaliges Projekt für Grindelwald sehr wichtig.» *CK*

PERSONALUNTERKÜNFTE / In Personalhäusern zu wohnen, ist wegen der steigenden Lebenskosten wieder aktuell. Wer günstige Wohnmöglichkeiten bieten kann, hat Rekrutierungsvorteile. FRANZISKA RICHARD

Mitarbeiter wollen günstig wohnen

«Ganz sicher sind wir nie, ob die neuen Mitarbeiter ihre Stelle termingerech und überhaupt antreten», meint Stéphane Desprez, Personalchef des Hotels L'Angleterre in Genf. Eine Vertragsverletzung liegt dabei aber kaum vor: Keine Unterkunft, lautet der entscheidbare Grund. So krass wie in Genf drückt sich das Unterkunftsproblem in anderen Regionen der Schweiz nicht aus. Doch der Zusammenhang zwischen erfolgreicher Personalrekrutierung und dem Unterkunftsangebot eines Hotels zeigt sich auch andernorts und ist nicht ohne Aktualität.

PERSONALVERKNÄPPUNG TROTZ OFFENER GRENZEN

Trotz Freizügigkeitsabkommen und konjunktureller Abschwächung ist es für Hotels nicht einfacher geworden, qualifizierte Mitarbeiter zu finden, so die Arbeitsmarkteinschätzung von Gianni Valeri, Filialleiter Adecco Hotel & Event Zürich. Das liege auch daran, dass die Arbeitgeber aufgrund steigender Qualitätsansprüche der Gäste selektiver geworden seien. Gleichzeitig sei die Nachfrage aus dem EU-Raum kaum gestiegen. Valeri begründet dies unter anderem mit den hohen Lebenskosten in der Schweiz, deren sich gerade Mitarbeiter aus den klassischen Einwanderungsländern wie Spanien und Portugal mittlerweile bewusst seien. «Wenn unter dem Strich nicht wesentlich mehr übrig bleibt, bleiben sie lieber zuhause bei ihren Familien.»

Der Bedeutung der Unterkunft ist sich auch Simona Affentranger, Chefin Human Resources im Hotel Saratz bewusst: «Unsere Mitarbeiter sind auf günstige Unterkünfte angewiesen.» Deshalb hat das Hotel vor einigen Jahren zusätzlich zu den bestehenden, hoteleigenen 27 Personalzimmern eine Liegenschaft mit 14 Personalzimmern erworben.

KONKURRIEREN MIT DEM FERIENGAST

Zwar gebe es den Saisonierern auf dem Papier nicht mehr, meint Simona Affentranger, doch an den Beweggründen, in die Schweiz arbeiten zu kommen, habe sich nichts geändert: intensive Arbeit bei möglichst geringen Lebenskosten. Das ist bei den moderat angesetzten LGAV-Ansätzen von 10 Franken pro Tag für die Unterkunft (Strom, Heizung, Bettwäsche inbegriffen) und 20 Franken pro Tag für Essen und Getränke tatsächlich möglich. Der tiefe Logement-Ansatz von 300 Franken darf als Mindestansatz zwar überschritten werden, was in der Praxis kaum oder nur in geringem Masse geschieht. Kann der Betrieb dem Mitarbeiter solche Unterkünfte nicht bieten, steht dieser auf dem Wohnungsmarkt in Konkurrenz mit dem Feriengast: Im Unterengadin sind für Studios Preise bis 1000 Franken gang und gäbe, wenn sie überhaupt auffindbar sind. «Gerade dieses Jahr hat sich mit der WM die Situation noch ver-



PERSONALHAUS DES HOTELS «LE VIEUX MANOIR» IN MURTEN

Mitarbeiter ziehen heutzutage eher wieder das günstigere Wohnen im Personalhaus dem teureren Wohnen in einer Wohnung vor.

schärft», so Simona Affentranger, die bei 85 Mitarbeitern und 41 eigenen Zimmern noch immer auf externe Unterkünfte angewiesen ist. «Bei den hohen Bodenpreisen im Unterengadin finanziert der Betrieb das Logement der Mitarbeiter in jedem Fall mit, auch bei interner Unterkunft», sagt Direktor Adrian Stalder. So hat beim Entscheid, die Wäschereinigung ausserhalb des Betriebes durchzuführen, auch dieser Aspekt mitgespielt.

GEWÜNSCHT SIND KOMFORTZIMMER

Das Logementproblem ist auch anderen bekannt. Viele Hotels haben in den vergangenen Jahren ihre Kapazität

im Hotelbereich erhöht, ohne bei den Personalunterkünften nachzuziehen. Mit den geringen Einkünften von gerade 300 Franken pro Person stehen denn auch die nötigen Mittel nicht zur Verfügung, um neue Zimmer zu bauen oder die bestehenden heutigen Komfortansprüche anzupassen. Ein Teufelskreis: Noch vor wenigen Jahren, in konjunkturell guten Zeiten, zogen die Mitarbeiter externe, wenn auch etwas teurere Unterkünfte den berechtigten «Besenkammern» vor. Heute wollen sie aus Kostengründen wieder zurück ins Hotel – allerdings mit gestiegenen Komfortansprüchen.

In einer komfortablen Lage befinden sich jene Hotels, die bereits

früh in den Bau eines zeitgemässen Personalhauses investierten, wie beispielsweise das Hotel Castello del Sole in Ascona. Neben den herkömmlichen Zimmern gibt es im 1984 erstellten Haus Studios mit Küche. Obschon teurer als die herkömmlichen Zimmer, werden sie von Küchen- und Kadermitarbeitern rege nachgefragt. Das Hotel rekrutiert seine Mitarbeiter aus dem gesamten europäischen Raum. Nicht missen möchte auch Kathrin Fumagalli-Bärtschi, Direktorin des Hotels Eden au Lac in Zürich, das Personalhaus im Stadtzentrum, das der frühere Besitzer vor über 50 Jahren erwarb. «Heute wäre ein solcher Kauf schlicht unmöglich», weiss Kathrin Fumagalli.

Weniger Anträge aus Italien und Spanien

Die grosse Völkerwanderung aus den EU-Ländern ist trotz des Freizügigkeitsabkommens ausgeblieben. Gemäss Bundesamt für Ausländerfragen wurden die Kontingente (alle Branchen) für Daueraufenthalter in den ersten fünf Monaten zu 55 Prozent ausgeschöpft (Jahreskontingent: 15 000); für Kurzaufenthalter zu einem Drittel (Jahreskontingent: 115 500). Die relativ starke Beanspruchung der Kontingente basiert auf einem Nachholbedarf. Seit einigen

Monaten flaut die Nachfrage ab. Die Anzahl der erteilten Bewilligungen liegt im Rahmen vorheriger Jahre. Rückläufig sind die Anträge aus Italien und Spanien, steigend jene aus Portugal. Letzteres trifft gemäss Aussage von Stellenvermittlungsbüros und Hotels für die Tourismusbranche nicht zu.

Wachsendes Interesse kommt aus den neuen Bundesländern Deutschlands, für welche die Lohnverhältnisse in der Schweiz attraktiv sind. Eine

Osterweiterung, welche die Rekrutierung junger, unabhängiger und karrierebewusster Mitarbeiter ermöglichen würde, begrüssen die meisten Hoteliers. «Die Situation ist paradox», meint Sandra Stähli, Kadermitarbeiterin des Hotels Belvédère in Grindelwald. «Interessante Bewerbungen aus Übersee und den Ostländern können wir nicht berücksichtigen, während Spanier und Italiener an der Arbeit in der Schweiz kein allzu grosses Interesse mehr zeigen.» *FRG*

LEHRABSCHLUSSPRÜFUNGEN / EXAMENS FINALS 2003

Hotelfachassistent/innen / Assistants/es d'hôtel

Schulhotel/Hôtel-école	Prüfungsort/lieu	Daten/dates
Schulhotel Regina I, Interlaken	Interlaken	MO 09. Juni – FR 20. Juni 2003
Schulhotel Regina II, Interlaken	Interlaken	MO 09. Juni – FR 20. Juni 2003
Schulhotel Regina III, Interlaken	Interlaken	MO 09. Juni – FR 20. Juni 2003
Schulhotel Regina IV, Interlaken*	Adelboden	SO 01. Juni – SA 07. Juni 2003
	Interlaken	MO 09. Juni – FR 20. Juni 2003
	Pontresina	MO 09. Juni – SA 14. Juni 2003
Sporthotel Pontresina	Pontresina	MO 09. Juni – SA 14. Juni 2003
Hotel Regina, Adelboden	Adelboden	SO 01. Juni – SA 07. Juni 2003
Hôtel des Alpes, Glion	Les Rasses	lu 02. juin – sa 07. juin 2003
Hôtel La Prairie, Montana	Les Rasses	lu 02. juin – sa 07. juin 2003
Centro sportivo, Tenero	Tessin	novembre 2003

* aufgeteilt nach Lehrortskanton

Servicefachangestellte/r / Sommeliers/Sommelières

Schulhotel/Hôtel-école	Prüfungsort/lieu	Daten/dates
Schulhotel Regina B, Interlaken*	Interlaken	SO 29. Juni – FR 04. Juli 2003
Schulhotel Kreuz B, Leissigen	Interlaken	SO 29. Juni – FR 04. Juli 2003
Schulhotel Kreuz D, Leissigen	Interlaken	SO 29. Juni – FR 04. Juli 2003
Hôtel La Prairie, Montana	Montana	lu 02. juin – me 04. juin 2003
Centro sportivo, Tenero	Tessin	novembre 2003

* inkl. Zusatzlehre mit Lehrbeginn Herbst 2002

Gastroniefachassistent/innen / Assistants/es en restauration et hôtellerie

Schulhotel/Hôtel-école	Prüfungsort/lieu	Daten/dates
Schulhotel Regina G II, Interlaken	Interlaken	SO 22. Juni – SA 28. Juni 2003
Schulhotel Regina G V, Interlaken	Interlaken	SO 22. Juni – SA 28. Juni 2003
Schulhotel Regina G VI, Interlaken	Interlaken	SO 22. Juni – SA 28. Juni 2003
Hôtel La Prairie, Montana	Les Rasses	lu 02. juin – sa 07. juin 2003
Hotel Centro sportivo, Tenero	Tessin	novembre 2003

2-jährige Ausbildungen

Bis Lehrbeginn 2004 können
HotelfachassistentInnen
und Servicefachangestellte/r
noch ausgebildet werden!

Bitte bieten Sie in Ihrem Ausbildungsbetrieb
nach wie vor Lehrstellen in diesen beiden Berufen
an, damit der Berufsnachwuchs und später die
Fachleute der Branche nicht fehlen werden.

Das Neuste zu den 3-jährigen Lehren
entnehmen Sie dem Internet: www.vip-project.ch
oder informieren Sie sich bei uns
per Telefon 031 370 41 11.

SCHULHOTEL-KURS DATEN / LES DATES DE COURS À L'HÔTEL-ÉCOLE 2003

Hotelfachassistent/innen / Assistants/es d'hôtel

Schulhotel/Hôtel-école			Frühling / Printemps 2003				Herbst / Automne 2003						
Regina I, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	30.03.	–	FR	02.05.03	5 Wo	SO	31.08.	–	FR	03.10.03
	1. Lehrjahr		SO	30.03.	–	FR	02.05.03		SO	31.08.	–	FR	03.10.03
Regina II, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	04.05.	–	FR	06.06.03	5 Wo	SO	16.11.	–	FR	19.12.03
	1. Lehrjahr		SO	04.05.	–	FR	06.06.03		SO	16.11.	–	FR	19.12.03
Regina III, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	05.01.	–	FR	07.02.03	5 Wo	SO	27.07.	–	FR	29.08.03
	1. Lehrjahr		SO	05.01.	–	FR	07.02.03		SO	27.07.	–	FR	29.08.03
Regina IV, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	09.02.	–	FR	14.03.03	5 Wo	SO	12.10.	–	FR	14.11.03
	1. Lehrjahr		SO	09.02.	–	FR	14.03.03		SO	12.10.	–	FR	14.11.03
Sporthotel, Pontresina	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	06.04.	–	FR	09.05.03	5 Wo	SA	25.10.	–	FR	28.11.03
	1. Lehrjahr		SO	06.04.	–	FR	09.05.03		SO	26.10.	–	FR	28.11.03
Regina, Adelboden	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	27.04.	–	FR	30.05.03	5 Wo	SA	25.10.	–	FR	28.11.03
	1. Lehrjahr		SO	27.04.	–	FR	30.05.03		SA	26.10.	–	FR	28.11.03
des Alpes, Glion	2ème/1ère année	5 s	di	16.02.	–	ve	21.03.03	5 s	di	02.11.	–	ve	05.12.03
La Prairie, Montana	2ème/1ère année	5 s	di	27.04.	–	ve	30.05.03	5 s	di	28.09.	–	ve	31.10.03
Centro sportivo, Tenero	2o/1o anno	4 s	do	05.01.	–	ve	31.01.03	6 s	do	09.11.	–	ve	19.12.03

Servicefachangestellte/r / Sommeliers/Sommelières

Schulhotel/Hôtel-école			Frühling / Printemps 2003				Herbst / Automne 2003						
Regina B, Interlaken (Zusatzlehreklasse)	2. Lehrjahr	4 Wo	SO	04.05.	–	FR	30.05.03	4 Wo	SO	16.11.	–	FR	12.12.03
	1. Lehrjahr		SO	04.05.	–	FR	30.05.03		SO	16.11.	–	FR	12.12.03
Kreuz B, Leissigen	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	04.05.	–	FR	06.06.03	5 Wo	SO	16.11.	–	FR	19.12.03
	1. Lehrjahr		SO	04.05.	–	FR	06.06.03		SO	16.11.	–	FR	19.12.03
Kreuz D, Leissigen	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	30.03.	–	FR	02.05.03	5 Wo	SO	12.10.	–	FR	14.11.03
	1. Lehrjahr		SO	30.03.	–	FR	02.05.03		SO	12.10.	–	FR	14.11.03
La Prairie, Montana	2ème/1ère année	5 s	di	27.04.	–	ve	30.05.03	5 s	di	28.09.	–	ve	31.10.03
Centro sportivo, Tenero	2o/1o anno	4 s	do	05.01.	–	ve	31.01.03	6 s	do	09.11.	–	ve	19.12.03

Gastroniefachassistent/innen / Assistants/es en restauration et hôtellerie

Schulhotel/Hôtel-école			Frühling / Printemps 2003				Herbst / Automne 2003						
Regina G I	3. Lehrjahr	5 Wo	kein Kurs				5 Wo	kein Kurs					
	2. Lehrjahr		kein Kurs					kein Kurs					
	1. Lehrjahr		kein Kurs					SO	31.08.	–	FR	03.10.03	
Regina G II	3. Lehrjahr	5 Wo	SO	04.05.	–	FR	06.06.03	5 Wo	SO	16.11.	–	FR	19.12.03
	2. Lehrjahr		SO	04.05.	–	FR	06.06.03		SO	16.11.	–	FR	19.12.03
	1. Lehrjahr		SO	04.05.	–	FR	06.06.03		SO	16.11.	–	FR	19.12.03
Regina G III	3. Lehrjahr	5 Wo	kein Kurs				5 Wo	SO	27.07.	–	FR	29.08.03	
	2. Lehrjahr		SO	05.01.	–	FR	07.02.03		kein Kurs				
	1. Lehrjahr		kein Kurs					kein Kurs					
Regina G V	3. Lehrjahr	5 Wo	SO	09.02.	–	FR	14.03.03	5 Wo	kein Kurs				
	2. Lehrjahr		kein Kurs					SO	31.08.	–	FR	03.10.03	
	1. Lehrjahr		SO	09.02.	–	FR	14.03.03		SO	31.08.	–	FR	03.10.03
Regina G VI	3. Lehrjahr	5 Wo	MO	30.03.	–	FR	02.05.03	5 Wo	SO	12.10.	–	FR	14.11.03
	2. Lehrjahr		MO	30.03.	–	FR	02.05.03		SO	12.10.	–	FR	14.11.03
	1. Lehrjahr		MO	30.03.	–	FR	02.05.03		SO	12.10.	–	FR	14.11.03
La Prairie, Montana	3ème/2ème/1ère année	5 s	di	27.04.	–	ve	30.05.03	5 s	di	28.09.	–	ve	31.10.03
Centro sportivo, Tenero	3o/2o/1o anno	4 s	do	05.01.	–	ve	31.01.03	6 s	do	09.11.	–	ve	19.12.03

Änderungen bleiben vorbehalten und werden jeweils in der hotel + tourismus revue veröffentlicht.
Des changements dans les dates sont possibles, mais seront publiés dans l'hotel + tourismus revue.

Anmeldung Schulhotel-Lehrlinge 2003

Haben Sie Ihre Lehrlinge (HotelfachassistentInnen, Servicefachangestellte, GastroniefachassistentInnen) mit Lehrbeginn 2003 für die Schulhotels SHV schon angemeldet? Indem Sie der Abteilung Gastgewerbliche Berufsbildung **eine Fotokopie des nicht genehmigten Lehrvertrages** mit Wunsch für die Schulhoteltzuteilung zustellen, ist Ihr Lehrling provisorisch angemeldet.

Wünsche für die Schulhoteltzuteilung können nur bei frühzeitiger Anmeldung berücksichtigt werden. **Ursula Müller** (HotelfachassistentInnen) und **Dagmar Humbel** (Servicefachangestellte/GastroniefachassistentInnen) von der Abteilung Gastgewerbliche Berufsbildung nehmen Ihre Anmeldungen gerne entgegen.

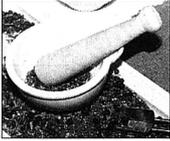
hotellerieuisse, Gastgewerbliche Berufsbildung, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 41 11, Fax 031 370 44 44
www.swiss-hotels.ch/BERUF & BILDUNG/Gastgewerbliche Berufsbildung

Inscription des nouveaux apprentis pour l'hôtel-école 2003

Aimeriez-vous inscrire vos apprentis/es assistant/e d'hôtel, sommelier/ère ou assistant/e en restauration et hôtellerie aux cours d'un hôtel-école SSH? Veuillez vous adresser dans ce cas au service de la formation dans l'hôtellerie et la restauration.

Anne-Lise Martin se tient à votre entière disposition pour tout complètement d'information et pour les inscriptions des nouveaux apprentis.

Société suisse des hôteliers, Formation dans l'hôtellerie et la restauration
case postale 872, 1000 Lausanne 9, téléphone 021 320 03 32, fax 021 320 02 64
www.swiss-hotels.ch/PROFESSION & FORMATION/Formation des apprentis



GWÜRZE / Man sollte Gewürze wie Parfum behandeln, sonst «verduften» sie im wahren Sinn des Wortes. SEITE 17



HOTELEINRICHTUNGEN / Farblich, grell, bunt, karg, «retro» oder «gediegen»: Alles ist Trend, nichts ist Trend – wie in der Damenmode. SEITE 18

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

OAK BROOK, ILLINOIS / Fastfood-Kette ist zu schnell gewachsen

McDonald's muss abspecken

Zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte musste McDonald's einen Quartalsverlust bekannt geben. Für die letzten drei Monate von 2002 blieb ein Loch von 344 Millionen Dollar in der Kasse.

«Wir sind das Opfer einer übertriebenen Wachstums-Strategie», sagte McDonald's CEO Jim Cantalupo, den der McDonald's-Aufsichtsrat erst im letzten Dezember wieder aus der Rente zurück auf den Chefessel geholt hatte.

DIE DEVISE LAUTET «GESUNDSCRUMPEN»

Seither heisst «Gesundscrumpfen» die Devise. Als Erstes wurde ein Computerprojekt von einer Milliarde Dollar eingestellt und danach eine Reihe unwirtschaftlicher Restaurants stillgelegt. 202 Restaurants wurden seitdem geschlossen und weitere 517 Schliessungen sind beschlossene Sache, davon 240 in den USA und 175 in Japan.

Zwar soll es noch 850 Neueröffnungen geben, aber das sind überwiegend sogenannte «Satelliten»-Restaurants innerhalb von Flughäfen oder Einkaufszentren sowie Joint Ventures.

ABSCHREIBUNGEN WURDEN VORGEGENOMMEN

Insgesamt kann McDonald's für das abgelaufene Jahr noch einen Nettogewinn von 894 Millionen Dollar ausweisen, was auf die guten ersten drei Quartale zurückzuführen ist. So waren es in den ersten drei Monaten 253 Millionen Dollar, in den zweiten sogar 498 Millionen und im dritten Quartal immerhin noch 487 Millionen.

Für das vierte Quartal hatte man an der Wall Street zwar mit einem schlechten Ergebnis gerechnet, da McDonald's schon eine Verlust angekündigt hatte, aber in dieser Höhe kam es dann doch überraschend. «Jim (Cantalupo) hat klar Schiff gemacht und alles reingepackt was faul war. Jetzt ist der Laden wieder in Ordnung», kommentierte Carl Sibiski, Analyst bei der Chicagoer Research-Firma Morningstar die Verlusthöhe. Das ist bei amerikanischen Managern, die ein kranken Unternehmen übernehmen, eine weit verbreitete Praxis, denn die Schelte für ein schlechtes Ergebnis ist fast unabhängig von deren Höhe.

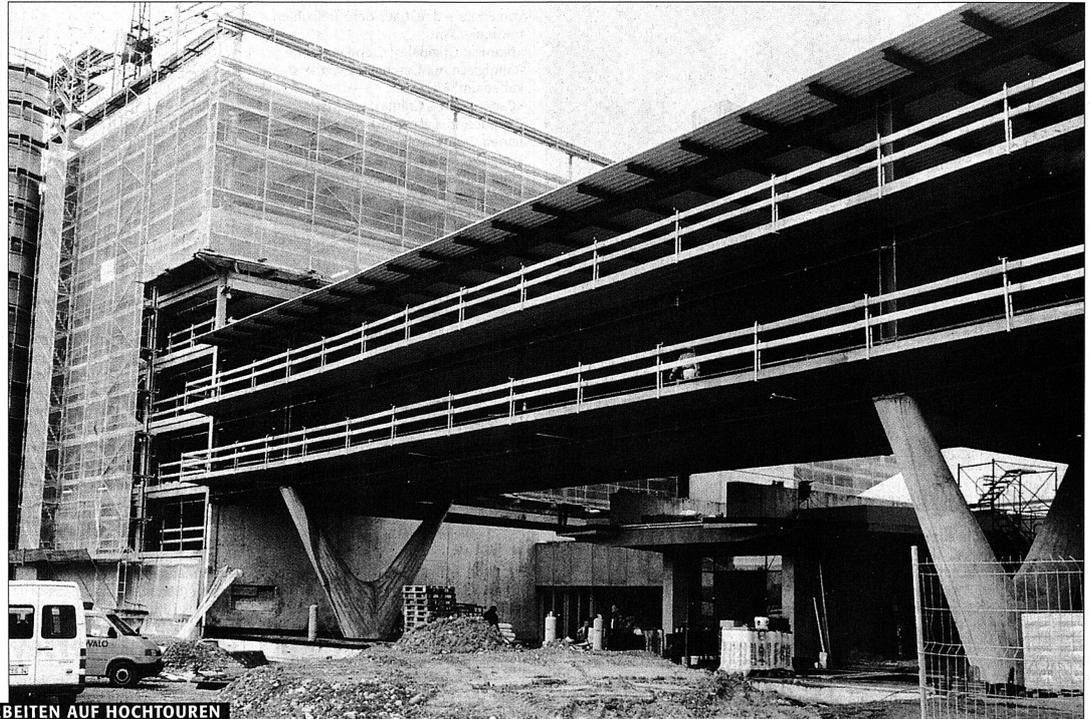
Folglich werden nach dem Amtsantritt immense Abschreibungen vorgenommen und danach kann man dann in den Folgequartalen gute Zahlen präsentieren.

DIE ZWEI-SÄULEN-STRATEGIE

Die neue Strategie von Cantalupo basiert auf zwei Säulen. Zum einen sollen nur noch die profitabelsten Restaurants weiter geführt werden, zum anderen soll die Servicezeit wieder verkürzt werden, weil die Wartezeiten beim gegenwärtigen «Build-to-Order» viele Kunden verärgern haben.

McDonald's betrieb Ende 2002 weltweit 31 108 Restaurants in 119 Ländern, davon waren allein 13 491 in den USA, weitere 6070 in Europa und 3891 in Japan. HWE

Foto: Martin J. Petras



ARBEITEN AUF HOCHTOUREN

Eröffnung Ende März: Über den Gleisen des Zürcher Flughafenbahnhofs entsteht zwischen den Parkhäusern B und C der neue Bahnhofterminal mit zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten, dem Foodcourt «Foodland» und einer neuen Check-in-Zone.

ZÜRICH-FLUGHAFEN / Am Zürcher Flughafen stehen mehrere Restaurant-Neueröffnungen bevor. Das Auswahlverfahren um die Gastronomie im künftigen Airside-Center läuft. MARTIN J. PETRAS

Die zukünftige Airport-Gastronomie nimmt langsam ihre Gestalt an

Gemäss Ankündigung von letzter Woche, wird die Unique (Flughafen Zürich AG) am kommenden 1. September das neue Dock E eröffnen. Die Inbetriebnahme des im Dreieck zwischen den Pisten vorgelagerten, 480 Meter langen eleganten Glasgebäudes (vormals Dock Midfield genannt), wurde aus Spargründen um rund zehn Monate hinausgezögert.

Gleichzeitig mit dem Dock E, einem der Kernstücke der fünften Ausbaustufe des Flughafens Zürich, wird als Verbindung zum «alten» Flughafen die Luftkissen-Flughafentaxi (Sky Metro) ihren Betrieb aufnehmen, genauso wie ein Strassentunnel und eine neue Gepäckannahmehalle.

Doch seit dem Swissair-Grounding, und vor dem Hintergrund der sinkenden Passagierfrequenzen, ist auf dem Flughafen Zürich nichts mehr, wie es früher war.

AUSWIRKUNGEN AUF TERMINAL-E-GASTRONOMIE

Ursprünglich war geplant, dass die Compass Group, als Siegerin der damaligen Ausschreibung, mit ihren Restaurantkonzepten «United Cantons of Switzerland», «Zeit-Stube» sowie mit einer Bar und einem Café die Dock-Midfield-Gastronomie betreiben wird.

«Heute gelten nicht mehr die gleichen Rahmenbedingungen wie damals», sagt Jon Claluna, CEO von Compass Group (Suisse) SA, «wir werden

uns an die neuen Gegebenheiten anpassen müssen». Gemäss Claluna herrschen um das neue Dock E noch «gewisse Ungewissheiten», die mit Unique diskutiert werden müssen: «Erst wenn wir wissen, welche Airlines und welche Strecken ab Dock E bedient werden, können wir die Verpflegungsbedürfnisse der Passagiere abschätzen und in die Detailplanung gehen». Es sei zurzeit noch ungewiss, so Claluna weiter, wie die Dock-E-Gastronomie am 1. September aussehen werde.

«FOODLAND» IM NEUEN BAHNHOFTERMINAL

Im zukünftigen Bahnhofterminal hingegen scheint alles klar zu sein: Bereits am kommenden 27. März wird über den Bahngleisen des Flughafenbahnhofs das neue Airport Shopping Center sowie eine Check-in-Zone mit vorläufig 27 Schalern eröffnet. Neben

zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten erwartet die Flughafengäste dort das gastronomische Mischkonzept «Foodland».

Unter der Regie von Autogrill Schweiz AG entsteht hier auf rund 1200 Quadratmetern ein Foodcourt im italienisch-mediterranen Stil mit sechs «Outlets» und einem «Dorfplatz». Als Sitzgelegenheit werden 235 Plätze innerhalb des Foodcourts in einer gemeinsamen «Verweilzone» angeboten, weitere 140 Plätze befinden sich in einer Sitzzone ausserhalb. Und eine Ebene darüber ist für 2004 die Eröffnung der Kaffeebar «Eduardo» (Autogrill Schweiz AG) geplant.

Im «Foodland» werden, neben den Partnern «McDonald's» und «Nordsee» (Candrian Catering AG), die Konzepte «Pasta & Pizza», «Asia», «Green's» sowie «Niki's Swiss Coffee House & Bakery» präsentiert – allesamt Restaurantkonzepte der ehemaligen Flughaf-

ten Restaurant AG, die nach der hundertprozentigen Übernahme im September 2001 in die Autogrill Schweiz AG eingeflossen ist.

NORTH NORTHWEST IM TERMINAL B

«Vorsichtig optimistisch» beurteilt Beat Grau, CEO von Autogrill Schweiz AG, die Zukunft der Unique-Gastronomie: «Wir gehen davon aus, dass die Passagierfrequenzen kontinuierlich leicht ansteigen werden.» Gemäss Grau haben sich die knapp 15 Prozent weniger Passagiere im letzten Jahr nicht vollumfänglich auf die Restaurants ausgewirkt: «Ein Teil wurde aufgefangen, die Rückgänge konnten auf einem erträglichen Mass gehalten werden.»

Eine weitere Restaurant-Neueröffnung ist für den Juli 2003 vorgesehen. Über dem Dock im Terminal B wird das «North Northwest» entstehen. Das Restaurantkonzept von Autogrill Schweiz AG vereint auf einer Gesamtfläche von rund 1700 Quadratmetern ein gehobenes, bedientes Restaurant mit italienischer Küche, ein Selbstbedienungsrestaurant mit internationalen Gerichten sowie ein Boulevard-Café mit einer Bakery.

An die vierhundert Sitzplätze werden sich innerhalb von zwei terrassierten Restaurantzonen auf eine Gesamtfläche von etwa 1000 Quadratmetern verteilen. Mit der Eröffnung von «North Northwest» wird auch das «Brasserie»-Provisorium vor dem Terminal B verschwinden.

Airside-Gastronomie ist noch offen

Ausstehend ist noch die Vergabe des letzten grossen Brockens der Flughafen-Gastronomie im zukünftigen Airside-Center, dessen Eröffnung für die zweite Jahreshälfte 2004 geplant ist. Die lang gestreckte Stahlkonstruktion, die zwischen den Fingerdecks A und B entsteht, soll zur neuen Drehscheibe für alle ankommenden, umsteigenden und abfliegenden Passagiere werden:

ein zentrales «Dienstleistungszentrum» mit Läden, Lounges und rund 3500 Quadratmetern Gastronomiefläche. Vergeben werden hier in rund sieben Paketen an die 20 Gastrobetriebe. Die Frist für das Einreichen der Offerten seitens der Betreiber ist Ende Januar, die Entscheidung von Unique betreffend die Vergabe der Restaurants sind für den kommenden April geplant. MJP



Nestlé – La Cremeria Artigianale von Frisco

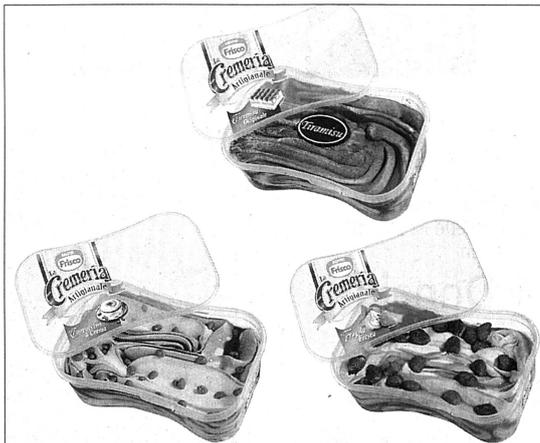
Mit der Glace-Neuheit La Cremeria Artigianale von Frisco kann man sich jetzt zu Hause mit einem original italienischen Glace-Dessert verwöhnen. Die neue La-Cremeria-Linie bietet drei attraktive, fixfertige Glace-Desserts. Cremiger als je und mit einem reichhaltigen, handgemachten Dekor sind die Glace-Desserts ein Genuss für alle Feinschmecker. Selbstverständlich sind sie – wie alle La-Cremeria-Produkte von Frisco – direkt aus dem Tiefkühler portionierbar.

«Tiramisu Originale»: Cremige, sanfte Rahmglace mit Geschmack von Röstkaffee und Marsala.

«Cappuccino & Crema»: Leichter Cappuccino-Geschmack mit einer feinen Crème-Note.

«Fragola Fresca»: Beste Erdbeeren auf einer Rahmglace mit Erdbeersauce.

Nestlé Suisse S.A.
Blumenfeldstrasse 15
Postfach
9401 Rorschach



Egro AG – Überreichung des Gewinnes

An der Zagg 2002 in Luzern hat die Firma Grüter-Suter AG als Partner der Egro AG Kaffeemaschinen, eine Swiss Egro Arco verlost. Wir gratulieren dem glücklichen Gewinner, Thomas Steiner vom Restaurant St. Ulrich in 6288 Schongau. Die Maschine für feinsten Kaffee wurde von Thomas Kuhn, Verkaufsleiter Schweiz Egro AG, Bruno Glur, Leiter Swiss Egro Kaffeemaschinen

Grüter-Suter AG, und Daniel Amrein, Fachberater Grüter-Suter AG, überreicht. Wir wünschen Thomas Steiner viel Freude und zufriedene Gäste mit der Swiss-Egro-Kaffeemaschine.

Egro AG
Kaffeemaschinen
5443 Niederröhrdorf
Telefon 056 485 95 95
www.egro.ch



Granador – Gibt Saft und Kraft

Der Orangensaft von Granador schmeckt nicht nur gut, sondern ist auch noch schön verpackt – in der neuen 100-cl-Mehrweg-Glasflasche Swisspool. Glas ist die ideale Verpackung für Fruchtsäfte. Sie schützt den Inhalt und sorgt für Transparenz. Hier sieht man auf einen Blick, was drin steckt. Mehr als 80% der in der Schweiz eingekauften Fruchtsäfte sind in 100-cl-Verpackungen abgefüllt. Der 100% reine Orangensaft spendet die geballte Energie von mehr als 2 kg Orangen! Im sonnigen Brasilien wird er sorgfältig von Hand geerntet und schonend ohne Schalen gepresst. Ein frischer Schluck Vitamin C gibt Kraft für Körper und Geist.

Granador AG
Bahnhofstrasse 40
6285 Hitzkirch
Telefon 041 919 97 97
Fax 041 919 97 90
www.granador.com

Similor Kugler – Gemeinsamer Auftritt

Unter dem Namen Similor Kugler AG treten die beiden Unternehmen Similor AG und Kugler Armaturen AG künftig gemeinsam mit neuem Erscheinungsbild und Logo auf. Der gemeinsame Auftritt erlaubt es, sich auf die Pflege einer Marke zu konzentrieren, sich auf dem nationalen Markt leistungstark zu positionieren und den Export gezielt zu fördern. Das Tätigkeitsgebiet der Similor Kugler AG umfasst die Bereiche Sanitärarmaturen für Bad und Küche, Gebäudearmaturen und Armaturen für den öffentlichen Bereich (Sanimatic inside). Seit

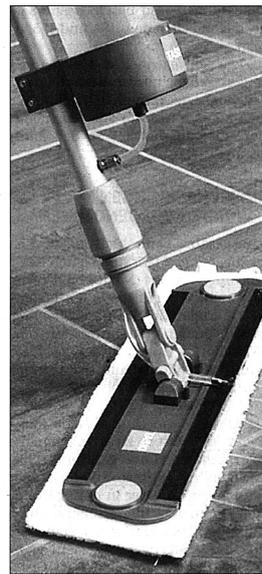
Januar 2003 ist das Call-Center der Similor Kugler AG in Betrieb. Die Anrufer erhalten über das Call-Center einen umfassenden Kundenservice. Kompetente Ansprechpartner übernehmen die Auftragsbearbeitung, geben technische Auskünfte oder Informationen über Lieferfristen, Preise, Einsatzmöglichkeiten und stehen allgemein für den Dienst am Kunden zur Verfügung.

Similor Kugler Call-Center
Telefon 0840 000 166
Fax 022 827 94 01
callcenter@similorkugler.com

JohnsonDiversey – Spraymopsystem

Als Innovation führt JohnsonDiversey Schweiz in diesen Tagen das leistungsfähige Spraymopsystem Taski versa ein, das einzigartig in seiner Anwendung ist. Taski versa setzt vollkommen neue Massstäbe in der täglichen Fussbodenreinigung. Dank dem neuen Spraymopsystem, bei dem die Reinigungslösung unter Druck steht, wird die benötigte Menge gezielt und gleichmässig auf der ganzen Arbeitsbreite vor den Flachmop gesprüht. Somit hat der Anwender jederzeit eine visuelle Kontrolle, um die Menge an Reinigungslösung optimal auf die Verschmutzung abzustimmen. Je nach Wunsch können trapezförmige Mikrofaser- oder Schlingenmopbezüge eingesetzt werden. Die Mikrofaserbezüge sind vorne und hinten mit einem Wulst zusätzlich verstärkt, damit sichergestellt ist, dass auch in der Randzone genügend mechanische Wirkung erzeugt wird. Die farbcodierten 500-ml-Druckflaschen (grün, rot, gelb oder blau) erleichtern die Bereichsidentifikation und garantieren Hygienesicherheit.

JohnsonDiversey Schweiz
9542 Münchwilen
Telefon 071 969 27 27
www.johnsondiversey.ch



Opel Zafira – Oft kopiert und doch nie erreicht

Kann man etwas Perfektes noch besser machen? Im Falle des erfolgreichen Compact Van Zafira ist es

den Opel-Ingenieuren gelungen: Sie haben das einzigartige Flex7-Sitzsystem des vielseitigen Siebensitzers

nochmals optimiert. Dank cleverer Verbesserungen im Detail bietet die ab sofort bestellbare Neuauflage des Opel Zafira jetzt noch mehr Innenraumvariabilität und Sitzkomfort. Neu: Das Mittelteil der nun im Verhältnis 40:20:40 geteilten Rückenlehne in der zweiten Sitzreihe kann umgeklappt werden, um eine grosse Durchlademöglichkeit für lange Gegenstände zu schaffen. Clever: Das umgeklappte Mittelteil dient gleichzeitig als Armlehne und geräumiges Staufach mit Becherhaltern für die Passagiere auf den beiden äusseren Plätzen. Fahrer und Beifahrer profitieren von längeren Sitzschienen vorne, die einen grösseren Verstellweg ermöglichen. Eine optische Auffrischung und neue Ausstattungsoptionen sorgen für zusätzliche Attraktivität. In der Schweiz ist der 1999 lancierte Zafira seit dem Jahr 2000 unangefochten die Nr. 1 im Monocab-Segment.

Opel Suisse SA
2501 Biel-Bienne



Wernli erhält Unternehmerpreis 2003

Der führende Schweizer Anbieter von Biscuit-Spezialitäten, die Wernli AG in Trimbach, hat den Solothurner Unternehmerpreis 2003 erhalten. Entschieden hat sich die Jury für das traditionsreiche Unternehmen, weil es sich über ein Jahrhundert durch Beständigkeit, aber auch durch Innovationen in hartumkämpften Märkten immer wieder neu behauptet hat. Das Unternehmen, das sich seit jeher auf die Bedürfnisse der Konsumenten ausrichtet, ist zurzeit wieder daran,

seine Marktposition mit den lancierten Neuheiten wie «Poésie au Caramel» und «Vanilla» sowie mit innovativen Angebotsformen wie «Choco Petit Beurre Mini» auszubauen. Weitere Neuheiten werden, gemäss Geschäftsführer Peter Grossenbacher, in diesem Jahr noch folgen. Die 2002 realisierte Markenausrichtung mit dem neuen Verpackungsdesign und der neuen Werbung signalisiert eindeutig die innovative Offensive des Marktführers.

www.wernli.ch

LANDWIRTSCHAFT / 58,7 Millionen Hektaren Gentech-Pflanzen

Weltweit mehr Gentech-Pflanzen

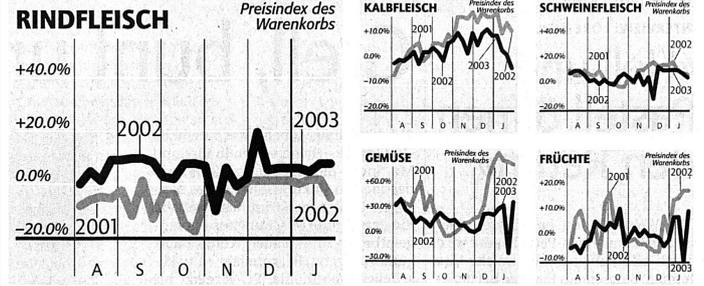
Die weltweite Anbaufläche von gentechnisch veränderten Pflanzen ist auch im Jahr 2002 angestiegen. Insgesamt wurden 58,7 Millionen Hektaren Gentech-Pflanzen angebaut. Dies liegt um 6,1 Mio. Hektaren oder 12 Prozent über dem Vorjahr. Gemäss Bericht der Biotechnologieagentur ISAAA befinden sich 99 Prozent der Flächen in den Ländern USA, Argentinien, Kanada und China. Gesteigert wurde die Fläche

vor allem bei Soja. Mais und Raps, bei Baumwolle blieb der Anteil fast unverändert. Bei Sojabohnen stieg der Anteil an GVO-Flächen um 10 Prozent auf 36,5 Mio. Hektaren. Der GVO-Mais-Anbau stieg nach mehreren Jahren mit rückläufigen Anteilen wieder stark an, um ein Viertel auf 12,4 Mio. Hektaren. Der GVO-Raps stieg nach drei Jahren erstmals wieder an, um 11 Prozent auf 3 Mio. Hektaren. Neben den vier

grossen GVO-Anbauländern werden in zwölf weiteren Ländern aus allen Erdteilen Gentech-Pflanzen angebaut. Den grössten Zuwachs hatte im letzten Jahr China. Dort wurden 2,1 Mio. Hektaren insektenresistente Baumwolle angepflanzt, was der Hälfte der chinesischen Baumwollproduktion entspricht. Diesem Anstieg steht ein Rückgang bei insektenresistenter Baumwolle in den USA gegenüber. *MJP/LID*

PRODINDEX 27. 1. BIS 1. 2. 2003

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega


SCHARFSTOFFE / Der Nervenkitzel am Tisch

Scharf essen macht glücklich

Scharf ist «in». Chili-Liebhaber behandeln die Pfefferschote wie ein Kultobjekt. Laut «Facts» will die «Accademia Italiana del Peperoncino» in Bern eine Filiale gründen (www.peperoncino.org). Und in Zürich verkauft der Spezialitätenshop «The big Chili» zig Varianten von scharfen Saucen und Würzmischungen bis zu Chilisamen für Blumentöpfe.

«Ein Viertel der Menschen liebt scharfes Essen», schätzt Shop-Inhaber Marc Hälgi: «Ein weiterer Viertel verträgt die Schärfe nicht, und der Rest liegt irgendwo dazwischen». Der Chili-Scharfstoff Capsaicin reizt die Wärme- und Schmerz-Sensoren des Nervensystems. Der ausgelöste «Schmerz» ist eine Art Leerlauf der Nervensignale. Nach dem Abklingen wird der Körper mit Wohlgefühlen belohnt.

Anschliessend schüttet das Gehirn so genannte Endorphine aus, welche wie Morphin wirken und Glücksgefühl erzeugen.

NICHT WASSER-, SONDERN FETTLÖSLICH

Scharfstoffe erhöhen ausserdem Speichelfluss, Magensaft-Absonderung und Durchblutung (auch im Gehirn schärfen sie daher den «Verstand»).

Warum wird in Ländern wie Mexiko und Indien generell scharf gegessen? Eine Theorie besagt, dass der Chili-Scharfstoff Capsaicin Darmparasiten hemmt – in Regionen mit Hygieneproblemen eine gute Taktik. Scharfe Speisen sollte man nicht zu rasch essen, da der Schmerz mit Verzögerung anschwilt.

«Bei einer Überdosis Chili kann man den Mund mit Milch spülen» empfiehlt das Tox-Zentrum Zürich. Da Capsaicin nicht wasser- sondern fettlöslich ist, lindert die fetthaltige Milch den Schmerz.

KOCHFEST UND VERDUNSTET NICHT

Capsaicin ist der schärfste aller Scharfstoffe und ist noch bis zu einer Verdünnung von 1:100 000 spürbar. Der «offizielle» Schärfegrad wird durch Analysen ermittelt und in Scoville-Einheiten ausgedrückt. Eine milde Sauce liegt bei 1000 Scoville, die schärfste «Habanero»-Sauce kann bis 500 000 Scoville reichen. Gewürzhersteller verwenden eine Skala von 1 bis 120.

Josef Richli, Qualitätsleiter der Pacovis AG, weiss: «Der Schärfegrad zwanzig wird von den meisten Europäern schon sehr scharf empfunden». Capsaicin ist koCHFest und verdunstet nicht im Gegensatz zu den ätherischen Ölen. Zu viel Schärfe in Speisen kann man mit Fett abstopfen, da Capsaicin sich im Fett auflöst. Umgekehrt benötigt eine fett-haltige Speise mehr Schärfe als eine fettarme. *GB*

GEWÜRZE / Würzungen gehören zu den Geheimnissen und entscheiden über den Markterfolg. Gewürze sind aber auch delikate Zutaten und müssen sorgfältig bewirtschaftet werden. GUIDO BÖHLER

Mehr Sorgfalt mit Gewürzen

Erfolgreiche Würzrezepte können Heiligtümer sein, dies zeigt McDonald's. Aber: der Systemer «verbessert derzeit die zu faden Würzungen», las man im «Tages Anzeiger». Auch die Snack-industrie experimentiert oft jahrelang, bis die Würznote eines Neuproduktes stimmt. Eine Spur zu viel von etwas kann beim Essen den «Verleider» auslösen, oder eine unharmonische Kreation wird schlicht verschmäht. Würzungen zu kreieren, ist eine Kunst. Bertram Hauser, Aromatisierer und Inhaber der Landolt & Hauser AG, rät der Gastronomie zu «originellen und frisch-fröhlichen Kombinationen mit Verblüffungseffekt.»

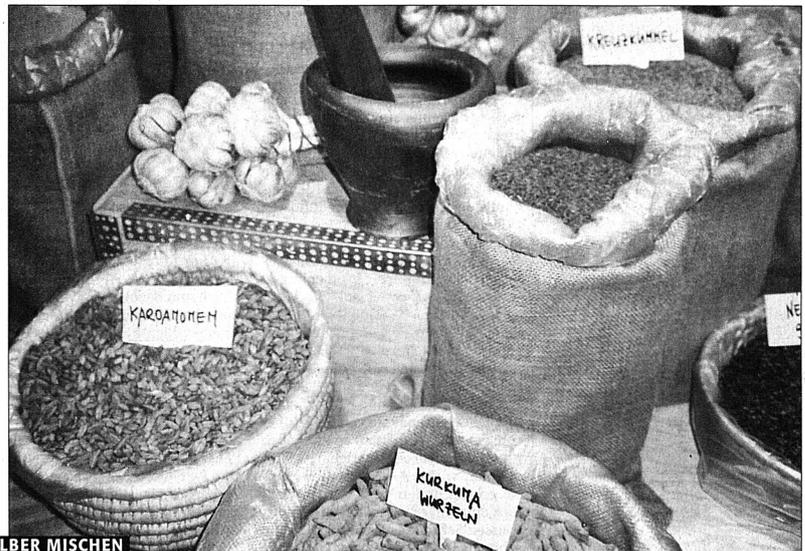
EXPERIMENTE SIND GRATWANDERUNGEN

«Man kann Bekanntes in neuem Umfeld präsentieren – ein Erfolgsgeheimnis vieler Starköche», Hauser fordert von den Köchen auch mehr Mut und schlägt vor, mit Lavendel oder Kaffee zu experimentieren, warnt aber auch: «Jedes Experiment ist eine Gratwanderung zwischen Originalität und Akzeptanz.» Einige Prinzipien sind zu beachten: Zutaten mit edlem Grundgeschmack soll man dezent würzen, währschafte dagegen darf man akzentuieren. Aber eine Harmonie zwischen «Unterlage» und Würzung ist immer anzustreben.

GEWÜRZE WIE PARFUM BEHANDELN

Innovativ sind auch die Gewürzhersteller: Hermann Laue AG importiert von Australien «Lemon-Myrtel»-Blätter sowie «Wattleseed», Wildakaziensamen mit rauchigem oder nussigem Geschmack. Mehr praxisorientiert: In ihren «C-Gewürzen» sind die Salz- und Gewürzkörner mit Fett ummantelt. Fleisch kann man damit vor dem Braten würzen – es wird aromatischer, safter aber nicht aus. Verkaufslieferer Rainer Werchner übt aber auch Kritik: «Viele Köche missachten, dass Gewürze ihre Duftkraft verlieren, wenn man sie zu lange, zu warm

Foto: Guido Böhler



SELBER MISCHEN

Der Vorteil der eigenen Mischung ist nicht nur die kreative Eigenleistung, sondern auch die Möglichkeit, Salz selbst zu dosieren und die Geschmacksverstärker wegzulassen.

und lichtexponiert aufbewahrt. Man sollte sie wie Parfum behandeln, sonst «verduften» sie im wahren Sinn des Wortes, und das Licht bleicht ihre Farbe aus.

«Bei ungemahlene Gewürzen kann man die Qualität besser beurteilen», erklärt Philipp Notter von Fridlin J. Carl Gewürze AG. Und sie bleibt länger erhalten, weil die ätherischen Öle in den Zellen eingeschlossen sind. «Profis kaufen daher ganze Körner und zerkleinern sie vor Gebrauch. Und versierte Köche mischen ihre Gewürzmischungen selbst», so Notter.

Trotzdem verzeichnet das Gewürzhandelshaus Fridlin, Herstellerin von Handelsmarken, einen Trend zu industriellen Mischungen.

Bei Gewürzen auf die Qualität achten

Gewürz	Qualität
Safran	Die beste Qualität mit der höchsten Würz- und Farbkraft sind «Coupé» und «La Mancha». Achtung vor Fälschungen, z.B. «indischer Safran» ist bloss billiger Curcuma. In der Schweiz wird Safran in kleinsten Mengen im Walliser Dorf Mund (www.safraferie.ch) und im Tessiner Dorf Beride (091 608 81 87) angebaut.
Pfeffer	Asiatischer ist pfeffiger und schärfer, brasilianischer ist süsslicher. Grüner (unreifer) Pfeffer ist mild, schwarzer (ungewaschener) am intensivsten. Rosa Pfeffer ist kein Pfeffer sondern eine Schinusbeere, er schmeckt pfefferig aber mild. Achtung: Schinusbeeren können Erbrechen und Durchfall verursachen.
Chili	An den Scheidewänden der Schote lagert sich der Scharfstoff in öligen Tropfen oder Kristallen ab. An deren Zahl kann man den Schärfegrad schätzen. An der Spitze ist die Schote am mildesten. Grüne und kleine Chilis sind schärfer.
Paprika	Ungarischer ist intensiver, marokkanischer schärfer, spanischer süsslich und harmonischer. Rosenpaprika ist der hellste und schärfste, weil auch die Samen und Scheidewände mitvermahlen werden.

Broschüren bei: McCormick, Pacovis, Pistor

Gewürzanbieter, Tipps und Trends

Lieferant (P) = eigene Produktion	Produkt, Zutaten, Neuheiten, Trends (in Klammer: % Salz)
E. Bieri 062 929 34 14 Hermann Laue www.hela.ch (P)	Über 60 Einzelgewürze bzw. -Kräuter, 18 Mischungen, auch exotische. Marke «Hela». 48 Würzmischungen. – Bestseller: Argentinia (28%). – Neu: Buffalo: Kräuter-Barbecue mit Thymian und Senf, ohne Rauch (28%). – Trend: australisches Bushfood-Seasoning mit Mountain Pepper Leaves, Lemon Myrtel, Wildkakaie, Wild Rosella.
Hügli www.huegli.com (P)	Premium-Sortiment von 50 Grundgewürzen, z.T. handverlesen, 5 Würzmischungen, 2 Bio-Gewürzsalze. – Rechteckige transparente Aromaschutzdosen mit neuartigem Lichtschutz (UV-Blocker).
Landolt Hauser AG 055 612 21 27 (P)	Grundpalette mühlenfrischer Gewürze und Kräuter. – Trends: Texmex und andere Ethno-Richtungen. – «In» sind Ingwer, Kardamom, Koriander und natürlich aromatisierter Pfeffer. Lieferant von CCA.
McCormick www.mccormick.ch (P in England)	Marken «McCormick» (Premium) und «Butty» (preiswerte Linie). – Neu: Oriental Chicken: mit Pfefferkörnern, Sesam, Knoblauch, Ingwer, Kümmel, Dill, Fenchel (6%). – Trends: Mexican Cajun mit Chilipulver, Peperoni, Knoblauch, Jamaikapepper, Koriander (25%). – Bestseller: USA-BBQ mit Pfeffer, Knoblauch, Gewürzen, Meersalz (50%).
Pacovis 056 485 93 93 (P)	Seasonings-Trends: Asiatische und USA-Barbecue mit Rauch. – Spezialität: Bio-Gewürze, Mariaden-Trockenmischung mit verkapseltem Salz. – Aromaschonende Kaltmahlung und auf Wunsch Dekarboxylierung.
Pistor www.pistor.ch	Marke «pistor»: 29 Gewürze und 2 Mischungen. – Marke «Wiberg»: 60 Gewürze und 15 Mischungen. – Marke «Butty»: 30 Gewürze und 3 Mischungen. – Neu: gemahlener Stemanis, Kardamomen.
Prodega Howeg www.prodega.ch www.howeg.ch	Marke «Excellency»: Premiumqualität zu Grossverbraucherpreisen. – Neu: Fischgewürz, Zitronenpfeffer, grüner Pfeffer. – Neu: Stehbeutel und Eimer, Klarsichtdosen mit UV-Schutz.
SVR FOOD SA 021 637 42 70 Zafferana www.zafferana.ch	Breite Palette an Grundgewürzen. – Marke «L'univers des Gastronomes». – Klarsichtdose mit Drehverschluss. Spezialisiert auf Safran (gemahlen und Fäden, aus Spanien) sowie Vanille. – Marke «Linea Elefante».

HANS-PETER FÄSSLER/ Der Chairman von deSede zu Farben im Hotel

INTERVIEW: LORE KELLY

«Hell und Pastell öffnen den Raum»

Das Weltbild des engagierten Geschäftsmanns Hans-Peter Fässler wird durch seine abwechslungsreiche Vita geprägt. Seit seinem Einstieg bei deSede hat sich der Umsatz verdreifacht. Der Möbelmacher spricht fünf Sprachen und ist ständig unterwegs. Auf seinen vielen Reisen erhält er die Inspiration für sein Schaffen.

«Da alles Farbe hat, muss alles, was Menschen tun, farbig gestaltet sein», schrieb schon Bruno Taut 1921.

Hans-Peter, Fässler, welche Rolle spielt heute die Farbe im Einrichtungsbereich?

Farben sind der Spiegel der Zeit. Wir leben heute in einer sehr dunklen Phase, sowohl politisch als auch wirtschaftlich, deshalb probiert man mit hellen Farben den Kontrast auszugleichen.

Welche Rolle spielt Farbe bei den Möbeln, in der Hotelbranche?

Die Farben sollen mit der Architektur fließen und den Eindruck einer Harmonie vermitteln und den Menschen, die sich in den Hotelräumen aufhalten ein Gefühl des Wohlbefindens (wellbeing) geben.



Hans-Peter Fässler

Die Farbwahl ist bei den Möbeln wie bei der Mode dem Trend unterworfen. Wie sehen Sie die Entwicklung?

Möbel und Mode unterscheiden sich. Mode ist schnelllebig und saisonal. Möbel sind langlebig, deshalb kein Trendgut, sondern ein Investitionsgut. Ein Investitionsgut ist nicht kurzfristigen Trends, sondern eher Megatrends unterworfen. Für uns ist es wichtig, dass wir über die Architektur und andere Investitionsgüterindustrien die richtige Information über Megatrends bekommen und umsetzen.

Welche Farben sind zurzeit aktuell und sehr gefragt?

Wir spüren, dass der Trend mehr und mehr zu helleren Farben übergeht, von Pastellfarben bis zu weiss und Eierschale (off-white). Dadurch verlieren die Möbel an Dominanz und öffnen den Raum.

Glauben Sie, dass Farben den Alltag beeinflussen?

Ich bin der festen Überzeugung, dass Farben einen sehr grossen Einfluss auf unser Wohlbefinden haben. Dieses Farbspiel erlebt man, wenn man mit offenen Augen durch die Natur wandert. Da wir ja nicht die Natur ins Haus nehmen können, nehmen wir Farbteile daraus und gestalten diese so harmonisch wie möglich, um uns den Gemütszustand, den wir brauchen oder haben möchten, zu schaffen.

Sie sind Chairman einer der wichtigsten Möbelhersteller in der Schweiz, wie wählen Sie Ihre Farbpalette aus?

Wir gehen nach ganz klaren Kriterien vor: Wir orientieren uns an Trendforschungsinstituten – sicherlich zählt auch unser eigener Geschmack, auch Gusto genannt.

DESIGN / Wirklich neue, grosse Trends waren an der diesjährigen Kölner Messe nicht auszumachen – vielmehr existieren, wie etwa in der Damenmode, mehrere «Strömungen» nebeneinander. **LORE KELLY**

Grell, bunt und schräg – oder karg

Auf der Kölner Möbelmesse hätten die «Enterprise»-Helden Captain Kirk und Mr. Spock ihre Freude an der Vision des idealen Zukunftshauses des New Yorker Designers Karim Rashi gehabt: Eine grellbunte Mischung rosa-, orange- und blauer Wohnräume, geschwungene Raumteiler, eine kuschelige Wohnhöhle, PC-verbunden bis in die Toilette. Wie in der TV-Serie, nur ein bisschen greller.

Blühend und farbenfroh wie die Tapeten aus Flüssigkristallpolymer scheidet die Fantasie des Gestalters: Über Gehirnwellen oder einen Touchscreen-Monitor sollen die Bewohner des Hauses künftig ihre Umgebung spontan verändern können, indem sie etwas Luft, Wärme und Düfte in die Räume steuern. Inneneinrichtung, Architektur und Technologie verschmelzen im «tech»-organisierten Haus. Einige dieser Visionen werden teilweise schon in Hotels angewandt.

«HOMING»: WARMER FARBEN

Farbig, grell bunt, schräg, «retro», gediegen – ein wirklich grosser Trend war auf der Mitte Januar abgehaltenen Möbelmesse nicht auszumachen. «Der Trend ist, dass es keinen Trend gibt», sagt der Präsident des Verbands der Deutschen Möbelindustrie (VDM), Helmut Lübke. Immerhin auffallend ist die Farbigkeit der Möbel. Ofters angesprochen auf der Messe wurde auch das «Homing»: In einer immer feindlicheren Umwelt soll die Wohnung, und auch das Hotel, Geborgenheit durch warme Farben und helle Hölzer vermitteln.

Die wichtigsten Hölzer in Hotelbereich sind nach wie vor Buche, Kirsche, Erle und Birke. Das sind Hölzer aus einer hellen Farbpalette von Beige über rötliche Anklänge bis zu einem hellen Braun. Die helle Eiche erlebt seit einigen Jahren einen Auftrieb. Gern wird sie gekalkt. Indem man das Holz mit Kalk einreibt, erhalten die Poren einen weissen Schimmer. Wenn das Holz in schönen Tönen gebeizt ist, kann man es ölen, wachsen oder lackieren.

MEHRZWECK UND FLEXIBILITÄT

Hoteliere wünschen sich Möbel mit Funktionen. Die oft einfach erscheinende Lösung – sei es nun bei Sofas oder bei Tischen – entspreche dem ausgeprägten Wunsch nach Mehrzweck und Flexibilität. Die neuen Möbel können je nach Stimmungslage und Nutzung verändert werden. Auch das Thema Wellness wird in der nächsten Zeit eine weiterhin wichtige Rolle spielen. Schlaf-Wellness, Sound-Wellness oder Farb-Wellness belegen

PHOTOS: ZUG



BESCHWINGT

Leichte und bequeme Möbel für die Hotel-Lounge.

als nur einige Beispiele die allzu menschlichen Bedürfnisse nach Ausgleich und Balance auch in den Hotelzimmern. Dieses Wohlfühlen schafft Energie, Identität und bietet Anreize, damit die Gäste wieder kommen.

«KNALLIG» WIEDER GEFRAGT

Gefragt bei den Möbeln sind eigentlich alle Töne. Knallige Farben und Pastellöne sind en vogue. Bei den Farben der Polsterstoffe und des Leders werden viele Farben aus dem Naturbereich gewählt. Hier reicht das Spektrum von Holzbraun bis hin zu Unifarben wie Rot, Grün, Violett oder Hellblau. Das Kolonialthema ist immer noch aktuell. Afrikanische Ethnomuster, asiatische Inschriften, ägyptische Hieroglyphen zeigen einen gelungenen Dialog zwischen der westlichen Welt und exotischen Kulturen.

STRAPAZIERFÄHIGE STOFFE

Die Bezugstoffe sind aus Wolle, Leinen, Baumwolle und Flachs. Im Kunstfaserbereich holt die Mikrofaserelemente auf. Sie hat den Vorteil, sehr strapazierfähig und gleichzeitig äusserst edel zu sein. Hochwertiges Leder

kommt immer wieder zum Zuge, da es lange hält und die «Patina» mit der Zeit oft schöner wird. In der vergangenen Entwicklungssaison wurde viel dazu beigetragen, Materialien aus allen technischen Gebieten beim Möbelbau zum Einsatz zu bringen. Hier reicht die Palette von den modernen Kunststoffen aus der Chemiebranche bis hin zu natürlichen Rohstoffen auch aus fernen Ländern.

BAMBUS, SEEGRAS UND RATTAN

Bambus, Seegrass und Rattan erleben eine Aufwertung. Das meist bei Polstermöbeln ohnehin notwendige Zusammenspiel verschiedener Materialien wird verstärkt mit den Metallkombinationen. Die Metalloptik in Aluminium und Edelstahl wie auch Chrom wird zunehmen. Satiniertes Glas wird seinen Anteil verteidigen. Transparente Fronten haben ihren Markt erobert. Transparente Fronten haben ihren Markt erobert und bleiben Thema. Transparenter, farbiger Kunststoff wird in Zukunft mehr und mehr eingesetzt. Gerne im Verbund mit Holz und Metall zeigt sich das wieder neu entdeckte Material in Fronten als Fenster oder Tür. Transparente Möbel, Möbelteile und Accessoires drücken ein

Leichtigkeit und Helligkeit aus, mit der sich der moderne Gast gerne umgibt.

Erst kürzlich wurde «Le Cabaret», ein exklusiver, eleganter Nightclub am Palais Royal in Paris eröffnet. So etwas Ähnliches wie das «Kaufleuten» in Zürich, nur noch viel edler. Der Designer des spektakulären Lokals war der Pariser Designer Ora Ito.

LE CABARET: CHERRYROT, DUNKELBLAU UND GRAU

Die Schweizer Firma deSede liefert die Einrichtung. Die Farben Cherryrot, Dunkelblau und Grau dominieren und je nach Lichteinstrahlung präsentieren sich die Räume in einer anderen Stimmung. Alle Sitzflächen sind aus hochwertigem Leder überzogen, das in Massarbeit hergestellt wurde. Die Wände sind verschalt mit schimmerndem Corian. Das In-Lokal, das erst kürzlich seine Tore öffnete, wird immer mehr für Fashion-Shows und für exklusive Anlässe gemietet. «Ein grosser Anteil des Erfolges war die Wahl der Farben und des natürlichen Materials», meint Hans-Peter Fässler von deSede.

Weitere Möbelhersteller und Einrichter für Hotels und Restaurants: www.hotelieriesuisse.ch (SHV I-doe); www.igecho.ch



STRAPAZIERFÄHIG

Robuste Stoffe sind in der Hotel-Lobby ein Muss.

Farben sind Kommunikationsmittel

Schon C.G. Jung erforschte die Wirkung der Farben auf das kollektive Unbewusste. Nach ihm gehören die Farben zu den ursprünglichsten Symbolen der Menschheit, die seit jeher in Zeichnungen und auch in den Sprachen als Metaphern Einzug gehalten haben. Da die Farben auf der Zellebene wirksam sind, vermag die Farbtherapie Disharmonien auf der energetischen sowie informativen Ebene auszugleichen. Farben sind archetypisch und somit immer schon als Kommunikationsmittel zwischen Menschen eingesetzt worden. Der Ruf nach Farbe ist ein zyklisches Phänomen. Es scheint, als ob er dann besonders laut wird, wenn es um den Zustand der Gesellschaft nicht gerade zum Besten bestellt ist.

Wer nach sicheren Rezepten fragt, muss enttäuscht werden, denn es gibt für die farbliche Ausgestaltung von Bauten und Innenräumen weder den richtigen Weg noch den idealen Partner als allein Zuständigen. Das Phä-

nomen der Wahrnehmung beruht auf dem Erfassen von Kontrasten. Unterschiedliche Reflektionsgrade von glänzenden und matten Oberflächen, Kontraste zwischen opaken und transparenten Farben und die einzigartigen Eigenschaften reflektierten und projizierten Lichtes generieren eine ungewöhnlich reiche Palette von Farberscheinungen. «Die reinen Grundfarben Blau, Gelb und Rot erscheinen bei matter Oberfläche und schwacher Lichtquelle gedämpft. Im Gegensatz dazu kann der zarte Regenbogen von Farben, der entsteht, wenn helles Sonnenlicht durch ein Prisma aus Eis dringt und auf einen schneeigen Hintergrund trifft, unglaublich intensiv sein», erklärt der bekannte Architekt und Künstler Steven Hall. Immer mehr setzen Architekten Farben in Hotels ein, sei es an den Wänden, Böden oder Decken oder mit Möbeln und Textilien. Schon kleine farbliche Veränderungen können den gesamten Raum verändern. **LK**

USA: Starbucks mit Rekordquartal

Seattle. Die Kaffeehaus-Kette Starbucks Corporation hat im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2002/2003 Rekordergebnisse erzielt. Starbucks will 2003 mindestens 1200 neue Geschäfte eröffnen! Starbucks steigerte seinen Umsatz in dem am 29. Dezember beendeten Dreimonats-Abchnitt gegenüber der Vorjahresvergleichszeit um 25 Prozent auf 1 Milliarde Dollar; Gewinn: 80 Millionen Dollar. *CM/sda*

WALLIS / Aufnahme in das Register für Ursprungsbezeichnungen

Schutz für Trockenfleisch

Als dritte schweizerische Fleischware nach «Bündnerfleisch» und «Saucisse d'Ajoie» wird «Walliser Trockenfleisch» vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) ins Register der geschützten geografischen Angaben (GGA) eingetragen. Gegen das am 18. Oktober 2002 öffentlich aufgelegte Gesuch um Eintragung sind innerhalb der gesetzlichen Frist keine Einsprüche erhoben worden. «Walliser Trockenfleisch» bezeichnet ein

im Wallis getrocknetes und aufbereitetes Produkt aus Rindfleisch, das sich zum Rohkonsum eignet. Die Rinder müssen in der Schweiz geboren und geschlachtet, das Fleisch ebenfalls in der Schweiz zerlegt werden.

Mit dem AOC/GGA-Register lassen sich die Gebietsnamen von landwirtschaftlichen Erzeugnissen schützen (Wein ausgenommen), deren Qualität und Hauptigenschaften durch ihre geografische Herkunft be-

stimmt werden. Ist ein Name geschützt, darf er nur von den Produzenten des entsprechend definierten geografischen Gebiets benutzt werden, die sich an ein detailliertes Pflichtenheft halten. Unabhängige und vom Bundesamt für Messwesen und Akkreditierung zugelassene Kontrollstellen überwachen die Einhaltung des Pflichtenhefts. Gegenwärtig prüft das Bundesamt für Landwirtschaft rund 20 Eintragungsgesuche. *CM*

WEINMESSE / Düsseldorf: «Pro Wein» mit Verkostung

Crus aus aller Welt

Weine aus Österreich und aus der Schweiz werden sich auf der kommenden Fachmesse «Pro Wein» in Düsseldorf in einer eigenen Halle präsentieren. Vom 23. Bis zum 25. März 2003 steht «Pro Wein» ganz im Zeichen von Weinen aus aller Welt. Das bereits traditionelle Verkostungsprogramm konzentriert sich diesmal auf Rieslingweine der Jahrgänge 2001 und 2002 sowie auf Shiraz-Weine (oder auch Syrah genannt) der Jahr-

gänge 1997 bis 2002. Weine aus der Schweiz und aus Österreich werden in Halle 8 zu degustieren sein. Dauerkarten kosten 33, Tageskarten 19 Euro. Der Katalog (9 Euro) soll bereits zwei Wochen vor Messebeginn für Fachinteressierte verfügbar sein. Die internationale Fachmesse ist nur Fachbesuchern zugänglich. *GU*

Informationen: www.messe.duesseldorf.de

MÖVENPICK-GLACE / Gesamtes Ice-Cream-Geschäft abgestossen

Nestlé schleckt sich die Finger

Der Hotel- und Gastronomie-Konzern Mövenpick verkauft die weltweiten Ice-Cream-Markenrechte an den Viviser Nahrungsmittelmulti Nestlé. Im Zuge dieser Transaktion, die in den nächsten Wochen vollzogen werden soll, übernimmt Nestlé auch das Ice-Cream-Geschäft von Mövenpick, wie beide Unternehmen mitteilten. Der Verkauf der gesamten Glace-Sparte ist eine Folge der Übernahme der Firma Schöller in Deutschland durch Nestlé im vergangenen Jahr. Da Schöller ein bedeutender Lizenznehmer für Mövenpick Ice Cream ist, musste Mövenpick über die Bücher gehen. Die Evaluation aller Szenarien habe zum Ergebnis geführt, dass der Verkauf der weltweiten Markenrechte für Mövenpick Ice Cream an Nestlé die beste Lösung darstelle. Zum Übernahmepreis wurden keine Angaben gemacht.

UMZUG VON BURSINS NACH RORSCHACH

Der weltweite Umsatz von Speiseeis unter der Marke Mövenpick beläuft sich auf rund 300 Mio. Franken. Das Geschäft in der Schweiz beträgt, unter Einschluss der Exporte, rund 40 Mio. Franken. Die Mövenpick-Gruppe hat ihr Ice-Cream-Geschäft vor allem durch Lizenzabkommen mit Gesellschaften in Deutschland, Norwegen, Schweden, Finnland, Ägypten und Saudi-Arabien entwickelt.

Nestlé will weiterhin Mövenpick-Glace in der Schweiz produzieren. Allerdings soll die Mövenpick-Fabrik in Bursins VD, wo 50 Personen beschäftigt sind, geschlossen werden. Nestlé will die Produktion auf den Standort Rorschach (Frisco-Findus) konzentrieren. Den betroffenen Angestellten in Bursins will Nestlé sozialverträgliche Lösungen anbieten. Nestlé hat der Verkauf des Glacegeschäfts zur Folge, dass im Unternehmensbereich Fine Foods mittelfristig rund 30 Arbeitsplätze an verschiedenen Standorten abgebaut würden. Für die betroffenen Personen bestünde ein Sozialplan.

WER KAUFT DAS WEINGESCHÄFT?

Von der Vereinbarung zwischen Nestlé und Mövenpick sind die anderen Lebensmittelprodukte – wie Kaffee, Lachs, Konfitüre, Joghurt, Salatsaucen – nicht betroffen. Sie würden von Mövenpick in der bisherigen Form weitergeführt. Zurzeit werde in Adliswil «eine Fokussierung auf das internationale Markenlizenzgeschäft evaluiert». Bekanntlich will Mövenpick auch das rentable Weingeschäft veräußern. Ursprünglich wollte das kranke Unternehmen den potenziellen Käufer bis Ende des vergangenen Jahres bekanntgeben. Offenbar zieht sich aber das Prozedere mangels Interessenten, die bereit sind, Mövenpicks Preisvorstellungen zu erfüllen, in die Länge. *DST*

ABFALL / Während das Separatsammeln von Wertstoffen eingespielt ist, bleiben Rüst- und Speiseabfälle ein Experimentierfeld. Wichtiger Trend: Bioresten entwässern und verbrennen. *OLIVIER BORER*

Nassmüll bleibt Problemkind

Papier, Karton, Konservendosen, Glas, PET, Alu, Batterien, Fritieröl und Porzellan: Was in den 360 Betrieben der SV-Group separat gesammelt und entsorgt wird, dürfte auch für die meisten übrigen Schweizer Gastrobetriebe zutreffen. Klar auch: Gemischte Abfälle werden verbrannt.

GESETE MACHEN BALD EINMAL DRUCK

Knackpunkt in vielen Gastro-Betrieben bleibt die Frage, wohin Speiseresten und Grünabfälle entsorgt werden sollen. Einige Restaurants füllen den gebrauchten Kaffeesatz in Plastikbeutel und geben diese kostenlos an die Hobbygärtner unter ihren Gästen ab. Doch die direkte Verwertung ist die Ausnahme: «Auch heute noch werden 90 Prozent dieser Fraktion an Bauern zur Weiterverwertung als Schweinefutter abgegeben», meint hotelleriesuisse-Berater Hans-Peter Schöni. Diese entschieden sich noch immer für die altbewährte Methode: Organische Abfälle werden den Bauern abgeliefert, diese verwenden sie als Futter für die Schweinemästung.

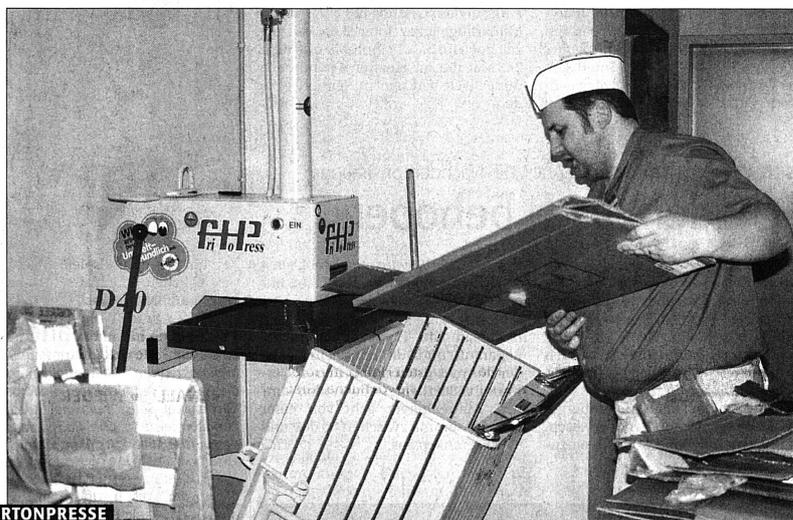
Lange, so ist sich Nicolas Mannweiler von der Firma Meiko AG in Fällanden sicher, lange werde dies nicht mehr möglich sein. Denn die gesetzlichen Vorschriften in der Schweiz sollen strenger und damit die Abgabe an die Bauern verboten werden. Die Schweizer Meiko-Niederlassung beschäftigt sich zwar derzeit vor allem mit Geschirrspülautomaten, doch das könnte bald ändern: «Meiko Deutschland bietet bereits heute vollumfängliche Entsorgungskonzepte an», erzählt Mannweiler. In der Schweiz werde die Nachfrage nach solchen Dienstleistungen steigen, wenn die gesetzlichen Änderungen in Kraft treten.

STRENGERE AUFLAGEN: ZAHLEN STATT SPAREN

Eine wichtige Entwicklung in der Nassmüllentsorgung sei, dass Restaurateure früher einen gewissen Geldbetrag erhielten, wenn sie ihren Abfall den Bauern überliessen. Heute müsse man sogar dafür bezahlen. Der Grund liegt laut Schöni bei den strenger werdenden Auflagen: «Bauern dürfen heute den Nassmüll nicht mehr unbelastet an ihre Tiere weitergeben.» Mit anderen Worten heisst dies, dass das Futter laut Hygieneverordnung zuerst pasteurisiert werden muss, also auf mindestens 85 Grad erhitzt und anschliessend wieder abgekühlt wird. Für die Bauern bedeute das einen enormen zeitlichen Aufwand und zudem seien Investitionen in entsprechende Infrastruktur nötig.

Ein weiteres Problem bestand vor allem früher darin, dass immer wieder Gegenstände im Futter landen, die nicht reingehören: «Die Tiere verletzen sich häufig an Löffeln oder Glasresten, die im Abfall stecken. Heute puriert man die organischen Reste vor

Foto: Pieter Polderevaert



KARTONPRESSE

Volumen reduzieren ist alles, wenn's ums Abfallmanagement in der Gastronomie geht.

der Verfütterung, um solche Unfälle zu verhindern», erklärt Schöni.

SV GEHT NEUE WEGE: RÜSTABFALL ZU BIOGAS

Nicht nur gesetzliche Zwänge, auch die Praktikabilität könnte im Bereich der organischen Resten bald einen Umschwung bringen. Die engen Platzverhältnisse verhindern oft die vorgeschriebene Kühlung der Abfälle. Kein Wunder wächst der Markt für spezialisierte Entsorger. Problemstoffe aus der Gastronomie gebe es eigentlich keine, bestätigt Urs Christen von FCC Food in Glattbrugg. Einzig Fritieröl und Medikamente aus Spitälern seien heikel. Auch der Geschäftsleiter der Zürcher Recycling-Firma Toel, Wolfgang Toel, bestätigt die Aussage von Christen: «Die Ver-

wertung in der Schweinemästerei wird verschwinden.» Eine alternative Möglichkeit bestehe darin, organische Abfälle zu kompostieren und das daraus gewonnene Biogas als Benzin-Ersatz zu verwenden. «Derzeit prüfen wir neue Möglichkeiten, wie wir Speiseresten entsorgen könnten, etwa durch die Vergärung im Faultrum von Kläranlagen mit gleichzeitiger Biogasgewinnung», erklärt beispielsweise Silvia Schnidrig, Sprecherin der SV-Group.

KONZEPT KANN SICH LOHNEN

Hauptproblem beim Abfallmanagement der Gastronomie ist der fehlende Platz. Die Separierung des Abfalls werde zwar vorbildlich durchgeführt. Dies bedeute aber einen

grossen Platzbedarf für die verschiedenen Container und Sammelstellen, gibt Wolfgang Toel zu bedenken. Die Firma Toel ist auf diesem Gebiet aktiv und bietet Maschinen an, die eine platzsparende Entsorgung ermöglichen: Karton wird gepresst, für Dosen und Glas gibt es allgemeine Sammelstellen und Letzteres wird auch geschreddert.

«Früher wurde jeglicher Abfall ohne grosses Zögern weggeworfen, denn das war zu dieser Zeit die kostengünstigste Variante. Dieses Phänomen ist teilweise noch heute zu beobachten, obwohl sich das ökologische Denken stark verändert hat», erklärt Toel. Klar ist: Je grösser ein Unternehmen, desto eher lohnt es sich, ein eigentliches Abfallkonzept einzuführen – gegebenenfalls mit Unterstützung von spezialisierten Dritten.

Pressen und erst dann entsorgen

Rüst- und Speiseabfall besteht zu einem hohen Anteil aus Wasser. Eine Firma setzt deshalb auf das vorherige Entwässern. Stoffe trennen, an Ort und Stelle Volumen reduzieren, koordiniert abholen: So lautet das Konzept der Firma Acon in Wollerau/SZ. Für die Gastronomie kommen die Komprimier-Systeme vor allem für die Karton-, Glas- und Grünzeug-Fraktion in Frage. Die Bioabfall-Pressen holen aus Rüstabfällen und Speiseresten 80% Wasser heraus und übergibt diese der Kanalisation. Der Rest, ein trockenes Granulat, wird bei Zimmertemperaturen geruchfrei gelagert und bei Bedarf von Acon abgeholt. «Je nach Region können wir die Ware in eine Vergärungsanlage bringen oder dann in die Verbrennung», erklärt Aldo Tschäppät von der Acon AG.

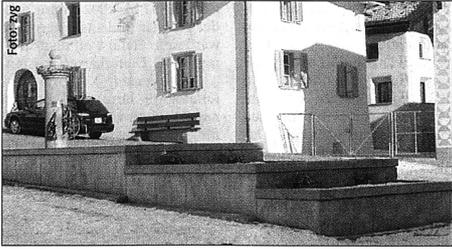
Allerdings sei die umweltverträglichere Variante meist noch teurer als das Verbrennen. Doch das Verfahren spare den knappen Platz im Kühlraum und vermeide, dass viel Wasser unnötig herumgefahren werde.

Geschreddert wird auch Altglas, und zwar zu einem Granulat, das danach – wie auch ein beachtlicher Teil des übrigen in der Schweiz gesammelten Altglases – in der Bauwirtschaft landet. Statt Berge leerer Flaschen bleibt nur ein Häufchen Scherben zurück, das durch seine runden Bruchkanten allerdings ungefährlich ist. Praktisch für die Gastronomie: Nicht nur Flaschen, auch Porzellan- und Trinkglas-Bruch kann in den Trichter des Minischredders gegeben werden, das Volumen geht um 80 Pro-

zent zurück. «Interessierten Betrieben bieten wir ein umfassendes Konzept an, das sämtliche Abfälle berücksichtigt», so Tschäppät. Auch Restkehricht könne geschreddert oder gepresst werden, je nachdem, ob die Standortgemeinde die Gebühr nach Gewicht oder Volumen erhebe. Insbesondere bei den Wertstoffen reche sich eine konzentrierte Abholung durch nur einen Entsorger, meint Tschäppät, dessen Firma die Apparate sowohl im Kauf als auch in Miete installiert. Konzentration, so lautet auch die Lösung beim SV-Service, wo man die Zahl der Entsorgungspartner senken will, betont Silvia Schnidrig: «Weniger Entsorger heisst auch, die Abfallmengen zu bündeln», was wiederum Kosten senkt. *PLD*

SCUOL / Auszeichnung für den Erhalt von historischen Brunnenanlagen

Kostbares Brunnenwasser



Den diesjährigen Preis der «Ernst und Hanna Hauenstein Stiftung» in der Höhe von 20 000 Franken bekommt die Gemeinde Scuol. Der Preis soll ein Ansporn sein, etwas zum Erhalt von historischen Brunnenanlagen zu tun. Laut Gemeindepräsident Jon Domenic Parolini fliesst das Geld der Stiftung «Pro Aua Minerala» zu, die zur Förderung des Mineralwasservorkommens in der Region gegründet wurde. TRU

Drei Nächte im «Victoria-Jungfrau»

Wettbewerb. Monika Pilloud aus Baden hat an der Zürcher Ferienmesse Fespo am Stand von hotellerieuisse den «Last-Minute-CH»-Wettbewerb gewonnen. Sie bekommt einen Gutschein im Wert von 3418 Franken. Der Gutschein berechtigt zwei Personen, drei luxuriöse Nächte im Fünf-Sterne-Haus Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken zu verbringen. TRU

Expo-Region lanciert Plakatkampagne

Biel. Die Expo.02-Städte Biel, Murten, Neuenburg und Yverdon-les-Bains lancieren eine nationale Plakataktion, um der Schweizer Bevölkerung für ihren Besuch an der Landesausstellung zu danken. Gleichzeitig soll das Plakat für die Region werben. Die Plakate hängen in der ganzen Schweiz. Es ist die erste gemeinsame Aktion der Drei-Seen-Region nach der Landesausstellung. CKSda

ZITAT DER WOCHE

«Der Trend ist, dass es keinen Trend gibt.»

Helmut Lübke, Präsident des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie (VDM).

Siehe Seite 18

ERICH VON DÄNIKEN / «Goldener Ideen Oskar 2003»

«Oskar» für «Mystery»-Idee

Der Autor Erich von Däniken ist Träger des «Goldenen Oskars 2003» der Schweizerischen Gesellschaft für Ideen- und Innovationsmanagement Idée Suisse. Von Däniken erhält den Preis für seine Idee zum Mystery-Erlebnispark Interlaken. Von Däniken komme das Verdienst zu, mit seiner Idee des Mystery-Parks in Interlaken die Ökonomie und die Ökologie in einen Einklang gebracht zu haben.

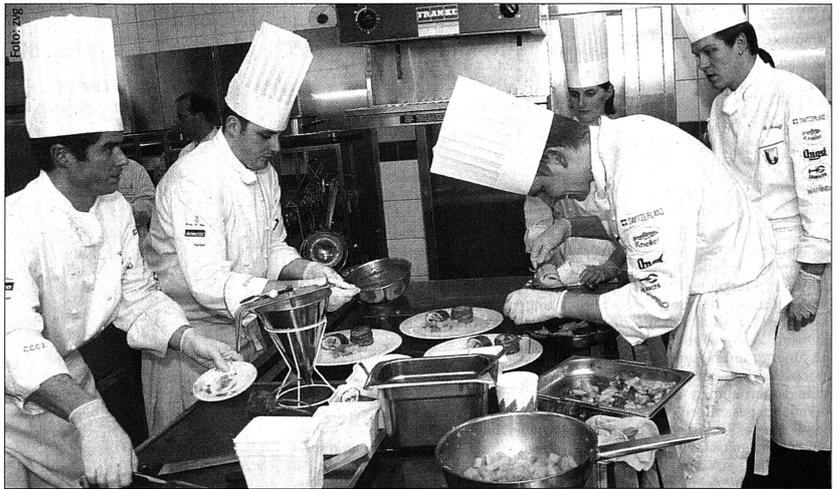
Seine Idee komme einem «achten Weltwunder» gleich, heisst es dazu in einer Mitteilung der Gesellschaft. Die Auszeichnung wird am 6. Februar 2003 in Interlaken verliehen. Der Mystery-Park auf dem Gelände des ehemaligen Militärflugplatzes Interlaken ist zurzeit noch im Bau. In ihm sollen ab dem 24. Mai die rätselhaften Phänomene dieser Welt wirksam präsentiert werden. KJV/sda

«SCHWEIZERHOF» BERN / Anti-WEF-Nachdemonstration

Schaden rasch behoben

Im Zuge der Verwüstungen rund um den Berner Hauptbahnhof durch gewalttätige WEF-Gegner in der Nacht auf Sonntag wurde das Hotel Schweizerhof beschädigt. Wenn die Gäste nicht über Gebühr tangiert worden seien, dann nicht zuletzt dank den «Schweizerhof»-Mitarbeitern, steht für Hoteldirektor Paul B. Mattenberger fest. Diese seien sofort bereit gewesen, eine Nacht- und Sonderschicht einzu-

legen, um die Verwüstungen möglichst rasch zu beseitigen. Die Bar habe nur gerade einen halben Tag lang geschlossen werden müssen. Dank den rasch an die Hand genommenen Reparatur- und Aufräumarbeiten habe der Normalzustand schneller als erwartet wiederhergestellt werden können. Mattenberger geht von einer Schadenssumme zwischen 80 000 und 90 000 Franken aus. TRU



Neue Koch-Nationalmannschaft.

Die Kochnati 2003 bis 2005 ist erkoren. Der Cercle des Chefs de cuisine Zürich (CC CZ) wird die Schweiz in den kommenden Jahren an internationalen Wettbewerben vertreten. Im Berufsbildungszentrum Unterentfelden gewann das Team vergangenes Wochenende die Auscheidung im Kochwettbewerb gegen die Copains des Alpes und die Rhone-Köche Wallis. Die neuen Schweizer Teammitglieder (v.l.n.r.): Thomas Marti, eidg. dipl. Küchenchef, Sous-Chef Hotel Storchen, Zürich; Daniel Lehmann, Küchenchef Hotel Moosegg, Emmenmatt; Andrea Sennrich, Konditormeisterin, Chef Pâtisserie Hotel Baur au Lac, Zürich (im Hintergrund); Stephan Marolf, eidg. dipl. Küchenchef, Restaurant Mille Sens, Bern; Daniel Sennrich, Gastronomiechef EFA, Sous-Chef Hotel Baur au Lac, Zürich (vorne). CM

PEOPLE FAX: 031-370 42 24 - E-MAIL: REDAKTION@HTR.CH

Hans Sauter (vormals Bürgenstock Hotels) heisst der neue Küchenchef im Hotel Terrace in Engelberg. Ihm zur Seite steht Sous-Chef **Frank Zeissberg**. Direktor **Marcel B. Zaugg** will das kürzlich in den Club der «Best Western Hotels» aufgenommene Hotel mit einem neuen Küchenangebot im Art-Deco-Restaurant Palace-Stübli aufwerten. CM

Das Pächterwechsel-Karussell in Bern dreht munter weiter: Die ehemalige «Victoriahall» an der Effingerstrasse heisst jetzt «Excellence». Die neue Pächterin, **Esther Steinmann**, will Schweizer Küche zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. – Neues Konzept, neues Glück: Die «Hacienda» an der Schauplatzgasse wird zum «Restaubistrobar gut gelaunt». Pächter ist fortan **Ralf Jansen** (ehemals Hotel Spinne, Grindelwald). Licht und Farbe im «Restaubistrobar» richten sich nach Angebot, Tageszeit und Saison: Kaffeehaus-Atmosphäre am morgen, Galerie am Nachmittag, Barbetrieb am Abend – alles unter Feng-Shui-Aspekten. Bisheriger Päch-

ter war **Guy Friedli** vom Restaurant Schadau in Thun. – Dem «Musig-Bistro» an der Mühlemattstrasse steht ebenfalls ein Wechsel bevor – die bisherigen Wirte **Massimo Cuccu** und **Paolo Panza** verlassen den Betrieb. Ad interim führt **Willi Wild** (ex Lorenzini) das Restaurant. CM



Hans Peter Dürr heisst der neue Geschäftsführer für den Bereich Gastro- und Hotelmanagement bei der Freddy Burger Management Gruppe (FBM). Das im Entertainment und in der Gastronomie tätige Unternehmen will den Gastronomie- und Hotelbereich weiter ausbauen. Zukünftig sollen neben der Führung von Restaurants

und Nightlife-Betrieben verstärkt auch Management- und Beratungsdienstleistungen für die Hotel- und Gastronomieindustrie angeboten werden. Dürr war zuletzt als COO bei Radisson SAS Hotels in Brüssel tätig. CM



Ab dem 1. März 2003 wird **Daniel Gurtner** bei PostAuto Tourismus in Interlaken die Leitung des Bereiches Operating übernehmen. PostAuto Tourismus bietet gesamtschweizerisch touristische Produkte in Verbindung mit Postautos und Postcars an. Nach drei Jahren im Operating bei Railtour Suisse arbeitete Gurtner seit 1998 bei Swissair und Swiss International Air Lines. KJV



«Cipriani» im «Baur au Lac». Das legendäre Hotel Cipriani aus der Lagunenstadt Venedig gastiert im Zürcher Hotel Baur au Lac. Vom 27. Januar bis zum 8. Februar präsentieren Küchenchef Renato Piccolotto mit zwei Sous-Chefs «Cipriani»-Spezialitäten im «Restaurant Français». Vorne v.l.n.r.: Andrea Kracht, CEO der H.Kracht's Erben AG, Natale Rusconi, Geschäftsführer des «Cipriani», und Michel Rey, Direktor des «Baur au Lac». Hinten v.l.n.r.: Die Gastköche Piergianni D'Afflitto und Roberto Gatto sowie «Baur-au-Lac»-Küchenchef Maurice Marro. MIP

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892
Herausgeber:
Schweizer Hoteller-Verein
Mondispustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung SHV-Medien:
Christian Hodler

Redaktion:
Chefredaktion: Manietta Dedual (MD)
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)

Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM),
Martin J. Petros (MJP), Daniel Stampfli (DS)
Cahier français: Miroslav Halaba (MH),
Laurent Missbauer (LM), Valérie Marchand (VM),
Milestone: Dr. Peter Kühler (PK)

Produktion: Dominique Schmidt (DOS)
Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten:
Ulrich Handschin (UH), Craubünden;
Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Henbert
Purscher (HP), Wien; Maria
Pütz-Willems (MPW), München; Gerhard Lob (GL);
Tessin; Georg Uebenauf (GU), Frankfurt;
Reto Westermann (RW), Zürich

Verlag:
Inis Siebel (Verlagsleitung), Markus Marchel (Verkaufsleitung)
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci,
Stelleninserzer: Matthias Beyerle, Andres Jakob, Marc Moser.
Geschäftsanfragen: Markus Marchel (Verkaufsleitung),
Roger Stemmer, Brigitte Weber.
Innendienst: Patrick Stadler

Druck:
Fischer AG für Data und Print,
Druckzentrum Bern.

Auflage:
11'196 Ex. WEMF-Begleitauftrag,
22'000 Ex. Vertriebsauflage

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

ISSN: 1424-0440

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

Kontakte:
Adresse:
Mondispustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Stelleninserzer:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: maic.moser@swiss-hotels.ch
Geschäftsanfragen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: patrick.stadler@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.



OFFICES DU TOURISME / Comment faire face aux réclamations? Petit tour d'horizon auprès des directeurs. PAGE 5



LAUSANNE / Le service marketing de Lausanne Tourisme dispose désormais d'une nouvelle stratégie de vente. PAGE 7



hotel+tourismus revue

ROUTES À THÈME / Suisse Tourisme lance la route «Luxe et design»

Cinq mille nuitées pour débiter

Les produits de luxe et le design qui ont fait la réputation de la Suisse seront désormais utilisés pour séduire les touristes. Mercredi, en effet, Suisse Tourisme a présenté à Zurich et à Genève sa première route à thème. Intitulée «Luxe et design», cette route s'étend de Genève à Saint-Moritz (GR), en passant notamment par Montreux, Vevey, Gstaad, Interlaken, Lucerne et Zurich. Des excursions sont en outre prévues dans la Watch Valley – dans la Vallée de Joux et dans le canton de Neuchâtel – et à Langenthal, ville qui héberge plusieurs entreprises connues, comme la société textile Baumann.

POUR LES «VOYAGEURS INDIVIDUELS EXIGEANTS»

Cette route donne l'occasion aux intéressés – les «voyageurs individuels exigeants», selon la description du public-cible – de découvrir ce qui est considéré de mieux, dans les régions traversées, en matière de produits, de sites, d'hébergement et de restauration. Des liens peuvent aussi être établis avec le golf et le secteur du bien-être.

L'itinéraire proposé peut se faire en sept ou trois jours, en voiture – avec ou sans chauffeur, précise-t-on – ou en train. Il fait l'objet d'un guide de 72 pages, disponible en français, préfacé notamment par Köbi Gantenbein, le rédacteur en chef du magazine suisse d'architecture et de design «Hochparterre». La route a, par ailleurs, reçu l'appui de la chaîne hôtelière Swiss Deluxe Hotels et des sociétés Bucherer, Europcar et Swiss International Airlines. Directeur du Montreux Palace, Hans Wiedemann, a, quant à lui, œuvré en qualité de «conseiller professionnel».

RECHERCHE DE NOUVEAUX CLIENTS

Avec cette route, Suisse Tourisme espère vendre quelque 5000 nuitées durant la première année d'exploitation. Le produit «Luxe et design» doit identifier et exploiter un potentiel de nouveaux clients. Cette route thématique doit aussi contribuer à la fidélisation de la clientèle et à promouvoir l'image de la Suisse, pays de qualité. Les marchés visés sont l'Allemagne, les Etats-Unis, la Grande-Bretagne, la Suisse et la France.

D'autres itinéraires thématiques sont en préparation. L'itinéraire «Gastronomie et vin» doit ainsi être lancé cet automne et l'itinéraire «Art et architecture» devrait suivre en 2004, a indiqué Suisse Tourisme. MH

SUISSE TOURISME / Suisse Tourisme a présenté mercredi un nouveau design et un nouveau slogan. Les touristes seront désormais invités à passer des séjours en «Suisse, tout naturellement». MIROSLAW HALABA

Suggérer «une philosophie de vie»

La Suisse touristique se veut plus «sensible», plus «naturelle», plus «ouverte», plus «sympatique». C'est le message que Suisse Tourisme veut désormais faire passer pour inciter les touristes à séjourner dans notre pays. Mercredi, ses responsables ont en effet présenté, simultanément à Genève et à Zurich, un nouveau design et un nouveau slogan.

Pour Suisse Tourisme, cette présentation, qui remplace celle lancée il y a huit ans par Marco Hartmann, le directeur de l'époque, veut suggérer une «philosophie de vie», «une manière d'affirmer son individualité, d'être soi-même». L'organe faitier du marketing touristique suisse aimerait ainsi passer du «produit vacances» au «sentiment vacances».

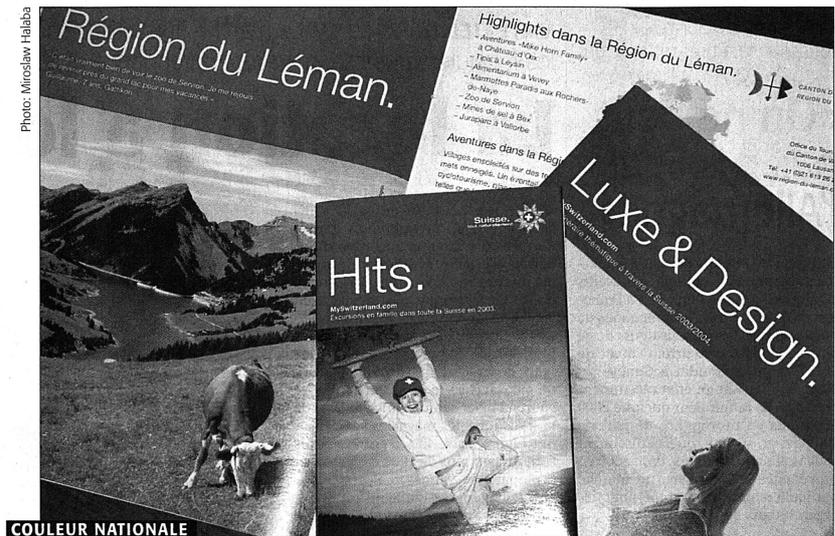
Ce changement ne signifie pas que la présentation précédente était mauvaise. Loin de là, mais comme l'a souligné Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, la nouvelle mouture tient compte des aspirations actuelles du public, qui tournent autour du sentiment de plénitude de soi, de la recherche du naturel et de l'authentique. Il convient de préciser que la fleur d'or, considérée «bien acceptée et reconnue», subsiste en tant que symbole de Suisse Tourisme.

DESIGN PLUS LÉGER OÙ LE ROUGE DOMINE

Conçue principalement par l'agence zurichoise Effact, avec laquelle Suisse Tourisme travaille déjà depuis quelques années, et par l'agence allemande Schölzel, Möhring GmbH à Francfort, cette présentation se caractérise par un nouveau slogan. «Enfin les vacances. A vous la Suisse.» cède sa place à «Suisse. Tout naturellement.»

Le design des messages publicitaires est allégé, débarrassé qu'il est des bordures noires qui entouraient les messages précédents jusqu'ici. Le caractère typographique choisi est le caractère «Helvetica», réalisé par le graphiste suisse Adrian Frutiger, dont une de ses créations ornera bientôt les panneaux de signalisation des localités suisses. Le rouge entre en force, puisqu'il ornera toutes les brochures. Pour Jürg Schmid, il ne s'agit pas d'être patriotique, mais de mettre en évidence la couleur nationale dominante. On remarquera, en passant, que l'en-tête des brochures ressemble assez à celle du «Bulletin» (de novembre 2002, en tout cas) publié par le Crédit Suisse.

Les photos qui serviront à éveiller les envies du public pour les espaces helvétiques répondront également à un nouveau concept. On y découvrira notamment davantage de person-



COULEUR NATIONALE
La couleur dominante du drapeau helvétique est bien présente dans le nouveau design.

nages, ainsi que, partout où c'est possible, la croix suisse.

DÉMARRAGE AVEC DEUX BROCHURES

La nouvelle présentation fera son apparition progressivement et devrait accompagner les campagnes de Suisse Tourisme durant les cinq à dix prochaines années. Elle est toutefois déjà présente sur les sites Internet public et professionnel (STnet) de Suisse Tourisme, sur les cartes de visite de ses collaborateurs. Elle est aussi visible sur deux brochures qui ont été aussi lancées mercredi. La première concerne la campagne en faveur des vacances à

la montagne et la seconde la campagne pour les vacances en famille. A noter, à propos de cette dernière que les clients de McDonald's Suisse recevront, au mois d'avril, un prospectus d'excursions à faire en famille et qu'une campagne d'affichage sera faite dans 450 gares suisses.

NOUVEAU DESIGN BIEN ACCUEILLI

Design et slogan ont naturellement fait l'objet de tests sur les principaux marchés, dont les Etats-Unis. «Les résultats obtenus sont très bons, voire excellents», a lancé Jürg Schmid. Le message d'une Suisse naturelle, qui

permet à ses visiteurs d'affirmer leur individualité, a été bien compris. Les villes pourront-elles s'identifier aussi à cette nouvelle mouture? Le directeur de Suisse Tourisme le pense. Vu leurs petites dimensions, les cités suisses peuvent se visiter d'une manière que l'on pourrait qualifier de «naturelle».

On notera que les partenaires touristiques n'ont pas été consultés pour ces modifications. Celles-ci sont en effet de la compétence du comité de Suisse Tourisme et de la direction.

Quel est le coût de l'opération? Le montant n'a pas été révélé, mais Jürg Schmid a indiqué que l'on pouvait parler de «quelques petites centaines de milliers de francs».

Partenariat avec les fromagers suisses

La liste des partenaires de Suisse Tourisme s'allonge. Mercredi, l'organe de marketing du tourisme helvétique a en effet annoncé qu'il avait conclu un accord de collaboration sur le plan du marketing avec Switzerland Cheese Marketing SA, la société responsable de la commercialisation du fromage suisse dans le monde.

Cet accord, en vigueur depuis le 1er janvier et qui porte sur une période de trois ans, a pour but d'améliorer les ventes de fromage suisse à l'étran-

ger et d'attirer l'attention sur l'offre touristique helvétique. Suisse Tourisme mettra à disposition de son partenaire ses plate-formes promotionnelles, dont les imprimés, le site Internet et les présences aux foires et autres manifestations. Ainsi, une présentation commune aura lieu le 6 mars dans la gare centrale de New York où transitent quotidiennement cent mille personnes. Un grand panorama alpin sera exposé et le public pourra goûter des spécialités du pays et s'informer sur les pro-

duits touristiques. La politique de partenariat devrait se poursuivre avec d'autres accords. Suisse Tourisme souhaiterait notamment en conclure un avec un producteur de chocolat, un symbole suisse par excellence. Ces discussions ne sont pas très avancées, reconnaît le directeur, Jürg Schmid, en raison notamment de la question des contreparties susceptibles d'être liées à un tel accord. Les pourparlers sont en revanche en bonne voie avec le groupe hôtelier Swatch. MH

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

vanBaerle
Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!
Vaisselle Cuisine Textile Bagues Accessoires
van Baerle & Cie AG
Schützenmatstrasse 2 - 4142 Münchenstein
Tel. 061 415 91 11 - Fax 061 415 92 22
http://shop.vanbaerle.ch

Hygiene-Sicherheit mit System
Sécurité d'hygiène avec système
Wäsche-Behandlung
The Service Company

hoteljob
LE SPECIALISTE DU PLACEMENT
hôtellerie suisse
Rue des Terreaux 10
Case postale
1000 Lausanne 9
Tél. 021/320 28 76
Fax 021/320 02 64
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch

ROLAND PIERROZ MICROS
Restaurant Roland Pierroz, Verbier
CHECK IN DATA
Chez eux chez les meilleurs:
systèmes de caisses Micros de
Check-In Data 021 632 91 00.

FRANCE / Promotion commune de plusieurs prestataires touristiques suisses

Dijon-Aigle en 3 heures avec le TGV

C'est sous le label «Sédution suisse» que les deux hôtels membres de la chaîne Eurotel Victoria, à Villars et aux Diablerets, se sont présentés le week-end dernier au salon touristique Loisiroscope de Dijon.

Avec le partenariat des TGV France-Suisse Lyria, qui relie Dijon à Aigle en trois heures, les deux hôtels ont également assuré la promotion du Musée olympique de Lausanne, du Swiss Vapeur Parc du Bouveret,

des Transports publics du Chablais, du Golden Pass, de la Compagnie de navigation sur le lac Léman, de l'Association viticole d'Ollon et des fromages de l'Etivaz.

Ces partenaires touristiques sont par ailleurs mentionnés dans un dépliant de format A5 qui comprend également les horaires des TGV à destination d'Aigle et de Bex avec les correspondances pour Les Diablerets et Villars. On y apprend, entre

autres, que le TGV Lyria du samedi matin part de Dijon à 9 h 24 et arrive à Aigle moins de trois heures plus tard, soit à 12 h 16.

La correspondance en bus pour Villars part quant à elle à 12 h 20 pour arriver une demi-heure plus tard à l'Eurotel Victoria de Villars. Le TGV du soir relie quant à lui Dijon à Aigle en exactement trois heures: départ à 18 h 24 et arrivée à 21 h 24. LM

GENÈVE / Le Salon des vacances a lieu ce week-end à Palexpo

Le tourisme de proximité en vedette

Les organisateurs du 9e Salon des vacances qui a lieu du 31 janvier au 2 février au Palexpo de Genève, attendent quelque 30 000 visiteurs. A l'occasion de cette 9e édition, l'accent a avant tout été mis sur le tourisme de proximité.

Il y aura notamment l'association Watch Valley, qui regroupe les offres des offices du tourisme de la Vallée de Joux, du Jura bernois, de la région Bienne-Seeland, ainsi que des

cantons de Neuchâtel et du Jura, mais aussi le Valais et le Jura français qui est l'hôte d'honneur cette année.

Selon les organisateurs, le tourisme de proximité serait devenu une tendance: «Les vacanciers choisissent des séjours dans les pays voisins qui leur permettent de redécouvrir les merveilles de notre continent», notent-ils. Au sujet du stand du Jura français, on relèvera qu'il proposera une

«vaste palette» d'animations avec de l'artisanat, des massages et des conteurs. Le canyoning, les vins jurassiens et le thermalisme seront également présentés.

A côté du tourisme de proximité, le tourisme lointain ne sera pas oublié. Bien au contraire! Les Seychelles, l'Ile Maurice et les Maldives, pour ne citer que trois destinations exotiques, sont aussi présents au Palexpo de Genève. VM

FRANCFORT / Suisse

Tourisme sera présent avec un stand de 200 m² à l'Imex

«On ne peut pas négliger l'Allemagne»

La première édition du Salon Imex - Incentive travel, meetings and events exhibition -, qui se déroulera à Francfort du 8 au 10 avril, s'annonce sous de bons augures. Les organisateurs de ce nouveau salon, concurrent direct de l'EIBTM qui se tiendra à Genève du 20 au 22 mai, ont en effet récemment révélé qu'ils réuniraient quelque 2000 exposants en provenance de plus de 100 pays et, surtout, qu'ils attireraient 5500 visiteurs-décideurs, dont 3000 en provenance d'Allemagne, un marché particulièrement important pour les organisateurs de congrès.

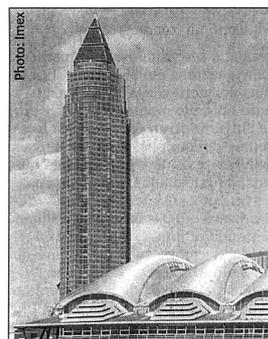


Photo: Imex
Le Salon Imex, principal concurrent de l'EIBTM, se déroulera au centre des congrès de Francfort du 8 au 10 avril.

«C'est justement cette perspective de rencontrer ces 3000 décideurs allemands qui nous a incités à participer à la 1ère édition du Salon Imex avec un stand deux fois plus grand que prévu», explique Barbara Albrecht, la responsable du Switzerland Congress and Incentive Bureau (SCIB), le département «congrès» de Suisse Tourisme. «Au début, nous ne voulions réserver qu'un stand de 100 m², mais, à la demande de nos partenaires, nous disposerons finalement d'un stand de 200 m². Nous ne pouvons en effet pas nous permettre de négliger un marché aussi important que l'Allemagne», ajoute la responsable du SCIB.

«Nous sommes par ailleurs de l'avis que la moitié des contacts que nous établissons jusqu'ici à l'EIBTM, nous les établissons dorénavant à l'Imex. Cela doublera certes nos coûts, mais nous ne pouvons pas faire autrement. En guise de comparaison, je tiens cependant à relever que le stand que nous aurons cette année à l'EIBTM de Genève sera de 392 m² et que, contrairement à celui de l'Imex, il comprendra le traditionnel restaurant suisse», conclut Barbara Albrecht. Parmi les différents exposants suisses présents à l'Imex, on relèvera que Lausanne Tourisme et Montreux-Vevy Tourisme se déplaceront avec une «importante» délégation d'hôteliers. LM

MATÉRIEL DE SPORT / Le marché suisse des commerces d'articles de sport se porte bien. En hiver, les formules de location suivent la tendance et les chiffres sont relativement stables. JEAN-JACQUES ETHENOZ

La location a le vent en poupe

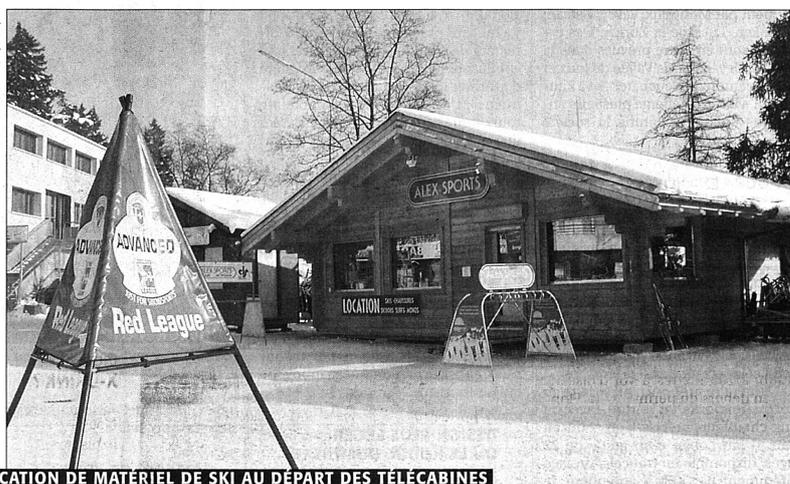
«3, 2, 1... choisir, régler, s'élancer» C'est le slogan qu'avait choisi l'hiver dernier un réseau de magasins «franchisés» d'articles de sport pour vanter les mérites de la location. Un slogan dont on ne connaît pas précisément les effets, mais qui a incontestablement contribué à la bonne santé de la branche. Car le marché suisse des articles de sports se porte bien. S'ils ont un peu accusé le coup en terme de sports d'hiver selon l'Office fédéral de la statistique, les magasins spécialisés ont bien résisté, 40% d'entre eux (ils sont un peu plus de 1200 en Suisse) et la plupart des grandes filiales ont enregistré une progression selon le magazine «Schweizer Sport & Mode».

BONNE QUALITÉ DES PRESTATIONS

La location dans tout ça? Elle suit les tendances selon l'ASMAS (Association suisse des magasins d'articles de sport). Pour Marcel Savioz d'Anzère, son vice-président, là aussi, les chiffres sont stables et ce sont, en définitive, plus les conditions d'enneigement que la conjoncture qui influent sur ce marché. Là aussi cependant, il faut modérer: «Nous savons, dit-il, que la location a relativement bien marché de fin novembre à début décembre en plaine.» Explication: en ville ce sont les citadins qui louent, et le plus souvent pour la saison, alors qu'en station les locations se font à la semaine, voire à la journée.

Il est un autre phénomène qui explique que la location n'a pas trop souffert de la conjoncture: celui d'une demande croissante due, pour bonne partie, à la qualité des prestations offertes. Fini le temps où le matériel loué était vieux de cinq, voire dix ans. Aujourd'hui, le matériel est amorti en deux ou trois ans. «Les exceptions sont rares», poursuit Marcel Savioz

Photo: Danièle Emery-Mayer



LOCATION DE MATÉRIEL DE SKI AU DÉPART DES TÉLÉCABINES

Selon certaines sources, les Anglais et les Français loueraient davantage de skis que les Allemands.

qui insiste encore sur la qualité du service.

Mais alors, qui loue, qui décide de «louer au lieu d'acheter?», autre slogan des loueurs. «Tout le monde, ajoute-t-il, à commencer par les parents qui le font pour ne pas avoir à renouveler chaque année le matériel de leurs enfants, mais aussi les skieurs qui profitent ainsi d'avoir du matériel dernier cri et assuré passant du snowboard aux skis taillés d'une saison à l'autre.»

Car les tendances ont changé, la «guerre» entre partisans du snowboard et du ski n'a plus cours et la location justement permet de passer de l'un à l'autre. Sans compter qu'elle autorise la fantaisie. Aujourd'hui ce sont les matériels «fun» qui ont la cote: snow-

blade, bigfoot, luge. Les formules de location ont également changé. Ainsi les franchisés de Swissrent a sport et ceux d'Interrent proposent-ils des systèmes originaux, comme l'easyAbo des premiers qui comprend 5 jours de location au prix de quatre, ou le Passe-Partout, la clé de la liberté illimitée puisqu'il est accepté par tous les affiliés qui peuvent changer de station et de matériel à volonté, la seule restriction étant la durée limitée d'un matériel à cinq jours consécutifs afin de permettre son entretien.

Reste la question «comment louer-t-on? Pour Marcel Savioz, il n'y a pas de règle, tout juste quelques indications. Ainsi, chapitre provenance, on sait que l'Allemand n'est pas loueur, le

Suisse alémanique très peu, contrairement à l'Anglais et au Français. La différence se remarque encore entre les catégories d'âge, la location se pratique entre 18 et 35 ans. Au-delà le matériel est le plus souvent acheté.»

Quant à ceux qui voudraient d'un forfait tout compris (transport, hébergement, location de matériel) au départ de chez eux, ils devront encore attendre. «La demande n'existe tout simplement pas, sauf pour les groupes constitués, soit entreprises, sociétés, séminaires», signale Pierre-Yves Briquet, directeur de l'Office du tourisme de Moléson, qui avait entamé quelques démarches dans ce sens avant de les abandonner face au manque d'engouement.

FORFAITS / Dans la région d'Andorre, un club-station a tenté le système de forfait «tout compris». Il n'a pas convaincu les Européens de l'Ouest, mais les Russes en profitent. JEAN-JACQUES ETHENOZ

Du transport aux gants tout y est!

Dans les Pyrénées, la station de Soldeu el Tarter dans la région d'Andorre a tenté le système du forfait tout compris dans l'un de ses trois domaines skiables, allant jusqu'à en réserver les pistes exclusivement aux membres du Canillo Aliga Club. Lancé il y a deux ans, le domaine été-hiver proposait à ses membres (tous les hôtes le deviennent automatiquement) transport, hébergement, location de matériel et même de vêtements, remontées mécaniques en un seul forfait. Et ça marche! Mais pas comme les premiers promoteurs du domaine (la commune) l'espéraient. C'est-à-dire pas pour des vacanciers venus des grandes métro-

poles européennes rejoignant l'aéroport de Barcelone, ou celui de Toulouse, grâce à un accord avec une compagnie «low cost», et se rendant ensuite dans la station en voiture de location également «low cost» pour y trouver gants et bonnets prêts à être enfilés.

LES TARIFS SONT TRÈS INTÉRESSANTS

«De fait, explique Miriam Cloquell, directrice du marketing et des ventes de la station, cette forme de forfait est aujourd'hui essentiellement utilisé par des tours-opérateurs... russes et surtout au niveau des enfants.» Et la société

Ensis, qui a pris le relais de la commune (celle-ci s'est très rapidement rendu compte qu'elle n'était guère compétente dans la gestion d'un tel club et qu'il valait mieux la confier à des professionnels), pour l'exploitation est, depuis, très présente sur tous les marchés des pays de l'ex-Union soviétique.

Mais pour le reste, les touristes venus des grandes capitales européennes n'ont pas - et de loin - suivi la démarche. «Cette culture du tout compris n'est pas encore vraiment établie», estime-t-elle, rejoignant nos interlocuteurs suisses. Cela d'autant que les deux autres domaines skiables du complexe de Soldeu el Tarter sont sur-

tout actifs dans le domaine de la parahotellerie et des résidences secondaires, propriétés à 80% d'une clientèle catalane et espagnole.

Quant à l'explication de ce succès auprès des Russes, elle est simple pour les observateurs de ces marchés et tient en trois constatations: une culture «sports d'hiver» qui n'est pas établie chez eux, l'attrait de l'Europe occidentale pour la classe moyenne (la nouvelle nomenklatura choisit les palaces des Alpes) et, bien sûr, le prix. En effet, dans la région d'Andorre on skie «tout compris», au départ de Moscou ou de Saint-Pétersbourg, à des tarifs de 40% inférieurs à ceux des Alpes.

LAUSANNE / Un restaurant gastronomique verra bientôt le jour dans le quartier du Flon

Un projet multiple et ambitieux

Le magasin de la FNAC, ouvert il y a trois mois, est en face. Et voici que des décorateurs parisiens ont mis leur patte à un projet ambitieux, Place de l'Europe 9, sur un des côtés visibles de la zone de loisirs du Flon, au centre de Lausanne. Dans quelques jours, plus précisément le 19 février - l'inauguration officielle aura lieu deux semaines plus tard - s'ouvriront deux des trois étages du «Louis, villa & dépendances».

Ce «sandwich» architectural, aménagé dans un ancien bâtiment industriel que son propriétaire, la société immobilière LO (Lausanne-Ouchy), a dû consolider sur sa base, offrira plus de 1000 mètres carrés partagés entre un restaurant gastronomique au premier étage, une vinothèque, comprenant un bistrot et une vaste terrasse au rez-de-chaussée, et un club au sous-sol.

LE FLON EST TRÈS CONVOITÉ

Seul le contenu du club n'est pas connu: son ouverture, au sous-sol du «Louis, villa & dépendances», n'est en effet prévue que pour le mois de mai. Il est notamment lié à une clause validée par le Tribunal fédéral qui donne un monopole à la danse au pionnier du Flon, le MAD. Résultat: les frères Wegmuller et le musicien Emmanuel Gétaz ont dû faire le deuil, Place de l'Europe 9, de leur projet d'Urban Jazz Café.

Il y a environ six mois, les frères Wegmuller se sont rabattus sur le D'Club, à 100 mètres à vol d'oiseau, juste en dehors du périmètre du Flon. Ils entendent y attirer des trentenaires et des quadragénaires, au portefeuille plus garni que celui des «teenagers».

VISER LE CRÉNEAU DES TRENTENAIRES ET PLUS

Le créneau des trentenaires et des quadragénaires est également celui que vise Luigi Godio, 38 ans, le promoteur du «Louis». La vision de ce petit-fils de restaurateur, qui a engendré une dynastie de professionnels de la branche à Lausanne (au Central, au Fellini), est ambitieuse. Luigi Godio s'est en effet entouré d'une vingtaine de professionnels de l'hôtellerie et de la restauration. Le restaurant gastronomique, aux prix haut de gamme, sera tenu par un chef français, Jean-Bernard Muraro, un ancien de l'Hôtel Royal à Evian.

LE REZ-DE-CHAUSSÉE AUTOUR DU VIN

Au rez-de-chaussée, le sommelier Gilles Groff, qui a passé dix ans chez les Haeblerlin à Illhaeusens en Alsace, planche depuis six mois sur une carte des vins avec plus de 360 références. Le concept s'apparente aux bars à vins: 40 crus en dégustation permanente, servis au verre à des «tables de dégustation», des vins à l'emporter (importés à 50% en direct, d'où un stock de quelque 20 000 bouteilles) et un bistrot pour donner l'envie de consommer plusieurs nectars, en accord avec des plats canailles, sortis de la même cuisine que celle du restaurant gastronomique.

Le tout, encore en béton nu ces jours, est signé par deux Parisiens, Steven Gimel et Charles Dumay, à l'origine d'une des boîtes à la mode, «Le bateau phare», ancré à Paris, face au quai de Bercy. Charles Dumay ne tarit pas d'éloges sur Lausanne: «Je ne connais pas de villes aussi ouvertes sur l'extérieur. Il y a là une qualité d'écoute qu'on n'a plus en France. On a réussi à faire une création totale. Pour une fois, il y a unité et complexité entre la création et le commercial. C'est tout le concept qui se rattache au décor et vice-versa.» Un concept à découvrir à partir du 19 février! *PT*

MÖVENPICK / La chaîne hôtelière suisse multiplie ses projets en Egypte, ainsi que dans les Etats du Golfe. Quant au contrat de gestion de l'Hôtel Heliopolis du Caire, il vient d'être reconduit. **LAURENT MISSBAUER**

«Renforcer notre image de leader»

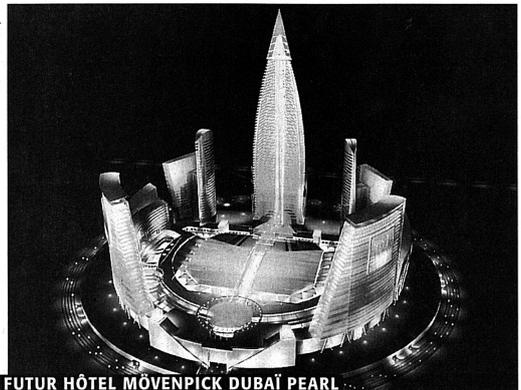
«Mövenpick Hotels & Resorts», chaîne d'hôtels internationale dont le siège est en Suisse, poursuit son développement en Egypte et dans les Etats du Golfe. La semaine dernière, elle a ainsi annoncé qu'elle avait prolongé le contrat de gestion qui la liait depuis dix-sept ans à l'Hôtel Mövenpick Heliopolis du Caire. La durée de ce nouveau contrat pour cet hôtel de 415 chambres situé à proximité de l'aéroport de la capitale égyptienne n'a pas été précisée.

En plus de la reconduction de la gestion de l'Hôtel Mövenpick Heliopolis au Caire, la chaîne hôtelière suisse a également annoncé qu'elle s'apprêtait à ouvrir cet été l'Hôtel Mövenpick Resort El Alamein sur les rives égyptiennes de la mer Méditerranée. Cet hôtel comprendra notamment un casino, ainsi qu'un parcours de golf de 18 trous. En automne, Mövenpick ouvrira également un nouvel hôtel de 120

chambres à Bahreïn. Le plus grand projet qui attend le groupe Mövenpick dans cette partie du globe sera cependant le tout nouveau Hôtel Mövenpick Dubai Pearl, à proximité de Palm Islands dans les Emirats Arabes Unis. L'inauguration de ce nouvel hôtel de 450 chambres est prévue pour 2005.

Érigé à l'entrée du site Palm Islands, un projet pharaonique qui prévoit la construction de deux îles en forme de palmiers devant les plages de Jumeirah à proximité de Dubai, le premier établissement géré par Mövenpick dans les Emirats Arabes Unis comprendra un centre de conférence de 2000 mètres carrés, un spa de 3000 mètres carrés, ainsi que sept restaurants et bars. «Cet hôtel renforcera notre image de leader dans la catégorie supérieure au Moyen-Orient», a indiqué Jean Gabriel Pérès, le directeur général de Mövenpick Hotels & Resorts.

Photo: Mövenpick



LE FUTUR HÔTEL MÖVENPICK DUBAÏ PEARL
L'inauguration de cet hôtel de luxe de 450 chambres est prévue pour 2005.

Publireportage

X-DRINK, la limonade nouvelle génération

X-DRINK, The Swiss Lemonade, succède à Fruitastic dès janvier 2003. Cette boisson de la nouvelle génération est «Made by Henniez» garantie de qualité suisse. Rencontre avec Valérie Lévy, responsable de la marque chez Sources Minérales Henniez.



Madame Lévy, que signifie le lancement de cette marque ?

Le marché des boissons gazeuses fruitées et limonadées est en forte expansion. Nous entendons dynamiser ce segment de marché par une offre jeune avec une marque qui prend la succession de Fruitastic, marque née en 1986. Ce lancement jeune permet surtout d'associer notre nouvelle marque au monde du multimédia, des jeux virtuels et du freestyle. X-DRINK est donc bien une offre complémentaire pour nos groupes-cibles de 8-13 ans.

Pourquoi X-DRINK ?

«X» car il s'agit d'une marque multiproduits, multiarômes. «X» est une variable de toujours et «X» dans son logotype, c'est aussi la croix suisse. Quant à l'appellation «Drink» elle positionne clairement le produit boisson; enfin, la langue anglaise correspond au langage du multimédia.

En quoi la boisson X-DRINK est-elle différente de Fruitastic ?

Le produit ne change pas. Mais, les recettes des arômes ont été améliorées et conviennent mieux aux attentes des consommateurs. X-DRINK reste la seule limonade suisse de marque bénéficiant d'une distribution nationale. Par contre le positionnement émotionnel de X-DRINK est différent de celui connu pour Fruitastic...

Quels sont les objectifs de X-DRINK ?

Nous voulons dynamiser nos ventes et implanter cette nouvelle marque dans un segment de marché en forte croissance, plus de 15% d'ici 2006 alors que le marché des boissons au cola augmentera dans des proportions moindres.

Comment allez-vous communiquer l'arrivée de X-DRINK ?

Dès janvier, nous adressons une information détaillée pour présenter la boisson X-DRINK



à plus de 30'000 cafetiers restaurateurs. Ils y découvriront les divers conditionnements des produits X-DRINK et pourront également se fournir en X-DRINK

citron en Postmix pour leurs établissements. Parallèlement, nous lançons un concours national permettant de gagner des



Jean-Pierre Gerber, Nintendo, et Valérie Lévy, Henniez, avec des kids, passionnés de jeux et de X-Drink.



Gamecubes et des jeux Nintendo, afin de fidéliser nos futurs consommateurs. Une importante campagne de communication soutiendra le produit avec spot TV, annonces presse et présence sur des radios pour jeunes.



Pour plus d'informations: www.x-drink.ch

Sources Minérales Henniez S.A.
Tél: 026 668 68 68 • e-mail: info@henniez.ch

Misez X-DRINK, jouez futé!



Vous profitez des offres spéciales et participez à un tirage au sort très «smart city-coupé»!

Plaisir de lire et de conduire

Les nouvelles ont toujours la cote:
Lisez les publications d'hotelleriesuisse



hotel+tourismus revue

L'Hebdomadaire pour l'hôtellerie, restauration et le tourisme soulève des sujets qui vous permettront d'actualiser votre savoir.

- 1 Abonnement à l'essai (10x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 43.-)
- 2 Abonnement annuel (51x) Fr. 145.- (au lieu de Fr. 219.30)
- 3 Abonnement de deux ans Fr. 255.- (au lieu de Fr. 438.60)



Hotel & Gastgewerbe

Le magazine pour l'hôtellerie et la restauration publie des comptes rendus sur des thèmes d'actualité dans le management et le marketing.

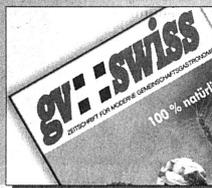
- 6 Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- 7 Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- 8 Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)



Café-Bistro/Cafetier

Café-Bistro/Cafetier informe sur les dernières tendances dans le monde du café, dans le domaine des snacks et des cocktails ainsi que des coffee shops et de la scène du café.

- 4 Abonnement annuel (12x) Fr. 48.- (au lieu de Fr. 51.60)
- 5 Abonnement de deux ans Fr. 85.- (au lieu de Fr. 103.20)



gv::swiss

Le magazine économique suisse pour la restauration collective.

- 9 Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- 10 Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- 11 Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)

Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / Hotel & Gastgewerbe

- 12 Abonnement annuel (51x+9x) Fr. 180.- (au lieu de Fr. 327.30)
- 13 Abonnement de deux ans Fr. 317.- (au lieu de Fr. 615.-)

Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / gv::swiss

- 14 Abonnement annuel (51x+9x) Fr. 180.- (au lieu de Fr. 327.30)
- 15 Abonnement de deux ans Fr. 317.- (au lieu de Fr. 615.-)

Rabais de 50% pour les étudiants et les apprentis (joindre copie d'une attestation)! Les prix comprennent les frais d'envoi et la TVA. Prix pour l'étranger sur demande.

Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no _____ Publication _____ Prix _____

Pour chaque abonnement annuel et abonnement combiné, nous vous offrons un Guide suisse des hôtels 2003 sur CD-ROM!



Renvoyez de suite la carte:
hotelleriesuisse, Service des abonnements,
Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 Berne

Vous partirez ainsi automatiquement au tirage au sort d'un smart city-coupé & pure d'une valeur de Fr. 13'490.-.

Appelez-nous (031 370 42 22)
ou envoyez-nous un e-mail (abo@swiss-hotels.ch)



Détacher ici 

Prénom: _____

Nom: _____

Entreprise: _____

Fonction: _____

Rue/no: _____

NPA/lieu: _____

Téléphone (la journée): _____

E-mail: _____

Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

Tout le monde peut participer au tirage au sort, à l'exception des collaborateurs d'hotelleriesuisse. Toute forme de correspondance est exclue, au même titre que le recours juridique. Le tirage au sort aura lieu le 30 décembre 2003.

SKAL INTERNATIONAL / Promotion mondiale du tourisme durable Prix Ecotourisme version 2003

La première édition des Prix Ecotourisme du Skal International, tenue à Cairns (Australie) en novembre 2002, a désigné cinq vainqueurs sur 42 candidats. Le succès de cette initiative du grand mouvement mondial réunissant 24 000 dirigeants et cadres du tourisme, dans plus de 500 clubs de 80 pays, a incité le Skal International à proposer une édition 2003 dont les résultats seront présentés le 22 octobre à Chennai

(Inde) durant le 64e Congrès Mondial Skal.

Tous les clubs sont invités à présenter des projets visant à encourager la promotion du tourisme et du voyage conjointement avec la conservation de l'environnement, compte tenu également du développement économique des régions et pays concernés. Le site www.skal.org fournit plus de renseignements sur les modalités de participation. Un

dossier de trois à quatre pages, soutenu par une brochure, une vidéo ou un CD, doit être réalisé sur le projet nominé. Le jury du Prix Ecotourisme 2003 est composé de hauts dirigeants du Skal et d'organismes internationaux gouvernementaux ou non. Les clubs doivent annoncer leurs candidatures jusqu'au 31 mai 2003 et celles-ci parvenir au Secrétaire général mondial avant le 30 juin 2003. JS

Transports publics sur Internet

Valais Tourisme. D'un simple click, il est désormais possible de savoir quelles sont les lignes de trains et de téléphériques permettant d'accéder aux stations valaisannes. Les informations sont mises à disposition par Valais Tourisme et la police cantonale sous l'adresse www.valaistourisme.ch, et sous le chapitre accès & météo. Le site comporte aussi, depuis une année, plus de 400 tronçons routiers. VM

VILLARS-SUR-GLÂNE / Siège des Mummenschanz Plate-forme artistique

En acquérant la structure de bois de 470 places de l'artréplage de Bienne et en investissant 10 millions de francs dans l'Espace Nuithonie, centre de création contemporaine, la commune de Villars-sur-Glâne, aux portes sud de Fribourg, va devenir une sorte d'Avignon suisse et permettre de promouvoir un véritable tourisme culturel au profit de l'agglomération fribourgeoise. Mais le clou de cette future plate-forme de

créations artistiques sera le théâtre des célèbres Mummenschanz qui, désireux de quitter Bienne mais non désireux à Saint-Gall, ont ainsi jeté leur dévolu sur la banlieue de la cité des Zaehringen. Cette troupe, de renommée internationale, y installe ses quartiers permanents et prévoit son premier spectacle cet automne déjà, pour la plus grande joie des meilleurs culturels et touristiques des lieux. JS

VALAIS / L'abonnement électronique permet de skier dans 14 stations

Le succès de la Valais SkiCard

«Chez nous à Vercorin, ça cartonne!» déclare Eric Balet, président de l'association qui gère la Valais SkiCard. Il prévoit que le chiffre d'affaires sur l'ensemble des quatorze stations va certainement atteindre le million de francs cet hiver. Depuis sa mise en circulation en 1999/2000, la carte électronique a doublé ses ventes d'un hiver à l'autre.

PROCHAINE ÉTAPE EN HAUT-VALAIS

La carte permet actuellement l'accès à 14 stations. Et ce n'est pas fini puisque la prochaine étape devrait être l'ouverture sur le Haut-Valais. Peter Furger (dont l'avis d'expert est très écouté) ne cache pas qu'il va tout faire pour accélérer ce développement: «Je crois au succès de ce produit. Mais cela passe par la compréhension dans les stations que celles-ci ne sont pas concurrentes entre elles.» Le sujet sera abordé cette semaine lors de la réunion du comité de l'association valaisanne des remontées mécaniques.

Le groupe Kudelski ayant provoqué l'abandon du système SportAccess au profit de SkiData, cet hiver a vu s'installer une uniformisation technologique qui facilite le développement d'un sésame permettant de skier dans tout le Valais, ou presque, sans faire de queue à la caisse, ni même sortir l'abonnement de sa poche.

LE PRODUIT EST TRÈS RENTABLE

«Pour les sociétés de remontées mécaniques, assure Eric Balet, le système présente l'avantage de pouvoir chacune conserver une totale indépendance. Quant au prix de la journée, il donne un bon rendement. Le client, lui, bénéficie d'une souplesse exceptionnelle.»

La Valais SkiCard s'adresse à ceux qui payent le tarif général et le tarif indigène. Le produit attire une clientèle de plaine, suisse romande, qui apprécie aussi que les points puissent être reportés s'ils n'ont pas été utilisés à la fin de l'hiver. Quant aux rabais (par rapport au prix à la journée notamment), ils intéressent aussi les clients étrangers. «Et cela les fidélise», note Eric Balet. Peut-être même que cela les inciterait à revenir en été... L'idée d'utiliser la carte électronique à la saison chaude a déjà germé dans l'esprit de ses promoteurs. Par contre, note Eric Balet, il n'est pas question, pour le moment en tous cas, de répondre positivement à la demande de certaines stations vaudoises d'entrer dans le «club».

Autre musique d'avenir: faire de la Valais SkiCard un véritable porte-monnaie électronique, grâce à une passerelle vers la carte de crédit. C'est technologiquement possible. Et Eric Balet ne cache pas que c'est une prochaine étape pour la Valais SkiCard. DEM

OFFICES DU TOURISME / Les réclamations les plus diverses arrivent régulièrement sur les bureaux des offices du tourisme. Comment réagir? Petit tour d'horizon auprès des directeurs. VALÉRIE MARCHAND

«C'est un miroir qui nous montre très clairement ce qui ne va pas!»

Pistes mal damées, appartement mal nettoyé ou mauvaises conditions météorologiques, en matière de réclamations, les offices du tourisme (OT) qui doivent y faire face ont parfois de quoi crier au secours. Il est déjà notamment arrivé qu'un vacancier inscrit pour des circuits en VTT réclame un remboursement intégral de ses chaussures abîmées par la boue. Il était doté d'un équipement neuf et a trouvé scandaleux d'avoir dû rouler sur des chemins mouillés par les intempéries!

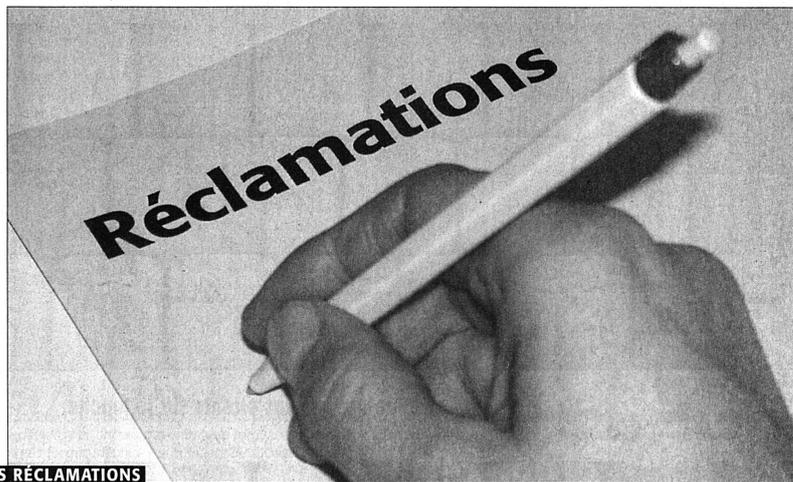
C'est souvent dans ces instants-là qu'il faut faire preuve de patience et surtout de tact. Mais si la procédure à suivre est relativement identique d'un bureau à l'autre, c'est-à-dire accueillir la personne lésée à la réception et lui faire remplir un formulaire, se renseigner auprès des prestataires de services pour savoir ce qui s'est réellement passé, puis donner rapidement une réponse au client, les OT apportent aussi parfois une touche plus personnelle à la résolution du problème.

DES AVIS DIVERGENTS ENTRE LES DEUX PARTIES

«Je n'interviens en principe que lorsque la situation est vraiment grave», déclare Patrick Messeiller, le directeur de Verbier Tourisme. La plupart des cas se règlent à la réception où la personne déçue remplit un formulaire et explique ce qui ne lui a pas convenu. «Ecrire ça calme», souligne le directeur. Mais, si le client n'est toujours pas satisfait, Patrick Messeiller lui propose de le rencontrer et le conflit est quelquefois désarmé autour d'un verre.

Le directeur de Champéry Tourisme, Christophe Nydegger, essaie immédiatement de savoir de qui vient l'erreur. «Nous n'avons pas été mêlés au problème et le plus souvent les versions divergent», raconte-t-il. Après une prise de contact avec le prestataire de services concerné, il analyse la situation. Si les plaintes émanent tou-

Photo: Laurent Miesbauer



LES RÉCLAMATIONS

Pour les offices du tourisme, gérer les réclamations peut s'avérer un véritable casse-tête. Patience et tact s'imposent.

jours du même prestataire, le directeur en parle clairement avec lui et tente de le sensibiliser au problème récurrent.

L'OT a un véritable travail de médiateur à effectuer, sans pour autant avoir toujours une grande influence. Après avoir écouté les différentes versions, on tente aussi parfois de mettre en contact les deux parties. Idéalement, il est recommandé de ne pas attendre que le client reparte chez lui et que des échanges de correspondance interminables s'ensuivent. «Nous essayons de mettre en relation les personnes sur place. Dès que le dialogue est instauré, le climat entre les deux parties est déjà bien plus sain», déclare Vincent Bornet, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme. Mais, il peut y avoir aussi des conflits plus complexes et plus graves à dénouer. «Si le cas est

très lourd, nous établissons un dialogue avec le prestataire de service et nous l'épaulons jusqu'à ce qu'un arrangement ait pu être trouvé entre les deux personnes», commente Philippe Sublet, le directeur de Château-d'Ex Tourisme.

Parfois, beaucoup de temps et d'énergie sont investis afin de clarifier et de régler au mieux la situation. «Nous écrivons une lettre personnalisée, dans la langue du client qui s'estime lésé. De même, nous exigeons du prestataire concerné qu'il réponde également par écrit à la personne avec laquelle il est en conflit», explique le directeur de Montreux-Vevy Tourisme, Harry John. Souvent, une petite attention accompagne la correspondance, par exemple des chocolats ou, lors d'un problème sérieux ayant trait à l'hôtellerie, le remplacement du séjour. «Il ne faut pas oublier que la majeure partie des réclamations sont justifiées», constate le directeur.

RÉPARER LES DÉGÂTS ET FIDÉLISER LE CLIENT

Harry John considère également les réclamations comme une chance de s'améliorer: «C'est un miroir qui nous montre très clairement ce qui ne va pas! En principe, l'échange avec le client se révèle très constructif. Énervé tout d'abord, il rétorque souvent: «C'est normal que le tourisme va mal en Suisse! Mais, s'il est bien pris en charge et que beaucoup de temps lui est consacré, il peut complètement changer d'optique et revenir dans la région sans aucune rancune.» Même son de cloche, à l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV): «La mau-

ve publicité émanant d'un client fâché peut avoir des effets désastreux», remarque le directeur Charles-André Ramseier. Prendre du temps pour s'excuser, investir en cadeaux et fidéliser le client, tels sont les mots clefs du directeur de l'OTV. Là aussi, une lettre de la part du prestataire de services est exigée. «Nous ne bouclons pas le dossier avant d'avoir reçu une copie en retour», signale Charles-André Ramseier. Un petit présent est souvent offert au client. Et ceci même si, selon le prestataire, le client a tort. C'est le prix à payer pour que le client ne retourne pas chez lui avec une seule idée en tête: ne plus remettre les pieds dans la région qu'il a visitée!

Des exemples de professionnalisme

Les offices du tourisme (OT) de Balmuccia et de Lenzerheide sont cités en exemple par Suisse Tourisme en matière de traitement des réclamations. A Lenzerheide notamment, une réponse est donnée au client dans un délai de 24 heures. «Il attend notre prise de position et il ne faut pas l'irriter davantage en le faisant patienter pendant des semaines», déclare le directeur Urs Wagenseil. Deux lettres parviennent ainsi au client, la première est rédigée par l'OT, la seconde par le prestataire de services concerné. Quelles que soient les remarques, elles sont toujours prises très au sérieux. «Il faut être prudent, souligne le

directeur, souvent les réclamations reflètent aussi un problème plus personnel du client lésé. Il faut essayer de se mettre à sa place.» Ainsi, tout est résolu avec beaucoup de diplomatie. Les mots sont soigneusement choisis afin de ne pas blesser le client. D'ailleurs, il est toujours remercié pour ses remarques pertinentes. «Nous n'avons pas à le juger», estime Urs Wagenseil. Il pense aussi qu'il faut éviter de répondre par des banalités ou de signaler au client que le problème en question est déjà survenu plusieurs fois avec tel ou tel prestataire. Ceci afin de préserver la bonne image de la station. VM

Publicité

LE MIRADOR / Le palace du Mont-Pèlerin, au-dessus de Vevey confie sa gestion à Kempinski Hotels & Resorts. Après la reprise du Grand-Hôtel des Bains à Saint-Moritz en décembre dernier, c'est la deuxième implantation suisse du groupe. **JEAN-JACQUES ETHENOZ**

Un accord bénéfique pour les deux parties

Le groupe Kempinski Hotels & Resorts et la société HL Le Mirador SA, propriétaire de l'hôtel du même nom au Mont-Pèlerin au-dessus de Vevey, ont annoncé la semaine dernière avoir conclu un accord de management. Au terme de celui-ci, le groupe a pris la charge de la gestion de l'établissement.

AUCUN CHANGEMENT DANS L'ORGANIGRAMME

«Aucun changement n'intervient dans l'organigramme», ont précisé Eric Favre, le directeur de l'établissement, et Michel Novatin, directeur des opérations de Kempinski. «L'accord est intervenu à la satisfaction des deux parties», ont-ils également précisé. Ce que semble confirmer la rapidité des négociations qui y ont présidé: entamées fin août lors d'un séminaire des cadres du groupe au Mirador, elles ont abouti dès décembre. Pour le Mirador

qui jusqu'à présent, hormis son appartenance aux «Leadings Hotels of the World», a toujours fait «cavalier seul», c'est une belle opportunité d'intégration à un réseau de haut niveau qui s'est présentée. Cela d'autant plus que Kempinski tire l'essentiel (45% environ) de son chiffre d'affaires global (200 millions de francs) du marché allemand, également privilégié au Mirador, alors que, par ailleurs, le réseau du groupe s'ouvre depuis quelques années aux pays de l'Europe de l'Est. Cette association devrait également permettre une augmentation du chiffre d'affaires (actuellement à 14 millions de francs) de 10% pour un taux d'occupation de près de 70%.

DES STAGES ORGANISÉS POUR LE PERSONNEL

Belle opportunité également du côté du personnel d'encadrement puisque, selon Eric Favre, «il aura la

Photo: Le Mirador



UNE NOUVELLE ENSEIGNE AU MIRADOR

Axel Barta (de g. à dr.) président du Conseil d'administration de HL Le Mirador SA; Christopher Hartley, Sales et Marketing de Kempinski; Eric Favre, directeur du Mirador Kempinski; Roger Eickoff, directeur international HL Le Mirador, et Michel Novatin, directeur des opérations de Kempinski, présentent la nouvelle enseigne.

possibilité de se perfectionner, d'effectuer des stages et de travailler dans les plus grands établissements du groupe avant, peut-être, d'en faire profiter Le Mirador.»

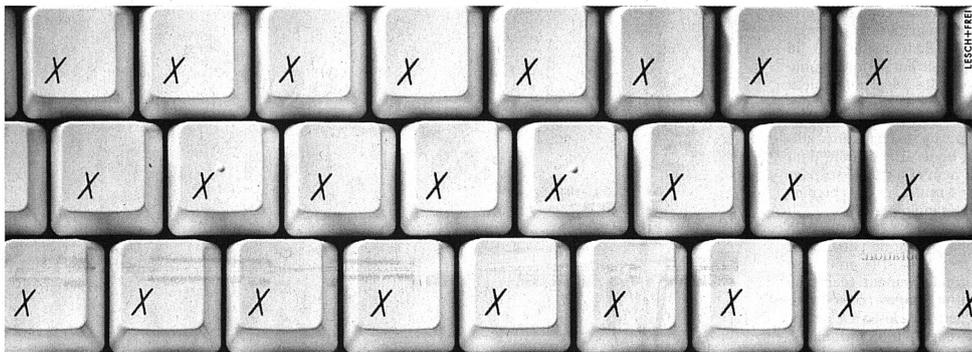
Pour Kempinski Hotel & Resorts, c'est la possibilité de «s'installer» en Suisse qui était en jeu. Le groupe, qui gère quelques-unes des «plus belles maisons» du monde (une trentaine parmi lesquelles Le Ciragan d'Istanbul, le Royal-Monceau à Paris, les Lee-la de Bangalore et de Goa), ne cache pas sa détermination à poursuivre cette implantation. Basé à Genève, il était jusqu'ici absent de la scène hôtelière de notre pays, l'accord de gestion avec le palace des hauts de la Riviera vaudoise étant le deuxième, après la reprise du Grand-Hôtel des Bains (ancien Kurhaus) à Saint-Moritz intervenue en décembre dernier.

AGRANDISSEMENT DE L'ÉTABLISSEMENT

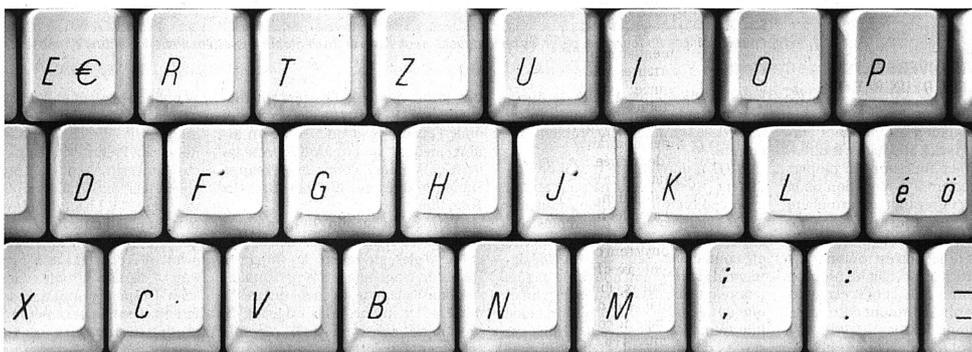
Avec ses 85 chambres, Le Mirador Kempinski sera l'un des plus petits établissements gérés par le groupe (il n'est propriétaire que de deux ou trois palaces). Les responsables du groupe n'excluent cependant pas la reprise du projet d'extension de l'établissement, tout en précisant que celle-ci dépend «uniquement de la décision du propriétaire». Toujours possible puisque les autorisations courent jusqu'en 2004. Cette extension avait été abandonnée l'an dernier par la société HL Le Mirador SA, la conjoncture ne se prêtant guère à de nouveaux investissements.

Directeur des opérations de Kempinski Hotels & Resorts depuis le début de cette année, Michel Novatin connaît bien l'hôtellerie lémanique. Alsacien d'origine, marié à une Thonnoise, il a notamment dirigé Le Royal à Evian. Avant de prendre ses fonctions au sein du groupe Kempinski, il était directeur de la Société des Bains de Mer de Monaco. *JJE*

Annonce



Ne mettez pas vos clients sur la touche.



Un assortiment varié est essentiel pour vous et vos clients.

Les fumeurs adultes achètent plus et plus souvent chez vous. Non seulement des cigarettes, mais aussi des magazines, des chocolats, des chewing-gums et toutes les autres petites choses qui agrémentent la vie. Si vous n'offrez pas leur cigarette favorite à vos clients, ils iront la chercher ailleurs. Vous perdrez ainsi 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, téléphone 0800 282 783, www.bat.ch

Art. 10 Tab/0Tab

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

IGEHO / Le «World of Inspiration» aura à nouveau lieu cette année

Les thèmes ont déjà été choisis

Le «World of Inspiration», véritable «salon dans le salon», aura à nouveau lieu à l'occasion d'Igeho, le salon bisannuel de la restauration collective, de l'hôtellerie et de la restauration, qui se déroulera à Bâle du 21 au 25 novembre. Le «World of Inspiration», qui bénéficie notamment du soutien d'hotelleriesuisse, présentera des «solutions concrètes dans les domaines de l'aménagement intérieur, du design et de la technique pour l'hôtellerie et la restauration».

La première édition de «The World of Inspiration» avait eu lieu en 2001 et avait réuni quelque septante exposants sur une surface de près de 2000 mètres carrés. Les thèmes de la deuxième édition, cette année, ont déjà été choisis. Il s'agit du «Lobby, Meeting Point», du «Kulinarium, Eating Point», de «L'espace et la table recomposés», du «Luminarium», du «Wellness», des «Hôtels à thème et hôtels découverte» et des «Service Points».

Ces derniers mettront notamment l'accent «sur le service non-stop dans l'hôtellerie et sur les nouvelles solutions multifonctionnelles qui existent afin de réduire les coûts de personnel tout en répondant aux attentes des clients». *LM*

www.igeho.ch

SION / Les nuitées ont augmenté de 8,2% au cours de la période 2001/2002

L'été plus important que l'hiver

La ville de Sion a enregistré 202 700 nuitées pour la période comprise entre le 1er octobre 2001 et le 30 septembre 2002. Il s'agit d'une augmentation de 8,2% par rapport à la période correspondante de l'année passée. Tels ont été quelques-uns des chiffres que Sion Tourisme a publiés en début de semaine.

Si l'on ne tient compte que des hôtels, les chiffres communiqués par Sion Tourisme ne font état que d'une augmenta-

tion de 2,4% par rapport à l'année passée. Quant aux campings, ils ont enregistré une augmentation de 5,5%. A ce sujet, il est à relever que les campings totalisent 57% des nuitées séduisantes, contre 34% pour les hôtels.

Au niveau de la provenance de la clientèle dans les hôtels, la Suisse (55%) arrive en tête devant l'Allemagne (26%), la France (25%) et l'Espagne (10%). Le Benelux, l'Italie et la Grande-

Bretagne sont à égalité avec chacun 9% des nuitées hôtelières.

Enfin, la durée moyenne de séjour dans les hôtels s'élève à 1,7 jour et la saison d'été, du 1er avril au 30 septembre, enregistre davantage de nuitées hôtelières (65%) que la saison d'hiver (35%). Au niveau de la provenance des hôtes dans les campings, la Suisse (80%) arrive en tête devant les Pays-Bas (12%).

LM

MARCHÉ ESPAGNOL / Suisse Tourisme de retour au salon Fitur de Madrid

Avec plusieurs exposants romands

Suisse Tourisme est de retour au Fitur, le plus important salon touristique espagnol qui se tient à Madrid du mercredi 29 janvier au dimanche 2 février. Ce retour, après plusieurs années d'absence, s'explique par le fait que la clientèle espagnole s'avère de plus en plus intéressante pour le tourisme helvétique. «Il s'agit d'une des clientèles qui dépense le plus», remarque Enrique Caballero, directeur de Chablais Tourisme.

Parmi les différents exposants présents cette année au Fitur, on relève notamment Genève Tourisme, l'Office du tourisme du canton de Vaud, ainsi que Lausanne Tourisme, Montreux-Vevey Tourisme et Crans-Montana Tourisme. Ce dernier partagera son stand avec le Crans-Ambassador, hôtel 5 étoiles qui voit dans le marché espagnol un fort potentiel de développement, notamment auprès de la clientèle à fort pouvoir d'achat que l'on peut rencontrer à Gstaad.

En 2001, le nombre de nuitées espagnoles en Suisse s'est élevé à 313 311, un résultat similaire à celui de 2000 (313 823) et plus important que ceux de la Russie (209 726) et des Etats du Golfe (216 995). A Lausanne, le nombre des nuitées espagnoles a même légèrement augmenté puisqu'il est passé de 17 100 en 2000 à 17 800 en 2001.

LM

TAXES / La signature numérique désormais reconnue en matière de documents TVA

Economie de temps et de papier

L'information est jusqu'à présent restée d'une discrétion toute... confédérale. Pour preuve, tous les comptables, fiduciaires et hôteliers que nous avons contactés ont avoué leur ignorance. Cette information est pourtant de taille. Depuis décembre dernier, l'Administration fédérale des contributions (AFC) reconnaît la signature numérique, pour autant qu'elle ait été enregistrée et agréée. C'est moins anodin qu'il n'y paraît. Pour toutes les entreprises domiciliées en Suisse, et particulièrement en matière de TVA, cette reconnaissance évite d'avoir à conserver et, le cas échéant, de fournir des pièces justificatives «papier» des factures soumises à la taxe.

UN SYSTÈME ALLEMAND POUR LA CERTIFICATION

Ainsi, après l'adoption en mars 2002, d'une ordonnance régissant la transmission et la conservation de données importantes, la Suisse se trouve à l'avant-garde des pays européens pour tout ce qui concerne les transactions électroniques. C'est un système de certification allemand, produit à Hambourg par TC Trust Center, qui a été choisi. Toutes les entreprises domiciliées en Suisse peuvent être mises au bénéfice de ce certificat. Pour ce faire, il suffit de s'adresser à l'institut bâlois EAN, une institution à but non lucratif qui vise à instaurer un standard international pour l'identification et la communication. De plus, les autres conditions contenues dans l'ordonnance de mars dernier (OeDI) doivent être également remplies pour que cette nouvelle signature numérique soit autorisée.

INAPPLICABLE POUR LA DÉCLARATION TVA

Attention cependant, les possibilités du nouveau système ne concernent que les justificatifs, mais ne s'appliquent pas à la déclaration TVA (la fameuse circulaire rose). Du moins pas encore car, selon des informations obtenues au Département fédéral des Finances, une telle possibilité s'inscrit dans la prochaine étape du passage au tout (ou presque) électronique. Elle devrait entrer en vigueur à l'orée 2005. Alors que jusqu'à présent, chaque entrepreneur a été confronté à ce problème de conservation des archives (les factures devant obligatoirement avoir un support papier), des économies considérables en volume et en temps pourront désormais être réalisées.

Pour obtenir cette accréditation, il suffit de contacter l'institut EAN, en utilisant l'adresse www.ean.ch. Puis, des informations complémentaires pour la marche à suivre s'obtiennent auprès de l'Administration des contributions sous www.efd.admin.ch. JJE

LAUSANNE / Le service «Promotion et ventes» de Lausanne Tourisme dispose désormais d'une nouvelle stratégie de vente. Le point avec le directeur du marketing Philippe Kühne. **INTERVIEW: LAURENT MISSBAUER**

Des actions de vente mieux ciblées

Le service «Promotion et ventes» de Lausanne Tourisme, placé sous votre direction, dispose désormais d'une nouvelle stratégie de vente. Quelles sont les raisons de ces modifications?

Le départ, à la fin du mois d'août, de notre responsable «Promotion et ventes», Josefa Barril, nous a permis de nous restructurer et de nous renforcer. Désormais, nous entendons miser encore davantage sur le tourisme d'affaires et sur la vente de congrès. Nous allons ainsi intensifier les contacts avec nos différents partenaires – notamment l'Université, l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), le Centre hospitalier universitaire vaudois (CHUV), le Musée olympique et le Palais de Beaulieu avec qui nous avons renforcé notre collaboration.

«Dorénavant, il s'agira de mieux cibler le démarchage des séminaires.»

Cette restructuration est-elle allée de pair avec l'engagement d'un nouveau collaborateur?

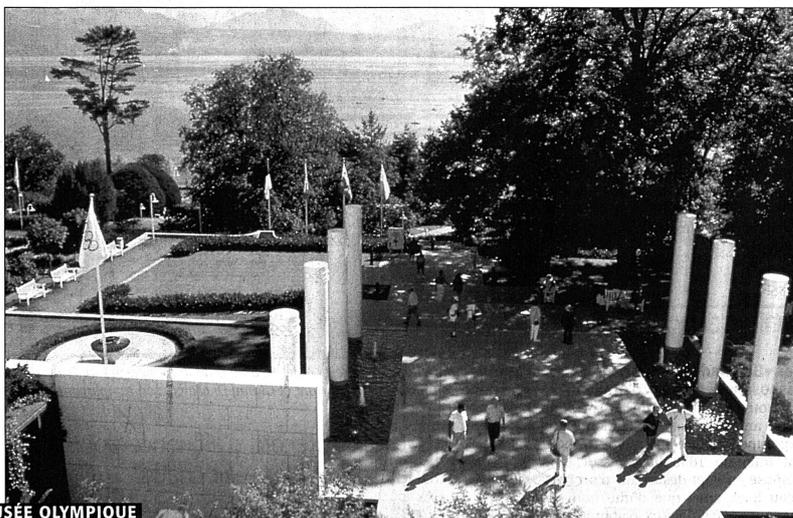
Absolument! L'engagement, cet automne, d'un nouveau collaborateur en la personne de Luis Lavie nous permettra, justement, d'intensifier les contacts au niveau du tourisme d'affaires. Désormais, nos collaborateurs travaillent davantage sur des actions de vente bien ciblées que sur des marchés spécifiques. Du coup, Luis Lavie s'occupe des congrès et des séminaires, alors que Caroline Loehr est en charge des foires, notamment la Fitur de Madrid, l'ITB de Berlin, le MITT de Moscou et le WTM de Londres, ainsi que de tout ce qui touche le tourisme de loisir et les «sales calls» en Allemagne et en Grande-Bretagne.

Dans votre dernier bulletin, vous écrivez que de nombreuses offres n'ont pas abouti, «principalement par manque de disponibilité dans les hôtels». A quel manque de disponibilité faites-vous allusion?



LAUSANNE TOURISME
Renforcée par l'arrivée de Luis Lavie (2e en commençant par la droite), la nouvelle équipe de marketing de Lausanne Tourisme entoure ici son directeur Philippe Kühne (au milieu, assis sur la table).

Photo: Swiss-Image



MUSÉE OLYMPIQUE

Afin de développer encore davantage le tourisme d'affaires, Lausanne Tourisme entend renforcer ses liens avec ses partenaires locaux tels que les hôteliers ou le Musée olympique.

Essentiellement au manque de disponibilité à certaines périodes bien précises de l'année: avril, mai, juin, septembre, octobre et la première moitié du mois de novembre qui sont très bien occupés contrairement aux autres périodes de l'année. A cet égard, une nouvelle stratégie de vente, tenant compte de cette situation, sera mise en place en accord avec les hôteliers.

En quoi consistera cette nouvelle stratégie de vente avec les hôteliers?

Il s'agira de mieux cibler le démarchage des séminaires et d'obtenir, par exemple, davantage de congrès, de réunions et d'incentives en basse saison, soit pendant les mois de juillet et d'août, ainsi que pendant les mois de décembre, de janvier et de février. A cet effet, nous avons créé un groupe de travail marketing qui réunit plusieurs membres de la Société des hôteliers de Lausanne et environs (SHLE), ainsi que Claude Petitpierre, le directeur de Lausanne Tourisme, et moi-même.

Quels seront vos objectifs pour cette année?

Tout d'abord, nous entendons renforcer encore davantage nos liens avec nos partenaires locaux, à commencer par les hôteliers, mais aussi, comme relevé précédemment, le Palais de Beaulieu et le Musée olympique. Le tourisme d'affaires est en effet très important pour Lausanne et les salles de réunion et de conférences des hôtels, de même que les infrastructures de Beaulieu et du Musée olympique nous offrent une excellente base de travail. Ensuite, nous essaierons de fidéliser les clients qui nous sont acquis. Il s'agira, par exemple, d'être davantage à leur écoute. Au niveau des clients potentiels, nous avons pour objectif d'améliorer le suivi des offres. Il ne sert en effet à rien de démarcher tous azimuts, si nous ne sommes pas en mesure d'assurer un suivi digne de ce nom. Ainsi, un de nos buts sera d'être encore plus efficaces au niveau du «back office».

«Un de nos buts sera d'être encore plus efficaces au niveau du «back office.»

La clientèle individuelle fera-t-elle également partie de vos priorités?

Tout-à-fait! Nous apporterons une attention particulière au tourisme de loisirs et aux touristes individuels, notamment les jeunes, mais également les plus de 40 ans, les seniors et surtout les «dinks», à savoir les

«Double income no kids», soit les couples qui bénéficient de deux salaires et qui n'ont pas d'enfants. Il s'agit là d'une clientèle qui dispose d'un fort pouvoir d'achat et qui sera, à n'en pas douter, très intéressée par l'itinéraire thématique «Luxe et design» (Ndlr: lire notre article en première page du Cahier français) que Suisse Tourisme présentera le 29 janvier et qui reliera Genève à St-Moritz en passant notamment par Lausanne et Montreux-Vevey.

«Lausanne Image» fête ses 25 ans

La revue «Lausanne Image», le magazine semestriel de Lausanne Tourisme, vient de fêter ses 25 ans. Evouer en quelques lignes le quart de siècle de ce qui constitue «un des principaux éléments d'information et de promotion dont bénéficie Lausanne» n'est pas aisé.

Notons cependant que cette revue, qui a notamment contribué au rayonnement de Lausanne et de son agglomération dans le monde et qui est aujourd'hui publiée à 15 000 exemplaires, est née au sein de ce qui était l'Association des intérêts de Lausanne (Adil) avant de poursuivre son chemin avec l'Office du tourisme et des congrès de Lausanne (OTCL), puis avec Lausanne Tourisme. Lancée par Christiane Campia, venue de l'Office du tourisme de Monaco et nommée responsable des éditions et de la presse à l'Adil, la destinée de «Lausanne Image» est confiée depuis 1992 à Nicole Seira, chef du service «Editions et relations publiques» de Lausanne Tourisme, et à José Seydoux, rédacteur en chef.

LM

LEYSIN / Reconversion d'un hôtelier vaudois

Un business center

Ancien hôtelier et ancien membre du comité de l'Association cantonale vaudoise des hôteliers, Jean-R. Herren a ouvert à Leysin (dont il avait également assumé la direction de l'OT) un bureau de services polyvalents à l'enseignement du «Business Center/CCH-Bureau Office». En compagnie de son épouse Claudia, ce professionnel du tourisme a installé son bureau au centre de la station leysenoude et propose une assistance en

matière de travaux administratifs et rédactionnels, de mailings, de traductions en français/allemand/anglais et de gérances immobilières (ventes et location). De plus, l'office en question dispose d'une salle de conférences d'une dizaine de places mise à disposition des petites groupes et sert d'antennes à divers bureaux et sociétés installés à Leysin. JS

E-mail: cchbureauoffice@bluewin.ch

G8 à Evian: certains logeront à Lausanne

Evian. Plusieurs participants du Sommet du G8, qui se tiendra à Evian du 1er au 3 juin, logeront en Suisse. Selon la «Tribune de Genève», George Bush logera à l'ambassade américaine à Genève, alors que Vladimir Poutine ira à Lausanne. «Cette dernière est une ville calme et ses palaces sont confortables», a déclaré à la «Tribune de Genève» un haut responsable de la sécurité du Sommet d'Evian. LM

LAVEY-LES-BAINS / La mise en liquidation du centre médical sera entreprise

L'hôtel n'est pas concerné

La faillite semble inéluctable pour le Centre médical de Lavey-les-Bains après que le Conseil d'Etat du Canton de Vaud ait refusé d'entrer en matière sur un engagement de 2 millions de francs (immédiatement, pour que le Centre puisse faire face à ses obligations) et un soutien annuel programmé de 300 000 francs. Avec pour conséquence la mise en liquidation de la société et une procédure de licenciement

collectifs (une vingtaine de postes) déjà entamé.

Mais à ce stade, une précision s'impose pour le monde touristique et hôtelier: la décision ne concerne aucunement le centre ludique et l'hôtel du site qui sont, eux, en mains du groupe français Eurothermes depuis la fin de l'année 1998. Mieux, les déclarations de Gérard André, directeur du centre de loisirs et représentant du groupe en Suisse, laissent en-

tendre que celui-ci souhaite utiliser le capital humain en place afin de reprendre une activité médicale sous la forme possible d'une société de partenaires médicaux pour continuer l'exploitation du centre sous une forme qui reste à définir.

La volonté est la même du côté des communes voisines de Lavey (VD) et de Saint-Maurice (VS), garantes d'un prêt LIM de 1,2 million de francs. JJE

LES GENS

Vice-président de la fondation qui gère le Palexpo de Genève et président du Salon international de l'automobile de Genève, **Jean-Marie Revaz** (65 ans) est décédé la semaine passée d'un arrêt cardiaque alors qu'il était en vacances au Maroc. Son décès est survenu à deux semaines de l'inauguration de la nouvelle Halle 6 de Palexpo qui accueillera notamment cette année le Salon international de l'automobile (du 6 au 16 mars) et le Salon Telecom (du 12 au 18 octobre). Interrogé par la «Tribune de Genève», **Christian Rey**, président de Genève Tourisme et d'hôtellerie suisse, a rappelé que c'est depuis que Jean-Marie Revaz avait été nommé en 1986 à la tête du Salon de l'automobile que celui-ci avait véritablement connu un rayonnement international. LM

MÉLI-MÉLO

Les «Bed and breakfast» de Suisse disposent désormais d'étoiles. Il y a du nouveau au sein de l'association «Bed and breakfast Switzerland» qui regroupe quelque 300 membres pour un total de 1800 lits. L'association dispose en effet désormais d'un nouveau logo, ainsi que d'une nouvelle classification. Celle-ci, élaborée avec le concours de la Fédération suisse du tourisme, distingue quatre types de «Bed and breakfast» avec un système d'étoiles. La classification la plus élevée - quatre étoiles - correspond à un hébergement de qualité supérieure. La moins élevée est sanctionnée par une seule étoile, indique l'association. LM

La région des Trois-Lacs dit merci et à bientôt. Les villes de la région des Trois-Lacs ont lancé au début de cette semaine une campagne d'affichage nationale afin de remercier l'ensemble de la population suisse d'avoir visité l'Expo.02. «Bienne, Morat, Neuchâtel et Yverdon-les-Bains entendent profiter de cette nouvelle notoriété pour ancrer la région des Trois-Lacs en tant que marque autonome sur le marché touristique», peut-on lire dans un communiqué diffusé par les quatre villes précitées. Les affiches véhiculeront notamment le message suivant: «Merci de votre visite et à bientôt au Pays des Trois-Lacs». Celui-ci entend inviter les Suisses à revenir en vacances dans une région qu'ils n'ont visitée que partiellement pendant l'Expo.02. LM

Photo: Jean-Jacques Ethenez



TROIS ÉMOTIONS POUR LES BALLONS

Charles-André Ramseier (de g. à dr.), initiateur de la manifestation, Philippe Sublet, son successeur et directeur de l'Office du tourisme de Château-d'Éx sortant et Gianni Di Marco, son remplaçant, qui entrera en fonction à fin février.

CHÂTEAU-D'ÉX / Record d'affluence pour la 25e édition de la Semaine internationale de ballons à air chaud. **JEAN-JACQUES ETHENEZ**

Trois directeurs d'office du tourisme, trois émotions

Pour Charles-André Ramseier, c'était la vingt-cinquième édition puisque c'est lui qui, avec quelques aérostiers, lança la manifestation. Pour Philippe Sublet, qui succéda à Charles-André Ramseier à la tête de l'Office du tourisme (OT) de Château-d'Éx et du comité d'organisation, et qui quittera l'office d'ici peu, c'était la quinzième édition. Pour Gianni Di Marco, futur directeur de l'OT (il entrera en fonction fin février), c'était la première édition vécue de l'intérieur.

Autant dire trois hommes et trois émotions, samedi dernier, à l'avant-dernier jour de la 25e Semaine internationale de ballons à air chaud de Château-d'Éx. Trois émotions vécues sereinement pour une édition qui a enregistré des records d'affluence, avec 60 000 personnes.

Emotion pour le premier qui s'extasie devant un ballon depuis qu'il est gosse (il l'a avoué) et qui n'en est plus enthousiaste quand ce sont quelque soixante «enveloppes» qui occupent le ciel du Pays-d'Enhaut la journée durant. Et qui rappelle que cette année, les aérostiers ont pu voler six jours sur neuf, alors que la durée de la manifestation a justement été prévue sur neuf jours pour pouvoir enregistrer au moins cinq jours de vols.

AUGMENTER LE NOMBRE DE VOLS PASSAGERS

Emotion encore pour le deuxième. Sans nostalgie assure-t-il, en insistant, «si je devais cultiver la nostalgie je ne partirais pas.» C'est peu dire que sa rigueur et sa méthode ont assuré la pé-

rennité du rassemblement dont l'infrastructure nécessaire (gestion des bénévoles, station météo, contrôle aérien pour les ballons, mais aussi pour l'incessant ballet d'hélicoptères).

Emotion enfin pour le troisième, discret et réservé. C'est lui qui, dans quelques semaines, reprendra les rênes du tourisme de Château-d'Éx et qui découvre l'organisation mise en place. Avec déjà, devine-t-on, des questions, dont celle de trouver un moyen d'augmenter le nombre de vols passagers durant la vingt-sixième Semaine internationale de ballons à air chaud l'an prochain. Un problème récurrent puisque cette année encore, de nombreux amateurs n'ont pas trouvé de quoi satisfaire leur esprit de décou-

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Saint-Moritz: un chaleureux Savoyard. Savoyard d'origine, Jacques Savay Guerraz, 61 ans, vient d'être désigné par les instances dirigeantes de l'Office du tourisme de Saint-Moritz (GR) comme l'habitant «le plus chaleureux» de la station. Professeur de ski et de voile, Jacques Savay Guerraz se distingue en effet par les relations chaleureuses qu'il entretient durant son activité professionnelle avec les visiteurs de la station grisonne. Dans une interview qu'il a accordée à notre hebdomadaire, il explique sa conception de l'accueil. Il souligne notamment que le sourire ne coûte rien, mais exerce un effet positif considérable. Il estime aussi qu'en Autriche - le pays que l'on cite toujours en exemple - le personnel n'est pas fondamentalement plus chaleureux que le personnel suisse. Page 2

Parcs nationaux: projet de révision contesté. La révision de la loi sur la protection de la nature et du paysage, qui prévoit notamment la création de nouveaux parcs naturels, ne fait pas le bonheur des milieux touristiques. La Fédération suisse du tourisme (FST), en particulier, estime en effet que les propositions contenues dans cette nouvelle mouture ne sont pas suffisamment claires. Pour sa nouvelle directrice, Judith Renner-Bach, son application pourrait avoir des effets négatifs pour le tourisme. Elle estime, par exemple, qu'il serait judicieux de détailler les critères de création et d'utilisation des nouveaux parcs. La FST suggère également que l'idée d'un label de qualité pour les parcs nationaux soit harmonisée avec le label de qualité en vigueur dans le tourisme suisse. La consultation sur cette révision, qui avait débuté à la fin de l'été dernier, vient de se terminer. Page 9

Hébergement du personnel hôtelier. L'hébergement du personnel hôtelier est depuis quelque temps un problème pour les hôteliers et les restaurateurs. La pénurie de logements, particulièrement sensible dans les grandes villes du pays, a pour effet de pousser les loyers à des niveaux de prix trop élevés pour de nombreuses personnes. Il en est notamment ainsi pour une partie du personnel employé dans l'hôtellerie et la restauration. Il apparaît dès lors que les établissements susceptibles d'offrir l'hébergement à leurs collaborateurs disposent d'un avantage sur ceux qui ne le peuvent pas. Sensibles à ce problème, divers hôtels ont augmenté leur offre d'hébergement. Page 13

ABONNEMENTS

Je désire recevoir l' hotel+tourismus revue htr chaque jeudi dans ma boîte aux lettres.	Nom/Prénom: _____
Je souhaite le mode de paiement suivant:	Entreprise: _____
<input type="checkbox"/> 24 mois Fr. 250.-*	Rue/No: _____
<input type="checkbox"/> 12 mois Fr. 145.-*	NPA/Localité: _____
<input type="checkbox"/> 6 mois Fr. 87.-*	Téléphone: _____
<input type="checkbox"/> abonnement d'essai Fr. 25.-*	E-Mail: _____

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 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 SSR:
Christian Hodler

Rédaction:
Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD)
Responsable du Centre français et rédacteur en chef adjoint: Mirella Habba (MH)
Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM),
Valérie Marchand (VM), secrétaire de rédaction.

Correspondants:
Jean-Jacques Ethenez (JJE), Vevey;
Danielle Emery Mayor (DEM), Valais;
José Seydlitz (JS), Fribourg.

Véronique Tanzag (VT), Genève;
Pierre Thomas (PT), Lausanne;
Mieszko Peter Kübler (PK).

Editeur:
Jos Strehel (Chef de édition),
Markus Marchel (Chef de vente),
Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Condat,
Annonces: Mathias Beyeler, Andros Jakob, Marc Moser
Publicité: Markus Marchel (Chef de vente),
Roger Stammel, Brigitte Walder,
Administration: Patrick Stadler.

Impression:
Fischer AG, für Data und Print, Druckzentrum Berne,
Troppe 11198 Ex, contrôle 48MP,
22'000 Ex, imprimé,
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro: Fr. 4.50, Abonnement 1 an
Fr. 145.-,
ISSN: 1424-0440

Organe officiel de:
- Verband Schweizer Tourismus-Direktionen und -Direktoren (VSTD)
- Schweizer Vereinigung Diplomierter Tourismus-
experten (TOURDEX)
- Vereinigung Diplomierter Hoteliers-
Restauratoren SHV (VDH)
- Hospitality Sales & Marketing Association
(HSMA) Swiss Chapter
- Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
- Swiss Partner für den Bistourismus
Verband Schweizer Badkurorte (VSB)
- Schweizer Kurhäuser (VKH)
- Swiss International Hotels (SIH)

Annuaire Internationale des Sous-Directeurs et
Chefs de Réception des Grands Hôtels (ACRG).

Contacts:
Adresse: Monbijoustrasse 130,
case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (Lignes de lecture, People, etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

Abonnements:
Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Annonces:
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: patrick.stadler@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

stellen revue marché de l'emploi

NR. 5/30. JANUAR/30 JANVIER 2003



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

hotel+tourismus revue

BâleHotels

****EUROPE/****VICTORIA/***BASLERTOR

Die Bâle-Hotels sind die führenden ****Hotels in Basel. Für das Hotel Europe mit 160 Zimmern, einer lebhaften Restauration mit dem Restaurant Les Quatre Saisons mit 18 Punkten Gault-Millau, einem modernen Tagungs- und Bankettcenter sowie intensivem Cateringservice suchen wir per Mitte Mai 2003 od. n. V. einen

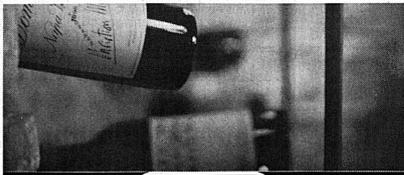
F&B-Manager

Sie haben eine fundierte Ausbildung mit evtl. Kochlehre und Hotelfachschule, haben bereits Erfahrung in ähnlicher Kaderposition und suchen nun die echte frontbezogene Herausforderung, bei der Sie Ihr Organisationstalent, Ihr Know-how und Ihr Flair für motivierende Personalführung in einer Dauerstelle einbringen können.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

BâleHotels-Hotel Europe
Herr Marc Haubensak, Direktor
Frau R. Bunke, Personalleiterin
Clarastrasse 43, 4005 Basel
Tel. 061 690 87 75
www.europe.balehotels.ch

153828/3140



GaultMillau
HOTEL DES JAHRES 2001

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n beruferfahrene/n und begeisterte/n

SOMMELIER

zur önologischen Entzückung unserer Gäste.

- Vinothek im Park – Mehr als 1600 Positionen aus der ganzen Welt
- Philippe Bouffey
BILANZ-Sommelier des Jahres 2002

Facts
43 Zimmer/Suiten
3 Restaurants
Bar, Vinothek
Festsaal Aquarius Hall
Sparkling Wellness

■ «Mitreisende Sommeliers, die mit ihrem Wissen und ihrer Leidenschaft für herausragende Weine ihre Gäste anstecken und vertrauensvoll zu Neuem animieren»
BILANZ – August 2002

pare
Park Hotel Weggis

Annie Hofmann
Hertensteinstrasse 34
6353 Weggis
Telefon 041 392 05 05
www.p.h.w.ch



Gesucht ...

... Ihr Weitblick für das Hotel mit Ausblick!

Für unser 4*-Erstklasshotel mit internationaler Geschäfts-, Ferien- und Residence-Kundschaft suchen wir ab 1. März 2003 einen aufgestellten, hilfsbereiten, motivierten und zuverlässigen

Servicefachangestellten (w/m)

Verwöhnen Sie unsere anspruchsvollen (Stamm-)Gäste im gepflegten à la carte-Restaurant mit 120 Sitzplätzen und internationaler Küche. Als gelernter Servicefachmitarbeiter verfügen Sie über eine gute Praxis in der gehobenen Gastronomie und verstehen es, Ihre Aufgaben selbstständig zu meistern.

Es erwartet Sie eine berufliche Herausforderung in einem aufgeschlossenen Team.

Interessiert? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto ins Hotel Dolder Waldhaus, Nicole Doviane, Personalverantwortliche, Kurhausstrasse 20, Postfach, 8030 Zürich.

Wir freuen uns auf Sie!

HOTEL DOLDER WALDHAUS



150259/41327



Die Sulcus Hospitality (Schweiz) AG vertritt eine hervorragende, auf Windows basierende Produktpalette zur elektronischen Bewältigung der wichtigsten Geschäftsprozesse im Bereich der Hotellerie und Gastronomie.

Zur Verstärkung unseres jungen dynamischen Teams suchen wir nach Vereinbarung engagierte Persönlichkeiten als

– Support Consultant – Filiale Zermatt und Hauptsitz Baar

Sie sorgen für einen effizienten Kundensupport via Telefon oder vor Ort beim Kunden, führen HW/SW Installationen durch, unterstützen den Filialeiter bei Schulungen und führen, nach erfolgreicher Einführung, selber welche durch. Sie analysieren und lösen Support Fälle selbstständig und unterstützen die verschiedenen Benutzer mit Geduld und Einfühlungsvermögen.

Diese anspruchsvolle Funktion setzt gute Kenntnisse in der Computer Technologie voraus. Sie bringen eine kaufmännische oder technische Grundausbildung mit und verfügen über 1–2 Jahre Berufserfahrung in der Gastronomie/Hotellerie. Ihre Erfahrung in der Kundenbetreuung, macht Sie zum idealen Kandidaten für die Aufgabe als Support Consultant.

– Junior Account Manager

Als Junior Account Manager machen Sie Firmenpräsentationen und führen kompetente und zielgerichtete Verkaufsgespräche. Ihr vernetztes Denken befähigt Sie ferner zur individuellen Beratung für den integrierten Einsatz der Softwaremodule und zur Ausarbeitung kundenspezifischer Offerten. Dabei werden Sie durch ein internes Team optimal unterstützt.

Diese frontorientierte und anspruchsvolle Funktion setzt eine kaufmännische Ausbildung und entsprechende Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie voraus, ergänzt durch eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung. Das allgemeine Verständnis von Unternehmensfunktionen und deren gegenseitigen Abhängigkeiten ist ebenso essentiell wie die Fähigkeit, überzeugen zu können und Vertrauen zu schaffen. Überdurchschnittliche Leistungswille und eine ausgeprägte Verkaufsorientierung sind wichtiger als Erfahrung im Lösungsverkauf und spezifische Branchenkenntnisse.

Es erwarten Sie vielseitige und herausfordernde Aufgaben in einem erfolgreichen und modernen Unternehmen. Die Anstellungsbedingungen sind Ihren Leistungen entsprechend attraktiv. Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (CV mit Foto und Zeugnissen) oder Ihren Anruf freut sich Frau Natalie Albrecht (041 766 68 68). Absolute Diskretion ist gewährleistet.

Sulcus Hospitality (Schweiz) AG
Blegistrasse 11a
6340 Baar
041 766 68 68

153987/285880



Waldheim Risch-Lug

Hotel • Restaurant • Seminar • Ferien • Golf • Freizeit

- JA, ich will mein Fachwissen und meine persönliche Kreativität für mehr Freude und Erfolg im Berufsleben einsetzen.
- Ich will mehr als «nur» kochen.
- Ich will frischen Wind in Form von neuen Kreationen auf den Teller bringen und darüber hinaus den heutigen Bedürfnissen des Gastes volle Beachtung schenken.
- Mein Wunsch ist es, als

Chef de partie

in einem jungen und innovativen Team die Kochkunst neu zu entdecken.

Sind das IHRE Zielsetzungen?

JA?

Dann nichts wie los. Auf Sie haben wir gewartet... Neugierig erwarten wir Ihre Dokumentation, oder rufen Sie uns an und verlangen Martin Eggmann, um weitere umfangreiche Details zu erfahren.

Stellenantritt per 1. März 2003 oder nach Vereinbarung.

Hotel Restaurant Waldheim 6343 Risch
Tel: 041 799 70 70
Heute schon gesurft? www.waldheim.ch es lohnt sich.
E-mail: personalchef@waldheim.ch

153937/28932



Wagen SIE es...?

...in die Fußstapfen unseres erfolgreichen

KÜCHENCHEFS

zu treten, der ab Frühjahr 2003 einen eigenen Betrieb übernehmen wird???

Wenn Sie

- fachlich überdurchschnittliches leisten
- sehr gut organisieren
- konsequent führen
- geschickt einkaufen
- mit Freude innovative Ideen verwirklichen
- gerne an neuen Küchenkonzepten mitarbeiten
- Fantasie in die Speisekarte bringen
- ohne zu zögern Verantwortung übernehmen
- bereit sind selber anzupacken
- ein gutes Arbeitsklima schaffen
- spätestens zwischen dem 1. und 15. Mai die Stelle antreten können und
- uns monatlich erst noch ein sehr gutes Küchenergebnis liefern

dann freuen wir uns drauf,

Sie persönlich kennen zu lernen!!!

Wir bieten Ihnen

- eine interessante und anspruchsvolle Aufgabe
- viel Bewegungsfreiheit
- Eigenverantwortung
- ein qualitativ gutes Produkt
- Aus- und Aufbaumöglichkeiten in jeder Beziehung
- zeitgemässe Arbeitsbedingungen.
- eine Entlohnung, die Ihrer Verantwortung entspricht
- ein Leben in einem der schönsten autofreien Kurorte der Schweiz

Unter www.eiger-wengen.ch erhalten Sie bereits umfangreiche Informationen über unseren Betrieb

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an folgende Adresse:

Hotel Eiger, 3823 Wengen
Tel. 033 856 0505 Fax. 033 856 0506
E-Mail: hotel@eiger-wengen.ch
Karl und Susanne Fuchs

153950/37699

INHALT: Kader 2-4 / Deutsche Schweiz 4-11 / Svizzera Italiana 12-13 / Stellensuche 13 / International 14 / HRC / Image 14

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

SOMMAIRE: Suisse romande 12 / Demandes d'emploi 13 / Marché de l'emploi 14

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle
www.gastronet.ch
by **JOBS AND MORE**

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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

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

Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt

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

GastroJob

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

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

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

People make
the difference.

Unser Leiterehepaar, welches seit 15 Jahren die Geschicke unseres Jugendhotels leitet, ist zum Leiterehepaar eines Zweitbetriebes berufen worden. Aus diesem Grund suchen wir per 1. September 2003 oder nach Vereinbarung ihren Nachfolger als

Betriebs-Leiterehepaar oder Betriebsleiterin/Betriebsleiter

Unser Jugendhotel liegt in einem sehr bekannten Sportort im Kanton Graubünden. Es versteht sich als Ort der Erholung und Begegnung für Familien, Jugendliche, Einzelreisende und Seminarteilnehmer. Der Betrieb wird nach klar strukturierten Richtlinien und Grundsätzen geführt. Der offene und gemeinschaftsfördernde Geist des Hauses wird durch ein motiviertes Team verstärkt. Die Einarbeitung und Fortführung der Betreuung ist gewährleistet.

Was erwartet Sie:

- Unser Jugendhotel ist ein Zweisaisonbetrieb. Er besteht aus 150 Betten, einem Speisesaal mit 180 Sitzplätzen sowie TV-Raum/Spielraum.
- Eine mit allen notwendigen Kompetenzen ausgestattete Betriebsleiterstelle.
- Eine 4-Zimmer-Wohnung im Annex.
- Das mit dem Verwaltungsrat erarbeitete Betriebs- und Investitionsbudget gilt als Führungsinstrument.
- Entlohnung sowie Beteiligung der Verantwortung entsprechend.

Wir erwarten von Ihnen:

- Solide Grundausbildung im Gastgewerbe.
- Mehrjährige Erfahrung in der Gastronomie/Hotellerie.
- Gute Fremdsprachenkenntnisse.
- Natürliche Führungseigenschaften und Autorität.
- Sinn und Geist für junge Gäste.
- Alter zwischen 30 und 40 Jahren.
- Führungsprinzipien der zeitgemässen Teamführung.

Fühlen Sie sich von der Position angesprochen und haben Sie die entsprechenden Voraussetzungen, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Zielsetzungen, Handschriftprobe und Foto. Diskretion ist selbstverständlich.

Anschrift: Persönlich
Planalp Consulting GmbH
Andy Abplanalp
Föhrenweg 27, 6405 Immensee

153954/410995

Liebe zum Beruf, Übersicht und Elan sind gefragt. In Ihrer neuen Position als

Geschäftsführer-Stellvertreter/in

haben Sie die Chance, Front-, Administrations- und Führungserfahrung zu vertiefen. Wir rechnen mit Ihnen!

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie an:

Harry Baumann Landgasthof Adler
Binzikerstr. 80, 8627 Grüningen
Tel. für Auskünfte: 01 935 11 54
Info: www.adler-grueningen.ch

153932/129313

Chance für Betriebsleiter(in)

in gepflegtes, gut frequentiertes Speiseraum mit über 100 Plätzen, Nähe Schwyz.

Sind Sie die gepflegte, dienstleistungsorientierte Persönlichkeit, die den Gast mit Leib und Seele verwöhnt?

Möchten Sie dank Ihrem Einsatz überdurchschnittlich verdienen?

CH-Bürger(innen) zirka 30- bis 50jährig, melden sich für detaillierte Infos über Tel. 041 711 84 54, Fax 041 710 81 14.

154032/422090



Herzlich Willkommen im Freizeitzentrum der Region, mit diversen Sport-, Fitness- und Freizeitmöglichkeiten. Unser à la carte Restaurant hat 120 Sitzplätze plus 140 Terrassenplätze und bietet eine zeitgemäße Küche an.

Wir suchen per 1. April oder nach Vereinbarung:

Küchenchef / in

Sie haben Durchsetzungsvermögen und sind fähig unser Küchenteam zu leiten. Ausserdem bringen Sie dank Ihrer Kreativität viele Ideen mit und sind aufgeschlossen für Neues. Mit Freude und ruhiger Hand zaubern Sie zeitgemäße Menüs. Wenn Sie mit Zahlen umgehen können, Computerkenntnisse mitbringen und zwischen 25 und 40 Jahre alt sind, dann begrüßen wir Sie herzlich bei uns.

Wir bieten Ihnen gute Entlohnung, 5 Wochen Ferien, die Möglichkeit sich weiter zu entwickeln, ein aufgestelltes Team und freie Benützung sämtlicher Sport- und Fitnessmöglichkeiten unseres Hauses.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie Ihre Bewerbung an:

Freizeitzentrum Schlossfeld AG
Herr Peter Kocher (Geschäftsführer)
Postfach / 6130 Willisau
Telefon: 041/970/35'35

154029/92468



Wir suchen für das traditionsreiche und sehr gut eingeführte ****Hotel Tamina in Bad Ragaz eine/n engagierte/n

GASTGEBER/IN

Das Hotel befindet sich an einer schönen Lage im malerischen Dorf Kern vom weltbekannten Kurort. Die Tamina Therme, das Thermalzentrum sowie der Golfplatz sind in einigen Minuten zu Fuss erreichbar. Bad Ragaz und die Region Heildal verfügen über viele Möglichkeiten, seinen Gästen einen unvergesslichen und erholsamen Aufenthalt zu bieten.

Das Tamina verfügt u.a. über folgende Gäste-Räumlichkeiten: 60 Zimmer mit 120 Betten; das Restaurant Tavernetta mit 50 Sitzplätzen und 40 Gastensitzplätzen, der Leuchtersaal Locanda mit 100 Sitzplätzen und verschiedene Konferenzräume.

Als GastgeberIn übernehmen Sie die Verantwortung für den gesamten Hotelbetrieb. Sie haben eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie und verfügen über einige Jahre Berufserfahrung. Sie sind eine frontorientierte Persönlichkeit. Ihre Freundlichkeit und Ihre Freude am Beruf prägen den Umgang mit den Gästen und mit den MitarbeiterInnen. Sie haben ebenfalls ein gutes Know-how im Akquisitionsbereich.

Unser Auftraggeber bietet einem Mietinteressenten gute Konditionen. Eine Anstellung als Direktorin oder als Direktion wäre ebenfalls möglich.

Bei Interesse senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, inkl. Passfoto an Frau Lianne Fravi. Gerne stehen wir Ihnen für Fragen zur Verfügung und garantieren Ihnen absolute Diskretion.

Lianne Fravi
Kaderselektion - Beratung in Personalfragen
Riedstrasse 6 - 8908 Hedingen
Telefon 01 760 52 17 - Fax 01 760 52 19
lianne.fravi@fraviundfravi.ch

Gion J. Fravi
Treuhand - Unternehmensberatung
Riedstrasse 6 - 8908 Hedingen
Telefon 01 760 52 18 - Fax 01 760 52 19
gion.fravi@fraviundfravi.ch

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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

INTERCONTINENTAL.
ZÜRICH

Professionalität und Herzlichkeit – zwei der Gründe, weshalb sich jeder Gast bei uns wohlfühlt

Wir sind eines der grössten Konferenz- und Fitnesshotels und seit April 1999 das grösste ISO zertifizierte Hotel der Schweiz. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Sales- und Marketingabteilung eine/n

Director of Sales & Marketing

- Diese anspruchsvolle Kaderposition beinhaltet folgende Hauptaufgaben:
- Führung des Verkaufs- und Konferenzteams
 - Persönliche Betreuung der wichtigsten Key Accounts
 - Vertragsverhandlungen und -abschlüsse
 - Verantwortlich für die Planung und Durchführung des Marketingplanes und sämtlicher damit verbundener Verkaufsaktivitäten, Mailings, Promotionen und Werbemassnahmen

Unsere Erwartungen an Sie:

- Sie verfügen über mehrjährige Verkaufserfahrung im internationalen Reise- markt
- Sie bringen eine fundierte Ausbildung im Hotelfach und im Marketing/Verkauf mit
- Sie sind kreativ, teamorientiert, engagiert, treten überzeugend auf und haben sehr gute Deutsch-, Englisch- und Französischkenntnisse

Wir bieten Ihnen:

- Eine spannende und vielseitige Herausforderung in einem internationalen Umfeld
- Alle Vorteile und Weiterbildungsmöglichkeiten eines Kettenhotels

Sind Sie an dieser interessanten Tätigkeit interessiert, dann schicken Sie uns Ihre Unterlagen.

InterContinental Zurich
Badenerstrasse 420, 8040 Zurich
Frau Tanja Fleissner, Tel. 01 404 43 15
Email: tanja.fleissner@interconti.com

152720/40819

SEGANTINI

Für unser aufstrebendes, professionelles Catering-Unternehmen suchen wir ab sofort einen

KÜCHENCHEF

Unsere Vision ist eine kreative, qualitativ hochstehende, internationale und marktfrische Küche für unser modernes Catering und das traditionelle Zunfthaus zur Saffran. Sind Sie bereit etwas zu bewegen, Verantwortung zu übernehmen und haben die Passion nicht immer alltägliches zu kochen, dann erwartet unser junges, dynamisches Team gerne Ihre Bewerbung.

segantini catering ltd, Ruth Imhof
Limmatquai 54, 8001 zürich
tel. 01 771 11 33

Zunfthaus zu Wirthen

4500 Solothurn

Auf Frühjahr 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir initiativen, erfahrenen

Geschäftsführer-Paar

oder
Geschäftsführer

für diesen traditionsreichen
Restaurations- und Hotelbetrieb.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Duri Bardola
Dufourstrasse 31
Postfach 873
8024 Zürich

153974/421295

Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

Abonnieren und inserieren:
Tel. 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 8029 Zürich 1
Tel 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

Gastro help
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO

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

New Challenge
Personalberatung & Vertretung

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

In der
Zimmerstunde
auf
Berner
Münster?

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

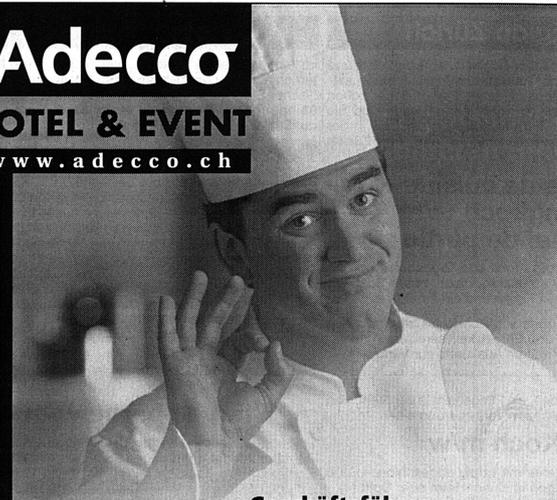
hoteljob sùisse

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

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

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!
5389 offene Stellen,
3015 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

Marktgasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10
bern.hotelevent@adecco.ch

Grahenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081 258 30 75
chur.hotelevent@adecco.ch

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

Poststrasse 15, 9001 St. Gallen
Telefon 071 228 33 43
stgallen.hotelevent@adecco.ch

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

Petit Chêne 38, 1001 Lausanne
Téléphone 021 343 40 00
lausanne.hotelevent@adecco.ch

Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032 722 68 88
neuchatel.hotelevent@adecco.ch

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

Geschäftsführer

Für die Eröffnung eines neuen Hochfrequenzlokals der Systemgastronomie im Grossraum Zürich suchen wir per Februar den verantwortlichen Leiter. Sie verfügen über fundierte Kenntnisse in der Systemgastronomie, sind eine überzeugende Leaderpersönlichkeit, haben Koordinations- sowie Kommunikationstalent und sind äusserst belastbar. Sie arbeiten hart, handeln ziel- und erfolgsorientiert – kurz, Sie sind ein echter Macher. Wenn Sie die für eine Betriebseröffnung nötige Erfahrung mitbringen, senden Sie mir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Ich gebe Ihnen auch gern weitere Informationen über diese spannende Position.
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Betriebsleiter / Küchenchef

Für ein Museumscafé in der Region Basel suchen wir per sofort einen Allrounderin (oder Allrounderin) mit Fähigkeitsausweis/Wirteprüfung (Alkoholausschank). Zusammen mit zwei Mitarbeitenden bereiten Sie täglich rund 60 saisonale Haupt- und Zwischenmahlzeiten zu, und präsentieren sowie verkaufen diese am Selbstbedienungsbüf. Zudem organisieren und führen Sie Anlässe durch. Eine Ausbildung als Koch, Administrations- und EDV-Kenntnisse sowie Erfahrung im Service und im Verkauf bringen Sie mit. Sie sind kreativ, fühlen sich wohl als Gastgeber und auch für die Bedienung der Kasse und der Abwaschmaschine sind Sie sich nicht zu gut. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
Basel, Julia Schulze 061 264 60 40

Sous chef

Ristorante italiano
Hausgemachte Pasta, Buffet Antipasto, Pesce etc sono la sua passione? Wir suchen für ein italienisches Restaurant im Herzen von Luzern den ambitionierten Sous chef. In dieser Position vertreten Sie den Capo di cucina, führen die grosse italienische Küchenbrigade und planen zusammen mit dem Team das vielseitige, kreative Angebot. Sind Sie gelernter Koch, und bringen Sie Erfahrung in der italienischen Gastronomie mit? E italiano? Sono lieta di ricevere la sua chiamata.
Luzern, Anita Burren 041 419 77 66

Alleinpâtissier

Für ein sehr bekanntes, traditionsreiches Restaurant im Zentrum Zürichs suchen wir einen talentierten Alleinpâtissier. Sie sind gelernter Konditor/Confiseur oder Pâtissier, bringen sehr gute Erfahrung in gehobenen à la carte-Häusern mit und können Ihre Kreativität effizient umsetzen. Fasziniert Sie die klassische französische Küche, arbeiten Sie gern selbstständig, und sind Sie flexibel bezüglich der Arbeitszeiten (Sonntag und Montag frei)? Dann freue ich mich auf Ihren baldigen Anruf.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Ambitionierter Jungkoch

Kreative Spitzenküche mit der Verpflichtung zum frischen Naturprodukt ist in diesem Gasthof im Zürcher Oberland die Devise. Wir suchen eine ehrgeizige Persönlichkeit, die hier viel Neues von einem aufstrebenden Spitzenkoch lernen und zum Erfolg des jungen Team beitragen kann. Ein sicherer Start in eine tolle Zukunft erwarten Sie. Sonntag und Montag sind frei. Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79

Teamleiterin Call-Center

Sie sind gelernte Köchin, Konditorin oder verfügen über Erfahrung im F&B-Bereich? Telefonieren Sie gern, haben Sie eine angenehme Stimme, und lassen Sie sich durch nichts aus der Ruhe bringen? Als Teamleiterin (ab 35 Jahren) des Call-Centers dieses national tätigen Gastronomie-Spezialisten in Luzern sind Sie verantwortlich für die Führung Ihrer Mitarbeitenden und alle damit zusammenhängenden Entscheidungen. Sie arbeiten selber mit, betreuen Kunden am Telefon, nehmen Bestellungen entgegen und bieten aktiv Sonderaktionen an. Die Aufträge werden dabei mit einem modernen PC-Programm erfasst. Interessiert? Kontaktieren Sie mich bald, gern erzähle ich Ihnen mehr über diese spannende Stelle mit freien Wochenenden.
Luzern, Anita Burren 041 419 77 66

Management Trainee

Für einen internationalen tätigen Systemgastronomiekonzern in der Stadt St. Gallen suchen wir den dynamischen Teamplayer. Als ambitionierter Gastroprofi verfügen Sie über ausgewiesene Fachkenntnisse, ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein und können Mitarbeitende motivieren. Sie unterstützen und vertreten den Restaurant-Manager effizient bei der Geschäftsführung und übernehmen auch Verantwortung. Mit Ihrer positiven und professionellen Einstellung führen Sie die Crew und koordinieren deren Einsatzpläne. Wenn Sie 23 bis 35 Jahre jung sind und eine breite persönliche und fachliche Entwicklung suchen, freue ich mich auf Ihren Anruf.
St. Gallen, Judith Schmid 071 228 33 43

Hotelfachassistentin/ Gastromassistassistentin

Für einen renommierten Spitalbetrieb im Raum Solothurn suchen wir aufgestellte Persönlichkeiten mit viel Organisationsflair. Sie haben vorzugsweise eine Ausbildung als Hotelfachassistentin/Gastromiefachassistentin gemacht und suchen eine interessante Herausforderung mit geregelten Arbeitszeiten (Tagesstelle/freies Wochenende). Sie sind 19 bis 30 Jahre jung, haben Freude am Umgang mit Menschen, sind belastbar und wissen, wie Sie Ihr hauswirtschaftliches Talent optimal umsetzen können. Sie betreuen und informieren Gäste sowie Patientinnen im Bereich Room-Service. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Bern, Dominique Wild 031 310 10 10

Servicefachangestellte/r

In diesem gepflegten Gasthof im Zürcher Oberland wird die Gastgeberrolle gross geschrieben. Mit Charme, Kompetenz und Interesse bezaubern Sie die Gäste und verstehen es, ihnen die Wünsche von den Augen abzulesen. Mit Flair und Einfühlungsvermögen verkaufen Sie die ausgewählten Weine und Spirituosen. Hier finden Sie eine ungewöhnliche Stelle in einem jungen Team. Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79



Culinarium
RESTAURANTS & CATERING

Für unseren Bereich Events & Catering suchen wir per 1. April 2003 oder nach Vereinbarung eine/n

Anlassleiter/in 80-100%

Freundlichkeit – Flexibilität – Selbstständigkeit
Diese Begriffe sind uns sehr wichtig – Ihnen auch?

In dieser Funktion sind Sie zuständig für die Kalkulation sowie das Bestell- und Offertenwesen, beraten unsere Kunden aktiv und sind für die Vorbereitung, Durchführung sowie Nachkalkulation von Anlässen verantwortlich.

Sie verfügen über eine Ausbildung in der Gastronomie und haben bereits Anlässe selbstständig organisiert und durchgeführt. Zudem sind Sie eine junge, flexible Persönlichkeit, welcher die kompetente Betreuung ihrer Kundschaft ein grosses Anliegen ist. Nebst deutsch sprechen Sie auch gut englisch und verfügen über gute PC-Kenntnisse (Word, Excel).

Gerne erteile Ihnen der Leiter Events & Catering, Herr Michael Künzle, weitere Auskünfte unter Tel. 01 405 78 75.

Wir bieten Ihnen gute Sozialleistungen, 13. Monatslohn und interne Weiterbildungsmöglichkeiten sowie ein junges, motiviertes Team, das sich auf Ihr Lächeln freut.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Culinarium AG
Frau Isabelle Schütz, Leiterin Personalwesen
Signaustasse 9, Postfach, 8032 Zürich
isabelle.schuetz@culinarium-ag.ch
www.sv-group.com/svjobs/

Culinarium AG – ein Unternehmen der SV-Group

Vom Koch bis zur Gouvernante.

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

BINDELLA terra vite vita

Als gesamtschweizerisch tätige Gastronomieunternehmung pflegen wir – die italienische Tafelkultur und lassen uns von einer klaren Vision leiten:

- terra Erdverbundenheit
- vite Rebe, Wachstum und Entwicklung
- vita Lebensfreude im Kontakt mit unseren Gästen und MitarbeiterInnen

Zur Unterstützung unseres Verwaltung-Teams in Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

**Assistentin
der
Administration**

die sich engagiert um unser anspruchsvolles, gastronomieorientiertes Sekretariat kümmert.

Sie bringen Gastronomieerfahrung im Gästekontakt mit, besitzen aber auch fundierte Kenntnisse in der Administration. Die Korrespondenz erledigen Sie in stillicherem Deutsch, sprechen von Vorteil Italienisch und haben gute PC-Anwenderkenntnisse (MS Office). Mit Freude organisieren und koordinieren Sie die sehr breit anfallenden Sekretariatsaufgaben aus der Führung von 30 Restaurationsbetrieben.

Wir bieten Ihnen eine interessante Stelle an und freuen uns, Ihnen mehr von unserer Philosophie zu erzählen. Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto:

BINDELLA Unternehmungen, Gastronomía italiana
Nicole Kreyenbühl, Human Resources
Hönggerstr. 115, 8037 Zürich, Tel 01 276 62 24
nicole.kreyenbuehl@bindella.ch www.bindella.ch

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

HAVANNA
Restaurant & Bar

Wer hat Spass an der Verkaufsrout unseres erfolgreichen Bar- und Restaurantbetriebes mit Rostkeller Verantwortung zu übernehmen? Wir suchen top-motivierte(n)

**Geschäftsführer-Assistentin
sowie
Service-Bar-MitarbeiterInnen**
(auch Teilzeit möglich)

Allrounder-Qualitäten und Erfahrung in der Gastronomie sind wünschenswert. Fühlst Du Dich angesprochen und möchtest in einem aufgestellten Team arbeiten, dann erwarte ich Deinen Anruf oder die Bewerbung.

Andreas Hubschmid
Gerbergasse 12, 4800 Zofingen
Tel. 062 751 11 49
oder 078/769 93 63
hallo@havana-zofingen.ch

Region Zürich

Für zwei Kundinnen, gediegene 4*-Hotels mitten in der Stadt Zürich, suchen wir nach Vereinbarung

Réceptionisten/-innen

Als Allrounder-Talent sind Sie zuständig für Check-out, Check-in und Reservationen. Sie korrespondieren und kommunizieren tadellos in Deutsch, Englisch und Französisch und beherrschen das Fido, Word und Excel. Als belastbare und wite Person verlieren Sie auch in hektischen Momenten nicht den Blick fürs Wesentliche!

Suchen Sie einen Betrieb, der den Mitarbeitern ein grosses Mitspracherecht, Weiterbildungsmöglichkeiten und eine hervorragende Entlohnung bietet? Dann sollten wir uns bald kennen lernen.

Bei **Victoria.Castangia@kellyservices.ch** unter **01 225 40 30** erhalten Sie weitere Auskünfte.

Zuviele Köche verderben den Brei!

Sie verdienen jedoch nichts, wenn Sie sich jetzt bei Kelly Catering melden, um eine Karrierestufe weiter zu kommen!

Chef de partie
Commis de cuisine

Sie sind gelernter Koch w/m mit Berufserfahrung oder möchten es noch werden. Als Allrounder suchen Sie Ihre kreative Ader walten und sind überall einsetzbar.

Wir bieten Anstellungen in Tagesbetrieben (ab und zu mit Wochenenddiensten), Arbeit mit Frischprodukten, à la carte- oder Produktionsküche, faire Entlohnung und die Möglichkeit einer Weiterbildung.

Zögern Sie jetzt nicht mehr und rufen Sie uns an! **Victoria.Castangia@kellyservices.ch** erteilt unter **01 225 40 30** gerne weitere Auskünfte.

Äs Farbfoteli gefällig?

Für unsere Kundin, ein bekanntes Fotounternehmen, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung für diverse Filialen in Zürich

Foto Shop Assistants

Sie müssen nicht gelernte Verkäuferin sein, aber Deutsch sprechen, gepflegt auftreten und gerne im Zer-Team arbeiten. Wir bieten Ihnen eine Anstellung auf Try & Hire-Basis, Arbeit im Stundenlohn mit Bonus- und geregelte Arbeitszeiten.

Bruno.Ehrat@kellyservices.ch erteilt unter **01 319 66 69** gerne weitere Auskünfte.

Region Zürich

Für ein wunderschönes Hotel in Zürich suchen wir eine detailorientierte und wite Persönlichkeit per sofort oder nach Vereinbarung als

Hotelfachassistent/in

Sie haben Ihre Hofa- oder Gafalere erfolgreich abgeschlossen und eventuell schon erste Berufserfahrungen in der gehobenen Hotellerie gesammelt. Nun sind Sie auf der Suche nach einer echten Herausforderung, und diese können wir Ihnen bieten.

Sie unterstützen auf der Etage und am Buffet, besitzen Durchsetzungsvermögen und verstehen es, anspruchsvolle Gäste zu verwöhnen. Geboten wird Ihnen ein angenehmes und dynamisches Arbeitsumfeld in einem jungen Team, geregelte Arbeitszeiten und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Victoria.Castangia@kellyservices.ch freut sich auf Ihren Anruf, **01 225 40 30**

Für ein spannendes Konzept eines internationalen Unternehmens im Raum Zürich-Airport suchen wir im Frühling oder nach Vereinbarung motivierte und dynamische

Shiftleader und
Servicefachangestellte

Sie lieben aktive Frontarbeit, sind bereit, je nach Position, Verantwortung zu übernehmen, können sich selbst und ihr Umfeld motivieren und am allerliebsten verwöhnen Sie Ihre Gäste!

Geboten wird Ihnen die Chance, bei einer neuen Konzeptführung dabei zu sein und mitzuerleben, wie es bei einer **Eröffnung** so zu und her geht. Geregelte Schichtarbeitszeiten, attraktive Entlohnung sowie fünf Wochen Ferien und beste Sozialleistungen runden diese Aufgabe ab.

Gerardine.McLellan@kellyservices.ch freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. **Kelly Catering, Löwenstrasse 29, 8023 Zürich, 01 225 40 30**

Lust auf Tempo?

Wir suchen laufend für Kurz- oder Langzeiteinsatz:

Commis de cuisine
Chef de partie

Bei **Victoria.Castangia@kellyservices.ch** gibt es weitere Infos unter der Nummer **01 225 40 30**

Region Zürich

Mit Ihrer täglichen Arbeit begeistern Sie die Gäste und haben ein grosses Qualitäts- und Hygienebewusstsein. Möchten Sie als kreative Person lieber schon heute die Erfolgsleiter hochsteigen? Dann sind Sie genau unser Typ! Für verschiedene Betriebe in der Gemeinschaftsgastronomie in und um Zürich suchen wir per sofort

Commis de cuisine w/m
Jungkoch w/m
Chef de partie

Montag bis Freitag Arbeit und Tagesbetriebe sind die Vorzüge, die wir bieten, dazu beste Sozialleistungen, 5 Wochen Ferien und ein attraktives Salär.

Falls Sie Ihre Karriere sogleich fortsetzen möchten, steht Ihnen **Bruno.Ehrat@kellyservices.ch** unter **01 319 66 69** für weitere Auskünfte zur Verfügung.

Für unseren Kunden, ein Pflegeheim in der Nähe von Zürich suchen wir nach Vereinbarung einen

Koch m/w

Sie haben Ihre Lehre mit Erfolg abgeschlossen und bereits Erfahrungen in einem Heim oder Spital gesammelt. Wenn Sie gerne selbstständig arbeiten und gerne Verantwortung übernehmen, dann könnte dies Ihre neue Stelle sein.

Bei unserem Kunden arbeiten Sie im Schichtbetrieb. Unter anderem warten ein attraktives Salär und faire Anstellungsbedingungen auf Sie.

Bei **Victoria.Castangia@kellyservices.ch** erhalten Sie weitere Informationen: **01 225 40 30**

Für unsere Kundin, ein spannendes Cateringunternehmen in der Stadt Zürich suchen wir eine administrativ versierte Person per sofort oder nach Vereinbarung als

Mitarbeiter/in Reservation

Von Vorteil bringen Sie eine Bürolehre, einen kaufmännischen Abschluss oder einen Handlisschulabschluss mit. Sie sind dienstleistungsorientiert und kommunizieren und verkaufen gerne am Telefon. Sie unterstützen ein kleines Team und können Prioritäten setzen.

Regelmässige Arbeitszeiten und spannende Gäste und Mitarbeiter warten auf Sie!

Gerardine.McLellan@kellyservices.ch freut sich auf Ihren Anruf, **01 225 40 30**

Region Bern

Im Auftrag unseres Kunden, eine internationale Unternehmung der **gepflegten Gastronomie** mit italienischer Philosophie, suchen wir per **Mitte Februar 03** oder nach Vereinbarung in der **Stadt Bern** eine **qualifizierte Persönlichkeit** als

Personalverantwortliche/n

Diese anspruchsvolle Stelle beinhaltet 40% Administration und 60% Personalwesen. Sie verfügen über eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und haben sich in der Gastronomie weitergebildet (Hotelschule). Wenn Sie schon in einer ähnlichen Position gearbeitet haben und zwischen 30 und 40 Jahre alt sind, senden Sie uns Ihre vollständigen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugniskopien, Diplommkopien und Foto) an **Kelly Catering, Judith Lanker, Markt-gasse 6/8, 3011 Bern, 031 313 26 26**

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir in ein **gehobenes Hotel/Restaurant** in der **Stadt Bern** eine/n **motivierte/n**

Chef de partie w/m

Eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch und erste Berufserfahrung bringen Sie bereits mit. Wir bieten flexible Arbeitszeiten, 5 Wochen Ferien und eine aufgestellte Brigade. Wenn Teamgeist und speditives Arbeiten für Sie selbstverständlich sind, rufen Sie uns an.

Judith.Lanker@kellyservices.ch wartet auf Ihren Anruf unter **031 313 26 26**

Für unseren Kunden, ein Unternehmen der **Gemeinschafts-Gastronomie** suchen wir per **Mitte April 03** oder nach Vereinbarung eine/n **flexible/n**

Koch (Springer) w/m

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung und sind ein/e versierte/r Fachmann/-frau. Sie lösen die Köche in den verschiedenen Betrieben im **Raum Bern/Biel** ab. Sie sind zwischen 22 und 30 Jahre alt und fahren Auto. Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten (Mo-Fr), 5 Wochen Ferien und 13 Monatslohn.

Bei **Judith.Lanker@kellyservices.ch** unter **031 313 26 26** erhalten Sie mehr Informationen.

Ausserdem suchen wir in und um **Bern** **dringend** Fachkräfte für

Service/Bar w/m

Von Vorteil mit Servicefachlehre oder Barfachschule. Infos gibt's bei **Judith.Lanker@kellyservices.ch** unter **031 313 26 26**

KELLY MEHR ALS EIN JOB!
CATERING

Get online: www.kellyservices.ch 0800 109 109

Löwenstrasse 29
8023 Zürich-City
Tel. 01 225 40 30

Schaffhauserstrasse 358
8050 Zürich-Oerlikon
Tel. 01 319 66 69

Markt-gasse 6/8
3011 Bern
Tel. 031 313 26 26

Rue du Simplon 48
1800 Vevey
Tel. 021 925 40 60

Place Cornavin 10
1211 Genf
Tel. 022 906 92 92

Willkommen im Club!

Für unser Restaurant auf dem TCS Campingplatz in **Gampelen**, suchen wir auf **Ostern 2003**

Mieter / Mieterpaar

Ihre Aufgaben Sie übernehmen in **Eigenregie** ein Campingrestaurant und einen Minimarket in einer einmalig schönen Landschaft am Nordufer des Neuenburgerses. Sie sind sehr kontaktfreudig und verstehen es, unseren Gästen mit einem kreativen und abwechslungsreichen Angebot unvergessliche Ferienerlebnisse zu verschaffen. Im Minimarket verkaufen Sie Lebensmittel, Getränke, sowie Kiosk- und Campingartikel.

Sie bringen das **Berner Wirtepatent** mit und verfügen über eine ausgewiesene Erfahrung im Gastgewerbe. Sie kennen die Herausforderungen eines Saisonbetriebes und können sich in personeller und logistischer Hinsicht rasch und entscheidungsfreudig auf jede neue Situation einstellen. Sie sprechen perfekt deutsch und auch ein bisschen französisch, führen den Betrieb idealerweise als Paar und können sich so in der Küche und an der Front voll verwirklichen.

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

Ihr Einstieg erfolgt ab **April 2003**.

Interessiert? Senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:

Touring Club Schweiz
Ressources Humaines, Ref 299P weitere Informationen finden Sie unter
Ch. de Blandonnet 4, CP 820 www.tcs.ch
1214 Vernier

suisse schweiz svizzero

touring club

TCS. Mit Vergnügen.

Seehotel **4***** Sternen

Für unseren lebhaften **4***** Hotel- und Restaurationsbetrieb mit 25 Zimmern und 3 Restaurants (Sommer 150 Gartensitzplätze) und Konferenz- und Banketträumlichkeiten für bis zu 135 Personen in der idyllischen Horwer Bucht direkt am Vierwaldstättersee haben wir für die kommende Sommersaison folgende Stellen zu besetzen:

CHEF GARDEMANGER
COMMIS GARDEMANGER
COMMIS SAUCIER
COMMIS ENTREMETIER
COMMIS PATISSIER

SERVICEFACHMITARBEITERIN
(A la carte kundig, deutschsprachig)

Wir bieten Ihnen attraktive Anstellungsbedingungen in einem modern geführten Betrieb. Der Eintritt erfolgt nach Uebereinkunft.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und freuen uns auf ein persönliches Gespräch.

Isabel und Daniel Untermaier
Winkelstrasse 46
CH-6048 Horw/Luzern
Telefon 0 413 482 482
Telefax 0 413 482 483
Email: info@seehotel-sternen.ch
Online: www.seehotel-sternen.ch

Passaggio
RAIL

Passaggio ist die rollende Erlebnisgastronomie für alle Bahnreisenden.

Für unseren Hauptsitz in Zürich (beim Hauptbahnhof) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Profitcenter-Leiter/in
IntercityNeigezug (ICN)

In dieser anspruchsvollen Funktion sind Sie verantwortlich für den reibungslosen Ablauf in Ihrem Profitcenter. Sie führen und qualifizieren ca. 30 direkt Ihnen unterstellte MitarbeiterInnen (Speisewagen- und Railbarstewards), erstellen deren Arbeits- und Ferienplanung und verbringen in dieser sehr vielseitigen und abwechslungsreichen Funktion ca. die Hälfte Ihrer Arbeitszeit im Zug, unterwegs zwischen Genf und St. Gallen.

Damit Sie diese Herausforderung erfolgreich anpacken können, verfügen Sie über eine abgeschlossene Ausbildung (vorzugsweise im Gastgewerbe oder der Lebensmittelbranche) und haben Führungserfahrung sowie gute Französisch- und EDV-Kenntnisse der MS-Office Programme. Sind Sie eine belastbare, pflichtbewusste und vor allem selbstständige Person? Zählen Zuverlässigkeit und Durchsetzungsvermögen zu Ihren Stärken? Unbedingt erforderlich ist die Fähigkeit, auf Menschen aus verschiedenen Kulturkreisen einzugehen und eine motivierte und motivierende Persönlichkeit. Erfüllen Sie diese Anforderungen? Dann sollten wir uns unbedingt kennenlernen!

Fortschrittliche Anstellungsbedingungen, diverse Vergünstigungen und gute Entwicklungsmöglichkeiten sind bei uns selbstverständlich. Bitte senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen!

Passaggio Rail AG
Rosetta Haas
Limmatstrasse 23 8005 Zürich
Tel +41 (0) 1 444 53 46 Fax +41 (0) 1 272 01 41
rosetta.haas@passaggio.ch www.passaggio-rail.ch

HOTEL
MONTE ROSA
ZERMATT

Mit dem jungen Charme der ersten Stunde. Als erstes Hotel von Zermatt, das auch den Erstbesteiger des Matterhorns beherbergte, sind wir einer reichen Tradition verpflichtet. Um die hohen Ansprüche unserer Gäste auf zeitgemässe Weise zu erfüllen, verlassen wir uns auf motivierte Mitarbeiter. Sind sie dabei?

Für das traditionsreichste Hotel Zermatts und Mitglied der «The Leading Small Hotels of the World» suchen wir auf die kommende Sommersaison 2003 oder nach Vereinbarung, in Jahresstelle, eine/n

Chef de réception

- Das Aufgabengebiet ist vielseitig und umfasst folgende Tätigkeiten:
- alle an der Réception vorkommenden Arbeiten und deren Überwachung
 - Persönliche Betreuung unserer internationalen Stammgäste
 - Organisation sämtlicher Aufgaben der Réception
 - Führung eines kleinen Réceptionsteam
 - Zimmerverkauf
 - Debitorenführung
 - Kassawesen

Dazu setzen wir gute mündliche und schriftliche Sprachkenntnisse in D/E/F und fundierte EDV-Kenntnisse (evtl. Hogatex) voraus.

Wir bieten Ihnen einen abwechslungsreichen und sicheren Arbeitsplatz mit internationalem Publikum, Verantwortung und selbständigen Arbeiten mit entsprechendem Gehalt, moderne Mitarbeiterunterkünfte, ideale Arbeitsbedingungen und Freizeitbeschäftigungen in weltberühmten autofreien Ferienort Zermatt.

Ist es auch Ihr Ziel, in einem kleinen und jungen Team einer anspruchsvollen Kundenschaft Gastgeber zu sein und unseren geschätzten Gästen ein echtes Erlebnis zu verschaffen?

Ihren vollständigen Bewerbungsunterlagen senden wir mit Interesse entgegen.

Seiler Hotel Monte Rosa

Martin Sonderegger, Direktor, 3920 Zermatt

Mitarbeiterbüro: Tel.: 027/966 87 56 Fax: 027/966 87 57

E-Mail: direktion.monterosa@zermatt.ch

Homepage: www.zermatt.ch/monterosa



Interlaken / Berner Oberland
Berghotel Schynige Platte sucht
für Sommersaison 03 ab 29. Mai 03

Jungkoch & Hilfskoch

CH/A/D/P

Info unter Telefon 081 684 24 54

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Fam. Trummer, Postfach 3, 7460 Savognin

hotel@schynigeplatte.ch

www.schynigeplatte.ch

154040/32719

Hotel Olvido
General Guisanstrasse 2
3700 Spiez



Das VCH-Hotel Olvido ist ein neu renoviertes 20-Zimmer-Hotel mit viel Charme, oberhalb der Spiezerbucht inmitten einer Gartenanlage mit herrlichem Blick auf Schloss, See und Berge.

Das Olvido-Team setzt sich dieses Jahr neu zusammen. Wir suchen per 1. März 2003 oder auf Vereinbarung eine / ein

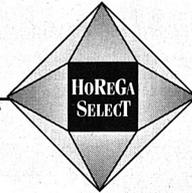
Köchin / Koch, 80 – 100 %

Ihr Aufgabenbereich ist das Führen der Küche inkl. Office und Abwasch, Wareneinkauf und Bankettgestaltung.

Sie besitzen eine abgeschlossene Berufslehre als Koch sowie Berufspraxis und bringen die Bereitschaft mit, den christlich-diakonischen Auftrag des Hotels mitzutragen. Freude am Umgang mit Gästen, Initiative, Kreativität, Flexibilität und Teamgeist gehören zu Ihren Stärken.

Sie finden bei uns ein motivierendes Arbeitsumfeld, fortschrittliche Arbeitsbedingungen (5 Wochen Ferien) und gute Sozialleistungen.

Frau Karin Weber, Leiterin Hotel Olvido, General Guisanstrasse 2, 3700 Spiez, Tel. 033 654 15 45 freut sich auf Ihre Bewerbung und erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte. Besuchen Sie uns im Internet www.olvido.ch.



Aufbruchstimmung?

Hoteldirektor

Im Auftrag suchen wir für ein bekanntes ****Stadthotel eine Persönlichkeit als Direktor. Unser Auftraggeber spricht Bewerber/innen an, die sich über einen erfolgreichen Leistungsausweis in der Führung von Stadthotels ausweisen können und Ihren bisherigen Werdegang bzw. ihre Stärken in den Bereichen Beherbergung/Verkauf & Marketing haben. Die Position verlangt eine front- und kundenorientierte Persönlichkeit mit dem Flair, neue Kundenbeziehungen aufzubauen und bestehende Kontakte zu pflegen. Die Restauration ist klein, aber auf einem hohen Niveau. Für Auskünfte und als Ansprechpartnerin steht Ihnen Frau Y. Hirsbrunner zur Verfügung.

Leiter Gastronomie/ F&B Manager

- > Für eines der schönsten Hotels in der Region Zürich suchen wir in dieser Position den Leiter der gesamten Abteilung F&B (Verantwortlich für über 7 Mio. F&B Umsatz). Unser Auftraggeber bietet eine ganz hervorragende Position, verlangt jedoch vom zukünftigen Stelleninhaber folg. Qualifikationen: Lehre und Weiterbildung in der Hotellerie, Berufs- und Führungserfahrung in renommierten Häusern, vor allem in den Bereichen Bankett/gepflegte Restauration, eine hohe Identifikation mit dem Produkt und den Zielen des Hauses, vor allem sind Sie als «Gastgeber» eine Frontpersönlichkeit.
- > Region Nordwestschweiz. Für ein grosses ****Hotel mit bedeutender Bankett/Cateringabteilung suchen wir einen dynamischen jüngeren F&B Manager, der sich bereits in gleicher oder ähnlicher Position in renommierten Hotels, vorzugsweise Stadthotellerie, über entsprechende Berufs- und Führungserfahrung ausweisen kann.

Chef/in de Service/Stv. Direktion

Eine ganz besondere Stelle in einem der besten Punkte-Restaurants in der Region Zürich. Wir suchen einen jüngeren Servicefachmann/Frau, wenn möglich mit Abschluss Hotelfachschule, der neben der Direktion in diesem Tophaus die Gästebetreuung/Chef de Service-Funktion übernimmt, zusätzlich auch bereit ist, als Betriebsassistent und Stv. Der Direktion noch mehr Verantwortung zu übernehmen. Lehrlingsausbildung gehört ebenfalls zu Ihrem Bereich. – Wir sehen diese Stelle auch als Karriere-schritt für einen ausgewiesenen Chef de Rang.

Leiterin Empfang

Für ein Kurhotel in einer ländlichen Gegend Richtung Winterthur/Thurgau. Die Position ist eine der wichtigsten Kaderstellen in diesem schönen Haus und verlangt eine Bewerberin, welche einen Leistungsausweis als Chef de Réception hat, evtl. Abschluss Hotelfachschule, sowie das Feeling mit Kurgästen, und als Bindeglied zur medizinischen Abteilung Ihre Abteilung zu leiten. Modernste Infrastruktur im ganzen Haus mittels Vernetzung, Fideliokenntnisse erforderlich. Die Position ist der Verantwortung entsprechend honoriert.

Chef/in de Réception

Leiterin Reservationen

für eines der schönsten Hotels im Grossraum Zürich. Das Haus setzt Akzente sowohl durch seine bekannte Seminar/Bankettabteilung als auch im Bereich als fortschrittliches Wellness-Hotel. Wir erwarten für diese beiden Positionen Erfahrung in renommierten Häusern im Bereich Réception/Reservationen sowie die Befähigung, eine grössere Brigade kompetent zu führen. Fideliokenntnisse sowie sehr gute Sprachkenntnisse D/E/F Bedingung.

Geschäftsführer/in

für ein schmuckes, neueröffnetes Trend-Lokal in Basel, frontorientierte Gastgeberpersönlichkeit mit fundierter Berufs- und Führungserfahrung sowie Hotelfachschule. Sie haben vorzugsweise die Kochlehre abgeschlossen und verfügen des weiteren über gute kaufmännische und Administrationskenntnisse, Eintritt nach Vereinbarung.

Sous-chef

für ein grosses Kurhotel in ländlicher Gegend / Zürich-Thurgau. Wir suchen den Stv. des Küchenchefs, interessiert an einer neuzeitlichen Ernährung. Moderne Infrastruktur und gute Arbeitszeiten.

...und viele weitere Angebote für alle Bereiche und jede Position finden Sie auf unserer Homepage: www.horega.ch.

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91/Fax 061 281 75 45
E-Mail: info@horega.ch / www.horega.ch

153956/208191

**Vom Saisonjob
bis zur Lebensstelle.**



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



Gault Millau
HOTEL DES JAHRES 2001

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Saison- oder Jahresstelle, ausgewiesene, motivierte und sprachgewandte (d/e/f) Fachleute mit 5-Sterne-Erfahrung:

RÉCEPTION
Réceptionist m/w

HAUSWIRTSCHAFT
HOFA – Lingerieverantwortliche
Lingeriemitarbeiterin
Zimmermädchen
Portier

SERVICE
Stv. Chef de Service m/w
Chef de Rang m/w
Commis de Rang m/w

KÜCHE
Sous-Chef m/w
Chef de Partie m/w
Commis de Partie m/w
Commis Pâtissier m/w
Officemitarbeiter m/w

Facts
43 Zimmer/Suiten
3 Restaurants
Bar, Vinothek
Festsaal Aquarius Hall
Sparkling Wellness

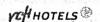
SPARKLING WELLNESS
Masseur m/w

Apare
Park Hotel Weggis

Annie Hofmann
Hertensteinstrasse 34
6353 Weggis
Telefon 041 392 05 05
www.p.h.w.ch



Hotel *** *Le Moritz*
Randolins
7500 St. Moritz



Evangelisches Zentrum für Ferien und Bildung

Wir suchen auf die Sommersaison (1.6.2003) oder nach Vereinbarung eine(n) engagierte(n), kompetente(n) und freundliche(n)

Chef(in) de Réception

- Unser 3-Sterne-Betrieb mit fünf Gästehäusern ist ein dem VCH (Verband christlicher Hotels) angeschlossenes Hotel für Einzelgäste, Familien, Kurse und Gruppen. Wenn
- Sie eine kaufmännische oder eine vergleichbare Ausbildung haben,
 - Sie über ein gutes organisatorisches Geschick verfügen,
 - Sie Mitarbeiter(innen) kompetent und freundlich führen können,
 - Ihnen der tägliche Umgang mit Gästen und Angestellten Freude macht,
 - Sie deutsche Muttersprache sind (Schweizerdeutsch Sprechende erhalten Vorrang),
 - es Ihnen Freude macht, in einem evangelisch geführten Haus an vorderster Front mitzuarbeiten,
- dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Hotel Randolins, Via Curtins 2, Postfach, 7500 St. Moritz
Auskunft erteilt gerne: Beat-Stefan Suter, Piarer/Direktor
Telefon 081 830 83 83 / Internet: www.randolins.ch

154005/33887

HOTEL EUROPA ST. MORITZ

**Suchen Sie eine neue Herausforderung??
Wollten Sie sich nicht schon lange verändern???**

Wir sind ein renommiertes ****-Hotel mit 200 Betten und überraschend vielen innovativen Möglichkeiten. Ab sofort suchen wir nach Vereinbarung in Jahresstellung eine/n

RÉCEPTIONIST/IN MIT ERFAHRUNG

- Erwartet wird:
- einschlägige Berufserfahrung
 - Sprachkenntnisse D/I/E/F
 - Fidelio-Kenntnisse
 - sowie Word und Excel

- Dafür bieten wir:
- schöne Personalszimmer (EZ & DZ) mit Du/WC, TV, Telefon
 - zeitgemässe Entlohnung
 - Einkaufsvergünstigungen in 55 Geschäften
 - eine abwechslungsreiche Tätigkeit mit Aufstiegschancen in einem kollegialen Team

Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

HOTEL EUROPA ST. MORITZ

Direktion A. - E. Bützberger

7512 Champfèr

Tel. 0041 081 839 55 55

Fax 0041 081 839 55 56

www.hotel-europa.ch - info@hotel-europa.ch



153941/7293



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Willkommen

Sie sind ein Koch aus Leidenschaft!
Sie arbeiten gerne im Team (3-4 Personen)?
Sie bereiten gerne Vorspeiseteller und grosse Buffets für spezielle Anlässe zu?
Sie suchen ein innovatives Spitzenhotel, welches das Traditionelle mit dem Modernen verbindet?

Dann wartet auf Sie in der faszinierenden Erlebniswelt des VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa eine neue Herausforderung als

Chef de partie (nach Vereinbarung)

Anja Landert, Leiterin Human Resources,
freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 26 77 • FAX 033 828 28 80
interlaken@victoria-jungfrau.ch • <http://www.victoria-jungfrau.ch>
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

154018/16632

DIREKT AM SEE GELEGEN

MACHEN SIE UNSER NEUES RESTAURANT ZUR ERSTEN ADRESSE

AB APRIL WEHT EIN KRÄFTIGER WIND IN UNSEREM NEUEN, AUSSERGEWÖHNLICHEN RESTAURANT. DIE FRISCHE BRISSE SCHMECKT NACH GISCHT UND SALZ, NACH SONNE, WÄRME UND DEN KRÄUTERN DES SÜDENS.

DAS SINNLICH AUTHENTISCHE AMBIENTE WIRD SIE BEGEISTERN, EBENSO WIE DIE EXTRAVAGANTE HARMONISCHE LEICHTIGKEIT DER SÜDLICHEN KREATIONEN UNSERES CHEFS HANNES MALFERTHEINER.

DESHALB SUCHEN WIR AUSSERGEWÖHNLICHE PERSÖNLICHKEITEN, WELCHE DIESES NEUE RESTAURANT ZUR ERSTEN ADRESSE MACHEN.

SOUS-CHEF (m/w)

CHEF DE PARTIE (m/w)

CHEF DE RANG (m/w)

WENN SIE AN EINER POSITION AB MITTE MÄRZ IN UNSEREM NEUEN, TRENDFRECHEN RESTAURANT INTERESSIERT SIND, SENDEN SIE BITTE IHRE BEWERBUNG MIT FOTO AN FRAU ESTHER UNRUH. WIR FREUEN UNS, SIE KENNZULERNEN.

PALACE LUZERN

★★★★★

6002 LUZERN • HALDENSTRASSE 10 • PERSONALBÜRO TEL. + 41 41 416 10 04
e.unruh@palace-luzern.ch • www.palace-luzern.ch
AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEM BESITZ: VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA • INTERLAKEN

Click to 35 five-star hotels
and resorts in Switzerland

WOLFSBERG



Wir suchen nach Übereinkunft

Mitarbeiterin Réception und Administration

Ihr Aufgabengebiet umfasst: Check-in, Check-out, Telefondienst, Seminarvorbereitungen, Kursadministration sowie Gästeempfang und Betreuung.

Notwendige Voraussetzungen: Kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung, Erfahrung im Hotelbereich erwünscht, ausgewiesene Englischkenntnisse, Freude an Kundenkontakt, Bereitschaft zu unregelmässigen Arbeitszeiten und Interesse, in einem kleinen Team zu arbeiten.

Wenn Sie die Herausforderung einer vielseitigen und interessanten Tätigkeit reizt und Sie gerne in einem international ausgerichteten Betrieb an der Front arbeiten möchten, würden wir Sie gerne kennen lernen.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an Martin Fülleman, Leiter Administration und Finanzen, der Ihnen gerne auch telefonisch weitere Auskünfte erteilt (Tel. 071/663 56 21).

Wolfsberg Executive Development Centre
8272 Ermatingen
Eine Konzerngesellschaft der UBS AG
www.wolfsberg.com

153959/365661



Restaurant Pony Sigigen/Ruswil

Wir suchen auf 1. März 2003 oder nach Vereinbarung

Service-Mitarbeiter/in (deutsche Muttersprache)

der/die gerne in einem gepflegten Speiseservice (15 Gault Millau-Punkte) selbstständig arbeitet. Wir sind ein junges Team in kleinem Landrestaurant im Kt. Luzern und würden uns über Ihre Mitarbeit freuen.

Nähere Auskunft gibt Ihnen gerne Herr oder Frau Felber.

Restaurant Pony, 6019 Sigigen
Tel. 041 495 33 30, Fax 041 495 13 37
ponysigigen@starnet.ch

153969/904093

Auf den 15. April bis 15. Oktober 2003
suchen wir in unseren heimeligen
Landgasthof

Koch/Köchin

Entremetier, Ablösung Saucier

Ab Juni bis September haben wir für
Student/innen für Service Stellung
mit guten Verdienstmöglichkeiten frei.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto
freut sich: Anita Etienne-Gyger

LANDGASTHOF KAISERSTUHL
SEERESTAURANT • HOTEL • TERRASSE
CH-6078 KAISERSTUHL OW
FON 041 678 11 89 • FAX 041 678 17 16

153966/16845



Life & business in Luzern – Hotel Continental-Park
Ein Haus mit Stil, geprägt von persönlichem
Engagement und menschlicher Wärme.
60 MitarbeiterInnen, 92 Zimmer, 12 Tagungs- und
Banketträume, Ristoranti Locanda Ticinese/Bellini.

Unsere Gäste sind hauptsächlich Individual- und Firmen-
gäste aus dem In- und Ausland. Wir suchen zur Ergän-
zung unseres Réceptions Team initiative/n, interessierte/n
u. sprachenkundige/n

Réceptions-Mitarbeiter/In

mit Freude am Umgang mit Menschen, teamfähig, Zah-
len und EDV kompetent, PMS Winnlodge,
Hotelhandelschule, Hotel-KV oder Praxis an der Hotel-
réception erforderlich. Eintritt nach Absprache.

Rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre Unterlagen an
Gabriele Pedrazzetti (Hr.) oder Patrik Bucher.
Wir freuen uns auf Sie.

Hotel Continental-Park, Murbacherstr.4, 6002 Luzern
Tel. 041 228 90 50 www.continental.ch

154030/23167

kunsthausestaurant

ESSEN • BAR • WEINE

Für diesen pulsierenden Betrieb im Zentrum des Zürcher
Kulturlebens suchen wir Sie!

- Koch (w/m)
- Chef de Service (w/m)
- Betriebsassistent (w/m)

Rufen Sie mich an und senden Sie mir Ihre Unterlagen.
Ich freue mich Sie kennen zu lernen.

Othmar Gruber, Kunsthausrestaurant
Heimplatz 1, 8001 Zürich, 01 251 53 53
othmar.gruber@remimag.ch, www.kunsthausestaurant.ch



Gesucht nach Vereinbarung in ***Business-Familienbetrieb:

Service-Mitarbeiter/in

Sie bringen mit:

- Abgeschlossene Servicelehre oder mind. 1 Jahr Erfahrung im Speiseservice
- Gute mündliche Kenntnisse in Englisch oder Französisch
- Freude am Umgang mit Menschen
- Teamgeist

Wir bieten Ihnen:

- Interessante Tätigkeit in unserem à-la-carte-Restaurant, sowie auch bei Banketten
- evtl. Zimmer im Haus
- Gutes Arbeitsklima in aufgestelltem Team

Es freuen sich auf Ihre schriftliche Bewerbung Kaija und Peter Spengler und das Bärenteam

Bernstrasse-West 56 • 5034 Suhr
Telefon 062 855 25 • Fax 062 855 25 91
E-mail: mailbox@baeren-suhr.ch • www.baeren-suhr.ch

15044/0204

EXPRESS-Stellenvermittlung

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

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 Bewerbungstalon, 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
6422	Kü/chef/Sous-chef	40	DE	L-EG	März	D/E	ZH
6423	Koch/Sous-chef	34	CH	sofort	D		Zürich
6425	Koch	34	DE	L-EG	März	D/E	zus. mit 6426
6427	Küchenchef	33	CH	Feb.	D/E/F		BE/FR
6432	Pizzaiolo/Koch	38	IT	L-EG	sofort	D/I	TI/Deutsch-CH
6433	Chef de partie	32	CH	März	D/F		
6448	Entremetier	27	CH	n. Ver.	D		Luzern+Umgeb.
6453	Koch	40	DE	L-EG	sofort	D	Luzern/BE-Oberl./z. m. 6452
6455	Hilfskoch	53	PT	L-EG	sofort	E/F/I	zus. mit 6456
6459	Koch/Hilfskoch	24	CH	sofort	D		Deutsch-CH
6460	Koch/Aileinkoch	52	CH	sofort	D/F/I		Bern/Thun/BE-Oberl.
6462	Sous-chef	37	FR	B-EG	sofort	D/E/F/I	
6476	Koch/Konditor/Bäcker	59	CH	sofort	D/E		LU/OW/BE/SZ

6445	Service/w	51	CH	sofort	D/E		Zentral-CH
6446	Kellner	25	YU	B	März	D/E	Interlaken/Thunersee
6449	Kellner	43	AT	C	sofort	D	Luzern+Umgeb.
6451	Service/w	34	RO	B	Feb.	D/E/I	Bern+Umgeb.
6452	Service/w	39	CH	Feb.	D/E/F		LU/BE-Oberl./z. mit 6453
6457	Service/w	23	CH	März	D/E		SG/AR/AI
6467	Barman/Service	35	CH	sofort	D/E/I		ZH
6470	Barman	42	DE	L-EG	sofort	D	Deutsch-CH/Stadt
6472	Anfangsservice/w	21	IN	B	sofort	D/E	Bern
6473	Barmaid	49	CH	sofort	D/E		Zürich
6475	Barman/Service	53	DE	L-EG	sofort	D/E	BE-Oberland

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
6434	Gouvernante/Dirassist.	52	CH	Feb.	D/E/F		CE/Lausanne
6435	Allrounder	38	PT	L-EG	sofort	F/I	Bern/West-CH
6437	Stw./Gouvernante	22	CH	April	D/E/I		Luzern/Innet-CH
6443	Hilfskraft	27	PT	L-EG	sofort	E	
6450	Hilfskraft/w	55	AT	C	n. Ver.	D/E/F/I	BE/ZH/VD
6456	Zimmerfrau	48	PT	L-EG	sofort	E/F/I	zus. mit 6455
6461	Night Audit/Nachtsconc.	63	CH	sofort	D/E/F		
6463	Allround./Aide du p./w	50	CH	n. Ver.	D/E/F/I		Bergregion
6465	Allrounder/Hilfskraft	35	CD	B	sofort	D/E/F	BE
6468	Küchenchef	45	FR	C	März	D/E/F/I	LU/AG/ZH/SG
6469	Portier-Chasseur	38	FR	L-EG	März	F/I	VS/GR/TI
6471	Hofa/Gouvernante	29	CH	n. Ver.	D/E/F/I		TC/SG/ZH
6474	Allrounder	52	CH	sofort	D/I		Zürich
6478	Portier/Chauffeur	54	PT	L-EG	Feb.	D/F	West-CH
6479	Ayurveda Mass./Hilfskr.	26	LK	B	sofort	E	Bern/Basel/ZH

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
6409	F&B Manager	33	IT	C	sofort	D/E/F/I	ZH/SZ
6413	Receptionistin	29	CH	sofort	D/E/F		4*-5*-Hotel
6428	Chef de réception/w	49	CH	n. Ver.	D/E/F/I		Zürich
6429	Betriebsleiterin	53	CH	sofort	D/E/F/I		Bern+Umgeb.
6430	Backoffice/w	47	CH	Feb.	D/F/I		St. Gallen/TG
6440	Anfangsreceptionist	33	CH	sofort	D/E/F		
6441	Receptionist	32	CH	sofort	D/E/F/I		Deutsch-CH
6442	Receptionistin	30	FR	B-EG	sofort	D/E/F/I	Zürich
6444	Direktass./Vizedirektor	30	CH	März	D/E/F/I		4*-5*-Hotel
6447	Receptionistin	29	DE	C	April	D/E/F	Interlaken/Thunersee
6454	Direktionsassistentin	39	DE	C	März	D/E/I	Davos/Engadin
6458	(Stv.) Gesch.führer	44	MK	C	sofort	D/E/I	ZH/ZG/LU
6464	Back-Office/Anl.réc./w	24	CH	Feb.	D/E/F		BE-Oberland/Mittelland/LU
6477	Reception/Back Office	30	CH	sofort	D/E/F/I		GR

Service / Service

1	2	3	4	5	6	7	8
6407	Barfrau	50	CH	Feb.	D/E/F		Bern+Umgeb.
6410	Servicepraktikant/w	19	CH/USA	Feb.	D/E/F		Zürich
6411	Kellner/Allrounder	30	ES	L-EG	sofort	D/E/I	SG/GR
6412	Service Mitarbeiterin	32	CN	B	Feb.	D/E	
6414	Chef de service	50	IN	B	sofort	D/E/F/I	ZH
6417	Chef de service	44	CH	sofort	D/E/F/I		TI
6418	Service/Bar/Buflet/w	32	DE	L-EG	sofort	D/I	TI/GR/St. Moritz
6419	Service/w	36	CH	März	D		ZH/Inker Zürsee
6421	Chef de service	40	DE	L-EG	März	D/E	LU/BE/SZ
6426	Service/Reception/w	27	DE	L-EG	März	D/E	zus. mit 6425
6431	Service/w	29	CH	März	D/E/F		TI/ZH

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 Betrieben / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

153440/84735

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____ Eintritsdatum / 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): _____

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

ZÜRICH



Die Kette Marriott International bietet viele Karrieremöglichkeiten innerhalb des Konzerns mit 2 000 Hotels weltweit. Dazu gehören mehr als zehn verschiedene Hotelmarken, wobei in Europa die Marken Marriott, Renaissance, Courtyard by Marriott und Ramada Hotels vertreten sind.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

Sales & Marketing Assistant

Einstiegsposition für Hotelfachschulabsolventen/innen. Erfahrung im administrativen Bereich. Muttersprache Deutsch und gute Englischkenntnisse sind erforderlich.

Restaurant Supervisor

Service-Leitung, Einsatzplanung und Service-Ablaufplanung. Mehrjährige Service-Erfahrung, Deutsch- und Englischkenntnisse erforderlich.

Commis de Rang

Service-Mitarbeiter mit abgeschlossener Berufsausbildung. Deutsch-Englisch-Kenntnisse sind notwendig.

Night Auditor

Fidelio-Kenntnisse, gute Deutsch- und Englischkenntnisse sowie berufliche Erfahrung in ähnlichen Positionen sind erforderlich.

Steward

Reinigungsarbeiten in Bereichen Office/Küche, Deutschkenntnisse von Vorteil.

Frau Susanne Eichenberger, Director of Human Resources, und ihr Team freuen sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen und beantworten Ihre ersten Fragen auch gerne telefonisch.

Zürich Marriott Hotel
Personalabteilung
Neumühlequai 42 • 8001 Zürich
Telefon 01 360 74 20
Fax 01 360 73 03
E-mail: mh.s.zrhd.t.dhr@marriotthotels.com

Für eine der spannendsten und intensivsten Aufgaben am Puls der neuen Gastronomie suchen wir Sie, als

ProjektAssistentin

zur Verstärkung unseres Teams auf Anfang März/April 2003.

Wir bieten unseren Kunden gastronomische Dienstleistungen in Form von Idee, Konzept, Projektentwicklung und -Realisation, PreOpening, Coaching, Consulting sowie auch Catering im grossen Stil an (Details unter www.jlz.ch).

In unserem äusserst interessanten Mikroklima fehlen noch Sie als junge (25-35j.), begeisterte und verantwortungsbewusste Teamplayerin.

Die Gastronomie in allen Facetten ist Ihre Leidenschaft. Sie verfügen über eine solide gastronomische Ausbildung und Sinn für administrative Arbeiten. Sie haben hervorragende Computerkenntnisse und beherrschen Word, Excel und Powerpoint perfekt.

Mit Ihrem ausgeprägtem Flair für Ordnung und einem speditiven Arbeitsstil haben Sie die internen Fäden fest in der Hand.

Eine zurückhaltende und zuvorkommende Dienstleistung und jederzeit professionelles Auftreten gegenüber unseren Kunden ist für Sie eine Selbstverständlichkeit.

Der schnelle Wechsel zwischen den einzelnen, parallel laufenden Projekten fasziniert Sie. Wenn Sie zudem noch flexibel, belastbar und ein Organisations-talent sind, dann sind Sie bei uns richtig.

Sind Sie bereit diese Herausforderung anzunehmen?

Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugnissen, Referenzen und einem aktuellen Foto.

Jörg Landert, gastronomie.konzepte.consulting, ranggerstrasse 60, ch-8038 zürich
telefon: +41 1 480 29 29, fax: +41 1 480 29 49, e-mail: jll@jlz.ch webseite: www.jlz.ch



www.grimsehotels.ch



GRIMSEL HOTELS

■ Kontraste sind spannend! Mitten in der Bergwelt der Grimsel befinden sich unsere gastfreundlichen Grimselhotels. Von Mai bis Oktober heissen wir unsere Gäste willkommen für Ausflüge, Ferien und Seminare. Wir bieten eine kreative Gourmet-Küche, einen exquisiten Weinkeller, komfortable Zimmer und eine Fitness- und Kneippsee. Viel Wert legen wir auf die Durchführung von Banketten, Hochzeiten und Events.

Wir suchen für die Sommersaison 2003 folgende Team-Mitglieder

Küche

- Chef de Partie (m/w)
- Commis de Cuisine (m/w)

Service

- Junior Chef de Service (m/w)
- Chef de rang (m/w)
- Servicefachmitarbeiter (m/w)
- Servicepraktikanten (m/w)
- Leiter Selbstbedienungsrestaurant (m/w)

Buffet - Office

- Buffetmitarbeiter/in
- Officemitarbeiter/in

Interessiert?

- Sabine Humer, Grimselhotels (Tel. ++ 41 (0) 33 982 26 11) freut sich, Sie weiter über Ihren neuen Wirkungskreis zu informieren.
- Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto richten Sie bitte an KWO, Grimselhotels, Postfach 63, 3862 Innertkirchen.

Betriebe der KWO, Kraftwerke Oberhalb AG, CH-3862 Innertkirchen

Ein gutes Haus braucht gute Leute.

Globus ist die erste Adresse für die schönen Seiten des Alltags. Um die Wünsche unserer Kundinnen und Kunden ebenso kompetent wie freundlich erfüllen zu können, suchen wir eine/n

Stellvertretende/n Verkaufsleiter/in Obst und Gemüse

Als Stellvertreter/in unterstützen Sie den Verkaufsleiter in der Führung der Obst- und Gemüseabteilung. Zudem sind Sie für die Warenbeschaffung, -präsentation und -pflege verantwortlich und unterstützen das Verkaufsteam in der Beratung unserer Kunden.

Sie haben eine Ausbildung als Verkaufsberater/in im Bereich Lebensmittel oder als Koch/Köchin sowie einige Jahre Praxis in Ihrem Beruf. Ihre Leistungsbereitschaft und Teamfähigkeit sowie Ihre Zuverlässigkeit können Sie täglich unter Beweis stellen. Sie schätzen eine gepflegte Ambiance, die hervorragende Qualität und den besonderen Kundenservice unserer Globus **★★★delicatessa**.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung zuhänden Frau K. Seiler. Für Fragen steht Ihnen die Personalabteilung gerne zur Verfügung.

GLOBUS ZÜRICH
Personalabteilung
Frau K. Seiler
Schweizergasse 12
8001 Zürich
Tel.: 01/226 62 61
E-Mail: katrin.seiler@globus.ch

GLOBUS



Für unser lebhaftes Restaurant mit integrierter Bierbrauerei an schönster Lage in der Altstadt von Bern suchen wir ab März 2003 oder nach Vereinbarung

Koch mit abgeschlossener Berufslehre

Wir wünschen uns eine Person mit speditiver Arbeitsweise, die den Überblick auch in hektischen Situationen nicht verliert.

Bei uns erwartet Sie ein gut eingespieltes Team, mit dessen Engagement das Alte Tramdepot ein origineller und nicht mehr wegzudenkender Teil der Berner Gastronomieszene geworden ist.

Unser Geschäftsführer, Herr Marco Maeder, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Am Bärengraben
Gr. Muristalden 6, 3006 Bern
T 031 368 14 15 F 031 368 14 16
www.altestramdepot.ch

153991/40849

Stell/dich/ein in Lenzerheide-Valbella

Hier in Lenzerheide-Valbella führen wir mit einem kleinen, tüchtigen Mitarbeiterteam ein grosses, familienfreundliches Ferienzentrums. Bei uns finden jedes Jahr einige tausend Winter- und Sommergäste Entspannung und Erholung bei Sport, Plausch und viel Kurzwil.

Auf Anfang Mai (oder nach Vereinbarung) wird bei uns eine interessante Jahresstelle frei. Wir suchen eine

Réceptionist/in/Sekretärin

Ich gehe davon aus, dass Sie in allen allgemeinen Büroarbeiten sattelfest sind. Was aber ebenso zählt, ist Ihre Freude (und Ihr Talent) im täglichen Kontakt zu unseren Gästen. Wenn Sie mir jetzt telefonieren, erfahren Sie alles übrige, was für Sie vor einem Stell/dich/ein in Lenzerheide auch noch von Interesse ist.

Conradin Malär
Ferienzentrum Soleval
Lenzerheide-Valbella
Tel. 081 385 17 00

153612/58432



ERMITAGE

RELAIS & CHÂTEAUX HOTEL AM ZÜRICHSEE

Dass wir zur Hotelkette «Relais & Châteaux» und zu den «Les Grandes Tables de Suisse» gehören, dass die exzellente, mediterrane Küche mit 17 Gault & Millau-Punkten und einem Michelin-Stern ausgezeichnet ist, verdanken wir dem steten und professionellen Einsatz all unserer Mitarbeiter.

Wir suchen zur tatkräftigen Unterstützung unseres hervorragenden Teams für die Sommersaison 2003 motivierte Berufsteile mit guten Sprachkenntnissen für folgende Positionen:

• Für unser Gourmetrestaurant «Le Pavillon»

- 2. Chef de service
- Chef de rang
- Commis

• Für unseren Empfang

- Shift Leader für die "Villa Ermitage"
- Réceptionist/in
- Réceptionspraktikant/in

• Für unsere Etage

- Etagegouvernante
- Hausbursche/Portier

• Für unser Restaurant «Barometer» an der Glockengasse in Zürich per sofort resp. März (MO-FR)

- Chef de partie oder Commis
- Servicemitarbeiter (80%)

• Für unseren Beach-Club (Sommersaison evtl. Festanstellung)

- Beach-Club Manager
- Chef de service
- Chef de rang
- Barman
- Junior Küchenchef
- Chef de partie
- Commis

Haben Sie Freude an der Gastronomie und steht bei Ihnen die Teamarbeit an erster Stelle, dann haben Sie bei uns die Möglichkeit, in stivoller Umgebung und einzigartiger Ambiance wertvolle Erfahrungen zu sammeln und ihre Fähigkeiten anzuwenden.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Personalabteilung
Hotel Ermitage am See
Seestrasse 80, CH-8700 Küsnacht-Zürich
Tel. 01 914 42 42, Fax 01 914 42 43
www.ermitage.ch, personal@ermitage.ch



153817/1700

HOTEL RESTAURANT



Schweiz - Berner Oberland - Thunersee

60 Betten/34 Zimmer - Panoramarestaurant
Bankettsaal - Konferenzräume - Bärenstube

Auf der schönsten Sonnenterrasse am Thunersee wollen wir unser bärenstarkes Team auf die Saison hin vervollständigen:

Stellvertr. Küchenchef ab Mitte März

Betriebsassistentin ab Mitte April

Réceptionist/in ab Mai

Servicemitarbeiterinnen

(ab sofort und ab Mitte April, mit deutscher Muttersprache)

Hilfskoch ab Juni



Interessiert, in unserem mittelgrossen Hause mit seinen vielen Bären und dem persönlichen "Touch" mitzuhelfen? Frau Elisabeth Schmid, dipl. Hotelière SHV, gibt gerne nähere Auskunft Tel. 033 252 20 40 baeren-sigriswil.ch HOTEL BÄREN 3655 SIGRISWIL BE

153961/31160

HOTEL EUROPA ST. MORITZ

Suchen Sie eine neue Herausforderung?? Wollten Sie sich nicht schon lange verändern???

Wir sind ein renommiertes ****-Hotel mit 200 Betten und überraschend vielen innovativen Möglichkeiten. Für die kommende Sommersaison suchen wir nach Vereinbarung eine

Generalgouvernante

in Jahresstellung. Diese abwechslungsreiche Tätigkeit beinhaltet folgende Schwerpunkte:

Etage/Office/allgemeine interne Hausaufgaben

Sie sind flexibel, belastbar, an selbstständiges Arbeiten gewöhnt, können ein Team von ca. 16 Mitarbeitern führen und haben bereits einschlägige Berufserfahrungen? Wenn Sie darüber hinaus über Deutsch als Muttersprache sowie gute Italienisch-Kenntnisse verfügen, würden wir uns über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen sehr freuen.

Neben einer angemessenen Entlohnung und verschiedenen Wohnmöglichkeiten bieten wir ein interessantes Aufgabengebiet mit eigenständigem Handlungsspielraum an der Spitze eines freundlichen Teams.

HOTEL EUROPA ST. MORITZ
Direktion A. - E. Bützberger
7512 Champfer
Tel. 0041 081 839 55 55
Fax 0041 081 839 55 56
www.hotel-europa.ch - info@hotel-europa.ch



153899/7293



Golf & Country Club Zürich

Kontraste sind spannend! Arbeiten Sie im Grün und geniessen Sie das Flair von Zürich!

Wir suchen Ihre kompetente Mithilfe, per April 2003 oder nach Vereinbarung, für unser gepflegtes Golfrestaurant mit Lounge/Bistro/Bar/Bankettsaal:

SERVICEFACHANGESTELLTE/N CHEF DE PARTIE

Verfügen Sie über beste Qualifikationen und Erfahrungen, dann senden Sie bitte Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto an:

Golf & Country Club Zürich, Frau Annette Leibl, Weid 9, CH-8126 Zumikon

153926/66990

HOTEL *** RESTAURANT LÜDERENALP

3457 WASEN IM EMMENTAL Familie Lilo und Beat Held-Kugler

Seminar- und Ferienhotel mit 50 Betten, Restaurant für 200 Personen, mit schönster Aussichtsterrasse zu den Berner Alpen.

- Chief de partie / Saucier m/w Gardemanger m/w Jungkoch Betriebsassistent/in Receptionistin Servicefachangestellte/r Zimmerfachfrau - Hofa Haus-Küchenbursche

Lieben Sie die abwechslungsreiche Arbeit in einem aufgestellten Team, dann freuen wir uns auf Ihren Anruf.

154022/37184



Das Märchenschloss über dem Brienzersee

Wir suchen ab Mitte April bis Ende Oktober 2003 folgende MitarbeiterInnen:

Seminar- und Bankettassistent (d/f/e) (bereits ab 1.3.03)

Empfangs-Chef (bereits ab 1.3.03) Réceptionspraktikant

2. Maître d'hôtel Chef de Service Chef de Bar

Chef de rang/Commis de rang Servicepraktikant Chef de Buffet/Buffet-Mitarbeiter

Chef und Demi-chef de partie Commis de cuisine

Koch für unsere Mitarbeiter (Tagesdienst) Küchenpraktikant

Bitte senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Photo.



Grandhotel Giessbach

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

70 Zimmer und Suiten - Parkrestaurant - Gourmet-Restaurant «Chez Florent» - Hotelbar - Seeterrassen - Banketräume bis 250 Personen - Seminar- und Tagungsräume

153945/578



züllli RESTAURANT ERLACH

Beim Lohr & Stefan Oberli im Städtchen 2, 2125 Erlach Tel. 032 338 11 72, Fax 032 338 11 23 Mobile 079 444 73 82

Wir suchen per 15. Mai 2003 oder nach Vereinbarung, junge, flexible

Servicefachkräfte

für unser lebhaftes Speiserestaurant im malerischen Städtchen Erlach am Bielersee.

Gerne erwarten wir Ihren Anruf. mail: oberli-lohse@bluewin.ch

153997/416528

eine saubere Sache

Wir sind eines der führenden europäischen Unternehmen der Reinigungs- und Facility Services-Branche. Unser Qualitätsmanagement nach ISO 9001/14001 erfüllt höchste Ansprüche.

GOVERNANTE 100%

Ihr Arbeitsort befindet sich in Basel, in einem der renommiertesten *****Hotels am Platz. In 238 Zimmern und 20 Suiten erbringen wir täglich unsere Leistungen.

- Wir erwarten: - Ausbildung als Hotelfachassistentin - Sie sind zuverlässig und exakt in Ihrer Arbeitsausführung - hohe Teamfähigkeit zeichnet Sie aus - Sie schätzen den Umgang mit anspruchsvollen Gästen - in hektischen Situationen behalten Sie den Überblick - Sie besitzen Kenntnisse im MS-Office, eventuell Fidelo

Wir bieten: - ein freundliches, motiviertes Umfeld - ein Unternehmen, in dem der Mensch im Mittelpunkt steht - mittel- und langfristige Perspektiven - zeitgemässe Entlohnung und grosszügige Sozialleistungen

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen! Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne unsere Frau M. Uebersax, Telefon 061 337 97 47

Vebevo Services Amberg Hospach AG Brünigerstrasse 2 4053 Basel

VEBEVO SERVICES Amberg Hospach AG Reinigungen 153927/99301

GASTHAUS ILGE VILTERS

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Speiserestaurant eine motivierte

Servicefachangestellte

Wir bieten eine zeitgemässe Entlohnung sowie super Arbeitszeiten (Früh- und Abendschicht jeden 2. Sonntag frei).

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben und Sie mehr über die Stelle erfahren möchten, dann rufen Sie uns an oder schicken uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Familie Gunthli, Gasthaus Ilge 7324 Vilters bei Sargans Tel. 081 723 11 82

153972/10076



GASTHOF FROBERG

Frohbergstrasse 65 CH - 8645 Jona/Rapperswil

Wir suchen zur Verstärkung unseres Küchen-Teams per sofort:

Chef de partie m/w Sous-chef m/w Jungkoch m/w Pâtissier m/w

Es erwartet Sie bei uns ein abwechslungsreicher und interessanter Arbeitsplatz mit leistungsgerechter Entlohnung sowie einem hervorragenden Arbeitsklima in einem jungen, aufgestellten Team.

Wir erwarten von Ihnen: - abgeschlossene Berufsausbildung mit Berufserfahrung - Freude am Beruf - Teamgeist

Ihre Bewerbungsunterlagen (mit Foto) senden Sie uns bitte z. Hd. Herrn Ewald Madl.

Frohbergstrasse 65, CH-8645 Jona-Rapperswil Telefon +41 (0)55 210 72 27 Telefax +41 (0)55 210 53 15 E-Mail: info@frohberg.ch www.frohberg.ch

153933/141585



Schweizer Confitserie und Konditorei Tradition seit 1836

Wir suchen für unser Café Restaurant im 1. Stock am Paradeplatz nach Vereinbarung eine

Service-Leiterin (100%)

Sie sind zusammen mit drei Kolleginnen für folgende Aufgaben verantwortlich:

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

Wir erwarten mehrjährige Erfahrung im Gastgewerbe nach Lehrabschluss, Teamfähigkeit, gute Umgangsformen, sicheres Auftreten und eine gepflegte Erscheinung.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Confitserie Sprüngli AG • Bahnhofstrasse 21 • 8022 Zürich Telefon: 01 224 46 46 • e-Mail: barbara.widmer@spruengli.ch

www.confiserie-spruengli.ch



Chinese Cook

starting March 03

Top salary, room and board on request, if possible permit C.

Interested?

Please contact HOTEL KRONE Markus Degen, Vizedirektor Brünigerstrasse 30 6061 Sarnen Tel. 041-666 09 09 Fax 041-666 09 10 hotelkrone@bluewin.ch

153759/64084

HERMITAGE DAS HAUS AM SEE MIT ETWAS MEHR

Das einzigartige *****-Seehotel Hermitage mit einem vielseitigen Restaurations- und Seminar- und Bankettbetrieb sowie einem unvergleichlichen Zimmerangebot sucht per April 2003 eine/n

Réceptions-Mitarbeiter/in

Bringen Sie bereits Erfahrung in Ihrem Beruf mit und sind bereit, Verantwortung zu übernehmen, so erwartet Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit an schönster Lage, ein moderner Arbeitsplatz und ein bestmögliches Team.

Wir würden uns freuen, Sie kennenzulernen und Ihnen unser einmalig schönes Hotel zu zeigen.

Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Sandra Peyer. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

Seehotel Hermitage Seeburgstrasse 72, CH-6006 Luzern Telefon 041 375 81 81, Telefax 041 375 81 82 www.hermitage-luzern.ch

153934/22985

hotel montana zürich

Für unser modernes und charmevolles 3***-Hotel Montana mit dem Bistrot Bar Le Lyonnais, nur 3 Minuten vom Hauptbahnhof entfernt, suchen wir ab März/April oder nach Vereinbarung

Réceptionist/in

Fidelio/D, E, F

Chef de partie

mit Flair für die französische Küche

HOFA

als stv. Gouvernante

Wir suchen aufgestellte Berufsleute, welche Freude haben, zusammen mit einem motivierten Team Aussergewöhnliches zu leisten.

Schriftliche Bewerbungen an: Hotel Montana, Karsten Hormann Konradstrasse 39, 8005 Zürich, Tel. 043 366 60 00 www.hotelmontana.ch / hormann@hotelmontana.ch



153916/40762

STEIGENBERGER BELLERIVE AU LAC ZÜRICH

Wir sind das kleine, chique Stadthotel mit Charme und dem gewissen Etwas - überschaubar, familiär und stilvoll. Hier kennt jeder jeden, grüsst jede jeden. Ob Gäste oder Mitarbeiter - bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt.

Wir haben Vakanzen zu besetzen und suchen deshalb

- CHEF DE SERVICE JUNIOR

- SERVICE MITARBEITER

- CHEF DE PARTIE

per 1. März 2003 oder nach Vereinbarung

Wenn Sie bereit sind, mit uns im selben Boot gemeinsam in dieselbe Richtung zu rudern und Sie das tägliche Wohlergehen unserer treuen und anspruchsvollen Gäste als oberstes Gebot im Herzen tragen, sind Sie bei uns goldrichtig und herzlich willkommen. Frau Nathalie Egli-Grisoni, die Directrice unseres Hauses, freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Steigenberger Bellerive au Lac, Utoquai 47, 8008 Zürich Tel. 01-254 4000 E-mail: negli-grisoni@steigenberger.ch

STEIGENBERGER HOTELS & RESORTS

mit Schweizer Betrieben in Gstaad-Saanen • Davos • Zürich

Der Mensch im Mittelpunkt



TRAVEL INSIDE GOLD AWARD 2001

HOTELKETTE DES JAHRES

www.steigenberger.ch



Lust, ab sofort neue Wege zu gehen...?
Um unsere Gäste im Hotel & Châteaux Seeburg noch besser verwöhnen zu können, suchen wir

**CHEF PÂTISSIER
CHEF DE PARTIE
&**

STV. HAUSWIRTSCHAFTSLEITERIN

denen das Wohl unserer Gäste am Herzen liegt...

Sie sind selbständig, flexibel, kreativ und haben eine abgeschlossene Berufsausbildung und bereits Erfahrung in einer ähnlichen Position? Dann sind Sie bei uns genau richtig! Das Seeburgteam freut sich auf qualifizierte und motivierte Mitarbeiter! Werden Sie ein Teil von uns! Auf Ihre Bewerbungsunterlagen freut sich Herr Peter Vespa, Vizedirektor.

Hotel & Châteaux Seeburg
Seeburgstrasse 53-61, 6006 Luzern
Tel. 041 375 55 55, Fax 041 375 55 50
mail@hotelseeburg.ch

15363/2529



RESTAURANT **SCHLOSSHOF** DORNACH
(bei der Ruine Dorneck)
Beliebtes Ausflugsziel, Party-Service, Hochzeiten und Bankette

Verstärkung unseres Küchenteams!
Wir suchen von Anfang März oder nach Vereinbarung einen erfahrenen

Koch

der unsere Gäste kulinarisch verwöhnt.

Ist unser Restaurant mit einmaligem Blick über die Stadt Basel, das Leimental bis hin zu den Vogesen Ihr neuer Arbeitsplatz?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Telefonanruf.

Restaurant Schlosshof, Urs Schindler
Schlossweg 125, 4143 Dornach
Telefon 079 321 50 28, Fax 061 702 01 51
www.schlosshof-dornach.ch

153912/130974

IHR ARBEITSPLATZ MIT FERIENTOUCH



LANDGASTHOF HALBINSEL AU

Der gepflegte Landgasthof, wunderschöne Lage, direkt am Zürichsee

Süswasserfisch-Spezialitäten
Grosses à la carte Restaurant, 110 Plätze
Im Sommer Aussichts-Terrasse 80 Plätze
4 gediegene Bankettsäle für jeden Anlass
2 à je 15 bis ca. 40 Personen und
2 à je 50 bis ca. 280 Personen
11 Hotelzimmer und 2 Kegelbahnen

Für die Saison 2003 ab 1. März oder nach Übereinkunft suchen wir zur Verstärkung unseres aufgestellten Teams

COMMIS DE CUISINE CHEF DE PARTIE

SERVICEMITARBEITERIN

mit guten Deutschkenntnissen und angenehmen Umgangsformen

sowie

MITARBEITERIN für RÉCEPTION und BANKETTSEKRETARIAT

mit Berufserfahrung und guten Deutschkenntnissen für Empfang, Gästebetreuung, Telefonbedienung, Bankettadministration und Kassawesen

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr oder Frau Keller, Tel. 01 782 01 01, oder schicken Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Landgasthof Halbinsel AU
8804 AU/Zürichsee
http://www.halbinselau.ch
E-Mail: halbinselau@activ.ch

152735/2356



Für unser Réceptionsteam suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

RéceptionsmitarbeiterIn und Réceptions- und SeminarmitarbeiterIn zu unseren Gästen

zu neuen Ideen

zu Fidelio und Word

zu Fremdsprachen (E/F)

zu Schichtarbeit

zu Teamarbeit

zur Freundlichkeit

zur Qualität



Wenn Sie alles mit einem herzlichen «Ja gem!» beantworten können, rufen Sie Frau Simone Busch oder Frau Sandra Gass an (062 837 83 00) oder senden Sie uns Ihre Unterlagen. Wir freuen uns auf Sie.

Aarauerhof

Best Western Hotel Aarauerhof, Aarau, Bahnhofstrasse 68, CH-5001 Aarau
Tel. 062 837 83 00, Fax 062 837 84 00. E-mail: aarauerhof@bestwestern.ch
www.bestwestern.ch/aarauerhof

154094/10



Compass Group ist der weltweite Leader im Bereich Food-Services mit einem jährlichen Umsatz von über 15 Mia. Euro und vereint die Fachkompetenz von mehr als 360'000 MitarbeiterInnen in ca. 90 Ländern. In der Schweiz bietet sie in 220 Betrieben massgeschneiderte Dienstleistungen für die Gemeinschaftsgastronomie (Eurest, Restorama, Scolarest und Medirest) und für die Gastronomie an hochfrequentierten Passantenlagen (Select Service Partner) an.

Für die Unterstützung unserer Teams in verschiedenen Betrieben im Raum Zürich suchen wir

Jungköche

(Damen & Herren)

Service-Mitarbeiter

(Damen & Herren)

Restaurant-Mitarbeiter

(Damen & Herren)

Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre (für Köche zwingend) und Erfahrungen in der Gemeinschaftsgastronomie. Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste erfolgreich umsetzen kann und Sie überzeugen durch Ihr Qualitätsbewusstsein und Wirtschaftlichkeit. Mit Ihrer Passion für Dienstleistung und Verkauf wickeln Sie mühelos das Tagesgeschäft ab und mit Ihrer Begeisterung helfen Sie aktiv mit, die Ziele aller Stakeholders zu erreichen. Wenn Sie zudem fließend Deutsch sprechen, dann würden wir uns freuen Sie näher kennen zu lernen.

Wir bieten Ihnen

- einen modernen Arbeitsplatz in einem Tagesbetrieb
- eine transparente Entlohnungspolitik
- fortschrittliche Sozialleistungen
- breitgefächertes Ausbildungskonzept
- solide Karriere-Optionen

und eine etablierte Weltmarke mit einer erfolgreichen Produktpalette.

Gerne laden wir Sie dazu ein, Ihre vollständigen Unterlagen an uns zu senden oder mit uns telefonisch Kontakt aufzunehmen.

Compass Group (Schweiz) AG
Olivier Dohrau, Human Resources
Oberfeldstrasse 14, CH-8302 Kloten
Tel. +41 (0)43 557 10 26
Fax +41 (0)43 557 11 16
e-mail: jobs@compass-group.ch



Über Internet und nette Gäste.

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



Wir suchen für unsere Grossverbraucherabteilung per sofort oder nach Vereinbarung einen erfahrenen, fachlich ausgewiesenen

Telefonverkäufer

Sie haben fundierte Kenntnisse in der Lebensmittelbranche, können auf eine mehrjährige Tätigkeit als Verkäufer/Vertreter zurückblicken und sind voll motiviert, sich einen Kundenkreis im Bereich Spitäler/Heime aufzubauen.

Sie beraten und betreuen die Kunden am Telefon, bereiten Aktionen vor und führen diese auch selbstständig durch. Sie sind bereit, bei Bedarf die Kunden zu besuchen. Ihr sicheres Auftreten hilft Ihnen dabei. Ihre Kenntnisse im Bereich Fisch, Geflügel, Wild, Fleisch und Delikatessen können Sie bei uns voll umsetzen. Wir bieten Ihnen eine interessante, selbstständige Tätigkeit mit zeitgemässer Entlohnung. Es erwartet Sie ein motiviertes Team.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte schriftlich an:

G. Bianchi AG
Herr Jürg Grob
Allmendweg 6
CH-5621 Zufikon AG

153983/241024



Seeblick
CH-3705 Faulensee



www.seeblick.ch
033 655 60 80

Unser junges Team braucht noch Verstärkung! Für die Sommersaison 03 sind bei uns folgende Stellen frei:

- Sous-Chef "Saucier"
- Koch "Tournant"
- Küchenmitarbeiter (Hilfskoch)
- Servicemitarbeiter (w/m)
- Service Anfänger(in)
- Buffetmitarbeiter(in)
- HOFA

Eintritt: ab Mitte April 2003

Der Betrieb befindet sich direkt am Thunersee. Weitere Infos finden Sie auf der Homepage www.seeblick.ch

Bewerbungsunterlagen an:
Familie Habegger, Hotel Seeblick, 3705 Faulensee.

153994/10863

Sommersaison 2003 in Zürich

Statt Kurortluft einmal die Atmosphäre einer internationalen Handelsmetropole schnuppern.

Für unser am See, im schönsten Park der Stadt gelegenes und von Gästen aus aller Welt frequentiertes Haus, suchen wir für die Sommersaison 2003 (von Ende April bis Ende September) ausgewiesene Fachleute als:

Poissonier

Entremetier

Tournant

Demi chef de garde

Demi chef garde-manger

Commis de cuisine

Pâtissier

Commis pâtissier

Officemitarbeiter(in)

für allg. Reinigungs- und Rüstarbeiten.

2. Chef de Service, ♀ oder ♂,
deutsch sprechend.

Servicefachangestellte(r)
deutsch sprechend, mit Erfahrung im A-la-carte-Service und Direktinkasso.



Guter, leistungsorientierter Verdienst. Auf Wunsch Unterkunft im eigenen Personalhaus. Arbeitsbewilligungen für EU- und EFTA-Bürger erhältlich. Bewerben Sie sich für Ihren persönlichen und beruflich erfolg- und abwechslungsreichen Sommer 2003 schriftlich oder telefonisch bei

Frau D. Hohl oder Herrn J.-P. Wältli.

fischstube
Zürichhorn



H. & P. Hohl AG, Postfach, 8034 Zürich
Tel. (01) 422 25 21, Fax (01) 422 25 58
E-Mail restaurant@fischstube.ch, Internet www.fischstube.ch



Wenn die Norm nicht gefragt und die Kreativität grenzenlos ist...

Das Erstklasshotel mit «mystischem Touch» sucht für sofort, nach Absprache oder dann für immer noch folgende/n Mitarbeiter/in:

Reservations-/Korrespondenz-Sekretär/in mit sehr guten Sprachkenntnissen (D, E, F) in Wort und Schrift. Erfahrung in der Hotellerie. Jahresstelle mit Aufstiegsmöglichkeiten.

Lieben Sie Ihren Beruf und ein ausserordentliches Ambiente?

Unterkunft und Verpflegung stellen wir zur Verfügung. Dazu können Sie unsere Tennishalle, Fitnessraum und Squashcourt benützen. Falls Sie mehr Infos über uns brauchen, gehen Sie doch ins Internet unter www.hotelalexzermatt.com.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Gehaltswunsch.

Fam. Alex Perren
Hotel Alex ***
CH-3920 Zermatt
Tel. +41 27 966 70 70, Fax +41 27 966 70 90
E-Mail: info@hotelalexzermatt.com

153944/39995

Lust auf eine tolle Stelle bei guten Anstellungsbedingungen?

Genau das können wir Ihnen bieten. - Für unsere renommierten Kunden suchen wir laufend und für Sommersaison 2003 motivierte und aufgestellte Fachkräfte:

FinanzbuchhalterIn/Lohnadministration
ReceptionistIn mit Sprachkenntnissen

Küchenchef
Sous-chef
Chefs de partie
Commis de cuisine

Chef de service
Chef de rang
Commis de rang
Service à la carte

Chef de bar
Barfachleute

Kosmetikerinnen
Wellnesstrainer

Office

Auf Ihre Kontaktnahme freuen sich:

aatopjob
Merice Rüfenacht und Graziella Sebregondi
Neustrasse 51, 5430 Wettingen
Phone: +41 - 56 - 4270481
Fax: +41 - 81 - 6842960
e-mail: graziafelice@tin.it

154014/420945

Über Marketing und Dumping.



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



Schotel Restaurant Sonne, Seestrasse 120, 8700 Küsnacht am Zürichsee

Das sind wir

Unsere 300jährige Tradition hindert uns nicht daran modern zu arbeiten, professionell aufzutreten, den Gast willkommen zu heissen und... Gastfreundschaft zu leben. Das Viersternhotel Sonne besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern, 2 Restaurants, dem Sonnengarten direkt am See, 4 Banketräumen bis zu 120 Personen und einer Hotelbar.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir folgende Mitarbeiter für die Sommersaison oder in Jahresstellung.

Das suchen wir Das sind Sie

Servicefachfrau/mann verkaufstalentiert, kommunikativ und offen

Commis de cuisine/ Chef de partie kreativ, teamorientiert und belastbar

Receptionist sprachbegabt, sicheres Auftreten und die Bereitschaft nachts zu arbeiten (auch Praktikant)

Stv. Chef de service organisations- und verkaufsbegabt, flexibel

F&B-Praktikant gäste- und zahlenorientiert, organisationstalentiert

Das bieten wir

- junge, motivierte Teams mit viel Selbstverantwortung
- Arbeitsplatz direkt am See, 12 Minuten vom Zürich entfernt
- schöne Mitarbeiterzimmer, 2 Minuten von See und Hotel entfernt
- einer der vielseitigsten Betriebe am rechten Zürichseeufer

Interessiert? Melden Sie sich via e-mail oder schriftlich bei:

SEEHOTEL RESTAURANT SONNE
René Grütter & Catherine Julien
Seestrasse 120, 8700 Küsnacht
Fon: 0041 (0)1 914 18 18
e-mail: c.julien@sonne.ch
www.sonne.ch

153922/17841

Persönliche Begegnungen

liegen Ihnen am Herzen?

Dann sind Sie bei uns richtig. Unser Team hat Spass an der Arbeit und sucht Sie auf den 1. April 03 oder nach Vereinbarung:

Küche

Commis de cuisine/Koch
Chef de Partie
Hilfskoch - Casserolier

Service

Chef de Service - Saal
Servicefachangestellter
Praktikant/in (Service)

Etage

Gouvernante/Gafo

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Saisonstelle in einem Wohlfühl-Hotel am Thunersee.

Auf Ihre Bewerbung mit Passfoto freuen wir uns.



Hotel Restaurant Seepark Seeterrasse
Parkhotel - CH-3654 Gunten
Telefon 033 252 88 52 - Fax 033 252 88 88
info@parkhotel-gunten.ch www.parkhotel-gunten.ch



153864/16945

GESUCHT erfahrenes Wirt-Ehepaar

welches bereit ist, im Raume Zofingen nach Vereinbarung einen bekannten und alteingesessenen GASTHOF zu übernehmen.
Interessenten melden sich unter: Chiffre F 120-731502, an Publicitas AG, Postfach 1060, 5400 Baden. 153820/386567

Hotel **** Restaurant



Für lange Sommersaison (ab April/Mai 2003) suchen wir noch folgende Mitarbeiter/innen:

SAUCIER/SOUS-CHEF
CHEF DE PARTIE/TOURNANT (M/W)
GARDEMANGER/PATISSIER (M/W)
ENTREMETIER (M/W)
KOCH/KÜCHIN

CHEF DE SERVICE (D, E, F)
CHEF DE RANG (D, E, F)
COMMIS DE RANG/DEMI-CHEF DE RANG
HILFSKELLNER

PORTIER/ZIMMERFRAU
ETAGEN-/LINGERIE-MITARBEITERIN
WÄSCHEREIMITARBEITERIN
NACHTPORTIER (Alter: 30-58 J.)
MIT SPRACHKENNTNISSEN
OFFICEBURSCHE/CASSEROLIER

Schriftliche Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen inkl. Passfoto bitte an:

Peter Koschak, Dir.
Hotel Krebs
CH-3800 Interlaken

153876/16403

Adelboden

Restaurant TschentenAlp, 3715 Adelboden

DU MÖCHTEST an den sonnigen Tagen mit unserem jungen und lustigen TschentenAlp-Team die Aussicht beim Auf-den-Berg-Fahren geniessen und

WIR WOLLEN Dir als flexible und erfahrene

Service-Mitarbeiterin einen guten Stundenlohn bezahlen.

Auf Deinen Anruf freut sich
Thomas Lüthy,
Bergrestaurant TschentenAlp
3715 Adelboden
Tel. 033 673 16 53, Fax 033 673 17 79

153914/233076



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 15. Februar 2003 oder nach Vereinbarung einen

Jungkoch (w/m)

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Dauerstelle (50%) im Kleinbetrieb, wo wir gepflegte Gastronomie leben. Wenn Sie deutschsprachig, gelernt und an selbstständiges Arbeiten gewöhnt sind, könnten Sie unser neues Teammitglied werden.

Für eine schriftliche Bewerbung und späteres Kennenlernen kontaktieren Sie bitte Herrn Bruno Schaad.

Gasthaus Steinbock
gastro-genial GmbH
CH-3814 Gsteigwiler/Interlaken
Tel. ++41 033 823 30 01
Fax ++41 033 823 30 15
info@steinbocksteig.ch
www.gastro-genial.ch

153998/316725

Restaurant Schützenstube
in 4800 Zofingen, Kanton Aargau, sucht per sofort oder nach Vereinbarung

Küchenchef

(mit Erfahrung)

Pizzaiolo

Servicefachangestellte/r
per sofort oder nach Vereinbarung

Tel.-Nr. 062 751 93 77 (Herr Antonazzo verlangen, 10-14 und 18-23 Uhr)

144681/386251



Verschiedene Auftraggeber Kt. AG/SO/LU beauftragen uns zur Suche von folgenden Mitarbeitern:

- ServicemitarbeiterInnen
deutschsprachig, versiert oder gelernt, flexible Arbeitszeiten

- Alleinkoch, Chef de partie
Commis

diverse interessante Angebote, Logis vorhanden

Bitte setzen Sie sich schriftlich mit der Beauftragten Frau A. Schaefer in Verbindung. Diskretion ist selbstverständlich.

Mandatas, Postfach 144, 5004 Aarau
E-Mail: aschaer@mandatas.ch
Telefon 062 822 09 92

154008/415127



Die 3*-Betriebe in Chur suchen:

Für unser In-Lokal
Restaurant Calanda

"Güggelirendigfrechkommunikativ"

Jungkoch

Eintritt ab 1. März 2003

Möchten Sie in einem jungen und motivierten Team mitwirken?

Dann zögern Sie nicht, Ihre Bewerbung mit Foto an Frau Vogelsang, Personalchefin, zu schicken.

Restaurant Calanda
Am Postplatz, 7000 Chur
Telefon 081 258 57 57
E-Mail: admin@stern-chur.ch

Die 3*-Betriebe Chur:
Romanik Hotel Stern
Restaurant Calanda
Restorant Controversa mit Controvini
www.stern-chur.ch

154000/7927



Das Team des Jahres sucht:

Service Mitarbeiter (w/m)
Chef de Service (w/m)
Betriebsassistent (w/m)

Sie verwöhnen unsere Gäste mit Freude und Herzlichkeit.

Ebenfalls brauchen wir einen

Allrounder (w/m)

der die Minigolfanlage betreut, den Garten pflegt und Unterhaltsarbeiten ausführt.

Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre Unterlagen!

Werner Mettler, Restaurant Vinothek Schönegg, 8820 Wädenswil
01 789 89 60 werner.mettler@remimag.ch, www.schoenegger.ch



Wir suchen für lange Sommersaison:

Aide du patron/Sekretär (m)

Tätigkeitsbereiche:
- Réception
- Administration
- Gästeinformation und Unterstützung der Direktion

Wir bieten eine abwechslungsreiche Stelle mit viel Eigenverantwortung und Platz für Innovation und Eigeninitiative.

Sind Sie bereit, mit Engagement unsere Gäste willkommen zu heissen und zu verwöhnen?

Dann freuen wir uns auf Ihren Anruf oder Ihr Bewerbungsschreiben.
Eintritt: zirka 15. April 2003.

CARLTON HOTEL und RESTAURANT INTERLAKEN
3800 Interlaken
Telefon 033 822 38 21, Werner T. Affentranger

121779/16209

kornhaus keller

Mitten in der Stadt Bern, beim Kornhausplatz steht das Kornhaus, die Begegnungsstätte für Kunst und Kultur. In diesem historischen Monument konzipierten und betreiben wir die Gastronomie: Im Erdgeschoss befindet sich das Kornhauscafé mit Bar und grosser Terrasse, im Untergeschoss der einzigartige Kornhauskeller mit Restaurant und Vinothek, sowie die Galerie mit Bar und Lounge-Bereichen und einem begehren Humidor (Cigar Club).

Für diesen Bar/Lounge-Betrieb suchen wir einen fachlich ausgewiesenen und begeisterungsfähigen

chef de bar (m/w)

Sie führen das Bar-Team kompetent und helfen selber aktiv an der Front mit. Sie sind stilsicher und gewandt und beweisen Geschick auch in der Administration. Sie organisieren Apéro-Events und Degustationen, im kleinen Rahmen oder für Grossanlässe. Mit Charme und einem Lächeln bewahren Sie dabei die Übersicht.

Interessiert Sie die Weiterentwicklung eines nicht ganz alltäglichen Gastronomie-Konzeptes? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto - online oder per Post:

Kornhauskeller + Kornhauscafé
Kornhausplatz 18, 3000 Bern 7
Hans-Jörg Good - 031 327 72 72
www.bindella.ch kornhaus@bindella.ch

MANOTEL

Manotel est un groupe genevois de 6 hôtels classés 3 et 4 étoiles (possédant environ 600 chambres) Groupe en pleine expansion (50 millions d'investissement) Collaboration avec le chef Bernard Loiseau pour les 2 restaurants

Dans le cadre de ses rénovations, le groupe Manotel recherche pour l'hôtel CHANTILLY classé 3 étoiles (63 chambres)

UN DIRECTEUR D'EXPLOITATION

Date d'entrée: à convenir

Mission:

- > 1^{er} semestre 2003: Suivi du chantier durant la période des travaux Préparation à la ré-ouverture de l'établissement
- > Dès le 2^e semestre 2003:
 1. Assurer le lancement du nouveau produit (nouveau concept)
 2. Responsable des résultats commerciaux en collaboration avec le directeur des ventes du groupe Manotel
 3. Responsable de la qualité du service à la clientèle
 4. Responsable de l'établissement des budgets d'exploitation et de leur bonne réalisation
 5. Responsable de la sécurité de l'hôtel
 6. Responsable de l'équipe des collaborateurs (12 à 15 personnes)

Profil/Expérience:

Diplômé Ecole Hôtelière
Expérience de sous-directeur et/ou de directeur d'un établissement similaire
Personne extravertie, très disponible
Expérience internationale recherchée
Nationalité: Suisse, permis C ou en possession d'un permis valable

Adresser les dossiers à:

Manotel SA - Dpt Ressources Humaines
43, rue de Lausanne - 1201 Genève - Suisse
Tél. 022 909 81 75 - Fax 022 741 07 44
E-mail: sserjari@manotel.com
Website: Manotel.com

153053/90808



ROLAND PIERROZ
HOTEL ROSALP
RELAIS GOURMAND
19/20 GAULT ET MILLAU
CH-1936 VERBIER
TEL. 027 771 63 23
FAX 027 771 10 59

CHERCHE POUR ENTRÉE MI-FÉVRIER OU À
CONVENIR PLACE À L'ANNÉE

RÉCEPTIONNISTE qualifié(e) français, allemand, anglais

FAIRE OFFRE AVEC PHOTO,
CURRICULUM VITAE ET COPIES DE CERTIFICATS
(tout dossier incomplet ne sera pas pris
en considération).

154003/3594



L'hôtel Alpha-Palmiers a ouvert en juin 2002. Avec 210 chambres, un restaurant thaïlandais, une brasserie de ville et de nombreuses salles de séminaire, nous connaissons une croissance constante.

Pour accélérer l'augmentation du chiffre d'affaires de la restauration, nous sommes à la recherche d'un entrepreneur et expérimenté

Directeur de la restauration

capable d'animer, de faire vivre et évoluer l'offre et la qualité du produit de nos deux restaurants et des salles de réunion/banquets. Vous dirigez et motivez l'équipe, mettez en place des animations et des événements et coordonnez la promotion. Vous assurez également l'organisation et le succès des banquets. Vous êtes présent sur les points de ventes au moment où l'activité est au plus fort et vous devez devenir la personne de référence pour les clients.

Pour remplacer le chef de cuisine d'ici au printemps, nous cherchons un jeune sous-chef ambitieux qui aurait envie de devenir

notre Chef de cuisine

Qui ait envie, avec une petite brigade motivée de satisfaire la clientèle de notre Brasserie de ville et des banquets. Notre Brasserie "La Palmerie" vit de la clientèle du quartier (commerces, banques, passants...). La carte que vous préparerez devra être inventive, fraîche, appétissante et mobile.

Si vous êtes jeune, ambitieux et désirez diriger l'avenir de nos produits vers le succès, veuillez faire parvenir votre dossier complet à:
Eric Fassbind, Directeur / Hôtel Alpha-Palmiers / 34, rue du Petit-Chêne / 1003 Lausanne

153824/49190

- Vous êtes un couple jeune, dynamique, aimant le contact
- Vous possédez une patente de cafetier restaurateur
- Excellent cuisinier, axé sur la qualité
- Intéressé par une cuisine tarror
- Disposé à vous investir et réussir

Si vous correspondez à ce profil, nous vous proposons en

GÉRANCE

- Un café restaurant typique, bien aménagé
- 40 places et une terrasse de 15 places
- Très bien situé dans la banlieue lausannoise
- Logement à disposition
- Conditions financières très avantageuses

Intéressé par notre proposition? Faites-nous parvenir votre candidature avec curriculum vitae au plus vite à W 022-582330, à Publicitas S.A., Case postale 3540, 1002 Lausanne 2.

153929/382708

Hotel-Restaurant Bel-Air

1788 Praz-Vully (bord du lac de Morat)
www.bel-air-lac.ch

cherche pour de suite ou à convenir

UN OU UNE COMMIS DE CUISINE UNE SERVEUSE

Place à l'année ou saison.
Travail dans petite brigade.
Spécialité de poissons et diverses quinzaines.

R&R CHERVET
TÉL. 026 673 14 14 ou 026 673 94 10
e-mail: bel-air@bel-air-lac.ch

153990/99418



1580 Avanches

cherche pour tout de suite ou date à convenir

pizzaiolo garçon de cuisine sommelière

Tél. 026 675 13 75

153999/236020

Le Restaurant MILLEPASTI à Lausanne engage pour entrée immédiate ou à convenir (place à l'année)

1 serveur 1 jeune cuisinier

rue du Tunnel, 1005 Lausanne
Tél. 079 210 67 25

154003/292656

Tout sur Internet et les bénéfices nets.

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



Ecole Hôtelière de Genève «ES»
ECOLE SUPÉRIEURE «ES» DE MANAGEMENT

Nous cherchons pour compléter notre équipe

1 PROFESSEUR DE GESTION EN HOTELIERIE ET RESTAURATION

chargé(e) de l'enseignement théorique

1 PROFESSEUR GESTION FINANCIERE - COMPTABLE

Professionnels de haut niveau, diplômés d'une expérience internationale de cadre de 5 ans minimum, maîtrisant l'informatique et la formation d'adultes.

Vous avez entre 30 et 45 ans, le contact avec la jeune génération vous passionne et le défi de former de futurs cadres vous motive.

1 SECRETAIRE ASSISTANTE MARKETING

expérience similaire en hôtellerie

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.R. 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



153939/92207

Le lac Léman et sa région vous intéresse? Un poste à responsabilités dans un hôtel**** sur la Riviera vous motive? Vous souhaitez travailler au sein d'une équipe jeune et dynamique? Alors envoyez-nous votre dossier au plus vite car nous recherchons

un ou une Chef de réception

Maîtrise des langues: français, allemand & anglais.
Expérience à un poste similaire nécessaire.
Maîtrise du logiciel Hôtelière Fidélio.

Entrée à convenir.

Ecrivez s.v.p. sous chiffre 154002 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

154002/45578

SVIZZERA ITALIANA



Per completare i nostri reparti per la stagione 2003 cerchiamo:

Ricevimento
Segretaria al ricevimento
Praticante al ricevimento
Portiere di notte

Servizio
Camerieri
Barmaid

Piani-Lingeria
Assistente d'albergo - Hofa
Cameriere ai piani
Portiere ai piani

Le candidature dovranno essere inviate alla Signora Ferrari, corredata da curriculum vitae e foto.

153943/27316

LUGANO TURISMO



Lugano Turismo cerca a partire dal 1 aprile o in data da convenire 2003 un/a

Impiegato/a acquisitore/trice in ambito congressuale

con provata esperienza in campo turistico.

La posizione richiede padronanza delle lingue nazionali e dell'inglese parlati e scritti e dell'utilizzo del PC, disponibilità a orari straordinari e a viaggi, capacità organizzativa, precisione e tenacia.

Candidati/e con i requisiti richiesti e possibilmente già in possesso di contatti concreti con il settore turistico/congressuale sono pregati di inoltrare la loro offerta corredata da curriculum, copie certificati, referenze, richieste economiche e fotografia a:

Direzione Lugano Turismo, «Concorso acquisitore»
casella postale 2533, 6901 Lugano
entro il 15 febbraio 2003 alle ore 17.00.

153981/159190



HOTEL CASA BERNO ASCONA

Member of
swiss golf Hotels



Wir suchen für die lange Sommersaison 2003 (Mitte März bis Ende Oktober) folgende Mitarbeiter:

Administration: Empfangssekretärin (mit Hotel- und EDV-Erfahrung)
Réceptionspraktikantin
Hotelpraktikantin (für Réception/Service)

Hauswirtschaft: Hilfsportier (Abiös Tag und Nacht) (mit guten Deutschkenntnissen und Führerschein)

Office-/Küchenmitarbeiter (auch Ehepaar)

Restaurant: Restaurationskellner/in (gute Deutschkenntnisse)

Küche: Chef Entremetier
Chef Gardemanger
Commis de Cuisine

Bitte richten Sie Ihre Offerte mit Zeugniskopien und Foto an:

Pierre Goetschi, Dir.
Hotel Casa Berno
6612 Ascona
Telefon 091 791 32 32
E-mail: hotel@casaberno.ch

Internet: www.casaberno.ch

153925/1929

VILLA PRINCIPE LEOPOLDO & RESIDENCE

Per completare le brigate del nostro albergo*****, membro dei Relais & Châteaux, nominato "Hôtel dell'anno" dalla Gault Millau, cerchiamo per aprile 2003:

- Chef de rang
- Commis de rang

Le candidature sono da inoltrare per iscritto con CV, certificati e foto a:


VILLA PRINCIPE LEOPOLDO & RESIDENCE
 UFFICIO DEL PERSONALE
 VIA MONTALBANO 5
 6900 LUGANO
 TEL. 091 985 81 13

153923/94816

LA CAMPAGNOLA
CENTRO DI VACANZE

Unser Hotel mit Grotto und Restaurant, 52 Appartements und Zimmer sowie einer grossen Gartenanlage befindet sich über dem Lago Maggiore und bietet «fantastische Aussichten».

Für die Sommersaison 2003 suchen wir per 1. April 03 oder nach Vereinbarung:

- einen **jungen Sous-chef** mit Erfahrung in gleichwertiger Stelle. Sie sind während der Abwesenheit des Küchenchefs für einen reibungslosen Arbeitsablauf in der Küche verantwortlich. PC-Kenntnisse erforderlich. Freude an Menu-Kalkulation, Lagerbewirtschaftung und Kreation neuer Speisen. Italienischkenntnisse von Vorteil.

Interessiert?
Schicken Sie uns noch heute Ihren Lebenslauf mit Foto an:

S. & N. Zoppè
Centro di vacanze «La Campagnola»
CH-6575 Vairano
Tel. +41 91 794 20 40 / Fax +41 91 794 20 49
www.campagnola.ch / mail@campagnola.ch

153948/90406

Park Hotel Delta
Ascona

Platz 5 unter den besten Ferienhotels der Schweiz (Bilanz 2002) Gault Millau 15 Punkte

Die Professionalität mit Liebe zum Detail, der unaufdringliche Charme, die elegante Atmosphäre, die ausgezeichnete Küche und das breite Freizeitangebot, in einer grossen subtropischen Parkanlage, machen das Park Hotel Delta zu einem der besten Hotels der Schweiz.

Zur Vervollständigung unseres Teams 2003 suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

- Paradiesisch** Réceptionist/in
- A nimierend** Sprachgewandt in D, I, E, F
- R affiniert** Computer Front Office
- K omfortabel** und Korrespondenzerfahrung

Zimmermädchen

H erzlich
O riginell
T essinerisch
E legant
L uxuriös

Chef de Rang/Commis de Rang
Gute Sprachkenntnisse in D, I

Commis de Bar
Gute Sprachkenntnisse in D, I

Commis de cuisine

Chef de partie

Kosmetikerin

Interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre Unterlagen mit Photo. Was wir Ihnen bieten und wie Sie sich in unser Team integrieren, teilen wir Ihnen gerne bei einem Vorstellungsgespräch mit.

PARK HOTEL DELTA & SPA
Personalbüro
Frau A. Starkloff
Via Delta 137-141
CH-6612 Ascona
Telefon +41 91 785 77 85
Fax +41 91 785 77 35

153973/1961



 swiss golf
Hotels
+ Resorts

LUGANO – Castagnola

Hotel Carlton Villa Moritz, 90 Betten****
sucht für Saison (ab 1. April oder nach Vereinbarung bis Oktober)

Koch (Demi-Chef de partie)

Commis de cuisine

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Fam. J. A. Wernli, Postfach 70, 6976 Castagnola
e-mail: hotel@carlton-villa-moritz.ch
Tel. 091 / 971 38 12, Fax 091 / 971 38 14

153999/6750



HOTEL RESTAURANT ARCADIA
6612 ASCONA
nahe Golf, 10 Min. von Piazza und neuem Hafen

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir noch für die Sommersaison 2003 (März bis Oktober)

eine Servicemitarbeiterin
für unser Restaurant mit Terrasse

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:

Familie M. Bolz
Hotel Restaurant Arcadia
Via Patrizia 47, 6612 Ascona
Tel. 091 791 10 15
E-mail: info@arcadia.li
Internet: www.arcadia.li

153661/1864

Ristorante della Torre
a Morcote - Lugano

Cerchiamo da subito i seguenti collaboratori per il nostro ristorante gastronomico per inizio febbraio o data da convenire:

- Chef de rang** (contratto annuale, conoscenze I/D)
- Chef de partie** (conoscenze F)

Per eventuali interessati inviarci il CV a:

Ristorante della Torre
Rivetta de la tor
6922 Morcote

154001/418669

HOTEL INTERNATIONAL AU LAC
LUGANO

120 Betten*** im Zentrum von Lugano sucht für Saison vom 5. April (vor Ostern) bis Ende Oktober

Réceptionssekretär/in
Berufserfahrung, gute Kenntnisse der 4 Hauptsprachen (D, F, I, E) und Praxis auf FIDELIO erforderlich

Koch - Saucier
Koch - Commis de cuisine
Etagenportier - Logentourant
sprachkundig, für Etage, Loge, Bahndienst (Chauffeur) und Nachtportierablösung

Bewerbungen mit FOTO, Zeugniskopien und Gehaltsansprüchen sind erbeten an:

Familie Schmid
Hotel International au Lac
6901 Lugano
Telefon 091 922 75 41

154021/22063

Für gepflegtes Garni/Appartements (50 Betten), Parkanlage u. Schwimmbad suchen wir ab April bis November 2003 eine erfahrene und ambitionierte

Hotelfachassistentin

mit EDV- und Sprachkenntnissen. Möchten Sie selbständig arbeiten und Verantwortung übernehmen sind Sie bei uns richtig.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:

VILLA SIESTA PARK
A. & M. Dönni-Marty
Via Balzago 22, 6616 Losone
www.hotelsiesta.ch

154017/40313

HOTEL SASSO BORETTO
ASCONA

MEMBER OF **WORLD HOTELS**
FIRST CLASS COLLECTION

Zur Vervollständigung unseres Führungsteams suchen wir ab März / April eine(n) junge(n), motivierte(n), einsetzungsfreudige(n) und initiative(n)

DIREKTIONS-ASSISTENT(IN)

Sein (Ihr) Aufgaben-Gebiet ist hauptsächlich im F&B-Bereich in Zusammenarbeit mit der Hotelleitung:

- Zusammenstellung der Karten
- Warenbestellung
- Inventare, Rentabilitäts-Rechnungen
- Einsatzpläne erarbeiten
- Aktive Mitarbeit im Service
- Organisation u.v.a.

Sollten Sie sich angesprochen fühlen, haben bereits Erfahrung und sprechen Deutsch, Italienisch, Englisch und Französisch, so bitten wir Sie, uns Ihre Bewerbungsunterlagen zukommen zu lassen. Wir freuen uns auf Sie!

HOTEL SASSO BORETTO
Herr Mirko Sutter, Direktor/Besitzer
Via Locarno 45, 6612 Ascona/Schweiz
Tel. +41-91 786 99 99, Fax +41-91 786 99 00
e-mail: msutter@elcino.com
www.sutter-hotels.com

153931/2224



Tessin – Lago Maggiore
Hotel Villa Caesar, Brissago

In unser 4*-Ferienhotel am Lago Maggiore suchen wir zur Vervollständigung unseres Teams für die Sommersaison 2003 mit Beginn am 29. März noch folgende qualifizierte, motivierte und fröhliche Mitarbeiter:

- Küche:**
"Chef de partie"
(erfahren und motiviert – Küchenchef-Vertretung)

Hotel-Bar:
Aufgestellte(r) und kontaktfreudige(r) Barman/-dame mit Erfahrung und Sprachkenntnissen

Service:
Chef de rang
(mit Barerfahrung – Ablöse Barman/-dame an Feiertagen, Sprachkenntnisse)

Ausführliche, schriftliche Bewerbungen mit Foto bitte an die Direktion des Hotels Villa Caesar
CH-6614 Brissago
Tel. 091 793 27 66 - FAX 091 793 31 04
oder E-mail: info@villacaesar.ch

153990/70068



L'istituto socioterapeutico "La Motta", 6614 Brissago, condotto secondo i principi della medicina curativa antroposofica, assume per il 1. marzo 2003 o per data da convenire

una responsabile del servizio domestico

occupazione a tempo pieno, posto annuale, automunita. Offriamo un lavoro variato e la possibilità di gestire il compito in maniera autonoma.

Mansioni:
responsabile per l'economia domestica dell'istituto (38 disabili adulti), per la gestione/sorveglianza della casa del personale, per il servizio ospiti, per gli acquisti, per l'organizzazione delle festività.

Cerchiamo una persona che disponga della formazione di governante (ospedale/albergo), con esperienza lavorativa, flessibile negli orari, in grado di dirigere e motivare un piccolo team. Cittadinanza svizzera o permesso C.

E' indispensabile la padronanza dell'italiano e del tedesco.

Le offerte manoscritte, corredate da: curriculum vitae, fotocopie dei certificati di studio e di lavoro, certificato medico attestante l'idoneità all'impiego, con indicazione delle pretese salariali, sono da inoltrare all'attenzione del direttore, Signor Kurt Bitterli

153979/421591

STELLENGESUCHE

Pizzaiolo italiano sucht Arbeit.
Bitte anrufen unter 079 343 33 82
(von 14-18 Uhr)

153859/4021562

Küchenprofi - 33 Jahre
kocht aus Liebe und hat eine gute Küchenrendite immer vor Augen. Ab sofort bis Ende April (evtl. länger). Telefon 079 485 84 88. Erreichbar zwischen 14.00 und 16.30 Uhr oder Email: janlorbach@yahoo.de

154016/416225

Stv. Gastgeberin
Erfahrene Frau mit Gastroskenntnissen und Fähigkeitsausweis sucht ab sofort neue Herausforderung in der Umgebung LU/SZ.
Ich freue mich auf Ihr Angebot!
Tel. 079 287 31 91

153958/421857

Chance gesucht!
Schweizerin, 20 J., weltoffen, kontaktfreudig, KV-Abschluss 08/02, zurück von Sprachaufenthalt in USA, möchte int. Hotelluft schnuppern und sucht

Ich, Schweizer, 31j., mit Ausbildung als Restaurationsleiter, eidg. FA sowie als Gastronomie-Betriebsleiter **suche neuen Wirkungskreis.**
Ihr Angebot wird mich bestimmt freuen: H. Dubach, Stockhornweg 3, 3110 Münsingen, Tel. 079 426 28 10

154015/422016

Praktikumstelle als Hotelsekretärin/Réceptionistin
(ca. 3-6 Monate) im Raum Zürich. Offr. Ihr Angebot freut sich eine motivierte, zuverlässige Team-Mitarbeiterin.
Tel. 079 754 49 57
e-mail: schmid.co@bluewin.ch

153840/418805

Suche neue Herausforderung
38 j., w., habe alle Positionen von Service bis Geschäftsleitung ausgeübt, mich laufend weitergebildet in Management, Marketing, Betriebswirtschaft und Weinhandel. Auch Teilzeit könnte interessant sein.
Ich freue mich auf Ihr Mail
ct.@bluewin.ch

153953/38859

Suchen Sie die perfekte Unterstützung???
Fachlich kompetenter, belastbarer, frontorientierter Restaurateur (einige Jahre selbstständig) sucht neue Aufgabe als

Aide du patron
Geschäftsführer,
evtl. auch Beteiligung.

Sind Sie interessiert?
Freue mich auf Ihr Angebot unter Chiffre 153842 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

153842/382827



Hotel Tamaro - Ascona

Wir suchen für die lange Sommersaison ab März bis November 2003

Sekretärin
Köche

Offerten mit Zeugnissen und Foto erbeten an:

Familie Witzig
Hotel Tamaro, 6612 Ascona
Tel. 091 785 48 48, Fax 091 791 29 28

153946/2275

hoteljob

Die
Stellenvermittlung
für Hotellerie
und Gastronomie

Suchen Sie
eine neue Stelle
als

Kadermitarbeiter/in
Chef de partie m/w
Commis de cuisine m/w
Servicefachangestellte/r
oder
Réceptionist/in

Schweizer Hotelier-Verein
Hoteljob Personalberatung und Stellenvermittlung
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch, hoteljob.be@swiss-hotels.ch



Personal-Vermittlungen
www.gastro.ch E-Mail: gastro@bluewin.ch
Tel. +41 794 751 133, +41 813 822 123, Fax +41 813 822 156
Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich
für Saison-/Jahresstellen - FASNACHT

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in
guten Hotels der ganzen Schweiz für
qualifiziertes Hotelpersonal.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.
Stellenvermittlungsbüro Hotelia
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-
ningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 1009
134930/401646

www.gastro-S.ch

JCW SERVICES
ÜBERSETZUNGEN
TRADUCTIONS
www.jcwservices.ch
Waldhofstr. 43 CH-4310 Rheinfelden
☎ 061/422 06 57 Fax 422 06 56
info@jcwservices.ch 304913152515

INTERNATIONAL

Valbella Delikatessen/Café und Custom Catering Canmore, Alberta, Canada

Möchten Sie dem Alltag in der Schweiz entfliehen?
Suchen Sie eine Auslandsstelle für ein Jahr? Wir haben
genau das Richtige für Sie!

Eine Jungkoch Position

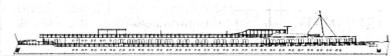
in unserem wohlbekannten Delikatessengeschäft im Her-
zen der kanadischen Rocky Mountains - ein Paradies für
Bergsteiger, Mountain Biker, Wintersportler und Golfer
(20 Min. von Banff), Kandidat muss CH-Bürger sein (unter
32), mit Lehrabschluss und 2 Jahren Berufserfahrung.

Bitte senden Sie Ihr Bewerbungsschreiben an:
Valbella Deli & Custom Catering
104 B Elk Run Blvd.
Canmore, AB
T1W 1L1
E-mail: griesserspoon@telus.net
Fax (403) 678-2343 / Tel. (403) 678-3637

153819/421575

RIVER CLOUD RIVER CLOUD II

A division of SEA CLOUD CRUISES GmbH



An Bord unserer 5-Sterne-Flusskreuzfahrtschiffe
RIVER CLOUD und **RIVER CLOUD II** bieten wir
einem internationalen und anspruchsvollen Gästekreises
unvergessliche Stunden auf ausgewählten Strecken in Europa.

Falls Sie die Begeisterung an gehobenem Service mit uns teilen,
laden wir Sie ein, unser junges Team mit Ihrer Persönlichkeit und
Ihren bereits erworbenen Fähigkeiten zu ergänzen.

Für die Saison von Mitte März bis Anfang November 2003
an Bord **RIVER CLOUD** (Fahrtgebiete Rhein/Main/Donau)
und **RIVER CLOUD II** (Fahrtgebiet Italien)
sind noch folgende Positionen zu besetzen:

Maitre d'Hôtel (m/w) Barsteward/ess

Chef de Cuisine (m/w)

Mit frischen Produkten, guten Ideen und Liebe zur regionalen
Küche der Fahrtgebiete gestalten Sie Ihre herausragenden Menüs.

Chef de Partie (m/w) Pâtissier/ Bäcker (m/w) Commis de Cuisine (m/w)

Wir erwarten von Ihnen
* Erfahrung in der gehobenen Hotellerie oder Gastronomie
* gute Kenntnisse in der deutschen und englischen Sprache
* Freude um Umgang mit einem internationalen Gästekreises

Wir bieten Ihnen
* einen anspruchsvollen Arbeitsplatz mit interessanten Gästen
* ein täglich wechselndes Panorama
* die Möglichkeit sich für die Beschäftigung an Bord unserer
5-Sterne-Flusskreuzfahrtschiffe **SEA CLOUD**
und **SEA CLOUD II** zu empfehlen

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:
Hampton Shipping Ltd.
c/o SEA CLOUD CRUISES GmbH
Ballindamm 17, D-20095 Hamburg
Email: jobs@hampton-shipping.com

154035/400624

INTERNATIONAL

RELAIS & CHÂTEAUX
Gallia Palace Hotel
58040 PUNTA ALA (Grosseto) ITALIA
Tel. 0039 056 392 20 22 - Telefax 0039 056 492 02 29

Cerca per la prossima stagione estiva
(maggio fine settembre):

1. Concierge E/F/D

3. Maître d'hôtel E/F/D

Segretaria/o E/F/D

parlato, scritto, conoscenze sistemi operativi

Responsabile Bar Spiaggia D/E/F

Chef de rang con lingue

Si richiede esperienza in alberghi di 4/5 stelle.

Pregasi inviare Curriculum Vitae e foto alla Direzione.

153932/200417

POST HOTEL LAKE LOUISE
 RELAIS & CHÂTEAUX

Das von Schweizer Hand geführte Erstklasshotel in den kana-
dischen Rocky Mountains sucht auf Anfang Mai 2003 Mithilfe
in den folgenden Positionen:

Chef de partie Etagengouvernante Réception

Falls Sie die nötigen Voraussetzungen mitbringen und sich für
ein Jahr Auslandsaufenthalt verpflichten können, senden Sie Ihre
Bewerbung (inkl. Ihrer Telefonnummer) bitte an das

Relais & Châteaux Post Hotel Box 69
Lake Louise, AB Fax 001 403 522 3966
TOL 1E0 E-Mail: andre@posthotel.com
Kanada

Ein Visum für einen Arbeitsaufenthalt bis zu 18 Monaten ist für
Bewerber bis zum 35. Altersjahr über das Austauschabkommen
zwischen Kanada und der Schweiz sowie neuerdings auch zwi-
schen Kanada und Deutschland erhältlich.

Bitte besuchen Sie unsere web site: www.posthotel.com

153915/382595

INTERNATIONAL

EINMALIGE GELEGENHEIT

Gesucht Jungkoch für USA ab Juni
2003
- Aufenthalt bis zu 18 Monate
- Schweizer-Betrieb in Top Ski-Resort
(Beaver Creek, Colorado)
- Sprachkenntnisse von Vorteil

Ihre Bewerbung an:
Frau Franziska Kuster
Engelberg-Strasse 109
6390 Engelberg
oder e-mail: swisstubli@aol.com
153954/417396

HOTEL VISTABELLA, 5 Sterne, Costa
Brava, sucht

qualifiziertes Personal

für die Bereiche Bar, Restaurant und
Empfang.
Sprachkenntnisse erwünscht / Angebot
mit Lebenslauf und Foto an:

HOTEL VISTABELLA, Postfach Nr. 3
E 17480 ROSES Spanien
Tel 003 497 225 62 00
fax 003 497 225 32 13
Mail info@vistabellahotel.com
153951/404596

Benvenuti in Toscana!

Delizioso albergo **** in Chianti
ricerca professionisti motivati
per stagione 2003 (Mar/Apr-Ott/Nov)

Cuoco / Chef di cucina
Cameriere di Sala / Capo Sala
Receptionist (I/E/D/F)
Stagista Reception (I/E/D)

Inviare C.V. con foto e referenze
Romantik Hotel Tenuta di Ricavo
53011 Castellina in Chianti
staff@ricavo.com fax: 0577/741014
153984/110728

IRMA HOTEL

Noch gehen die Handwerker ein und aus, aber bald schon dreht sich alles um ein
neues Hotelgefühl. Für aufregende, neue Ideen suchen wir ab April bis Dezember
2003 junge Menschen mit leidenschaftlicher Freude am Gastgeber-Service, Freundlichkeit
und Liebe zum Detail, Professionalität voller italienischer Heiterkeit und ein offenes
Miteinander haben uns zu einem der besten Ferienhotels in Südtirol gemacht. Wollen
auch Sie mit uns unserem Erfolg weiterarbeiten - dann erwarten Sie im sonnigen Meraner
Villennetel nette Kollegen, komfortable Studios und gute Ausstiegsmöglichkeiten.

Wir suchen:
• Für liebevolle Details und blitzblanke Ecken eine erfahrene hauswirtschaftliche
Leiterin
• Für genussvolle Stunden bei Tisch einen aufmerksamen Chef de service und einen
herzlichen Chef de rang
• Für kulinarischen Hochgenuss einen kreativen Chef de partie und einen motivierten

Neugierig? Ise Meister wartet gespannt auf Ihren Anruf!

Metzgers Hotel Irma · Schönbielstrasse 19 · I-39012 MERAN
Tel. 0039 0473 212000 · Fax: 0039 0473 231355 · www.hotel-irma.com

ENGEL & ASSOCIATES
Internationales Hotel Management

Wir sind beauftragt, einen
jugen Küchenchef
zu engagieren, der

im Beruf auch die Ausländerfahrung
sucht.

Das PARQUE MAR ist eines der schönsten Aparthotels in
Mallorca (Spanien). Es liegt in einem herrlichen Park, direkt am
Meer. Die Hotelanlage wird von einem jungen, dynamischen,
internationalen Team geführt.
Die Restauration umfasst ein Restaurant mit saisonalem, täg-
lich wechselndem Angebot, eine Pool-Terrasse sowie einen leb-
haften Barbetrieb. Wir servieren am Tag bis 300 Mahlzeiten und
veranstalten wöchentliche Abend-Events.

Die Kaderstelle bietet neben der beruflichen Herausforderung
die Möglichkeit, die spanische Sprache vor Ort zu erlernen.
Interessenten mit fachlicher Kompetenz und Ambitionen bitten
wir um schriftliche Kontaktnahme mit dem Unterzeichneten. Wir
sichern absolute Diskretion zu und orientieren unseren Auftrag-
geber erst nach dem ersten Orientierungsgespräch.

Max Engel, ENGEL & Associates
Huttenstrasse 60, CH-8006 Zürich, E-Mail: me@eaa.ch

153971/200868

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi
Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Andres Jakob, Marc Moser
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, Matthias.Beyerler@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (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 inclus)

Termine:

- Ausgabe Nr. 6/2003
- Erscheint Do 6.2.2003
- Anzeigenchluss Mo 3.2., 12.00
- Wiederholungen Mo 3.2., 12.00

Nr. 7/2003
13.2.2003
10.2., 12.00
10.2., 12.00

Nr. 8/2003
20.2.2003
17.2., 12.00
17.2., 12.00

Nr. 9/2003
27.2.2003
24.2., 12.00
24.2., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet
werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem
Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten versichern ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste
durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.