

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 12

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

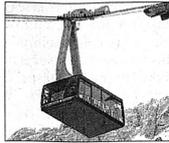
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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



GREGOR FUCHS / Der Feratel-Geschäftsleiter zur Konkurrenz und zum technologischem Stand der Branche. SEITE 2



SEILBAHNEN / Das Tourismusforum der Alpenregionen in Davos diskutierte die Finanzierungskrise. SEITE 3



hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Harte Zeiten

MARIETTA DEDUAL

Ein Sohn will den Krieg. Er will den Krieg, den sein Vater angefangen hat, zu Ende führen. Er glaubt, dass es um eine Aufgabe im Namen des Christentums, der Wahrheit und des Selbstverständnisses der Nation geht. Wie vor zwölf Jahren werden die modernsten Bomben und Flugzeuge bereitgestellt, und die bestausgerüsteten und höchsttrainierten Truppen marschieren rund um den Irak auf. Währenddessen tut George W. Bush mit beschwörenden, fast an einen Prediger erinnernden Gesten kund, dass er auch ohne UNO-Mandat eine Koalition der Willigen in den Krieg führen wird. Er verlangt eine klare Trennung – «Wer nicht für uns ist, ist gegen uns» – und behauptet weiterhin, dass es jetzt um einen «Moment der Wahrheit für die Welt» gehe. Diese «Wahrheit» ist Gift für den Tourismus. Das wissen wir schon damals beim Golfkrieg: erfolgte ein massiver Einbruch im Tourismus, und verschiedene Betriebe mussten Kurzarbeit einführen.

Für den Moment gilt es, die Marketinganstrengungen auf die Gästemarkte in Auto- und Zugsdistanz zu konzentrieren. Die Sicherheit der Schweiz wird wieder ein entscheidendes Element sein. Und wie bereits im Golfkrieg werden von Schweiz Tourismus die Anpassungen der entsprechenden Strategien erwartet. Die Branchenverbände sind auch gefordert, ihre Mitglieder durch diese Zeit zu begleiten, sei es um bei der Erstellung von Notmassnahmen Hilfestellung zu leisten oder um alternative Szenarien aufzuzeigen, wie die Auswirkungen der Irak-Krise gemildert werden können.

Krieg hat noch nie dauerhafte Lösungen gebracht. Hingegen wird es dauern, bis die politischen und menschlichen Wunden geheilt sein werden.

INHALT

Tourismus	7/9/10
Hotellerie	11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



IRAK-KONFLIKT / Kommt es zu einem Krieg, ist der Tourismus gefordert. Die Touristiker sind sich der Folgen bewusst, konkrete Massnahmen aber haben die wenigsten eingeleitet. CHRISTINE KÜNZLER

Nahmärkte gewinnen an Bedeutung

Schweiz Tourismus (ST) ist gerüstet: Wenn in Irak der Krieg ausbricht, kann Schweiz Tourismus ein Krisenkonzept aus der Schublade ziehen. Das sagt die ST-Kommunikationsverantwortliche Daniela Bär. Ein längerer Krieg hätte einschneidende Auswirkungen auf den Schweizer Sommer-Tourismus, wenn der ganze Übersee-Markt ausbleibt. ST will «den Fokus auf Nahmärkte und die Schweiz legen», sagt Daniela Bär, «und das Umfeld beobachten». Sie geht davon aus, dass auch bei einer Eskalation des Irakkonfliktes weiterhin gereist würde. «Vor allem mit Auto und Bahn.» Spezielle Inserate-Sujets, wie sie ST nach dem Swissair-Grounding lanciert hatte, stehen zur jetzigen Zeit aber nicht zur Diskussion.

Mittels einer Umfrage bei lokalen und regionalen Tourismusdirektoren versucht ST nun die Stimmung zu erfühlen. Als Reaktion auf das drohende touristische Tief schwebt Daniela Bär «eine gemeinsame Schweiz-Aktion mit allen Destinationen» vor. Je nachdem, wie sich die Situation entwickle, ziehe ST in Betracht, «auf die eine oder andere Aktion zu verzichten und Marketingaktivitäten zu verschieben.»

HOTELLERIE: KURZARBEIT KÖNNTE NÖTIG WERDEN

Sich jetzt schon für konkrete Massnahmen entscheiden wollen sich die meisten von der htr befragten Tourismusverantwortlichen noch nicht. «Zusammen mit starken Partnern wie ST und Exponenten mit Kommunikationspower müssen wir die Botschaft kommunizieren, dass die Schweiz ein sicheres Land ist», findet Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus. Wenn immer möglich, möchte Wallis Tourismus versuchen, in Amerika und Japan das Herbstgeschäft doch noch etwas zu pushen. Die Bündner, so Gieri Spescha, Kommunikationsverantwortlicher bei Graubünden Ferien, fürchten keine unmittelbaren Auswirkungen auf den Tourismus, solange sich der Krieg auf den Irak konzentrieren würde, denn der Anteil von Gästen aus den USA und aus Japan sei im Graubünden gering. Er warnt vor übereifriger «Aktionitis».



EIN KRIEG HÄTTE EINSCHNEIDENDE FOLGEN FÜR DEN TOURISMUS...
... da sind sich alle Befragten einig: Daniela Bär (ST), Urs Zenhäusern (Wallis Tourismus), Gieri Spescha (Graubünden Ferien), Guglielmo L. Brentel (Zürcher Hoteller-Verein), Emanuel Berger (Grand Hotel Viktoria-Jungfrau), Christian Rey und Christoph Juen (beide hotellerieuisse) sowie Thomas Keller (Candrian Catering AG).

«Die Auswirkungen des Krieges werden mit hausgemachten Problemen zusammentreffen, welche die Branche belasten», so Guglielmo L. Brentel, der Präsident des Zürcher Hoteller-Vereins. Er denkt dabei an den starken Franken und die vielen neu gebauten Zürcher Hotels. «Wir klären ab, ob zusätzliche Massnahmen für die Sicherheit der Hotelgäste notwendig sind und nehmen an, dass hotellerieuisse seinen Mitgliedern dabei hilft», so Brentel. Auf Hilfe von hotellerieuisse zählt auch Emanuel Berger, Direktor des Grand Hotel Viktoria-Jungfrau in Interlaken: «Jetzt ist unser Verband gefordert, rasch und unbürokratisch einfache und praktische Lösungen für den Erhalt einer qualitativ hochwertigen und treuen Mitarbeiterschaft – zum Beispiel Kurzarbeit – zu suchen.» Während sich Brentel Gedanken macht, was die

Zürcher Hoteliers bei einem weiteren Rückgang der Zahlen tun würden, nämlich «die Kosten nochmals zu senken versuchen», hat sich auch Berger intensiv mit konkreten Massnahmen der Akquisition, Kostenreduktion und Qualitätssicherung auseinandergesetzt. Eines sei jetzt schon klar: «Die Auswirkungen eines Krieges auf die Ferienhotellerie könnten enorm sein.» Aber auch die Stadthotellerie wäre stark betroffen: Christian Rey, Präsident hotellerieuisse, rechnet für Genf mit einer Einbusse von 8%, falls der Krieg länger dauern würde.

«Wir würden uns selbstverständlich dafür einsetzen, dass, wenn es Einbrüche gibt, die auch zu Beschäftigungslosigkeit führen, staatliche Massnahmen ergriffen werden, um gravierende Auswirkungen aufzufangen oder zumindest abzufedern», verspricht Christoph Juen, Direktor hotel-

lerieuisse. «Was die Kurzarbeit betrifft, die ja gesetzlich klar reglementiert ist, erwarten wir einfach, dass das Vehikel der Kurzarbeit grosszügig interpretiert wird, um die arbeitsmarktlich schwierige Situation überwinden zu helfen.» Juen befürchtet bei einem möglichen Kriegsausbruch gravierende Auswirkungen auf das Ostergeschäft. Und zwar nicht nur bezüglich ausländischer Gäste – auch Schweizer Gäste könnten mit Zurückhaltung reagieren. «Man kann aber wahrscheinlich davon ausgehen, dass sich im Falle eines kurzen Krieges – mit rascher anschliessender Stabilisierung der politischen Grosswetterlage – der längerfristig ungebrochene Mobilitätsdruck wieder rasch durchsetzen wird.» Der Sommertourismus 2003 könne aber noch einiges an Gefährdungspotenzial beinhalten, falls auf

Fortsetzung auf Seite 3

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

REBAG DATA AG

hotel informatik

keys

protel

innov@tive Lösungen seit über 15 Jahren

Seodring 36
8184 Adliswil

01-711-7410 01-711-7429 www.rebag.ch

IM DIENSTE DER GASTRONOMIE.

Scana

Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf
www.scana.ch

Micros

Brauerei Schützengarten AG, St. Gallen

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

ht IN KÜRZE

Personalpolitik / Für Georges Knecht, Leiter Küchen im Berner Inselspital, ist eine gute Personalpolitik sehr wichtig. Knecht plädiert für aktives Zuhören und mehr Normalität und dafür für weniger Technik. **Seite 4**

Berlin / Die ITB zieht eine positive Schlussbilanz. Mehr als drei Viertel der Aussteller sind mit dem Geschäftsergebnis zufrieden. Wichtige Schweizer Hotelgruppen sprechen von einem gedämpften Geschäft. **Seiten 5 und 6**

Trendhotel / Das neue «Westin» am New Yorker Times Square wird von den einen als hässlichste, von den anderen als schönster Hotelneubau bezeichnet. Tatsache ist, dass die Auslastung seit der Eröffnung sehr hoch ist. **Seite 11**

Ascona / Das «Albergo Giardino» feiert am 21. März – nach längeren Umbauarbeiten – Saisonöffnung. Direktor Franz Reicholf hatte alle Hände voll zu tun, um Baustelle und Gästebetrieb unter einen Hut zu bringen. **Seite 12**

Mario da Como / Der Grandseigneur unter den Barmännern spricht über seine Arbeit und seine Gäste. Perfekt wie kein anderer repräsentiert Mario da Como das klassische Bild des Barmanns: Unterhalter, Gesprächspartner und Beichtvater. **Seite 13**

Bartrends / Die klassischen Drinks und Cocktails erfreuen sich wieder steigender Beliebtheit. Alkoholfreie Drinks gewinnen weiter an Bedeutung, vorausgesetzt sie werden attraktiv präsentiert. Eine Umfrage bei Barkeppern zu den neuesten Trends auf **Seite 14**

St. Moritz / An der Bar des «Badrutt's Palace» gehört der legendäre Schaumwein-Pfirsich-Cocktail «Bellini» nach wie vor zu den Bestsellern. An die zweihundert Gläser davon gehen während der Winter-Hochsaison über den Tresen der «Palace-Bar». **Seite 15**

Einrichtung / Foyer und Empfang sind im Hotel die zentralen Orte für Begegnungen und Kommunikation. Gefragt ist eine sensible Interpretation und gekonnte Konfrontation aus Design und Möbelstücken. Entscheidend ist auch die Lichtführung. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Tourismusedirektoren / Waren die Tourismusedirektoren früher eher Verkäufer von Bildern, sind sie heute Manager mit vielen Talenten. Der Verband Schweizer Tourismusedirektoren (VSTD) feiert sein 75-jähriges Bestehen. **CF Seite 1**

Dienstleistungskette / Alle Anbieter touristischer Leistungen der gleichen Region gehören unzertrennlich zusammen wie die Finger einer Hand. Entsprechend hängt die Zukunft des Tourismus von der Zusammenarbeit ab. **CF Seite 2**

Parking / Die Tourismusorte verfolgen verschiedene Projekte, um die Park-Probleme zu lösen. Dazu gehört der Bau kostenloser Parkmöglichkeiten ausserhalb der Zentren. Auch die Polizei zeigt für den Tourismus Verständnis. **CF Seite 3**

Marketing / An der ITB in Berlin haben die beiden Vertreter von Lausanne Tourismus und vom Olympischen Museum verschiedene Kontakte geknüpft. Sie konnten trotz allgemeiner Krise positive Signale ausmachen. **CF Seite 5**

FORUM

Als Gast etwas fremd im eigenen Land

PETER ARBENZ*

Der diesjährige Winter hat den Schweizer Alpen und unserer Tourismuslandschaft einzigartige Bedingungen verschafft. Nach meinen Beobachtungen waren in diesem Jahr die Schweizer Gäste wieder etwas besser vertreten.



Während einer Ferienwoche im Unterengadin ist mir diesen Winter Folgendes aufgefallen:

In letzter Zeit wurde von Bergbahnen, Hotels, Bädern, Gemeinden und Tourismusorganisationen sowie neuerdings auch von Casinobetreibern viel investiert und organisiert. Das Angebot ist vielseitig, dass man beinahe die Qual der Wahl hat. Das infrastrukturelle Angebot stimmt.

Als hervorragend erlebt habe ich die Schweizer Küche. Auch Service und Dienstleistungen hinter den Kulissen sind gut. Diese Arbeiten werden aber zum grössten Teil von Ausländern verrichtet. Sie sind freundlich, zuvorkommend, professionell und vielsprachig. Schweizern sind hier eher selten anzutreffen. Sind für sie die Löhne zu tief und die Arbeitsbedingungen zu hart oder weist das BerufsBild ungenügend, des Sozialprestige auf?

Als Gast fühlt man sich deshalb manchmal im eigenen Land etwas fremd, wenn man in einem Schweizer Hotel einem ausländischen Manager und mehrheitlich ausländischen Mitarbeitern begegnet. Nicht etwa, dass die Leistungen nicht stimmten. Vielmehr erhält man den Eindruck, die Schweizer kehren ihrem Tourismus, einem der traditionsreichen und starken Zweige unserer Volkswirtschaft, innerlich den Rücken. Die Gründe hierfür mögen vielfältig sein.

Vielleicht sind wir ein von Wohlstand und einem Versorgertat bewährtes Volk geworden, in dem elementare und spontane Gastfreundschaft verloren gegangen ist. In dieser Beziehung sind wir offensichtlich ärmer geworden. Da können wir uns ein Beispiel nehmen an der Kultur und der manchmal beinahe überbordenden Gastfreundschaft von Menschen in Süd- und Osteuropa oder in den entlegenen Ecken der Welt. Sie gehört dort noch zu den festen kulturellen Werten, auch dann, wenn kein unmittelbarer Profit daraus entsteht. Im Kontakt mit unseren Gastarbeitern können wir mindestens wieder lernen, was Gastfreundschaft wirklich bedeutet.

* Berater für Strategieentwicklung und Unternehmensführung

DESKLINE / Gregor Fuchs, Geschäftsleiter der Feratel (Schweiz) AG, zum Konkurrenten Tiscover, dem gesättigten Markt Schweiz und dem technologischen Stand der Tourismusbranche. **INTERVIEW: GREGOR WASER**

«Oft fehlt ein richtiger Businessplan»

Gregor Fuchs, 80 Prozent der Tourismusdestinationen benützen Ihre Reservations- und Backoffice-Software Deskline. Mit dem Markteintritt von Tiscover in der Schweiz könnte sich dies bald ändern. Bangen Sie um Ihren Marktanteil?

Der Eintritt von Tiscover fordert uns sicher heraus und sorgt generell für eine Belebung des Marktes. Wir müssen aber aus eigener Erfahrung, dass es nicht ganz einfach ist, in einem neuen Land Fuss zu fassen und wie lange es dauert, das System einem noch wenig bekannten Markt anzupassen. Als neuer Anbieter hat man zwar eine weisse Weste und am «Look and Feel» des Tiscover-Screens ist ja auch nichts auszusetzen. Doch die Installation jedes technischen Systems hat seine Tücken und die Fähigkeiten eines neuen Systems gilt es zunächst einmal unter Beweis zu stellen.

«Für uns gilt ganz einfach: Wir müssen besser sein.»

Wie stark setzt Tiscover mit tiefen Lizenzgebühren das Preisgefüge von Deskline unter Druck?

Ein Preisvergleich dürfte zeigen, dass bei einer grossen Anzahl Buchungen das Tiscover-System teurer wird als unseres. Und ohne Buchung, braucht man ja auch kein System. Wir verlangen keine Kommission auf den Buchungen und die Leistungen, die wir bieten, sind sehr umfassend und mehrfach konkurrenzfähig. Deskline ist eine Gesamtlösung.

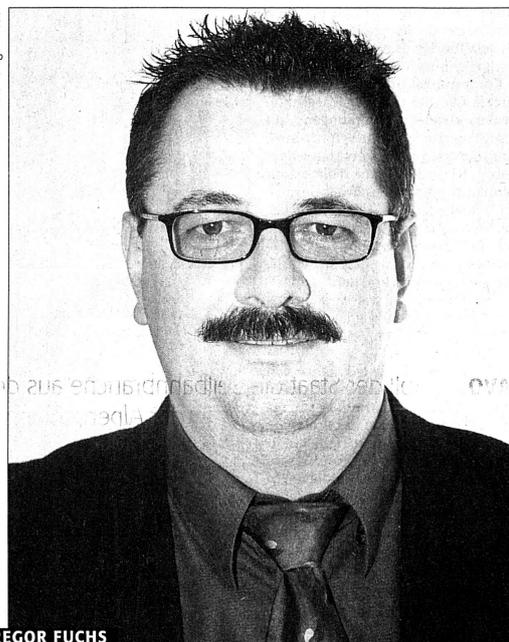
Falls sich das Oberwallis für Tiscover entscheidet, könnten weitere Deskline-Kunden zu Tiscover wechseln.

Die wichtigsten Destinationen im Oberwallis sind weiterhin bei uns: Saas-Fee, Zermatt und Leukerbad. Und sie

Zur Person

Gregor Fuchs (Operations, Marketing und Verkauf) und Daniel Heinecke (Entwicklungsleiter) sind die Geschäftsleiter der Feratel (Schweiz) AG. 1991 gründete sie die Bytelink AG, aus der 1997 die Tourist Online AG mit dem Projekt Deskline hervorging. 2001 erfolgte der Zusammenschluss mit der Feratel Media Technologies AG in Innsbruck. Gregor Fuchs (46) hat eine elektronische Ausbildung absolviert und war mehrere Jahre in den USA tätig im Bereich der Digital- und Medizintechnik. Die 1991 gegründete Bytelink war zunächst im Bereich von Radiospot-Software tätig, bevor erste Projekte im Tourismus (Obersaxen) folgten. Gregor Fuchs ist verheiratet, hat zwei Kinder und wohnt in Rotkreuz unweit des Firmensitzes der Feratel (Schweiz) AG. **GW**

Foto: Gregor Waser



GREGOR FUCHS

«In einer angespannteren Wirtschaftssituation orten wir auch eine Chance.»

diskutieren wohl auch nicht über Tiscover, weil sich für sie ein Wechsel nicht auszahlen würde. Es kann aber schon sein, dass der eine oder andere abspringen wird. Einer unserer Kunden, der auf ein Fremdsystem gesetzt hat, ist nun aber wieder daran, zu uns zurückzukommen. Für uns gilt ganz einfach: wir müssen besser sein. Zudem haben wir mit «Deskline Fit» eine schlankere Version lanciert, die auf kleine Orte ausgerichtet ist, ohne die komplexen Module Inkasso und Pauschal-Buchungen. Eine Einzelplatzlösung kostet weniger als 800 Franken im Monat.

Die meisten Tourismusorte sind mittlerweile mit einem Reservations- und Backoffice-System ausgerüstet. Wie gestaltet sich für Feratel die Zukunft in einem gesättigten Markt?

Grundsätzlich wollen wir unsere Marktstellung halten und die Partnerschaften vertiefen. Dabei stehen auch die Destinationsbildungen im Vordergrund – hier geht es um die System-Einbindung der kleineren Orte. Dank der breiten, schweizerweiten Abdeckung ist die Funktion als Content-Lieferant für uns zunehmend interessant, weil wir auch eine regionale Buchbarkeit gewährleisten können.

Wann kommt die nächste Deskline-Generation auf den Markt, mit welchen Neuerungen?

Wir sind stetig daran, unser System weiterzuentwickeln. Neu sind beispielsweise die Buchbarkeit von Pauschal-Übers Internet, der Ausbau des

Moduls Hotelclient, die Integration von Interprints und eine Cross-Sale-Lösung. Weiter sind wir daran, Gästekarten zu integrieren, eine finanzierbare Lösung auch für kleinere Destinationen zu entwickeln.

Inwiefern spürt Feratel die Wirtschaftslaute und eine Investitionsunlust?

Sicher registrieren auch wir eine verhaltenerere Wirtschaftssituation und die Tatsache, dass generell weniger Systeme, wir wollen etwas erreichen. Gehen Sie doch einmal in ein Reisebüro und versuchen Sie, eine Ferienwohnung zu buchen. Hier zeichnet sich noch viel Potenzial ab. In einer angespannteren Wirtschaftssituation orten wir auch eine Chance. Denn gera-

de ein gutes System kann einer Destination dazu verhelfen, mehr Vertriebskanäle zu finden und effizienter an den Gast heranzutreten.

Wie beurteilen Sie den allgemeinen technologischen Stand der Schweizer Hotellerie- und Tourismusbranche?

Im Vergleich zu Österreich liegt die Schweiz voraus, im Vergleich zu Deutschland noch deutlicher. In der Schweizer Hotellerie ist indes häufig eine mangelnde Budgetierung auszumachen. Ausser bei einigen ganz grossen Häusern liegt selten ein richtiger Businessplan vor. Gerade bei Systeminvestitionen müssen aber auch kleinere Unternehmen eine klare Strategie festlegen und im Detail festhalten, wie viel investiert werden kann. Doch allzu häufig wird das EDV-Dossier vor sich hergeschoben oder bei einem Personalwechsel muss wieder von vorne angefangen werden, weil nicht mehr klar ist, was bis anhin diskutiert wurde.

«In der Schweizer Hotellerie ist häufig eine mangelnde Budgetierung auszumachen.»

Setzt man sich bei einem Technologie-Unternehmen mit einer Vision des Tourismusortes im Jahr 2010 auseinander?

Sieben Jahre sind ein grosses Spektrum. Und blickt man zurück, hat man 1996 die heutige technologische Situation auch nicht richtig einschätzen können. Insofern halten wir uns mit klar umrissenen Szenarien zurück. Unser Motto lautet: erst etwas bis zur Marktreife testen und beenden, bevor wir grosse Ankündigungen machen. Klar für mich ist indes, dass der ganze Content-Bereich eine grosse Rolle spielen wird. Dabei gilt es von der Technik wegzukommen und vieles für den Gast zu vereinfachen. Gerade im Handy-Bereich könnten sich hier markante Verbesserungen abzeichnen.

Feratel (Schweiz) AG

Vor zwei Jahren hat sich die Tourist Online AG, die Entwicklerin der Backoffice- und Reservationssoftware Deskline, mit der Innsbrucker Feratel Media Technologies AG zusammengeschlossen.

In der Schweiz verfügt Feratel über 150 Deskline-Installationen, bei rund 80 Prozent der wichtigsten Tourismusdestinationen. Erfasst sind total 3200 Hotels und 35 000 Ferienwohnungen. Der Buchungsumsatz belief sich im Jahr 2002 auf 38 Mio. Franken. Ein markantes Wachstum verzeichnet

Deskline bei den Online-Buchungen über den Service-Concentrator: im Januar 2003 erreichte dieser Anteil 1,6 Mio. Franken. Weitere Feratel-Geschäftsfelder sind TV-Panoramabilder (mit der Tochterfirma CBS-Feratel in Kloten), die Verfügbarkeit einer Akkreditierungssoftware für Grossanlässe (z.B. Ski-WM in St. Moritz), und ab April werden die ersten Informataren mit Online-Buchbarkeit im Flughafen Zürich-Kloten und im Zürcher Hauptbahnhof in Betrieb genommen. **GW**

Fortsetzung von Seite 1

den Krieg terroristische politische Aktionen im Untergrund folgen würden, welche die potenziellen Gäste weltweit einschüchtern.

JUNGFRAUBAHN REAGIERT

Die Jungfraubahnen sind bereits aktiv geworden: Mit gezielten Werbemassnahmen und Aktionen in der Schweiz und im angrenzenden Ausland soll ein allfälliger Rückgang von Gästen aus Asien und Übersee kompensiert werden. Der Pächter der Restaurations-

betriebe auf dem Jungfrauoch, Urs Zumbund, setzt zudem auf Sonderangebote: «Wir bieten im Rahmen des Bahn-Spezialangebots für Familien auf Jungfrauoch einen Kinderteller für 9 Fr. und Menus ab 14 Fr. an und werben dafür auch im Europapark Rust.»

Thomas Keller, Geschäftsleitungsmitglied der Zürcher Candrian Catering AG, will sich von der Irak-Krise in der langfristigen Strategie nicht beeinflussen lassen. Die Umsatzentwicklung des Unternehmens werde genau verfolgt, und monatlich werde eine Standortbestimmung gemacht. Weitere

bedeutende Umsatzeinbussen in der Gastronomie erwartet Keller, egal wie sich ein allfälliger Krieg entwickle, ohnehin nicht mehr: «Die Umsatzrückgänge sind bereits Tatsache, es wird kaum mehr grosse Bewegungen nach unten geben.» Unternehmen sollten nicht nur in einer Krise, sondern auch in Zeiten der Hochkonjunktur eine langfristige Strategie verfolgen. Auf keinen Fall würde Candrian Catering auf ein einziges Ereignis abstellen und Massnahmen wie beispielsweise Entlassungen ins Auge fassen. *Mitarbeit: CM, TRU, JKV*
Siehe auch CF, Seite 1

TOURISMUS-WELTVERBAND / Irak-Krise

«Furchtbarer Schlag»

Der Tourismus-Weltverband WTO hat den erwarteten Irak-Krieg als «furchtbaren Schlag» für die ohnehin «von der Wirtschaftskrise geschwächte» Branche bezeichnet. «Noch bevor er begonnen hat, hat der Konflikt schon harte Auswirkungen auf den Sektor», sagte der Generalsekretär der Organisation, Francesco Frangialli, in Madrid.

Nur bei einer kurzen Auseinandersetzung und anschlies-

send rascher Beruhigung der Lage könnten die Auswirkungen begrenzt werden.

Mit Blick auf das Verhalten der Konsumenten zeigte sich Francesco Frangialli zumindest mittelfristig zuversichtlich: «Das Bedürfnis zum Verreisen ist tief verwurzelt», betonte er. «Die Konsumenten können ihre Abreise verschieben und das Reiseziel ändern – aber sie werden immer wegfahren wollen.» *TRU/sda*

Motion wurde gutgeheissen

Schaffhausen. Der Kantonsrat hat eine Motion zur Tourismusförderung mit 42 Ja gegen 20 Nein gutgeheissen. Eingereicht wurde die Motion, mit der eine gesetzlich garantierte Abgabe zugunsten der Tourismusförderung verlangt wird, von SP-Kantonsrat Ernst Schläpfer. Johann R. Wespi, Direktor von Schaffhausen Tourismus, ist zuversichtlich bezüglich der damit verbundenen Gesetzesänderung. *TRU/sda*

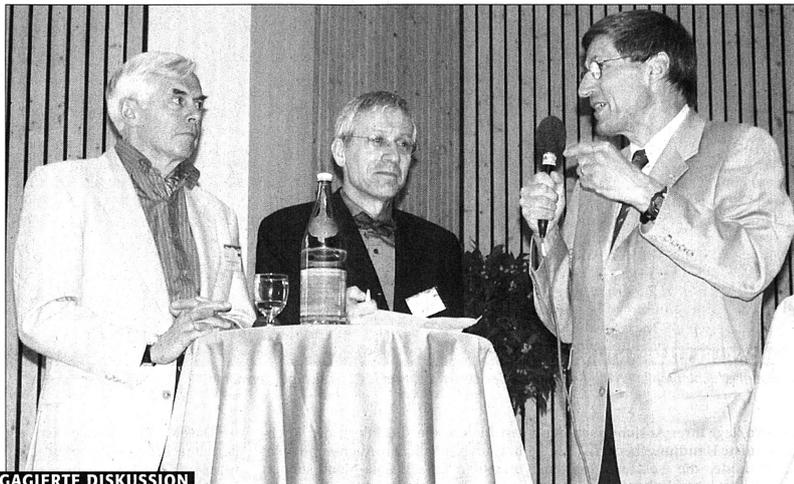
GRAUBÜNDEN / Kampf gegen hohe Zahl von Lehrabbrüchen

Das Image verbessern

In der Hotellerie und Gastronomie liegt die Auflösungsquote der Lehrverhältnisse – und zwar in allen Berufen – weit über dem Durchschnitt anderer gewerblicher Branchen. In den letzten sechs Jahren wurden pro Jahr bis zu 16,3 Prozent der Lehrverträge bei den Köchen wieder aufgelöst. Aber auch bei allen anderen Berufsausbildungen in der Hotellerie und Gastronomie brachen mehr als 10 Prozent der Jugendlichen ihre Lehre ab. Der Durchschnitt anderer gewerblicher Branchen liegt ungefähr bei 7 Prozent.

Die hohe Anzahl der abgebrochenen Lehrverhältnisse wirkt sich negativ auf das Image der Branche aus und hält zahlreiche Jugendliche davon ab, eine Berufsausbildung in der Hotellerie/Gastronomie zu absolvieren.

Foto: Sonja Stalder



ENGAGIERTE DISKUSSION

«Subventionen verhindern Strukturveränderungen», sagte Walter Steuri von den Jungfraubahnen (rechts). Er stützte damit die These von ETH-Professor Bernd Schips (links). Nicht einverstanden war Peter Vollmer, Direktor Seilbahnen Schweiz (Mitte).

ÜBERSTUNDEN UND LANGE ARBEITSZEITEN

Um den Ursachen der hohen Auflösungsrate auf den Grund zu gehen, führten GastroGraubünden und der Hoteliereverein Graubünden im vergangenen Herbst auf der Alp Stätz ein Lehrlingsforum unter dem Motto «Ufsteller und Ablöcher» durch, an welchem über 140 Lehrlinge teilnahmen.



Lehrlingsforum auf der Alp Stätz.

Aus den positiven und negativen Äusserungen der Lehrlinge sowie der diskutierten Lösungsmöglichkeiten resultierten zwei Broschüren, welche diese Woche präsentiert wurden: Die Informationsbroschüre für Lehrlinge fasst die wichtigsten «Ufsteller und Ablöcher», welche die Lehrlinge am Lehrlingsforum vorbrachten, zusammen. Kritisiert wurden insbesondere zu viele Überstunden, lange Arbeitszeiten, aggressive, launenhafte Chefs, fehlendes Verständnis für Probleme, zu hohe Abzüge für Kost und Logis. Zu den Aufstellern zählen unter anderem: gutes Teamwork, gutes Arbeitsklima, gute Aus- und Weiterbildung, viele Aufstiegsmöglichkeiten.

Die andere Broschüre, die so genannte «Lehrmeisterinformation», gibt den Ausbildungsverantwortlichen wertvolle Tipps und Hinweise, die sie im praktischen Alltag mit ihren Lehrlingen umsetzen können. Sie soll somit direkt zur Verbesserung der Ausbildungsqualität beitragen. Die «Lehrmeisterinformation» wurde kürzlich allen Lehrbetrieben zusammen mit einem Ausbildungskit zugestellt. *DST*

DAVOS / Soll der Staat die Seilbahnbranche aus der Finanzierungsfrage führen? Dies wurde am Tourismusforum der Alpenregionen diskutiert. *SONJA STALDER*

«Eine Strukturbereinigung tut immer weh»

Im Grundsatz waren sich alle einig: die Seilbahnbranche braucht den Strukturwandel. Ob der Staat diesen Wandel unterstützen soll und kann, da schieden sich hingegen die Meinungen der Teilnehmer der Podiumsdiskussion am Tourismusforum der Alpenregionen in Davos. «Subventionen verhindern Strukturveränderungen», sagte Walter Steuri, der Vorsitzende der Jungfraubahnen. Er folgte damit als Einziger der radikalen These des ETH-Professors Bernd Schips (siehe auch htr 11/03). Diese Haltung «ärgerte» – nach eigenem Bekunden – den Direktor von Seilbahnen Schweiz, Peter Vollmer: «Diese Gleichsetzung von Subventionen und Krückenbranche: das ist doch nichts anderes als eine populäre Verkürzung.» Von den mehr als hundert Forumsteilnehmern erhielt er dafür spontan Applaus. Kein Wunder: das Publikum setzte sich mehrheitlich aus Seilbahn-Vertretern zusammen. Vor der Diskussion hatte Peter Keller, Leiter Ressort Tourismus im Staatssekretariat für Wirtschaft, die Haltung des Bundes erklärt: «Die Restrukturierung ist eine Frage des Marktes. Der Staat kann aber den Strukturwandel – aus regionalpolitischen Überlegungen – begleiten.»

Diese «regionalpolitischen Überlegungen» waren es denn auch, die in der Diskussion zu Fragen führten. Ein Forumsteilnehmer wollte wissen: «Wie erkläre ich den Bewohnern eines abgelegenen Tals, dass ihre Bahn keine Zukunft mehr hat?» Eine abschliessende Antwort erhielt er auf diese schwierige Frage indes nicht. Walter Steuri hielt einzig fest: «Es gibt keine Strukturbereinigung, die nicht weh tut.» Rico Maggi vom «Istituto Ricerche Economiche» in Lugano argumentierte, dass

solche Fälle Aufgabe der Kantone seien, nicht aber der staatlichen Seilbahnförderung.

«Wenn der Staat uns die Steine aus dem Weg räumen würde, dann wären die Almosen nicht mehr nötig», wandte ein weiterer Forumsteilnehmer ein. Als Beispiele für solche «Steine» nannte er Umweltauflagen und Liegenschaftssteuern. «Das Umweltproblem hat an Bedeutung verloren», entgegnete ihm Peter Vollmer. Und Bernd Schips wies darauf hin, dass die Schweiz im internationalen Vergleich über eine «aussergewöhnlich niedrige Steuerquote» verfüge. – Eine Feststellung, welche Podiumsteilnehmer aus Deutschland und Österreich bestätigten konnten.

Mehrmals wurde im Übrigen das neue Seilbahngesetz erwähnt, das derzeit ausgearbeitet wird. Peter Keller forderte, dass dieses Gesetz zu einer «flexiblen Konzessionspolitik» und zu einer «administrativen Entlastung durch Einheitsbewilligungen» führen solle. Zudem müssten die Sicherheitsvorschriften an europäische Normen angepasst werden.

BESCHNEIUNGSANLAGEN: EIN SERVICE PUBLIC?

Ein weiteres Thema, das der Moderator Hansruedi Müller zur Diskussion stellte, waren die Beschneidungsanlagen: Gehören diese zum Service public und müssen deshalb von der öffentlichen Hand unterstützt werden? Als eine «sehr kühne Forderung» bezeichnete Peter Vollmer dieses Anliegen, das von Bündner Bergbahnvertretern im letzten Jahr aufgeworfen worden ist. Aus seiner Sicht gehören Beschnei-

ungsanlagen zu den üblichen Unternehmensinvestitionen. Walter Steuri erwähnte ein Beispiel aus seiner Region, wo die Destination gemeinsam eine Beschneidungsanlage finanziert hat. Laut dem Ökonomen Schips ist dieser Weg der einzig mögliche; ein Service public seien Beschneidungsanlagen keinesfalls. «Solange wir noch politische Verwaltungsräte haben, nützt alles nichts», sagte Walter Steuri auf die Frage von Hansruedi Müller, was die Branche selbst unternehmen könne, um die staatliche Abhängigkeit möglichst gering zu halten. Eine ebenfalls wichtige Rolle spiele die Professionalisierung und die Kooperationsbereitschaft, ergänzte Peter Vollmer. Er insistierte aber deutlich: «Die Branche hat die Zeichen der Zeit erkannt. Wir sind auf dem Weg.»

Beispiel Tschierschen

Ein auch in der Branche nicht umstrittenes Beispiel präsentierte der Sanierer Andrea Brüesch: Die Bergbahn im abgelegenen Bündner Dorf Tschierschen befand sich Ende der 90er-Jahre kurz vor dem Konkurs. Eine finanzielle und betriebliche Sanierung hat das Unternehmen jedoch im letzten Moment gerettet und damit den Wintertourismus im Ort erhalten. Für die betriebliche Sanierung hat die öffentliche Hand mit 3,6 Mio. Franken «massive Unterstützung» geleistet, wie Brüesch selber sagte. Diese «Anschubfinanzierung» sei aber gerechtfertigt gewesen, das Unternehmen befinde sich heute auf gutem Weg. *SST*

KURZ UND BÜNDIG

Graubünden. Die CVP Graubünden tritt für eine gezielte Förderung des Tourismus im Kanton ein. Festgehalten wird dies in einem Positionspapier, in welchem auf «die ausserordentliche Bedeutung des Tourismus» hingewiesen wird. Die Betriebe hätten eine unbefriedigende Kapitalstruktur und seien zu hoch fremd verschuldet. Gefordert werden laut der «Südostschweiz» neue Finanzierungsformen. Zudem sei die steuerliche Belastung auf ein tragbares Mass zu reduzieren. *TRU*

Reklame

BESTECK
 SANTI ANDREA
 PINTINOX
PORZELAN
 STEFELITE
 FIGGIO NORWAY
 KPM
 Schonwald
GLAS
 OBERGLAS 1806
 Exklusiv bei
 Buhecker
 Tel. 041 360 42 44
 www.buhecker.ch

GEORGES KNECHT / Der Küchenchef ist Leiter Küchen im Berner Insepspital. Ihm ist eine gute Personalpolitik sehr wichtig. Er plädiert für mehr Normalität und weniger Technik. Aktives Zuhören ist ein wichtiger Punkt in der Insel-Philosophie. **INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER**

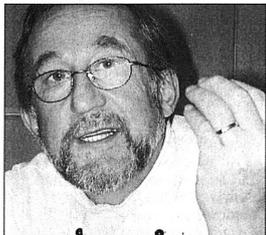
«Wir reden sehr viel miteinander»

Das Personalrestaurant im Insepspital ist beispielhaft schön gestaltet. Wie wichtig ist Ihrer Ansicht nach ein schönes Personalrestaurant für das Arbeitsklima?

Uns ist ein schönes Personalrestaurant sehr wichtig. Wir wollten in der «Insel» eine Oase der Ruhe schaffen. Die Mitarbeitenden sollen sich hier entspannen und auf andere Gedanken kommen können. Das ist uns gelungen. Auch im Hotel ist es wichtig, ein angenehmes Personalrestaurant zur Verfügung zu stellen. Das weiss ich aus eigener Erfahrung von meiner Tätigkeit im «Bürgenstock»: Damals, es war vor rund 30 Jahren, verpflegten wir Mitarbeitenden uns in einem hellen Essraum mit einer wunderschönen Aussicht. In solchen Personalrestaurants isst es sich doch ganz anders, als in Räumen, die irgendwo im Keller oder auf der 7. Etage liegen. Das wirkt sich auf die ganze Arbeitsmoral aus.

Jeder zweite Koch wechselt nach sieben Jahren die Branche. Weshalb?

Sicher nicht wegen der Personalrestaurants ... Wenn ich genau wüsste weshalb, wäre das schön und man könnte gemeinsam entsprechend reagieren respektive agieren. Wenn wir es fertigbringen, den Kochberuf so zu gestalten, dass er interessant, schön und – auch lohnmassig – mit anderen Berufen konkurrenzfähig ist, dann hätten wir weniger Absprünge. Die Führungsverantwortlichen können diesbezüglich viel Einfluss ausüben. Je mehr es ihnen gelingt, den Kochberuf mit seinen Vor- und Nachteilen schmackhaft zu machen, je transparenter und ehrlicher sie sind, desto mehr werden sie ihre Mitarbeitenden überzeugen können. Es zeigt sich immer wieder, dass das funktioniert.



Georges Knecht: «Unser Event ist, das Gemüse zu rüsten.»

Fotos: Christine Künzler



PERSONALRESTAURANT INSEPSPITAL

Der Raum ist lichtdurchflutet, die Auswahl an Speisen gross. Hier lässt es sich gut verweilen.

Wo liegt Ihrer Ansicht nach der dringendste Handlungsbedarf?

Ich finde, die Lehrlinge sollten generell besser geschult werden. Je anspruchsvoller wir den Beruf gestalten, desto interessanter wird er für Lehrlinge, die sowohl im schulischen als auch im praktischen Bereich begabt sind. Eine Berufsmatur beispielsweise wertet den Koch-Beruf auf. Natürlich ist das nicht in jedem Betrieb möglich, aber es gibt genügend Betriebe, wo es eben machbar wäre. Heute aber wird die Gastronomie oft als Auffangnetz für nicht so begabte Jugendliche gesehen, teilweise auch unter dem Motto «besser das als gar nichts». Natürlich finde ich es richtig und wichtig, Jugendliche zu integrieren, die es nicht so einfach haben. Von unseren 15 Koch-Lehrlingen beispielsweise müssen nicht alle Superstars sein; wir ermöglichen auch jungen Leute eine Lehrstelle, die es nicht so einfach im Leben haben. Manchmal sind dann die Prüfungsergebnisse dementsprechend, was von uns allen mitgetragen wird. Wichtig ist es, dass wir Lehrstel-

len bieten, die die Pflege des Kochberufes ermöglichen. Auch wenn nicht an jedem Tag ein Gala-Menü serviert werden kann. Und wichtig ist, dass der Führungsverantwortliche seine Be-

«Ich finde, die Lehrlinge sollten generell besser geschult werden.»

geisterung vermitteln kann. Manchmal frage ich mich, ob unsere Führungsverantwortlichen nicht doch zu jung sind. Einige werden in eine Position gehievt, für die sie ausbildungsmässig gar nicht vorbereitet sind. Es ist doch schlicht nicht möglich, dass ein 24-Jähriger eine Küchenchefposition innehaben kann.

Nach welcher Philosophie führen die Küchenchefs in der «Insel»?

Unsere Philosophie ist eigentlich einfach: den Mitarbeiter als gleichwertigen Partner behandeln. Klar braucht es eine gewisse Hierarchie. Wichtig aber ist, dass nicht diktatorisch, sondern gemeinsam geführt wird. Die Führenden müssen ihre Philosophie vorleben, sie können nicht nur verlangen, sie müssen auch geben.

Ein konkretes Beispiel gelebter «Insel»-Philosophie?

Wir reden viel miteinander und bemühen uns, eine Kommunikation aufzubauen, bei der das Gegenüber spürt, dass es ernst genommen wird. Es gilt ein Klima zu schaffen, in dem Kritik ausgesprochen und angenommen werden kann. Ein Beispiel: Wir stellen jeden Morgen zwischen 900 und 1200 Sandwiches her. Ich mische mich jeweils unter die Mitarbeitenden und komme mit ihnen ins Gespräch. Wir reden über Fussball, Skifahren oder was den Betreffenden gerade interessiert. Oft kann ich durch das Gespräch beim einzelnen Mitarbeiter etwas bewirken. Für mich sind diese Ge-

sprache eine wichtige Möglichkeit, herauszufinden, wo der Schuh drückt.

Ihre Philosophie beruht also auf der Befriedigung des urmenschlichsten Bedürfnisses, dem, gehört zu werden.

Ja, absolut.

Events, um Ihre Mitarbeitenden zu motivieren, brauchen Sie also keine?

Unser Event ist doch der, am Morgen Sandwiches zuzubereiten, das Gemüse zu rüsten oder täglich unsere Patienten kulinarisch zu verwöhnen. Wenn alle zusammen arbeiten und reden, ist das ein Event. Man sollte vermehrt zurück zum Normalen kommen. Oft setzen wir zu viel «Technik» ein, um von unseren Schwächen abzulenken.

«Die Führenden müssen ihre Philosophie vorleben.»

Wie hoch ist die Fluktuationsrate in den «Insel»-Küchen?

Sehr gering. Die «Insel» lässt sich aber nicht mit gastgewerblichen Betrieben vergleichen. Durch unsere Grösse und Struktur können wir den Köchen ein fachlich interessantes Umfeld bieten: Die Patientenessen – auf relativ hohem Niveau – und die Restauration, die von der einfachen Speise bis zum Galadiner alles umfasst. Auch der Vorteil der geregelten Arbeitszeit zählt. Wir haben jetzt begonnen, für pensionierte Köche Jungköche einzustellen, mit denen wir einen befristeten Vertrag von höchstens drei Jahren abschliessen. In dieser Zeit absolvieren die meisten eine höhere Fachprüfung, zum Beispiel die Berufsprüfung Gastronomiechef, Spitalkoch, Diätkoch oder eine Handelschule. Anschliessend helfen wir ihnen bei der Stellensuche.

Georges Knecht arbeitet seit 20 Jahren im Insepspital Bern und ist Präsident des Schweizer Kochverbands. Vorher war er in folgenden Betrieben tätig: «Bürgenstock», «Bürgenstock», «Bellevue Palace», Bern, «Schweizerhof» und «Flüela». Davos sowie in verschiedenen Hyatt-Häusern im fernen Osten und Südamerika.

MITARBEITERPOLITIK / Der Erfolg eines gastgewerblichen Unternehmens hängt zu einem grossen Teil von einer guten Personalpolitik ab. Dazu gehört, dass alle Punkte im Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes eingehalten werden. **CHRISTINE KÜNZLER**

Gute Bedingungen binden das Personal

Hoteliere und Gastronomen, die auf eine menschliche Personalpolitik setzen, sind erfolgreich. Ein bekanntes Beispiel dafür ist der ehemalige «Giardino»-Hotelier Hans C. Leu. Es gibt aber auch andere Beispiele, wie der Küchenchef Georges Knecht, der im Berner Insepspital für ein gutes Arbeitsklima sorgt (siehe obenstehendes Interview). Zu einer guten Personalpolitik gehört die Respektierung des Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes (L-GAV) in allen Punkten. Das ist noch nicht in jedem Schweizer Hotel und Restaurant so. Das zeigt zum Beispiel der Jahresbericht der Aufsichtscommission für den L-GAV des Gastgewerbes. Dort ist festgehalten, dass die Kontrollstelle für L-GAV des Gastgewerbes im Jahr 2001 aufgrund von Klagen seitens Mitarbeitenden 271 Klagen (in 110 Hotels und 161 Restaurants) durchgeführt hat. Die Kontrollstelle prüfte 1186 beklagte Punkte des L-GAVs. Die Klagen betrafen die Entlohnungssysteme, die Min-

destlöhne, den 13. Monatslohn, die Arbeitszeiten, die Ferienregelung, die Feiertage, Arbeitspläne und die Arbeitszeitkontrollen. Manchmal geschehen solche Verletzungen des L-GAV nicht absichtlich, sondern aus Unachtsamkeit. Deshalb lohnt es sich, bei Unsicherheiten Auskünfte einzuholen (siehe Kästen).

SORKENKIND ARBEITSZEITKONTROLLE

Die Kontrollstelle wird nicht nur aufgrund von Klagen aktiv, sondern sie macht auch Stichproben. So geschehen im Bereich der Arbeitszeitkontrollen: Eine bei 1000 Betrieben durchgeführte Stichprobe hat ergeben, dass rund 30 Prozent der Betriebe keine oder eine ungenügende Arbeitszeitkontrolle führen. «Einige Hoteliere und Restaurateure», so Stefan Unternährer, Leiter Rechtsdienst der Hotel & Gastro Union, hätten zwar eine Arbeitszeitkontrolle

auffüllen lassen, sie aber nicht unterschrieben. Somit war sie ungenügend. Laut L-GAV müssen alle verordneten Überstunden aber mit einem Zuschlag von 25 Prozent (vom Bruttolohn) abgegolten werden. Die normale Arbeitszeit darf wöchentlich nicht höher sein als 42 Stunden bei 5 Wochen Ferien und 41 Stunden bei 4 Wochen Ferien. Einzige Ausnahmen sind Kleinbetriebe mit maximal vier Mitarbeitern sowie Saisonbetriebe während Spitzenzeiten: Dort beträgt die Arbeitszeit 45 beziehungsweise 44 Stunden. «Diese Gratisüberstunden-Mentalität spielt eine wesentlich grössere Rolle, als man annimmt», so Unternährer. Die Aufsichtscommission hat nun beschlossen, im Herbst 2003 nochmals eine Stichprobe zum Thema Arbeitszeitkontrolle durchzuführen. Denn dieses Instrument ist für die Hoteliere und Gastronomen ein wichtiges: Es hilft beim Abrechnen der Überstunden und bei der Koordination der Mitarbeiter-Einsätze. Letztlich ist

die Arbeitszeitkontrolle ein unerlässliches Instrument, um die betrieblichen Abläufe und die Betriebskosten zu optimieren.

TEURER VERLUST VON KNOW-HOW

«Wir führen pro Jahr etwa 1000 Prozesse wegen Verletzung des L-GAVs», hält Unternährer fest. Er rechnet mit einer weiteren Dunkelziffer. «Die Ängste der Mitarbeitenden spielen eine grosse Rolle; viele melden sich nicht und verlassen die Branche. Ein teurer Know-how-Verlust», gibt er zu bedenken. Er plädiert dafür, die Branche «für den Arbeitsmarkt fit» zu machen, so dass sich die Mitarbeitenden wohl fühlen und länger bleiben. Jeder zweite Koch beispielsweise verlässt nach sieben Jahren die Gastronomie (bei dieser Statistik sind die Köche mitgezählt, die bereits in der Lehre aussteigen). Wer früher als Casserolier in einer

Küche gearbeitet habe, suche sich heute eine Stelle beispielsweise in einer Schreinerei. Dort verdiene er mehr und habe geregelte Arbeitszeiten. Fazit: Das Gastgewerbe kann zwar nicht die gleichen Arbeitszeiten wie eine Schreinerei bieten, doch sind eine gute Planung und eine saubere Kontrolle ein Schritt in die richtige Richtung.

Wo informieren?

Wer Fragen zum L-GAV hat, bekommt bei folgenden Stellen Auskunft:
Kontrollstelle für den Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes, www.l-gav.ch, Telefon 061 272 51 46
Rechtsberatung hotelleriesuisse, Telefon 031 370 43 50, www.swiss-hotels.ch
Hotel & Gastro Union, Telefon 041 418 22 22, www.CastroLine.ch
GastroSuisse Telefon 01 377 51 11, www.gastroprofessional.ch CK

REISEANALYSE / So reisen die Deutschen

Gefragt ist Österreich

Für 40 Prozent der Deutschen spielte Anfang dieses Jahres die Gefahr von Terroranschlägen für die Entscheidung, zu verreisen oder nicht, eine mehr oder weniger grosse Rolle. Das hat die Reiseanalyse der Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen (FUR) in Hamburg und Kiel ergeben. Rund 8000 Deutsche sind dazu befragt worden.

Im November letzten Jahres gaben lediglich 21 Prozent an, die Terrorgefahr beeinflusse ihre Reiseentscheidung. Aber: sie beeinflusst nicht das Reiseverhalten, sagten 60 Prozent der Befragten (im November 2002 waren es knapp 80%). Mit anderen Worten: Die Deutschen reisen trotzdem, aber sie wählen sich andere Reiseziele aus.

An erster Stelle stehen Inlandreisen: Das Interesse an Ferien in Deutschland ist am grössten. An zweiter Stelle steht Spanien und an dritter Stelle Österreich. Das Interesse an Österreich ist in diesem Jahr um 20 Prozent gestiegen im Vergleich zu 2001, Deutschland kann ein Plus von 9 Prozent verzeichnen.

Dass Österreich so viel zulegen kann, liegt laut den FUR-Verantwortlichen daran, dass der Faktor Sicherheit für die Deutschen der ausschlaggebendste überhaupt sei. Dass die Schweiz – obwohl gerade dort die Sicherheit gross ist – in der Hitparade der Feriendestinationen der Deutschen weit hinten rangiert, liege am Preis. Die Schweiz sei für die Deutschen zu teuer, so die Verantwortlichen der Reiseanalyse.

NICHT FERIENMÜDE, ABER SPARSAMER

Gefragt nach der Art der Ferien, schwingen die Wellnessferien bei den Deutschen klar oben aus. An zweiter Stelle steht der All-inclusive-Club-Urlaub. Der Anteil jener Deutschen, die bereit sind, für ihre Ferien mehr Geld als bis anhin auszugeben, ist auf 24 Prozent gesunken (2001: 46%, 2002: 30%). Das heisst aber nicht, dass die Ferien für die Deutschen weniger wichtig geworden sind, denn es sei keine Ferienmüdigkeit auszumachen. Ferien sind in Deutschland zu einem normalen Konsumgut geworden, obwohl letztes Jahr die Reiseintensität leicht gesunken war. Trotz Marktverlusten hat sich die grundlegende Einstellung der Deutschen zu Pauschalreisen in den letzten vier Jahren kaum verändert. Die Verluste der Reiseveranstalter im Vorjahr dürften also eher eine Folge der veränderten Reiseziele sein.

Gut zwei Drittel der Deutschen haben Anfang 2003 bereits mehr oder weniger konkrete Ferienpläne. Das sind etwas weniger als im Jahr 2002. 29 Prozent können sich vorstellen, dieses Jahr mit einer Billig-Airline zu verreisen. Das bedeutet ein riesiges Potenzial, denn letztes Jahr nutzten nur 3,4 Prozent ein solches Angebot. CK

www.fur.de

Kurzfristige Trends

Martin Lohmann, Professor am Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Norddeuropa GmbH, Kiel, informiert die Schweizer Aussteller über Trends betreffend deutscher Reisender (vgl. Htr Nr. 11): Das Reisevolumen nimmt zu, es entstehen neue Zielgruppen. Die Ansprüche der deutschen Reisenden werden differenzierter, Qualität ist gefragt, jedoch werden die Deutschen zunehmend preissensibler. Sie wollen sich mehr passiv denn aktiv erholen. Mittelfristig bevorzugen die deutschen Gäste ferne Reiseziele, obwohl ihre Reisen immer kürzer werden. Flugreisen, vor allem mit Billig-Airlines, sind im Aufwind. Die Deutschen buchen zunehmend mehr bei Reiseveranstaltern und das Internet wird immer wichtiger. CK



KRISE ALS CHANCE

Wer gut vorbereitet an die Veranstaltung geht, kann sich an einer Messe mit internationalem Krisenumfeld umso besser behaupten. Das zeigte die Internationale Tourismus-Börse (ITB) 2003 in Berlin.

SCHLUSSBILANZ / Die Zahl der ITB-Fachbesucher blieb stabil. Mehr als drei Viertel der Aussteller sind mit dem Geschäftsergebnis zufrieden. **KARL JOSEF VERDING**

«Branche hat die Chance dieser Messe genutzt»

«An der ITB Berlin hat die Branche eine klare Botschaft verkündet: Trotz schlechter Buchungslage stecken wir die Köpfe nicht in den Sand, sondern nutzen die Krise als Chance – nicht zum Abbau, sondern zur Neustrukturierung.» So bilanziert Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, die fünf Tage der Internationalen Tourismus-Börse (ITB).

9971 Aussteller (2002: 9678) aus 181 Ländern und Gebieten, die alle Sparten der internationalen Tourismus-Wirtschaft vertreten, beteiligten sich an der ITB 2003. Insgesamt kamen zur ITB Berlin 129 943 Besucher (2002: 122 980). Die Zahl der Fachbesucher blieb mit 67 000 aus 180 Ländern stabil. Die Zahl der Privatbesucher konnte gestiegen werden.

Auch die Zahl der Medienvertreter ist stabil. 6500 Journalisten aus 79 Ländern kamen an die ITB Berlin 2003.

75% DER AUSSTELLER SIND ZUFRIEDEN

Wie die Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut ergab, haben 48 Prozent der Aussteller von zahlreichen Geschäftsabschlüssen berichtet. Mehr als drei Viertel sind

mit dem geschäftlichen Erfolg der Messebeteiligung zufrieden. 80 Prozent erwarten ein zumindest zufriedenstellendes Nachmessegeschäft. Ein gutes bis sehr gutes Nachmessegeschäft erwarten 46 Prozent.

Die wirtschaftliche Entwicklung der Tourismus-Branche wird von den Ausstellern verhalten eingeschätzt. 47 Prozent schätzen die wirtschaftliche Entwicklung im Frühjahr 2004 im Vergleich zu heute als günstiger ein.

MITTELFRISTIG POSITIVE MARKT-ERWARTUNGEN

Das geschäftliche Ergebnis ihres Messebesuches beurteilten mehr als 90 Prozent der Fachbesucher als positiv. 18 Prozent von ihnen konnten im Verlauf der ITB Berlin bereits Geschäftsabschlüsse tätigen, und zwei Drittel knüpfen neue geschäftliche Kontakte. Etwa die Hälfte der Fachbesucher erwartet, dass es nach der ITB Berlin zu weiteren Verhandlungen kommt.

Die Fachbesucher äussern sich verhalten über die aktuelle Lage der Branche. Fast zwei Drittel bewerten die derzeitige Situation der Tourismus-Branche negativ. Mittelfristig

schätzt die Mehrheit allerdings die wirtschaftliche Entwicklung als günstig ein.

Besonders im Trend liegen gemäss der Bilanz der ITB-Veranstalter die Marktsegmente Kulturreisen, Wellness, Kreuz- und Flussfahrten und Naturtourismus.

NEUE LAUFZEIT DER ITB FAND ZUFÜHRUNG

Drei Viertel der Fachbesucher sind mit der neuen Laufzeit der ITB Berlin (offen für das Reisepublikum von Freitag bis Sonntag, reine Fachbesuchertage am Montag und Dienstag) zufrieden.

Mehr als die Hälfte des reiseinteressierten Publikums kam auf die ITB 2003, um sich über Reisen zu informieren und ihren Urlaub zu planen. 43 Prozent suchten nach Detail-Informationen zu bestimmten Reisezielen.

Ihre voraussichtliche Teilnahme an der ITB 2004 haben schon heute 89 Prozent der Aussteller angekündigt. Die Internationale Tourismus-Börse ITB Berlin 2004 findet vom 12. bis 16. März auf dem Messegelände Berlin statt.

Zur Messebilanz von Schweizer Ausstellern siehe Seite 6.

«E-Business vom Einzelbetrieb bis zum Global-Netzwerk»

«In der Reisebranche – wie in vielen anderen Branchen – werden sich die Internet-Strukturen und -Systeme deutlich verändern müssen», erklärte Paul A. Stodden, Vorsitzender des Bereichsvorstandes Siemens Business Services, vor dem Auditorium des Travel Technology Congress der ITB. Die aktuelle Krisensituation sei eine Chance für erfolgreiche Player der Reisebranche: «Sie nutzen die schwierige Umsatz- und Margensituation dazu, um nicht nur die Prozesse effizienter zu gestalten und die Kosten zu senken, sondern auch um Wachstumsschwächen über proaktiven Verdrängungswettbewerb zu kompensieren. Im Vorteil seien diejenigen, denen es gelinge, über innovative Themen den Wettbewerbern Marktanteile wegzunehmen.

Den Aufbau durchgehender E-Business-Lösungen hält Stodden dabei

für die zentrale Aufgabe. «Die Komplexität, die in der Hektik der 90er-Jahre in der Internet-Technologie entstand, gilt es jetzt abzubauen, um die einzelnen Teile besser zu integrieren und aufzustellen.» Der erste Schritt bestehe darin, die bestehenden Systeme und Anwendungen zu vernetzen sowie die knappen Ressourcen und die Kompetenzen auf die Entwicklung der Kernleistungen zu fokussieren.

Im zweiten Schritt gelte es, diese neu aufgestellten Wertschöpfungsketten organisatorisch und technologisch zu vernetzen. Die Konzentrationsphase müsse vom Aufbau offener, flexibler Internet-Architekturen begleitet werden, die schliesslich – im dritten Schritt – zu unternehmensübergreifenden, globalen Wertschöpfungsnetzwerken führen.

Für die Touristik hiesse dies, Strukturen zu entwickeln, die weit über die

elektronischen Reservierungssysteme hinausgingen. Die globalen Value-Networks müssten in der Lage sein, ihren Reisekunden von der ersten Informationssuche über den Auswahlprozess, die Buchung und die Organisation aller Leistungen am Zielort bis hin zur Abrechnung und Kundenbindung zu begleiten – auf der Basis durchgehender E-Business-Prozesse und -Plattformen, so Stodden. «Sie können davon ausgehen», sagte er seinem ITB-Publikum, «dass die Medien, die Sie nutzen, um Informationen zu sammeln, auszuwerten und weiterzugeben, kostengünstiger und effizienter werden. Es wird möglich werden, die Kundenschaft, die Sie ansprechen, in grossem Umfang mit ganz gezielten Informationen zu versorgen», so Stodden. Das müsse die zukünftige Vermarktung und den Vertrieb von Reiseleistungen massgeblich prägen. KV

ITB: KURZ UND BÜNDIG

«Leading Trust» für Hotelleigentum. Mit der Gründung von Leading Hotels of the World (LHW) neue Marktanteile in Business-Operations gewinnen. Gedacht ist an einen Kauf von 6 bis 8 Hotels in den nächsten zwei Jahren und 16 bis 25 Hotels in der folgenden Phase. Damit soll LHW Besitzer und Betreiber – ähnlich wie Four Seasons, Orient Express und Mandarin Oriental werden. Präsident McManus denkt auch an einen Ankauf von Hotels, die nicht bei LHW Mitglied sind, und an Managementverträge durch LT. Fokus ist Europa, wo sich 45 Prozent der LHW-Hotels befinden. Partner von Leading Trust ist Trinity Trust in Honolulu. EL

Starwood verkauft Hotel-Immobilien. Starwood Hotels verkauft Mailands renommiertes Fünf-Sterne-Hotel Principe di Savoia an die in London ansässige Dorchester Group. Der Übernahmepreis aus Starwoods CIGA-Schatztruhe soll 275 Mio. Euro betragen. Starwood will sich in diesem Jahr mit Verkäufen von einigen Hotelimmobilien bis in Höhe von 500 Mio. US-Dollar trennen, um die Schuldenlast zu verringern. EL

Meridien trennt sich von Hotels. Meridien (seit 2001 im Besitz der «Nomura International») will sich von einigen Hotels trennen und 250 Mio. Euro flüssig machen. Branchenkreise vermuten, dass sieben Hotels veräussert werden, darunter das «Ritz» in Madrid, «Apollo» in Amsterdam und «Eden» in Rom. Anfang Jahr hatte Meridien bereits sein Fünf-Sterne-Hotel (208 Zimmer) in Barcelona an die Deka Immobilien GmbH veräussert. Zur Meridien-Gruppe zählen 140 Hotels. Im ersten Quartal von 2003 stehen Hotelöffnungen in Kuwait, Minneapolis (USA), Sardinien und Kairo an, im Herbst kommt der Cyberport in Hongkong dazu. EL

Partnerschaft zwischen Rocco Forte und HRS. In einer neuen Partnerschaft mit Hotel Reservations Service (HRS) will Sir Rocco Forte seine Arrangements aus dem Luxus-Segment auf die Website laden (www.roccofortehotels.com) und dem Kunden in 22 Sprachen direkten Zugang zur Verfügbarkeit aktueller und neuer Angebote bieten. EL

US-Reisebüros schrumpfen. Im Jahr 2002 musste die US-Reisebranche einen Rückgang von 13 Prozent verzeichnen. Waren in den «guten alten Zeiten» vor sieben Jahren noch 47 000 Travel Agencies auf dem US-Markt, so wurden in 2002 nur noch 30 000 gezählt. EL

Bulgari-Hotel in Mailands Shopping-Zone. Der italienische Juwelier aus Roms edler Einkaufsstrasse Via Condotti drängt mit einem «Bulgari Boutique Hotel» mit 49 Gästezimmern und Suiten in Mailands Shoppingzone Nummer eins, die legendäre Via Spiga und Via Montenapoleone. Das Hotel soll Anfang 2004 eröffnet werden. EL

Allianz von Raffles Hotels und Okura Hotels. Die neue Allianz soll weit über die üblichen Marketing- und Reservierungs-Allianzen hinausgehen. Okura ist ausschliesslich in Japan präsent, mit Ausnahme von je einem Okura-Hotel in Amsterdam, Seoul und Shanghai. Man spricht bereits von einer Übernahme durch Raffles, für die der japanische Markt von grösster Wichtigkeit ist. EL

Frankreich ist weltweit die Nummer 1. Im Jahr 2002 stiegen die Ankünfte in Frankreich um weitere 2 Prozent von 75,2 (2001) auf 76,7 Millionen, und 567 Übernachtungen. Die touristischen Einnahmen stiegen um 2 Prozent auf 34,5 Mio. Euro. Der Einbruch der amerikanischen Gästezahlen wurde von Besuchern aus Europa ausgeglichen. EL

AUSSTELLER-MEINUNGEN / «Schwächste ITB seit 20 Jahren» oder «unter den gegebenen Umständen gut» – die Worte sind verschieden, gemeint ist das gleiche: Die ITB 2003 war für wichtige Schweizer Hotelgruppen ein gedämpftes Geschäft. **KARL JOSEF VERDING**

«Messe war ein Spiegel dieser Welt»

Eva Fischer, die Geschäftsführerin der TOP International Hotels Schweiz, besucht seit 21 Jahren die Internationale Tourismus-Börse (ITB) in Berlin. Die Ausgabe 2003 war für sie «die schwächste» in dieser Reihe, und als solche «eine Spiegelung des Bildes, das die Welt momentan abbildet». Wenige amerikanische Aussteller, fast keine aus dem Mittleren Osten – das gehöre zu diesem Bild. Am eigenen Stand von TOP International habe es «einige interessante neue Kontakte gegeben» – indessen: «Was daraus wird, wissen wir nicht.» Vor allem Südamerikaner zählen als gute Kontakte, ausserdem solche aus Indien und aus Skandinavien. Was diesen Tour-Operatoren (TOs) bei TOP International zusagte, sei unter anderem die seit rund zwei Jahren eingeführte Buchungsmaschine «TOP Direct» für TOs. Sie gibt den Veranstaltern eine «instant confirmation», eine sofortige Buchungsbestätigung.

«RÜCKGANG AN QUALITÄT UND MENGE»

Die Geschäftsführerin der Alpine Classics Private Hotels, Esther Dysli, war zum neunten Mal an der ITB und spricht ebenfalls von der «schwächsten» Veranstaltung, seit sie die Messe kennt. Sie stellt einen «gewaltigen Rückgang an Qualität und Quantität» der Messe-Kontakte fest. Die Alpine Classics wollen eine genaue Kosten-Nutzen-Analyse ihres diesjährigen ITB-Auftritts erstellen und den nächsten entsprechend planen – allenfalls als Auftritt zusammen mit Partnern.

Allerdings habe sich an der ITB die grosse Chance der allgemeinen Zunahme erdgebundener Reisen bestätigt. In der Schweiz und im Nachbarland Deutschland liegen nämlich die gewichtigen Hauptmärkte der Al-



MÄRKTE IN UNSICHERHEIT

Die weltpolitische Unsicherheit schlug sich in den Messeerfahrungen Schweizer ITB-Aussteller nieder.

pine Classics, die sich nun immer weiter nach Norden hin ausweiten – den stark gewachsenen schwedischen Anteil nennt Esther Dysli als Beispiel. Die Nachfrage aus den Benelux-Staaten sei weiter angestiegen; auch die Nachfrage aus England nahm seit den New Yorker Anschlägen kontinuierlich zu.

Ermüht findet sich die Leitung der Alpine Classics auch durch die starke Gewichtung der Qualitäts-

Wellness und der Wellness-Marken an der ITB 2003 – die eigene Marke «Wellness plus» sei dadurch bestätigt worden.

«IN ANBETRACHT DER UMSÄTZE GUT»

Wellness sei jetzt eine «Lebenseinstellung» (Esther Dysli). Sie sei gemäss ITB 2003 sogar in die Angebotspalette

der Kreuzfahrtschiffe aufgenommen worden.

Wanda Meyer, Managerin der Swiss International Hotels, stellt fest: «Wir sind zwar nicht übermütig, aber wir hatten – in Anbetracht der internationalen Umstände – gute Kontakte mit Tour-Operatoren. Es war nicht so katastrophal wie am Londoner World Travel Market nach den New Yorker Anschlägen.» Die TOs seien vor allem

an Rundreisen interessiert gewesen. Indische und südamerikanische TOs seien dabei besonders aufgefallen. Ausserdem hätten sich Schweizer Hoteliers mit neuen Häusern im Ausland um eine Mitgliedschaft bei den Swiss International Hotels bemüht. – Auffällig sei, dass weniger Reisebüros, die ihr Geschäft mit Individualreisen machen, Kontakt gesucht hätten.

Die Swiss International Hotels hielten, wie es bei ihnen Tradition ist, an der ITB auch ihre Jahresversammlung ab. Die Stimmung dort sei «gut» gewesen, hält Wanda Meyer fest; man blicke «optimistisch ins Land».

MARKT WÜRDIGT NISCHEN-POLITIK

Conny Vogel-Gwerder, die bei den Turicum Hotels für Sales und Marketing zuständig ist, spricht von «erstaunlich guten Fachkontakten» an der ITB 2003. Ihre Gruppe teilte sich am Gemeinschaftsstand von Schweiz Tourismus ein Pult mit den Swiss International Hotels: «Wir ergänzen uns gut.» Der «Nischenwert» des Gesamt-Angebots der sieben Turicum-Hotels (vier in Zürich, zwei in Genf, ein Wintersaison-Hotel in Arosa) sei bestätigt worden, sagt Conny Vogel-Gwerder. Von Seiten der Veranstalter werde «viel mehr Packaging» – etwa mit Nachessen und Führungen – nachgefragt als bisher.

Auch die Publikumskontakte an der ITB seien viel versprechend. Reise-willige seien mit ganz konkreten Vorstellungen an das Turicum-Pult gekommen – vor allem was Zürich und Genf betrifft. Der Wunsch nach kurzen «City-Breaks» von zwei Nächten, ergänzt mit Kultur und Kunst, sei besonders häufig geäussert worden; für den Transport würden «enorm viele Zugreisen» gewählt.

OTTO LINDNER JUNIOR / Der Vorstand der Lindner Hotels über die Schweiz. **INTERVIEW: KATJA HASSENKAMP**

«Klassische Orte»

Warum bleibt der Schweizer Markt für Ihre Gruppe interessant? Welche Standorte bevorzugen Sie?

Die Schweiz ist für uns ein interessanter Markt, weil er für die grossen internationalen «Global Players» viel zu heterogen ist. Die Lindner-Unternehmensgruppe ist ein Full-Service-Anbieter im Immobilienmanagement – von der Finanzierung über die Architektur und die Baudurchführung bis zum Hotelmanagement. Als Standorte kommen für uns klassische Schweizer Feriendestinationen, aber auch die Städte- und Tagungsdestinationen in Betracht.

«Eine Schweizer Finanzierung für ein Schweizer Hotel ist kaum noch möglich.»

Wie haben Sie die drei Übernahmen in der Schweiz finanziert? Mit welchen Banken?

Generell lässt sich feststellen, dass eine Finanzierung für ein Schweizer Hotel in der Schweiz kaum noch möglich ist und wir diese Verhandlungen weitgehend eingestellt haben. Wir suchen und finden zumeist in Deutschland eine Zwischenfinanzierung bei der Übernahme eines Objektes und suchen uns dann einen interessierten Endinvestor. In Leukerbad ist das beispielsweise der Medico-Fonds Nr. 47, ein geschlossener Immobilienfonds,

der von der Gebau AG aufgelegt wird; die Gesellschaft ist ein Tochterunternehmen der Lindner-Gruppe. Und das «Grand Hotel Beau Rivage» in Interlaken haben wir an die Pensionskasse der Bayer AG in Leverkusen verkauft.

Haben Banken heute Präferenzen hinsichtlich der Segmente?

Ich würde das Interesse der Banken nicht so sehr an der Zugehörigkeit zu einer Sternkategorie festmachen, sondern vielmehr das Konzept und den Standort in den Vordergrund rücken. Jeder Banker wird immer auch die Fungibilität (Handelbarkeit) der Immobilie im Auge behalten. Er wird sich also darüber informieren, ob und mit welchen Übernahmekosten das Hotel an einen anderen Betreiber weiterzuvermitteln ist.



Otto Lindner junior.

HOTELFINANZIERUNG / An der ITB in Berlin diskutierten Hoteliers, Anlagenberater und Bankiers das Thema Finanzierung. **KATJA HASSENKAMP**

Potente Betreiber gesucht

Die Banken drehen den Geldhahn zu – wer finanziert in Zukunft die Hotels? Mit dieser brisanten Frage haben sich auf Einladung der Agentur für Öffentlichkeitsarbeit und Events «BZ.Comm» Hoteliers, Anlageberater und Banker anlässlich der ITB Berlin beschäftigt. Und was für den deutschen Hotelmarkt gilt, hat auch im übrigen Europa und ganz besonders in der Schweiz Geltung: War das Hotel bislang eine wohlwollend betrachtete Immobilie, so zeigen sich die Banken heutzutage äusserst zurückhaltend, wenn es darum geht, Geld in Hotelprojekte zu investieren – über normale Hypotheken läuft inzwischen wohl tatsächlich nichts mehr. Zu viele Banken sind gegen ihren Willen zu Hoteleignern avanciert und haben zahlreich Häuser in Zwangsverwaltung, für die sie nach potenten Betreibern suchen. Die Krise hat den finanziellen Absturz wirtschaftlich unwegsamer Objekte beschleunigt und das Bewusstsein der Banker geschärft.

«MANGEL AN OBJEKTEN MIT QUALITÄTEN»

Dennoch bleibt das Hotel nach Worten von Dirk Schuldes, Leiter COC (Center of Competence) für Managementimmobilien bei der Eurohypo AG, eine interessante Immobilie. Bei der allerdings die Kompetenz des Betreibers mindestens genauso wichtig ist für den Erfolg, wie der Standort und das Segment. Für ihn gilt es genau zu untersuchen, ob es heute noch Sinn macht, neue Vier- und Fünf-Sterne-Häuser zu finanzieren, während er für das Budgetsegment gute Chancen

sieht. Hier hakt auch Peter Tölzel von der Finanzberatung Pricewaterhouse-Coopers ein, indem er unterstreicht, dass die Finanzierung von Luxushotels auf Grund des sehr schwierigen Kosten-Rendite-Verhältnisses noch gewagter ist, als die Realisierung anderer Objekte. Generell ist er der Meinung, dass es zu viele falsche Hotelentwicklungen von Branchenfremden, und zu viele Sanierungsobjekte mit falschem Standort gibt. Für ihn haben nur die Projekte Zukunft, die in Zusammenarbeit mit Leuten aus der Hotelbranche entwickelt werden. Das Know-how des Hotelmarktes und die Hotelierfahrung sind für den Erfolg ausschlaggebend: «Denn Geld für Hotels ist da, aber es fehlt an qualitätsvollen Objekten.»

RELAUNCH UND REVITALISIERUNG

Otto Lindner von den Lindner Hotels & Resorts geht sogar noch weiter, indem er das Heil und die Erholung des Hotelmarktes in einem Entwicklungsstopp sieht. Relaunch und Revitalisierung bestehender Objekte sind angesagt, und so besteht das Lindner-Portfolio denn auch zu 60 Prozent aus ehemaligen Sanierungsobjekten. Für ihn zeigen sich die Banken jedoch auch für die Finanzierung von Umbauten heute äusserst aggressiv und verlangen eine immer höhere Eigenkapitalbeteiligung. Daher rät er zur Finanzierung über offene und geschlossene Immobilienfonds. Für sie ist nach Worten von Lindner die Hotelimmobilie interessant, weil sie ständig renoviert wird und daher auch nach 20 Jah-

ren noch brauchbar ist, während eine normale Büroimmobilie dann oft völlig heruntergewirtschaftet ist.

WELLNESS-RESORTS UND TOP-STANDORTE

Auch Peter Tölzel plädiert für die Hotelfinanzierung über offene Immobilienfonds, denn «auf Grund der Aktienkrise haben sie hohe Mittel und es gibt nicht genug Objekte». Er sieht hier für die Hoteliers heute die interessanteste Investorengruppe.

Welche Hotels haben Zukunft? Für Dirk Schuldes haben kleinere und mittelständische Häuser auch in Ferienregionen, dann aber mit Wellness-Bereich, gute Chancen. Daneben sind Topstandorte wie Amsterdam, Madrid und Paris angesagt. In der Schweiz trennen sich die Banken derzeit von ihren Portfolios, und so bleibt seiner Meinung nach nur Zürich interessant, wobei die Zahl der bereits lancierten Hotel-Projekte im Zürcher Raum jedoch sehr hoch ist.

Das ist der Grund, weshalb Otto Lindner auch Schweizer Feriendestinationen im Visier hat, wo europäische Investoren leichter Fuss fassen können als amerikanische Ketten. Denn «die Schweizer reden nicht mit Amerikanern und schon wir Deutsche sind Exoten», was wiederum erklären könnte, weshalb es bisher keine starke Präsenz internationaler Hotelketten in der Schweiz gibt. Und auch Peter Tölzel weiss zu berichten, dass verschiedene deutsche Anlegerfonds heute erfolgreich Hotels in der Schweiz finanzieren.



«WESTIN» NEW YORK / Das neue Hotel am Times Square ist gestalterisch auffällig und wird intensiv gebucht. SEITE 11



FRANZ REICHHOLF / Wie der Direktor des «Giardino» in Ascona letztes Jahr Baustelle und Gästebetrieb unter einen Hut brachte. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

NEUBURG / Das Artepilge-Gelände wird zum Vergnügungsplatz

Erholen statt parkieren

Die Fläche der ehemaligen Expo-Arteplage in Neuenburg soll zu einem Erholungs- und Vergnügungsplatz umgestaltet werden. Geplant sind unter anderem mehr Grünflächen, Sportplätze und die Ausbesserung der Fusswege. Die grosse «Piazza» mit Vordach, wo während der Landesausstellung fast täglich Konzerte stattfanden, soll erhalten bleiben.

Allerdings will die Stadtregierung nach eigenen Angaben das Problem mangelnder Parkplätze nicht aus den Augen lassen. Vorübergehend wird die Kapazität von ehemals 530 Plätzen auf neu 250 reduziert. Ab 2007 sollen es dann nur noch deren 100 sein.

Die Neugestaltung des Terrains kostet gemäss der Stadtregierung 7,76 Millionen Franken. Arbeiten für knapp 2 Millionen Franken werden aber von der Expo im Rahmen der Rückbauarbeiten getätigt. Das Gelände ist rund sechs Hektaren gross und liegt direkt am Seeufer. *SST/sda*

KURZ UND BÜNDIG

Schweizer Seilbahnen ziehen positive Zwischenbilanz. Im Vergleich zum Vorjahr haben die Schweizer Seilbahnunternehmen in der gleichen Periode ihre Verkehrseinnahmen um 6 bis 8 Prozent gesteigert. Obschon das Wetter während der Festtage nicht mitspielte, konnten die entstandenen Mindereinnahmen im Januar und im Februar kompensiert werden, schreibt der Verband. *SST/sda*

Téléverbier steigert Quartalsumsatz. Der Walliser Bergbahnen-Betreiber Téléverbier hat den Umsatz im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2002/03 (per 31. Januar) um 14,5 Prozent auf 19,8 Mio. Franken gesteigert. Der deutliche Anstieg gegenüber der gleichen Periode des Vorjahrs sei den sehr guten Schnee- und Wetterverhältnissen in der Wintersaison zu verdanken. Der Umsatz der Restaurationsbetriebe stieg um 12 Prozent auf 0,15 Mio. Franken. *SST/sda*

Mystery Park AG. Die Jahresrechnung 2002 der Mystery Park AG schliesst mit einem Gewinn von 939 Franken ab. Nicht enthalten sind im Geschäftsjahr 2002 die bereits verkauften Eintrittsgutscheine (rund 150 000 Franken). Die Mystery Park AG rechnet mit 500 000 Eintritten pro Jahr und einem operativen Gewinn von rund 12,5 Mio. Franken. Dem steht ein Investitionsvolumen von 86 Mio. Franken gegenüber. *TRU*

SOMMER / Während die neue deutsche Sommerferienregelung in Österreich und in Deutschland für heisse Köpfe sorgt, ist die befürchtete August-Überlastung in der Schweiz kaum ein Thema. SONJA STALDER

Verschläft die Schweiz den Kollaps?

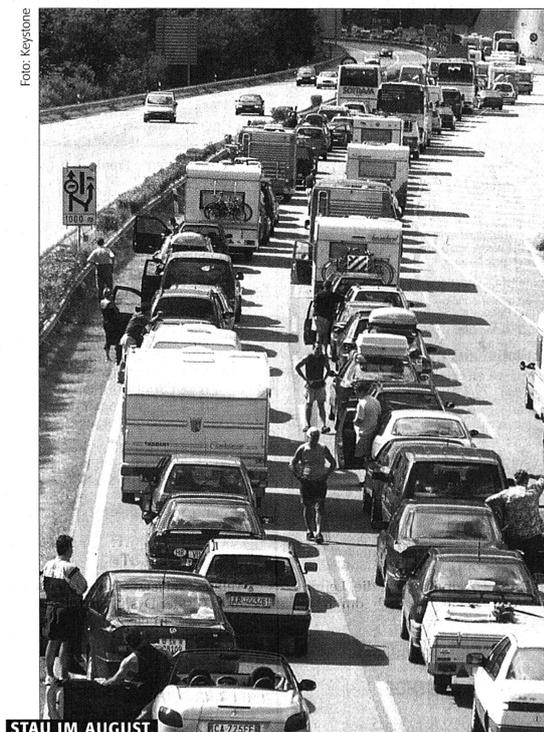
Staus auf den Autobahnen, Warteschlangen in den Flughäfen, gestresste Reisende, überfüllte Hotels, eine sich nach oben drehende Preisspirale: So sieht das Schreckensszenario der deutschen und der österreichischen Tourismusbranche für den Monat August aus. Schuld daran ist die neue Sommerferienregelung in Deutschland. Diese sieht fast identische Ferientermine für die Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg vor. Die Crux: Allein in diesen drei Bundesländern lebt genau die Hälfte der deutschen Bevölkerung.

«Wir stufen dieses Problem als sehr gravierend ein», sagt Klaus Stephan, Direktor der Österreich Werbung in Frankfurt. Aus diesem Grund ist die österreichische Tourismusbranche politisch aktiv geworden: Sie führt Gespräche mit deutschen Tourismusorganisationen und Reiseveranstaltern; zudem versucht sie auf EU-Ebene Einfluss zu nehmen. Bislang allerdings «ohne substanziellen Erfolg», wie Stephan gegenüber der htr festhält. Die gleiche Bilanz zieht der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft. «Wir suchen jetzt den Weg über den Tourismusausschuss des Bundestags», sagt Pressesprecher Christian Boergen. Eine Änderung des Ferienplans sei jedoch im besten Fall ab 2005 möglich.

So lange will Österreich Werbung nicht warten: Ende März startet die Marketingorganisation mit der Aktion «Frühsmorgenszuckerl». Mit günstigen Preisen und verschiedenen Sonderaktionen sollen möglichst viele deutsche Gäste dazu gebracht werden, noch vor Ende Juli nach Österreich zu reisen. Tirol Werbung wird laut Bernhard Jochum, Leiter Destinationsentwicklung, auf den Buchungsplattformen speziell auf Unterkünfte hinweisen, die andere An- und Abreisetermine als den Samstag akzeptieren.

«WENN ES EINEN BOOM GIBT, SIND WIR FROH»

Wer sich demgegenüber bei Vertretern der Schweizer Tourismusbranche umhört, stösst auf Erstaunen: Von der neuen deutschen Ferienregelung weiss kaum jemand – obwohl Deutschland der wichtigste Auslandmarkt der Schweiz ist. Verschlafen die Schweizer Touristiker den bevorstehenden Sommer-Kollaps? – «Nein», sagt Klaus Oegerli, der Europa-Verantwortliche bei Schweiz Tourismus. Für dieses klare «Nein» sprechen verschiedene Faktoren: In Deutschland selbst sind die Deutschen die grösste Gästegruppe, in Österreich machen sie



STAU IM AUGUST
Die neue Sommerferienregelung führt dazu, dass rund die Hälfte der deutschen Familien im August Ferien hat. Einige Vertreter der Schweizer Tourismusbranche rechnen deshalb auch auf Schweizer Autobahnen mit Verkehrsüberlastungen.

mehr als 50 Prozent der ausländischen Gäste aus (10,3 Mio. von 18,6 Mio. Ankünften im 2002). In den Schweizer Hotelbetrieben liegt der entsprechende Anteil hingegen bloss bei 28,4 Prozent (1,95 Mio. von 6,87 Mio. Ankünften im 2002).*

Stichwort «Ferienregelung»

Die Ferienregelung ist für den Tourismus ein wichtiges Thema: Eine ungünstige Koordination kann beispielsweise dann zu ökonomischen Einbussen führen, wenn ein Hotel im Juli schlecht ausgelastet ist, dafür im August Gäste abweisen muss. Aus diesem Grund gehört das Beeinflussen der Ferienregelung zum politischen Lobbying der Tourismuswirtschaft. Im Falle Deutschlands sind aber auch die Österreicher relativ spät aktiv geworden: Der Entscheid für die neue Regelung ist bereits 1999 gefallen, erst Anfang 2001 hat die Tou-

rismsbranche erste Schritte unternommen. «Offen gestanden», sagt Bernhard Jochum von der Tirol Werbung, «haben wir das Problem vorher auch nicht erkannt.»

Laut Judith Renner-Bach vom Schweizer Tourismus-Verband ist in der Schweiz selbst die «bestmögliche Koordination» erreicht: «Jetzt müssen wir darauf achten, dass es zu keiner Verschlechterung mehr kommt.» SST

Die deutsche Sommerferienregelung findet sich unter: www.kmk.org/schul/home.htm

rim im 2002).* Zudem hat beispielsweise Graubünden – eine bei deutschen Gästen sehr beliebte Ferienregion – im Sommer eine Auslastung von rund 60 Prozent. «Da können wir ein paar zusätzliche Gäste gut vertragen», sagt Olivier Federspiel, Direktor Graubündens Ferien. Und er fügt an: «Eine Änderung der Winterferientermine wäre für uns wesentlich gravierender.» Mit Blick auf die schlechte konjunkturelle Lage Deutschlands sagt auch Riet Frey vom Hotel Meierhof in Davos: «Wenn es einen Boom gibt, sind wir noch so froh.» Er arbeitet mit deutschen Tour-Operatoren zusammen, auch diese haben noch keine «Sturmwarnung» ausgegeben. «Die Buchungen für den Sommer laufen sowieso sehr kurzfristig», stellt der Hotelier fest.

«ICH HABE DIESE ANGSTMACHEREI SATT»

Klaus Oegerli argumentiert zudem, dass von der neuen Ferienregelung naturgemäss vor allem Familien betroffen seien. Dabei handelt es sich um eine sehr preisbewusste Gästegruppe, die nicht in erster Linie die Schweiz als Ferienziel wählt. Vielmehr lockt der Süden – oder eben Österreich. Oegerli befürchtet denn auch, dass «die Schweiz als Transitland vom verstärkten Verkehr betroffen sein wird. Diese Einschätzung teilt Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik bei hotelleriesuisse: «Möglicherweise werden sogar Schweizer Kurzulauer davon abgehalten, wegen des starken Verkehrs am Gotthard ins Tessin zu reisen.» – An solchen Äusserungen hat der Präsident des Tessiner Hotelier-Vereins, Corrado Kneschaurek, wenig Freude: «Ich habe diese Angstmacherei langsam satt», sagt er und fügt an: «Die sollen nur kommen, die Deutschen!»

Trotz der zurückhaltenden Beurteilung hat Schweiz Tourismus an der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) eine Erklärung des Deutschen Reisebüro- und Reiseveranstalter-Verbands mitunterzeichnet. Darin wird eine Neuordnung der Sommerferien gefordert. Der Schweizer Tourismus-Verband hingegen hat noch keine Schritte unternommen, obwohl sich die Direktorin Judith Renner-Bach spontan durchaus negative Konsequenzen für die Schweiz vorstellen kann. «Wir müssen aber zuerst abklären, ob unsere Mitglieder diese Einschätzung teilen», sagt sie.

* Bei den Schweizer Zahlen sind – im Gegensatz zu den österreichischen – nur die Hotelbetriebe berücksichtigt. Die Schweizer Parahotellerie-Daten werden laut Bundesamt für Statistik erst ab Mitte April verfügbar sein.

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

NEW NEW NEW NEW

X-DRINK
 THE SWISS LEMONADE
 MADE BY HENNEZ
www.x-drink.ch

Preisgünstige Teakmöbel aus Asien.

 Weitere Informationen finden Sie unter:
www.gateak.ch

Miele Service-Abonnement.
Vollgarantie mit Bonus.
 Rufen Sie an!
Miele Professional
 Tel. 056/417 24 62

Polster-Möbel-Klinik
 Zähringerstrasse 24, 8001 Zürich
 Telefon 079 403 39 93
«De Stör-Polsterer chunnt»
A·C·H·T·U·N·G·!
 Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen
 Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten
 • Gratisberatung und Offerten ganze Schweiz
 • Express-Ausführung in Ihrem Betrieb
 • Garantie bis 10 Jahre
 • Günstiger als jede Konkurrenzofferte (mind. 10%)
 • 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
 • 1000 zufriedene Gastro-Unternehmer
 • Rufen Sie uns unverzüglich an:
 079 403 39 93

LOX-20/35 Zimmersafe

 • zwei verschiedene Grössen
 • Verschluss auch mit Pfand- oder Zylinderschloss möglich
SCHÄNIS
 STS Systemtechnik Schänis GmbH
 CH-818 Schänis
 Tel. 055 619 68 00
 Fax 055 619 68 68

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

- Verkauf/Vermieten
- Buchhaltung/Treuhand
- Werbesegentur
- 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 055/410'41'08

ZU VERMIETEN

bzw. Pachtübernahme, gut eingeführtes

RESTAURANT mit BAR am oberen Zürichsee.

Mit ca. 80 Sitzplätze innen und
ca. 50 Sitzplätze aussen.
Eigenkapital für Inventarübernahme
Fr. 250'000.- (Verhandlungsbasis).

Interessenten melden sich bitte unter

Chiffre 155267
hotel+tourismus revue
Postfach, 3001 Bern

Ihre Chance zur Selbstständigkeit

Im Jahr 2003 beginnt für uns der 3. Lebensabschnitt. Wir wohnen in der Deutschschweiz und verkaufen (evtl. vermieten) auf diesen Zeitpunkt

Café (ca. 90 Plätze) und

Bäckerei-Konditorei

mit ca. 13 Vollbeschäftigten.

Die Liegenschaft mit Wohnungen befindet sich an optimaler Lage und ist in sehr gutem Zustand. Der Laden und das Café sind modern und attraktiv und die Produktionsräume gut eingerichtet.

Für ein initiatives und gut ausgebildetes Ehepaar, das viele Ideen und Freude am Beruf mitbringt, bietet unser Geschäft eine sehr gute Existenz.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihren Kontakt.

Angebote unter Chiffre 154011, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

154011/413112

Zu verkaufen

Hotelbetrieb in Leukerbad

Im Zentrum - Nähe Bürgerbad

Total 29 Zimmer mit 54 Betten

- Restaurant 52 Sitzplätze
- Grill-Room 28 Sitzplätze
- Speisesaal 46 Sitzplätze
- Terrasse 20 + 30 Sitzplätze
- Bar 40 Sitzplätze
- 30 Innenparkplätze in Einstellhalle
- 8 Aussenparkplätze
- Geschäftslokal

Günstiger Preis

Weitere Objekte im ganzen Oberwallis auf Anfrage.

Kimax AG
3904 Naters
Bahnhofstrasse 15

E-Mail: kimaxAG@gmx.ch
Telefon 027 923 81 23, Fax 027 924 46 37

390036/155620

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Im **K.O.** - Griff Ihrer Banken?

Wir **verhandeln** für Sie, denn wir kennen die in Krisen verfolgten **Strategien** der Banken. Wir setzen unseren guten Namen und unsere **Erfahrung** im Umgang mit Banken für Sie ein:

- Sanierungskonzepte für stille Sanierungen
- Vermeiden von SchKG-Verfahren durch Verhandlung mit allen beteiligten Partnern
- Turnarounds von Hotelbetrieben

Absolute **Diskretion** ist für uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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



Aus Verwertung zu verkaufen mitten im Zentrum von **Amriswil/TG** an hoch frequentierter Lage, präsentable

Restaurant-Hotel-Liegenschaft

Fassade 1999 total renoviert.
Restaurant 75 Pl., Speisesaal 30 Pl., kl. Saal 25 Pl., gr. Saal ca. 200 Pl., 6 Gästezimmer, 5 Personalzimmer, 2 x 4-Zi-Wohnungen, genügend Parkplätze, 471 m² Grundstücksfläche, 4442 m² umb. Raum.

Der interessante Betrieb bietet einem initiativen Wirt eine gute Existenz. Günstiger VP Fr. 835 000.-. Notwendiges EK ca. Fr. 150 000.-.

E-Mail: info@gthoma-immo.ch
Internet: www.thoma-immo.ch

THOMA
Immobilien Treuhänder AG

THOMA Amriswil 071 411 37 11

IMMOBILIER

AVENDRE SUR LA RIVIERA VAUDOISE

Motel

Station Service

Complexe immobilier comprenant:

- café-restaurant 80 places
- 16 chambres
- 2 appartements
- atelier
- 25 places de parc.

Situé sur grand passage, sortie ville.

Pour tous renseignements:
Case postale 1114, 1001 Lausanne
T 078 828 07 44 ou Fax 021 729 48 35.

155101/423165

A vendre

hôtel de montagne

sur route internationale, grosse saison d'été, 35 lits en chambre, 40 places en dortoir, 200 places en terrasse, 60 places café, 30 places restaurant, 30 places bar, avec beaucoup de cachet, magasin de souvenir, camping.

Faire offre sous chiffre K 036-148844, à Publicitas S.A., case postale 1118, 1951 Sion.

155272/382708

A vendre à Verbier

Chalet de 328 m², avec terrain de 1070 m², situé dans un endroit très calme, construit en 1984, divisé en 3 appartements de 4, 2 et 1 pièce avec parc couvert + parcs extérieurs.

Appartement de 4 pièces, entièrement rénové avec goût, construit en 1972, vue et soleil superbes, accès facile, très proche du centre, garage, cheminée.

VFP IMMOBILIER

Téléphone 0800 80 13 13
vfp@verbier.ch, www.vfp.ch

155159/422212

**Tout sur le marketing htr
et le dumping.**

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

AUS- UND WEITERBILDUNG

SOUTHBOURNE SCHOOL OF
ENGLISH
BOURNEMOUTH ENGLAND

Für Hotel und Gastgewerbe
6 Wochen mit Schwerpunkt Sprache

NEU! 4 Wochen intensiv mit
Einblick in die Gastroszene

Kurse für Anfänger

Beginn jeden ersten Montag des Monats

Metz Consulting, 3073 Gümligen
Tel. 031 950 28 27
english@metzco.ch
Neu! www.best-of-english.ch

In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisches anwendbares **FRANZÖSISCH**
CCIEL, Negressaune
F-79370 CELLES-BELLE
Telefon: 0033-5-49-279-275
Fax: 0033-5-49-272-179
E-Mail: cciel@melecom.fr
http://www.mellecom.fr/cciel

- * Schwerpunkt Hotellerie und allgemeine
- * Intensivkurse für jede Stufe und Alter in familiärer Landhaus-Atmosphäre
- * inklusive Exkursionsprogramm/Degustation (Bordeaux, Cognac, Austerfelder etc.)
- * Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe
- * Menu-Übersetzungen für Hotelbetriebe

145391/362204

ANZEIGEN

AUS- UND WEITERBILDUNG

Der Unterschied liegt im Geschmack



Nur in der **blauen** Hängeflasche gibt's den **schweizer** Senf von Reitzel

Erhältlich in Ihrem CC, oder Infos bei Tradimo AG, Tel. 033 822 22 40

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhr

ab Fr. 598.-,
rechennde Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- exkl. MwSt.
Stets rev. Occ. mit Garantie.
Jäggi+Co., Uhrenanlagen
Lyss: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61
www.jaeggi-co.ch

154415/330280

ARBEITEN MIT PC UND INTERNET

Lukratives Zweiteinkommen bei freier Zeiteinteilung
www.freelance-vision.com
Tel. +41 91 743 08 17, P. Eggermann

153473/201758

HOTELSCHULE LÖTSCHER
Grundlagen zum Erfolg

Réceptionskurs 1

4-wöchiger Intensiv Ein-/Umstelgerkurs mit FIDELIO Software

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

Weitere interessante Kurse im Angebot. Verlangen Sie bitte unser detailliertes Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homepage - www.hotelschule-loetscher.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER, Färbistrasse 1B, 7270 Davos Platz
Tel. 081 420 65 26 E-Mail: info@hotelschule-loetscher.ch

IGMA
INTERNATIONALE
GARTENMÖBEL AUSSTELLUNG

Samstag, 22. März bis
Dienstag, 26. März 2003
auf Zürichsee-
Schiffen, am
Bürkliplatz Zürich
Öffnungszeiten:
10.00-20.00 Uhr



Über Internet und nette Gäste.

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

KUONI / Reisekonzern auf Kurs

Nettoerlös ging zurück

Der Reisekonzern Kuoni hat im letzten Geschäftsjahr wieder Gewinn gemacht. Der Reingewinn belief sich auf 26,2 Mio. Franken, während im Vorjahr noch ein Verlust von 281,7 Mio. Franken resultiert hatte. Der Gewinn vor Abschreibungen, Steuern und Zinsen (EBITDA) lag bei 120,7 Mio. Franken. 2001 war der grösste Schweizer Reiseveranstalter auch operativ in der Verlustzone (-19,1 Mio. Franken). Dagegen ging der

Nettoerlös der Kuoni Gruppe um 8 Prozent auf 3,739 Mrd. Franken zurück. Nach einem guten Start sei das Geschäft im 2. Quartal abgeflaut, schreibt Kuoni in einem Communiqué. Im laufenden Geschäftsjahr rechnet Kuoni weiterhin mit einer deutlichen Zurückhaltung seitens der Kunden. Die Marktentwicklung sei unberechenbar und eine verlässliche Prognose angesichts der gegenwärtigen Weltlage schwierig. **TRU/Sda**

980 Millionen Franken Verlust

Swiss. 980 Mio. Franken Verlust flog Swiss im 2002 ein. Der operative Verlust beträgt 658 Mio. Franken. 322 Mio. Franken entfallen auf Sonderaufwendungen. Auch im laufenden Jahr werden Sonderaufwendungen auf das Ergebnis drücken. Dazu gehören Restrukturierungskosten, die durch den Abbau von 700 Stellen und 20 Flugzeugen anfallen. Swiss stellt aufgrund eines Nachfragerückgangs zwei von sechs wöchentlichen Flügen nach Kairo ein. **TRU**

Positives aus dem Engadin

Bergbahnen Engadin / St. Moritz. Die Winter-Verkehrseinnahmen dieser Bergbahnbetriebe lagen per Ende Februar 18 Prozent über dem Durchschnitt der vorangegangenen vier Jahre. Die Aussichten für das Finale werden als «viel versprechend» bezeichnet. Laut Bergbahnen Engadin/St. Moritz haben die Ski-WM und weitere Anlässe für positive Schlagzeilen gesorgt. Anklang gefunden hätten die touristischen Zusatzangebote. **TRU**

GRAUBÜNDEN / Logiernächte im Januar

Um 1 Prozent zugelegt

Gemäss Tourismusreport von Graubünden Ferien (GRF) ist das Plus von 1 Prozent bei den Bündner Hotelllogiernächten im Januar vorab den einheimischen Feriengästen zu verdanken. So wurde bei den Schweizer Gästen gegenüber dem Vorjahresmonat eine Zunahme um 4,4 Prozent auf 378 685 Übernachtungen verzeichnet. Deutsche Gäste sorgten für 212 075 Logiernächte, das sind 8,2 Prozent weniger als noch vor einem Jahr.

Im ganzen Kanton Graubünden konnten 754 900 Logiernächte (Januar 2002: 747 605) verzeichnet werden. Die ausgewählten Tourismusorte verzeichneten 638 979 Hotelllogiernächte, was einem Plus von 0,4 Prozent entspricht. Disentis/Mustér konnten um 20,6 und Flims/Laax/Falera um 10,2 Prozent zulegen, San Bernardino gar um 127,9 Prozent. Obersaxen musste einen Rückgang von 23,9 Prozent hinnehmen. **TRU**

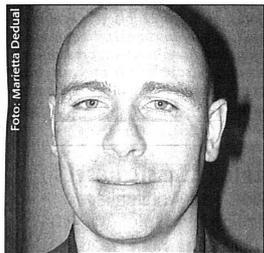
JÜRGEN STETTLER / Der ITW-Leiter zum neuen Studiengang.

INTERVIEW: TONI RÜTTI

Tourismus und Mobilität

Wie war das Feedback auf die Lancierung des neuen Studiengangs «Tourismus und Mobilität»?

Bei einer Marktanalyse stiessen wir bei den Unternehmen auf positives Echo. Die Kombination von Tourismus und Mobilität als zwei eigenständige Vertiefungen wird als interessant erachtet. Etwas schwieriger anzupacken waren die potenziellen Studierenden.



Jürg Stettler, Institutleiter und Dozent

Wie sieht es mit den Anmeldungen aus?

Es liegen 19 Anmeldungen vor, obschon wir den Studiengang erst Ende Januar ausgeschrieben haben. Aufgrund des aktuellen Anmeldeungsstandes werden wir sicher mit dem ersten Studiengang im Herbst 2003 starten. Längerfristig möchten wir zwei Klassen mit total 50 Studierenden führen. Dass die Entwicklungskosten nicht schon im ersten Jahr abgeschlossen werden können, ist klar.

Welches Wagnis gehen die Studierenden bezüglich Marktchancen ein?

Die Kernkompetenz Betriebsökonomie minimiert das Wagnis. Hinzu kommt der Trend in Richtung Fachhochschulausbildung im Tourismus. Absolviert jemand eine höhere Fachschule für Tourismus, geht er wahrscheinlich ein höheres Risiko ein. Die Mobilität dürfte sich zu einem volkswirtschaftlich immer wichtigeren Bereich entwickeln. Die Kombination von Mobilitätskompetenz mit Ökonomiekompetenz ergibt eine hochinteressante Nische auch aus der Optik der Arbeitsplatzmöglichkeiten.

Lässt der Lehrplan zu, auf Trends zu reagieren?

In den zwei ersten Jahren werden das Basiswissen und die Grundlagenfächer vermittelt, die weniger kurzlebig sind. Im dritten Jahr ergeben sich bei den Vertiefungen Möglichkeiten, auf Trends reagieren zu können. Gerade in den Integralseminaren und Ergänzungsschwerpunkten können wir sehr rasch aktuelle Themen aufgreifen.

Infos: www.hsw.fhz.ch (Institut für Tourismuswirtschaft ITW/Hochschule für Wirtschaft Luzern, Luzern)

ÖSTERREICH / Immer mehr Schweizer verbringen ihre Ferien in Österreich. Das Jahr 2002 war ein Spitzenjahr: Schweizer Gäste brachten den Österreichern knapp 3,3 Millionen Logiernächte. **CHRISTINE KÜNZLER**

«Die Schweizer schätzen die Tiroler Gemütlichkeit und Mentalität»

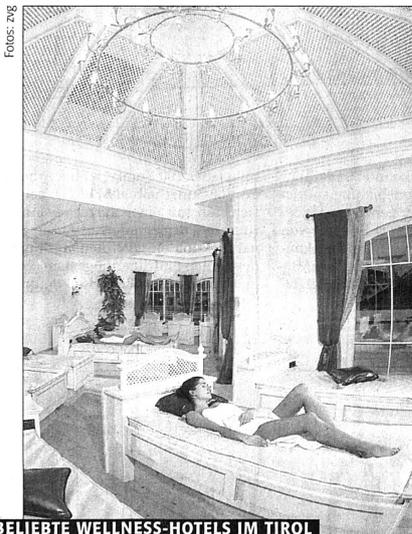
817 382 Schweizer Gäste blieben letztes Jahr durchschnittlich vier Tage in Österreich und generierten 3 285 131 Logiernächte. Das entspricht einem Plus von 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit ist die Schweiz das dritt wichtigste Herkunftsland für Österreichs Tourismus. An erster Stelle steht Deutschland, an zweiter die Niederlande. Unsere Nachbarn erzielten letztes Jahr gesamthaft ein Plus von 1,5 Prozent, mit anderen Worten, Österreich generierte im schwierigen 2002 total 116 804 452 Logiernächte.

Über die Hälfte der Schweizer Gäste logieren in Österreich in Vier- und Fünf-Sterne-Hotels. Tirol und Vorarlberg haben es den Schweizern besonders angetan: Tirol liegt mit einem Anteil von 53,8 Prozent Schweizer Logiernächten an der Spitze, in Vorarlberg stammen 18 Prozent der Logiernächte von Schweizern. Die stärksten Monate sind der Juli, der Februar und der August.

ZWEI HOTELS MIT VIEL SCHWEIZER GÄSTEN

Zwei Tiroler Hotels, die bei den Schweizer Gästen besonders beliebt sind: das Fünf-Sterne-Hotel Schalber in Serfaus und das Vier-Sterne-Hotel Schwarz in Mieming (siehe Kästen). Laut Alois Schalber, Besitzer des gleichnamigen Hotels, ist die Anzahl der Schweizer Gäste in den letzten Jahren «stetig angewachsen». Franz Pirkl, der Seniorchef des Hotels Schwarz, spricht von «über 50 Prozent Schweizer Gäste», die in seinem Hotel logieren. Er habe die Anzahl innerhalb der letzten vier Jahren von 20 auf 50 Prozent steigern können.

Beide Hoteliers bewerben die Schweizer Gäste vor allem an den Schweizer Ferienmessen. Während Pirklts vor allem Gäste aus der Ostschweiz beherbergen, spricht Schalber davon, dass bei ihm Gäste «aus der ganzen Deutschschweiz» Ferien



BELIEBTE WELLNESS-HOTELS IM TIROL

Die beiden Hotels «Schalber» in Serfaus (links) und «Schwarz» in Mieming sind bei den Schweizern besonders gefragt. Beide Hoteliers geben an, die Anzahl der Schweizer Gäste sei in den letzten Jahren laufend gestiegen.



machen. «Wellness ist für die Schweizer einfach ein Mordsthema», sieht Pirkl als Hauptgrund für die vielen Schweizer Gäste. Er glaubt aber auch, dass die Schweizer zu ihm kommen, weil sie «die Gemütlichkeit, die Tiroler Mentalität und die Nähe zur Schweiz» besonders schätzen. Dass die Nähe eine Rolle spielt, glaubt Schalber auch. Aber ausschlaggebend ist seiner Ansicht nach das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, das die Schweizer Gäste in sein Haus lockt. «Und unser breit gefächertes Angebot: Es bietet für jeden Geschmack etwas. Beide Hoteliers geben an, von den Schweizer Gästen Lob punkto Dienstleis-

tungsbereitschaft und Gastfreundschaft zu erhalten. «Sie schätzen, dass wir hier nur deutschsprachiges Personal haben», so Schalber.

DAS MACHT ÖSTERREICH IM SOMMER

Österreich setzt diesen Sommer auf Wasser. Im Jahr des Wassers dreht sich alles um dieses «Element der Energie, Kraft, Frische, Reinheit und Genuss», so «Österreich Werbung»: Wasser wird in allen Spots und Inseratesujets präsent sein. Zielgruppe der Sommerkampagne sind laut «Österreich Werbung» poten-

zielle Gäste zwischen 25 und 50 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie aus den Märkten Italien, Frankreich und Grossbritannien. In den TV-Spots wird Wasser in Verbindung mit Wandern, Erholung/Gesundheit und neu Genusskultur – Kulinarik, Kultur und die «Leichtigkeit des Seins» – kommuniziert. In der Schweiz laufen Inserate in den Monaten März und April.

Das letzte Jahr lancierte Gästebindungsprogramm «austria & more» hat sich laut «Österreich Werbung» gut angelassen: 200 000 Hüfttaschen sind den Gästen der Partnerhotels überreicht worden und 20 000 Stammgäste haben ein Ferienbonusheft für Vergünstigungen erhalten. «Österreich Werbung» weitet das Gästebindungsprogramm nun aus mit einem Vorteilsprogramm für Gäste und Partner aus Tourismus und Wirtschaft. Wer sich unter www.austria-and-more.at einloggt, wird kostenlos Mitglied und profitiert von verschiedenen Vorteilen. 120 Hotels beteiligen sich an «austria & more».

Neu hat «Österreich Werbung» die Austria-Web-Academy www.austria-academy.com lanciert. Diese internetbasierte E-Learning-Plattform ist vor allem für Mitarbeitende von Reisebüros geschaffen worden. Das Austria-Studium dauert zwei Semester à drei Monate und vermittelt alles Wissenswerte über das Reiseland Österreich. Die Teilnahme kostet 40 Franken pro Person.

Details unter www.austria-tourism.at

Hotel Schwarz in Mieming

Das Vier-Sterne-Hotel verfügt über 160 Betten und 120 Mitarbeitende. Von 365 Tagen sind 300 voll belegt. In den Monaten Juli und August ist das Hotel am stärksten ausgelastet. Gut besetzt ist das Haus auch im Oktober und November, weil da viele andere Hotels geschlossen haben. Zurzeit wird für 10 Mio. Euro die Wellnessanlage vergrössert (neu mit Herren-Beauty-Abteilung) und die Zimmer werden neu gestaltet. Die Übernachtung im Doppelzimmer mit Vollpension, Gratisgetränken (ohne Alkohol) sowie verschiedenen Ausflügen und anderem mehr kostet zwischen 124 und 187 Euro pro Person und Nacht im Doppelzimmer. **CK**

Hotel Schalber in Serfaus

Das Fünf-Sterne-Hotel umfasst 170 Betten und ist während der Öffnungszeiten zu 85 Prozent ausgelastet. 100 Mitarbeitende sorgen für das Wohl der Gäste. Die Übernachtung im Doppelzimmer oder in der Suite kostet pro Person und Nacht zwischen 95 und 160 Euro, die Pauschalwoche zwischen 775 Euro und 1600 Euro. Inbegriffen sind Vollpension, diverse Zwischenverpflegungen, Ausflüge, Seilbahnen und alkoholfreie Getränke bis 17 Uhr. Im Winter ist auch noch der Skipass inbegriffen. Das Haus verfügt über einen 3000 m² grossen Wellness- und Beautybereich und einen Meerwasserpool im Freien. **CK**

Österreich Werbung: Broschüren

«Österreich Werbung» hat folgende Info-Broschüren realisiert: die Sommerbroschüre «1001 Urlaubsideen» (50 000 Exemplare), den Folder «Laufparadies Österreich» mit spezialisierten Hotels und Regionen (35 000 Exemplare), den Kulturfahrplan «Art & Music News» mit Tipps für musikalische Veranstaltungen und bildende Kunst (64 000 Exemplare), «Gesundes Österreich» mit dem Kur-, Thermen- und Wellnessangebot (68 000 Exemplare), «All of Austria in your pocket» für die Gäste aus Übersee, «Weltkulturerbe in Österreich» in Kooperation mit den Welterbestätten (60 000 Exemplare). **CK**

VSTD-ASDT / 75. GV des Verbandes Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD) in Luzern: Die Jubiläums-Generalversammlung steht im Spannungsfeld zwischen Mitgliederschwund und künftig höheren Ausgaben. GREGOR WASER

Destinationsbildung kostet Mitglieder

Die zweitägige Zusammenkunft des Verbandes Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD-ASDT) von heute und morgen in Luzern hat es in sich: einerseits ist die Jubiläums-Generalversammlung geprägt von einem Rückblick auf eine bewegte Vergangenheit, gleichzeitig gilt es mit einer neuen Ausrichtung die künftigen Herausforderungen anzugehen.

Trotz der Gründung der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) im Jahr 1917 behielten die Tourismusorte und Regionen bezüglich der Kundenwerbung ihre Bedeutung und bauten diese sogar aus. 1928 erfolgte die Gründung des Verbandes Schweizerischer Kur- und Verkehrsdirektoren (VSKVD) mit der Überzeugung, «ein nützliches Glied einer Gemeinschaft zu werden». 1994 erfolgte eine Neuausrichtung und eine Anpassung an die veränderten Strukturen mit dem neuen Namen «Verband Schweizer Tourismusdirektoren/-direktorinnen» (VSTD). Als Zielsetzung definiert ist die Unterstützung der Mitglieder in ihrer Tätigkeit, die Förderung des beruflichen Erfahrungsaustausches, die Aus- und Weiterbildung, Massnahmen zur Wahrung des Ansehens des Berufsstandes sowie die Mitsprache und Mitarbeit in der europäischen Dachorganisation und der Schweizer Tourismuspolitik. Derzeit umfasst der Verband 201 Mitglieder.

MÖGLICHE ÄNDERUNG DES REGLEMENTS

Zwar bezeichnet VSTD-Präsident Eddy Peter die aktuelle finanzielle Situation des Verbandes als gesund, doch er räumt ein, dass ein möglicher Mitgliederschwund künftig einen Eng-



pass verursachen könnte: «Die Tendenz zur Destinationsbildung spüren auch wir, Mitglieder gehen uns dabei verloren.» Zum VSTD-Budget von rund 80 000 Franken steuern die Aktivmitglieder und die assoziierten Mitglieder je 700 Franken bei, die Passiv-

mitglieder 100 Franken. Eine Arbeitsgruppe innerhalb des VSTD befasst sich nun mit einer möglichen Änderung des Reglementes über die Aufnahmekriterien, die neuen Mitgliedern einen Eintritt ermöglichen könnten. Denn aus den Bereichen Bergbah-

nen und Hotellerie würden Anfragen für eine VSTD-Mitgliedschaft vorliegen. Bisher mussten fünf von sechs vorgegebenen Aufnahmekriterien erfüllt sein – dazu gehören die vollamtliche Tätigkeit im Tourismus, die Stufe Direktion/Geschäftsführung, die Erfüllung eines Modellarbeitsvertrages, ein Bruttoumsatz von 1 Million Franken, mindestens zwei vollamtliche Angestellte und eine Minimalhöhe des Marketingbudgets.

STUDIENBEDINGUNGEN DER REALITÄT ANPASSEN

Ein weiteres Thema, das in der vorgängig zur GV stattfindenden Vorstandssitzung diskutiert wird und eventuell während der GV zur Sprache kommt, ist eine Lohnuntersuchung im Tourismussektor, die der VSTD zusammen mit Michele Schandrock (früher Ente Ticino, heute bei Schweiz Tourismus in Los Angeles tätig) durchgeführt hat. Auf eine erste Tendenz der Untersuchung angesprochen, gewährt VSTD-Präsident Eddy Peter einen Einblick: «Im Vergleich zu anderen Branchen, gemessen an Einsatz und Verantwortung, sind wir klar auf einem tieferen Lohnniveau.» Entsprechend bedeute die Tourismusbranche für viele Manager eine Durchgangsstation, bei der viel Erfahrung und Führungsverantwortung erworben werden könne, um sich danach aber besser bezahlten Jobs zu widmen.

Im Bestreben, die Berufsbildung qualitativ noch stärker zu unterstützen, wird der VSTD sowohl im Lehrbereich wie beim Ausbildungslehrgang Tourex sein Engagement verstärken. Hinsichtlich der KV-Reform

wird sich dies mit einem stärkeren finanziellen Aufwand niederschlagen. Als Mitglied des Trägervereins Tourex wird der VSTD bemüht sein, nach dem derzeit in dieser Form zum letzten Mal durchgeführten Lehrgang, künftig neue Richtlinien einzubauen. Eddy Peter: «Wir wollen die Studienbedingungen verstärkt der Realität anpassen.»

Fragt man ihn nach den Aussichten für den Verband und die Branche, räumt er ein, dass etliche Herausforderungen bevorstehen: «1990 wurde das Tourismuswachstum hinsichtlich des Jahres 2010 auf 20 Prozent geschätzt. Dies wird so nicht eintreffen, denn die aktuellen Zahlen liegen derzeit unter jenen von 1990.» Um trotzdem einen wirtschaftlichen Erfolg in der jetzigen Situation zu erzielen, gelte es, verstärkt zusammenzuarbeiten und den Destinationsbildungen grosse Bedeutung beizumessen.

Managementtage

An der GV wird das Programm des dreitägigen Herbstseminars präsentiert, das der Verband alljährlich für seine Mitglieder organisiert. In diesem Jahr steht das Thema der Destinationsbildung im Vordergrund: «Vom Tourismuskonzeption zum Standortmarketing» heisst der Titel des von Daniel Fischer (Daniel Fischer und Partner) geplanten Managementseminars, das vom 22. bis 24. Oktober in Les Diablerets durchgeführt werden soll. Ergänzend zum Standortmarketing soll zudem ein soziales Thema aus dem Bereich Human Resources behandelt werden. GW

Anzeige

www.messe-schweiz

MEFA

MESSE ZÜRICH

Von/de	Bis/à
30.4.03	4.5.03

www.mefa-zurich.ch

Ideenbörse und Weiterbildungsplattform:

200 Firmen präsentieren alles für professionelle Verarbeitung und Bearbeitung von Fleisch und Frischprodukten im Lebensmittel Gross- und Detailhandel, in der Gastronomie und im Grossküchenbereich. Demonstriert werden modernste Hilfen zur rationellen Behandlung, Verpackung, Kühlung, für den Transport und die kundengerechte Präsentation im Laden oder beim Catering. Ergänzend dazu die attraktiven Sonderschauen, das Forum zu Konsum und Retail-Trends und als Treffpunkt nach Messeschluss das legendäre «Metzgerstübli».

HOTELFACHSCHULEN / Massnahmen zum Schutz der anerkannten Schulen

«Weisse Liste» der Hotelschulen

Diejenigen Hotelfachschulen, deren Ausbildung als wertvoll anerkannt ist, werden in einigen Monaten von einem Instrument profitieren, das geeignet ist, die rasante Zunahme von Schulen in der Schweiz zu bremsen, die sich nicht den Qualitätsnormen der Branche unterwerfen. Die Generalversammlung der Association suisse des écoles hôtelières (ASEH) vom letzten Freitag in Bâle hat mit Befriedigung davon Kenntnis genommen, dass die Bundesbehörden eine so genannte «Weisse Liste» ausgearbeitet haben, auf der jene Schulen angeführt sind, welche die Qualitätskriterien erfüllen: Es sind die vierzehn Mitgliedsschulen der ASEH sowie 30 Privatschulen, Hotelschulen und Schulen mit anderer Bestimmung.

BEFRIEDIGUNG BEIM VERBAND DER SCHULEN

Diese Liste wird es ermöglichen, dass neue Schüler, sobald sie ihren Antrag auf Erteilung eines Schweizer Visums gestellt haben, über die Qualität der Schule informiert werden. Das betrifft die Bewerber aus den afrikanischen, asiatischen und lateinamerikanischen Ländern, von denen eine Aufenthaltserlaubnis für die Schweiz verlangt wird. Der Präsident der ASEH und der Gruppe von Schulen «César Ritz», Martin Kisseleff, gab seiner Freude über diese Massnahme Ausdruck. In seinem Jahresbericht hatte er bedauert, dass «die Autoritäten keine Ordnung in diesem Bereich schaffen». MH

(Übersetzung aus dem Französischen: KJV)
(Siehe Seite CF 6)

ALPINE CLASSIC HOTELS / «Aloe Vera Wohlfühltag» mit Emmi

Wohlfühlen nach Art des Kolumbus

Christoph Kolumbus setzte auf seinen Reisen Aloe-Pflanzen an Bord ein, um die Widerstandsfähigkeit der Seeleute zu stärken. Emmi Schweiz AG und Alpine Classic Hotels präsentieren gemeinsam «Aloe Vera Wohlfühltag». Emmi Schweiz lanciert das neue Wellness-Produkt Aloe Vera Sensitive Joghurt und Joghurt Drink –, das in Deutschland bereits mit Erfolg eingeführt wurde. Die Alpine Classic Hotels haben «exklusiv für und mit Emmi» die «Aloe Vera Wohlfühltag» lanciert. Das Paket enthält zwei Übernachtungen in einem Alpine-Classics-«Aloe-Vera»-Hotel nach Wahl sowie «Anwendung von Innen und Aussen» der «Wunderpflanze» Aloe Vera. Dem Gast soll aufgezeigt werden, wie er die Kräfte der Aloe Vera auch im Hausgebrauch nachhaltig nutzen kann.

Der gemeinsame Auftritt umfasst gemäss Alpine Classics-Geschäftsführerin Esther Dysli nicht nur den Werbe- und PR-Bereich, sondern kann auch auf Events – zum Beispiel Emmi's Miss-Aloe-Vera-Wahl – und Kunden-geschenke als Bindungsmassnahmen ausgedehnt werden, oder – so wie es am ITB-Stand der Alpine Classics geschah – auf Messepräsenationen. Bei Destigationen von Emmi im Einzelhandel – zum Beispiel den Kaufhäusern der Manor-Gruppe – werden in Zukunft auch Angebots-Flyer von Alpine Classic Hotels aufliegen. «Weitere Ideen für gemeinsame Auftritte werden ständig geboren», erklärt Esther Dysli.

Die Schönheitseffekte von Aloe Vera wurden durch die ägyptische Königin Kleopatra berühmt. KJV

ZENTRALSCHWEIZ / Zunahme der Logiernächte in Luzern Ein Lichtstreifen am Horizont

Für die Stadt Luzern zeigt sich im Januar laut Medienmitteilung «ein Lichtstreifen am Horizont»: Im Januar 2003 konnten im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode 11 Prozent mehr Übernachtungen registriert werden, das heisst total 32 528 Logiernächte (Schweizer 11 495, Ausländer 21 033). Einbussen von über 3 Prozent waren bei einheimischen Gästen zu verzeichnen. Zulegen konnten die

Gäste aus dem europäischen (+28%) und asiatischen Ausland (+29%). Gäste aus Indien vervielfachten die Hotellogiernächte. Im Januar 2003 wurde eine Erholung bei Übernachtungen deutscher Gäste registriert. Im Fünfjahresvergleich und im Vergleich zum Vorjahresmonat legten sie um rund 16 resp. 14 Prozent zu.

Die Zentralschweiz konnte die Vorjahreszahlen praktisch halten (-0,2%). Total wurden

164 393 Logiernächte (Schweizer 91 993, Ausländer 72 400) registriert. Grosse Unterschiede gab es bei den Kantonen: Luzern (+6,1%), Uri (+12%), Schwyz (-4,6%), Obwalden (-2,2%), Nidwalden (-22,2%), Zug (+1,7%). Einheimische Besucher brachten im Fünfjahresvergleich eine Zunahme von ca. 10 Prozent. Dagegen fielen die Übernachtungen der ausländischen Gäste um knapp 10 Prozent. TRU

Zugelegt und expandiert

Rezidor SAS Hospitality. Das Betriebsergebnis der Gruppe stieg von 379 Mio. Euro im 2001 auf 390 Mio. Euro (Fr. 572 Mio.) im 2002. Der Gruppenumsatz belief sich auf 1,109 Mio. Euro (Fr. 1,627 Mio.) gegenüber 1,090 Mio. Euro im 2001. Die Rezidor SAS Hospitality ist neu Hauptfranchisenehmer der amerikanischen Carlson Hotels Worldwide mit den Marken Regent, Country Inn und Park Inn in Europa, im Mittleren Osten und in Afrika. TRU

HOTEL CASCADE / Mehr Komfort zu gleichen Preisen Der vierte Stern

Dem Luzerner Hotel Cascade wurde auf Anfang Jahr der vierte Stern zugesprochen, was vorige Woche Anlass einer kleinen Feier war. Über eine Million Franken wurde in infrastrukturelle Verbesserungen und bauliche Massnahmen investiert. Erreicht wurde der Vier-Sterne-Standard auch durch das Zusammenlegen von kleineren Einzelzimmern. Das Hotel wurde so um zwei auf 63 Zimmer reduziert. Zur Verfügung stehen

106 Betten plus 14 Sofas, die als Reservebetten benutzt werden können. Das Thema des Hauses, «Wasserfälle der Schweiz», ist jetzt mit 70 Wandsujets dargestellt. «Trotz der Verbesserung des Komfortangebots haben wir die Zimmerpreise nicht angehoben», sagt Gastgeber Roland Barmet. Zur Geschäftsphilosophie gehörten auch ökologische Aspekte wie eine durchdachte Abfallentsorgung oder die Wärmerückgewinnung. TRU

HOTEL FLAMATT / Das neue Flamatter Hotel besteht aus verbundenen Containern

Der Gast checkt selber ein und aus

In Flamatt/FR eröffnen Viviane und Patrik Jung das «Hotel Flamatt», welches Investitionen in der Höhe von 1,4 Millionen Franken erforderte. Die Gäste schlafen in jenen Containern, die schon in Biel Expo-Besucher beherbergten. Der Schlaftrakt besteht aus sieben doppelstöckigen und zusammengebauten Containern mit total 14 Zimmern. Das Entrée und der Frühstücksraum befinden sich im Wohnhaus. «Die Expo.02 war eine gute Gelegenheit für einen Testlauf der damals noch mobilen Hotelzimmer», sagt Besitzer Jung. Der Bettentrakt wurde an ein Wohnhaus angebaut, das Jungs gekauft und renoviert haben. Dass es keinerlei Schwierigkeiten mit den Behörden geben würde, die Container nach der Expo.02 auf diese Weise zu nutzen, sei vor drei Jahren schon abgeklärt worden, sagt Jung.

AUTOMATISCHE SCHLÜSSELAUSGABE

Jung will das Hotel fast ohne Personal betreiben, oder als Direktor auch mal selber Hand anlegen. Fürs Saubermachen wurde ein Reinigungsinstitut verpflichtet. Der Hotelpflicht ist nicht bedient. Der Gast nimmt Check-in und Check-out am Hotelomat selber vor. Dieses Selbstbedienungssystem verfügt über Touchscreen und automatische Schlüsselausgabe. «Gäste, die damit nicht zurecht kommen, brauchen bloss zum Telefon zu greifen, und schon ist jemand zur Stelle», sagt Jung, dessen Café-Restaurant «Tele» wenige Meter entfernt ist. «Dass am Anfang nicht alles rund laufen wird, nehmen wir in Kauf. Desgleichen die Gefahr, dass ein Gast mal etwas mitlaufen lässt, weil er nicht an wachsamem Augen vorbei muss», sagt Jung. Laut grossflächiger Anschrift am «Hotel Flamatt» kostet ein Einzelzimmer 90 Franken inklusive Frühstück. Als Doppelzimmer benutzt, kostet es 140 Franken. «Ich glaube an die Nachfrage nach einer günstigen Hotelunterkunft zwischen Bern und Freiburg», sagt Jung.

SCHÄTZUNGSWEISE DREI-STERNE-STANDARD

Die Container bestehen aus einem Metallgerippe und Holzwänden. Ein Modul ist 780 cm lang und 350 cm breit. Platz finden darin ein Doppelbett, ein Kajütenbett, TV und Schrank sowie WC/Dusche/Lavabo. Ein Internetanschluss ist vorhanden. Gebaut wurden die Container in Zusammenarbeit mit Patrik Jungs Bruder Hugo Jung im sanktgallischen Lenggenwil. Jung schätzt, dass sein Hotel von der Ausstattung her «in etwa dem Drei-Sterne-Standard» entspricht. Dies wird von Samuel Kocher, Direktor von Tourismus Biel Seeland, bestätigt, der sich die Containerzimmer während der Expo.02 angesehen hatte. «Sie bieten innen mehr, als sie von aussen her versprechen», so Kocher. TRU

NEW YORK / Das neue Westin am Times Square wird von den einen als «hässlichster», von den anderen als «schönster» Hotelneubau bezeichnet. Tatsache ist, dass die Auslastung sehr hoch ist. HARALD WEISS

Auffälligkeit zahlt sich aus

Über nichts können sich die New-Yorker leidenschaftlicher streiten, als über ihre Hochhäuser. Ob Büroturm, Apartmenthaus oder Hotel – eines steht von vornherein fest: Es gibt handfeste Streitereien um jedes Detail. Wer in Manhattan ein neues Gebäude bauen will, muss Nerven wie Stahlseile haben. Das bekamen im vorigen Oktober auch der peruanische Architekt Bernardo Fort-Brescia und seine Partnerin Laurinda Spear zu spüren, die mit ihrem in Florida beheimateten Büro «Arquitectonica» den ersten New Yorker Hotelneubau nach 17 Jahren zu verantworten hatten.

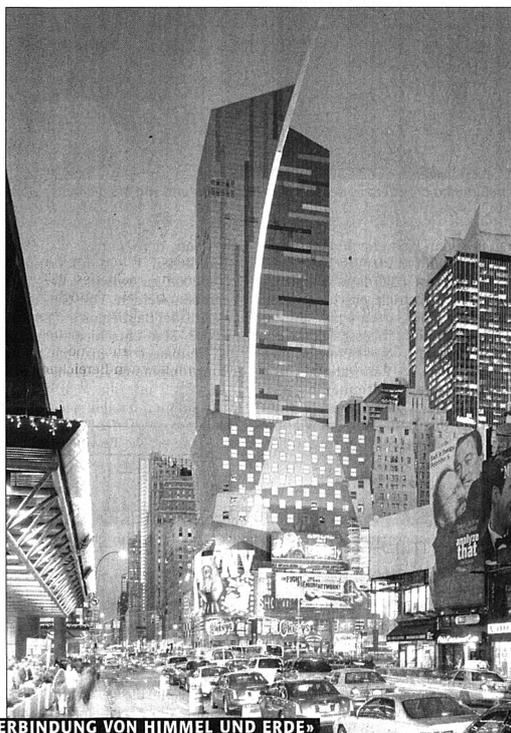
Trendhotels

Dabei waren die Voraussetzungen ungewöhnlich gut, denn das neue «Westin am Times Square» ist Teil des Revitalisierungs-Programmes für diese Gegend zwischen Times Square und dem zentralen Busbahnhof. Noch vor wenigen Jahren prägten dort die Rauschgiftdealer und der Strassenstrich das Bild. Erst als Ex-Bürgermeister Giuliani vor neun Jahren mit Gewalt und Geld seine Stadtsanierung begann, trauten sich «normale» Touristen wieder, die paar hundert Meter vom Times Square bis zum Busbahnhof zu Fuss zu gehen. Wer hier 1994 an einer Hotel-Ausschreibung teilnahm, hatte wenige Auflagen zu befürchten. Hauptsache war, er baute mit viel Licht und schuf ein attraktives Strassenbild. Schliesslich befand sich das Grundstück direkt gegenüber dem Greyhound-Busbahnhof, an dem ein grosser Teil der amerikanischen Touristen aus dem Mittleren Westen ankommt, die beim Verlassen des Terminals ihren ersten Eindruck von New York bekommen.

PULSIERENDER LICHTSTRAHL

Die Auflagen betreffend Licht und imposanten Eindruck haben die Architekten denn auch gelöst. Das 45 Etagen hohe Gebäude ist optisch im Verlauf eines langen, vertikalen Bogens zweigeteilt. Entlang dieser Tren-

Foto: sog



«VERBINDUNG VON HIMMEL UND ERDE»

Ein pulsierender Lichtstrahl läuft entlang der vertikalen gestalterischen Trennungslinie des Westin-Hotels nach oben und strahlt in den Himmel hinein.

nungslinie läuft ein pulsierender Lichtstrahl nach oben, der am oberen Ende weit in den Himmel hineinstrahlt. «Wir wollten mit unserem Werk Himmel und Erde verbinden», kommentieren die Architekten dieses Lichtspiel. Auch sonst ist der Prachtbau nicht zu übersehen, denn zwischen den niedrigen, umliegenden Häusern ragt die Fassade mit 8000 Glasplatten in zehn verschiedenen Farben weit über 100 Meter in den Himmel hinauf. Nachts sorgt diese Glasfassade für genügend Reflexionen von den umliegenden Neonreklamen,

so dass man auch noch gegenüber dem Hotel bequem die Zeitung lesen kann. Aufgefallen hat die Diskussion um das Gebäude im ehrwürdigen Magazin «New Yorker», dessen Architekturkritiker Paul Goldberger seine Meinung schon in der Überschrift kundtat: «Ist dies das hässlichste Gebäude der Stadt?» Die Frageform war mehr rhetorisch gemeint, denn in seinen Augen ist die Antwort ein Ja mit vielen Ausrufezeichen. Zwar räumt er ein, dass das «Westin» nicht das erste Hochhaus in New York ist, das zur Eröffnung massive Kritikerschelte be-

kommt. Auch das Chrysler-Building und das McGraw-Hill-Building wurden erst von Kritikern verrissen und später von den New-Yorkern geliebt.

«HÄSSLICHSTES» UND «SCHÖNSTES» GEBÄUDE

Doch Goldberger meint, das neue «Westin» hätte keine Chance auf spätere Weihen, weil es seiner Zeit nicht voraus sei, sondern hinterher hinke. «Nicht post-, sondern premodern ist dieser Bau», schrieb er und meinte, dass der Bau besser in die Zeit von Miami Vice passe. Damit spielte er darauf an, dass die Architekten mit den luxuriösen Apartments des Atlantis-Gebäudes an der «Biscayne Bay» von Miami berühmt wurden, die in der bekannten Fernsehserie einer der Hauptdrehorte waren. Goldbergs Kritik forderte Widerspruch heraus, und der kam prompt von Herbert Muschamp, dem Architekturkritiker der New York Times. Stück für Stück zerpfückte er Goldbergs Ansicht, ohne diesen allerdings beim Namen zu nennen.

«BENEIDENSWERTE URBANE POESIE»

Muschamp würdigte die Papageien-Farben als Latinostil und als eine Bereicherung des Stadtbildes mit südlicher Kultur. Den stets meckern den New-Yorkern rief er zu: «Was wollt ihr eigentlich? Das hier ist eine hässliche Stadt, in der man nur leben kann, wenn man seine Schönheitsideale aufgibt. Im Gegenzug bekommt man dafür eine urbane Poesie, um die uns die Welt beneidet. Aussehenstehende erkennen das viel häufiger als wir selbst, deshalb bedeutet Schönheit, in gewisser Weise aussehend zu bleiben – und das Westin ist ein vollendeter Ausenseiter.» Das stimmt in jeder Hinsicht, denn die Extravaganz des Ausenseiters setzt sich auch im Inneren konsequent fort. Die Lobby im neunten Stock, ist ein sieben Etagen hohes Atrium, und der graue Granitfussboden, durchsetzt mit rechteckigem schwarzem und weissen Marmor, vermittelt das Gefühl, auf einem Marktplatz zu stehen. Auch in den Zimmern wiederholen sich die Formen und Muster der Fassade, bis hin zu den Duschvorhängen.

Serie: Trendhotels in New York

New York ist der Schauplatz für die Einführung neuer Hotelkonzepte in Architektur, Innengestaltung und Service. Die hotel + tourismus revue wird in unregelmässiger Folge prägnante Beispiele von Hotel-Trends in der Metropole an der Ostküste der USA vorstellen. Die Serie von unserem New Yorker Mitarbeiter Harald Weiss beginnt mit einem besonders umstrittenen Hotel-Bauwerk: dem «Westin» New York in der Nähe des Times Square. KVJ

Fotos der Gäste helfen Lobby-Personal

«Das hier ist ein exzellenter Platz für Konferenzen und Tagungen», sagt Hoteldirektor John Sweeney, und dabei verweist er auf die 32 Besprechung- und Tagungsräume. Sweeney hat sich für seine Geschäftsklientel etwas Besonderes ausgedacht: Immer wenn für eine bekannte Persönlichkeit eine Reservierung eingeht, erhalten alle Angestellten im Lobbybereich am Anreisetag ein Foto der Person, um sie schon von der Ankunft an persönlich mit Namen zu begrüssen. So sei sicher gestellt, dass diese wich-

tigen Gäste die grösstmögliche Beachtung erhalten, meint Sweeney. «Wenn diese Gäste etwas wünschen, muss es umgehend erledigt sein», sagte er über seinen neuen Service. Ob es nun dieser besondere Service oder das auffallende Äussere oder die verkehrsgünstige Lage ist – auf jeden Fall kann Sweeney bereits erste Erfolge vorweisen. So lag die Auslastung des «Westins» in den ersten drei Monaten bei 77 Prozent und damit leicht über dem New-Yorker Durchschnitt von 74 Prozent. HW

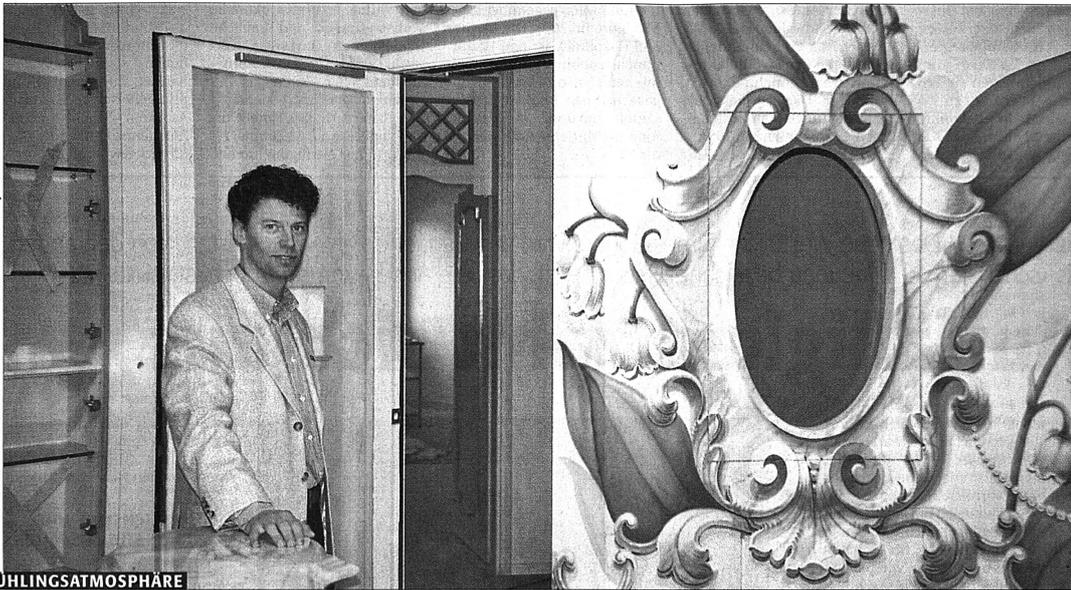
Das New Yorker «Westin» in Zahlen

The Westin New York at Times Square
270 West 43rd Street at 8th Avenue,
New York, NY 10036
Telefon: +1 212 201 2700
Telefax: +1 212 201 4669
Zimmer: 863
Banketträume: 32
Zimmerpreise: 240 Dollar bis
480 Dollar (319 Franken bis 638
Franken)
Eröffnung: 18. Oktober 2002
Internet: www.westinny.com HW

ASCONA / Nach längeren Umbauarbeiten ist im «Albergo Giardino» am 21. März Saisonöffnung. Im vergangenen Jahr hatte Hoteldirektor Franz Reichholf alle Hände voll zu tun, um Baustelle und Gästebetrieb unter einen Hut zu bringen. **GERHARD LOB**

Eine mediterrane Metamorphose

Fotos: Gerhard Lob



FRÜHLINGSATMOSPHÄRE

Hoteldirektor Franz Reichholf am Eingang zum «Giardino di Bellezza», der von der Farbe Grün und von Maiglöckchen dominiert wird.

Die Erleichterung ist Franz Reichholf anzumerken. Endlich kann er, pünktlich zur Saisonöffnung vom 21. März, seinen Gästen die neue Wellnesswelt präsentieren. Kernstück ist der römische Badetempel mit Hallenbad, der in einem neuen Anbau neben dem Hauptgebäude untergebracht ist. Dazu kommt der «Giardino di Bellezza» (Garten der Schönheit), der nebst kosmetischen Anwendungen sowie Coiffure ein breites Angebot von Massage- und Bäderanwendungen anbietet. Im Untergeschoss lädt ein neuer Fitnessraum sportliche Gäste zum Schwitzen ein. Ein Durchgang führt zur Saunawelt, die bereits seit einer Saison besucht werden kann.

NICHT IMMER LEICHT ZU MANAGEN

Die Farbe grün und etliche aufgemalte Maiglöckchen dominieren den Eingang zur Wellnesswelt und dem Garten der Schönheit. Das Ambiente verströmt Frühlingssphäre. Das Schwimmbad hat den Charakter eines grossen Privatpools. Es soll Antikes ausstrahlen und an italienische Lebenskultur erinnern. Die silbernen Säulen spiegeln die Lust des Designers Carlo Rampazzi am Spiel mit Farben und Formen (siehe Interview). Die gigantischen Säulen an der Stirnseite des Badetempels, die den Übergang zum üppigen Garten des «Giardino» bilden, hat er abwechselnd rund und quadratisch gestaltet. In der Nähe hat

man in einem Palmenhain einen kleinen Pavillon für Kinder geschaffen, die Kinderspieloase «Giardinetto», die mit ihrem rosa Anstrich einen weiteren Farbfleck in den Garten setzt.

Für Reichholf schliesst sich mit der Einweihung des Spa-Bereichs eine längere Phase an Renovationen und Umbauten, die nicht immer leicht zu managen war. Der Abtausch eines Geländes mit dem Patriziat klappte nicht wie gewünscht. Der ursprüngliche

Plan, den Neubau während der winterlichen Schliessungsphase 2001/2002 zu verwirklichen, musste begraben werden. Von Oktober 2001 rutschte der Baubeginn auf Ende Januar 2002. Man entschied sich deshalb, den Neubau «soft» anzugehen, um die Lärmprobleme in Grenzen zu halten. Trotzdem hat die Lärmbelastung während der letzten Saison diverse Probleme geschaffen. Glücklicherweise gelang es, die Bewilligung für eine

eigene Baustellenzufahrt über Mitte 2002 hinaus zu verlängern. Sonst hätten die Baufahrzeuge durch den Haupteingang fahren müssen. «Für Aussenstehende ist vieles nicht leicht nachvollziehbar; die Gäste verstehen nicht, warum während der Öffnungszeiten gebaut wird», meint der «Giardino»-Direktor. Er habe deshalb sehr viel Zeit investiert, um den Gästen persönlich den Sachverhalt zu schildern. Das Hotel habe zudem alle Register

gezogen, um den Gästen «Trostpreise» zukommen zu lassen. An Werktagen gab es prinzipiell 10 Prozent Abschlag auf die Preise, wenn immer möglich, wurden bessere Zimmer ohne Aufpreis vergeben. Und bei Baustellenapéros wurden die Hotelgäste vor Ort über den Stand der Arbeiten informiert.

RESPEKT VOR DER VERGANGENHEIT

«Man kann sich fragen, warum ein Fünf-Sterne-Hotel mit einer traumhaften Auslastungsquote von fast 90 Prozent überhaupt renoviert und neue Bereiche schafft», meint Reichholf. Und gibt die Antwort gleich selber: «Wenn man schläft, aber die Konkurrenz aktiv ist, kann ein Hotel schnell Kunden verlieren.» Es brauche Weitsicht. Der Verwaltungsrat der Albergo Giardino SA, in dem die drei Hauptaktionäre Albert Bass, Hans-Dieter Clevn und Peter Titz einsitzen (sie halten zirka 90 Prozent des Aktienkapitals), unterstützte daher vollumfänglich die Renovations- und Ausbaupläne Reichhofs.

Die baulichen und designrischen Veränderungen sind für Reichholf nicht nur eine Notwendigkeit, sondern auch eine Chance, die Tradition des Hotels fortzuführen, dem Haus aber gleichzeitig einen eigenen Stempel aufzudrücken. Denn als Nachfolger des legendären Hans C. Leu, der das «Giardino» 1986 gründete, hat Reichholf ein schweres Erbe angetreten. Immerhin stand das «Giardino» von 1998 bis 2001 auf Platz 1 des Hotelratings des Wirtschafts magazins «Bilanz». Stets besteht die Gefahr, dass die Gäste ihn, aber auch er sich selber, mit dem Gründervater vergleichen. Er habe Respekt vor der Vergangenheit. Gleichzeitig müsse er Mut zu eigenen Veränderungen aufbringen: «Es braucht Gelassenheit sich selbst zu sein.»

CARLO RAMPAZZI / Die innenarchitektonische Auffrischung des «Giardino» und dessen Wellness-Bereichs wurde – mit Ausnahme der Saunawelt – dem einheimischen Designer anvertraut. **INTERVIEW: GERHARD LOB**

«Residenz für Vagabonde de luxe»

Herr Rampazzi, wie sind Sie die Neugestaltung des «Giardino» angegangen?

In erster Linie wollte ich ein buntes Hotel machen. Vorher war alles mehr oder weniger einfarbig. Denn das «Albergo Giardino» befindet sich in einem wunderschönen Garten, es ist eine Art Traumhotel. Ich wollte daraus gerne eine Residenz «vagabonde de luxe» machen. Eine Person, die viel auf der Welt herumkommt, soll sich dort sofort zu Hause fühlen. Es ist ein familiäres Haus, wo die Leute ihren Stress vergessen sollen. Eine Oase des Friedens.

Mit diesen Farben haben Sie auch die Zimmer und die Gemeinschaftsräume aufgefrischt?

Ja, ich wollte dem ganzen Haus einen mediterraneren Anstrich geben. Wir berühren hier schon fast Nordafrika, sozusagen Marokko, ohne in Marokko zu sein. Die Gäste können sich wie in der Toscana oder in Spanien fühlen. Die Leute können sich hier jeden Traum erfüllen. Diese Idee hat mich geleitet.

Was verbinden Sie mit der Idee des Mediterranen?

Es ist alles relaxed. Das Leben verläuft etwas ruhiger als im Norden. Die Leute sind meditativ und leben mehr nach dem Motto «Was man heute nicht erledigt, kann man morgen tun». Das ist das richtige Konzept für die Ferien.

Welchen Einfluss hatte die Geschichte des Hotels auf Ihr Projekt?

Ich wollte die Geschichte des Hauses unbedingt beibehalten. Der Ort sollte daher nicht unbedingt Neues ausstrahlen. Anders gesagt: Ich wollte die Unterschiede zwischen «alt» und «neu» verwischen. Deswegen habe ich auch ein wenig portugiesische Barock eingebaut, beispielsweise bei den silbernen Säulen im Badetempel. Für die ästhetische Seite habe ich mich von den Maiglöckchen inspirieren lassen und der grünen Farbe, die Ruhe verströmt. Generell bestimmen Aquarellfarben das Bild. Das passt gut zu dem wunderschönen Garten.

Sie spielen auch mit den Formen, beispielsweise bei den Säulen auf der Gartenseite des Badetempels?

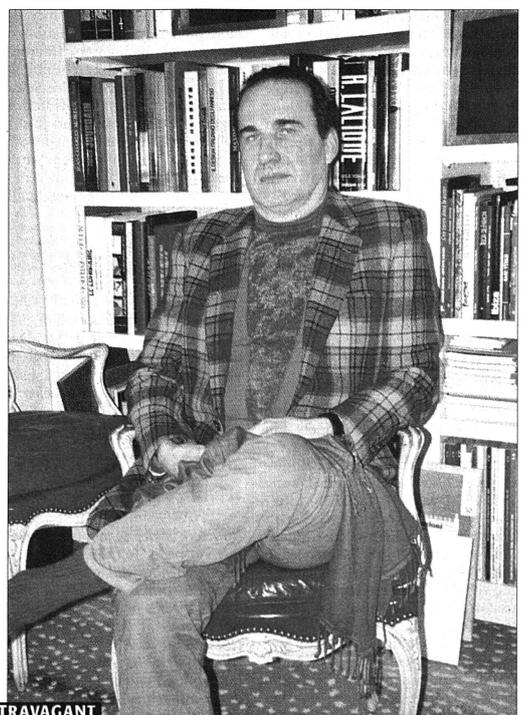
Ich habe mich da von den Salines Royales inspirieren lassen, diesen riesigen Etablissements, wo sich einst die Könige von Frankreich aufhielten. Auch dort findet man dieses Spiel zwischen quadratischen und runden Formen der Säulen.

Sind Sie bei der Umsetzung Ihres Projekts auf irgendwelche Schwierigkeiten gestossen?

Nein, denn ich konnte machen, was ich wollte. Aber ich habe das Dossier vorher gut studiert.

Jetzt steht die Einweihung bevor.

Das ist ein wichtiger Tag, zumal ich dann noch einige Überraschungen für das Mobiliar im Schwimmbad hervorzaubere. Mir gefällt das. Ein unerwarteter Überraschungseffekt im letzten Moment, der die Leute schockiert.



EXTRAVAGANT

Der 54-jährige, international renommierte Designer Carlo Rampazzi aus Ascona.

«Giardino» in Zahlen

Das «Albergo Giardino» in Ascona wurde am 31. Mai 1986 eröffnet. Es verfügt über 54 Doppelzimmer, 16 Suiten, 2 Junior-Suiten und 5 Wohnungen. Am 21. März dieses Jahres eröffnet der neue Bereich «Giardino Spa» seine Pforten. Er umfasst einen Innenpool im Stile eines römischen Badetempels, einen «Schönheitsgarten» für kosmetische Behandlungen und Massagen, ein Fitness-Studio. Dazu kommen die bereits eingeweihte Saunawelt sowie ein Aussen-schwimmbad. Der Jahresumsatz des «Giardino» beträgt bei einer Auslastungsquote von zirka 87 Prozent und einer Öffnungszeit von acht Monaten (Mitte März bis Mitte November) rund 14 Mio. Franken. Das Aktienkapital der Albergo Giardino SA beträgt 4,28 Mio. Franken. Für den Ausbau und die Neugestaltung des Wellnessbereichs wurden 8 Millionen Franken investiert. **GL**



BARTRENDS / Die klassischen Drinks und Cocktails erfreuen sich einer steigenden Beliebtheit. SEITE 14



HOTEL-LOBBY / Die Lounge wird oft als Visitenkarte der Hauses bezeichnet. Entsprechend wichtig ist deren Gestaltung. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

NATIONALRAT / Mehrheit für Schutz der Jugendlichen

Ja für Tabakpräventionsfonds

Der Nationalrat hält an der Schaffung eines Tabakpräventionsfonds fest. Mit 101 zu 64 Stimmen hat er diese letzte Differenz bei der Änderung des Tabaksteuergesetzes stehen lassen und in den Ständerat zurückgeschickt.

In den Tabakpräventionsfonds sollen Hersteller und Importeure 0,13 Rappen pro Zigarette abliefern. Eine Kommissionsminderheit unter Gerold Bühler (FDP/SH) hatte mit ihren Bedenken gegen eine «Kässeliwirtschaft» keinen Erfolg. Hält der Ständerat an der Streichung fest, muss das Geschäft in die Einigungskonferenz.

Im Hauptpunkt der Vorlage hatte der Ständerat am Vortag eingelenkt. Der Bundesrat soll die Tabaksteuer schrittweise um maximal 80 und nicht bloss um 50 Prozent erhöhen dürfen. Nach einer 80-prozentigen Steuererhöhung würde das Päckchen Zigaretten Fr. 6.40 kosten. Ein Aufschlag in diesem Ausmass ist allerdings nicht geplant.

CM/sda

ST. MORITZ / Das Jubiläums-Gourmet-Festival ging zu Ende

Erfolg trotz Terminverschiebung

Die zehnte Ausgabe des «St. Moritz Gourmet Festival», das vom 10. bis 15. März stattfand, ist mit dem «Davidoff Grand Gourmet Finale» zu Ende gegangen. Diesmal im «Badrutt's Palace» und nicht, wie in den vergangenen Jahren, auf dem zugefrorenen See.

Da das diesjährige Jubiläums-Festival wegen der vergangenen Skiweltmeisterschaft von Ende Januar auf Mitte März verschoben werden musste, waren auch die Organisatoren selber auf die Auswirkungen der Terminverschiebung auf das Gourmet-Event gespannt.

AUSGEBUCHTE VERANSTALTUNGEN

«Wir sind positiv überrascht», freut sich Reto Mathis, Präsident des Gourmet-Festivals über einen erfolgreichen Verlauf. Für ihn ist es eine erfreuliche Erkenntnis, dass die Veranstaltung auch dieses Jahr grossen Anklang fand, und dass die verschiedenen «Gourmet-Special-Events» wie auch die täglichen Dinners in den teilnehmenden Hotels ausbuchet waren.

Die Gastköche des St. Moritz Gourmet Festival 2003 waren: Eyvind Hellstrom, Restaurant Bagatelle, Oslo/N; Sven Kraus, The Sukhothai Hotel, Bangkok; Roger Vergé, Moulin de Mougins, Mougins/F; Heinz Winkler, Residenz Heinz Winkler, Aschau/D; Billy Marinelli von der amerikanischen Westküste, Alfonso Iaccarino, Ristorante Don Alfonso, Neapel/I; Johannes King, Dorint Söll'ring Hof, Syll-Rantum/D sowie Ong Soo Wan, Ah Hoi's Kitchen, Traders Hotel, Singapore.

Für das kommende Jahr sind auch schon neue Ideen am Kochen und als das fünfte St. Moritzer Fünf-Sterne-Hotel wird sich auch das «Kempinski Grand Hôtel des Bains» dem Gourmet-Festival anschliessen.

MJP

MARIO DA COMO / Der Barchef der «Palace-Bar» ist der Star und Grandseigneur unter den Barmännern. Er spricht über seine Arbeit und Erfahrungen mit seinen Gästen. MARTIN J. PETRAS

«Unterhalter und Beichtvater»

«Einmal bin ich gefragt worden, ob mir das etwas ausmachen würde, zuzuschauen, wie unsere Gäste löffelweise Kaviar essen und flaschenweise Wodka und Champagner trinken», sagt nachdenklich Mario Da Como, Barchef der legendären «Renaissance-Bar» des «Badrutt's Palace» in St. Moritz. «Das war aber keine besonders intelligente Frage», fährt Mario vielsagend lächelnd fort, «denn wenn ich nach dem Feierabend ein Salami-Brot esse und dazu ein Glas Rotwein trinke, schmeckt es mir unter Umständen besser.»

Mit vierzig Jahren Erfahrung im Dienste der illustren Kundschaft aus Adel, Wirtschaft, Reich und Schön des «Badrutt's Palace» in St. Moritz wurde der weltbekannte Barmann auch zum Lebensphilosophen. Perfekt wie kein anderer repräsentiert Mario Da Como das klassische Bild des Barmanns: Unterhalter, Gesprächspartner und Beichtvater oder auch Freund, je nachdem, wonach den Gästen gerade ist. Immer für seine Gäste da zu sein, bedeutet für den 63-Jährigen weit mehr als nur Worte. Dabei sei aber auch ein Teil seines Privatlebens auf der Strecke geblieben, wie er sagt.

RESPEKTIEREN UND RESPEKTIERT WERDEN

Und was braucht es dafür, damit das berühmte Zusammenspiel zwischen Gast und Barmann am Tresen funktioniert? «Ein Barmann sollte eine starke Persönlichkeit haben, sonst wird er von den Gästen erdrückt», erklärt Mario, «und wenn beide Persönlichkeiten haben, das ist der schöne Punkt.» Die erste Stufe sei aber, sich mit Aufmerksamkeit und Service Respekt bei den Gästen zu verschaffen. Dann komme die Erfahrung und die Psychologie ins Spiel: «Es gibt in St. Moritz diese schöne Frage: «A nice day today?», lacht Mario, «und je nachdem wie die Antwort ausfällt, können gute Gespräche entstehen.»

Der Gast sei aber immer der Gast und eine Barriere sei immer da, trotz guter Gesellschaft oder gar späterer

Foto: Martin J. Petras



IST IMMER FÜR SEINE GÄSTE DA

Barmann und Philosoph: Mario Da Como, Barchef der «Renaissance-Bar» des «Badrutt's Palace» in St. Moritz.

Freundschaft. Andererseits scheut sich Mario auch nicht davor, Gäste zurechtzuweisen, wenn er oder seine Mitarbeiter respektlos behandelt werden.

«VERGISS DEN ALKOHOL NICHT»

Aber nicht zuletzt auch wegen Marios Kunst, die Drinks richtig zu mixen, ist «Wir treffen uns bei Mario in der Pa-

lace-Bar» bei der feinen St. Moritzer Feriengesellschaft zum geflügelten Wort geworden. Und was macht einen guten Barmann aus? «Das wichtigste ist, frische Produkte und frische Fruchtsäfte zu verwenden», erklärt Mario, «und, wenn man einen Cocktail macht, wie schon mein Lehrmeister sagte: Vergiss den Alkohol nicht.»

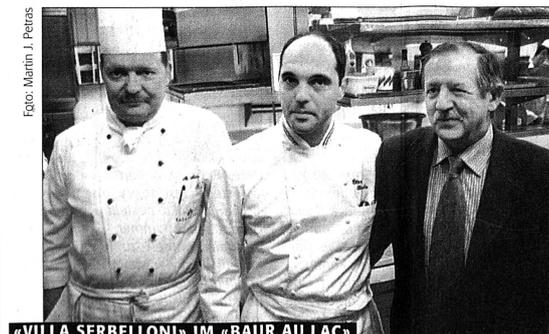
«Leider machen viele meiner Kollegen die schönen klassischen

Cocktails nur noch auf die schnelle Art», sagt Mario Da Como, der kein Freund von übertrieben dekorierten Cocktails ist: «Die brauchen zehn Minuten, um zu dekorieren, und in dieser Zeit wird der Cocktail im Shaker wässrig», so der Barmann der guten alten Schule, «und vor lauter Früchte- oder Gemüse-Dekoration müssen die Gäste das Glas suchen.»

Siehe auch Seiten 14 und 15

ZÜRICH / Die Küchenbrigaden des Hotels Baur au Lac und des Grand Hotels Villa Serbelloni in Bellagio am Comersee veranstalten eine gemeinsame «Semaine gastronomique». MARTIN J. PETRAS

Moderne italienische Küche



«VILLA SERBELLONI» IM «BAUR AU LAC»

Gemeinsame Semaine gastronomique: (v.l.n.r.) «Baur au Lac»-Küchenchef Maurice Marro, «Villa Serbelloni»-Küchenchef Ettore Bocchia und Bernard Gothuey, Directeur de cuisine des Hotels Baur au Lac.

Der mit seiner experimentellen «molekularen Küche» bekannt gewordene Ettore Bocchia, der Küchenchef des Grand Hotels Villa Serbelloni in Bellagio am Comer See, gastiert in Zürich. Vom 17. bis zum 28. März präsentiert der eigenwillige Spitzenkoch im Zürcher Hotel Baur au Lac seine eigenwillige Auffassung der modernen italienischen Küche.

TRADITIONELLES UND EXPERIMENTELLES

Die Menüzusammenstellung der Semaine gastronomique beinhaltet, neben traditionellen italienischen Gerichten, auch Kostproben der Küchenexperimente, an denen Bocchia gemeinsam mit dem Physiker Davide Cassi von der Universität in Parma arbeitet.

So zum Beispiel «Il rombo cotto nello zucchero con marmellata di pomodoro». Das in Lauch eingewickelte Stückchen Turbot wird in geschmolzenem Zucker fritiert, einer dichteren und zäheren Bratflüssigkeit. Dabei ist das Resultat weit weniger ausgefallen als seine spektakuläre Zubereitung; dafür ein zartes, saftiges und intensiv nach Lauch duftendes Steinbutt-Häppchen.

Zu den weiteren Höhepunkten der Semaine-gastronomique-Karte des Qualitätsprodukte-Fanatikers Ettore Bocchia gehören beispielsweise eine butterzarte und cremige «Mozzarella burrata» mit einer Peperoncine oder, zum Dessert, «La variazione di dolci alla cioccolata», die mit Schokolade-Spezialitäten des Genoveser Chocolatier-Hauses Domori zubereitet wird.

FELDSCHLÖSSCHEN / Im Jahr 2002 mehr verdient

Beim Bier Marktanteile verloren

Die Feldschlösschen-Getränkegruppe hat im Jahr 2002 insgesamt 2,13 Mio. Hektoliter Bier produziert. Wie CEO Erwin Flückiger gegenüber der «Basler Zeitung BaZ» erklärte, setzte Feldschlösschen in der Schweiz mit 1,83 Mio. Hektoliter 1,9 Prozent weniger ab als im Vorjahr. Während die nationale Hauptmarke Feldschlösschen sowie Carlsberg zulegen, schrumpften die Absätze von Cardinal (-3%) sowie jene der

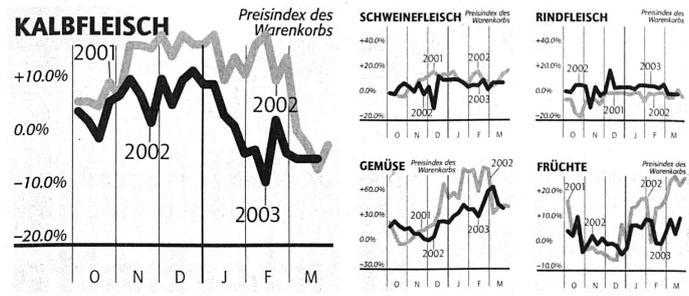
regionalen Biere Warsteck, Gurten, Hürlimann, Löwenbräu und Valaisanne (-10%). Im Jahr 2002 hat Feldschlösschen weitere Marktanteile verloren. Heute dürfte dieser bei 43 bis 45 Prozent liegen. Im laufenden Jahr will das Rheinfelder Unternehmen Marktanteile zurückgewinnen.

Wie die «BaZ» weiter schreibt, stieg der Reingewinn der Feldschlösschen-Getränkegruppe gegenüber dem Vorjahr

um 33 Prozent, der Free Cashflow um 130 Prozent. Die Gewinnmarge legte von 3,7 auf 5,4 Prozent zu.

Wegen der vom Parlament beschlossenen Senkung des Alkohol-Grenzwertes von 0,8 auf 0,5 Promille rechnet die Getränkegruppe mit einem stark rückläufigen Bierabsatz. Eine Brauerei-Schliessung steht aber gemäss Feldschlösschen-CEO Erwin Flückiger nicht zur Diskussion. *DST*

PRODINDEX 17. 3. BIS 22. 3. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



KURZ UND BÜNDIG

1. Internationale Weinexpo Chur.

Im «Marsoel der Saal» in der Churer Altstadt (Süsswinkelgasse 25) findet am Donnerstag, 3. April 2003, von 14 bis 22 Uhr, die erste Weinexpo statt. Über 200 Weine stehen zur Degustation bereit. Gemäss Pressemitteilung sind mehr als 20 Weinproduzenten und Courtiers aus der ganzen Welt anwesend. Unter anderem werden Weingüter aus den USA, Südafrika, Uruguay, Mexiko, Australien, Spanien, Italien, Frankreich und der Schweiz ihre Produkte präsentieren. Organisiert wird die Messe von der HTF Chur (Hotel- und Touristikfachschule Chur). *CM*

Gäste 2003 in Leipzig.

Die Internationale Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung findet vom 16. bis 19. November 2003 auf dem Messegelände in Leipzig statt. Ein Rahmenprogramm für die gesamte Branche rundet die Ausstellung mit etwa 450 Anbietern ab. Auf der Aktionsbühne «Gäste-Treff» in der Halle 3 finden Veranstaltungen wie Wettbewerbe der Berufsverbände, Show-Mixen der Deutschen Barkeeper-Union, Berufsmodenschauen, die Preisverleihung Hotelklassifizierung und diverse Fachvorträge zu aktuellen Themen statt. Am 18. November lädt der Hotelverband Deutschland (IHA) gemeinsam mit der Leipziger Messe und einigen Dehoga-Landesverbänden zu dem Kongress «Marktplatz Hotel 2003» ein. Zur Tradition gehört bereits der internationale Teamkochwettbewerb, der «Internationale Leipziger Preis der Köche» und der Jugendwettbewerb. *CM*

www.gae.de

3. Weltwasserforum in Kyoto.

2010 werde die Hälfte der Weltbevölkerung in Regionen leben, wo Mangel an Wasser für Ernährung, Hygiene und Landwirtschaft ein Problem sein wird, ebenso wie Wasserüberfluss in Form von Überschwemmungen und anderen Naturgefahren. Eine weltweite Süßwasser-Strategie sei nötig, schreibt das Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (BUWA) in einer Pressemitteilung. Um diese festzulegen, treffen sich Vertreter von Staaten, internationalen Organisationen und Wirtschaftskreisen am 3. Weltwasserforum vom 16. bis 23. März in Kyoto. Die Schweizer Delegation wird sich dafür einsetzen, dass Umweltschutz und Entwicklung miteinander zu verbinden sind, um langfristig eine nachhaltige Bewirtschaftung dieser lebenswichtigen Ressource sicherzustellen. *CM*

KULINARIUM

17. bis 28. März
– Ettore Bocchia's italienische Küche
Hotel Baur au Lac, Zürich

17. März bis 9. April
– Frühlingsgerichte
Hotel Rest. Dolderwaldhaus, Zürich

4. März bis 5. Mai
– «Dolce Vita», piemontesische Küche
Seedamm Plaza Hotel, Pfäffikon

BARTRENDS / Die klassischen Drinks und Cocktails erfreuen sich wieder steigender Beliebtheit. Alkoholfreie Drinks gewinnen weiter an Bedeutung. *MARTIN J. PETRAS*

«Old Fashioned» ist wieder Trumpf

Die Drink- und Cocktail-Klassiker erleben eine Renaissance. Die Sehnsucht nach den guten alten Zeiten macht auch vor den Bartresnen nicht Halt. Was die Mode-Branche wie auch die Unterhaltungs- und Filmindustrie erfolgreich inszeniert, hält in den Bars Einzug.

Kein Wunder möchten die Barbesucherinnen und -besucher in Zeiten, in denen Filme und Musicals wie «Moulin Rouge» oder «Chicago» weltweite Erfolge feiern und ein Robbie Williams im Smoking Swing-Klassiker vorträgt, solche nostalgischen Gefühle wenigstens für einen Moment in Form eines Drink-Klassikers festhalten.

«Back to the roots» in den Rührgläsern und Shakern: Auch für den kommenden Sommer erwarten die Barprofis eine Fortsetzung dieses Trends und ein leichtes Abflauen der «exotischen Welle». Neben der steigenden Beliebtheit der Klassiker, berichten die Barmänner genauso übereinstimmend von einem Wodka-Boom, der auf Kosten von Gin geht, sowie von der anhaltenden Popularität der Single-Malt-Whiskys.

«KLASSIKER, MARTINIS IN ALLEN VARIATIONEN»

«Die Bartrends werden von den Gästen gemacht», sagt Peter Roth von der Zürcher «Kronenhalle»-Bar, «früher sind die Leute mehr gereist und haben dann sozusagen ihre Lieblingsdrinks aus den Ferien mit nach Hause genommen». Die «Caipirinhas», «Pina Coladas» oder «Margaritas» seien zwar nach wie vor sehr beliebt, doch Klassiker wie «Manhattan», «Old Fashioned» und weitere seien eindeutig im Kommen, genauso wie einige Neo-Klassiker wie zum Beispiel der «Cosmopolitan» (Wodka Citron, Cointreau, Lime Juice und Cranberry Juice). «Die Klassiker und vor allem «Martinis» in allen Variationen werden sich den absoluten Trend-Drinks des

Foto: Martin J. Petras



BARKUNST IST WIEDER GEFRAGT

In Bars stehen Qualität und Genuss nach wie vor im Vordergrund. Auch wenn's ein Glas weniger als früher sein darf.

kommenden Sommers entwickeln, ist auch Jvan Paszti von der «Cranberry Bar» in Zürich überzeugt.

«ALKOHOLFREI, ABER GUT PRÄSENTIERT»

Vor dem Hintergrund der bevorstehenden Einführung der Promillegrenze von 0,5 erwarten die Barprofis eben-

so, dass die Bedeutung der alkoholfreien Drinks und Cocktails zunehmen wird. «Die Drinks müssen aber attraktiv präsentiert werden», sagt Charly Widmer, von der «Rive-Gauche»-Bars des Zürcher Hotels Baur au Lac, «das Feeling und der Genuss müssen gleich sein wie bei Getränken mit Alkohol». Auch für Peter Roth sind alkoholfreie Bar-Spezialitäten, nicht zuletzt auch

wegen der heutigen Wellness- und Fitness-Welle, nicht mehr wegzudenken.

«Doch etwas mit Geist» gehört einfach zu einer Bar», schmunzelt Peter Roth. Immer öfter stellt aber auch er, genauso wie seine Kollegen, wenn sie nach einer Empfehlung gefragt werden, die geistreiche Frage: «Mit oder ohne Alkohol?»

Getränkertrends: Was trinken Ihre Gäste am liebsten?



Franco Federico, Bar des Hotels Bellevue Palace in Bern: «In einer klassischen Hotelbar wie wir eine sind, stehen bei den Gästen eindeutig die Single-Malt-Whiskys im Vordergrund. Ich schätze, dass die Whiskys einen Anteil von rund 60 Prozent aller Drinks ausmachen. Die Damen bevorzugen süsse Cocktails und Champagner, der Whisky hingegen ist nahezu eine reine Männersache. Im Sommer auf der Terrasse sind besonders Bowle, Wein und Champagner beliebt.»



Jvan Paszti, «Cranberry Bar», Zürich: «Die Martini-Cocktails in jeder Form und in jedem Geschmack sind momentan die Renner. Und besonders Wodka in allen Variationen. Die Bar-Klassiker sind wieder im Kommen, nachdem in den letzten Jahren ein Anteil von rund 60 Prozent aller Drinks ausgebrochen ist. Gefragt sind gute und schnelle Drinks, üppig dekorierte Cocktails sind eher passé. In der heutigen Zeit werden aber auch vermehrt Wein und Bier bestellt.»



Peter Roth, «Kronenhalle»-Bar, Zürich: «Wir stellen fest, dass vermehrt die klassischen Drinks bestellt werden. Das Gute überlebt immer. Einige neuere Cocktails werden zu Klassikern. Gut laufen Whisky sowie Wodka und Rum in allen Variationen. Beliebt ist der In-Cocktail aus New York, der Cosmopolitan. Auch Cocktails ohne Alkohol werden oft bestellt. Nur müssen diese gut schmecken und attraktiv präsentiert werden, da die Gäste in einer Bar nach wie vor den Genuss suchen.»



Charly Widmer, Bar «Rive Gauche», Hotel Baur au Lac, Zürich: «Die Damen bevorzugen Champagner und klassische Champagner-Cocktails, die Herren sind für die Getränke mit mehr Alkohol. Die Klassiker sind bei uns zwar nie verschwunden, sie ziehen aber wieder an. Immer öfter werden auch spezielle Wodka-Marken verlangt. Generell sind die Gäste offener geworden für Empfehlungen und Spezialitäten eines Barmans. Die alkoholfreien Drinks dürften weiter zulegen.»

ST. MORITZ / Der legendäre Schaumwein-Pfirsich-Cocktail «Bellini» gehört zu den Bestsellern an der «Renaissance-Bar» des Badrutts Palace-Hotels. Barchef Mario Da Como erklärt, wie er seinen «Bellini» auf die klassische Art zubereitet. **MARTIN J. PETRAS**

Wo der echte «Bellini» in Strömen fließt

Zu den Getränke-Bestsellern der Renaissance Bar des Badrutts Palace in St. Moritz gehören «St. Moritzino» (Wodka, Cointreau, Zitronensaft), «South Side» (Wodka, Pfefferminzblatt, Zitronensaft, Zucker) und natürlich der «Bellini».

An die zweihundert Gläser des legendären Champagner-Pfirsich-Cocktails, der in «Harry's Bar» in Venedig seinen Ursprung hatte, gehen während der Winter-Hochsaison über den Tresen der «Palace-Bar».

«FRISCHE PFIRSICHE SIND DAS WICHTIGSTE»

«Das Geheimnis eines guten Bellini ist, ihn richtig zu machen», lacht

Mario Da Como, der weltbekannte Barchef der «Renaissance-Bar», «das Wichtigste daran sind die frischen Pfirsiche.» Er schätzt, dass mit er mit einem Pfirsich rund drei seiner «Bellinis» zubereitet.

«Bei Giuseppe Cipriani in Venedig haben wir noch die Pfirsiche für jeden Bellini jeweils à la minute durch ein Sieb passiert», erinnert sich Mario Da Como, «aber heute geht das nicht mehr, denn dazu haben wir gar keine Zeit mehr». Heute werde jeden Morgen «Mise-en-place» gemacht: Um den Geschmack zu verstärken, werden die Pfirsich-Fruchtschalen mit Zitronensaft gemixt, und das geschnittene Fruchtfleisch wird mit dem passierten Pfirsich-Zitronensaft beträufelt, damit

die schöne Farbe der Früchte erhalten bleibt.

«IN DEN «BELLINI» GEHÖRT PROSECCO»

Zum Servieren des «Mario-Bellini» kommen dann eine Kaffeetasse Pfirsichfleisch und zwei Kaffeelöffel Zucker in den Barmixer. Im Glas wird dann ein Drittel Pfirsichs mit zwei Dritteln Prosecco aufgefüllt. Gemäss Mario Da Como gehört in einen richtigen «Bellini» guter Prosecco und nicht Champagner. Doch er habe gar kein Problem damit, lacht Mario, wenn ein Gast in seine Bar kommt und sagt: «Mario, open a bottle of Dom Pérignon and make us a couple of Bellinis.»

Foto: Martin J. Petras


RENAISSANCE-BAR

Am Tresen der Palace-Bar hat schon mancher sein Herz ausgeschüttet.

LESEBAR

Vini d'Italia 2003. 1884 Produzenten und 13 336 Etiketten wurden in die 16. Ausgabe des Slow Food Gambero Rosso «Vini d'Italia 2003» aufgenommen. 250 Topqualitäten erhielten die be-



gehrte Premium-Auszeichnung «Tre bicchieri» (Drei Gläser). Der Weinguide ist in Regionen gegliedert und bietet jeweils am Anfang des Kapitels eine kurze Einführung zur Entwicklung der Weinregion. Innerhalb der Region sind zunächst die Anbauorte und darin die Produzenten alphabetisch und mit vollständiger Adresse aufgeführt. Zu jedem Betrieb gibt es eine halbseitige Bewertung. Darunter sind die jeweilige Preiskategorien aufgeführt. **DST**

842 Seiten, ISBN: 3-7742-0891-3, 50,20 Franken, Hallwag Verlag München

GaultMillau Wein Guide Deutschland 2003. Die Autoren Armin Diel und Joel Payne haben in ihrem jüngsten Guide die 663 besten deutschen Weinerzeuger gelistet und beschrie-



ben. Annähernd 4500 Weine werden kritisch bewertet. Die Einstufung der Güter erfolgt unter besonderer Berücksichtigung des Jahrgangs 2001, der im zehnten Weinguide die zentrale Rolle spielt. Beim Rotwein standen die 2000er auf dem Prüfstand. Der Weinguide dient aber auch als touristisches Nachschlagewerk. Er zeigt dem Reisenden die Routen zu den Gütern, indem er die Anfahrtswege beschreibt, Anschriften und Öffnungszeiten vermerkt, Hinweise auf Verkostungsmöglichkeiten, Vinotheken, Gutsausschank und Verkauf enthält. **DST**

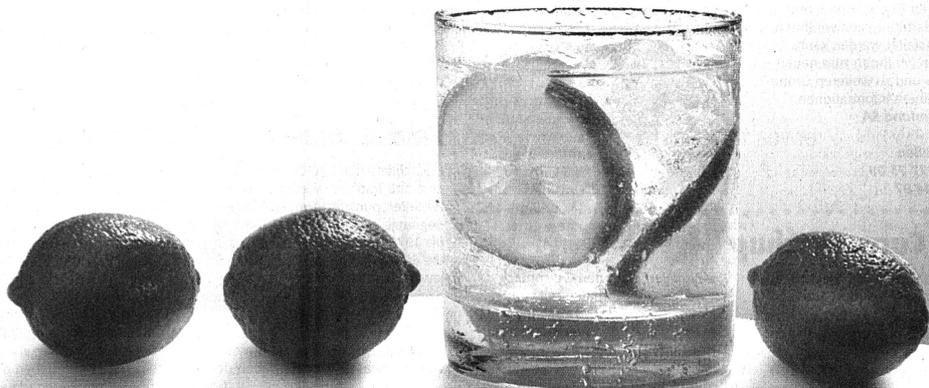
736 Seiten, ISBN 3-88472-538-6, 47,10 Franken, Christian Verlag, München

Anzeige

Frische Angebote mit starker Wirkung.

Cash+Carry Angehrn bietet exklusiv dem Profi aus Gastronomie und Lebensmittelhandel einiges mehr als ein breites Vollsortiment zu engrosbesten Preisen. Das selbständige Familienunternehmen offeriert den Kunden – neben dem einzigartigen Frischevorsprung – fortlaufend Innovationen und Inspirationen. Das Einkaufen in jedem der acht Engrosmärkte wird dadurch zum echten Erlebnis.

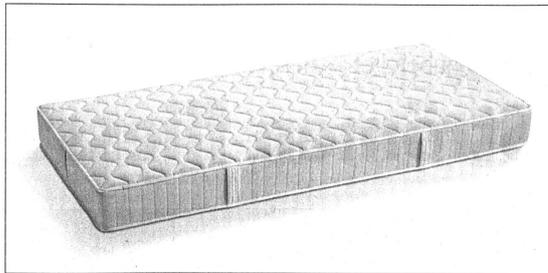
Angehrn – die Erfolgs- und Inspirationsquelle mit starker Wirkung.



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

www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

Cash+Carry
CCA Angehrn
...exklusiv für Profis



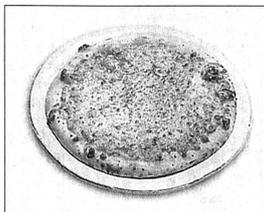
Happy AG – «Premium»-Matratzen

Die im Hotelbereich bekannte Bettenfabrik Happy AG aus Gossau entwickelte die neue Matratzenlinie «Premium» speziell für Hotels, die ihren Gästen einen hohen Schlafkomfort in den Zimmern bieten wollen. Die Auflage aus klimatisierender Spezialfaser und reiner weisser Schafschurwolle, versteppt mit einem anschiemgsamen Softdamast, erzielt einen überdurchschnittlichen Liegekomfort und ein ausgeglichenes Wohlfühlklima. Raffiniert gelöst ist das ständige Problem des «Grabens» in der Mitte zweier Matratzen beim Doppelbett.

Dank der gradlinigen und langlebigen Passform ist der Zwischenraum praktisch nicht mehr spürbar. Happy kann alle seine hochwertigen Matratzenmodelle wie die Schaumstoffmatratzen «Systema» und «Air/!» sowie die Federkernmatratze «Hotel» in der Premium Qualität ausrüsten. Die Taschenfederkernmatratze «Hotel Deluxe» wird zusätzlich noch mit einer Seidenauflage ergänzt, was zu einem ganz speziellen Liegegefühl führt.

Happy AG
9201 Gossau SG
Telefon 071 387 44 44

Neue Pizza Margherita von Buïtoni



Olivienöl extra vergine und den landestypischen Kräutern Basilikum, Majoran, Oregano. Die Qualitäten dieser Pizza liegen in der Schlichtheit der Zutaten. Selbstverständlich eignet sich diese Margherita auch als Basis für kulinarische Exkursionen ganz nach Ihrem Gusto. Mit dem Belegen von weiteren Zutaten machen Sie aus diesem qualitativ hochstehenden Ausgangsprodukt eine einzigartige Pizza, die Ihre Gäste nur bei Ihnen bekommen – und erst noch in Rekordzeit. Denn die bereits vorgebackene Pizza ist nach nur sechs bis neun Minuten im Backofen fertig zubereitet, zudem zeigt sie sich im Bezug auf Lagerung und Transport äusserst stabil.

Nestlé FoodServices
9401 Rorschach
Telefon 071 844 85 30

Seit Februar 2003 ist von Buïtoni eine neue Pizza Margherita auf dem Markt. Die neue «Margherita» verfügt über einen sehr dünn ausgewählten Hefeteigboden mit einem Durchmesser von ca. 26 cm. Die Garnitur des Pizzabodens besteht aus den traditionellen Elementen: Tomaten, Mozzarella,

Grohe SA – Wassersparende Armaturen

Grohe ist europaweit der führende Anbieter von wasser- und energiesparenden Armaturen. In Europa sind wir klarer Marktleader. Dank unseren höchsten Ansprüchen an Qualität und Design vertrauen auch in der Schweiz immer mehr Menschen auf die Wassertechnologie von Grohe. Am Beispiel des innovativen «Freehanders» mit zwei drehbaren Brauseköpfen und je zwei Strahlarten, zeigen wir Ihnen, wie schön gestaltet werden kann. Gerne senden wir Ihnen zum neuen «Freehanders» und zu weiteren Grohe-Produkten nähere Informationen.

Grohe Switzerland SA
Hertistrasse 2
8304 Wallisellen
Telefon 01 877 73 00
Fax 01 830 44 07



Heinz Curry Ketchup liegt im Trend

Eine Neuheit auf dem Schweizer Markt ist das Heinz Curry Ketchup. Diese

Kreation verbindet den Geschmack sonnengereifter Tomaten mit einer pikanten Curry-Gewürzmischung. Das Produkt wurde unter dem Namen Heinz Curry Ketchup auf den Markt gebracht und entspricht dem aktuellen Bedürfnis nach einer unkomplizierten, aber variantenreichen und gesunden Küche. Die Neuheit gefällt durch einen charakteristischen Geschmack mit exotischer Note und die wohl dosierte Schärfe, die sich vor allem im Abgang bemerkbar macht. Eine exotische Note für Grilladen und unzählige weitere Gerichte. Mit dieser Spezialität liegt Heinz voll im Trend, denn Curry zählt zu den beliebtesten Gewürzen der Schweizerinnen und Schweizer.

Haecy Fine Food AG
Duggingerstrasse 15
Postfach
4153 Reinach BL
Telefon 061 716 81 81
Fax 061 716 81 72
haecy@haecy.ch
www.haecy.ch



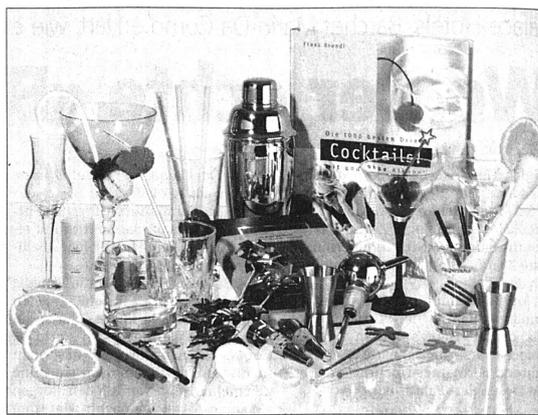
Cash + Carry Angehrn – Optimaler Partner für Barprofis

Worauf basiert die grosse Beliebtheit von Bars? Sicherlich ist es die lange Tradition dieser Institutionen, verbunden mit der menschlichen Komponente der erfahrenen Barkeeper. Basis bildet aber neben dem stimmigen Ambiente und dem Talent des Barkeepers vor allem auch das richtige Sortiment. Hierbei leistet CCA als Partner der Barprofis einen wichtigen Beitrag.

Obwohl sich das Outfit einer Bar immer wieder verändern wird, bleibt die Grundfrage immer gleich: Wie stelle ich es an, dass meine Gäste reinkommen, mit Freunden wiederkommen, zufrieden sind und das volle Barangebot reichlich nutzen? Hier spielt der Barkeeper eine entscheidende Rolle. Er hört zu, berät oder empfiehlt und mixt die gewünschten Drinks perfekt – denn der «Cosmopolitan» soll so schmecken und duften wie in New York und der «Bahama Mama» wie im Urlaub unter Palmen.

Ambiente und Auswahl entscheidend

Das Können des Barkeepers und das stimmige Ambiente sind aber nur die notwendigen Zutaten zum erfolgreichen Betrieb einer Bar. Das Fundament stellt die Auswahl, das Barsortiment dar. So ist heute, wo bekannte Marken – beispielsweise von Gin oder Wodka – nur geringfügig mehr kosten als Produkte zweiter Klasse, auf ein wohl- ausgewogenes Spektrum von Marken-



produkten und unbekanntem, aber erstklassigen Neuentdeckungen zu achten. Zudem ist die Balance zwischen Preis und Leistung gefragt denn je. Diesem Trend schenkt deshalb Cash + Carry Angehrn, exklusiver Engros-partner für Profis aus Gastronomie und Lebensmittelhandel, konsequente Beachtung. So baute CCA das bestehende Spirituosen- und Barzubehör-Sortiment in allen acht Engros-Märkten aus. In den neu gestalteten Barsektoren findet der clevere Barkeeper bei seinem one-stop-shopping neben bewährten Spirituosen viele neue Produkte bekannter Hersteller.

Das vergrösserte Angebot reicht von leichten Schnäpsen und Mixzungen über exotischere Brände bis hin zu den bekannten, exklusiven Markenwhiskys. Edle Glaswaren, günstige Verbrauchsartikel und verschiedenste Dekorationselemente runden das Sortiment ab. Als echter Partner der Gastroprofis bietet CCA zudem im Laufe dieses Jahres Bar-Workshops mit spannenden Tipps und professionellem Know-how an.

CCA Cash + Carry Angehrn
www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

X-Drink im Offenausschank – Zum Beispiel am Rheinflall

X-Drink – The Swiss Lemonade gibt es neu im praktischen Offenausschank als Pre- und Postmix. Für Ausflugrestaurants und Autobahnraststätten bringt's die Offenausschank-Anlage bereits ab 5000 Litern Absatz pro Jahr.

Ein Beispiel ist das Schössli Wörth am Rheinflall, zu dem an heissen Tagen hunderte Ausflügler pilgern. «Europas grösster Wasserfall ist zu jeder Jahreszeit ein imposantes Naturschauspiel!» Auf Daniel Ciapponi, Gastgeber vom Schössli Wörth in Neuhausen (SH) übt er nach wie vor eine unvermindert Faszination aus. Auch in- und ausländische Touristengruppen, Pärchen jeden Alters, Vereine, Schulklassen und Familien treffen hier täglich aufeinander.

Flüssiger Service mit Offenausschank

«Das kann schon mal zu einem Grossandrang bei uns auf der Terrasse führen», lacht der charismatische Pächter, der sich als «Gastrosoph» bezeichnet. Und dann sind Ökonomie und Effizienz im Service gefragt.



Die gewährt Daniel Ciapponi mit seiner Premix-Anlage von Henniez: «Der Offenausschank ist praktisch, platzsparend und sorgt für reibungslose, rasche Bedienung unserer zahlreicheren durstigen Gäste.» «Ab 5000 Liter Absatz pro Jahr stellen wir unseren Kunden einen Offenausschank zur Verfügung», erklärt Heiner Schäublin, Henniez-Verkaufsdirektor für die Gastronomie: «Im Selbstbedienungsrestaurant am Rheinflall zum Beispiel werden Henniez Grün, X-Drink Citron, X-Drink Orange und Virgin Cola offen verkauft.» «X-Drink ab Offenausschank ist ideal für die vielen Schulklassen und Familien mit Kindern», meint Daniel Ciapponi. «So können unsere jungen Gästen ihr cooles Getränk gleich selber auswählen und zapfen, bevor sie mit dem Boot zur tosenden Gisch des Rheinflalls heranfahren.»

Henniez Mineralquellen AG
8184 Bachenbülach
Telefon 01 864 30 40
info@henniez.ch
www.henniez.ch
www.x-drink.ch

Feldschlösschen und Cardinal lancieren Frühlingsbiere

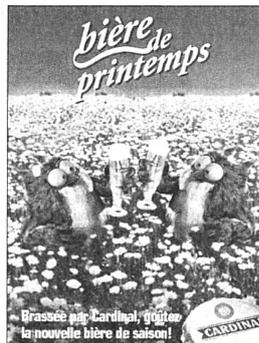
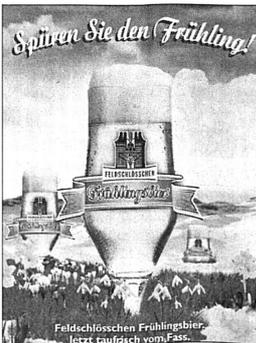
Feldschlösschen und Cardinal nehmen eine alte Tradition wieder auf und lancieren pünktlich zum Frühlingsbeginn je ein Frühlingsbier. Cardinal bis 1976 und Feldschlösschen bis in die 80er-Jahre brauten vor Ostern jeweils ein «Festbier». Wegen stetig nachlassender Nachfrage verzichteten die Brauereien in der Folge auf die Produktion. In den letzten Jahren haben sich die Gewohnheiten der Biertrinker wieder etwas gewandelt. Neben den

klaren Hauptvolumenträgern, den Lager- und Spezialbieren, werden vermehrt wieder Spezialitäten verlangt. Mit ihren Frühlingsbieren entsprechen Feldschlösschen und Cardinal dieser Nachfrage und leisten damit gleichzeitig einen Beitrag zur Förderung der Bierkultur.

Das Feldschlösschen-Frühlingsbier ist ein unfiltriertes Spezialbier. Im Vergleich zur Feldschlösschen «Hopfenperle» zeichnet es sich neben der naturtrüben Erscheinung vor allem durch eine etwas hellere Farbe, eine leichte Fruchtigkeit und eine mildere Bitterkeit aus. Vom Alkoholgehalt her ist es mit 5,7 Volumenprozent stärker als die Hopfenperle mit 5,2 Prozent. Beim «Bière de printemps» von Cardinal handelt es sich um ein so genanntes Märzenbier. Dieses wurde ursprünglich in München vor Anbruch des Sommers – dessen Hitze das Brauen verunmöglichte – produziert und in Felsenkellern gelagert. Auf diesen Vorrat griff man dann in der warmen Jahreszeit zurück. Im Vergleich zum Cardinal Lager Classique und zum Cardinal Spéciale zeichnet sich das Cardinal-Frühlingsbier vor allem durch eine kräftigere Farbe und durch eine mildere Bitterkeit aus. Der Alkoholgehalt ist mit 5,5 Volumen-

prozent leicht stärker als beim Cardinal Spéciale mit 5,2 Prozent. Die beiden Frühlingsbiere von Feldschlösschen und Cardinal sind in über tausend Gastronomiebetrieben je nach Absatzstelle bis Ende April beziehungsweise Anfang Mai erhältlich.

Feldschlösschen Getränke AG
Telefon 058 123 48 38
Fax 058 123 48
www.feldschloesschen.com



LOBBY / Foyer und Empfang sind die zentralen Orte für Begegnungen und Kommunikation. Gefragt ist eine sensible Interpretation und gekonnte Konfrontation aus Design und Möbelstücken. Entscheidend ist auch die Lichtführung. **LORE KELLY**

Die Lounge übernimmt für das Hotel die wichtige Rolle einer Visitenkarte

In der Lounge bekommt der Gast den ersten Eindruck. Oft kann er dann schon über das Hotel sagen, ob er sich wohl fühlt oder nicht. Der Empfang, oft als Visitenkarte des Hauses bezeichnet, ist entscheidend. Hier lernen sich Gast und Gastgeber kennen, hier wird der Grundstein zur Zufriedenheit gelegt. Ausserdem sind Foyer und Empfang die zentralen Orte für Begegnungen und Kommunikation. Eingangstüre, Fussboden, Empfang, Beleuchtung, Farbkonzept und die Sitzgelegenheiten müssen aufeinander abgestimmt sein.

Die Zusammenstellung macht's und der gekonnte Kontrast bringt Stimmung und Spannung. Die Ausstattung der Hotels ist das A und O. Denn erst durch sensible Interpretation und gekonnte Konfrontation werden aus Design und Möbelstücken spannende und überzeugende Einrichtungsideen.

Licht ist Stimmungsmacher Nummer eins. Es begleitet den Gast bei allen Bewegungen durch das Hotel. Zu viel Licht erzeugt Monotonie, zu wenig Licht macht müde. Erlebnisreiches Licht sorgt für Abwechslung und Ambiente. Im Hotel Montana in Luzern wird das Licht je nach Tageszeit und Anlass gedimmt. Der Salon ist abends die Verlängerung zur Bar. «Wir setzen alte Fauteuils ein, die frisch überzogen sind. Es ist ein Louis-toujours-Stil», sagt Maria Büeler, Leiterin Verkauf.

Der echte Eichenparkettboden, die grossen Fenster mit der fantastischen Aussicht auf See und Berge und das brennende Cheminée-Feuer vermitteln eine warme, harmonische Atmosphäre. Alte Art-Deco-Lampen an den Wänden schaffen Geborgenheit und Wärme. «Der Gast muss abschalten können, wenn er sich in einem Sessel bequem macht», erläutert Maria Büeler.

Auch im «Steigenberger Hotel» in Gstaad wird das Licht in der Lounge später am Tag gedämpft. Ein richtiges Lichtkonzept wurde ausgearbeitet. Der Barchef ist dafür zuständig. In dieser grosszügigen Halle trifft sich alles. In einer Nische befindet sich die Internetstation. Die Bar ist grosszügig integriert. «Man sollte bei uns den

ganzen Tag mit einem spannenden Buch mit Lust in der Lounge verbringen können», meint Direktor Günter Weilguni. Der Gast soll dort relaxen, am Nachmittag die anderen Gäste bei der Teatime beobachten, das traumhafte Panorama geniessen oder sich mit Freunden treffen können. Weilguni: «Unsere Lounge strömt mit all dem Holz eine gemütliche Wärme aus. Es ist eigentlich wie ein grosses Chalet. Viele Gäste sagen, es sei wie ein Wohnzimmer».

Seit seinem Um- und Neubau ist das Hotel Widder in der Zürcher Altstadt ein Labyrinth, das clever und einfühlsam in ein Ensemble schützenswerter Häuser eingefügt wurde. Die Lounge wurde in das aus dem 12. Jahrhundert stammende Haus integriert. Frühmorgens erwartet hier den Gast schon ein kleines Café-Buffet. Diskreter, nicht so exponiert, liegt die Bibliothek, gleich daneben. Die Grundmauern sind sichtbar – es ist das älteste Haus von Zürich. Hier brennt in kalten Monaten immer ein Cheminée-Feuer. Beide Räume sind mit edlen Klassikern wie den legendären Eames-Chairs und Ellen-Grays-Tischen bestückt. Die Kombination von Alt und Neu fasziniert die Besucher.

WIE EIN LUXURIÖSES KLOSTER

Jeder Hotelier sieht seine Lounge unter einem anderen Gesichtspunkt und je nach Hotel hat sie eine andere Ausstattung. Im «Arosa Kulm & Alpin Spa» gibt es im Winter fünf öffentliche Restaurants. Im vorderen Bereich geht es sehr lebhaft zu. Deswegen wurde die Lounge, die Panoramahalle, nicht am Eingang platziert, sondern im hinteren Hoteltrakt. So können die Gäste geschützt und in einer geborgenen Atmosphäre entspannen. «Hier geht es klassisch gemütlich zu mit Blick auf die Alpen. Der Gast kann seine Zeitung lesen und ungestört seine Zigarre rauchen. Die Möbel sind klassisch zeitlos und sie laden zum Wohlbefinden ein», meint Hotel-Direktor Urs Bühler.

Der neu renovierte «Lanserhof», auf einem Sonnenplateau in der Nähe von Innsbruck gelegen, wirkt wie ein



HOTEL LANSEHOF, LANS (A)

Die Zusammenstellung macht es aus, und der gekonnte Kontrast bringt Stimmung und Spannung.

moderner Ort des Rückzugs, ein luxuriöses Kloster. Die Lounge, mit Cheminée, liegt direkt neben der Teebar. Die Leichtigkeit und Transparenz, die klaren Linien, die hochwertigen Na-

turmmaterialien, der weite Blick auf das Bergpanorama und die anspruchsvolle Kunst sind beeindruckend. In dieser reduzierten Atmosphäre fällt es den Gästen leicht, zur Ruhe zu kommen.

Grosse Fensterflächen holen die Natur ins Innere. Ein Designer- und Künstler-Team gestaltete den renovationsbedürftigen Bau aus den Siebzigerjahren.

Kölner Messe: viel Neues für die Hotel-Lounge

Auf der diesjährigen Möbelmesse in Köln kreierten die Möbelhersteller auf ihren Messeständen oder in den Showrooms ihre eigenen Stimmungswelten. Viel Neues war auch für die Hotellounges zu finden. Fast alles gehört in den Messeständen zum Ausstellungsgut: vom Aschenbecher oder Räucherstäbchenhalter über Blumenarrangements in farbigen Vasen bis zu den Stelischen, Sofas, Teppichen und Seidenvorhängen. Die Botschaft heisst Stil und Stimmungen über alle Produktgruppen hinweg. Manche Möbelhersteller runden ihr Angebot heute in Richtung Atmosphäre ab. Der deutsche

Hersteller Rolf Benz liefert zu seinen Sesseln und Sofas gleich den passenden Teppich dazu. Benz stellt eine Stehlampe neben die Sitzgruppe. Gunther Lambert zelebriert die gut situierte Welt mit dem klassischen-asiatischen Touch.

Die Schweizer Firma Interprofil zeigte Sitzmöbel und Ruhesessel vom Feinsten. Sie haben ein Entwicklungsstudio und auch die Produktion in Deutschland. Die Sitzmöbel kann man je nach Nutzung schwebelicht in verschiedenen Positionen bringen. Auch die Sede stellte elegante Loungingmöbel vor. Die italienische Designerin Anto-

nella Scarpitta entwarf ein kubisches Sofa, das alles Überflüssige vermeidet. Es ist ein zeitloses Möbel mit eleganter Formensprache, hohem Sitzkomfort und modularem Programmaufbau, der viele Verwendungsmöglichkeiten erlaubt.

Die für das Lounging typischen tiefen Rückenlehnen lassen sich nach Bedarf hochklappen und ermöglichen dadurch bequemes Anlehnen. Das Programm umfasst drei verschiedene Sofas, fünf Hocker sowie vier Anbauelemente, mit denen sich verschiedene Kombinationen, beispielsweise Ecken, zusammenstellen lassen. **LK**

ANNETTE BLANK / Für die Design-Spezialistin sind die Übereinstimmung von Architektur und Innenarchitektur sowie die gestalterische Umsetzung des Haus-Konzeptes die Erfolgsfaktoren für Lounges im Hotel. **INTERVIEW: LORE KELLY**

«Lounges sind ein sinnliches Erlebnis»

■ Annette Blank, wie sollte eine Lounge in einem neuen Hotel nach Ihren Vorstellungen aussehen?

Die Lounge ist die Etikette des Hauses, ihre Einrichtung steht für die Gastfreundschaft der Institution. Ist die Gestaltung stimmig, entsteht ein



Annette Blank

gutes Gefühl. Die Übereinstimmung von Architektur und Innenarchitektur sowie die gestalterische Umsetzung des Haus-Konzeptes sind die wichtigsten Parameter für Lounges. Gibt es eine originäre und starke Raumgestaltung, wird der Empfang vom Gast genossen. Ist hingegen der Raum überfrachtet, overdesigned oder nur zugezogen, quittiert der Gast dies mit Desinteresse. Kundenorientierte Architektur und Innenarchitektur im unverwechselbaren Charme und überraschenden Outfit des Hauses hingegen verleiten zum Wiederkommen.

■ Gibt es Unterschiede von Lounges bei Business- und Touristenhotel?

Selbstverständlich ist ein Innenstadt-Hotel anders ausgerichtet als das Touristenhotel am Traumstrand. Finde ich im Business-Hotel eine Station für meinen Laptop, Räume für Meetings mit sämtlichen Präsentations-Finessen oder geschützte Orte zum infor-

mellen Treffen in der Lounge, so dominieren im Ferienparadies die Relaxsessel und Unterhaltungsprogramme.

■ Welche Eigenschaften sollten die Sitzgelegenheiten haben?

Öffentliches Sitzen in der Lounge unterscheidet sich wesentlich vom privaten in den eigenen vier Wänden. Die Sitzmöbel der Lounge sprechen eine Einladung zum Platznehmen aus: Gefällig wirken ergonomische Formen mit sanften Konturen und breite Einzelsitze mit halbhohen Armlehnen. Die Polsterung bildet die Grundlage für die Würde des Sitzenden. Fest und dennoch komfortabel gepolstert, erlaubt die Sitzgelegenheit den Gästen, beim Sitzen stets ihre Haltung zu bewahren, buchstäblich aufrechten Blickes den Lauf der Dinge im Auge zu behalten und mühevoll spurlos wieder aufzustehen. Zudem entfällt das Aufschütteln und Richten der losen Polster, die zu Hau-

se für Kuschelkomfort sorgen. Sicherheit spielt in der Lounge eine grosse Rolle, beispielsweise dürfen in den Polstern keine Gegenstände ungesehen versteckt werden können. Bezüge aus Leder etwa sichern vor Verschleiss und veredelte Stoffe vor Verschmutzung.

Schliesslich sollten Polstermöbel in der Lounge den menschlichen Instinkt befriedigen, das unbekannte Terrain stets überblicken zu können, in der fremden Umgebung nicht fremd zu wirken, selbst ungestört zu sein und zugleich niemanden zu stören.

■ Hat sich in den letzten Jahren ein Wandel vollzogen?

Lounges sind ein sinnliches Erlebnis. Je individueller konzipiert, mit grösster Aufmerksamkeit gestaltet und origineller inszeniert, desto besser bestehen die Häuser im Wettbewerb um Besucher. Die neuen Designhotels etwa trotzten der lang gelebten Unifor-

mität und erfüllen sehr persönliche Wünsche nach Gastlichkeit.

■ Welche Rolle spielen beim Kauf die Namen der Designer?

Renommiertere Namen spielen zunehmend eine Rolle. Dabei stärken die mit den Namen verbundenen Designrichtungen das Image des jeweiligen Hauses. Zudem muss ein Hersteller heute in der Lage sein, spezifische Möbel für den Architekten des Hotels zu fertigen, wenn dieser originäre Ideen umsetzen will. In dieser Weise arbeiten renommierte Webereien und Möbelhersteller seit Jahren mit international tätigen Architekten zusammen und entwickeln erfolgreiche Möbel- und Textil-Linien.

Annette Blank, geboren 1959, studierte Kunstgeschichte in Berlin und promovierte zur Entstehung der Kunst. Sie ist seit 1988 als Designjournalistin und CI-Beraterin tätig; 1998 gründete sie das Büro Blank Communication Services.

MTV WINTERJAM 2003 / Werbung für Davos

107 Mio. Haushalte

Gegen 10 000 Musikbegeisterte kamen nach Davos zum MTV Winterjam 2003. Das am Fusse des Jakobshorns aufgezeichnete Event wird auf MTV vom 14. bis 19. April und vom 21. bis 25. April, jeweils von 23.00 bis 23.30 Uhr ausgestrahlt. Laut Britta Schnewlin, PR-Verantwortliche bei Davos Tourismus, kann der bei Jugendlichen beliebte Musiksender von 107 Millionen Haushalten Europas empfangen werden. TRU

DEUTSCHLAND / Reiseführer für Homosexuelle
Gay-Marketing Berlins

Berlins Bürgermeister Klaus Wowereit will die schwule Reiseszene umwerben. Der für sein Selbstbekenntnis als Homosexueller bekannte Politiker stellte sich an der ITB 2003 in Berlin als Zugpferd für die Präsentation des schwulen Reiseführers «Gayfriendly Germany» zur Verfügung. Berlin habe «vor Köln oder Hamburg die grösste schwul-lesbische Szene in Deutschland», zitiert ihn das Magazin «Focus»: «Also

kommt herbei!» In Berlin seien «die Nächte mehr als ausgefüllt», bestätigt der Reiseführer. Als einen «wichtigen Nischenmarkt» hat auch Münchens Fremdenverkehrsdirektorin Gabriele Weishäupl die Gay-Szene erkannt. Gemäss einer von «Focus» zitierten Marktforschungsstudie geben schwule und lesbische Touristen allein in München jährlich rund 300 Mio. Euro (441 Mio. Franken) aus. KJV

Romer's kauft
Toast Master

Snacks. Die auf tiefgekühlte Feinbackwaren spezialisierte Romer's Hausbäckerei AG in Benken SG erwirbt per 1. April 2003 von der Kadi Holding AG die Firma Toast Master Tellmac AG in Langenthal BE. Mit dem Kauf von Toast Master Tellmac AG baut die 1974 gegründete Romer's Hausbäckerei AG ihr Sortiment aus und expandiert im Markt für Schnellverpflegung. Das gesamte Sortiment von Toast Master bleibt unverändert. CM

ZITAT DER WOCHE

«Es gibt keine Strukturbereinigung, die nicht weh tut.»

Walter Steuri, Vorsitzender der Jungfraubahnen, am Tourismusforum der Alpenregionen. Siehe Seite 3

JOST KRIPPENDORF / Feier für den Tourismus-Professor

«Er war der Prophet und Provokateur»

Es waren viele, die sich zum Gedenken an den verstorbenen Berner Tourismusprofessor Jost Krippendorf zu einer Nachdenkfeier an seinem einstigen Wirkort in der Uni Bern zusammengefunden haben. Krippendorfs Bruder Beat Krippendorf streute musikalische Pausen ein. Es war eine eindrückliche Feier, die zum Nachdenken angeregt hat – wohl ganz im Sinne von Jost Krippendorf. Die htr zitiert jeden Sprecher mit einem Satz über den «streitbaren Visionär», wie ihn Müller bezeichnet:

Hansruedi Müller, Tourismusprofessor: «Jost hatte das ganz grosse Talent, Menschen zusammenzubringen.»

Peter Giger, Inhaber Giger Café: «Deine philosophische und gedankliche Überlegenheit fiat dich manchmal fast isoliert.»

Paul Risch, Professor, Vorgänger Krippendorfs: «Es wäre wichtig, die eindrücklichen Warnungen von Krippendorf vermehrt zur Kenntnis zu nehmen.»

Bruno Gerber, Ex-Tourismusdirektor von Davos: «Er war ein Schneller im Denken, aber zum Zuhören hat er sich immer Zeit genommen.»

Walter Rösli, Ex-Tourismuskurator von Bern: «Jost Krippendorf hat jeweils gesagt, die Tourismusdirektoren sollen mehr denken als dirigieren.»

Maria Küng, Journalistin: «Das Stärkste an Jost war seine Verschworenheit für den weiseren Tourismus.»

Gian Reto Plattner, Professor an der Uni Basel: «Er war und blieb ein staunender Mensch.»

Schang Hutter, Künstler: «Du, Jost, bist für den Frieden; wir werden Dir folgen, du bist unser Vorbild.»

Peter Stein, Kunstmaler: «Er war ein Mensch mit weitem Horizont, der sich das Kind im Manne behalten hat.»

Christine Plüss, Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung: «Er rief uns dazu auf, hartnäckig und unbeirrt das Richtige im falschen Moment zu tun.»

Karl Ganser, Professor Uni München: «Der Jost ist mehrfach gegangen.»

Therese Frösch, Berner Gemeinderätin: «Sein Fokus lag auf dem Positiven und dem Harmonischen.»

Wolf Michael Iwand, Umweltbeauftragter TUI: «Er war der Prophet und Provokateur.»

Martin Volkart, Berater: «Du warst für mich vor allem Förderer.»

Ursula Wyss, Assistentin am FIF: «Jost Krippendorf war ein grosser Synthetiker.»

Marc Krippendorf, Sohn von Jost Krippendorf: «Papi war ein Netzwerker, mit einem oder zwei t.» CK

BÄRLAUCH / Der charakteristische Knoblauchgeruch des Bärlauchs als Erkennungszeichen ist trügerisch. Eindeutig ist die Blattform. CHRISTIAN MEYER

Pflanzenstiel als Merkmal

«Das sicherste Erkennungszeichen des Bärlauchs ist der dünne Stiel», sagt André Meier-Abt, Pharmazetin am Tox-Zentrum Zürich. Denn nicht alles, was wie Bärlauch aussieht, ist auch Bärlauch (im Bild Verlags-Mitarbeiterin Anna-Lisa Casaluci mit einem Bärlauch-Strauss). In nächster Nähe echten Bärlauchs findet man oft Giftpflanzen, an die man kaum denkt, weil sie zu dieser Jahreszeit nur Blätter, jedoch keine Blüten tragen. Es handelt sich unter anderem um die Herbstzeitlosen (Colchicum sp.).

HOCHWIRKSAMES
ZELLGIFT

Sie enthalten ein hochwirksames Zellgift, das Colchicin, von dem schon weniger als 1 mg pro kg Körpergewicht lebensgefährlich ist. Die Blätter der Herbstzeitlosen sind ungestielt, lanzettlich, ohne Geruch. Der charakteristische Knoblauchgeruch des Bärlauchs ist übrigens kein sicheres Erkennungszeichen: Der besagte Geruch kann sich beim Einsammeln auf andere Pflanzen übertragen. Eine genaue Beschreibung der dem Bärlauch ähnlichen Pflanzen ist im Internet unter www.toxi.ch zu finden. Sollten Übelkeit, Erbrechen und heftige Durchfälle einige Stunden nach Genuss einer Mahlzeit auftreten, ist unverzüglich das Tox-Zentrum zu kontaktieren: Telefon 01 251 51 51.

Foto: Christian Meyer



NICHT VERWECHSELN

Der Knoblauchgeruch des Bärlauchs kann sich auf weitere gesammelte Pflanzen übertragen, die ein ähnliches Aussehen haben, aber giftig sind.

GV::SWISS / Ausgabe 2/2003

Weg vom Junk-Food



Die rund 130 000 Studierenden an Schweizer Hoch- und Fachhochschulen wollen verpflegt sein. Wie man in

den Unimensen den grossen Ansturm am Mittag meistert, dass ein Studentenmenu nicht immer unter sechs Franken kosten muss und wie man die jungen Leute zu gesunden Mahlzeiten verführt, zeigt die aktuelle gv::swiss-Ausgabe anhand von Praxisbeispielen. Für junge Leute sind Pommes frites oft ein Must auf dem Mittagsteller. Damit's gesünder wird, hat gv::swiss nach Alternativen gesucht. GSG

Eine Gratis-Probennummer oder ein Kennenlern-Abonnement erhalten Sie unter Telefon 031 370 42 22 oder per E-Mail: media@swiss-hotels.ch

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



Franz G. Meier, dipl. Hotelier SHV/VDH, übernimmt per 1. Mai 2003 die Führung des Vier-Sterne-Hotels Tamina in Bad Ragaz. Er folgt auf Hans Rudolf Schmid, der das Hotel nach sechs Jahren verlässt. Meier verfügt laut Pressemitteilung über

eine langjährige Erfahrung in der Bündner Vier-Sterne-Saisonhotellerie und der Fünf-Sterne-Stadthotellerie sowie über ein gutes schweizweites und internationales Netzwerk im Sales- und Marketingbereich. TRU

Der historische, von Gault Millau mit 15 Punkten benotete Gasthof Steinbock/Le Pavillon Tägerwilten hat ab Juni neue Pächter: Der 42-jährige **Thomas Schwarz** und seine Frau und Gastgeberin **Ladina Schwarz-Raffiner** übernehmen den Betrieb von **Felix Bischof**. Die Familie Schwarz wirkte bisher im Restaurant Sternen in Salenstein TG. Bischof (63) von 1970 bis 1990 Direktor der

Mövenpick AG in Zürich, zieht sich zusammen mit seiner Frau aus der Gastronomie zurück. Bischof: «Ich gehe in Pension und widme mich musischen Dingen. Man muss doch auch jungen Gastronomen eine Chance geben.» UOK

Ab sofort übernimmt **David Krüger** (29) das Zepter in der Küche des Landgasthofs Drei Könige in Entlebuch (15 Punkte Gault Millau). Der aus Deutschland stammende Krüger war zuletzt als Sous-Chef im Hotel Palace in Luzern tätig. Der bisherige Küchenchef, **Lukas Betschard**, will sich einer neuen Herausforderung stellen. CM

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hotelier-Verein
Mönchplatzstrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)

Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Mireille Guggenbühler (MG),
Tam Rüm (TR), Sonia Stalder (SS),
Dr. Karl Josef Vering (KV)

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

Cahier français: Miroslav Halaba (MH),
Laurent Missbauer (LM), Valérie Marchand (VM)

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK)

Produktion: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE)

Layout: Roland Gerber (RG), Kain Guager (KG),
Gilbert Perrot (GPE), Brigitte Spring (BS)

Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten: Katja Hassenklamp (HAS), Paris:
Gerhard Lob (GL), Tessin: Heribert Putschler (HP), Wien:
Mana Pütz-Willens (MAP), München: Franziska Richard
(FR), Basel: Georg Uebenauf (GU), Frankfurt: Gregor Waser
(GW), Zürich: Robert Wildi (RW), Zürich

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strehel
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci,
Stellenservice: Matthias Beyerle, Andreas Jakob, Marc Moser,
Geschäftsbezogen: Markus Marchel (Verkaufsleitung),
Roger Stemmer, Brigitte Weber,
Innendienst: Patrick Stalder

Druck:

Fischer AG für Data und Print,
Druckzentrum Bern

Auflage:

11'188 Ex. WEMF-bezahlt,
22'000 Ex. Vertriebsaufgabe

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

ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

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

Kontakte:

Adresse:
Mönchplatzstrasse 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
Stellenservice:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch
Geschäftsbezogen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: patrick.stalder@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Für unerlangte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.



PARKINGS / Les stations cherchent des solutions pour mieux faire face aux différents problèmes de stationnement. **PAGE 3**



BERLIN / Caroline Loehr, de Lausanne Tourisme, a noué plusieurs contacts au salon touristique ITB. Morceaux choisis. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

GUERRE EN IRAK / Deux scénarios ont déjà été échafaudés par les hôteliers

De la crainte, mais aussi des espoirs

L'ultimatum de 48 heures que le président des Etats-Unis a donné lundi soir à l'Irak ne laisse pratiquement plus de doutes sur l'imminence de la guerre. Dans cette perspective, plusieurs hôteliers romands nous ont fait part mardi des répercussions qu'un tel conflit aurait dans leur travail. Christian Rey, président d'hotelleriesuisse, a ainsi indiqué que deux scénarios avaient déjà été échafaudés à Genève: «Si le conflit dure moins de trente jours, il n'aura pas beaucoup d'impact. En revanche, s'il devait durer entre quatre semaines et six mois, les nuitées devraient baisser de 8%, une baisse fortement atténuée cette année par Telecom, qui se tiendra à Palexpo du 12 au 18 octobre, et par la conférence sur les télécommunications qui devrait réunir du 10 au 14 décembre quelque 10 000 personnes à Genève.»

LA PEUR DU TERRORISME ET LA PEUR DE VOYAGER

Au niveau des enseignements de la précédente guerre du golfe, Eric Kuhne, président de la Société des hôteliers de Genève, craint une forte baisse des mouvements touristiques: «La peur du terrorisme ira de pair avec la peur de voyager. Le seul point positif pour Genève est qu'on assistera peut-être au même phénomène qui s'était produit lors de l'invasion, le 2 août 1990, du Koweït par l'Irak, à savoir que les hommes restent sur place, alors que les femmes et les enfants sont envoyés à Genève.»

«L'INQUIÉTUDE EST VRAIMENT GLOBALE»

Jean-Yves Blatt, directeur du marketing du Lausanne Palace, recoupe des conséquences planétaires: «Quand il y a la guerre, plus personne ne bouge. Je devrais ainsi partir ces jours-ci en Chine pour un voyage de promotion avec les Leading Hotels of the World, mais ce déplacement risque bien d'être annulé. L'inquiétude est vraiment globale.»

Même son de cloche chez François Hutter, responsable commercial du groupe Manotel: «Déjà en recul depuis trois ans, le tourisme japonais a encore souffert du 11 septembre 2001 et une guerre en Irak accentuera à n'en pas douter cette baisse. Au sujet du marché du Moyen-Orient, Genève, avec sa réputation de destination sûre, pourrait cependant mieux s'en sortir que des destinations telles que Londres, par exemple.» **LM**

DIRECTEURS DU TOURISME / De «vendeurs» d'images qu'ils étaient, les directeurs d'office du tourisme, dont l'association fête vendredi son 75e anniversaire, sont devenus peu à peu des managers. **MIROSLAW HALABA**

Une profession s'est transformée

Honorifique aux premières grandes années du tourisme, la fonction de directeur d'office du tourisme – on parle maintenant aussi de directeur du tourisme – s'est fortement transformée avec le temps. Le 75e anniversaire de l'Association suisse des directeurs du tourisme (ASDT), fêté vendredi à Lucerne, permet de mesurer le chemin parcouru. Les changements ont cependant surtout été sensibles au cours de la dernière décennie, dans la foulée des transformations structurelles qu'a vécu le tourisme helvétique. Directeur de Crans-Montana Tourisme, Walter Loser en témoigne: «Notre profession a fortement évolué avec l'arrivée des nouvelles technologies de communication et l'attribution aux offices du tourisme de tâches commerciales. Il a fallu s'adapter très rapidement.» Tous le reconnaissent: de «vendeur d'images», le directeur de l'office du tourisme, et plus encore un responsable de destination, est devenu un véritable manager avec tout ce qu'il doit avoir de polyvalent. «La matière est devenue complexe et un directeur du tourisme doit désormais être un économiste doté d'une très bonne formation marketing», souligne François Bryand, directeur de Genève Tourisme.

UNE STABILITÉ RETROUVÉE

Grâce notamment à l'ASDT et son contrat-type, l'activité de directeur du tourisme a retrouvé ces derniers temps une certaine stabilité. Le nombre des mutations plus ou moins forcées qui était particulièrement élevé durant les années nonante s'est sensiblement réduit. Les directeurs en place connaissent, dans l'ensemble, parfaitement bien leur mission et ne se plaignent pas, outre mesure, des conditions de travail. C'est plutôt au niveau des prestataires ou des comités de des problèmes peuvent surgir. Président de l'ASDT depuis 1999 et directeur de Sion Tourisme, Eddy Peter relève que le «système de milice» fait que les responsables du tourisme, notamment dans les régions non-citadines, doivent composer avec un comité dont les représentants n'ont pas tous la fibre touristique. Il ne faut cependant pas généraliser: «Nous avons un comité très professionnel», relève Harry John, le directeur de Montreux-Vevy Tourisme.

LA VENTE, LE DÉFI DES DIRECTEURS

Les modifications de l'environnement socio-économique ont contraint



LES MANAGERS DU TOURISME

Les directeurs du tourisme sont devenus peu à peu des managers aux multiples talents.

les responsables du tourisme à relever de nouveaux défis. Pour Enrique Caballero, directeur de Chablais Tourisme, le plus important de ces défis est désormais de faire en sorte que leur bureau devienne une entité commerciale. Harry John pousse le bouchon plus loin: «Nous devons essayer de rassembler tous les produits et de leur donner une direction claire et conforme à la stratégie définie par le comité. Et pour y parvenir, la commu-

nication est primordiale.» Pragmatique, Patrick Messeiller, directeur de Verbier Tourisme, joue sur le même registre: «Le grand défi est de parvenir à vendre des produits touristiques avec des structures qui ne sont pas adaptées à la globalisation», soulignant par là qu'il faut quasiment traiter séparément avec chaque prestataire. François Bryand, pour sa part, met notamment deux tâches en évidence: le «grand travail» de coordina-

tion avec tous les acteurs concernés par la chose touristique et la sensibilisation au tourisme de la population d'accueil. Dans le même esprit, Walter Loser déclare: «Nous devons être en mesure d'avoir une vision globale de toute l'activité touristique qui se déroule dans la station.»

QUELLE SERA L'ÉVOLUTION?

La mutation de la profession de directeur du tourisme n'est, bien entendu, pas terminée. Il ressort, avec des nuances, que l'image du manager aux multiples talents devrait se renforcer. Pour François Bryand, le directeur devra ainsi trouver le juste milieu entre le stratège en marketing et l'homme présent sur le terrain. Stratège, Enrique Caballero emploie aussi ce mot pour esquisser les contours des futurs directeurs. Pour lui, ces derniers devront être en mesure de prendre une certaine emprise sur les prestataires afin, par exemple, d'imposer des systèmes de qualité ou de gestion, si le succès de la destination en dépend. Harry John pense que la tâche dévolue aux directeurs du tourisme deviendra encore plus complexe. Ils pourront y faire face à condition qu'ils puissent compter sur des comités compétents, mais aussi à condition qu'ils se montrent «courageux et visionnaires».

Conseiller, former, encourager

Conseiller, former, encourager les échanges ou encore défendre la profession et protéger son nom. Tels sont les principaux objectifs de l'Association suisse des directeurs du tourisme (ASDT), association qui fête vendredi à Lucerne son 75e anniversaire.

Créée en 1928 sous le nom d'Association suisse des directeurs d'offices du tourisme (ASDOT), cette institution a succédé à l'Union de sociétés suisses de développement qui avait vu le jour en 1893 et qui regroupait les «centres de promotion régionaux».

L'ASDOT ou, depuis 1994, l'ASDT compte aujourd'hui quelque deux cents membres actifs, associés,

seniors, passifs ou membres d'honneur. Elle est dirigée depuis 1999 par Eddy Peter, directeur de Sion Tourisme et vingtième président de l'association.

Parmi les activités principales de l'ASDT figurent les séminaires de formation et de perfectionnement de plusieurs jours qui sont organisés chaque année.

Le développement d'une filière de formation et d'exams «tourisme et transports» reconnue, ainsi que la réforme de la formation commerciale de base constituent, pour l'heure, quelques-unes des préoccupations de l'association. **MH**

www.vstd-asdt.ch

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

bienvenue
Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

Bienne 032 344 66 68
Crissier 021 633 13 13
Givisiez 026 460 83 33
St-Blaise 032 756 22 22
www.prodega.ch

noteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie Suisse

hoteljob, Société suisse des hôteliers
Rue des Terreaux 10
Case postale, 1000 Lausanne 9
Tél. 021/320 28 76, Fax 021/320 02 64
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch

happy YOU

Know-how pour la culture du sommeil.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit happy.

happy SA, Fabrikstrasse 7
CH-9201 Gossau SG
Tél. +41 (0) 71 387 44 44

prodega CASH+CARRY

Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

Bienne 032 344 66 68
Crissier 021 633 13 13
Givisiez 026 460 83 33
St-Blaise 032 756 22 22
www.prodega.ch

VALAIS / Coupe du monde de parapente à mi-avril Crans-Montana décolle

Crans-Montana accueillera, du 13 au 19 avril, la deuxième manche de la Coupe du monde de parapente, après le Japon. Quelque 115 pilotes viendront des cinq continents. Ils décolleront du sommet des pistes de ski (Bella-Lui et Petit Bonvin) pour atterrir sur le parcours de golf. Pour la station, cette manifestation (dont le budget s'élève à 50 000 francs) représente une intéressante animation dans la période précédant Pâques. Le

public est attendu nombreux autour de la zone d'atterrissage notamment. De nombreux médias se sont déjà annoncés présents. Le Club de Vol Libre de Crans-Montana, organisateur de la manifestation, souhaite continuer sur sa lancée et devrait déposer sa candidature pour les Championnats du monde en 2005, qui dureraient trois semaines. DEM

www.vollibrecransmontana.com

GENÈVE / Une résolution sur le trafic en ville Pour plus de fluidité

Les associations économiques de la ville de Genève, dont Genève Tourisme, réclament des autorités des mesures destinées à améliorer la fluidité du trafic.

Elles veulent notamment mettre un frein à ce qu'elles appellent «des entraves à l'accessibilité et à la mobilité dans l'exercice des professions».

Pour ce faire, elles ont élaboré une résolution en six points présentée la semaine

dernière et destinée aux autorités de la ville. Cette résolution demande notamment la création de nouvelles places de parc en surface, la suspension «de nouvelles mesures d'entrave au trafic», la mise sur pied «d'un pôle d'observation» des mobilités individuelles et publiques ou, encore, la «réouverture» du dossier de la traversée de la Rade afin d'améliorer la circulation sur l'axe Aéroport-Centre-ville-Rive gauche. MH

CHAMPÉRY / Futur centre des sports de glace Subvention fédérale

Par le biais du programme CISIN (Conception d'installations sportives d'intérêt national), la Confédération a alloué au futur Centre de glace de Champéry une subvention de 3,5 millions de francs.

Mis à l'enquête le 28 février, le projet est estimé à une quinzaine de millions. Crédit LIM, collectivités (canton, communes) et privés assumeront le solde de l'investissement.

L'enveloppe financière une fois définie, ce futur Centre national des sports de glace (le patinage artistique et le curling en l'occurrence) comptera une patinoire couverte avec un millier de places assises, une salle sportive polyvalente, des salles de réunion et de conférence, ainsi que des surfaces d'hébergement (une centaine de lits). Ce centre remplacera l'actuel centre sportif. Son ouverture est prévue à l'orée 2005. JJE

PROMOTION / Un DVD pour présenter le Chablais valaisain.

Des images destinées aux clients

Directeur de Chablais Tourisme SA, Enrique Caballero ne manque jamais d'idées en terme de communication et de promotion. Début mars, lors de l'assemblée générale des actionnaires de la société, il a ainsi présenté un DVD-vidéo de promotion de la région Chablais-Portes du Soleil (suisse). Une démarche qui devrait être une première dans notre pays.

Confiés au réalisateur-cameraman Gilbert Carrard, de la société Imagevideo du Mont-sur-Lausanne, une série de clips de 30 à 60 secondes présentent chaque localité et chaque parc à thème, selon une approche extérieure à la région. «Une approche parfaitement subjective», a insisté le directeur avant la présentation, histoire de désamorcer d'éventuels calculs d'épicier en terme de présence à l'écran des divers partenaires. En effet, le produit se veut orienté clients potentiels. Contenant également des données CD/ROM accessibles sur PC ou Mac (dossier de presse, plan d'accès, cartes, liens sur les sites Web des partenaires), le DVD ne se veut pas conçu pour satisfaire les habitués partenaires.

UN RÉSULTAT PLUTÔT INSOLITE ET INHABITUEL

Le travail de prise d'images s'est étalé sur près d'un an et demi. Pendant ce temps, Chablais Tourisme a notamment étudié l'arborescence (l'organisation des différents menus et des séquences) du DVD. Par ailleurs, la réalisation a été confiée à une société de production régionale.

Un exemplaire gratuit de ce nouvel outil de promotion sera transmis à tous les partenaires de la région (membres des conseils municipaux, membres cotisants des offices de tourisme et des sociétés de développement des villages, hôteliers, remontées mécaniques, restaurateurs, etc.) Tous pourront ensuite le diffuser auprès de leurs partenaires. Il leur en coûtera 5 francs (prix coûtant) par exemplaire commandé.

Budget de cette présentation thématique du Chablais valaisain, un peu plus de 180 000 francs. Pour un résultat parfois insolite et inhabituel, mais où les Chablaisiens devraient cependant reconnaître leur région. JJE

MÉLI-MÉLO

Remontées mécaniques: offre de printemps. Afin de promouvoir la pratique des sports d'hiver au printemps, «la plupart» des entreprises de la branche ont décidé de réduire les prix des abonnements à partir de la mi-mars, ont indiqué les Remontées mécaniques suisses (RMS). Les réductions peuvent atteindre 20%. Les RMS ont indiqué aussi que les sociétés sont «très satisfaites» de la saison d'hiver qui s'achève. MH

CHAÎNE DE SERVICES / Tous les prestataires d'une même région touristique sont unis comme les doigts de la main. L'avenir du tourisme devrait se trouver dans la collaboration. DANIELLE EMERY MAYOR

Apprendre à travailler ensemble pour simplifier la vie du touriste

«La station doit réfléchir comme si elle était un grand Club Med et tous les prestataires des Gentils Organisateurs». Pour Alex Barras, propriétaire d'un magasin de sport à Crans-Montana, les vacances de neige ne doivent plus ressembler au parcours du combattant. Une image partagée par Peter Furger, conseiller d'entreprise: «Le touriste doit pouvoir arriver les mains dans les poches!» Sur place, on le loge, on l'équipe, on amuse ses enfants, on le sort en station, on lui fait connaître la région, sa culture, on lui propose d'essayer le snowtubing, on l'emmène se détendre aux bains thermaux, on lui fait découvrir les multiples plaisirs de la table... Quand il repart, la mine radieuse, il sera porteur de la meilleure des publicités. A condition, bien sûr, qu'il ait été satisfait de tous les maillons de la chaîne.

LE NOUVEAU CONCEPT DU «PERFECT DAY»

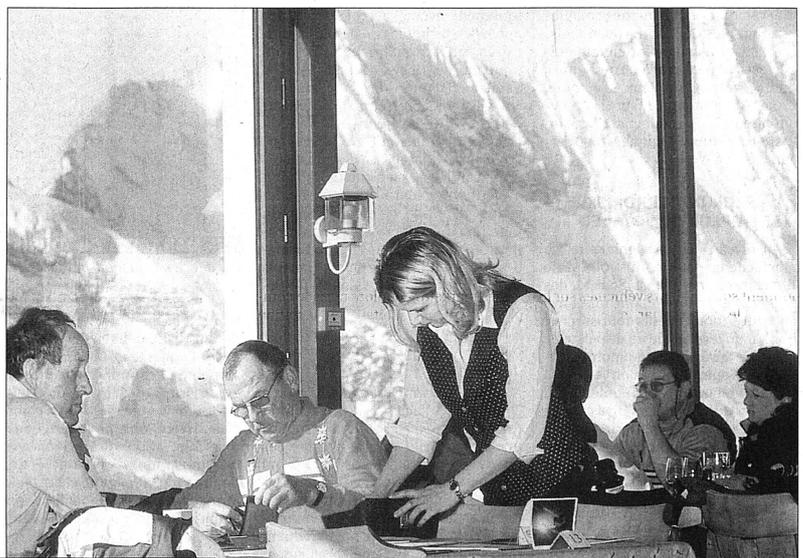
Alex Barras ne fait pas que vendre skis et bâtons, il propose à sa clientèle toute une palette d'activités liées aux sports d'hiver. A l'exemple du Perfect Day, un concept qui marche déjà bien en Suisse alémanique. «Le client s'inscrit pour un jour d'activité. Si la poudre recouvre les pistes, on lui proposera un ski large. Si les conditions changent dans la journée, on lui suggère de faire du snowblade ou du snowbike. Et si la tempête empêche l'accès aux pistes, on lui propose une balade en raquettes à neige ou une partie de bowling.» Mais voilà, pour que cela fonctionne bien, il faut pouvoir compter sur d'autres maillons de la chaîne. Alex Barras rapporte l'histoire de ce client anglais qui n'a pu faire son certificat de snowbike qu'après son deuxième hiver en station, faute d'instructeur disponible durant les Fêtes de Noël (certificat indispensable pour être autorisé à pratiquer seul le snowbike sur tout le domaine). «Nous n'avons pas encore dans l'esprit de le faire ensemble. Il aurait suffi qu'un prof de ski dise à ses élèves: Aujourd'hui je vous propose d'essayer le snowbike», et d'emmener mon client anglais dans son groupe.»

L'avenir du tourisme se trouve dans un mot-clé: collaboration. «Les services existent, constate Peter Furger, ce qu'il faut maintenant, c'est organiser des structures participatives, rationnelles, développer cette chaîne pour présenter une offre complète, des produits attractifs et concurrentiels. Puis il faudra les faire connaître et les vendre.»

LES VACANCES: AU MENU OU À LA CARTE

«Les prestataires doivent prendre conscience de l'attente du client qui veut se simplifier la vie et être accom-

Photo: François Perraudin



RESTAURANT DE MONTAGNE

Un exemple de collaboration indispensable: le restaurant de montagne doit pouvoir compter sur la flexibilité des horaires des remontées mécaniques.

pagné», assure Yvan Aymon, vice-directeur de Valais Tourisme. Les choses se mettent en place petit à petit. Il évoque la «campagne hiver» avec de nombreuses stations qui présentent des produits complets, ce qui n'existait pas il y a quelques années. «La situation évolue positivement, mais il reste encore énormément à faire», ajoute le vice-directeur. Et d'évoquer le mauvais exemple d'une station valaisanne où les hébergeurs font l'effort de vendre des semaines à Pâques, sans tenir compte que les remontées mécaniques seront fermées à ce moment-là!

La pression des tours opérateurs incite à créer des produits complets. Reste que tout un chacun ne veut pas de vacances clé en main. «Le package est un produit d'appel, explique Yvan Aymon. Il est d'abord un outil de communication. Le client individuel, lui,

n'a pas envie d'avoir un produit trop formaté.» Directeur de Télévercorin, Eric Balet constate que le paquet vacances ne convient pas à la clientèle suisse romande, mais intéresse plutôt ceux qui viennent de l'extérieur du pays. «Un peu comme au restaurant, soit on choisit le menu, soit on compose ses vacances à la carte», note Yvan Aymon.

CHAQUE RÉGION A SA STRUCTURE

La mise en place de la chaîne de service est affaire de structure. En mettant toutes les cartes dans une même main, la chaîne est efficace. Mais la concentration de haut en bas n'est pas forcément la plus pertinente, selon Olivier Chevallaz qui voit un risque de tuer l'initiative privée. Une collabo-

ration horizontale semble, selon lui, plus judicieuse. A Vercoirin, rapporte Eric Balet, «nous maîtrisons trois services: les remontées mécaniques, le logement et le matériel. Mais ce qui est faisable à Vercoirin ne l'est pas à Grimentz par exemple». A chaque région, donc, sa solution.

La collaboration entre prestataires est aussi affaire de personne. «Un directeur d'office du tourisme ou de remontées mécaniques, qui est convaincu, va réussir à fédérer autour de lui un noyau de prestataires déterminés.» Pour Yvan Aymon, les remontées mécaniques sont des prestataires-clés qui peuvent donner cette impulsion. «Car, elles ont tout intérêt à vendre un produit intégré», précise-t-il. Les remontées mécaniques sont bien placées pour fédérer autour d'elles des structures participatives. Les restaurants de montagne, qui souhaitent parfois ouvrir leur établissement plus tard que d'habitude, sont notamment très dépendants des remontées mécaniques au niveau des horaires.

«Notre but, conclut Peter Furger, c'est que le ski redevienne concurrentiel, que tous les partenaires parviennent à augmenter leur chiffre d'affaires. Pour cela, il nous faut oublier la concurrence entre prestataires d'une même région. Nous avons un produit exceptionnel, il faut que tous les métiers concernés en prennent conscience. Nous avons encore une chance à saisir.»

Mesurer la qualité à son maillon faible

«Le forfait string à Copa Cabana est moins cher que le forfait ski chez nous! Donc c'est la qualité qui fera la différence», assure Olivier Chevallaz, ancien directeur de l'Ecole suisse de tourisme. Un avis partagé par Eric Balet, directeur de Télévercorin: «Nous sommes tous liés les uns aux autres, que nous le voulions ou non. Il faut pousser chacun à entamer cette démarche qualité. Le label de Suisse

Tourisme donne déjà un excellent départ.» La qualité doit faire vibrer toute la chaîne. Selon Olivier Chevallaz, «cela se passe d'abord dans notre attitude, pour que nos hôtes perçoivent qu'il fait bon vivre chez nous.» Il ne suffit pas de plaquer un sourire béat sur chaque visage pour gagner la partie. «A la boulangerie, on veut le sourire de la boulangère, mais aussi du bon pain!» DEM

WATCH VALLEY / Les campings se sont groupés Organe intercantonal

Le nom de Watch Valley se propage. Ainsi, la semaine dernière à Lignières (NE), 23 campings (huit du canton de Neuchâtel) et quinze du Jura et du Jura bernois) ont créé l'association «Watch Valley Campings».

Cette création s'est faite après la dissolution des associations neuchâteloise et jurassienne. La présidence de la nouvelle entité sera assumée par Charles Girard, du Landeiron (NE), l'ancien président de

l'Association neuchâteloise des campings. Le comité comptera parmi ses membres la directrice de Jura bernois Tourisme, Armelle Combre, qui représentera Arc jurassien Tourisme.

La nouvelle organisation, qui devrait rejoindre l'Association suisse des campings, devrait faire paraître un guide unique cette année encore. Un groupement analogue devrait se faire sur le plan de l'hôtellerie. **MH**

AVIS / Une location en «90 secondes» La rapidité en évidence

La société de location de voitures Avis met l'accent sur la rapidité et la facilité de son système de réservation par Internet.

Elle indique que l'ensemble du processus de réservation, soit le choix du lieu de location, du véhicule et de la date, ainsi que la confirmation de l'opération, ne «dure pas plus de 90 secondes».

Une demande de prix ne dure qu'une trentaine de secondes. La société précise qu'il

est également possible de réserver en ligne des équipements supplémentaires tels que les sièges pour enfants ou des porte-skis.

Avis écrit aussi qu'elle est «la seule» entreprise de location de voitures «au monde à permettre la réservation d'un véhicule par Internet jusqu'à quatre heures avant sa prise en charge sans carte de crédit». Avis compte environ 5000 stations réparties dans quelque 170 pays. **MH**

GENÈVE / Pour les ordinateurs de poche Genève dans la poche

Genève Tourisme propose depuis quelques semaines un nouveau service interactif destiné aux détenteurs d'ordinateurs de poche. Ceux-ci ont en effet la possibilité de télécharger, «en quelques secondes», une «grande partie» des informations touristiques pratiques contenues sur le site Internet de Genève Tourisme*. Ces informations vont du plan de la ville, à l'infrastructure pour les congrès, en passant par la liste

des hôtels et des musées, le calendrier des manifestations ou les adresses des restaurants ou des boutiques.

Genève Tourisme indique, par ailleurs, que l'utilisateur peut aussi s'inscrire afin de recevoir régulièrement, par e-mail, les nouvelles rubriques ou d'autres informations relatives à la vie culturelle et touristique de Genève. **MH**

*www.geneve-tourisme.ch

PARKING / Les stations touristiques planchent sur différents projets afin de gérer les problèmes de stationnement, comme la construction de parkings gratuits, éloignés du centre. De son côté, la police se montre le plus souvent très souple. **VALÉRIE MARCHAND**

Le parcage en station est un véritable casse-tête. Mais des solutions se dessinent

Lorsque la saison bat son plein, les stations vivent parfois un réel chaos au niveau du parcage. Les gens parquent sur des emplacements interdits, notamment sur des trottoirs ou sur des lignes jaunes afin de marcher le moins possible. Mais, pour parer à ce problème, les responsables des stations cherchent des solutions. Celles qui ont pu être mises en pratique se sont révélées être un succès. De même, la police fait des efforts pour ne pas pratiquer une politique «anti-touristes». Mais, justement, il n'y a pas que les touristes: «Nous avons des problèmes avec les habitants du village. En effet, ils abandonnent souvent leurs véhicules sur le trottoir le temps, par exemple, de prendre l'apéro», déclare Christophe Nydegger le directeur de Champéry Tourisme. Mais, dans l'ensemble, à l'exception de quelques week-ends critiques, la station réussit à bien gérer la situation. Elle dispose en effet d'un nombre suffisant de parkings. De même, le train Aigle-Ollon-Monthey-Champéry s'arrête devant les remontées mécaniques. Ce qui incite de nombreux skieurs à laisser leur voiture en plaine. Une route de contournement par Collombey est aussi prévue, d'ici l'hiver 2003/2004 pour réduire le trafic du dimanche soir en direction de l'autoroute.

ment par Collombey est aussi prévue, d'ici l'hiver 2003/2004 pour réduire le trafic du dimanche soir en direction de l'autoroute.

NE PAS DONNER LE MAUVAIS EXEMPLE

La situation est beaucoup plus problématique à Verbier. «Tout le trafic passe par la place centrale et en période de forte affluence, elle est très encombrée», signale Pierre-Yves Deléze, responsable marketing de Verbier Tourisme. Les bus gratuits ne sont pas assez fréquemment utilisés. Le responsable marketing déplore aussi le comportement des habitants de la station en matière de stationnement. «Ils montrent le mauvais exemple aux touristes qui s'empresent ensuite de les imiter», regrette-t-il. De même, les gens traversent souvent la route sans utiliser les passages pour piétons et sans tenir compte de la circulation. «Une série de mauvaises habitudes ont été prises et le problème devient vraiment aigu», explique Pierre-Yves Deléze. Pour tenter de le résoudre, une commission de circulation, composée

Photo: Valérie Marchand



PARKING DU TÉLÉPHÉRIQUE

Avec l'aménagement de plusieurs parkings, comme celui du téléphérique, Champéry réussit à bien gérer l'afflux de véhicules en haute saison.

Les tarifs de parking dans les stations

Parkings	Prix/heure	Journée
Verbier		
Médran: remontées mécaniques (RM)		7,50 francs***
Catogne	1 franc*	
Central	1 franc**	
Savoieyres (RM) + centre sportif	gratuit	
Villars		
Centenaire	1 franc*	
Centre	1 franc (max. 1 h 10)	
Entrée du village	gratuit (max. 2 h ou 10 h)	7 francs***
Hôtels		
Patinatoire + Rendez-vous (RM)		
+ Village Chesières	gratuit	
Leysin		
Deux parkings proches des RM		6 francs
Centre sportif	gratuit	
Champéry		
Téléphérique		5 francs
Grand Paradis (RM) + Place Dents du Midi	gratuit	
Cours de l'école	gratuit****	
Tasson + route Grand Paradis + Maison de commune		6 francs
Centre village	20 ct*	
Village	gratuit (zone bleue)	
Montana		
Remontées mécaniques (RM)		5 francs
Poste + Victoria + Vignettes	1 franc	
Gerber + Lac Moubra	gratuit	
Crans		
Grand Place + Prado	1 franc	
Le Lac Long	gratuit	
Aminona		
Château d'Ex		
Centre commercial	gratuit (max. 10 h)	
Centre	gratuit (zone bleue max. 2 h)	
Bas du village + patinoire	gratuit	

*tarif progressif, ** tarif dégressif, *** moyenne, **** période vacances scolaires

de l'office du tourisme, de la commune et de Téléverbier a déjà entamé une longue réflexion. Des solutions sont notamment recherchées avec la police. «Elle a une tâche délicate, précise le responsable marketing. On lui demande d'être tolérante vis-à-vis des touristes, tout en lui reprochant de ne pas être assez active.» De même, différents projets sont à l'étude comme la création d'un souterrain, sous le parking central, d'un souterrain à l'entrée de la station ou encore d'un souterrain sous un éventuel nouveau complexe hôtelier. Ce dernier devrait être construit à proximité des remontées mécaniques de Médran.

LIBÉRER LE CENTRE DE LA STATION

A Crans-Montana, différents projets sont également étudiés, comme le Plan environnement, aménagement et santé (PEAS). Il s'agit d'un projet pilote au niveau suisse auquel adhèrent les communes du Haut-Plateau. Dans le cadre du PEAS, une commission a notamment été désignée pour gérer les problèmes de parking et de circulation. «Le projet prévoit notamment d'augmenter les tarifs des parkings situés au centre et de proposer des places gratuites à l'extérieur de la station», signa-

le le directeur de Crans-Montana Tourisme, Walter Loser. Par ailleurs, des rues piétonnes pourraient également être aménagées. «Mais ceci uniquement si un nouveau parking est créé», poursuit le directeur. La station dispose aussi, depuis plusieurs années, d'un bus gratuit qui fait la navette entre Crans-Montana et Aminona, ce qui a déjà permis de diminuer la circulation.

PRÉVOIR D'ENNEIGER LE BAS DES PISTES

Un service de bus gratuit a aussi été instauré à Leysin. Il fait notamment la navette entre le nouveau parking, également gratuit, situé à l'entrée du village et les remontées mécaniques. Le centre est ainsi moins encombré qu'autrefois. «Nous avions l'habitude de fermer une rue au trafic, en période de lourde affluence. Désormais, je pense que nous ne devons plus le faire», déclare Daniel Girod, le sous-directeur de Leysin Tourisme.

De son côté, pour éviter que des voitures ne se garent n'importe où, Villars planche sur différentes solutions. «En collaboration avec les remontées mécaniques, nous prévoyons l'enneigement artificiel au bas des pistes. Le coût du projet s'élève à 12 millions de francs», explique Guy Chanel le res-

ponsable marketing pour les Offices du tourisme de Villars et de Gryon. Ainsi, les skieurs pourraient arriver devant leur appartement les skis aux pieds, sans utiliser leur véhicule. L'installation serait plus écologique et plus esthétique que les gros canons à neige. Il s'agit en effet de petits tuyaux d'arrosage rétractables en été. Autre projet, la transformation de la rue centrale de Villars avec la création de places de parc supplémentaires à proximité des commerces.

DE GRANDS PARKINGS DANS LES CHAMPS

Enfin, Château-d'Ex aménage ponctuellement de grands parkings dans les champs pour gérer les problèmes de stationnement, lors de grosses manifestations comme la Semaine internationale de ballons à air chaud. Sinon, la station a suffisamment de places de parc. La plupart sont gratuites. Quelques-unes ont toutefois une durée de stationnement limitée.

Ainsi, chaque station opte pour une technique plus ou moins similaire pour mieux faire face au manque de places de parc. Mais, une prise de conscience des habitants est encore nécessaire. Ils sont, en effet, les premiers à pouvoir montrer l'exemple.



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'hôtellerie-suisse



hotel+tourismus revue

L'Hebdomadaire pour l'hôtellerie, restauration et le tourisme souève 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.

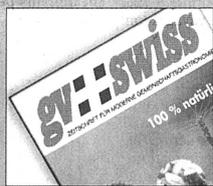
- 6 Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- 7 Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- 8 Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)



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:
hotellerie-suisse, Service des abonnements,
Mombijoustrasse 130, Case postale, 3001 Berne

Vous participerez 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'hôtellerie-suisse. Toute forme de correspondance est exclue, au même titre que le recours juridique. Le tirage au sort aura lieu le 30 décembre 2003.

MARKETING / En dépit de la crise, les deux représentants de Lausanne Tourisme et du Musée olympique ont noué plusieurs contacts à l'ITB, la plus importante foire touristique au monde qui s'est tenue à Berlin du 7 au 11 mars. Morceaux choisis. LAURENT MISSBAUER

Des signaux positifs malgré la crise

Le millésime 2003 de l'Internationale Tourismus Börse (ITB) de Berlin ne restera pas dans les annales comme ayant été un millésime particulièrement fructueux au niveau des affaires. Selon un sondage effectué par la Fédération allemande des agences de voyages, juste avant l'ouverture de l'ITB, une agence de voyages sur cinq s'attendait en effet cette année à un moins bon chiffre d'affaires qu'il y a douze mois. Or, l'an dernier, seule une agence sur douze avait évoqué des perspectives pessimistes.

La menace du conflit irakien et une crise économique bien réelle ont été cités, la plupart du temps, comme étant les principaux responsables de cette détérioration de la bonne marche des affaires touristiques. Qu'à cela ne tienne, nous avons quand même suivi de près le travail de promotion effectué à l'ITB par Caroline Loehr, responsable de la promotion et des ventes de Lausanne Tourisme, ainsi que par Christoph Sturny, responsable de la promotion et des ventes du Musée olympique de Lausanne. Si tous deux sont de l'avis que la seconde journée de l'ITB réservée aux professionnels du tourisme s'est avérée moins fructueuse que la première, ils ont néanmoins perçu plusieurs signaux positifs au cours des contacts qu'ils ont noués aussi bien sur le stand de Suisse Tourisme que dans les différentes halles de l'ITB.

LE MUSÉE OLYMPIQUE ET LES JO D'ÉTÉ DE 2012

Le fait que les villes allemandes de Düsseldorf, Francfort, Hambourg, Leipzig et Stuttgart aient déposé leur candidature auprès du comité olympique allemand en vue d'organiser les Jeux olympiques d'été de 2012 a, bien entendu, offert un terrain de discussions particulièrement fertile à Christoph Sturny, du Musée olympique de Lausanne. «De la même manière que je me suis rendu sur le stand de l'Office du tourisme de Vancouver, ville candidate pour les JO d'hiver de 2010, je suis également allé vanter les mérites du Musée olympique auprès des villes allemandes qui sont candidates à l'organisation des JO d'été de 2012», a expliqué Christoph Sturny.

«J'ai pu ainsi notamment participer à la réception organisée à l'ITB par la ville de Hambourg. Par ailleurs, j'ai pu également finaliser un contrat particulièrement intéressant avec la ville de Rostock qui se propose d'accueillir les compétitions olympiques de voile. Quelque 150 personnes viendront ainsi visiter le Musée olympique le 31 mars avant de se rendre à Athènes, une ville dont je suis également allé visiter à l'ITB les responsables de l'office du tourisme. Quelle que soit le choix définitif qui sera opéré le 12 avril par le comité olympique allemand, j'ai bien entendu chaleureusement recommandé à toutes les villes candidates allemandes de venir nous rendre visite à Lausanne», ajoute Christoph Sturny.

Caroline Loehr, de Lausanne Tourisme, est allée, elle aussi, rendre visite à plusieurs exposants allemands afin de vanter les atouts touristiques de



CAROLINE LOEHR ET CHRISTOPH STURNY

A l'ITB, le travail des responsables de la promotion et des ventes de Lausanne Tourisme et du Musée olympique est souvent allé de pair avec l'écoute attentive des demandes de clients potentiels allemands.

Lausanne: «A l'ITB, je n'ai pas seulement rencontré de nouvelles personnes, mais également des interlocuteurs que je connaissais et qui étaient déjà venus à Lausanne dans le cadre de 'Farm Trips', ces voyages de familiarisation mis notamment sur pied par le SCIB, le Switzerland Congress and Incentive Bureau de Suisse Tourisme. Les participants à ce genre de voyages sont triés sur le volet et cela nous permet d'entrer en contact avec de nombreux PCO, soit les Professional Congress Organizers.»

L'IMPORTANCE DES «CORPORATES»

«Outre les PCO, nous rencontrons également des «corporates». Ce dernier terme qualifie les responsables des départements voyages et incentives de grandes entreprises comme American Express, Nestlé, Novartis», explique Caroline Loehr. «Il s'agit pour nous d'interlocuteurs extrêmement importants car ils savent très bien ce qu'ils désirent et possèdent un fort pouvoir d'achat. J'ai ainsi rencontré un «corporate» d'American Express Hambourg, mais aussi les dirigeants de Service Reisen Gissen, une importante entreprise d'autocaristes que nous avions accueillie par le passé à Lausanne avec 90 de leurs clients professionnels.»

«Les responsables de Service Reisen Gissen m'ont avoué qu'ils gardaient encore un excellent souvenir de leur séjour à Lausanne où nous leur avions notamment proposé une croisière illuminée sur le lac Léman et une visite du Musée olympique. Ils m'ont cependant également fait comprendre que la situation économique était difficile actuellement et qu'un prochain voyage à Lausanne ne se ferait pas dans l'immédiat. Nous ressentons ainsi fortement la concurrence

de destinations moins chères que la Suisse, comme l'Autriche ou l'Italie. En Allemagne, la compétition est telle qu'une différence de seulement cinquante francs, voire d'encre moins, peut faire pencher la balance en faveur de telle destination plutôt que de telle autre. Notre présence à l'ITB nous a néanmoins permis d'assurer un suivi

et de rester à l'écoute de leurs désirs pour de futures programmations», ajoute Caroline Loehr.

Lors de sa visite à l'ITB du stand de l'autocariste allemand Autobus Oberbayern, la responsable de la promotion et des ventes de Lausanne Tourisme a ainsi suggéré plusieurs programmations touristiques élaborées

autour du Festival de la Cité, au mois de juillet, et autour de la Saint-Sylvestre, pour la fin de l'année. Cela avec à chaque fois plusieurs nuitées hôtelières, une visite du Musée olympique et une croisière illuminée sur le Léman. Là aussi, le facteur prix est primordial.

LE FACTEUR PRIX EST PRIMORDIAL

«Au fil de la conversation, nous restons à l'écoute des clients. Nous tâtons également le terrain pour connaître leur budget, pour savoir, par exemple, s'ils s'intéressent à ce qu'un bus vienne les chercher après la croisière pour aller au casino d'Evian ou à celui de Montreux», poursuit Caroline Loehr.

En règle générale, elle relève que la clientèle allemande connaît bien le canton de Vaud en général et la ville de Lausanne plus particulièrement. Elle a d'ailleurs pu le vérifier concrètement à l'ITB en consultant sur le stand de l'ADAC le guide rétrospectif que le plus grand club automobile d'Allemagne a consacré à la Suisse. Celui-ci a en effet très bien mis en évidence la «Genferseegebiet» et Lausanne. Il s'agit là d'un des nombreux résultats concrets du partenariat-clé qui unit l'Office du tourisme du canton de Vaud à Suisse Tourisme Allemagne. «Et puis, un de nos arguments pour persuader les Allemands que notre région est très belle et qu'il fait bon y vivre est qu'un de leurs compatriotes les plus célèbres, en l'occurrence le quintuple champion du monde de formule 1 Michael Schumacher, y vit heureux depuis plus de sept ans», conclut Caroline Loehr.

Publicité

Bourse aux idées et plate-forme de perfectionnement:

Environ 200 exposants présenteront des appareils et des machines destinés au traitement et au travail professionnel de la viande et d'autres produits frais dans le commerce de gros et de détail de l'alimentation. Seront également présentés les moyens auxiliaires les plus modernes, l'emballage, la réfrigération et le transport de la marchandise terminée, de même que tout ce qui est nécessaire pour la présentation et la vente en magasins, pour le catering et la gastronomie. Les points de rencontre indispensables seront les expositions spéciales de l'USMB, le Forum consacré aux tendances de la consommation et de la vente et naturellement pour les habitués le «Metzgerstübli».

Le nombre de visiteurs a augmenté

La crise économique touche actuellement beaucoup de monde en Allemagne et la perspective d'une guerre en Irak fait certes craindre le pire à certains tours-opérateurs, mais le besoin de vacances – ou du moins le besoin de s'informer sur telle ou telle autre destination touristique – est bien réel. Cela tendrait à expliquer que le nombre de visiteurs a bel et bien augmenté cette année à l'ITB.

Les organisateurs du salon ont en effet annoncé qu'ils avaient accueilli cette année 129 943 visiteurs contre

122 980 en 2002. Il s'agit ainsi de 7563 visiteurs de plus, ce qui correspond à une augmentation de 6%. Parmi ces 129 943 visiteurs, 67 000 étaient des professionnels, a annoncé le service de presse de l'ITB. L'année passée, ils avaient été 65 000. Le nombre d'exposants a lui aussi augmenté, puisqu'il est passé de 9678 en 2002 à 9971 cette année.

Enfin, les dates de la prochaine édition ont d'ores et déjà été fixées. En 2004, l'ITB aura en effet lieu du 12 au 16 mars.

LM

2e EURO-GASTRO CHALLENGE / Les résultats sont très serrés cette année Victoire de l'équipe neuchâteloise

L'équipe «Apprentissage Plus» du Centre professionnel du Littoral neuchâtelois a remporté, la semaine dernière, la deuxième édition de l'Euro-Gastro Challenge. Elle devance celles de l'Ecole des Arts & Métiers de Genève et du Centre de formation pour apprentis de Vesoul, qui se classent respectivement deuxième et troisième. Six équipes venues encore d'Italie et du Luxembourg avaient été sélectionnées pour participer à

ce concours d'apprentis des métiers de bouche.

Avec les trois premières équipes séparées par 6 points seulement, c'est peu dire que la compétition fut serrée et de qualité. Deux jurys, le premier de dégustation, formé de chefs romands, l'autre «technique», composé d'enseignants, avaient à juger les équipes sur la base d'un menu imposé: filet de sandre, grosse pièce d'agneau à choix, entremets aux pommes,

mignardises, pains (2 sortes) et vin (harmonie mets-vins).

Organisateurs, participants, membres des jurys et invités ont tous reconnu l'importance de la démarche consistant à prendre en compte la reconnaissance de tous les métiers de bouche et mettant en avant l'esprit d'équipe.

La troisième édition de l'Euro-Gastro Challenge est d'ores et déjà agendée au 8 et 9 mars 2004. **JJE**

L'Yvorne distingué

Yvorne (VD). L'Association viticole d'Yvorne, jeune centenaire, a informé que l'Yvorne AOC «Avy» 2001 était sorti au premier rang d'une sélection des 1000 meilleurs vins du monde effectuée par le magazine «Bilanz Lifestyle Wein». Cette distinction ne manquera pas d'être mise en évidence lors de la foire Arvinis qui aura lieu à Morges du 23 au 28 avril, ainsi qu'à la journée «Caves ouvertes à Yvorne», prévue le samedi 7 juin. **LM**

FRIBOURG / Le groupe français Accor en force Le Casino est ouvert

A côté de Forum Fribourg et de l'Hôtel Ibis en construction, le Casino de Fribourg s'est ouvert le 15 mars sous l'enseigne du groupe français Accor. Il inaugure ainsi le vingtième établissement de ce type en Europe. L'effectif du Casino de Fribourg est de 60 personnes, dont 20 croupiers. La commune de Granges-Paccot abrite donc ce casino B, tant attendu par les Fribourgeois, qui comporte cent machines à sous (mises de

5 centimes à 5 francs) et six tables de jeux, ainsi qu'une salle multifonctionnelle de 250 places (conférences, spectacles, banquets) baptisée «Espace Fregoli» et un bar-restaurant, «Le Rababou».

La décoration d'intérieur est due à la griffe de Christophe Münster, «mettre en espace». Il avait notamment déjà réalisé la décoration du Restaurant de la Croix-Blanche, à Posieux. **JS**

ECOLES HÔTELIÈRES / Mesure pour défendre les écoles de qualité

Avec le soutien des autorités

Les écoles hôtelières reconnues pour la valeur de leur enseignement bénéficieront d'ici quelques mois d'un instrument susceptible de freiner la multiplication en Suisse d'institutions qui n'adhèrent pas aux normes de qualité généralement admises dans la branche.

Réunis vendredi en assemblée générale à Brigue, les membres de l'Association suisse des écoles hôtelières (ASEH) ont en effet pris connaissance avec satisfaction de l'élaboration par les autorités fédérales d'une liste, dite «blanche», sur laquelle seront mentionnées les écoles remplissant les critères de qualité, soit les quatorze écoles membres de l'ASEH et une trentaine d'écoles privées, hôtelières ou d'autres vocations.

SATISFACTION AU SEIN DE L'ASSOCIATION

Cette liste permettra d'informer les étudiants, lorsqu'ils demanderont leur visa pour entrer en Suisse, sur la qualité de l'école qu'ils ont choisie pour y faire leurs études. Ceci concernera les candidats des pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine, pays pour lesquels une autorisation de séjour est exigée.

Président de l'ASEH et du groupe des écoles «César Ritz», Martin Kisseloff, s'est réjoui de cette mesure. On le comprend. Dans son rapport annuel, il avait regretté que les autorités n'entreprenaient pour «remettre de l'ordre dans le domaine» alors que le nombre de «moutons noirs» s'était encore accru l'an passé.

ADMISSION D'UN NOUVEAU MEMBRE

L'ASEH a par ailleurs admis un nouveau membre, le quatorzième, soit l'école «DCT International Hotel & Business Management School» domiciliée à Lucerne. L'effectif de l'association pourrait cependant encore s'accroître. L'école «HTTI School of Hotel Management» de Neuchâtel, a réactivé sa demande d'admission et fera l'objet, dans le courant de l'année, d'une visite d'accréditation.

A noter, qu'en 2002, «Glon Hotel School» et l'«Institut hôtelier César Ritz» ont vu leur accréditation renouvelée pour une période de quatre ans. Quatre autres écoles membres devraient être visitées cette année en vue d'une procédure similaire.

On relève que deux nouveaux membres sont entrés au comité de l'ASEH, soit Andreas Künzli, directeur de l'école hôtelière de Caux, et Samuel Salvisberg, directeur-adjoint de l'école hôtelière de Lausanne, et que Martin Kisseloff a été réélu à la présidence pour son deuxième et dernier mandat de trois ans. D'autre part, l'ASEH publiera cette année une nouvelle brochure consacrée aux écoles membres. **MH**

VEVEY / L'Alimentarium organise cette année, des repas-conférences, pour faire découvrir les différents aspects de l'art culinaire. JEAN-JACQUES ETHENOX

Des voyages culinaires

Tout au long de cette année, l'Alimentarium de Vevey, propose de découvrir des aspects insolites de l'art culinaire en organisant une série de cinq grands événements. La série a été lancée le 14 mars dernier par un repas-conférence autour de la «Cuisine vaudoise du 18e siècle». Chaque événement s'articule autour de deux volets: une soirée, le vendredi soir, dès 18 h 30, consacrée à ce repas-conférence animé par un spécialiste (le conservateur du Musée national suisse de Prangins, François de Capitani, aimait le premier) commentant les réalisations culinaires tout exprès concoctées par la brigade du musée. Le nombre de places étant limité, les inscriptions sont obligatoires.

UN DIVERTISSEMENT POUR LES ENFANTS

L'animation se poursuit ensuite le samedi et dimanche suivants de 10 h à 18 h pour les visiteurs ordinaires. Outre le confédier du vendredi soir, les animateurs proposeront des démonstrations thématiques sur le thème choisi. Les enfants de 6 à 12 ans bénéficieront, eux, d'une animation spéciale à l'Alimentarium Junior. Au programme des soirées, le musée a inscrit le thème «De l'Iran à la Mongolie, rencontres sur la route du lait», le vendredi 2 mai pour le repas-conférence qui sera animé par deux spécialistes français. Puis, auront lieu «Les mets en petits paquets», le 20 juin, les «Cuisines du Japon», le 29 août et les «Mystères du chocolat», le 21 novembre. Pour les

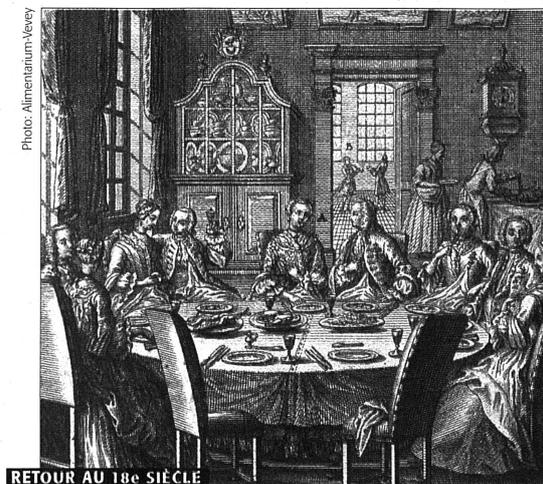


Photo: Alimentarium-Vevey

RETOUR AU 18e SIÈCLE
Le premier «repas-conférence», qui s'est déroulé le 4 mars, avait pour thème «La cuisine vaudoise au 18e siècle».

visiteurs qui n'auraient pas pu participer à l'une ou l'autre des activités de fin de semaine, la thématique sera encore prolongée par les repas préparés chaque jour à midi et par des ateliers organisés chaque après-midi, jusqu'à la date de présentation du prochain thème. Même s'il est encore trop tôt pour l'affirmer, «l'expérience pourrait être poursuivie», précise Pierre Butty,

responsable de la communication de l'Alimentarium. Outre ce programme thématique «Pot-pourri», le musée annonce d'autre part qu'il participera tout au long de l'année à des manifestations spéciales: Nuit des musées (en mai), Journées européennes du patrimoine (13 et 14 septembre), ainsi qu'à la Semaine du goût (du 18 au 28 septembre). **JJE**



Le film «Switzerland update» primé à Berlin. La Suisse a été plusieurs fois à l'honneur de l'ITB, le plus important salon touristique au monde qui s'est tenu à Berlin du 7 au 11 mars. Outre le directeur du Montreux Palace Hans Wiedemann, directeur du Montreux Palace, et le Swissôtel Métropole de Genève, sacrés respectivement «Hotelier of the Year 2003» et «Best Business Hotel of the Year 2003» par la Pacific Area Travel Writers Association (lire l'hotel + tourismus revue du 13 mars), Urs Emch, membre de la direction de Suisse Tourisme, a reçu l'«Inforfilm International Awards» pour le film «Switzerland update». Présenté par Suisse Tourisme, ce film comporte des vues aériennes «exceptionnelles». «Certaines d'entre elles font partie de notre film Montagnes», a relevé Urs Emch, au milieu sur notre photo, avec Beate Grüner, membre du jury d'Inforfilm, et Georges Böhler, le producteur de «Switzerland update». **LM**

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Quelle évolution pour les systèmes de réservation et d'information?

Gregor Fuchs, qui a fondé la société Bytelink en 1991, dirige aujourd'hui l'entreprise Feratel, spécialisée dans les systèmes de réservation et d'information. Selon lui, 80% des principales destinations suisses ont déjà été équipées par son entreprise. Celle-ci a actuellement pour objectif de poursuivre le développement de ses produits, de renforcer sa position sur le marché et d'équiper des stations plus petites en leur proposant des solutions intéressantes, à savoir des installations qui ne sont pas très coûteuses. **Page 2**

La nouvelle loi allemande sur les vacances est «catastrophique».

Des bouchons sur les autoroutes, des aéroports bondés, des voyageurs stressés, la nouvelle loi allemande sur les vacances d'été peut avoir des conséquences néfastes. En effet, elle prévoit que la moitié des familles ait congé au mois d'août. Les professionnels du tourisme, préoccupés, tentent de trouver des solutions, en préparant de nouvelles stratégies marketing. Ces dernières prévoient notamment des offres bon marché sur d'autres périodes de l'année. **Page 7**

Les clés pour diriger une équipe de cuisiniers.

Georges Knecht, le chef de cuisine de l'Hôpital de l'île de Berne, utilise beaucoup de tact pour encadrer ses collaborateurs. Il estime notamment que la hiérarchie est importante, mais ne se veut pas pour autant un didacteur. Pour lui, une bonne ambiance de travail est indispensable pour développer les talents de chacun. Il considère aussi que la communication est un atout primordial dans une équipe de travail et recherche régulièrement le dialogue avec ses employés pour mieux les connaître et mieux les soutenir. **Page 4**

IMPRESSUM

hotel + tourismus revue

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

Editeur:

Société suisse des hôtels

Montbousstrasse 130, case postale, 5001 Berne

Responsable des médias:

Christian Hodler

Rédaction:

Rédacteur en chef: Marietta Dedual (MD)

Responsable du Centre français et rédacteur en chef adjoint:

Miroslaw Halab (MH)

Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM)

Valérie Marchand (VM), secrétaire de rédaction

Correspondants: Jean-Jacques Ethenox (JJE), Vevey; Danielle

Emery Mayer (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg;

Véronique Wang (VW), Genève;

Pierre Thomas (PT), Lausanne.

Edition:

Chef d'édition: Iris Stebel

Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Gualoni

Annonces: Matthias Beyeler, Andres Jakob, Marc Moser

Publicité: Markus Marchel (Chef de vente), Roger Stemmer, Brigitte Walter

Administration: Patrick Stalder

Impression:

Fischer AG Kur Data und Print, Druckzentrum Berne

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

Prix de vente: (TVA inclus)

Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Contacts:

Adresse: Montbousstrasse 130, case postale, 5001 Berne

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

Tel: 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,

E-Mail: ht@swiss-hotels.ch

Abonnements:

Tel: 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Annonces:

Tel: 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: macro@swiss-hotels.ch

Publicité:

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

E-Mail: pmc@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.ch

stellen revue marché de l'emploi

NR. 12/20. MÄRZ/20 MARS 2003

htr

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

hotel+tourismus revue

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN	KKL
	luzern

Das Kultur- und Kongresszentrum Luzern – kurz KKL Luzern genannt – ist ein eindrucksvoller Veranstaltungsort für Kultur-, Kongress- und Gastronomie-Anlässe. Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen zuverlässigen

Betriebsmitarbeiter Gastronomie

Ihre Hauptaufgaben:

- Auf- und Abbau von Bestuhlungen und Möblierungen
- Bereitstellung und Rückschub der benötigten Waren
- Warenannahme und Lieferkontrolle sowie allgemeine Lagerarbeiten
- Erstellung von Verbrauchsabrechnungen
- Mithilfe bei Inventuren

Unsere Erwartungen:

- Sehr gute Deutschkenntnisse
- Gute EDV-Kenntnisse (Excel)
- Bereitschaft zu unregelmässigen Arbeitszeiten
- Alter ca. 25-40 Jahre
- Gastronomie-Erfahrung ist von Vorteil

Wir bieten:

- Eine vielseitige Tätigkeit in einem motivierten Team
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen

Wir freuen uns auf die Zustellung Ihrer Bewerbungsunterlagen mit Foto an die Kultur- und Kongresszentrum Luzern Management AG, Personalabteilung, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Leiter Administration, Herr Siegfried Wanner, unter Tel. 041 226 70 73 zur Verfügung.

1563000/390946

KKL
music
congress
event
experience

Weitere Informationen finden Sie unter www.kkl-luzern.ch

Adecco

HOTEL & EVENT
www.adecco.ch



Franchise-nehmer/in

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

Im Auftrag unseres Mandanten suchen wir auf Anfang 2004 unternehmerisch denkende Persönlichkeiten für die geplante Eröffnung in

Amriswil TG

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

Wenn Sie an dieser zukunftsorientierten Position interessiert sind, dann rufen Sie Andreas Schenk an, oder senden Sie ihm Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Marktgasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10, Fax 031 310 10 11
E-Mail: bern.hotelevent@adecco.ch

Kader & Karriere

avec

BAHNHOF UND VIEL MEHR

Making people successful



interlaken congress

Die **Interlaken Congress AG** ist die Verkaufs- und Dienstleistungsorganisation der Kongress-Destination Interlaken. Wir sind eine junge, nach privatwirtschaftlichen Grundsätzen geführte Firma.

Tragen Sie zum weiteren Erfolg unserer Firma bei. Auf 1. Mai 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir zur Ergänzung unseres jungen Teams einen initiativen und einsetzungsfreudigen

Kongress Salesmanager (m/w)

Für diese interessante und abwechslungsreiche Stelle, die viel Kontaktfreudigkeit und Selbstständigkeit verlangt, stellen wir uns vor, dass eine Bewerberin oder ein Bewerber

- über eine kaufmännische Grundausbildung verfügt
- Erfahrung im Tourismus oder in der Hotellerie mitbringt
- gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch hat
- über gute EDV-Kenntnisse verfügt (Access, Word, Excel)
- Freude am Verkauf hat und gerne Kundenkontakte pflegt
- Verhandlungsgeschick besitzt
- gerne im In- und im Ausland reist
- vielleicht sogar Interlaken und das Berner Oberland kennt.

Falls Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre detaillierte Bewerbung mit Foto. Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Geschäftsführer, Hr. Daniel Zihlmann, gerne zur Verfügung.

Interlaken Congress AG, z.H. Hr. Daniel Zihlmann
Strandbädstrasse 44, 3800 Interlaken, Tel: 033 827 62 01
zihlmann@interlaken-congress.ch
Besuchen Sie uns unter: www.interlaken-congress.ch

156273/401955

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Wir sind eine aussergewöhnliche Hotelmanagement-«Gsell» – G&P Hotels - Cruises – und betreiben verschiedene 4*-Hotels in der Schweiz und in Süddeutschland im Management, als Mieter, Betreuer oder als Besitzer. Ausserdem führen wir zwei topmoderne 4*-Flusskreuzfahrtschiffe im Management.

Im Mandat suchen wir

ein Gastgeber-Paar

(zwei eingespielte Partner, die sich bei der Zubereitung kulinarischer Höchstleistungen und professionellem Service bestens ergänzen)

für ein äusserst stilvolles, charmantes und gediegenes Spitzenrestaurant im Herzen der Schweiz. Die niveauvolle Gastronomie wird in verschiedenen Räumen zelebriert. Das Haus ist topmodern eingerichtet, verfügt über ein bedeutendes Renommée und ein unbegrenztes Potenzial.

Die neuen Geschäftsführer sind kreative, leidenschaftliche Gastgeber, pflegen ein kompromissloses Qualitätsdenken in Bezug auf Küche und Keller, denken und handeln unternehmerisch und haben ein Flair für Kunst und Kultur. Die anspruchsvolle Kundschaft freut sich, auch in Zukunft von kommunikativen, originellen und eigenständigen Persönlichkeiten verwöhnt zu werden.

Nach Absprache mit den Eigentümern besteht auch die Möglichkeit, den Betrieb in absehbarer Zeit zu mieten.

Der Eintritt ist ab sofort oder nach Vereinbarung möglich.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen inkl. Foto per Post!

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

155348/412708

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

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

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by **JOBS AND MORE**

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



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

Der direkte Link zum Arbeitsmarkt



Beratung
Selektion
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco

HOTEL & EVENT
www.adecco.ch



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

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

Making people successful

4 success PERSONALCONSULTING

Wir suchen für einen bekannten Hotel-Restaurant Betrieb in einem Zentralschweizer Winter- und Sommerkurort die dynamische Führung als

Gastgeberpaar oder GastgeberIn

Sie führen selbständig einen Betrieb und haben den Ehrgeiz und Willen den Betrieb weiterzuentwickeln. Ihr Schwergewicht liegt in der Gastronomie. Sie verfügen über Erfahrung im Hotelmarketing, Produktgestaltung und in der Administration.

Wenn Sie zudem bereits über Führungserfahrung verfügen und einen erfolgreichen Leistungsausweis haben, sind Sie vielleicht unser Paar/Person. Ihr Idealalter liegt bei 30 bis 50 Jahren.

Eine interessante und herausfordernde Tätigkeit erwartet Sie! Interessierte melden sich bei:

4success, Tribtschenstrasse 64, 6000 Luzern 12
Tel: 041 368 22 00 E-Mail: info@4success.ch

155276/418784

**Leitung Gastronomie
Messe Zürich 100%**

Wir begeistern unsere Gäste mit Angebot, Präsentation und Service. Als Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie führen wir neben unseren rund 360 Betrieben auch die Restaurationen der Messe Zürich.

Für die Leitung des gesamten Gastronomiebereiches der Messe Zürich suchen wir per 1. August 2003 (evtl. früher) eine sehr belastbare und fachlich wie auch menschlich ausgewiesene Persönlichkeit mit einem ausgeprägten Flair für die Gästebetreuung, den Verkauf und die Akquisition.

Ihre spannende und lebhaftige Aufgabe erstreckt sich von der Ergebnis- und Linienverantwortung für die 7 Restaurants mit 1'000 Restaurationsplätzen über das Coaching der Restaurantleiter/innen bis hin zur Durchführung von Projekten zur Optimierung der Abläufe. Überdies stellen Sie den Qualitätsstandard der SV-Service AG sicher, fördern Synergien und pflegen intensive Kontakte zu unseren Kunden.

Ihr Profil: Als Gastro-Profi mit Weiterbildung im Managementbereich haben Sie Ihre Führungserfahrung in einem grossen Gastrobetrieb (Messebetrieb von Vorteil) bereits unter Beweis gestellt. Zudem verstehen Sie es, Ihr Organisationstalent sowie Ihre Verhandlungsstärke gewinnbringend einzusetzen und mit den unterschiedlichsten Zielgruppen erfolgreich zu kommunizieren. Durch Ihre Begeisterungsfähigkeit und die hohe Einsatzbereitschaft erzielen Sie eine souveräne Gesamtleistung mit Ihrem motivierten Team.

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

Weitere Stellen unter www.sv-group.com

SV
service

FLIMS
LAAX
FALERA
DIE ALPENARENA

**Hotel des Alpes****Im Mittelpunkt der Mensch!**

Im Best Western Hotel des Alpes in 7018 Flims-Waldhaus (www.hoteldesalpes.ch) dreht sich alles um die Menschen.

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir von Mitte Juni bis Ende September & für die nächste Wintersaison noch Sie als:

RestaurationsleiterIn

Wollen Sie mithelfen, die Zukunft des Des Alpes erfolgreich zu gestalten, dann schicken Sie Ihre Unterlagen!

Gerne laden wir Sie zu einer Schnupper-Übernachtung ein!

Best Western Hotel Des Alpes
Margreth & Roland d Mariacher
CH-7018 Flims-Waldhaus

Tel. +41 (0)81 911 01 01 Fax: +41 (0)81 911 31 93
mariacher@hoteldesalpes.ch

155315/41282

BEREST AG

Beratung Restaurationsbetriebe
Treuhand

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für Gastronomiebetriebe in der Schweiz

Für ein Stadthotel mit 29 Zimmern, Sauna, Restaurant und kleinem Bankettbetrieb im Grossraum Zürich suchen wir eine/n

**engagierte/n
GeschäftsführerIn**

mit einer Ausbildung in der Gastronomie, vorzugsweise Hotelfachschulabschluss.

Wir erwarten top-motivierte und ehrgeizige **Gastgeber-Persönlichkeit**, die in unserer Branche etwas bewegen möchte. Für Ihre tatkräftige Mitarbeit am zukünftigen Betriebserfolg geben wir eine **grosszügige Ergebnisbeteiligung**, die Ihnen ein überdurchschnittliches Einkommen ermöglicht.

Wer wagt gewinnt! Rufen Sie mich an oder senden Sie mir direkt Ihre Unterlagen:

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

155317/247049

Gartenstrasse 120, 4002 Basel
Telefon 061 228 95 55
Fax 061 228 95 59

**hotel restaurant schiff
antipasteria la barca**

Für ein super Konzept in Luzern, direkt an der schönen Reuss liegend, mitten in der Altstadt von Luzern, mit ein bisschen Apéro, ein bisschen Affinity, ein bisschen Boutique, ein bisschen Verkäufer, ein bisschen Weingenieuer, ein bisschen Kaffeekenner à la Italiana

suchen wir auf April/Mai die/den

GASTGEBER/IN
(auch Teilzeit möglich)

mit Erfahrung an der Bar oder im Service, für unser Vinceraffè la Barca. Lieben Sie die Herausforderung, sind Sie bereit, neue Wege zu gehen?

Ist Ihr Interesse geweckt? Einen Einblick erhalten auch unter www.hotel-schiff-luzern.ch

Bitte schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Hotel Schiff
Unter der Egg 8
6004 Luzern
Tel. 041 418 52 52

155289/23280

**Gesucht
Gerant(in) oder
Pächter (m/w) + Restaurant**

für Hotel Belvédère am Furkappas, Sommersaison 2003.

Offerten an Postfach 149
3900 Brig
Tel. 027 923 10 87

155224/177580



Sie liebt mich, sie liebt mich nicht, sie liebt mich...

... und deshalb werde ich Ende Juli 2003 einen Kantonswechsel vornehmen und schweren Herzens meine tolle Arbeitsstelle als

Küchenchef

verlassen. Da es mir sehr am Herzen liegt, dass meine Mitarbeiter und Lehrlinge weiterhin **teamorientiert** und **verantwortungsbewusst** geführt und unsere Gäste **kreativ** und **abwechslungsreich** verwöhnt werden, suche ich den geeigneten Nachfolger.

Meine vielseitige Arbeit beinhaltet nebst **Kochen** und der **Organisation** eines reibungslosen Ablaufs während dem Service auch ...

... die Ausbildung von 2-3 Lehrlingen
... den kompletten **Einkauf** für den Küchenbereich
... die **Menu- und Speisekartenauswahl** sowie deren Berechnung
... den partnerschaftlichen Kontakt mit unseren Lieferanten
... die Erstellung von Reinigungsplänen und Hygienekonzepten und deren Einhaltung.

Ich erledige meine Aufgaben mit viel **Freude** und **unermüdlichem Einsatz** und habe dadurch freie Hand in meinem zusätzlichen Bereich.

Wenn Sie mich um meine Stelle beneiden, ein ähnliches Profil haben und gerne als «Mitunternehmer» arbeiten, schicken Sie Ihre Unterlagen an Beat Dänzer, Gasthof Kreuz, Postfach, 5034 Surb AG.

155279/171697

Lust, am Zürichsee zu arbeiten?

Wir suchen per Mai 2003 einen motivierten, trendigen und kreativen

Koch

Wir sind ein kleines Hotel mit einem bekannten, gehobenen Restaurant direkt am See.

Hansjörg Jenny und sein Team freuen sich auf Ihre Bewerbung!



Seehotel Hecht
hotel - restaurant - terrasse - bar - lounge

CH-8852 Altendorf - am oberen Zürichsee
Telefon +41 55 451 01 00 - info@seehotel-hecht.ch
www.seehotel-hecht.ch

RESTAURATIONSLEITER w/m

Für das Restaurant unseres ****-Hotels im Zentrum der Stadt Zürich suchen wir ab Juni 2003 einen Restaurationsleiter/in. Sie haben eine den Anforderungen entsprechende Ausbildung. Sie sind charmant und lieben den gepflegten Umgang mit einer gehobenen internationalen Geschäftskundschaft. Sie sprechen Deutsch, Englisch und idealerweise Französisch. Ihnen sind Details wichtig. In dieser verantwortungsvollen Kaderposition werden Sie die Gastfreundschaft und die Atmosphäre des Hauses entscheidend mitprägen.

Mit konsequentem Handeln führen Sie die ganze Restauration sowie den kleinen Bankettbetrieb zielorientiert und motivierend. Mitarbeiterausbildung, Serviceorganisation und Gästebetreuung gehören zu Ihren Stärken. Aufgrund Ihrer guten Fachkenntnisse und Ihrer Erfahrung in der Teamführung werden Sie diese Herausforderung mit Bravour erfüllen.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Offerten bitte unter Chiffre 155311 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

155311/98837

**Gepflegtes Hotel
im Oberwallis (Talschole)
sucht****Betriebsleiterin oder
Betriebsleiterpaar**

Unser Erfolg beruht auf Gastfreundschaft, innovativer und dynamischer Leitung.

Sie sind aufgrund Ihrer Ausbildung in der Lage, motivierend zu führen, administrative Arbeiten **speditiv** zu erledigen und wirken **freundlich** in der Ausstrahlung auf Personal und Gäste.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Walmonag, Büro für Personalvermittlung
Kantonsstrasse 10
3930 Visp

154333/382727



Eines der renommiertesten Hotels in der Ostschweiz mit einer spannenden Zukunft sucht seinen

Leiter für die Brasserie (w/m).

Ihre Aufgabe: Sie führen die Brasserie, die sich in Kürze in einem völlig neuen Outfit präsentieren wird, selbständig und mit viel „Drive“ und übernehmen die volle unternehmerische Verantwortung.

Ihr Profil: Sie sind Profi (Koch, Sefa, ev. HF), Gastgeber aus Leidenschaft, gewohnt, Verantwortung zu übernehmen, Organisationstalent, weitsichtiger Planer und verstehen es, mit Ihren fachlichen und menschlichen Qualitäten Ihre etwa 10-köpfige Sefa- und Bar-Crew optimal zu führen und die Gäste maximal zu verwöhnen.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Urs Majer

Hotel Walhalla, Bahnhofplatz, 9001 St. Gallen
Tel. 071 228 28 00 / Fax 90

www.hotelwalhalla.ch / director@hotelwalhalla.ch

**Mission**

Wir verwöhnen Menschen mit jedem Produkt, jeder Geste und jedem Detail.

**Restaurantleiter (m/w)
Sous-Chef (m/w)**

- Sind Sie ausgebildeter Gastronom und leidenschaftlicher Gastgeber?
- Sind Sie ein Vorbild für Ihre MitarbeiterInnen und konnten Sie eventuell schon Führungserfahrung sammeln?
- Möchten Sie für ein Unternehmen arbeiten, welches Ihr Potenzial schätzt, Sie fördert und Ihnen Möglichkeiten zur internen Weiterbildung bietet?
- Heisst Teamwork für Sie auch: sich gegenseitig unterstützen, um Gästen und Kunden das Beste zu bieten?
- Tragen Sie als überzeugender Kommunikator und begeisterter Motivator zum Erfolg des Unternehmens bei?

Können Sie alle Fragen mit Ja beantworten? Dann schlage ich vor, dass Sie uns so bald wie möglich Ihre vollständigen Unterlagen schicken!

Marc Affoler
Mövenpick Restaurant Palavrion
Beethovenstrasse 32, 8002 Zürich
Tel: 01 286 54 54
restaurant.palavrion@moevenpick.com

MÖVENPICK
GASTRONOMY

Mehr über Mövenpick Gastronomie International unter www.moevenpick.com

human resources
management

Ihr Stellenmarkt Schweiz

www.hotelstaff.com

**hotel
staff**

hotelstaff@hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

Lintheschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 90 00
Fax. 01 229 90 01



[www.gastrouisse-
jobservice.ch](http://www.gastrouisse-jobservice.ch)

– die Stellenbörse für
über 3 000 Betriebe und
über 1 000 Stellensuchende

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35
Fax 01 371 89 09

E-Mail: jobservice@gastrouisse.ch

**Gastro
help**
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



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

Pausencafé
mit Blick aufs
Bundeshaus?

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

**hoteljob
schweiz**

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

Personalberatung
Telefon 031 870 43 83
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@bernhotels.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!
5532 offene Stellen,
3215 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch

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

Streitgasse 20, 4010 Basel
Telefon 061 264 60 40
basel.hotevent@adecco.ch

Marktgasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10
bern.hotevent@adecco.ch

Grabenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081 258 30 75
chur.hotevent@adecco.ch

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

Poststrasse 15, 9001 St. Gallen
Telefon 071 228 33 43
stgallen.hotevent@adecco.ch

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

Petit Chêne 38, 1001 Lausanne
Téléphone 021 343 40 00
lausanne.hotevent@adecco.ch

Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032 722 68 88
neuchatel.hotevent@adecco.ch

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

Executive Sous chef

Für einen grossen, vielfältigen Gastronomiebetrieb mit unterschiedlichsten Events suchen wir einen kompetenten, führungs- und organisationsstarken Berufsmann. Sie sind für alle operativen Abläufe verantwortlich (Einkauf, Logistik, Produktion), was ein grosses Mass an Weitblick und Durchsetzungsvermögen erfordert. Können Sie sich in kürzester Zeit von der Planung im Büro auf ein intensives Hochfrequenz-Geschäft umstellen? Dann erwartet Sie eine äusserst entwicklungsfähige Stelle in Zürich. Rufen Sie mich noch heute an, ich freue mich.
Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Sous chef m/w

Sie sind eine begeisterungsfähige, dynamische Persönlichkeit mit gesundem Ehrgeiz, Führungskompetenz und Durchsetzungsvermögen. Sie kochen gern auf sehr hohem Niveau, sind qualitätsbewusst, kreativ und top-motiviert, zusammen mit einer mittleren Küchenbrigade, Höchstleistungen zu bringen sowie den Küchenchef in allen Belangen zu unterstützen. Es handelt sich hier um ein sehr bekanntes Gastronomieunternehmen im «Expo-Land», das sich durch die gepflegte Küche und die hohe Dienstleistungsberufschafft auszeichnet. Arbeitsantritt ist per sofort oder nach Vereinbarung möglich, und es versteht sich von selbst, dass die Position den Anforderungen entsprechend honoriert wird. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Bern, Andreas Schenk 031 310 10 10

Sous chef / Chef de partie Commis de cuisine

Tagesdienst
Für einen Betrieb der Gemeinschaftspflege in der Nähe von Luzern suchen wir den qualifizierten Koch, dem die marktfrische Küche liegt. Wenn Sie bereits einige Jahre Berufserfahrung mitbringen, können Sie auch als Stellvertreter des Küchenchefs arbeiten. Wenn Sie gern mehr über diese Herausforderung mit Arbeitszeiten von 6 bis 15.30 Uhr und freien Wochenenden erfahren möchten, dann rufen Sie mich heute noch an – ich freue mich auf Sie.
Luzern, Rosmarie Scherrer 041 419 77 66

Jungkoch

Für ein nicht alltägliches, gut etabliertes à la carte-Restaurant in der Region Zürichsee suchen wir einen ambitionierten «nicht-alltäglichen» Jungkoch. Sie haben bereits Erfahrungen in der kreativen Gastronomie gesammelt, sind absolut zuverlässig, teamfähig und bringen ein Flair fürs Spezielle mit. Dann sind Sie genau der Richtige für diese interessante Stelle (Wohnmöglichkeit vorhanden). Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Betriebsleiter

Wir suchen für einen grossen Gastronomiebetrieb mit hoher Frequenz eine dienstleistungsorientierte Persönlichkeit mit höherer Fachausbildung. Sie sind ein Organisationstalent, bringen eine langjährige Führungs- und Berufserfahrung mit, arbeiten zielorientiert und können Ihre Beziehungen bei der Akquisition neuer Partner gezielt einsetzen. Wenn Sie noch in diesem Jahr eine neue und vielseitige Herausforderung annehmen möchten, freue ich mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Verkaufsprofis Gastronomie St. Gallen, Bern, Basel, Zürich

Für eine optimale Betreuung kleinerer Gastronomiebetriebe suchen wir verkaufsorientierte Mitarbeiter für den Aussendienst (Regionen St. Gallen, Bern, Basel, Zürich). Sie sind 25 bis 55 Jahre jung und suchen eine interessante Herausforderung, bei der Sie Ihr eigener Chef sein können. Dieses seriöse, im Bereich Reinigung und Hygiene tätige Unternehmen sichert Ihnen eine kompetente Marketing- und Verkaufsförderung zu und bietet zeitgemässe Spezialleistungen. Rufen Sie an, ich gebe Ihnen gern weitere Auskünfte über dieses neue, im Ausland bereits erfolgreich eingeführte, Verkaufskonzept.
St. Gallen, Urs Kläger 071 228 33 43

Event-Profis Teilzeit

Für ein nationales, im Eventbereich sehr starkes Grossunternehmen suchen wir Top-Kaderleute für Küche und Service. Sie haben eine feste Stelle, möchten aber zusätzlich bei Events mitarbeiten oder diese sogar leiten. Die Arbeitseinsätze sind unregelmässig (auf Abruf), aber langfristig geplant. Wichtig ist hier Ihre Arbeitsbereitschaft sowie Führungs- und Praxiserfahrung in diesem Bereich. Rufen Sie mich an, ich gebe Ihnen gern genauere Informationen.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Mitarbeiter/in Personaladministration

Für ein international tätiges Cateringunternehmen suchen wir eine erfahrene Mitarbeiterin für die Personaladministration. Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung und bringen bereits Erfahrung im Personalwesen mit. Zudem sprechen und schreiben Sie fließend Deutsch und Französisch. Ein moderner Arbeitsplatz und ein motiviertes Team erwarten Sie hier. Ich freue mich auf Sie.
Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

Gouvernante

Für einen renommierten Hotelbetrieb im Aargau suchen wir die versierte Gouvernante. Sie sind verantwortlich für den ganzen Hauswirtschaftsbereich und führen ein Team von rund zehn Mitarbeitenden. Möchten Sie sich verändern, und suchen Sie eine neue berufliche Herausforderung? Dann freue ich mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Making  people successful

Culinarium

RESTAURANTS & CATERING

Für unseren neuen Betrieb im Bürogebäude Screen in Urdorf ZH, welcher per anfangs Juni 2003 eröffnet wird, suchen wir begeisterte Gastroprofis, welche Freude haben, bei einer Neueröffnung dabei zu sein, einen Betrieb aufzubauen und diesen von einem kleinen zu einem mittleren Betrieb zu entwickeln. Der Betrieb besteht aus einem Selbstbedienungsrestaurant, einer Cafeteria und einer schönen Sommerterrasse. Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir folgende Personen:

Küchenchef/in & Gastgeber/in als Betriebsleitung Jungkoch (m/w)

Freundlichkeit – Organisation – Teamgeist

Diese Begriffe sind uns sehr wichtig – Ihnen auch?

Als Küchenchef/in & Gastgeber/in sind Sie verantwortlich für die Organisation, Qualitätssicherung und Sicherstellung des gesamten Betriebsablaufs. Als Küchenchef/in arbeiten Sie aktiv in der Küche mit und erledigen das Bestellwesen. Als Gastgeber/in pflegen Sie den täglichen Gästekontakt und akquirieren stetig Neukunden.

Hierzu suchen wir per 1. Mai 2003 eine jüngere Persönlichkeit, welche nebst im Küchenbereich auch administrativ wie kommunikativ stark ist. Eine abgeschlossene Kochlehre, erste Führungserfahrung sowie gute PC-Kenntnisse werden vorausgesetzt. Der Abschluss einer Hotelfachschule ist nicht zwingend, jedoch von Vorteil.

Zudem suchen wir per 1. Juni 2003 einen Jungkoch (m/w), welcher flexibel genug ist, auf allen Küchenposten mitzuhelfen und die Betriebsleitung im Küchenbereich aktiv unterstützt.

Wir bieten Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz und die Möglichkeit, beim Aufbau eines neuen Betriebes von Anfang an mitzuhelfen. Zudem erwarten Sie fortschrittliche Anstellungsbedingungen mit guten Sozialleistungen, 5 Wochen Ferien, 13 Monatslohn und einem interessanten Aus- und Weiterbildungsangebot.

Arbeitszeiten: Montag bis Freitag, Tagesarbeitszeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung (mit Foto, CV, Kopien aller Zeugnisse).

Culinarium AG
Frau Isabelle Schütz, Leiterin Personalwesen
Signaustasse 9, Postfach, 8032 Zürich
isabelle.schuetz@culinarium-ag.ch
www.sv-group.com/svjovjs/

Culinarium AG – ein Unternehmen der SV-Group
155291/150550

Welcher erfahrene, bestens ausgewiesene

KÜCHENCHEF

möchte etwas aufbauen, ausbauen, bewegen?

Ein gut frequentiertes, breit ausgerichtetes Schweizer Hotel freut sich auf Ihre komplette Bewerbung mit Foto unter Chiffre 155297 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

155297/128240

flora

LUZERN

Für unser lebhaftes Restaurant mit 120 Sitzplätzen im Best Western Hotel Flora in Luzern suchen wir auf Mai 2003 eine/n

«Leiter/In Restaurant»

Sie sind eine starke, frontorientierte Persönlichkeit mit der Fähigkeit, Entscheidungen zu fällen und Verantwortung zu übernehmen.

Als Service Profi haben Sie ausgesprochenes Organisationstalent und sind Gastgeber aus Leidenschaft.

Sie sind in der Lage mit ihrer Führungserfahrung, die Mitarbeiter/innen zu fördern und zu begeistern.

Wir bieten Ihnen eine Führungsposition mit grosser Selbständigkeit und mit flexibler Arbeitszeiten.

Unser junges Team freut sich auf Sie!

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie einfach Ihre Bewerbungsunterlagen an Frau Natasha Meijer.



Best Western Hotel Flora, Seidenhofstrasse 5, 6002 Luzern
Tel. 041/227 66 66, Fax 041/227 66 77, www.flora-hotel.ch, natasha.meijer@flora-hotel.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



Grand Hotel Bellevue

Nach der bravourösen Wiedereröffnung Anfangs Dezember 2002 geht das Grand Hotel Bellevue**** in Gstaad in seine 2. Saison – die Sommersaison 2003.

Luxuriöses 4-Stern-Hotel mit Infrastruktur und Service eines 5-Sterne Hotels, 35 Zimmer und Suiten, **Restaurant, Gourmet-Restaurant, Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-Weinkeller mit Carnotzet**, Privat-Kino und einem 250 m² grossem Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty Center und Coiffeur.

???Interessiert???

Sie sind zwischen 30 und 35 Jahre jung, dynamisch und sprechen mehrere Sprachen. Zusammen mit unserem zweiten Maître d'hôtel leisten Sie zum Aufbau unseres Hotels Ihren eigenen, persönlichen Beitrag. Sie arbeiten mit einem jungen, hoch motivierten, internationalen Team und geben Ihre wertvollen Erfahrungen an unsere wissbegierige (ca. 15 Mitarbeiter) Crew und unsere internationale Gäste weiter.

Ab Mai 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir in Jahresstelle:

1. Maître d'hôtel

Georges Ambühl, Direktor, freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.bellevue-gstaad.ch

Grand Hotel Bellevue****

CH-3780 Gstaad II Tel. +41-(0)33-748 00 00 II

Fax +41-(0)33 748 00 01 II sekretariat@bellevue-gstaad.ch

15522014958

Wir suchen zur Unterstützung unseres Teams

Gouvernante

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

Aufgaben Sie übernehmen die Führung und Personaleinsatzplanung des gesamten Teams. Betreuung der Gäste. Kontrolle und Verwaltung der Zimmer und Seminarräume. Einkauf und Inventar von Verbrauchsmaterial. Sicherstellen des Hotelstandards.

Profil Führungseigenschaften und Organisationsgeschick. Teamfähigkeit, Belastbar, Selbständigkeit und Durchsetzungsvermögen. Erfahrung in 4-Stern Betrieben. Ausbildung in Hotelfach. Freude am Umgang mit Gästen und Teammitgliedern.

Auskünfte Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Christine Hürlimann, Executive Manager, Telefon 032 681 34 34 gerne zur Verfügung.

Bewerbung Ihre schriftliche Bewerbung mit allen erforderlichen Unterlagen richten Sie bitte an:

PARK FORUM WYLIHOF
Frau Ch. Hürlimann - Wylihof 43 beim Golf
CH-4542 Luterbach-Solothurn
www.parkforum-wylihof.ch



Biel/BE Top – Gelegenheit Biel/BE
Nach Übereinkunft suchen wir einen best-
ausgewiesenen

Küchenchef mit gleichzeitiger
Geschäftsführer-Stellvertretung,
der sich in 2-3 Jahren selbständig
machen und das Restaurant mit seiner
Partnerin übernehmen möchte.

Wir erwarten: Solide Ausbildung in allen
Bereichen der Küche, Kalkulationssicher-
heit, selbständiges Arbeiten mit Ambitionen
zum Perfektionismus, hohes Geschäfts-
interesse, Sicherheit im Führen von Mitarbei-
tern, CH-Bürger, Alter ab ca. 30, finanziell
unabhängig, Bereitschaft, das Restaurant in
2-3 Jahren zu übernehmen.

Wir bieten: Überdurchschnittliche Entlöh-
nung, einen abwechslungsreichen und leb-
haften Betrieb, gründliche Einarbeitung in
der ganzen Geschäftsführung, modernst ein-
gerichtete Küche und Lagerräume, familiä-
res Arbeitsklima, lux. 4 1/2 Zi.-Wohnung
160m² zur Spezialtarif im Hause, die Option,
einen gesunden und rentablen Betrieb in
absehbarer Zeit zu fairen Konditionen zu
übernehmen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Wir freuen uns auf eine erste Kontak-
nahme unter 079 440 74 30

155218/200026

Wenn ich könnte, dann würde ich mich
klonen lassen ... Aus privaten Gründen
ziehe ich mich in mein Hauptgeschäft
zurück. Darum suche ich einen

- **Unternehmertyp?**
- **Catering?**
- **Selbständig werden?**

Biete gut eingeführtes, edles Foodkon-
zept, hochwertige Produktlinie, aus-
baufähiges Take-Away-Business.

Sehr gute Möglichkeit zum Weiterauf-
bau für kreativen Mann/Frau. Gross-
zügige Infrastruktur an guter Lage in
Zürich, grosse Backstube, ideale Pro-
duktionsstätte, Kühl-/Tiefkühlräume,
Ladengeschäft, usw. Günstige Miete,
langjähriger Vertrag. Nötiges Eigen-
kapital: to be discussed.
Start: ab sofort möglich.

Interessiert?
Email: info@promotionag.ch

Altenrhein am Bodensee

Wir suchen in unser
Fischspezialitätenrestaurant
auf April 2003 o.n.v.

- **Service-
fachangestellte**
- **Jungkoch m/w**
- **Mitarbeiter/in
für kalte Küche und Glace**

Wir bieten Ihnen eine abwechslungs-
reiche Saison-/Jahresstelle mit regel-
ten Arbeitszeiten bei gutem Salär und
schöner Unterkunft.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:
Christoph und Rita Baumgartner
Rest. Jägerhaus, 9423 Altenrhein
Tel. 071 855 17 77



153717/338850



HOTEL****
KRONE
RATHAUSPLATZ • CH-3600 THUN

Zur Ergänzung unseres innovativen und aufgestellten
Kaderteams suchen wir per sofort oder nach Vereinba-
rung in Jahresstelle den/die

Chef/in de Réception/ Direktionsassistentin

Als unternehmerisch denkende Persönlichkeit mit guten
Sprachkenntnissen (D/E/F) sorgen Sie sich nicht nur um
das Wohl unserer Gäste, sondern führen auch ein moti-
viertes Réceptionsteam. Sie tragen anhand einer Job-
beschreibung die Verantwortung für die Bereiche Réception
und Administration inkl. des gesamten Personalwesens.

Wir bieten Ihnen ein Umfeld, in dem Sie sich wohlfühlen
und Ihr menschliches Potential voll entfalten können.

Rufen Sie uns an, oder senden Sie uns Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Hotel Krone, Rathausplatz 2, 3600 Thun
Herr Klaus Lamprian, Frau Karin Bärtschiger
Telefon 033 227 88 88

155338/34690



Restaurant & Bar

Wir suchen für das bekannte, italienische Spezialitäten-
restaurant Latino in Zürich einen

Koch

der dazulernen und weiterkommen möchte. Wenn Sie
eine Kochausbildung und Freude an der frischen, italie-
nischen Küche haben sowie zwischen 25 - 35 Jahre jung
sind, würden Sie gut in unser Team passen. Bitte senden
Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an:

Restaurant Latino
Seegartenstrasse 14, 8008 Zürich, Tel. 01 388 37 77

Bitte Peter Furrer oder Peter Berkemer verlangen.

155305/001310



Wir suchen per sofort
oder auf die Sommersaison 2003

CHEF DE RÉCEPTION

Wenn Sie Deutsch, Englisch,
Französisch und Italienisch in Wort und
Schrift beherrschen und gerne mit
einem jungen Team zusammenarbeiten,

wenn Sie die Fünftagewoche schätzen
und die Weiterbildungsmöglichkeiten,
die wir Ihnen bieten, die fünf Wochen
Ferien und die gehobene Atmosphäre
eines Viersternhauses schätzen,
das rund ums Jahr geöffnet ist,

dann senden Sie Ihre Unterlagen an

Rudi Grasern
Hotel Steffani
CH-7500 St. Moritz
Tel. 081 836 96 96,
Fax 081 836 97 17
Internet www.steffani.ch



In Sils Maria, dem schönsten Engadiner Dorf!
(Nähe St. Moritz, Biker-, Surf- und Wanderparadies)

Erstklasshotel**** (2-Saison-Betrieb) mit 120 Betten,
Appartements, Jugendstilspisessaal, Restaurant, Bar,
Terrasse, moderne Wellness- und Fitnessanlage.

Wir suchen auf kommende Sommersaison
ab ca. Mitte Juni bis Mitte Oktober 2003
Mitarbeiter, die mit uns die Seele des Hauses mit
Wohlfühlbetriebsklima sein wollen, ein Herz für unsere
Gäste und die Kollegen haben, mit dem Kopf der
Perfektion zugetan sind, mit fleissigen Händen für viel
Schwung im Hotel sorgen und mit beiden Beinen im
Leben stehen.

Rezeption:

Rezeptionistin mit Erfahrung

Küche:

Chef Tournant

Restaurant à la carte

Chef de rang m/w, Ablösung Bar

Spisessaal

Chef de rang m/w mit Erfahrung

Sind Sie das?

Dann freuen wir uns, von Ihnen zu hören!

Hotel Edelweiss, Hr. R. Brüggemann, CH-7514 Sils Maria
Tel. ++41 81 838 42 42, Fax ++41 81 838 43 43
www.hotel-edelweiss.ch

154496/31259

SCHLOSSHOTEL CHASTE TARASP/ENGADIN

Wir wünschen uns zur Ergänzung unseres Teams ab
Mitte Mai 2003 topmotivierte Berufsfachleute in
folgenden Positionen:

Administration:

- **Réceptionist/in D/F/E**
(Saison- oder Jahresstelle)

Küche:

- **Sous-Chef**
- **Chef de partie**
- **Commis Gardemanger**

Es wäre schön, wenn Sie mithelfen würden,
unsere Gäste freundlich, kompetent und kulinarisch
zu verwöhnen.

Für weitere Infos besuchen Sie doch unsere Website:
www.relaischateaux.ch/chaste

Daniela & Rudolf Pazeller
freuen sich auf Ihre Bewerbung:
Schlosshotel CHASTE
CH-7553 Tarasp/Engadin
Tel. 081 861 30 60
Fax 081 861 30 61
chaste@bluewin.ch



155263/34339

City-Hotel Weingarten 8134 ADLISWIL ZH

In unseren Familienbetrieb/Spezialitäten-
restaurant suchen wir per sofort oder nach
Vereinbarung tüchtigen, dynamischen

ALLEINKOCH

mit Berufserfahrung, selbstständige
Führung der Küche, 5-Tage-Woche, sehr
guter Verdienst, Kost + Logis.

Telefonieren Sie uns, oder senden Sie Ihre
Bewerbung an:

Fam. I. + T. Savini-Grunder
Telefon 01 710 85 77

155285/329

Dem Himmel ganz nah . . .

Mitten in der Bergwelt und am Ausgangs-
punkt zum Aletschgletscher befindet sich
unser familienfreundliches Sporthotel.

Von Juni bis Oktober heissen wir unsere
Gäste willkommen für Ausflüge, Ferien
Sport, Fun, Seminare oder einfach nur zum
Ausspannen.

Für die Ergänzung unseres Teams suchen
wir für die Sommersaison von Ende Mai bis
Mitte Oktober folgende Teamplayer:

- **Service-
mitarbeiter/in**
- **Küchenmitarbeiter/in**
- **Jungkoch/-köchin**
- **Zimmermädchen**

Haben Sie Freude am Sport, sind Sie eine
flexible, motivierte und aufgestellte
Persönlichkeit, dann freuen wir uns auf eine
erste Kontaktaufnahme per Telefon 071
988 66 70 oder blatternerhof@bluewin.ch

155329/5169



Grindelwald

Für unser ****-Haus im Herzen von Grindelwald
suchen wir ab Ende Mai/Juni 2003 fachkundige,
aufgestellte Mitarbeiter, Jahresstelle möglich:

Hotelsekretärin/Réceptionistin
mit Sprachkenntnissen und Réceptions-Erfahrung

Koch/Köchin
mit ein paar Jahren Berufserfahrung

**Service-
mitarbeiter/in**
mit Freude am Beruf

Snack-Bar-/Kiosk-Angestellte
aufgestellte Persönlichkeit

Buffet-Mitarbeiter/in
mit Deutschkenntnissen

Portier/Office
mit Fahrausweis

Zimmermädchen
für Lingerie/Étage/Office

Hotel Kreuz & Post
Frau Helena Konzett
3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92

155060/14770

Wirtschaft Bühlegg Weggis

Auf Anfang April/Mai 03 oder n. V. suchen wir für unser schönes Speiserestaurant am See (15 Gault-Millau-Punkte) interessante

Servicefachangestellte/n

die/der auch in hektischen Zeiten den Überblick nicht verliert und gerne in einem jungen, aufgeschlossenen Team arbeitet.

Bewerbungen bitte an:
Wirtschaft Bühlegg, Ch. Mitterbacher
6353 Weggis, Tel. 041 390 21 23
Fax: 041 390 21 82
Mail: buehlegg@hotmail.com

155039/256846



Hotel-Restaurant Alpenblick

CH-3812 Wilderswil-Interlaken
Tel. 033 828 35 50, Fax 033 828 35 51
Internet: www.hotel-alpenblick.ch
E-Mail: info@hotel-alpenblick.ch

Ein starker Auftritt inmitten der Jungfrau-Region

In unserem Hotel und Restaurant werden folgende Verantwortungsbereiche frei:

Patissier/-ère

Sie haben Freude an der Kreation von qualitativ hochwertigen Desserts, Gebäck und Pralines und die dazu notwendige Erfahrung, dann garantieren wir Ihnen, dass Sie sich bei uns voll entfalten können.

Chef de partie

Saucier - Entremetier (m/w)

Die Erfahrung in der Zubereitung von frischen Produkten und qualitätsbewussten Gerichten hat Sie geprägt, und Sie sind motiviert, in einer wunderbaren Region zu leben und zu arbeiten, dann sind Sie bei uns richtig.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen und erzählen Ihnen gerne, was wir alles zu bieten haben.



15487028000



Kaderstellen im diskreten Kundenauftrag

Chef de cuisine

eine einmalige Chance für einen Spitzenkoch!

In der Region Lac Léman sucht einer der schönsten Betriebe, mit einem absoluten Restaurant Gastronomie, einen Star-Küchenchef. Wenn Ihre beruflichen Stationen Sie zu den besten Köchen der Haute Cuisine geführt haben und/oder Sie bereits einen Namen in den Kreisen der besten Küchenchefs (*Michelin/Auszeichnungen G&M) haben, so würde dieser wunderschöne Betrieb Ihnen jede Plattform bieten, sich zu verwirklichen.

Direktionsassistent/Stellvertreter Direktion

für ein kleines, aber sehr feines Boutique-Hotel im Wallis suchen wir einen «Generalisten». Als Stellvertreter des Direktionshepaares übernehmen Sie Aufgaben sowohl im Bereich F&B, Marketing, als auch im Front Office.

Wir stellen uns einen Bewerber vor mit entsprechender Aus- und Weiterbildung, sowie Berufungs- und Führungserfahrung in allen Bereichen, vorzugsweise in mittelgrossen, renommierten Häusern. Für einen tüchtigen Berufsmann bieten sich auch interessante Zukunftsperspektiven. Sprachen: D/F/E.

Leiterin Empfang/Administration

Eine sehr verantwortungsvolle Position in einem bekannten Kurhotel Nähe Winterthur. Sie leiten den gesamten Empfangsbereich, sind für die Gäste-/Patientenaufnahme verantwortlich und zeichnen als Chef Administration für die gesamte Administration verantwortlich. Sehr gute Fidelekenntnisse Bedingung. Eine sehr gut bezahlte Dauerstelle für eine fröhliche Bewerberin, welche sich im Umfeld eines Kurhotels mit einer eher älteren Kundschaft wohlfühlt.

Alle weiteren Stellenangebote finden Sie täglich aktualisiert unter: 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

155290/208191



Haben Sie schon gekündigt?

Warten Sie noch damit. Wir stellen hohe Anforderungen!

Für das beste Viersternhotel in der Schweiz, inmitten der herrlichen Bergwelt des Engadins, mit 25 exklusiven Zimmern, einem Gourmet-Restaurant, ausgezeichnet mit 2 Michelin-Sternen und 18 Punkten im Gault Millau, einer gemütlichen Engadiner Stube und einer anspruchsvollen Hotelbar suchen wir für die kommende Sommersaison oder länger folgende hochmotivierte Mitarbeiter:

speziell für unser 2-Sterne-Restaurant «La Bellezza»

Sommelier/-ère

für unser Restaurant «Bellavista» und Engadiner Stube «La Stuba»

Chef de rang

der bereit ist, nach gründlicher Einarbeitungszeit, unseren Chef de service während dessen Abwesenheit zu ersetzen.

für unsere Küche, in der Kreativabteilung von Eduard Hitzberger

Chef Gardemanger

mit Erfahrung in der Sternegastronomie

für die Réception

Réceptionistin

mit Erfahrung und Kommunikationsfreude!

sowie

einen Officeburschen/Allrounder

mit Deutschkenntnissen

Ein harmonisches Arbeitsklima und ein toller Teamgeist warten auf Sie. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild oder auf Ihren neugierigen Anruf:

Eduard und Waltraud Hitzberger
HOTEL HAUS PARADIES
CH-7551 Ftan



Tel. 0041 81 861 08 08
Fax 0041 81 861 08 09
www.relaischateaux.ch/paradies
E-Mail: info@hotelhausparadies.ch

155290/1924

Hotel Post in Simplon Dorf

Gesucht wird per 1.4.03

gelernter Alleinkoch m/w

Bewerbungen an:

Hotel Post
Stefan Schär
3907 Simplon Dorf
027/979 11 21

155352/423738



Kleines familiäres 3-Stern-Hotel mit Italienischem Ristorante-Pizzeria sucht ab 15. April 2003 oder nach Vereinbarung in Dauerstellung

Receptionistin mit Mithilfe im Restaurant

Sie sollten Erfahrung im Frontoffice-Bereich und Freude im Umgang mit Menschen haben. EDV-Kenntnisse (HUGO, Word) sowie gute Sprachkenntnisse (d, e, f) sind von Vorteil.

Gern erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung an:

Hotel Steinbock
Fam. S. Ponzio
Postfach 7
CH- 3818 Grindelwald

155318/50199



ZOO RESTAURANTS

Bachletenstrasse 75 4054 Basel

Wir suchen eine ausgebildete

Service-Fachperson

für die Leitung des „à la Carte“ Restaurant (Tagesbetrieb) und für Ablösungen im Bankettbereich.

Interessierte Personen senden uns ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Für Auskünfte Tel. 061 281 00 80, Herr Balliet oder Frau Kubli.

www.zoobasel.ch/restaurants

Zuoz - Engadin



Posthotel Engiadina
ZUOZ

Tel.: 0041/081-8541021
Fax: 0041/081-8543303
www.hotelengiadina.ch
7524 Zuoz

Neben einer interessanten Aufgabe in einem 4****-Haus mit 125-jähriger Tradition und einem angenehmen, kollegialen Arbeitsklima erwarten Sie im Engadin, dem schönsten Hochtal Europas, auch viel Sport und Spass.

Auf die kommende Sommersaison und für die nächste Winteraison suchen wir zur Verstärkung unseres jungen Teams aufgestellte, qualifizierte und engagierte Mitarbeiter:

als Betriebsassistent/-in

tragen Sie die Hauptverantwortung für die Bereiche Restaurant, Bankett sowie Bar und sind die kompetente Unterstützung für die Direktion sowie Verstärkung für das Team

Servicefachangestellte, m/w

initiativ und selbständig, sprachgewandt und mit Freude an der Arbeit

Receptionistin

mit Serviceerfahrung für den Empfang und zur Mithilfe im Service

Sous-chef m/w

und

Chef de partie m/w, Demi-chef de partie m/w Commis de cuisine m/w (Jungkoch -köchin)

Kost und Unterkunft auf Wunsch im Haus.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto und rufen Sie einfach an.

155349/41734



SEILER HOTELS ZERMATT

Die hellsten Sterne von Zermatt

Seit mehreren Generationen gehören die Seiler Hotels zu den begehrtesten Adressen von Zermatt. Unsere Häuser vereinen **erstklassige Schweizer Hoteltradition** mit moderner Hotelkultur. In unseren **zehn Restaurants** verwöhnen wir unsere Gäste mit einem vielseitigen internationalen Angebot. Unsere hohen Anforderungen machen uns zu den **führenden Hotels Zermatts** und sind für unsere Mitarbeiter begehrte Referenz.

Für die **Sommersaison 2003** suchen wir folgende Mitarbeiter/innen:

- Chef de réception *Hotel Nicoletta* ****

- Réceptionist/in - Reservationssekretär/in

- Nachtpartier *Hotels Mont Cervin* ****

Riffelalp Resort **** und *Schweizerhof* ****

- Chef de partie

- Commis de cuisine

- Pâtissier/-ière

- Chef de bar *Hotel Mont Cervin* ****

- Servicemitarbeiter/in

- à la carte Restaurants

- Chef und Demi-chef de rang

- Commis de rang

- 2. Economatgouvernante

Hotel Mont Cervin ****

- Zimmermädchen

- Kaffeeköchin/

- Buffetmitarbeiterin

Interessiert? Dann freuen wir uns, Ihre Bewerbungsunterlagen prüfen zu dürfen. Gerne gehen wir Ihnen telefonisch Antworten auf Ihre Fragen!

SEILER HOTELS ZERMATT AG

Personalbüro

CH - 3920 Zermatt

Tel. 027966.8756, Fax 027966.8757

personalbuero@seiler.zermatt.ch



155318/251481

Über Internet und nette Gäste. htr

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



Réceptionspraktikant/in Commis de cuisine

in der Bundeshauptstadt Bern.
Eine interessante Stelle für Sie?
Eintritt nach Vereinbarung.
Gerne gibt Ihnen Herr W. Im Obersteg nähere Auskünfte
oder senden Sie uns Ihre Unterlagen.



Telefon 031 950 71 11
www.sternenmuri.ch
Thunstrasse 80, 3074 Muri-Bern

Hotel-Restaurant-Gourmetstube
Bankette bis zu 200 Personen



Renommiertes 4-Sterne-Ferienhotel,
ruhig gelegen im Herzen von Klöstern Dorf

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir auf
ca. 10. Juni 2003 in Jahresstelle noch aufgestellte und
motivierte

Réceptionist

Als selbständige und diskrete Persönlichkeit sind Sie die
erste Kontaktperson für unsere Gäste. Sie verfügen über
eine fundierte Ausbildung und Hotelserfahrung, sind mit
dem Windows-Umfeld und Fidelio vertraut und kommu-
nizieren gerne in Deutsch, Englisch und Französisch!
Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre
Bewerbung, oder rufen Sie uns doch einfach an!

Hotel Albeina

Heidi Alder, Personalbüro, 7252 Klöstern Dorf
Telefon 081 423 21 00

155108/87971



Wir suchen per sofort
oder auf die Sommersaison 2003

RÉCEPTIONISTEN

Wenn Sie Deutsch, Englisch,
und Italienisch in Wort
und Schrift beherrschen,

wenn Sie gerne in einem
jungen Team arbeiten,

wenn Fidelio für Sie
kein Fremdwort ist,

wenn Sie die Atmosphäre
eines Viersternhotels schätzen,
das rund ums Jahr geöffnet ist,

dann senden Sie Ihre Unterlagen an

Rudi Grasern
Hotel Steffani
CH-7500 St. Moritz

Tel. 081 836 96 96,
Fax 081 836 97 17

Internet www.steffani.ch



Darf Arbeit Spass machen? - Arbeit muss Spass machen!

www.kreuz-egerkingen.ch

Top Stellen für junge Schweizer Gastroprofis
Servicefachangestellte/r mit Erfahrung und Chefin Hauswirtschaft

Wir freuen uns auf Deine Bewerbung. Also, bis bald im „Chrüz z'Egerkinge“

meetings-online.ch

Meetings-online.ch ist ein schweizerisches Dienstleistungsunternehmen zum
Verkauf von Meetings aller Art (Seminare, Conventions und Events). Schnel-
ligkeit und Qualität sind die Erfolgsfaktoren von meetings-online.ch. Durch
persönlichen Kontakt und den Einsatz modernster Informationstechnologien
werden Arbeitsabläufe optimiert und ein persönlicher Service geboten.

Zur Ergänzung unseres Teams sind wir auf der Suche nach einem/einer
jüngeren

Kundenberaterin im Aussendienst für den Seminarverkauf

Ihre Aufgaben:

Sie besuchen potentielle Kunden in der gesamten Schweiz, erweitern so un-
seren Kundenkreis und fördern die Bekanntheit von meetings-online.ch. An
nationalen wie internationalen Messen präsentieren Sie unsere Dienstlei-
stungen. Zusätzlich unterstützen Sie den Verkaufsleiter bei der Jahres- und
Eventplanung.

Was Sie mitbringen:

Als überzeugende, zielorientierte und sympathische Person haben Sie Spass
daran, auf verschiedenen Ebenen zu kommunizieren. Sie haben von Vorteil
schon Erfahrung in der Hotellerie oder im Verkauf gesammelt und sind sich
selbständiges Arbeiten gewohnt. Sie sind zwischen 22-26 Jahre alt.

Wir bieten Ihnen:

Eine interessante, vielseitige Aufgabe und ein gut ausgebildetes sowie moti-
viertes Team. Zudem erwartet Sie ein modernes Büro im Herzen der Stadt
Luzern, Geschäftswagen und eine leistungsgerechte Entlohnung.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen
und Foto an Jari Aherma, meetings-online.ch, Tribschenstrasse 7 in 6005
Luzern. Oder kontaktieren Sie uns für weitere Informationen unter Tel: 041 -
368 10 00 oder Email: jari.aherma@meetings-online.ch.

155270/423643



Grand Hotel **bellevue**

Nach der bravourösen Wiedereröffnung Anfangs Dezember 2002
geht das Grand Hotel Bellevue**** in Gstaad in seine 2. Saison
- die Sommersaison 2003.

Luxuriöses 4-Sterne-Hotel mit Infrastruktur und Service eines 5-Sterne
Hotels, 35 Zimmer und Suiten, Restaurant, Gourmet-Restaurant,
Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-
Weinkeller mit Carnotzet, Privat-Kino und einem 2500 m² grossem
Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty Center und Coiffeur.

???Interessiert???

Sie sind jung, dynamisch und wollen zum Aufbau unseres Hotels Ihren
eigenen, persönlichen Beitrag leisten - dann sind Sie richtig. Bei uns
haben Sie auch Aufstiegsmöglichkeiten. Als Ergänzung zu unserem
jungen motiviertem Team suchen für die kommende Sommersaison
oder nach Vereinbarung noch folgende Mitarbeiter:

Chef de rang m/f
Commis de rang m/f
Commis de cuisine m/f
Demi-chef de patissier m/f
Mitarbeiterkoch m/f
Coiffeur m/f
Masseur m/f
Kosmetikerin
Telefonistin

Georges Ambühl, Direktor, freut sich über Ihre vollständigen Bewer-
bungsunterlagen.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter
www.bellevue-gstaad.ch

Grand Hotel Bellevue****

CH-3780 Gstaad || Tel. +41-(0)33-748 00 00 ||
Fax +41-(0)33 748 00 01 || sekretariat@bellevue-gstaad.ch

1552181/4958



Ein Hotel des **WMO** Ferienvereins

Sommersaison
am Fusse von Eiger - Mönch und Jungfrau?

Für die kommende Sommersaison (vom 28. Mai bis 19.
Oktober 2003) suchen wir motivierte Teammitglieder,
die mit uns am gleichen Strick ziehen und mithelfen, un-
sere Gäste zu verwöhnen.

Rezeption ReceptionsmitarbeiterIn

Küche Chef de partie
Commis de cuisine
Office- & KüchenmitarbeiterIn

Etage Zimmermädchen

Service ServicemitarbeiterIn
für unser à la carte-Restaurant

ServicemitarbeiterIn
für Speisesaal und Cafeteria

Wellness SolbadmitarbeiterIn

Unser neu renoviertes Club-Hotel, mit moderner Infra-
struktur, verfügt über 120 Zimmer, ein öffentliches Spei-
serrestaurant, eine Cafeteria, eine Bar mit Lobby sowie ein
attraktiven Wellnessbereich mit Solbad, von welchem
auch unsere Mitarbeiter kostenlos profitieren können.

Haben Sie Freude an Ihrem Beruf und möchten Sie unser
Team tatkräftig unterstützen - dann sind Sie genau die
Person, die wir suchen. Senden Sie uns noch heute Ihre
Bewerbungsunterlagen, damit wir uns so schnell wie
möglich kennen lernen.

Club-Hotel Victoria-Lauberhorn

Pascal Anthamatten, Direktor, 3823 Wengen
Tel. 033 856 29 29, Fax 033 856 29 19

155150/37826



Möchten Sie einen Sommer im
Engadin verbringen?
Wir suchen für die kommende Sommersaison
noch folgende motivierte Mitarbeiter:

Réception:
Réceptionspraktikant/in

Küche:
Chef de partie

Restaurant:
Chef de rang
Demi-chef de rang

Fitness/Beauty:
Kosmetikerin (Sprachen D, E)

Chesa al Parc:
gemütliches Restaurant mit
80 Sitzplätzen und grosser Sonnenterasse
am Tennisplatz/Golfplatz:
Servicefachangestellte
(sprachkundig)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den
üblichen Unterlagen:



KULM HOTEL ST. MORITZ

Personalbüro, CH-7500 St. Moritz
Tel. 081 836 80 00, Fax 081 836 80 01
e-mail: info@kulmhotel-stmoritz.ch

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
6659	Vegi-Koch	26	DE	B-EG	n. Ver.	D	
6660	Sous-chef/Alleinkoch	43	CH	sofort	D/E/I	TG	
6665	Koch	22	CH	sofort	D/F	Ost-ZH	
6678	Alleinkoch	50	CH	Mai	D/E/F	SZ/ZH/SG	
6684	Koch	51	DE	B-EG	n. Ver.	D	Deutschsch-CH
6691	Kü'chef/Alleinkoch	33	DE	L-EG	April	D/E	Hotel/L'gashof/zus. mit 6690
6692	Sous-chef/Alleinkoch	43	CH	sofort	D/I	TG	
6693	Hilfskoch	23	CH	April	D/F/I	TI/Deutsch-CH	
6710	Diätköchin/Köchin	45	CH	April	D/E	Bern/Tagesbetr.	
6713	Kü'chef/Sous-chef	64	CH	n. Ver.	D/F/I	BE-Oberland	
6720	Kü'chef/Sous-chef	35	DE	C	Juni	D/E	Tagesbetr./BS/BL/AG Grenznähe
6722	Kü'chef/Koch	52	CH	n. Ver.	D	SG-Rh'tal-Chur,Gem.gastron.	
6727	Entremetier	35	DE	L-EG	April	D	
6729	Küchenchef	45	FR	L-EG	April	F	Montreux-Genève
6730	Entremetier	31	IT	L-EG	sofort	I	GR/LU/ZH/TI
6736	Koch	48	DE	L-EG	n. Ver.	D	Rest.
6739	Koch/w	43	DE	B-EG	n. Ver.	D	zus. mit 6740/BE-Oberland
6740	Küchenchef	48	DE	B-EG	n. Ver.	D	zus. mit 6739/BE-Oberland
6749	Sous-ch./Ch. de partie	25	FR	L-EG	Mai	D/F	CE/VD/BL/FR/NE
6751	Entremetier/Toumard	42	DE	B-EG	Mai	D/E/F/I	

Service / Service

1	2	3	4	5	6	7	8
6652	Service/w	18	CH	sofort	D/E	Zürich/junges Team	
6653	Service/w	63	CH	sofort	D/E	Zürich + Umgeb.	
6655	Chef de service	31	DE	L-EG	n. Ver.	D/E	Basel/Zürich
6656	Service	53	CH	April	D	ZH/LU/BE	
6657	Service/w	35	FR	L-EG	sofort	D/E/F	
6658	Chef de service	53	IT	C	April	D/F/I	TI/GR
6661	Chef de service	35	AT	B-EG	Mai	D/E	Deutsch-CH
6662	Kellner	32	FR	C	April	E/F	West-CH
6663	Sefa	22	DE	L-EG	sofort	D/E	
6664	Kellner/Bufferhilfe	43	CU	C	sofort	D	
6667	Chef de service	44	FR	L-EG	April	D/E/F/I	BE/LU/BL
6668	Service/w	59	CH	sofort	D/E/F		
6674	Service/w	30	CH	Mai	D/E/F	AR/St. Gallen+Umgeb.	
6675	Chef de bar/Gouvern.	25	CH	Mai	D/E/I	4*-5*/Zürich+Umgeb.	
6677	Kellner	31	SK	B	Mai	D/E	Bern
6681	Kellner	30	NL	B	sofort	D/E	ZH/Skigebiet
6685	Service/Réception/w	24	DE	L-EG	Mai	D/E	BE/ZH
6688	Chef de s./Aide du patron	47	CH	sofort	D/F/I	Bern	

6694	Service/Empfang/w	27	DE	G-EG	April	D/E/F	Grenznähe
6695	Chef de rang	36	CH	sofort	D/E/F	BE+Umgeb.	
6698	Kellner/Bar	20	AT	L-EG	Juni	D/E	Bergrest./zus. mit 6699
6699	Service/Bar/w	24	AT	L-EG	Juni	D/E	Bergrest./zus. mit 6698
6700	Sefa/Hofa	21	CH	Mai	D/E	Thun/Spiez/Flaken	
6703	Service/Réc.Prakt./w	24	ES	L-EG	sofort	D/E/F	Deutsch-CH
6705	Kellner	30	TR	B	n. Ver.	D/E	Bern
6706	Chef de service	51	IT	C	sofort	D/E/F/I	
6711	Kellner	35	CH	sofort	D/E/F	ZH/Zürzach	
6712	Kellner	34	PT	C	Mai	D/E/F	ZH/Spätdienst
6715	Barmen/Kellner	25	CH	sofort	D	St. Gallen	
6716	stv. Oberkellner	35	DE	L-EG	Mai	D/E	
6728	Service/w	40	CH	sofort	D/E/F	Romont-Vevey	
6732	Kellner	34	PT	C	April	F/I	West-CH/Hotel
6735	Sefa	26	CH	sofort	D/E	LU/BE/ZH/ZG	
6738	Kellner	40	AT	B	Mai	D/E	3*-4*-Hotel/BE-Oberl.
6742	Buffet/Service/w	29	CH	Mai	D/E/E/F	Lugano+Umgeb.	
6743	Service/w	31	PT	L-EG	Mai	D/E/F	Davos
6744	Kellner	22	AT	L-EG	Mai	D/E/F	ZH/LU/Bodensee
6745	Service/w	22	CH	Mai	D/E/F	Zentral-CH	
6746	Kellner	36	IT	L-EG	April	D/E/F/I	Lac Léman
6747	Chef de service/w	57	NL	L-EG	sofort	D/E/F	ZH

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
6654	stv. Geschäftsführer	43	CH	sofort	D/E	nicht in SG	
6670	Réception/Büro	24	DE	L-EG	Mai	D/E	4*-5*/Nord-CH
6671	Réceptionist	34	CH	sofort	D/E/F	3*-4*/Bern-Thunersee	
6672	Réceptionist	34	CH	April	D/E/F	3*-4*/Engadin	
6679	Direktionsassistent	38	CH	Mai	D/E/F/I	TI	
6680	Anfangsrecept./w	21	CH	n. Ver.	D/E/F		
6682	Réceptionist	34	CH	April	D/E/F	ZH/Bern	
6683	Réceptionist	35	FR	L-EG	Mai	D/E/F	3*-4*/Berge
6687	Art.Récept./Praktikantin	19	CH	sofort	D/F	Zürich/ZH Oberl./Wthür	
6689	Night-auditor	42	CH	sofort	D/E/F/I	Zürich	
6697	Nachtportier	45	PT	L-EG	April	D/E/F/I	
6701	Réceptionist	29	IT	C	Mai	D/E/F/I	BS/BL
6714	Réceptionsprakt./w	21	CH	n. Ver.	D/E/F/I	TI/GR/VS/VD	
6717	Réceptionsprakt./w	24	CH	sofort	D/E/F	ZH/BS/TI/SG	
6719	F&B-Management	42	CH	sofort	D/E/F/I		
6725	Chef de réception/w	29	CH	n. Ver.	D/E/F/I	SG/TG/ZH/West-CH	

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
6666	Hilfsgouvernante	20	CH	Mai	D	Lucern+Umgeb.	
6669	Chauffeur/Portier/Réc.	23	CZ	B	sofort	D/E/F	VS/VD/XGE
6673	Nachtportier	33	CH	sofort	D/E		
6686	Hilfskraft	22	PT	L-EG	April	E	
6690	Zimmerfrau	22	PT	L-EG	April	E/I	Hotel/L'gashof/zus. mit 6691
6696	Haushilfe/w	28	CH	April	D	AG	
6702	Zimmerfrau	21	AT	L-EG	Mai	D/E	ZH/Deutschsch-CH
6704	Küchenhilfe/w	43	IT/BI	C	sofort	F/I	Bern+Umgeb.
6707	Zimmerfrau	30	PT	C	April	D/F	NE/GE/VD
6708	Hilfskraft/w	51	BR	B	sofort	D	BE/SO
6709	Zimmerfrau	30	IT	L-EG	Mai	E/I	GR/TI/LU/ZH
6718	Hofa	21	CH	April	D/E/F	SO/BE	
6721	stv. Gouvernante	24	CH	April	D/E/I	ZH-Winterthur	
6723	Haushilfe/Buffer/w	44	CH	sofort	D/F	BE/FR/Hotel/Hiem/Spital	
6724	Küchenhilfe	29	ES	L-EG	Mai	I	BE-Oberland
6731	Küchenhilfe	41	TR	C	sofort	D	Bern
6735	Hilfskraft	29	LK	B	sofort	D/E	Bern
6741	Hilfskraft/w	27	PH	B	sofort	D/E	ZH/AG
6748	Haushilfe/w	44	LK	B	sofort	D/E	Bern
6750	Night-auditor/-Copierge	47	IT	B-EG	April	D/E/F/I	5*-Hotel

- 1 Referenznummer - Numéro des candidats
- 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- 3 Alter - Age
- 4 Nationalität - Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

155275/84753

hoteljob

Ihr Weg zur nächsten Stelle führt zu hoteljob

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





Wir suchen

ab sofort oder nach Vereinbarung zur Verstärkung unseres jungen Teams:

- Sous-chef m/w
- Chef de partie m/w

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:

KREUZ KRIEGSTETTEN
Bucher Urs
Hauptstrasse 62
4566 Kriegstetten
Telefon 032 672 37 37 / 079 446 80 58
Direkt an der Autobahn A1 Zürich-Bern

155299/116750



HOTEL HERTENSTEIN

Sommersaison am Vierwaldstättersee
Weggis / Hertenstein

Wir suchen für unser neu renoviertes Hotel-Restaurant mit Seeterrasse, Seegarten Grill, Konferenzzentrum bis zu 80 Personen, Hallenbad sowie Erholungspark am See

Servicefachangestellte Servicemitarbeiter

Hotel-Restaurant Hertenstein
Hermann Mazotti
6353 Weggis
Telefon 041 390 14 44
hotelhertenstein@bluewin.ch



155332/15652

Seehotel PILATUS 6052 HERGISWIL

Bes. Fam. Fuchs

Tel. 041 630 15 55
Telex 866 159



Modernstes Haus
Hallenbad 18'9 m
Park und Strand
Ruhige Lage

Unser Seehotel Pilatus ist das führende ****Ferien- und Seminarhotel direkt am Vierwaldstättersee. Seine 120 Betten werden ergänzt durch ein hochstehendes gastronomisches Angebot. Unsere treuen und anspruchsvollen Gäste dürfen sich nicht nur auf ein wunderschönes Haus mit allen Annehmlichkeiten in einmalig schöner Umgebung freuen, sondern auch auf ein hochmotiviertes, fachlich kompetentes Gastgeber- und Mitarbeiter-Team. Wenn auch für Sie der Kontakt mit dem Gast und seine Zufriedenheit Ihr grösstes Anliegen und Freude ist, nehmen Sie doch Teil an der grossen Aufgabe, unser Haus über alle andern hinauswachsen zu lassen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab ca. Anfang Mai 2003

Buffettochter Zimmermädchen Hausbursche

Fühlen Sie sich von dieser Herausforderung angesprochen, rufen Sie uns kurz an; gerne würden wir Sie kennenlernen und Ihnen unseren Betrieb persönlich vorstellen. Bitte bewerben Sie sich schriftlich! Für die Familie Fuchs, Fuchs Hans, Telefon 041 632 30 30.

155266/15583



Landgasthof Seerose Pfäffikon ZH

Einer der grössten Restaurationsbetriebe im Zürcher-Oberland.

Der Landgasthof Seerose in Pfäffikon ZH direkt am Pfäffikersee gelegen verfügt über zwei verschiedene Restaurationstypen mit je ca. 50 Plätzen, im weiteren führen wir viele Bankette und Seminare von 10 bis 80 Personen durch. Von April bis Oktober gehört eine einzigartige, bediente See-Terrasse mit über 260 Plätzen zu unserem erweiterten Angebot für unsere Gäste. Im weiteren bieten wir unseren Gästen 16 Doppelzimmer an. Im weiteren gehören Seminare und Bankette zu unseren Kernkompetenzen. (ca. 600 Anlässe im Jahr)

Weitere Informationen finden Sie unter: www.hotel-seerose.ch

Wir suchen zur Verstärkung unseres Teams (von 43 Mitarbeitern):

2 Servicemitarbeiter/Innen

(Vollzeit, Saison oder Aushilfen. Muttersprache deutsch)
Sie arbeiten in einem jungen, aufgestellten und eingespielten Team von 15 Mitarbeitern.

Köche m/w

Das Küchenteam (11 Mitarbeiter) um Corsin Cavegn freut sich Sie kennen zu lernen.

Alles weitere erfahren Sie bei einem Besuch und einem kurzweiligen Gespräch in unserem einzigartigen Hotel Landgasthof Seerose, direkt am Pfäffikersee.

Gerne erwartet Herr Mario Bühler Ihren Anruf unter
01 952 30 00
oder Ihr E-mail an: buehler@hotel-seerose.ch
Usterstrasse 39
8330 Pfäffikon ZH

151716/115037



GRAND HOTEL NATIONAL LUZERN

Junior Chef

Sie sind motiviert, jung, flexibel und innovativ, sind bereit, etwas zu bewegen und Verantwortung zu übernehmen. Sie sind an einer abwechslungsreichen Tätigkeit interessiert und führen ein Team von 5 Mitarbeitern. Unser gastronomisches Angebot umfasst à la carte-Gerichte für die Bar, die Terrasse, den Room-Service sowie Bankette und Events.

Möchten Sie Ihre Kochkünste und Ihr Engagement im «SMALL LUXURY GRAND HOTEL» einbringen?

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

155085/23132

GRAND HOTEL NATIONAL
Haldenstrasse 4
Tel. 041 419 09 09
v.decurtins@national-luzern.ch

Viviane Decurtins, Personalbüro
CH-6006 Luzern
Fax 041 419 09 10
www.national-luzern.ch

ANSTALTEN WITZWIL

Polizei- und Militärdirektion des Kantons Bern
Amt für Freiheitsentzug und Betreuung

In die halboffenen Anstalten Witzwil werden Männer unterschiedlichen Alters und Nationalität infolge verschiedenster Straftaten eingewiesen. Unsere Konsumenten - Eingewiesene, Mitarbeitende, externe Besucher und Gruppen - profitieren von einer neuzeitlichen, gesunden und ausgewogenen Ernährung. Pro Tag werden ca 600 Mahlzeiten zubereitet.

Per August 2003 suchen wir einen

Diätkochlehrling (100%)

welcher mithilfe, die Brigade (Insassen) und die Abteilung Versorgung kompetent zu unterstützen.

Ihr Profil:

- abgeschlossene Berufsausbildung als Koch mit eigener Praxiserfahrung (idealerweise Gemeinschaftsverpflegung)
- Sie sind eine reife Persönlichkeit, welche auch schwierige Situationen meistert
- ebenso wichtig wie die fachlichen Qualifikationen sind hohe Sozialkompetenz, Selbstständigkeit, Loyalität, Teamfähigkeit, Freude, Neues anzupacken und umzusetzen
- PC Grundkenntnisse

Wir bieten:

- sehr vielseitiges, interessantes und nicht alltägliches Aufgabengebiet
- Anstellung nach kantonalen Richtlinien

Sind Sie interessiert? Für Auskünfte steht Ihnen Herr Rasmus Springbrunn unter Telefon 032 312 94 80 zur Verfügung. Gerne erwarten wir Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen bis 30. April 2003 an die Anstalten Witzwil, 3236 Gampelen.

155253/408219



Gastro-Profis aufgepasst!

Restaurantleiter (m/w)

Wir suchen für einen lebhaften Restaurationsbetrieb im Herzen von Zürich einen Restaurantleiter, der hauptsächlich an der Front um das Wohl der Gäste besorgt ist. Sie verfügen über einige Jahre Führungserfahrung und verlieren auch in hektischen Situationen den Überblick nicht. Gästebetreuung, Mitarbeiterführung und Servicekoordination bringen Sie ohne Probleme unter einen Hut. Doch auch administrative Arbeiten fallen Ihnen leicht.

Réception (m/w)

Bei Ihnen steht die Zufriedenheit Ihrer Gäste an oberster Stelle. Ausserdem lieben Sie es, sich mit Ihren Gästen in verschiedenen Fremdsprachen (E/F/Engl.) zu unterhalten und sie mit Ihrem Charme zu beraten. Den PC bedienen Sie mit einer Leichtigkeit. Dann sind Sie der Richtige für diese Stelle in einem sehr schönen 3*-Geschäftshotel im Zentrum von Zürich.

Direktionsassistentin (w)

3*-Hotel in Zürich sucht eine Persönlichkeit mit fundierten Kenntnissen an der Réception und ersten Führungserfahrungen, die mit Motivation eine neue Herausforderung annehmen möchte. Nebst der Vertretung der Direktion übernehmen Sie hauptsächlich die Verantwortung an der Réception. Fachkundiges Handeln in turbulenten Momenten ist eine Leichtigkeit für Sie und ein gepflegtes Erscheinungsbild gehört einfach dazu. Idealerweise sprechen Sie neben Schweizerdeutsch auch Englisch und Französisch.

Chef Tourant-Tagesdienst - Sa/So frei (m/w)

Wir suchen für einen Grossbetrieb (Stadt Zürich) in der Gemeinschaftsgastronomie einen Produktionskoch. Sie lieben das Grosse und Überdimensionale, in dieser Grossküche können Sie dies voll und ganz ausleben. Als Bonus erhalten Sie noch geregelte Arbeitszeiten und gute Perspektiven für die Zukunft.

Sous-chef (w/m)

Neuzeitlicher Betrieb in der Zürcher Innenstadt sucht die rechte Hand des Küchenchefs. Sie sind der Fachmann dem die Kochkunst ein Leuchten in die Augen zaubert und der sich auch in heissen Situationen nicht verbrennt. Sie führen Ihr Team souverän durch die Arbeit und verlagern im hektischen Alltag nie die Übersicht. Wenn Sie ausserdem ein Teamplayer sind, steht Ihrer neuen Stelle fast nichts mehr im Wege.

Gouvernante/Hauswirtschafterin (w)

Für eine exklusive Privatklinik auf dem Platz Zürich suchen wir eine ambitionierte und junge Persönlichkeit, welche ein 5-10köpfiges Team mit Schwung und Elan durch den Tag führt und für diverse Spezialaufgaben verantwortlich ist (Wäscherei, OPS-Reinigung, Personalplanung etc.).

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an, Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

01-432 73 73

DOMINO GASTRO, Segenstr. 1, 8048 Zürich,
E-Mail: r.eng@dg-jobs.ch / www.dg-jobs.ch

155279/257168



Möchten Sie im Herzen von Grindelwald, am Fusse der Eigernordwand oder direkt im Wandergebiet First, vor einer der imposantesten Bergkulissen der Welt arbeiten?

Sie lieben es, unsere internationalen Gäste auf freundliche und professionelle Art zu betreuen und zu verwöhnen? Dann kommen Sie in unser Team!

Für die Sommersaison haben wir noch folgende Stellen zu besetzen:

RÉCEPTION: **Empfangssekretärin**
mit Sprachkenntnissen in D, E, F
EDV- und Fidelio-Kenntnissen
Eintritt nach Vereinbarung, Jahresstelle

SERVICE: **Restaurations-tochter/Kellner**

LINGERIE: **Lingerie/Zimmermädchen**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Familie P. Märkle
Tel. 033 854 54 61, Fax 033 853 24 26
E-Mail: derby@grindelwald.ch

155286/14427

Kreativ-Koch

Auf Anfang Juni 2003 bieten wir
einem begeisterungsfähigen
ca. 22- bis 26-jährigen Kochkünstler
mit Erfahrung in der gehobenen Küche
einen aussergewöhnlichen Arbeitsplatz.

Wenn Sie Ihr Können in unserer gepflegten
Atmosphäre in der schönen Zofinger
Altstadt zelebrieren möchten, senden Sie uns
Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.



Restaurant

Mario Egli und Robin Dürlewang
Restaurant Felix • Barengasse 8 • 4800 Zofingen
www.felix-restaurant.ch

«THE PLACE OF INSPIRATION»
created by pure nature and great people

PARK HOTELS WALDHAUS

Flims
Welcome

Reif für die 5-Stern Insel?

Eingebettet in dem grössten Hotelpark der Schweiz erhebt sich inmitten der grandiosen Winter- und Sommersportparadieses von Flims Laax Falera ein einzigartiges Urlaubsresort: die Park Hotels Waldhaus.

Für die kommende Sommersaison 2003 suchen wir:

Chef de partie Gardemanger
Commis de cuisine

Chefs de rang
mit Berufserfahrung in der 4/5*-Hotellerie

2. Hausdame

In Stimmung für einen neuen Auftritt? Es erwartet Sie ein 5-Sterne Haus mit umfangreicher Gastronomie an exklusiver Lage, innovativ und ISO 9001 zertifiziert. Interessiert?

Gerne erwarten wir Ihren Anruf und/oder eine schriftliche Bewerbung.

Adriano Frigo, Human Resources
Park Hotels Waldhaus
7018 Flims Waldhaus
Tel. +41 081 928 48 48
Fax +41 081 928 48 58
a.frigo@park-hotels-waldhaus.ch
www.park-hotels-waldhaus.ch

FLIMS LAAX FALERA
DIE ALPENARENA

155334/11492

Schloss-Hotel / Swiss-Chalet
CH-6402 Merlischachen Luzern / Switzerland
Joseph Seeholzer
Tel. 041 854 54 54 / Fax 041 854 54 66
www.schloss-hotel.ch ***** schloss-hotel@bluewin.ch



WIR SIND EIN INTERNATIONALES BEKANNTES, TRADITIONSBEWUSSTES *****HOTEL/RESTAURANT - 8 KM VOR LUZERN IN EINER IDYLISCHEN BUCHT DES WIERWALDSTÄTTERSEES GELEGEN.

ZUR ERGÄNZUNG UNSERES KÜCHENTEAMS SUCHEN WIR NACH VEREINBARUNG EINEN AUFGESCHLOSSENEN, MOTIVIERTEN

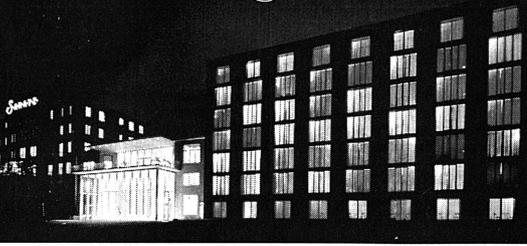


◆ Sous-Chef
(Stellvertretung des Küchenchefs)

WENN SIE DIE ABWECHSLUNG EINER INTERNATIONALEN KUNDSCHAFT ZU SCHÄTZEN WISSEN, DANN SENDEN SIE UNS NOCH HEUTE IHRE KOMPLETTEN BEWERBUNGSUNTERLAGEN MIT FOTO ZUHAUDEN HERRN ALOIS SEEHOLZER.

WIR FREUEN UNS DARAUF, SIE KENNEN ZU LERNEN!
155256/47302

HOTEL S A R A T Z



Lieben Sie einen starken Auftritt?

Das Hotel Saratz ist ein 1996 neu eröffnetes vier-Stern-Hotel aus der Jahrhundertwende, situiert an schönster Lage im malerischen Pontresina. Im neuen alten Hotel Saratz wird traditionelle Engadiner Hotelkultur und modernes Lebensgefühl verbunden. 17 Familienzimmer, 75 Aussichtszimmer, zwei à la carte Restaurants, Hotelbar, Hallenbad, Aussenpool mit Café, Wellnessbereich, Spielparadies und 35'000m2 herrliche Parklandschaft bieten unseren Gästen das Wesentliche im Überflüssigen.

Sie möchten in einem vorwärtsstrebenden Team voll mitarbeiten und lieben ein lebhaftes und junges Arbeitsumfeld? Dann können Sie bei uns schon bald eine wichtige Rolle besetzen! Für die kommende Sommersaison suchen wir:

Sous-Chef mit Erfahrung in einem Gault Millau Restaurant mit 14 bis 15 Punkten

Chef de Partie-Gardemanger für unser kreatives Küchenteam mit à la carte Service

Chef de Partie-Tournant

Commis de Cuisine für unser «Pitschna Scena»-Küchenteam (Satellitenküche)

Demi Chef de Partie für die Führung unseres 13- bis 15-köpfigen Housekeeping-Teams

Commis de Cuisine

Hausdame oder Chef Housekeeping

Commis de Service für unser stimmungsvolles Jugendstilrestaurant «Saratz» mit à la carte Service

ServicemitarbeiterIn für unsere Szenen-Beiz «Pitschna Scena»

Ich freue mich auf Ihre aussagekräftigen, schriftlichen Unterlagen mit Foto!

Hotel Saratz
Simona Affentranger
Chefin Human Resources



CH-7504 PONTRESINA/ST.MORITZ
TELEFON +41 (0)81 839 4000 • FAX +41 (0)81 839 4040
HR@SARATZ.CH • WWW.SARATZ.CH



ZERMATT MATTERHORN

Christiania Ch in Zermatt

Für unser ***** Sporthotel im Matterhorn-dorf mit Hotelbar, Spezialitätenrestaurant, Hallenbad sowie Fitnesscenter, suchen wir für die kommende Sommersaison noch folgende Mitarbeiter:

CHEF DE PARTIE
COMMIS DE CUISINE
SERVICEMITARBEITER/IN

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen:
CHRISTIANIA HOTELS
Fam. Peter Franzen - CH-3920 Zermatt
Tel. +41 27 966 80 00
www.reconline.ch/christiania • christiania.zermatt@reconline.ch



Pfistern ZUNFTHAUS ZU



TRADITION AMBIANCE GASTLICHKEIT
Kornmarkt 4 6000 Luzern Tel. 041 410 36 50

Das Zunfthaus zu Pfistern, mitten in der historischen Altstadt gelegen, vereint Tradition und gepflegte Gastlichkeit unter einem Dach. In zwei Restaurants und auf der grossen Sommerterrasse wird den Gästen konstante Spitzenqualität auf hohem kulinarischem Niveau geboten.

In Jahresstelle suchen wir jungen, aufgestellten

Chef de Service
Servicemitarbeiter/in
Koch

Sind Sie interessiert, diese Herausforderung in einem dynamischen Betrieb in Angriff zu nehmen, dann sind Sie in unserem Team herzlich willkommen.

Frau L. Schmid oder Herr A. Küng geben Ihnen gerne weitere Auskunft. Tel. 041 410 36 50
155166/47708

HOTEL LES SOURCES DES ALPES

RESTAURANT LA MALVOISIE
LEUKERBAD
LECHEF-LES-BAINS

Wir sind das führende Haus im Walliser Ferienort Leukerbad, der Ort mit dem grössten alpinen Thermalbadeangebot Europas.

Für die Sommersaison oder in Jahresstelle suchen wir per 1. Mai oder nach Vereinbarung noch folgende motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

Hotelsekretär/in
Réception, Administration, F&B, Berufserfahrung, Sprachgewandtheit in D/E/F, Stilsicherheit in Korrespondenz, EDV-Erfahrung, Flair für Zahlen

Sous-Chef m/w
Chef Pâtissier m/w
Commis de cuisine m/w

Chef de bar m/w
Fundiertes Fachwissen, Flair für persönliche Gästebetreuung, gute Sprachkenntnisse (D/E/F oder I)

Chef de rang m/w

Bademeister/Allrounder m/w
Überwachung und Unterhalt der Thermalbäder, Verantwortung für den Wellness- & Therapiebereich, flexibel und belastbar, Sprachen D/F

Kosmetikerin
Berufserfahrung, Sprachgewandtheit (auch Pacht möglich)

Bitte schicken Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes
3954 Leukerbad
Tel. 027 472 2000
Fax 027 472 2001

M. und M. Colombo, Direktion
155118/20303



Locanda del Cigno
Origlio

Sommer im Tessin?
Junges dynamisches Team sucht kreativen, motivierten

Jungkoch/-köchin
zur Unterstützung unserer Frau am Herd.

Die Küche? Entspannt mit viel Platz für neue Ideen und Einflüsse.

Interessiert?
Bitte melden bei "Locanda del Cigno"
Tel. 091 930 97 90
155282/423156



SIGRISWIL HOTEL RESTAURANT

THUNERSEE - SIGRISWIL
Wir suchen ab April/Mai oder nach Vereinbarung in Saison- oder Jahresstelle

freundliche
Servicemitarbeiterin
sowie
Koch m/w
mit Erfahrung

Auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf freut sich:
Hotel Adler
Familie E. & P. Frehner
3655 Sigriswil
Tel. 033 251 24 24 Fax 033 251 24 81
www.adler-sigriswil.ch
E-Mail: adler@adler-sigriswil.ch
154970/91151

Residential and Office
Nordstrasse 1, CH-8006 Zürich
Phone 01/368 36 58
Fax 01/368 36 36
E-mail: ema@ema.ch

EMA house

THE ZÜRICH ALL SUITE HOTEL

Im einzigartigen «EMA house - The Zürich All Suite Hotel» und in den «EMA house Serviced Apartments» bieten wir unseren kosmopolitischen Gästen «a home away from home».

Als unsere junge, initiative und flexible

Hotelfachassistentin (80-100%)

sind Sie verantwortlich für die Etagenorganisation und tragen so massgeblich dazu bei, dass sich unsere anspruchsvollen, internationalen Gäste bei uns zu Hause fühlen. Sie sind eine offene, gepflegte Persönlichkeit und schätzen den Umgang mit Menschen. Die zeitweise Mitarbeit an Reception/Service Desk, wo Sie sich einerseits an der Front um die Anliegen unserer meist englischsprachigen Gäste kümmern und andererseits am Telefon unsere Dienstleistungen verkaufen, macht Ihnen somit ebenfalls Spass.

Wenn Sie an dieser selbständigen, abwechslungsreichen Aufgabe interessiert sind, angenehme Arbeitszeiten und einen zentralen Arbeitsort schätzen und die folgenden Anforderungen erfüllen, so freut sich unser kleines Team auf Ihre schriftliche Bewerbung.

- HOFA / Gastronomiefachassistentin
- Gute D-, E-Kenntnisse (mündlich)
- PC-Grundkenntnisse (MS Word & Excel, Internet, E-mail)
- Fahrausweis (PW)
- Eintritt nach Vereinbarung

Für Auskünfte steht Ihnen Urs Schärer zur Verfügung.
154779/93378

EMA house



Hotel La Siala CH-7153 Falera
Telefon 081/927 22 22, Fax 081/927 22 44

Für unser modernes Sporthotel im Herzen der Alpenarena Flims-Laax-Falera suchen wir für die kommende Sommersaison 2003 ab Juni, mit anschliessendem Winter

Chef de partie/Entremetier m/w
sowie
Commis de cuisine

Haben Sie Interesse, Freude und Einsatzbereitschaft, in einem kollegialen Arbeitsklima zu arbeiten, so erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf:

HOTEL LA SIALA, 7153 Falera
R. Camenisch, Dir.
Tel. 081 927 22 22
Fax 081 927 22 44
e-mail: lasiala@kns.ch
www.lasiala.ch
155110/54070

***** HOTEL Bären**



Adelboden

Familie Ch. & P. Willen, Dorfstrasse 22, CH-3715 Adelboden
Telefon 033 673 21 51 Fax 033 673 21 90
Internet: www.baeren-adelboden.ch E-mail: hotel@baeren-adelboden.ch

In unser Chalet-Hotel mit 25 Betten im Herzen von Adelboden mit anspruchsvoller à-la-carte Restauration und innovativer Küche suchen wir für die

SOMMERSAISON

Koch (Entremetier) w/m
Servicefachangestellte w/m
mit Ausbildung/Berufserfahrung CH/D/A
Gastronomiefachassistent/in
für Service, Réception und Office

Stellenantritt 5. Juni in Saison- oder Jahresstelle.
Sie üben Ihren Beruf mit Begeisterung aus, Kreativität und Engagement sind Ihnen ebenso selbstverständlich wie die Zusammenarbeit mit motivierten Arbeitskollegen, dann sind Sie die zukünftige Verstärkung in unserem Team.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto oder auf Ihren Anruf.
Familie Christine & Peter Willen
155110/54070

HOTEL SCHWEIZERHOF WEGGIS

CH - 6353 WEGGIS

Für unser gediegenes Ferienhotel im Herzen des Kurortes Weggis am Vierwaldstättersee suchen wir zur Unterstützung unseres Teams für die kommende Sommersaison von ca. Anfang oder Mitte April bis Anfang Oktober noch folgende Mitarbeiter/innen.

(Praktikantin) für die Rezeption und Servicemithilfe

Wir suchen zur Betreuung der Rezeption sowie auch zur Mithilfe im Service während den hektischen Momenten eines Gastroalltages eine Allrounderin. Wenn SIE auch nicht der Typ sind, der in eine Alltagsroutine fallen möchte, würden wir uns freuen, SIE kennen zu lernen. Schweizerin oder Ausländerin mit deutscher Muttersprache.

Praktikant/in unserer Küche & Service

geeignet auch als Praktikumsstelle für Hotelfachschüler, der uns hilft, mit Flair für eine moderne und gesunde Küche unsere Gäste zu verwöhnen.

Office- Hausbursche Zimmermädchen - Officehilfe

L-Bewilligung vorhanden

Eintritt per ca. Anfang April. Fühlen Sie sich angesprochen, so erwarten wir gerne Ihre Offerte mit Zeugniskopien und Foto an:

Familie Mario F. Rapelli, Hotel Schweizerhof
Gotthardstrasse 3, 6353 Weggis
Fax 041/390 00 15

155132/37443



Sommersaison 2003 oder in Jahresstelle

Für die kommende Sommersaison (Eintritt Anfang Juni - Ende Oktober) oder in Jahresstelle suchen wir noch begeisterte "ARTISTen", die bereit sind, überdurchschnittliche Leistungen zu erbringen, um unseren "FerienARTISTen" (Gästen) einen einzigARTigen Aufenthalt zu bieten.

Ambiente

Generalgouvernante Hilfsgouvernante

Ihren Einsatz honorieren wir mit einem zeitgemässen Gehalt und neuzeitlichen Anstellungsbedingungen (geregelt 5-Tage-Woche, interne Weiterbildung und unsere tolle Wellnessanlage mit Pools und die Sporthalle sowie der Fitnessraum stehen unseren ARTISTen kostenlos zur Verfügung).

In unserem Ensemble erwarten wir nur Menschen, die mit Freude im Gastgewerbe arbeiten und bereit sind, sich voll mitzueingearien.

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns, und wir laden Sie gerne zu einem "Probeauftritt" ein.

FerienART Resort & Spa
3906 Saas Fee
Telefon 027 958 1 9 00
Fax 027 958 19 05
E-mail: info@ferienart.ch
Homepage: www.ferienart.ch

ALPINE CLASSICS
PRIVATE HOTELS

155136/10514

Remimag



Wir sind ein dynamisches Gastronomie-Unternehmen mit zehn Restaurants im Raum Zentralschweiz/Zürich. Für die zentrale Verwaltung in Rothenburg (LU) suchen wir eine junge, lernwillige

Personal-Assistentin

Zu Ihren Aufgaben gehören:

Personaladministration (Dossiers, Korrespondenz, Verträge, Zeugnisse, Inserate), Lohnbuchhaltung, Kennzahlen (Excel), Einholen von Bewilligungen, Versicherungen, Mitwirkung bei der Personalrekrutierung

Sie bringen eine kaufmännische Ausbildung (KV-Abschluss, evtl. Hotelfachschule), gute PC-Kenntnisse und Freude an Zahlen und administrativen Arbeiten mit. Die Stelle bietet Gelegenheit, sich ins Personalwesen einzuarbeiten.

Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Regine Bartsch, Personalchefin
Remimag Gastronomie AG, Buzibachring 3, CH-6023 Rothenburg
041 289 02 11, regine.bartsch@remimag.ch, www.remimag.ch



Für unseren beliebten Betrieb am Bodensee suchen wir noch:

1 Chef de partie m/w
Eintritt ab 1. 4. 2003

**2 motivierte
Servicemitarbeiter m/w**
mit Erfahrung im Speisesevice
Ab 1. 4. 2003

Praktikant m/w
für 3 Monate
Eintritt: 1. 6. 2003

Ruedi und Claire Giger
Hotel Rotes Kreuz
CH-9320 Arbon / Bodensee
Fax 0041 / 71 446 24 85
Tel. 0041 / 71 446 19 18

155304/58165

Cooler Job in mega Team im In-Lokal in Winterthur mit gehobener Gastronomie für

Garde-manger

mit Freude an Süßem & Desserts. Ideal als Saisonstelle ab 1. Mai bis Ende September. - Was haben Sie von uns: Sonntags (fast) immer frei. Hohe Gage. Junge Crew & beste Gäste. Trendiges Food & Beverage-Angebot.

«Ich glaub, mich piekst ein Strauss!» - Also, gleich jetzt mit Roland Häusermann alles «bemurmeln» unter 052 212 29 70.

restaurant.vineria STRAUSS Winterthur, 155215/219774

BAD SCHINZNACH

In unserem Kurhotel Im Park und unserer Privatklinik Im Park, wo anspruchsvolle Gäste eine willkommene Herausforderung sind und der Gast im Mittelpunkt steht, fühlen sich unsere Gäste rundum wohl.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine

1. Gouvernante 100% (Jahresstelle)

In dieser Funktion sind Sie für den reibungslosen Ablauf des Etagen- und Lingeriebereiches zuständig.

Ihre Hauptaufgaben sind:

- Aufsicht und Sicherstellung der Sauberkeit im ganzen Haus
- Überwachung der externen Reinigungsfirma
- Zusammenarbeit mit unserer externen Wäscherei
- Einkauf von Uniformen, Putzmitteln, Wäsche und anderen Materialien
- Führung und Betreuung von Mitarbeitern und Lehrlingen
- Budgetverantwortung und Kostenkontrolle

Unsere Erwartungen:

- Ausbildung als Hotelfachassistentin mit mehrjähriger Berufserfahrung
- Sie haben ein Organisationsflair und sind verantwortungsbewusst
- Sie sind selbstständig, belastbar, freundlich und diskret
- Sie schätzen den Umgang mit anspruchsvollen Gästen
- Sie verfügen über Führungserfahrung und haben Durchsetzungsvermögen
- Sie besitzen MS-Office Erfahrung, Fidelio von Vorteil

Wir bieten Ihnen:

- Qualität als Unternehmensphilosophie
- ein gesundes, erfolgreiches Unternehmen
- 5 Wochen Ferien im Jahr
- grosszügige Sozialleistungen

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Bad Schinznach AG, Personalabteilung
Postfach 67, 5116 Schinznach-Bad, Telefon 056 463 77 15
www.bad-schinznach.ch

DAVOS

Leben und arbeiten wo andere ihre Ferien verbringen

Wir, eine erfolgreiche Softwarefirma mit Sitz in Davos, haben uns auf die Entwicklung von betriebswirtschaftlicher Software für die Gastronomie spezialisiert.

Für den Ausbau unseres Teams suchen wir eine/einen

Supporter(in) / Kundenbetreuer(in)

Zählen Freude an der Informatik, vernetztes Denken sowie didaktisches Geschick mit Humor und Belastbarkeit zu Ihren Stärken? Haben Sie gute Kenntnisse im Administrations- oder Treuhandbereich oder ein Flair fürs Personal- und Rechnungswesen? Beherrschen Sie zudem die Deutsche und Französische Sprache, dann sind Sie unsere Frau oder unser Mann.

Wir bieten eine abwechslungsreiche und entwicklungs-fähige Aufgabe mit grosser Eigenverantwortung in einem jungen, dynamischen und zukunftsorientierten Unternehmen.

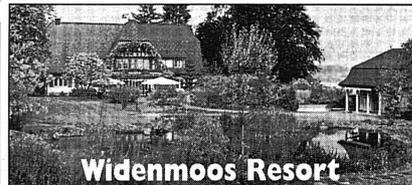
Ihr Aufgabengebiet reicht von der telefonischen Betreuung über die Schulung in unserem betriebs-eigenen Schulungsraum bis hin zur Vorortunterstützung unserer Kunden. Routine wird ein Fremdwort bleiben.

Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen und sich von dieser vielseitigen und spannenden Aufgabe angesprochen fühlen, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und stehen Ihnen für ergänzende Fragen jederzeit zur Verfügung. Wir freuen uns auf den ersten Kontakt.

MIRUS Software AG

Mattastrasse 10, 7270 Davos Platz
Telefon 081 415 66 88, Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch, E-Mail: info@mirus.ch

155346/378453



Widenmoos Resort

Wir sind ein exklusiver Memberclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern.

Haben Sie Lust auf eine neue Herausforderung in speziellem Ambiente? Ist für Sie die hohe Kunst der Gastlichkeit kein «Muss», sondern Ihr natürliches Flair, welches Sie täglich umsetzen?

Dann haben wir für Sie den Traumjob in der gehobenen Gastronomiewelt. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir

Clubleiter/-in-Assistent/-in

Wir bieten Ihnen ein angenehmes Betriebsklima in einem jungen, dynamischen Team sowie Möglichkeiten zur eigenen Entfaltung. Eine anspruchsvolle Tätigkeit in einem renommierten Umfeld, wo sich Unternehmerpersönlichkeiten treffen.

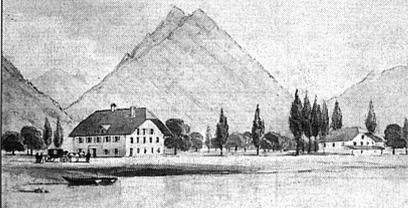
Wir erwarten von Ihnen Service- und Bankett Erfahrung, aber auch Erfahrung mit Schwerpunkt administrative Aufgaben. Wir wünschen uns, dass Sie Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf übernehmen, an vielseitigen Arbeiten interessiert sind und den hohen Standard unseres Hauses kreativ mitfordern und gestalten. Kompetentes und gepflegtes Auftreten, Flexibilität und Begeisterungsfähigkeit sind keine Fremdwörter für Sie. Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Bitte senden Sie diese an:

WIDENMOOS RESORT
Herr Marcus Ahrens
5057 Reitnau
Tel. 062 726 20 02
reitnau@widenmoos.ch

145670/393677

neuhäus zum see



Das Restaurant Neuhäus zum See ist für Einheimische und Gäste aus aller Welt der Treffpunkt am oberen Thunersee. Die neue Veranda, die grosse Terrasse direkt am See und die Beach Bar sind geschätzte Treffpunkte.

Für die Sommersaison 2003 suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf den folgenden Posten:

Chef de partie

Commis de cuisine

Servicefachangestellte/r

evtl. Jahresstelle
deutschsprachig, Kenntnisse Englisch und Französisch.

Ein junges und motiviertes Team freut sich auf eine angenehme und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihnen. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf und Foto. Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Herr Ritschard zur Verfügung.

155294/16470

NEUHAUS Golf- & Strandhotel***
CH-3800 Interlaken-Thunersee
Tel. 033 822 82 82 / Fax 033 823 29 91
neuhäus@quicknet.ch



Für unser neugestaltetes Haus, das Hotel, Kongress- & Bankettzentrum HOSTELLERIE GEROLDSWIL, suchen wir per April/Mai oder Vereinbarung

Réceptions-Sekretär/in (m/w)

evtl. auch 80%-Einsatz möglich

Hotelreservationsverwaltung + Empfangsaufgaben, Seminar- und Kongressorganisation, also ein umfassendes, interessantes und selbständiges Arbeitsumfeld in einem jungen Team. Wir erwarten einen kaufmännischen Abschluss (den benötigen Sie, um unsere Lehrlinge zu betreuen), Erfahrung in Hotels und von Vorteil (nicht zwingend) sind FIDELIO-Kenntnisse. Normale Hotel-Einsatzzeiten. Geboten wird nebst guten finanziellen Konditionen ein attraktiver, intensiver und ausbaufähiger Arbeitsplatz in einem topmodernen Betrieb mit 160 Betten, div. Restaurants, Pizzeria, BAR, Kongressmöglichkeiten bis 600 Plätze. Interessiert?

Dann Bewerbung bitte an:
Elio Frapolli, FRAPOLLI BETRIEBE AG
c/o HOTEL SOMMERAU-TICINO
Zürcherstrasse 72, CH-8953 DIETIKON
Telefon 01 745 41 41 info@sommerau-ticino.ch

155239/9810

Zermatt




Rezeptionist

Wir suchen eine junge Persönlichkeit, mit Berufserfahrung & Sprachkenntnissen (D/F/E), die für unsere internationalen Gäste da ist.

Sind Sie selbständiges Arbeiten gewohnt und suchen ab **Mai/Juni 2003** eine neue Jahresstelle?

Dann freut sich unser junges, aufgestelltes Team auf **SIE** als ihr neues Mitglied!

Ihre Bewerbungsunterlagen mit einem Foto senden Sie bitte an:

Grand Hotel Schöneegg
 Marie-José Metry-Julen
 CH-3920 Zermatt
 Telefon +41 (0)27 966 34 34
 Telefax +41 (0)27 966 34 35
 www.schoneegg.ch

155301/39390

Kleinerer Hotelbetrieb (50 Betten) mit grosser, lebhafter Restauration, im Herzen des Obereingadins gelegen, sucht per 1. Juni 2003 oder nach Vereinbarung in Jahresstelle eine/n

Betriebsassistentin/ Betriebsassistenten

zur wirkungsvollen Unterstützung der Gastgeber, vor allem im Restaurationsbereich.

Sie verfügen bereits über eine solide Berufserfahrung im Gastgewerbe, sind deutscher Muttersprache und können sich auch in Italienisch und Englisch gut verständigen. Sie sind vielseitig einsetzbar, flexibel und sind bereit, auch etwas Neues dazuzulernen.

Sind Sie interessiert, Näheres über diese interessante Position zu erfahren? Dann senden Sie uns bitte Ihre kompletten Unterlagen unter Chiffre Z 176-726771, an Publicitas AG, Postfach 255, 7500 St. Moritz. Wir werden uns umgehend mit Ihnen in Verbindung setzen.

155217/39828

Sind Sie unser neuer Mitarbeiter im Service oder in der Küche?

Wir suchen auf 1. April oder nach Vereinbarung

Servicemitarbeiter/in

für den gepflegten Speiseservice

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

Jungkoch w/m

für eine regionale, saisonale und Gourmetküche

Auf Wunsch bieten wir Ihnen Kost und Logis im Haus.

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.



Gasthof Rössli
 9524 Zuzwil bei Wil
 071 944 11 33

155333/202304

www.loewen-hausen.ch

Wir sind ein aufgestelltes Team und suchen **per sofort oder nach Vereinbarung** Verstärkung! Sind Sie gelernter Koch, zwischen 20 und 40 Jahre alt, haben Freude Ihr Fachwissen unserem Berufsnachwuchs weiter zu geben, dann sind Sie sicher die/der richtige

Koch / Köchin

für unseren Betrieb. Wir sind Mitglied bei der **Gilde etablierter Köche der Schweiz** und bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Jahresstelle. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann melden Sie sich per E-Mail Info@loewen-hausen.ch oder rufen Sie uns einfach an. Bitte verlangen sie Herrn oder Frau Burkard

Tel. 01 / 764 00 06

155291/15350



POSTILLON

HOTEL RESTAURANT

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Sommersaison oder in Jahresstelle noch folgende Mitarbeiter:

Réceptions-Sekretärin
Réceptions-Praktikant (m)
Servicemitarbeiter/innen
Chef de partie
Commis de cuisine

Es würde uns sehr freuen, wenn Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto zusenden.

Hotel Postillon
 CH-6374 Buochs/NW
 Fon 041 620 54 54
 Fax 041 620 23 34
www.postillon.ch
info@postillon.ch

155296/138240

Interlaken sucht Verstärkung per 1. Mai 2003 oder nach Vereinbarung:

HOFA/GAFA

in **-Hotel mit B&B (kein Restaurant)

Voraussetzung:
 HOFA-Lehre oder ähnliches, mündliche Englischkenntnisse.

41-Std.-Woche mit regelmässigem Arbeitsplan, abwechslungsreiche Arbeit (Etage/Lingerie, Check-in/-out usw.), viel Gästekontakt.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:
 Frau Hutmacher, Hotel Lötschberg, 3800 Interlaken
www.lotschberg.ch

155295/16420

GASTHAUS ILGE VILTERS

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Speiserestaurant eine motivierte

Servicfachangestellte

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 Guntli, Gasthaus Ilge
 7324 Vilters bei Sargans
 Tel. 081 723 11 82

155295/100706



Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

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



HOTEL RESTAURANT WILDBACH

BRIENZ AM SEE

Zur Verstärkung unseres Serviceteams suchen wir nach Vereinbarung

Sefa/Kellner

um unsere Gäste von A-Z zu verwöhnen. Haben Sie Berufserfahrung, sind sprachgewandt und können Verantwortung tragen, dann sind Sie die richtige Unterstützung.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder ein E-Mail:

Rudolf Graf
www.hotel-wildbach.ch
 Tel. 033 951 24 44
 3855 Brienz am See

155292/112607



SPORTS UNLIMITED

mitarbeiten - mitgestalten

Hotel 1. Klasse sucht zur Ergänzung des Teams für die Sommersaison 2003 (Anfang Juni '03 bis ca. Mitte Oktober '03 mit Möglichkeit für die folgende Wintersaison:

Réception:
Réceptionssekretärin
 interessanter Aufgabenbereich, mit Réceptions-Erfahrung

Küche:
Chef de Partie
Commis de cuisine
 Vielseitiges Angebot mit Einblick in die Vollwertküche

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:
 Herrn Th. Vogt persönlich.



Hotel VALBELLA INN
 CH-7077 Valbella-Lenzerheide
 Telefon 081 384 36 36 - www.valbellainn.ch
 Telefax 081 384 40 04 - hotel@valbellainn.ch
 Familie Th. und R. Vogt, Direktion

155293/30521

Für unsere Confiserie/Pâtisserie mit **Tea-Room und Laden (Tagesbetrieb)** suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine belastbare, zuverlässige, phantasievolle

Laden-Leiterin

mit Fähigkeitsausweis (Gastgewerbe)

Fundierte Fach- und Produktkenntnisse sowie die verantwortungsvolle Führung der Mitarbeiter/innen und die gezielte Einsatzplanung sind wichtige Voraussetzungen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung unter Chiffre 155265 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

155265/382143

GOLF-HOTEL DES ALPES

samedan

Für unseren lebhaften Gastronomie-Betrieb suchen wir per 1. Mai oder nach Übereinkunft

zwei flinke, freundliche (Service-erfahrene)

Service-Mitarbeiterinnen

mit guten Deutschkenntnissen.

Rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.
 Golf-Hotel des Alpes
 7503 Samedan
 Familie V. und A. Tarnuzzer
 Tel. 081 851 03 00
info@golf-hotel-des-alpes.ch

176.101.932



ROMANTIK HOTEL JULEN ZERMATT SCHWEIZ

Zermatt - einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen - bietet für Berg- und Schneebegeisterte mit seinen zahlreichen Freizeitaktivitäten den idealen Ort für eine Saison- oder Jahresstelle.

Unser traditionelles ****-Romantik-Hotel Julen wurde durch herzliche Gastlichkeit und ungezwungenes Ambiente zur Legende. Um unsere anspruchsvollen Gäste auch weiterhin hervorragend verwöhnen zu können, suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Büro/Réception
Sekretärin / Réceptionniste
 D, E, F, mit Berufserfahrung in Jahresstelle
 Eintritt 1. Juni 2003

Küche
Chef de partie
 Jahresstelle
 Eintritt 1. Mai 2003

Service
Chef de rang
 Jahresstelle
 Eintritt ab 1. Mai 2003

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf an folgende Adresse:

Romantik Hotel Julen
 Familie Daniela und Paul Julen
 CH-3920 Zermatt
 Telefon +41-27-966 76 00
 Telefax +41-27-966 76 76
 Internet: www.zermatt.ch/julen
 E-Mail: hotel.julen@zermatt.ch

155221/39110



Sommer-jobs

Lust auf einen heissen Sommer in der **Fischerbucht am Brienzsee, Berner Oberland?** Wir haben folgende sonnige Jobs für junge, aufgestellte Leute:

Service, deutschsprachig ab April

- **Serviceangestellte**
- **SEFA/Kellner**

Hauswirtschaft ab Mai und Juni

- **Mitarbeiterin**

Infos unter Telefon 079 353 30 21 oder im (Fischer)Netz www.dulac-iseltwald.ch



Chalet Du Lac
 Direkt am Brienzsee

ISELTWALD bei Interlaken

Aimeriez-vous faire un travail administratif et opérationnel avec responsabilités, dans un hôtel de prestige, avec de bonnes conditions d'emploi?

Alors contactez-nous immédiatement pour avoir tous les détails sur le poste de

Secrétaire/Assistante de Direction

de langue maternelle française, parlant couramment allemand et anglais, expérimentée, polyvalente et flexible, ayant un sens profond de la communication pour Gstaad (Oberland bernois)



WIPS!
 WERHELLE JEAN-CLAUDE
 Responsable Recrutement

Waldhofstrasse 43
 CH-4310 Rheinfelden
 Tel. 061 422 06 55
 Fax 061 422 06 56
info@wips.ch

154831/204913

hotel + tourismus revue mit dem grössten Stellenmarkt der Branche

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



MANOTEL

Manotel est un groupe hôtelier genevois, de 600 chambres, composé de 6 hôtels classés 3 et 4 étoiles entièrement rénovés.

Recherche pour son département des ventes & marketing

UN(E) SALES MANAGER

International Travel Agent Market

Date d'entrée: à convenir

Votre mission:

- > Etudier la concurrence et les marchés touristiques
- > Evaluer les nouvelles propositions de partenariat touristique
- > Vendre le groupe Manotel auprès des agences de voyage et tours opérateurs
- > Représenter et promouvoir le groupe auprès de anciens et nouveaux clients
- > Négocier, établir et renouveler les contrats FIT et groupe

Votre profil & expérience:

Diplômé(e) d'école hôtelière, de tourisme, de commerce ou universitaire
 Connaissances des marchés touristiques et hôteliers
 Expérience de 3 ans minimum à un poste similaire ou en qualité de contracting manager
 Français, Anglais, Allemand exigés
 Connaissance Fidelio - version 7, un atout
 Très bonne présentation
 Grande flexibilité

Nous offrons:

Un poste au sein d'un groupe en pleine expansion (50 mio d'investissement)
 Le dynamisme d'une équipe en plein essor
 Une participation aux résultats du groupe
 La possibilité d'évoluer au sein du groupe

Seuls les dossiers correspondants au profil seront étudiés.

Adresser les dossiers avec photo à :
 Manotel SA - Dpt Ressources Humaines
 43, rue de Lausanne 1201 - Genève - Suisse
 Tél.: 022 909 81 75 - Fax: 022 741 07 44
 Email: ssenjaric@manotel.com
 Web site: www.manotel.com

155242/90808

HOTEL DU MONT-BLANC AU LAC

Hôtel du Mont-Blanc au Lac situé au bord du lac Léman dans la ville pittoresque de Morges

cherche pour la saison estivale:

chef de partie cuisiniers
2^{ème} chef de service f/d
serveurs/serveuses
personne polyvalente (buffet/office/nettoyage)

et avec entrée au 1^{er} juin/juillet 2003:

réceptionniste expérimentée f/d/a

place stable pour personne dynamique aimant le travail varié dans un petit team

Madame ou Monsieur Pontet se réjouissent de votre appel au 021 804 87 87 ou l'envoi de votre dossier complet.

Hôtel du Mont-Blanc au Lac
 Case postale 562 - 1110 Morges
www.hotel-mont-blanc.ch
montblancaulac@bluewin.ch

154773/25739



Hôtel**** dans les Alpes Vaudoises recherche:

- * **CHEF DE CUISINE**
- * **SECOND DE CUISINE**
- * **MAÎTRE D'HÔTEL** (français, allemand, anglais)
- GOVERNANTE**

Veillez envoyer votre dossier complet avec photo à:

Eurotel Victoria Les Diablerets
 Chemin du Vernex
 CH-1865 Les Diablerets
 Tél. 024 492 37 21

155271/19828



Le Grand Hôtel des Bains

Pour compléter notre équipe 2003, nous cherchons de suite ou date à convenir:

RÉCEPTION

Un(e) réceptionniste confirmé(e)

- Expérience dans un poste similaire indispensable
- Connaissance du système informatique Fidelio
- Allemand, français

CUISINE

Jeune cuisinier

SERVICE

Serveuse

Veillez faire parvenir vos offres de service avec photo, curriculum vitae et copies de certificats à l'adresse suivante:

Grand Hôtel des Bains
 1892 Lavey-les-Bains
 Téléphone +41 024 486 15 15
 Fax +41 024 486 15 17
 E-Mail: grand.hotel@lavey-les-bains.ch
www.lavey-les-bains.ch

155264/19127

D'inspiration et de motivation.



Nulle part, vous ne trouverez plus d'offres d'emploi.

Abonnez et insérez: Téléphone 031 370 42 22, Téléfax 031 370 42 23, www.htr.ch

SVIZZERA ITALIANA



LAGO MAGGIORE
 HOTEL MIRAFIORI BRISSAGO

★★★★

Gesucht per 1. April 2003 oder nach Übereinkunft

Kellner oder Sefa-Angestellte Hofa

Unser Haus liegt direkt am See.

Interessiert? Rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre Unterlagen an folgende Adresse.

Hotel Mirafiori
 Fam. H.R. Steiger
 Via Leoncavallo
 6614 Brissago
 Tel. 091 793 12 34

154973/6050

Wir suchen für die Sommersaison ehrliche, junge, freundliche Mitarbeiterinnen (auch nur gewisse Zeiten möglich, z. B. 2 Monate)

Allrounderin

Service, Etage, Office usw.

Anfängerinnen werden angelernt.
 Kost und Logis im Haus möglich.
 Es erwartet Sie ein kleines Team.
 Auch Teilzeit willkommen!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

PANORAMA HOTEL "TaBor"
 Fam. I. Borer-Bourquin
 Via Monte Bre 4
 6605 Locarno-Monti
www.hotel-tabor.ch

154724/175820

* LUGANO - Castagnola *

* Hotel Carlton Villa Moritz, 90 letti***
 * cerca per la stagione estiva
 * (dal 7 aprile o da convenire fino a ottobre)

* RAGAZZO DI CUCINA E OFFICE *

* con esperienza nel settore
 * Le candidature sono da inviare a
 * Fam. J. A. Wernli, c. postale 70, 6976 Castagnola
 * Tel.: 091 / 971 38 12, Fax: 091 / 971 38 14

155289/6750



VILLA PRINCIPE LEOPOLDO & RESIDENCE

Per completare il nostro giovane team cerchiamo per aprile 2003

Una GOVERNANTE AI PIANI

Sono richiesti i seguenti requisiti:

- persona in grado di assistere la Governante Generale, nella conduzione, formazione e motivazione del personale
- esperienza in albergi 5*****
- flessibilità nell'orario di lavoro
- spirito d'iniziativa e senso di collaborazione
- conoscenza delle lingue nazionali ed inglese

Le candidate di nazionalità svizzera o titolari di un permesso valido sono pregate di inviare la loro offerta scritta, con CV, certificati e foto a:

Villa Principe Leopoldo & Residence
 Via Montalbano 5 - 6900 Lugano
 Tel: 091 985 81 13 - Fax: 091 85 86 25

151950/84816

Gault Millau

Hotel of the Year 2002

HOTEL ALBERGO

Brocco e Posta

6565 San Bernardino

sucht für Sommersaison 2003 noch folgende Mitarbeiter:

BÜRO: **Sekretärin/Réceptionistin**

KÜCHE: **Chef de partie**
Commis de cuisine
Küchen- Officebursche

SAAL: **Kellner**
Service Mitarbeiter
Servicepraktikant

ETAGE: **Zimmermädchen**
Hilfzimmermädchen

Offerten mit Zeugniskopien und Foto an die Direktion,
 Tel. 091 832 11 05/Fax 091 832 13 42
 E-Mail: brocco-e-posta@bluewin.ch

155286/30378

Von
Bümpfliz
 bis **Casablanca.**

htr

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



Renommierteres ****-Familien-Hotel in Ascona
 sucht ab Mai 2003

Rezeptions-Sekretärin

mit EDV-Kenntnissen (Fidelio 6.12, Word, Excel),
 D/E/F/A, Erfahrung an der Rezeption.
 Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung
 mit Zeugniskopien und Lichtbild.

Hotel Ascona
 Familie Biasca-Caroni
 Postfach 730
 6612 Ascona

155027/1856



Sie profitieren von Super-Sparangeboten.
Und gewinnen mit etwas Glück ein smart city-coupé!

Grosser Lese- & Fahr-Spass

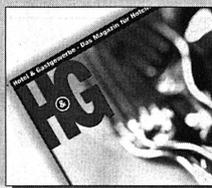
News haben stets Hochsaison:
Lesen Sie die Publikationen der
hotelleriesuisse



hotel+tourismus revue

Die Wochenzeitung für die
Hotellerie, Gastronomie und den
Tourismus greift Themen auf, die
Ihr Wissen up to date halten.

- 1 Schnupper-Abo (10x) Fr. 25.- (statt Fr. 43.-)
- 2 Jahres-Abo (51x) Fr. 145.- (statt Fr. 219.30)
- 3 Zweijahres-Abo Fr. 255.- (statt Fr. 438.60)



Hotel & Gastgewerbe

Das Magazin für Hotellerie und
Gastronomie berichtet über
aktuelle Management- und
Marketing-Themen.

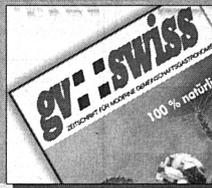
- 6 Schnupper-Abo (4x) Fr. 25.- (statt Fr. 29.40)
- 7 Jahres-Abo (9x) Fr. 78.- (statt Fr. 108.-)
- 8 Zweijahres-Abo Fr. 137.- (statt Fr. 176.40)



Café-Bistro/Cafetier

Café-Bistro/Cafetier informiert
über Trends aus der Welt des
Kaffees, der Snacks, Cocktails
und der Café-Szene.

- 4 Jahres-Abo (12x) Fr. 48.- (statt Fr. 51.60)
- 5 Zweijahres-Abo Fr. 85.- (statt Fr. 103.20)



gv::swiss

Das Schweizer Wirtschafts-
magazin für Gemeinschafts-
gastronomie.

- 9 Schnupper-Abo (4x) Fr. 25.- (statt Fr. 29.40)
- 10 Jahres-Abo (9x) Fr. 78.- (statt Fr. 108.-)
- 11 Zweijahres-Abo Fr. 137.- (statt Fr. 176.40)

Kombi

hotel+tourismus revue / Hotel & Gastgewerbe

- 12 Jahres-Abo (51x+9x) Fr. 180.- (statt Fr. 327.30)
- 13 Zweijahres-Abo Fr. 317.- (statt Fr. 615.-)

Kombi

hotel+tourismus revue / gv::swiss

- 14 Jahres-Abo (51x+9x) Fr. 180.- (statt Fr. 327.30)
- 15 Zweijahres-Abo Fr. 317.- (statt Fr. 615.-)

Studenten und Lehrlinge erhalten 50% Rabatt (bitte Ausweiskopie beilegen)! Preise inkl. Versandkosten und MwSt. Auslandspreise auf Anfrage.

Gewinn- & Profitier-Coupon

Ja, ich buche zum Super-Sparpreis:

Abo-Nr. Publikation/en Preis

Für jedes Jahres- und Kombi-Abo schenken wir Ihnen
den Hotelführer 2003 auf CD-ROM!



Coupon sofort zurücksenden an:
hotelleriesuisse, Abo Service,
Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern
Dann nehmen Sie automatisch an der Verlosung
eines smart city-coupés & pure im Wert von Fr. 13'490.- teil!
Sie können uns auch anrufen (031 370 42 22)
oder ein E-Mail senden (abo@swiss-hotels.ch).



Hier abtrennen ✂

Vorname: _____

Name: _____

Firma: _____

Funktion: _____

Strasse/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon tagsüber: _____

E-Mail: _____

Ich nehme nur an der Verlosung teil.

Teilnahmebedingungen Smart-Verlosung: Die Mitarbeiter von hotelleriesuisse sind nicht teilnahmeberechtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, und es wird keine Korrespondenz geführt. Der/die Gewinner/in wird am 30. Dezember 2003 gezogen.

DOMINO GASTRO

No Personal-Prof



- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich	01 432 73 73
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	055 415 52 84
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

www.gastro.ch E-Mail gastro@bluewin.ch
Personal-Vermittlungen
Tel. +41 794 751 133, +41 813 822 123, Fax +41 813 822 156
Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison-/Jahresstellen

www.stmoritz-jobs.ch

Offene Stellen im Engadin



1.393

Hoteljobs

www.hotel-career.ch

hotelcareer
meet for success!

Über Bierpreise und Schnapsideen.

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

www.gastro-S.ch

INTERNATIONAL

BANFF-CANADA (Provinz Alberta in den Rocky Mountains).

Führendes Spezialitäten-Restaurant mit Schweizer Küchenchef sucht auf Ende Mai - Mitte Juni 2003

Chef de partie

für ein Jahr Mindestaufenthalt. Englisch-Kenntnisse erwünscht. Schweizer Bürgerrecht erforderlich für Austausch-Visum. Bewerbung per E-mail oder Fax.

Thomas Nay, Küchenchef
c/o Ticino Swiss-Italian Restaurant
Banff, Alberta /CANADA
Tel. (403) 762-3848
Fax (403) 760-2519
www.ticinorestaurant.com
email: info@tinorestaurant.com

152372/419918

Vail, Colorado, USA

sucht

Commis de cuisine

für Sommer- und Wintersaison
18-monatige Verpflichtung
Visum wir gestellt

Hotel Gasthof Gramshammer
Att: Heike Brunnen oder Peter Franke
231 E. Gore Creek Drive
81657 Vail, Colorado

Tel. 001 970 476 56 26
Fax 001 970 476 88 16
e-mail: info@pepis.com
www.pepis.com

152257/400762

Vom Chauffeur bis zum Chasseur.

STELLENGESUCHE

Deutscher Küchenprofi

44 Jahre, in allen Bereichen der Gastronomie gearbeitet, im Moment Küchenchef, Alleinkoch, 3 Jahre eigenes Geschäft,

und
Spanierin, 39 Jahre, Küchenhilfe, Lingerie, Service, Zimmermädchen, Bar. Beide dritte Saison in der CH, suchen Ganzjahresstelle ab Juni in der CH oder in Spanien. Helfen auch beim Aufbau eines neuen Geschäftes.

Interessenten melden sich unter der Nr. 081 322 12 18 oder 0049 171 79 44 158 bei Herrn Wendt.
Berghaus Alpenrösi
Partnun, 7246 St. Antonien GR

155215/416522

Koch, 33 Jahre, Bewilligung C, sucht Stelle als

Küchenchef oder Alleinkoch

für kleineres Hotel oder Restaurant im Raum Zentralschweiz, Zürich, Luzern (evtl. auch als Aushilfe).
Telefon 078 722 25 61

155222/423369

Sommer 2003

An alle Restaurants am Wasser!

Gelernte Hofa (D) & gelernter Koch u. Servicefachmann (F)

suchen neue Stellen für die Sommer saison (evtl. auch länger) im à la carte-Service, gerne Tagesbetriebe. Bevorzugt Luzern und Vierwaldstätterseegebiet.
Wir sind erreichbar unter
Tel./Fax 027 957 10 30 (ab 18.00 Uhr)

Ihr Service-Team könnte besser sein!?

Erfahrener Gastroprofi

bringt Schwung in Ihre Restauration. Kontakt (ab April) unter:

071 860 05 91
076 377 01 86
focke@swissonline.ch

155258/422474

Über Internet und nette Gäste.

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

Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren:

Telefon 031 370 42 22

Telefax 031 370 42 23

www.htr.ch

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirsHerausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Chef d'édition: Ines Strebel

Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler, Andres Jakob

E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, matthias.beyeler@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe	Nr. 13/2003	Nr. 14/2003	Nr. 15/2003	Nr. 16/2003
- Erscheint	27. 3. 2003	3. 4. 2003	10. 4. 2003	16. 4. 2003
- Anzeigenschluss	24. 3., 12.00	31. 3., 12.00	7. 4., 12.00	11. 4., 12.00
- Wiederholungen	24. 3., 12.00	31. 3., 12.00	7. 4., 12.00	11. 4., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.