

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 13

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>



EUROAIRPORT / Der Passagiereinbruch trifft auch die Flughafen-gastronomie. Autogrill denkt an Ausstieg. SEITE 3



LOTHAR J. SEIWERT / Der deutsche Professor sprach am Tourismopool-Symposium zum Thema Zeitmanagement. SEITE 4



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Sicherheit, ein heikler Begriff

MARIETTA DEDUAL

Jetzt, da die weltpolitische Lage das Fernweh eindämmt, sind die Nah-Destinationen wieder gefragter. Die Sicherheit sei ein entscheidendes Argument für die Wahl des Feriengastorts, heisst es da und dort. Doch der Begriff «Sicherheit» ist heikel und sehr komplex. So sagt beispielsweise Reto Wilhelm von der PR-Agentur Panta Rhei: «Sicherheit lässt sich nicht garantieren, deshalb nicht kommunizieren» (siehe auch Seite 5).

Sicherheit kann zwar nicht garantiert werden, aber Sicherheit ist auch ein Gefühl und dieses lässt sich vermitteln. Nicht mit Schlagworten, sondern mit einem entsprechenden Angebot und einer entsprechenden Atmosphäre: Eine professionelle Infrastruktur – im Hotel wie im Ferienort – und uneingeschränkte Gastfreundschaft gehören dazu.

Das Gefühl von Sicherheit ist viel relativer geworden; die Selbstverständlichkeit ist verloren gegangen. Und diese Einbusse schafft Unsicherheit, was zu guter Letzt auch das Konsumverhalten beeinträchtigt.

Wenn es den Touristikern jetzt aber gelingt, Vertrauen und ein gutes Gefühl für das Ferienland Schweiz zu vermitteln, so dürfte der Tourismus-sommer nicht ganz so düster anfallen, wie es mancherorts prophezeit wird.

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5
Tourismus	7/9/10
Hotellerie	11/12
Gastronomie	13/14/15/17
Marktnotizen	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund
Special «Swiss Alpina»	Beilage

HAMBURG / Die «Internorga 2003» ist zu Ende gegangen

Vorjahres-niveau gehalten

Die deutsche Gastronomie-Industrie lässt sich trotz laufendem Irak-Krieg ihren Optimismus nicht nehmen. An der gestern zu Ende gegangenen 77. Hamburger «Internorga», der internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien, herrschte bei Ausstellern und Messeveranstaltern eine gute Stimmung, die von trotzigem Optimismus geprägt war. Die Ausstellerfirmen berichteten von regem und qualitativ hochstehenden Fachbesucher-Aufmarsch. An der wichtigsten deutschen Fachmesse stellten rund 850 Ausstellerfirmen aus über 20 Ländern, darunter zahlreiche Schweizer Firmen, ihre Produkte und Neuheiten aus. Zufrieden zeigten sich auch die Veranstalter: Gemäss erster Schätzung werden die Besucherzahlen das Vorjahresniveau von 110 000 Fachbesuchern erreichen. MJP Seite 13

Foto: Martin J. Petras



ZWÖLF MESSEHALLEN

Auf insgesamt 64000 Quadratmetern Ausstellungsfläche wurden Produkte und Neuheiten aus den Bereichen Küchentechnik, Einrichtung und Ausstattung, Nahrungsmittel und Getränke sowie Organisation und Kommunikation vorgestellt.

VSTD / Die Generalversammlung und der 75. Geburtstag

Verband «beweist Stärke»

«Sie haben Ihre Stärke bewiesen, tun Sie das auch weiterhin», sagte Nationalrat und Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, Franz Steinger, den Mitgliedern des Verbands der Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD). Die Generalversammlung in Luzern stand im Zeichen des 75. Geburtstags des Verbands. «Wir passen uns den Veränderungen an, die wir teilweise mit ausgelöst haben», zog Präsident Eddy Peter Bilanz. Als Beispiele brachte er die Destinationsbildung und die KV-Reform.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN ÜBERARBEITEN

Die KV-Reform hat viel Geld verschlungen, so dass sich der VSTD überlegen muss, wie er die Kasse füllen beziehungsweise wo er sparen kann. Eine Möglichkeit, die Finanzen aufzubessern, ist die geplante Überarbei-

tung der Aufnahmebedingungen für den Verband. Zunehmend mehr Personen wollen Mitglied werden, erfüllen aber die Voraussetzungen nicht. Als Sparmassnahme überlegt sich der Verband, aus der European Union of Tourist officers (EUTO) auszutreten. Der EUTO gehören 17 Länder an, die zum Teil ihren Mitgliederbeitrag bereits nicht mehr bezahlen. Peter geht davon aus, dass die Netzwerkaufgaben der EUTO anderweitig übernommen werden können.

Stichwort Netzwerk: der VSTD hat den Vertrag mit seinem Partner Swiss um ein Jahr verlängern können. Und die Managementtage, die unter anderem ebenfalls dem networking dienen, hat Daniel Fischer im letzten Jahr selbsttragend durchführen können. Das diesjährige Managementseminar des VSTD findet vom 22. bis 24. Oktober in Les Diablerets statt. CK Seite 10 und CF 1

SCHWEIZ TOURISMUS / Forciertes Marketing

Bald mehr «Kidshotels»

Schweiz Tourismus (ST) übernimmt per 1. September 2003 die Geschäftsstelle und das Marketing der Gruppe der Kidshotels. Zielsetzung ist es, dass die Gruppe dann insgesamt 50 Mitglieder zählt – momentan sind es 21. «Die Nachfrage nach kinderfreundlichen Hotels ist gross; wir haben gerade von Tour-Operatoren viele Anfragen», betont Alexandre Fricker, Produkt-Manager Familie bei Schweiz Tourismus. Die Spielregeln der Gruppe wurden gelockert.

UNTERSCHIEDLICHE ANSICHTEN

Davon ausgehend, dass die bei den Kidshotels geltende Bedingung einer kostenlosen Kinderbetreuung durch geschultes Fachpersonal vielen Hotels zu teuer ist, wurde eine B-Kategorie geschaffen. Hier ist die kostenintensive Kinderbetreuung nicht mehr Be-

dingung; eine kinderfreundliche Infrastruktur (Kinderspielzimmer mit Tageslicht und altersgerechten Spielen) reicht aus, um Mitglied zu werden.

Alexandre Fricker geht davon aus, dass die bereits bestehenden Mitglieder sich für die A-Kategorie entscheiden werden, und Neumitglieder vor allem in der B-Kategorie gesucht werden. Aufgrund des doppelt so hohen Mitgliederbeitrages sollen die A-Hotels in der Werbung privilegiert behandelt werden. Sie seien die Zugpferde, meint Fricker.

Die Meinungen über die Schaffung von zwei Kategorien gehen auseinander. Urs Walther, Inhaber der «Märli-pinte» in Kerzers, befürchtet eine «Verwässerung, die dem Image der Kidshotels schaden könnte». Dem Kidshotels-Präsidenten Martin Vogel liegt viel an einer «sehr klaren Abgrenzung zu den B-Hotels» und an einer transparenten, ehrlichen Kommunikation. FR/KJV Seite 12



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

Micros
Restaurant Kropf, Zürich

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

CHECK IN DATA

Miele
Wäscherei-Leasing
3.75 %

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

Miele Professional
Tel. 056 / 417 24 62

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

Schwob
GASTROTEXTIL

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

Kaffee erleben

ILLYCAFE AG

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

ht IN KÜRZE

Lothar J. Seiwert / Der deutsche Professor sprach am «1. Tourismuspool-Symposium» über Fragen des Zeitmanagements. Der Bestsellerautor im Bereich Zeit und Selbstmanagement regt an, eigene Visionen zu verwirklichen. **Seite 4**

Compagnie des Alpes / Der französische Grosskonzern investiert in den Walliser Tourismus: Nach Verbier und Saas Fee profitiert nun auch der «Aqua-parc» in Le Bouveret, der zu 100 Prozent in den Konzernen einverleibt wurde. **Seite 7**

Tourismusedirektoren / Der Verband Schweizer Tourismusdirektoren feierte in Luzern seinen 75. Geburtstag und hielt die Generalversammlung ab. Wider die Statuten wurde Eddy Peter für ein fünftes Präsidialjahr bestätigt. **Seite 10**

Kidshotels / Mit der Integration der Kidshotels bei Schweiz Tourismus können jetzt auch Betriebe beitragen, die keine kostenlose Kinderbetreuung bieten. Im Prospekt «KidsHotels», die Kinderfreundlichen findet man 21 Betriebe. **Seite 12**

Internorga / An der Hamburger Fachmesse wurden Branchenzahlen und Konsumententrends analysiert sowie erfolgreiche deutsche und internationale Restaurantkonzepte präsentiert. Die Besucherzahlen entsprachen dem Vorjahresniveau. **Seite 13**

Wasser / Viele wollen sich fit und gesund trinken. Dabei gehen Trinkwasser-Marken wie «Active O2» auch mit illegalem Heilversprechen auf Kundenfang. Doch nun darf sich das angebliche medizinische Wunderwasser nur noch Trinkwasser nennen. **Seite 14**

Bahnhof Bern / Autogrill hat soeben das Restaurant Côté Sud – ein mediterranes Konzept – eröffnet. Damit hat nach vielen Selbstbedienungsrestaurants und Take-away-Betrieben nun auch die bediente Gastronomie im Bahnhof Bern Einzug gehalten. **Seite 15**

Gesetze im Wandel / Von Basel bis ins Tessin wird an den Gastwirtschaftsgesetzen gewerkelt. Die Erfahrung zeigt: Werden Wirte frühzeitig eingebunden, sind sie zu Kompromissen bereit. Im Tessin setzt man auf Selbstüberwachung durch den Verband. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Krieg im Irak / Schweiz Tourismus (ST) setzt im Zusammenhang mit dem Irak-Konflikt den Akzent beim Marketing auf die Nahmärkte und aufs Inland. ST hat zuhauenden der Leistungsträger entsprechende Szenarien entworfen. **CF Seite 1**

Dekoration / Jedes Hotel hat seine eigene Methode und vor allem ein genau bestimmtes Budget zur Verfügung, um dem Haus mit Blumen, Kerzen, Muscheln und anderen Accessoires eine eigene Note zu verleihen. **CF Seite 2**

Wallis / Wintercamping hat seine Anhänger und generiert nahezu 90 000 Übernachtungen im «Vieux-Pays». Oft entscheidet das Wetter, ob das Weekend im «Haus auf Rädern» verbracht wird. **CF Seite 3**

Marco Torriani / Der gebürtige Bündner, dessen Herz heute für Genf schlägt, ist ein Hoteller mit Welterfahrung. Drei «H» bestimmen bisher sein Leben und seine Karriere: Hotellerie, Humanität und Hockey. Er ist aber auch mit Leib und Seele Familienvater. **CF Seite 5**

FORUM

Paradiesvögel

KARL WILD*

Adrian Stalder verlässt das «Saratz» in Pontresina und wechselt als Nachfolger von Daniel Braun ins «Delta» nach Ascona. Die Nachricht wurde mit Interesse zur Kenntnis genommen, mehr kaum; schliesslich dreht sich das Direktorenkarussell unaufhaltsam. Eins fällt freilich auf: Künftig werden drei der vier Luxushotels von Ascona von Leuten geführt, die der legendären «Giardino»-Talentschmiede von Hans C. Leu entsprungen sind.



Das «Eden Roc» wurde dank Daniel J. Ziegler zum besten Ferienhotel im Land; Multimilliardär Karl-Heinz Kipp ist von Zieglers Managementqualitäten derart angetan, dass er ihn gleich zum operativen Chef seiner edlen Hotel-Sammlung beförderte. Im «Giardino» kann Leu einstiger Protégé Franz Reichholz mit einem neuen Wellnessbereich endlich richtig durchstarten, und nun kommt mit Stalder also auch noch jener Leu-Sprössling nach Ascona zurück, der im «Saratz» eine der schönsten Erfolgsgeschichten geschrieben hat.

Was ist denn aus den andern drei geworden, die in den Neunzigerjahren Leu Stellvertreter im «Giardino» waren? Christian Lienhard wechselte ins Appenzellerland. Zur Verblüffung der (vielen) Schwarzmaler baute er mit dem «Hof Weissbad» ein Hotel auf, das sich zum wirtschaftlichen Segen für die ganze Region entwickelte.

Michael Gähler wurde vom Weinproduzenten Roberto Guldener nach Italien geholt und kann sich einen Traum erfüllen: Im Mai wird er in der Maremma die «Villa Il Tesoro» eröffnen, ein Sui generis der Superlative. Philippe Frutiger, Leus letzter Vize, hat im «Lenkerhof» als jüngster Schweizer Fünfsterhoteller gerade den ersten erfolgreichen Winter hinter sich.

Dass die glorreichen Sechs den Erfolg gepachtet haben, hat viele Gründe. Der meistgenannte: Weil sich Leu, ein Meister des Delegierens, ausschliesslich um die Gäste und ums Marketing kümmerte, waren seine Stellvertreter de facto die Direktoren. Im gemeinsamen Büro haben sie dem Zampano, der ihnen viel Verantwortung übertrug und ungewöhnliche Freiheiten liess, eine Menge abgucken. Verliessen sie dann das «Giardino», waren sie ausgekochte Profis.

«Leu hat die Hotellerie verwandelt, weil er eigentlich gar nie im Unternehmen, sondern am Unternehmen gearbeitet hat», sagt der deutsche Branchenstar Klaus Kobjoll. Und noch etwas ist ihm aufgefallen: «Auf Leus Schreibtisch konnten 30 Bewerbungen liegen, und er zog garantiert den potenziellen Paradiesvogel heraus.» So einfach ist das.

JÜRIG SCHMID / Der Direktor von Schweiz Tourismus will mit einer ausserordentlichen Sommerkampagne die zu erwartenden Rückgänge aus den Fernmärkten auffangen. INTERVIEW: SONJA STALDER

«Sicherheit ist kein Reisemotiv»

■ Herr Schmid, am Tag vor Kriegsausbruch hat Schweiz Tourismus eine ausserordentliche Sommerkampagne beschlossen. Weshalb dieser Zeitpunkt?

Wir hatten diese Kampagne bereits längere Zeit in Planung. Letzte Woche sind wir aber zur Überzeugung gelangt, dass wir wirklich alles unternehmen müssen, um das Sommergeschäft zu stimulieren. Im Inland und in den Nahmärkten haben wir die grösste Chance, etwas von dem, was wir durch den Irak-Krieg in den Fernmärkten verlieren werden, zu kompensieren.

■ Anbieter aus Österreich, Südtirol und Deutschland haben schneller reagiert: Bei Kriegsbeginn ist einigen Schweizer Zeitungen bereits der Prospekt «Sonnige Aussichten» beigelegt worden.

Ich habe diesen Prospekt auch gesehen. Ob der Tag des Kriegsausbruchs aus psychologischer Sicht allerdings der richtige Zeitpunkt ist, das müssen andere beurteilen.

■ Sie sind skeptisch?

In diesen Tagen haben sehr viele Menschen ganz anderes im Kopf, als Ferienentscheide zu treffen. Zuerst muss eine gewisse Normalisierung der Wahrnehmung eintreffen, bevor die Menschen wieder bereit sind, an so etwas Alltägliches wie Ferien zu denken. Wir gehen davon aus, dass ab Mai das Buchen wieder einsetzen wird.

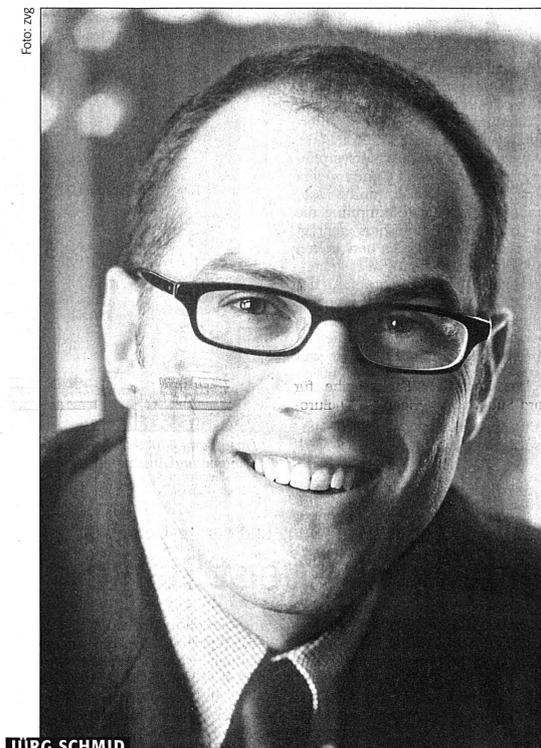
«Ab Mai wird das Buchen wieder einsetzen.»

■ Anfang Mai lancieren Sie ja auch Ihre Kampagne. Glauben Sie wirklich daran, dass Sie damit noch etwas bewirken können – oder wollen Sie vor allem Ihre Mitglieder beruhigen?

Nein, darum geht es überhaupt nicht. Das wäre ja auch verheerend, immerhin investieren wir eine Menge Geld. – Es gab aber noch nie ein Jahr wie dieses, in dem die Sommerferien so kurzfristig gebucht worden sind. Der grösste Teil der Schweizer Bevölkerung hat sich bis jetzt noch für kein Feriennetz entschlossen. Der Mai und der Juni werden die entscheidenden Monate für die Ferienwahl sein. Wir haben auch in anderen Ländern Umfragen gemacht; dieser Trend zum kurzfristigen Buchen verhält sich überall gleich. Deshalb ist unser Timing für Anfang Mai absolut ideal: Dann werden wir das Publikum mit unserer Botschaft wieder erreichen und beeinflussen können.

■ Wie lautet diese Botschaft?

Wir werden auf die Schönheiten und Stärken dieses Landes hinweisen, vor allem mit den Produkten «Bergsommer» und «Familien». Wir werden,



JÜRIG SCHMID

«Der Wunsch nach Reisen ist nicht gebrochen. Wir gehen lediglich von einem temporären Stillstand in einzelnen Märkten aus.»

aber ganz sicher nicht mit dem Aspekt «Sicherheit» werben. Das wäre fatal: Sicherheit alleine ist kein Reisemotiv. Wir müssen mit positiven Argumenten kommunizieren, um die Leute in unser Land zu holen.

■ Haben Sie Ihre touristischen Partner von dieser Strategie überzeugen können?

Man kann natürlich nie alle überzeugen. Von den meisten Seiten erhalte ich aber eine klare Bestätigung.

■ Die Kampagne soll 2,5 Millionen Franken kosten. Werden Sie – wie nach dem Swissair-Grounding – den Bund um einen Zustupf bitten?

Nach Ausbruch des Irak-Krieges hat Schweiz Tourismus (ST) die Erwartungen für das laufende Jahr nach unten korrigiert: Neu wird ein Logiernächte-Rückgang von 3 bis 4 Prozent erwartet. Das entspricht einem touristischen Umsatzverlust von rund 300 Mio. Franken.

Mit starken Rückgängen rechnet ST in den Märkten Mittlerer Osten,

Nein, wir finanzieren diese Kampagne aus dem eigenen Budget. Es ist nicht realistisch zu meinen, dass der Bund zusätzliche Mittel sprechen wird. Und wir wollen das auch gar nicht. Beim Swissair-Grounding hatten wir – im Gegensatz zur aktuellen Situation – einen direkt messbaren Schaden: Wir hatten Leute in den Büros einer Organisation, die faktisch inexistent geworden ist.

■ In welchen Produkte-Segmenten erwarten Sie die stärksten Rückgänge?

Grundsätzlich sind alle Produkte betroffen. Der ganze MICE*-Markt, vor allem der internationale, wird

aber grosse Rückgänge hinnehmen müssen.

■ Was raten Sie einem Hoteller, der voll auf die Karte «MICE» gesetzt hat?

Der Hoteller sollte bei seinen Geschäftspartnern weiterhin präsent sein. Sich zurückziehen wäre falsch; man muss den Dialog aufrecht erhalten. Vielleicht sollte er aber doch die eine oder andere Aktivität in der Schweiz oder im nahen Ausland lancieren.

■ Bisher hat Schweiz Tourismus immer eine Spezialisierung gefordert. Kann sich das jetzt nicht als Bumerang erweisen?

Nein, das glaube ich nicht. Es ist ja nicht so, dass die nichtspezialisierten Hotels florieren. Vielmehr bewegen sie sich auf tiefem Niveau und haben eine ungenügende Auslastungsrate. Durch die Spezialisierung können sie ihre Auslastung steigern. Natürlich ist diese Steigerung aber gewissen Schwankungen unterworfen. Zudem gibt es Spezialisierungen, die sich jetzt geradezu als goldrichtig erweisen: Alle, die auf Familien gesetzt haben, stellen nun fest, dass dieses Segment hoch krisenresistent ist. Familien neigen dazu, sich in einem näheren Reisradius zu bewegen.

«Familien sind ein hoch krisenresistentes Segment.»

■ Der STM (Swiss Travel Mart) wird wie geplant durchgeführt. Lohnen sich die Kosten in dieser Situation tatsächlich?

Je nach Kriegsverlauf wird das eine oder andere Land sicher etwas weniger präsent sein und etwas weniger einkaufen als in anderen Jahren. Es gibt aber durchaus Länder, die im Moment ein sehr grosses Interesse am STM haben. Vor allem die Reiseveranstalter aus den näheren Märkten sehen, dass die Schweiz ein stabiles und deshalb interessantes Produkt ist.

Zudem ist der Wunsch nach Reisen ja nicht gebrochen. Es hat keine grundlegende Marktveränderung stattgefunden. Wir gehen lediglich von einem temporären Stillstand in einzelnen Märkten aus. Am STM wird das Reisejahr 2004 eingekauft. Für diese Zeit ist die Haltung der Tour-Operatoren wieder optimistischer.

■ Haben Sie trotzdem Absagen aus Fernmärkten erhalten?

Nein. Aus den USA werden wir aber erst kurz vor Beginn des STM wissen, wer wirklich kommt. Diese Leute wollen sich gegenwärtig nicht zwei Monate im Voraus verpflichten.

* MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Events.

ZÜRICH-FLUGHAFEN / Das neue Airport Shopping Center wurde eröffnet
«Foodland» im Bahnhofterminal



Über den Bahngleisen des Flughafenbahnhofs wurde das Airport Shopping Center sowie eine Check-in-Zone eröffnet. Neben Einkaufsmöglichkeiten erwartet die Flughafengäste das gastronomische Mischkonzept «Foodland». Unter der Regie von Autogrill Schweiz AG wurde mit den Partnern «McDonald's» und «Nordsee» (Candrian Catering AG) auf rund 1200 m² ein Foodcourt im mediterranen Stil realisiert. MJP

Gesunkene Logiernächte

Bad Ragaz. Erstmals seit sieben Jahren sind im 2002 die Logiernächte im st. gallischen Bad Ragaz gesunken. Die Übernachtungen gingen um 3,7 Prozent auf 310 122 und die Gästekünfte um 1,6 Prozent auf 67 220 zurück. Gemäss Jahresbericht von Bad Ragaz Tourismus verlor die Hotellerie mit 219 750 Übernachtungen 8956 oder 3,9 Prozent. Die Übernachtungen in der Parahotellerie nahmen um 3103 oder 3,3 Prozent auf 90 372 ab. TRU/sda

LOTTERIEGESETZ / Der STV lehnt den Entwurf ab
«Nicht transparent»

Der Schweizer Tourismus-Verband (STV) lehnt den Entwurf eines neuen Lotteriegesezes ab. Die Schnittstelle zum Spielbankengesetz sei weder transparent noch wettbewerbsneutral ausgestaltet, argumentiert der STV. Mit der geplanten Öffnung des Glücksspielmarkts ausserhalb der Spielbanken würden sowohl die Entwicklung der neuen Casinos als auch die Kultur- und Sportförderung durch die traditionellen

Lotteriegesellschaften behindert. «Der STV legt Wert auf ein Gesamtkonzept, wo die Spielbanken gleichberechtigt mit den heutigen und den zukünftigen Lotterie- und Wettgesellschaften einbezogen sind.» Mit der neuen Rechtsgrundlage würden verschiedene bewährte Grundsätze über Bord geworfen. Die Folgen: «Ausländische Glücksspielanbieter würden in kürzester Zeit den schweizerischen Markt dominieren.» CK

BERN TOURISMUS / Der neue Direktor ist gewählt
«Die Chemie stimmt»

Markus Lergier, Tourismusdirektor von Pontresina, tritt am 1. Januar 2004 bei Bern Tourismus (BET) ein und wird ab 1. März 2004 die operative Führung übernehmen. Der künftige Direktor ist aus 107 Bewerbern ausgewählt worden. Raymond Gertschen, der jetzige BET-Direktor, bleibt bis im Sommer 2004. «Die Chemie zwischen Lergier und der Stadt Bern stimmt», erklärt Lergier den Grund seines Wechsels von den Bergen in die Stadt. Spannende Projekte wie die neuen Hotels, die BEA, das Wankdorf-Stadion, die Fussball-EM und das Klee-Zentrum sorgen für ein neues Entwicklungspotenzial.



Markus Lergier.

Für Lergier wichtig ist «die Netzwerkpflge. Ich werde mit den Behörden, Leistungsträgern und vor allem mit den Hoteliers das Gespräch suchen», sagt er. «Ich möchte für Bern Motivator und Impulsgeber sein und einen neuen Wind einbringen.» BET solle aus einer Position der Stärke agieren können. Das brauche ein effizientes Marketing und die Förderung des Kongress-tourismus. Lergier wolle sich auch nach neuen Finanzquellen umsehen, um eine gesunde finanzielle Basis zu schaffen. «Bern soll unter meiner Führung eine Leaderorganisation für Tourismus, Tourismuspolitik und -vermarktung werden.»

Lergier ist seit 1987 Kurdirektor in Pontresina. Seine früheren Stationen: Kurdirektor in Sedrun, stv. Tourismusdirektor in Wengen. Schweizerische Verkehrszentrale (heute Schweiz Tourismus) im In- und Ausland.

BERN STEHT VOR EINER NEUSAUSRICHTUNG

BET bekommt von der Stadt 300 000 Fr. weniger Unterstützung als bis anhin. Der Beitrag beträgt 1 Mio. Fr. fix und variierend nach Logiernächten kommen zusätzlich bis 1,3 Mio. Fr. Übernachtungsabgaben dazu. Zudem ist wegen des Führungswechsels bei BET der Vertrag mit der Stadt von vier auf zwei Jahre gekürzt worden. Der neue Direktor, die finanzielle Situation und die projektierten zusätzlichen Hotelbetten bedeuten für BET eine neue Ausgangslage. Deshalb steht eine Neuausrichtung an. CK

BASEL / Um die Gastronomie am EuroAirport Basel-Mulhouse wird gestritten. Während der Flughafen eine gehobene Restauration wünscht, setzt Autogrill auf hoch frequentierte Verkehrsgastronomie. ELIAS KOPF

Ringen um Konzept am EuroAirport

Gerade noch 35 Prozent erreichte die Auslastung der Swiss-Flüge ab dem EuroAirport Basel-Mulhouse im Januar. Nun sollen elf defizitäre Destinationen gestrichen und auf sieben weiteren Routen die Frequenzen drastisch heruntergeschraubt werden. Insgesamt will die Swiss in ihrem Sommerflugplan die Sitzkilometer ab Basel um einen Drittel reduzieren – mit möglicherweise fatalen Folgen für Kommerz und Flughafen-Gastronomie. Denn im EuroAirport generiert die angeschlagene Nachfolge-Gesellschaft von Swissair und Crossair noch immer rund die Hälfte der jährlich über 100 000 Flugbewegungen.



Die neuen Terminals sind fast fertig. Doch die Fluggäste bleiben aus – mit fatalen Folgen für die Flughafen-Gastronomie.

«HOPFENSTÜBLI» UND «EUROBAR» GESCHLOSSEN

Das Ende der Drehscheibe für Nord-Süd-Verbindungen («Euro-cross») trifft zuallererst die Gastronomie-Objekte im internationalen Bereich. Weniger Umsteigepassagiere und tiefere Frequenzen rufen nach einer Redimensionierung des kulinarischen Angebots im Transitbereich. Denn anders als etwa im öffentlichen Restaurant im fünften Stock können Frequenz-Ausfälle in der Transitzone nicht durch lokale Gäste wettgemacht werden. «Wir mussten deshalb sehr flexibel reagieren und beispielsweise das von Select Service Partner betriebene «Hopfenstübli» schon im letzten Jahr schliessen», meint Mario Eland, Kommerzchef des EuroAirports Basel-Mulhouse. Anpassungsfähig habe man sich auch bei der «Eurobar» im Abflugbereich gezeigt, die nur noch bei Grossandrang aufgehe, etwa dann, wenn der FCB auswärts spiele.

AUTOGRILL: BALD ABSCHIED VON BASEL?

Der öffentlich zugängliche Teil der Flughafengastronomie dagegen bekomme den Passagierereintrich in etwas abgeschwächter Form zu spüren, da das regionale Geschäft weiterlaufe, bestätigt Beat Grau, CEO von Autogrill Schweiz. Autogrill betreibt seit der Übernahme der Flughafen-Restaurant

AG neben zahlreichen Restaurants und Bars an den Flughäfen Zürich und Genf auch die meisten Gastro-Objekte am Basler EuroAirport.

Allerdings ist der einst boomende Regionalflughafen seit den Terroranschlägen vom 11. September 2001 und dem anschliessenden Swissair-Grounding in eine Abwärtsspirale geschlittert. In diesem Januar wurden mit einem Passagierrückgang von 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr erneut miserable Zahlen präsentiert – offenbar zu wenig für den auf Verkehrsgastronomie spezialisierten Autogrill-Konzern: «Wir sind an Hochfrequenzlagen interessiert. Diese Situation ist in Basel nur teilweise gegeben», erklärt Grau. Mit Blick auf den Flottenabbau der Swiss seien zurzeit Gespräche mit dem Flughafen über eine Aufgabe des Standorts im Gange.

Entschieden sei allerdings noch nichts, denn die gastronomische Situation am Basler Flughafen sei sehr komplex, so Grau. Zum öffentlichen Speiserestaurant im fünften Stock

kommen gastronomische Objekte in den Abfertigungs- und Abflugbereichen auf französischer und Schweizer Seite hinzu sowie Lokale in der internationalen Umsteigezone. Ferner gehören zum Gastro-Package von Autogrill ein Personalrestaurant und ein Party-Service, der allerdings nur EU-seitig operieren darf.

INVESTITIONEN AUF EIS GELEGT

«Aufgrund dieser Möglichkeiten ist der EuroAirport grundsätzlich attraktiv, doch die Entwicklung der letzten Jahre hat sich so weit von unseren Erwartungen entfernt, dass wir jetzt Entschiede fällen müssen», meint Grau. Es brauche konzeptionelle Änderungen.

Streitpunkte dürften neben der Anzahl der Gastro-Objekte vor allem auch deren qualitative und bauliche Ausgestaltung sein. Denn bei der Gastronomie-Ausschreibung vor anderthalb Jahren ging es dem Flughafen explizit darum, ein kapitalkräftiges Un-

ternehmen nach Basel zu holen, das nicht einfach die bestehenden Lokale tel quel weiterführt, sondern spürbar in die Verbesserung von Substanz und Konzepten investiert.

«Unsere Flughafengastronomie soll nicht nur für Passagiere, sondern auch für Gäste aus der ganzen Region wieder einen Anziehungspunkt bilden. Mit diesem Konzept wollen wir an eine bewährte Tradition anknüpfen», sagt Mario Eland, Kommerzchef des EuroAirports Basel-Mulhouse. Denn früher sei das Flughafenrestaurant als exzellentes Speiselokal eine valable Adresse für Geschäftsessen oder Anlässe wie Geburtstage gewesen. Um dieses Niveau wieder zu erreichen, müssten Investitionen getätigt werden, die seit der Übernahme der Flughafen-Restaurant AG durch Autogrill aufgrund einer strikt verkehrsgastronomischen Ausrichtung auf Eis gelegt worden seien.

Billigflieger: Silberstreifen am Horizont

Der Krebsgang der Passagierzahlen trifft den EuroAirport Basel-Mulhouse, der dieses Jahr den aufwändigen Ausbau seiner Terminals und Docks abschliessen will, äusserst empfindlich. Will sich Basel als internationaler Flugstandort behaupten, muss dringend mehr Verkehr geschaffen werden. Ob sich das Genfer Modell – wo die Lücken nach dem Rückzug der Swissair relativ rasch durch andere Gesellschaften geschlossen werden konnten – ohne Weiteres auf Basel übertragen lässt, ist fraglich. Allerdings scheint der angekündigte Rückgang des Volumens um 300 000 Passagiere übertrieben. «Beim Geschäftsverkehr haben wir 57 Prozent Lokal-Passagiere, die auch

ohne Swiss weiterhin von Basel aus fliegen werden.

Luftansa und Air France werden diesen Lokalverkehr weitgehend auf ihre grossen Drehkreuze umleiten», meint Mario Eland, Kommerzchef des EuroAirports. Und beim Ferienverkehr habe der EuroAirport in diesem Jahr sein Sitzangebot bisher um 20 Prozent steigern können. Diese lokalen Passagier-Segmente seien für die Gastronomie besonders wichtig, da sie zusätzlich Bring- und Hol-Gäste aus der Region generierten, die sich die Wartezeiten gerne im Restaurant verkürzen.

Ein Hoffnungsschimmer am Horizont sind ferner die Billigflieger. Eland

ist mit Ryanair und Easy Jet im Gespräch und kann den umworbene Low-Cost-Airlines handfeste Vorteile gegenüber Zürich bieten: «Wir sind von den Tarifen her günstiger. Zudem sind die Verweilzeiten weniger lang, da die Maschinen dank kurzer Wege und fehlender Warteschlangen sehr rasch wieder am Start stehen.» Auch mit Blick auf den Irak-Krieg rechnet Eland nicht mit einem völligen Wegbrechen des Passagierolumens: «Geschäftsreisen werden auch weiterhin fliegen müssen. Und beim Ferienverkehr können wir unseren Kunden mit Destinationen in der Karibik, Sri Lanka und Afrika attraktive Alternativen zu Ägypten, Tunesien oder der Türkei anbieten.» EKO

Reklame

Design und Funktionalität

BESTECK

SANT'ANDREA

Exklusiv bei

Büchegger

Tel. 041 360 42 44
www.buechegger.ch

LOTHAR J. SEIWERT / Der deutsche Professor sprach am «1. Tourismuspool-Symposium» im Technopark in Zürich zum Thema Zeitmanagement. Er will dazu motivieren, seine eigenen Lebensvisionen zu verwirklichen. **INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER**

«Ein Hotelier muss Visionär und Leader sein»

■ Bedeutet Zeitmanagement, sich Zeit auf Kosten anderer zu nehmen?

Es kommt darauf an. Ich kann nicht immer alles gleichzeitig tun. Man muss im Leben ständig Prioritäten setzen und sich mit seiner Mitwelt bestmöglich arrangieren.

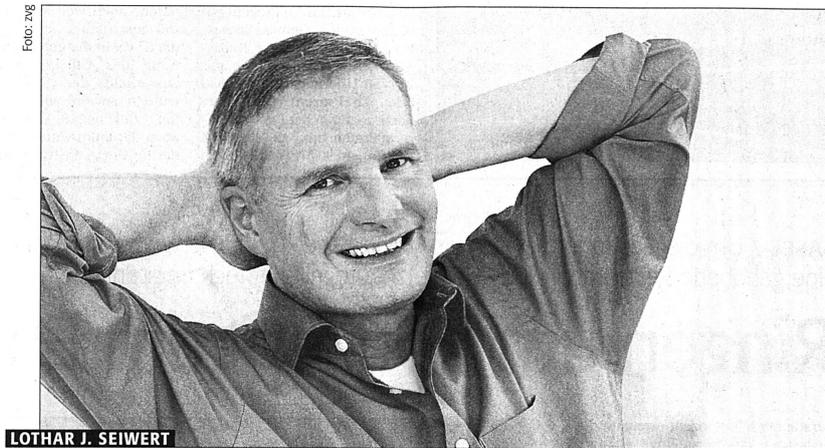
■ Ihre sieben Schritte zum Erfolg (siehe Kasten) leuchten ein. So neu sind sie aber nicht.

Ich habe nie gesagt, dass ich alles neu erfunden habe. Vieles haben wir schon gewusst, aber vieles mache ich an einer solchen Veranstaltung wieder bewusst. Es ist eigentlich schon alles mal dagewesen, es sind jahrtausendealte Wahrheiten und Prinzipien. Im Grunde genommen hat sich da nichts geändert. Nur: Durch moderne Technologien wie Handys, Mailbox, Voice-mail und SMS werden wir mehr in die Hektik getrieben. Deshalb müssen wir zu den alten Prinzipien zurückkehren und uns überlegen, was wesentlich ist. Schon Seneca forderte: «Mensch, werde wesentlich!» Was wirklich wesentlich ist – das ist die zentrale Frage. Ich führe die Teilnehmer meiner Seminare an diesen Punkt heran und animiere sie dazu, nachzudenken, was ihnen im Leben wichtig ist.

«Ich habe nie gesagt, dass ich alles neu erfunden habe.»

■ Sie raten Ihren Teilnehmenden, ihr eigener Lebens- und Zeitmanager zu werden. Was bedeutet das konkret?

Ich versuche die Teilnehmenden meiner Seminare dahin zu führen, vermehrt ihr eigener Lifeleader zu sein statt nur Manager ihrer Zeit. Denn dieser verwaltet ihre Hektik und bringt die Menschen so dem Herzinfarkt oder Burnout-Syndrom immer näher. Auch die Unternehmen profitieren von Mitarbeitenden, die in der Balance sind und etwas für ihre Fitness und Gesundheit tun, sich für ihre Familie Zeit nehmen, ab und zu ins Theater gehen, über den Sinn des Lebens nach-



LOTHAR J. SEIWERT

Sein Buch «Wenn du es eilig hast, gehe langsam» steht seit drei Jahren auf den Wirtschafts-Bestsellerlisten.

denken, mit Freunden über die wirklich wichtigen Dinge des Lebens diskutieren oder sich mit einer Milka auf eine Alp setzen, die Berge geniessen und sich die Haut von der Sonne streicheln lassen. Und zwar bevor der Arzt nach einem Herzinfarkt verordnet, täglich eine Stunde Fahrrad zu fahren oder zu laufen. Denn dann macht man es unter Zwang.

■ Das tönt ja alles schön und gut. Aber woher soll der Hotelier eines kleinen Schweizer Familienbetriebs, der auch noch in der Küche steht, so viel Zeit für sich nehmen?

Das ist eben genau die Frage. Jeder sagt, es sei ja gut und schön, das gehe bei andern, aber bei ihm nicht. Der Nürnberger Hotelier Klaus Kobjoll ist ein gutes Beispiel, dass es auch anders geht – der steht nicht in der Küche. Wieso muss der Hotelier in der Küche stehen? Er muss doch seinen Leuten Visionen geben, sie begeistern; er muss der Vordenker des Hotels sein. Kobjoll fährt nach Japan und Amerika, um sich von neuen Trends inspirieren zu lassen. Er sorgt so dafür, dass die Auslastung seines Hotels steigt. Ein

Unternehmer muss Visionär und Leader sein, er darf nicht im operativen Tagesgeschäft eingebunden sein.

■ Das sagt sich so leicht. Klaus Kobjoll kann sich das leisten, die Realität in der Schweizer Hotellerie ist aber eine andere.

Es ist schwierig, meine Anregungen umzusetzen, aber nicht unmöglich. Alles beginnt mit einer Vision im Kopf – das ist meine ureigenste Überzeugung, die in den letzten 25 Jahren gewachsen ist. Wenn einer den Glaubenssatz hat, er könne sich als Hotelier die Zeit nicht nehmen, wird das in der Realität auch zutreffen. Es passiert, was man «self-fulfilling prophecy» (sich selbst erfüllende Prophezeiungen) nennt.

■ Reicht es, sich zu sagen «Ich bin ein guter Hotelier»?

Nein, das reicht überhaupt nicht. Ich muss mir konkret ausarbeiten, was «ein guter Hotelier» bedeutet. Jeder Hotelier kann zum Beispiel die Firmenvision von Kobjoll anfordern und in seinen Büchern nachlesen. Auch der Hotelier in einem kleinen Betrieb

kann sich die Frage stellen, wann er aus dem Tagesgeschäft austreten will, wo und wie er leben will und wie er auf dem Weg dorthin leben will. Wie viel Ferien will er sich gönnen, wie will er sich fühlen, wie viele Stunden pro Tag möchte er maximal arbeiten, wie viel Auszeit nimmt er für sich? Wenn er den emotionalen Anker gesetzt und sich aufgeschrieben hat, was ihm in seinem Leben wirklich wichtig ist, wirkt das wie eine mentale Tankstelle, wo man sich aufladen kann.

«Meine Überzeugung ist, dass alles mit einer Vision im Kopf beginnt.»

■ Ich kann mir also beispielsweise ein erfolgreiches Hotel wünschen, das oft in den Medien vorgestellt wird?

Ja, so konkret wie möglich. Dann aber müssen Sie sich Zeit nehmen, je-

de Woche etwas dafür zu tun. Denn von nichts kommt nichts. Zum Beispiel knüpfen Sie jede Woche einen PR-Kontakt mit einem Journalisten. Und Sie tun jede Woche irgendetwas, damit über Sie berichtet wird.

■ Oft hindert der innere Schweinehund daran, sich Visionen zu überlegen und dann umzusetzen. Wie lässt sich unser Schweinehund bezähmen?

Ich nenne es das innere kleine Faultier. Man muss einerseits über seine innere Motivation seine Ziele erreichen. Verliebte beispielsweise finden immer Zeit für das Rendezvous. Andererseits sind auch äussere Dinge Motivatoren, etwas zu tun. Zum Beispiel: Ich bezahle die Karte für das Konzert im Voraus und gehe dann allein deshalb hin, damit die Karte nicht verfällt. Oder ich engagiere mir einen Personal-Trainer für meine körperliche Fitness, den muss ich bezahlen, ob ich hingehe und jogge oder nicht. Ich glaube, eine Kombination aus inneren und äusseren Motivatoren macht am meisten Sinn.

Lothar J. Seiwert

Der deutsche Professor ist mehrmals mit Preisen ausgezeichnet worden. Er hat zahlreiche Bestseller zum Thema Zeit und Selbstmanagement verfasst. Sein neuestes Buch «Das Bumerang-Prinzip: Mehr Zeit fürs Glück» (Verlag Gräfe und Unzer) steht bereits auf den Wirtschafts-Bestsellerlisten. Gerade erschienen ist «Das Bumerang-Prinzip: Don't hurry, be happy» (Verlag Gräfe und Unzer). Seiwert besitzt eine Coaching- und Consultingfirma in Heidelberg und erteilt Seminare. Bücher und Informationen finden Sie unter www.seiwert.de und www.bumerang-prinzip.de.

Organisiert hat das 1. «Tourismuspool-Symposium» zum Thema «Life-Leadership – mit der Zeit gehen, heisst sie im Griff haben» der Verein Tourismuspool (www.tourismuspool.ch), dem die Trägerorganisationen FBMA, HSM, Tourex, VDH, Hotelfachschule Thun und Gastro Facts angehören. Es sind weitere Symposien geplant. **CK**

Die Erfolgs-Stufen

Nach Lothar J. Seiwert führen folgende sieben Stufen zum Erfolg:

– Entwickeln Sie für sich eine Lebensvision. Formulieren Sie schriftlich, was Sie in 10 oder 20 Jahren beruflich und privat erreichen haben möchten.

– Listen Sie alle Rollen, die Sie in Ihrem Leben spielen, einmal auf: Mutter/Vater, Kegelbruder, beste Freundin, Selbstständiger, Chefin, Ehefrau/Ehemann usw. Analysieren Sie diese «Lebenshüte», die sich auf Ihrem Kopf stapeln. Verabschieden Sie sich von den «Hüten», die man Ihnen übergestülpt hat und die Sie nicht wollen.

– Überlegen Sie, welche Aktivitäten am erfolgversprechendsten sind. Formulieren Sie Schlüsselaufgaben, die Sie am schnellsten weiterbringen.

– Definieren Sie konkrete Ziele für Ihre berufliche und persönliche Zukunft. Erstellen Sie für sich einen Jahreszielplan. Achten Sie darauf, dass berufliche und private Ziele im richtigen Verhältnis zueinander stehen.

– Planen Sie Ihre Woche. Setzen Sie sich Wochenziele. Planen Sie für die wirklichen Dinge, die Sie voranbringen, genügend Zeit ein.

– Planen Sie Ihren Tagesablauf. Setzen Sie Prioritäten, sonst werden Sie von Aufgaben, die unvorhergesehen auf Sie einprasseln, aufgegriffen.

– Achten Sie darauf, dass keiner der Lebensbereiche Arbeit/Leistung, Sinn, Körper/Gesundheit und Familie/Kontakte zu kurz kommt. Sonst werden Sie Ihre Power und Energie verlieren. **CK**

REFERENTEN AM TOURISMUSPOOL-SYMPOSIUM

Vier Touristiker sprachen über Ihren Umgang mit der Zeit (Auszüge)



Judith Renner-Bach, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband: «Ich bin 50 Jahre und noch kein bisschen weise, wenn es darum geht, die Zeit im Griff zu halten. Termine zu verpassen, ist mir ein Greuel. Ich spreche schnell, handle schnell und entscheide mich noch schneller. Workaholic zu sein, macht Spass. Der Beruf ist mein Leben, es ist das, was meine Persönlichkeit prägt. Daneben habe ich noch die Politik und Nebenämter. Irgendwann folgt auch noch mein Haushalt. Freunde sind mir sehr wichtig. Aber auch Kultur und Lesen sind für mich wichtig. Meine Ferien verbringe ich bewusst irgendwo weit weg, wo mich niemand erreichen kann. Das Tempo ist mein Antrieb, die wichtigste Stütze in meinem Leben. Ich arbeite aber an meiner Balance, das heisst, ich versuche es.»



Renate Moser, CEO und Besitzerin InterSky Luffahrt GmbH: «Mein Arbeitstag endet oft spät und gegen 21 Uhr setze ich mich zum Abendessen. Ich lasse mich nicht in Stress bringen und nehme mir die Zeit, die es braucht, um am darauffolgenden Tag nicht schon mit Dingen beginnen zu müssen, die am Vortag nicht mehr erledigt wurden. Aber Höchstleistungen erbringe ich durchwegs und fast ausschliesslich unter Stress; das bedeutet, um kreativ zu sein, sollte ich nicht lange grübeln, sondern rasche und klare Entscheidungen fällen. Es ist jedoch eine Frage der Einstellung, wie man Stress für sich selber bewertet. Man sollte mit viel Disziplin das Ziel verfolgen, den Zeitdruck nicht negativ sehen, sondern als eine kreative Phase, die einer meist ruhigeren Phase der Umsetzung vorausgehen muss.»



Rainer Müller, bis vor kurzem Marketingdirektor Expo.02: «Mein Leben war bis 30 von Stress geprägt. Mein Zeitmangel war chronisch, ich war immer auf der Überholspur. Das ging so lange, bis ich mit meinem Auto in eine Leitplanke fuhr. Da wurde ich unsanft gezwungen, einzuhalten. Ich merkte, dass ich mir dieses Leben selber eingebrockt hatte, dass ich dafür selber die Verantwortung trug. Jetzt habe ich das Steuer meines Lebens in die Hand genommen. Ich bin noch nicht am Ziel, aber vielleicht ist der Weg das Ziel. Wollen statt sollen, Lust statt Last, Eile aber mit Weile, heisst jetzt meine Devise. Ich mag es, ein aktiver Gestalter zu sein. Wer Zeit anwenden will, muss aber wissen, was Zeit bedeutet. Zeit-Manager zu sein, genügt nicht, es braucht Zeit und Management.»



Hansruedi Schiesser, Trimarca Kommunikation und Marketing Chur: «Zeitmanagement, Zeitsouveränität, Zeitkurse – all dies habe ich mir schon vor zig Jahren angeeignet. Auch für die Zeit gilt: Je mehr man weiss, desto mehr weiss man, dass man nichts weiss. Immerhin bin ich jetzt aktiv-legitimiert: Durch mein Burnout vor zwei Jahren. Genauso wie es eine emotionale Intelligenz gibt, gibt es ein emotionales Zeitmanagement. Und so tauchte plötzlich die Hauptfrage auf: Wie viel Verdrängung verträgt der Mensch Schiesser eigentlich noch? Irgendwo im Innern entstand da ein Tick. Plötzlich hatte die Welt zu viel Lärm, zu wenig Rhythmus und keine Melodie. Nach Klinik, Durchseuchen und Medikamenten weiss ich wenigstens: Alles braucht seine Zeit – auch eine Wiedergeburt.» **CK**

KOMMUNIKATION / Was raten PR-Profis in der gegenwärtigen Situation?

Argument «Sicherheit» wirkt zynisch

«Jetzt müssen wir die Botschaft kommunizieren, dass die Schweiz ein sicheres Land ist.» Diese Forderung ist seit Ausbruch des Irak-Kriegs – ebenso wie nach dem 11. September 2001 – unter den Schweizer Touristikern laut geworden. Taugt aber der Wert der «sicheren Schweiz» tatsächlich als touristisches Verkaufsargument? Nein, lautet die klare Antwort von PR-Profis. «Sicherheit lässt sich niemals garantieren. Insofern ist es heikel, diesen Begriff in der Kommunikation zu verwenden», sagt Reto Wilhelm, geschäftsführender Partner der Panta Rhei PR. «Wer mit «Sicherheit» wirbt, könnte den Eindruck erwecken, er wolle vom Krieg profitieren. Das wirkt rasch zynisch», ergänzt Kaspar Loeb, CEO der Kommunikationsagentur DDB Zürich. Schlicht als «anmassend» würde Edith Weibel von der gleichnamigen PR-Agentur ein solches Vorgehen empfinden.

BEDÜRFNIS NACH NATUR UND TRADITION

Alle drei PR-Spezialisten betreuen Mandate in der Tourismusbranche. Sie empfehlen ihren Kunden, die bereits eingeschlagene Kommunikationsstrategie fortzuführen und «ja nicht in Aktivismus zu verfallen», wie Wilhelm betont. Er plädiert jedoch dafür, «die Tonalität und Themenwahl der Situation anzupassen». «Daneben» sind aus seiner Sicht beispielsweise Events. Wilhelm: «Die Leute haben jetzt ein Bedürfnis nach Natur, Kontemplation und Tradition.» Die zwei anderen Experten teilen diese Einschätzung.

Sowohl Kaspar Loeb als auch Reto Wilhelm warnen allerdings vor der Annahme, dass sich die Auswirkungen des Kriegs auf den Schweizer Tourismus mit Kommunikations-Massnahmen auffangen lassen. Insofern zeigt sich Loeb skeptisch, was die zusätzliche Sommerkampagne von Schweiz Tourismus anbelangt (siehe Seite 2): «Das ist eine eher ungeschickte Idee und bringt bestimmt nicht wahnsinnig viel», sagt er. SST

ANNULLIERUNGEN / Von Absagen aufgrund des Irak-Krieges sind die von der htr befragten Hotels und Destinationen unterschiedlich betroffen. Umfangreiche Buchungen bleiben unbestätigt. **KARL JOSEF VERDING**

Krieg löste einige Absagen aus

In der Destination Davos sind die mit dem Irak-Kriegsbeginn begründeten Annullierungen «an einer Hand abzuzählen», erklärt Britta Schnewlin, die PR-Verantwortliche von Davos Tourismus. «Einige israelische Gäste», und zwar Einzelreisende, hätten abgesagt.

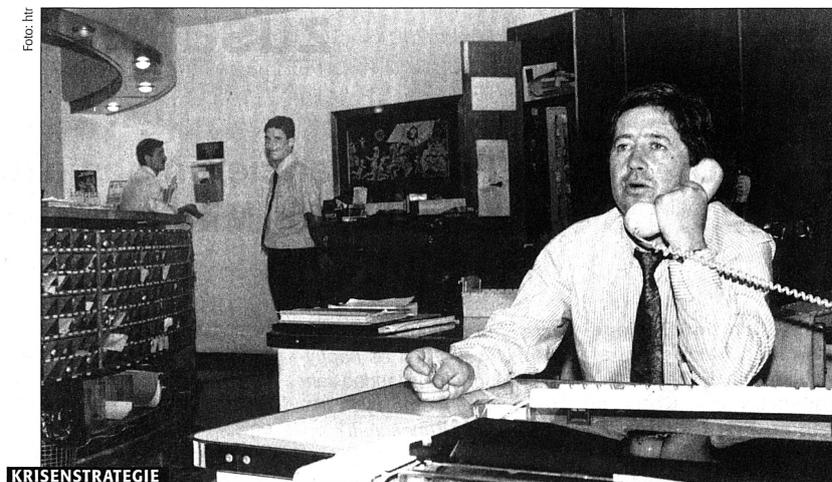
Gemäss Urs Zaugg, Direktor von Interlaken Tourismus, sind vor allem die touristischen Gruppenstärken nach dem Kriegsbeginn zurückgegangen – zum Beispiel treffen von einer gebuchten Anzahl von 30 Gruppenmitgliedern nur 10 in Interlaken ein. Das betreffe vor allem Gruppen aus den USA, aber auch aus Asien.

Laut Susanne Dillizer, Marketingleiterin von Saas-Fee Tourismus, hat es im Walliser Ferienort kaum Annullierungen nach Kriegsbeginn gegeben, «nur Einzelfälle». Im Winter gebe es hier nicht viele Übersee-Touristen, sondern solche aus den nahen Märkten Deutschland und Benelux, die überwiegend per Bahn und Auto anreisen. Allerdings hätten auch die zahlreichen britischen Gäste, die per Flugzeug anreisen, nicht negativ reagiert.

Schlimm sah es einen Tag nach Kriegsbeginn im Luzerner Grand Hotel National aus: Es gab an diesem Tag «tonnenweise» ausgefallene Zimmerbuchungen, wie Marketingleiter Roland Fischer feststellen muss – und zwar ausgelöst durch zwei abgesagte Meetings von US-amerikanischen, international tätigen Firmen. Das erste sollte in dieser Woche stattfinden, das zweite Anfang April. Beide hätten das Haus gefüllt. Das erstere konnte zwar auf den Mai verschoben werden – «aber dann haben wir bereits starke Saison, und es trifft andere, denen wir absagen müssen», so Fischer. Die beiden Firmenleitungen haben ein Flugverbot für ihr Management erlassen, einschliesslich das Management der europäischen Niederlassungen dieser Firmen.

VIELE UNBESTÄTIGTE BUCHUNGSVOLUMINA

Das Grand Hotel National scheint in Luzern besonders hart getroffen worden zu sein. Was Luzern insgesamt betrifft, hält Mario Lütolf, Direktor der



KRISENSTRATEGIE

In einer Situation mit Annullierungen gilt es, geschäftspolitisch klug zu reagieren.

Luzern Tourismus AG fest: «Es sind weniger Annullierungen» – viel eher bleiben wichtige Buchungsvolumina weiterhin und wohl bis zu einer positiven Wende im Krieg «auf Eis» und unbestätigt. 75 Prozent davon stammen aus den Individualbereichen, 25 Prozent betreffen Incentives und Kongresse.» Kurzfristige Buchungsvorgänge seien an der Tagesordnung.

Annullierungen nach Kriegsbeginn gab es im Carlton-Hotel in St. Moritz keine. Dominic Bachofen, sein Direktor, empfiehlt, die Ruhe zu wahren und «am Markt zu bleiben». Absagen habe es im Vorfeld des Krieges gegeben; andererseits habe man das Carlton-Hotel in «neue hochstehende Tours» integrieren können. Die gegenwärtige, kritische Situation sei nicht nur durch den Krieg hervorgerufen, sondern auch von der Börse. «Wo viele Leute Geld verloren haben», sowie durch die Lage auf dem Arbeitsmarkt, betont Bachofen.

Thomas Jaisli, der Leiter des Rechtsdienstes von hotellerieuisse,

gibt für die gegenwärtige Situation eine «unverbindliche Empfehlung»: «Zwar gebe die Situation dem Kunden eigentlich keinen rechtlichen Grund, einen Vertrag mit dem Hotel zu annullieren. «Wenn ein Monat für die Annullierungsrfrist vereinbart ist, dann bleibt es dabei.» Aber der Hoteller müsse jeden Einzelfall anschauen und für jeden Fall seine geschäftspolitische Abwägung machen, auch wenn die rechtliche Beurteilung anders ist.

«Wetten, dass ...» Luzern gewann

«Beeinträchtigt wurde bloss unser Nervenkostüm. Es war ja bis kurz vor Sendung nicht wirklich gesichert, dass diese auch tatsächlich live über die Bühne gehen würde», beschreibt Mario Lütolf, Direktor der Luzern Tourismus AG, die Spannung vor der Show. Aber dann fand sie doch statt und brachte Luzern einen unbezahlten Image-Gewinn mit Beigabe von 1400 Logiernächten, davon 90 Prozent in der Drei- und Vier-Sterne-, 10 Prozent in der Fünf-Sterne-Klasse.

Am 21. und 22. März, den Tagen der Generalprobe und Live-Sendung, weilten gegen 400 ZDF-Leute in Lu-

zern. Die an die ZDF-Produktionscrew abgegebene «Lucerne Card» wurde 400-mal abgesetzt. Mit dem Aufbau wurde bereits am 12. März begonnen. Während rund 10 Tagen flossen beachtliche finanzielle Mittel in den volkswirtschaftlichen Kreislauf Luzerns.

Insgesamt verfolgten 16,2 Millionen Menschen, was sich in der «SwissLifeArena» in Luzern abspielte: 1,25 Millionen in der Schweiz (Reichweite von 24,9%), 13,84 Millionen in Deutschland, 1,09 Millionen in Österreich mit einer Reichweite von 16,1 Prozent. KJV

SCHWEIZFERIEN / Junge Amerikaner, die im Berner Oberland und in «Balmer's Herberge» in Matten bei Interlaken ein paar Tage ausspannen, lassen sich den Winterspass vom Irak-Krieg nicht verderben. In der Schweiz fühlen sie sich sicher. **TONI RÜTTI**

«Von wegen Flugangst! Sollte ich etwa?»

«Ich fühle mich im Berner Oberland und in Balmer's Herberge sicherer als in London und sicherer als daheim in Tennessee. Vielleicht ist das naiv von mir, aber ich empfinde das nun mal so.» Dies sagt Ryan Edmonds (21), ein amerikanischer Student, der sich, aus London kommend, ein paar Tage Skiferien im Berner Oberland gönnt. Er kenne amerikanische Eltern, die ihre Kids gegenwärtig aus Angst vor Terror nicht nach Europa reisen liessen. Ältere Leute, die Amerika noch nie verlassen hätten, fürchteten sich mehr vor der weiten Welt als jüngere. «Zudem haben junge Amerikaner das Bedürfnis, die Welt mit eigenen Augen zu sehen, auch wenn Krieg ist.»

Kaum Bedenken haben auch die beiden Studierenden Whitney Duggan (21) und Sam Court (20) aus Minnesota, die in Schottland studieren. Sie geniessen ein paar Tage ohne Schulstress im Schnee. Auf die Frage, ob sie selber keine Flugangst kenne, kontert Whitney Duggan: «Von wegen Flugangst! Sollte ich etwa?» Sie verstehe aber die Leute, die zurzeit lieber zu Hause blieben. Aber es komme doch darauf an, wohin man reise. Auch Sam Court kann sich vorstellen, dass es Selbstüberwindung kostet, eine Über-



BEI DIESEN AMERIKANERN IST «FUN» ANGESAGT
V.l.n.r.: Ryan Edmonds, Tennessee, Whitney Duggan und Sam Court, Minnesota, Jerry Lin, Los Angeles, Daniel DiCicco, Washington DC, und Branden Peters, Kansas City.

seereise anzutreten. «Hätte ich mich nicht bereits in Schottland befunden, wäre ich vielleicht jetzt nicht hier. Meine Eltern sind weniger optimistisch als ich. Sie beten für mich», sagt Sam Court.

MAN SPRICHT EHER ÜBERS SKIFAHREN

Die beiden Studenten verfolgen das Kriegsgeschehen über CNN. Sie haben Bekannte, die einrücken mussten und sich jetzt im Irak befinden. Whitney Duggan: «Zu Gesprächen über den Krieg kommt es in Balmer's Herberge nicht so oft. Nicht jeder getraut sich, seine Pro- oder Kontra-Meinung kund-

zutun. Man spricht eher übers Skifahren und das Paragliding.» Jerry Lin (22), ein Student aus Los Angeles, der in Prag studiert, kam ins Berner Oberland «to have fun». Man begegne ihm in den Schweizer Alpen viel öfters als in Prag, wo man in ihm immer den Exoten sehe. Lin war schon früher mal auf einer Europareise mit einem Abstecher in die Schweiz. «Hier fühle ich mich so sicher wie nirgendwo sonst auf der Welt», sagt Jerry Lin. Die politische Weltlage beunruhigt ihn, doch Angst um Leib und Leben habe er eigentlich nicht.

Der Student Daniel DiCicco (20) aus Washington DC würde selbst bei der gegenwärtigen Weltlage ohne Bedenken überall hin reisen, «ausser in den

Mittleren Osten». In der Schweiz fühle er sich geradezu 100-prozentig sicher. «Ich glaube, die Schweiz ist das allerletzte Land, das die Terroristen angreifen.» Sein Sportskollege Branden Peters (21), der in einem Warenhaus in Kansas City tätig ist, sieht die Schweiz ebenfalls als ein «very peaceful country». Er fühle sich hier «like home», wie bei Müttern. Für DiCicco ist es die dritte Schweizreise, für Peters die erste, «aber gewiss nicht die letzte». «Wir Amerikaner denken ans Skifahren und an die Berge, wenn wir an die Schweiz denken», sagt Peters. Schnee gebe es in Amerika zwar auch, aber die Schweizer Mentalität sei für ihn absolut einmalig – «no stress, no hectic».

Dass in der Schweiz gegen den Irak-Krieg demonstriert wird, zum Teil sogar verbunden mit Gewalt und Ausschreitungen, haben DiCicco und Peters mitbekommen. Amerikaner, die nicht weltläufig genug seien, liessen sich von den TV-Bildern über Krieg, Gewalt und Protest täuschen. Diese Leute könnten professionell in Szene gesetzte Gewaltszenen nicht von der weit harmloseren Realität unterscheiden. DiCicco: «Viele Amerikaner glauben tatsächlich, im Ausland könnte man sie als lebende Zielscheibe benutzen.» DiCicco und Peters können das nicht nachvollziehen.

Gezieltes Marketing

Angeht es der in Übersee grassierenden Angst vor Reisen nach Europa und der Schweiz hat Interlaken Tourismus für die Nahmärkte zusätzliche Marketingaktivitäten veranlasst. Einerseits kommen die mit Schweiz Tourismus und der Jungfrau-Region realisierten Marketingpläne zum Tragen. Andererseits werden in den Nahmärkten zusammen mit der lokalen Hotellerie und den Bergbahnen Sonderangebote offeriert. TRU



hotelleriesuisse und happy AG arbeiten zusammen.



I wett i hett es happy-Bett.

Die beiden Partner lancieren das exklusive Sonderangebot „sleep & cash“, für Mitglieder von hotelleriesuisse.

Anlässlich der Besiegung der Partnerschaft stellten sich die beiden Verantwortlichen, Christian Hodler, Stv. Direktor der hotelleriesuisse und Stephan Egger, Geschäftsführer der happy AG, zu einem Interview zur Verfügung.

Was sind die wesentlichen Punkte Ihres neuen Konzeptes „sleep & cash“?

S. Egger: Wie der Name sagt, geht es darum, zuerst gut schlafen - dann erst zahlen. Die happy AG bietet den Mitgliedern von hotelleriesuisse an, die Matratzen zu mieten anstatt zu kaufen, und das zu sehr günstigen Konditionen. Dadurch schonen sie ihre Liquidität und die Matratzen gehen nach drei Jahren ohne weitere Kosten in ihr Eigentum über.

Schlafkomfort wird im Hotel je länger je wichtiger.

Hat die Firma happy AG heute in diesem hektischen Zeitalter überhaupt noch Zeit auch mal ans Schlafen zu denken?

S. Egger: Schlafen ist unser Geschäft. Somit lässt uns der Schlaf nie in Ruhe. D.h. unsere Unternehmung ist immer in Bewegung, die Bedürfnisse aller für einen guten entspannenden Schlaf zu erfüllen. Schlafen ist unsere Leidenschaft.

C. Hodler: „Schlafkomfort“ wird im Hotel je länger je wichtiger! Immer mehr Gäste achten, gerade bei längeren Aufenthalten, auf dieses Kriterium.

Ihre Firma ist unter dem Slogan: „I wett i hett es happy-Bett“ landauf und landab sehr bekannt. Gehören auch Hotels zu Ihrer Kundschaft?

S. Egger: Die langjährige Ausrichtung unserer Unternehmung auf die spezifischen Bedürfnisse der Hotellerie gibt uns die notwendige Kompetenz und Erfahrung zu wissen, was Hoteliers und Gäste wünschen. Die Lösung liegt in einem auf Komfort ausgerichteten Sortiment für den gesamten Schlafbereich.

Dies führt schon seit Jahren dazu, dass unsere Unternehmung im Schlafbereich alles aus einer Hand anbietet. Dies erleichtert dem Hotelier die Beschaffung und die Beratung ganz wesentlich. Deshalb gehören heute schon viele CH-Hotels zu unseren Referenzen.

C. Hodler: Die Firma happy AG geniesst im Rahmen von hotelleriesuisse einen ausgezeichneten Ruf. Sie steht insbesondere für Verlässlichkeit und Qualität.

Worin liegt der Erfolg der Firma happy?

S. Egger: Sehr gezielt die Bedürfnisse des Gastes zu

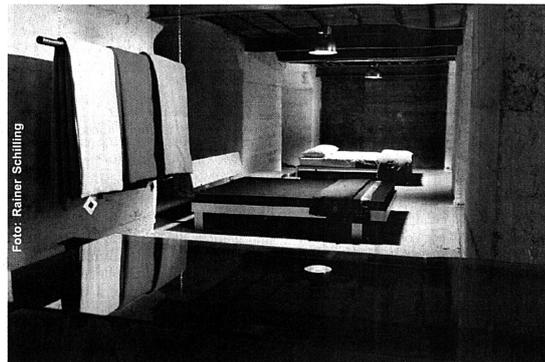
befriedigen, haben wir uns zur Aufgabe gemacht. Dabei haben wir erfahren, dass das Schlüsselkriterium für einen entspannenden und wohligen Schlaf nebst den aufeinander abgestimmten Produkten und eines qualitativ guten Matratzenbezuges, die Hygiene ist.

Nicht nur Produkte gehören zu unseren Leistungen sondern je länger je mehr auch ganze Dienstleistungspakete. Diese Angebote entstanden immer mit dem Ziel, dem Hotelier Mehrwerte zu erbringen.

Unter diese Leistungen zählen z.B. unser Matratzenreinigungsdienst, das Matratzenmietkonzept aber auch, dass der Hotelier auf Wunsch seiner Gäste unsere Matratzen verkaufen kann.

In welchem Hotel fühlen Sie sich speziell wohl?

S. Egger: Wenn ich unterwegs bin, favorisiere ich wenn immer möglich Hotels mit unseren happy Betten. Selbstverständlich fühle ich mich aber dort am wohlsten, wo ich eine positive Unternehmenskultur spüre, wo ich aufgestellte, tolle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erlebe.



Schlafen in Harmonie - happy Showroom Gossau SG



Stephan Egger, Geschäftsführer happy AG und Christian Hodler, Stv. Direktor, hotelleriesuisse

Wie kam es zur Zusammenarbeit zwischen hotelleriesuisse und happy?

Dienstleistungspakete wie Matratzenmietkonzept und Matratzenreinigung und auch Matratzenverkauf direkt ab Hotel.

S. Egger: Die Zusammenarbeit hat sich seit einiger Zeit schon irgendwie natürlich ergeben. Auf Grund unserer Kontakte und Erfahrungen, die wir im Hotelausstattungs Bereich mitbringen, bauten sich sehr bald persönliche Kontakte mit

Christian Hodler auf. Man verstand sich von der ersten Minute an hervorragend, haben doch beide Seiten - wohl mit einem anderen Ansatz - das gleiche Ziel vor Augen: Die Hotellerie in ihren Anliegen unterstützen und ihr Mehrwert liefern.

Als Schweizer-KMU sind wir flexibel, schnell und dynamisch und gehen auf spezifische Kundenwünsche sehr gerne ein.

C. Hodler: happy AG zeichnet sich durch innovative und pfiffige Konzepte aus. Dies zusammen mit den gemachten positiven Erfahrungen und menschlichen Kontakten bildete die Grundlage der nun anlaufenden, hoffentlich erfolgreichen, Zusammenarbeit.

sleep & cash

- Mieten Sie Ihre Matratzen.
- Sparen Sie Geld.
- Schonen Sie Ihre Liquidität.
- Nach drei Jahren gehören die Matratzen ohne Aufpreis Ihnen.

Interessiert?
Wählen Sie die Nummer der
Infoline von „sleep & cash“:
071 387 44 33

Attraktive Einführungsaktion

(gültig bis 31.10.2003)

CHF 1000.-
Warenbeitrag
oder Warengutschein

Bei Abschluss eines
Mietvertrages ab
30 Matratzen

Die happy AG versteht sich als Systemanbieter im Schlaf- und Wohlbereich von Hotels. Komplexe Bedürfnisse? Wir bieten innovative Lösungen zum Wohle des Gastes.



EDDY PETER / Die VSTD-Mitglieder bestätigten ihn an der DV in Luzern für ein weiteres Jahr als Präsidenten. SEITE 10



KIDSHOTELS / Schweiz Tourismus übernimmt per 1. September die Geschäftsstelle und das Marketing der Hotelgruppe. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

COMPAGNIE DES ALPES / Der französische Grosskonzern investiert in den Walliser Tourismus: Nach Verbier und Saas Fee profitiert nun auch der «Aquaparc» in Le Bouveret. Weitere Engagements in Schweizer Skistationen sind denkbar. ROBERT WILDI

Der Appetit der Franzosen ist vorhanden

Es sei keineswegs das Ziel der «Compagnie des Alpes» (CDA), in der Schweiz zum touristischen Gesamtanbieter zu avancieren, widerlegt Paul von Krause kursierende Gerüchte. Der Elsässer ist beim französischen Konzern, der mit gezielten Investitionen in Wintersportorte in den letzten Jahren markant gewachsen ist, für die Auslandsbeteiligungen verantwortlich. Neben dem Hauptmarkt Frankreich hat sich die CDA in Italien und der Schweiz, genauer im Wallis (siehe Kasten), zwei internationale Standbeine errichtet.

In Frankreich tritt die CDA in zahlreichen Wintersportorten als touristischer Gesamtanbieter auf. Beteiligungen an diversen Leistungsträgern wurden in den vergangenen Jahren markant ausgebaut und damit eine marktbeherrschende Position erlangt. 28 Prozent des französischen Wintersport-Marktes werden heute von der CDA kontrolliert. Die Aktivitäten des Konzerns konzentrieren sich ausschliesslich auf Wintersportdestinationen und lassen sich in folgende drei Bereiche unterteilen:

- **Bergbahnbetriebe:** Neben Mehrheits- und Minderheitsbeteiligungen an Bergbahngesellschaften in Frankreich, hält die CDA auch Aktienpakete an Gesellschaften in Italien und der Schweiz (Verbier und Saas Fee). Der Gesamtumsatz aus diesen Tätigkeiten beläuft sich auf 340 Millionen Franken. Darin sind allerdings die Engagements in der Schweiz nicht enthalten, da Minderheitsbeteiligungen nicht konsolidiert werden können.

- **Sportgeschäfte:** Die CDA spekuliert, dass sich Wintersportler künftig verstärkt mietweise mit Ski- und Wintersportausrüstungen eindecken werden. Deshalb hat der Konzern in zahlreichen Ski-gebieten – vorderhand nur in Frankreich – Sportgeschäfte eröffnet: Umsatz 22 Millionen Franken.

- **Themenparks:** Mit dem jüngsten Erwerb der französischen Themenpark-Betreiberin Grévin & Compagnie ist die CDA in diesen Wachstumsmarkt eingestiegen. Damit wurde die Kontrolle über zwölf Themenparks in Frankreich, Deutschland und den Niederlanden übernommen. Vor wenigen Wochen ist auch ein Schweizer Themenpark hinzugekommen. Der «Aquaparc» im Unterwalliser Le Bouveret wurde zu 100 Prozent in den Konzern einverleibt. Gesamtumsatz

Foto: Zug



AQUAPARC, LE BOUVERET

Vor kurzem hat die «Compagnie des Alpes» ihr Schweiz-Engagement um einen Themenpark erweitert: Der «Aquaparc» in Le Bouveret wurde zu 100 Prozent in den Konzern einverleibt.

mit Themenparks: 177 Millionen Franken.

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE INTERESSEN WAHREN

Das Geschäftsmodell eines touristischen Gesamtangebots wurde vom französischen Konzern auch in der Schweiz in Erwägung gezogen. «Die CDA plante zunächst, in Saas Fee Reisebüros und Sportgeschäfte zu eröffnen», erinnert sich Simon Bumann, der Tourismusdirektor von Saas Fee. «Wir haben den Franzosen allerdings klar signalisiert, dass wir dies aus Konkurrenzgründen nicht wollen», sagt er. Die CDA-Verantwortlichen akzeptierten diese Haltung und beschränkten sich auf die Beteiligung an den Bergbahnen. «Es ist auch in unserem Interesse, auf die volkswirtschaftlichen Bedürfnisse der Skigebiete einzugehen, um so die Basis für eine langfristige Partnerschaft zu legen», begründet Paul von Krause diesen Entscheid. Als CDA-Vertreter sitzt er heute im Verwaltungsrat der Bergbahnen Saas Fee AG.

Obwohl ein Ausbau der Beteiligung zurzeit nicht vorgesehen sei, kann sich der Elsässer vorstellen, dass

die CDA dereinst die absolute Aktienmehrheit beim Saas Fee Transportbetrieb übernehmen wird. Ein solches Szenario könnte für die Partnerschaft zwischen den Franzosen und der Oberwalliser Gemeinde zum Prüfstein werden, meint der Walliser Tourismus-Direktor Urs Zenhäusern. «Die CDA ist eine private Institution und führt ihr Geschäft nach betriebswirtschaftlichen Prinzipien», so Zenhäusern. Bei einer totalen Kontrolle über die Bergbahnen könne dies schnell dazu führen, dass der Betrieb im Sommer aufgrund schlechter Rentabilität eingestellt würde. Das wiederum würde der Saas Fee Volkswirtschaft schaden. «Die CDA ist sich dessen voll bewusst und hat uns zugesichert, im Sinne einer funktionierenden Feriengemeinde den Betrieb auch im Sommer aufrecht zu erhalten», gibt Simon Bumann Entwarnung.

WEITERE AMBITIONEN IN DER SCHWEIZ

Um die Aktivitäten in der Schweiz besser zu koordinieren, hat die CDA einen Schweizer Ableger gegründet. Unter der Marke «Swiss Alps» werden die Planung und Realisierung weiterer

möglicher Projekte betreut. «Wir können uns gut vorstellen, noch bei ein bis zwei weiteren Schweizer Skidestinationen einzusteigen», sagt Paul von Krause. Allerdings müssen die Voraussetzungen dafür stimmen. Vor drei, respektive einem Jahr lagen der CDA bereits konkrete Anfragen von Crans-Montana auf dem Tisch. Die Behörden der Unterwalliser Feriengemeinde erhofften sich von der Unterstützung des französischen Konzerns eine finanzielle Gesundung ihrer Bergbahnbetriebe. «Die Gespräche mit den Ver-

antwortlichen von Crans-Montana führten allerdings zu keiner einvernehmlichen Lösung und wir haben das Angebot letztlich abgelehnt», sagt von Krause.

Der Kanton Wallis erscheint ihm für weitere CDA-Engagements als plausibler Standort, da man sich mit Verbier und Saas Fee in dieser Ferienregion bereits bestens eingeführt habe. Möglichkeiten gibt es viele. «Zahlreiche Walliser Bergbahnbetriebe sind auf der Suche nach Investoren», so von Krause.

Markteintritt in Verbier und Saas Fee

Der Eintritt in den Schweizer Markt erfolgte vor einigen Jahren bei der Téléverbier SA: Die «Compagnie des Alpes» (CDA) trug mit einer 20-Prozent-Beteiligung massgeblich dazu bei, dass die damals in finanzielle Probleme geratene Seilbahngesellschaft der Unterwalliser Skistation wieder in Schwung kam.

Vor zwei Jahren folgte ein weiteres Engagement, diesmal im Oberwallis: Die CDA sicherte sich 38 Prozent des Aktienkapitals der Bergbahnen Saas

Fee AG und ist damit Hauptaktionär geworden. Für die Tourismusgemeinde kam die finanzielle Unterstützung des französischen Unternehmens sehr gelegen. «Wie viele andere Bergbahnbetreiber im Wallis und der ganzen Schweiz stand auch bei uns die Finanzierung auf wackligen Füßen», räumt Tourismusdirektor Simon Bumann ein. Heute stimmt die Kapitalbasis. Das hat man insbesondere den Investitionen der CDA zu verdanken. ROW

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

HUNKELER
GASTRO- UND HEIMTEXTILIEN

Ihr Fachgeschäft für:

- Bankett- und Tafel-Tischwäsche • fleckenabstossende Tischwäsche
- Bettwäsche und Betttücher • Frottierväsche • Küchenwäsche

Lassen Sie sich von unseren Ideen und unserem vielfältigen Angebot inspirieren!

Eduard Hunkeler – Gastro- und Heimtextilien
Rosenweg 1 – 6260 Reiden – Tel. 062 758 23 07
Natal 079 647 01 77 – Fax 062 758 41 47

happy YOU
Komplettes Schlafsortiment für Hotels.

happy systems™

I wett i nett es happy-Bett.

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



HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

SOLLTE IHR BETRIEB EIN BESSERES
BETRIEBSERGEBNIS ERREICHEN, ZB.

7% MEHR UMSATZ
4% WENIGER KOSTEN
= 50% MEHR GEWINN

WIR ERARBEITEN FÜR SIE DAS
KONZEPT - UNSER HONORAR RICHTET
SICH NACH IHREM ERFOLG.

POSTSTRASSE 5, CH-PFÄFFIKON SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
FAX 055/410'41'06



Stadt Bern

Die Stadt Bern vermietet auf den
1. Oktober 2003 den

Gasthof Sternen in Bümpliz

Das älteste Bümplizer-Wirtshaus aus
dem 13. Jahrhundert, in den Jahren
1990/91 silvovoll renoviert, ist in der
Fussgängerzone von Bümpliz sehr
zentral gelegen.

Im Erdgeschoss sind neben einer
modernen Küche zwei **Restaurants**
mit **total 70 Sitzplätzen**, im OG
befinden sich 4 schöne Stuben für
à la carte und Bankette mit insgesamt
100 Sitzplätzen und im Dachgeschoss
ist die schöne **3½-Zimmer-Wirt-
wohnung**. Im Sommer stehen auf der
Terrasse und im Garten nochmals
rund 100 Sitzplätze zur Verfügung.

Der am Gebäude angrenzende Stern-
ensaal wird durch den Trägerverein
Sternensaal betreut und kann für
Grossanlässe dazu gemietet werden.

Gesucht ist eine **initiative, solvente
Gastronomiepersönlichkeit**, welche
sich in Bümpliz zu integrieren versteht
und Wert auf eine gepflegte Küche
legt. Die Vermietung erfolgt zu **fairen
Bedingungen**.

Interessierte bitten wir die Miet-
unterlagen **schriftlich** anzufordern
bei der Liegenschaftsverwaltung
der Stadt Bern, Monika Geiser,
Schwanengasse 14, 3011 Bern oder
monika.geiser@bern.ch

Zu verkaufen, Agglomeration St. Gallen

Mehrfam.-Haus und Restaurant

Kompaktes saniertes Anlageobjekt, BR, 7,5% ba-
sierend auf absolut seriösen Mieterträgen, VP Fr.
4,3 Mio.

Ernsthafte, kapitalkräftige Selbstinteressenten
wenden sich für weitere Details bitte unter Chiffre
O 123-763582, an Publicitas AG, Postfach 1642,
9001 St. Gallen. 155354/382708

Nähe Lugano (Basso Malcantone)

BAR/RESTAURANT

Sonnenterrasse, grosser Parkplatz.
Ganzjahresbetrieb, gute Lage.

Zu verkaufen oder vermieten.

Nähere Auskunft unter
Tel. 079 519 07 09 oder Tel. 091 606 72 25
155445/421430

GESUCHT erfahrenes **Wirt-Ehepaar**,
welches bereit ist, im Raume Zofingen
nach Vereinbarung einen bekannten
und alteingesessenen

GASTHOF

zu übernehmen.
Interessenten melden sich unter
Chiffre 155233, **hotel + tourismus revue**,
Postfach, 3001 Bern. 155233/382708

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Planen Sie Ihre Karriere mit uns...

Wir können Ihnen interessante Angebote unterbreiten:

Geschäftsleitungen

Geschäftsführerpaar für grösseren Restaurations-
betrieb im CH-Mittelland

Direktionspaar für Geschäftshotel mit 140 Betten,
Restaurants, Seminarzentrum und Bankette

Möchten Sie sich selbständig machen?
(Miete oder Miete-Kaufangebote)

Hotel-Restaurant am Vierwaldstättersee
mit 90 Betten und grössere Restauration

Ital. Spezialitätenrestaurant mit verschiedenen
Lokalitäten und Bar / Oeschweiz

Ferienhotel mit 130 Betten, Kl. Graubünden
direkt an der Skipiste

Geschäftshotel mit 60 Betten, 2 Restaurants
und Seminarien-Bankette / Thurgau

Unterhaltungsort (600 Pers.) Stadt Bern

Hotel Garni mit 45 Betten und einer kleineren Restauration
im Kantonshauptort CH-Mittelland

Hotel mit 60 Betten und Restaurant in Klosters

Wir suchen Betriebe

Hotel Garni an einem CH-Ferienort

Hotels und/oder Restaurationsbetriebe in CH-Städten

POSTSTRASSE 5, CH-8808 PFÄFFIKON SZ
TEL. 055/410'15'57 - 079/422'37'24
FAX 055/410'41'06

Zu verkaufen

Hotelbetrieb in Leukerbad

Im Zentrum - Nähe Burgerbad

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
- Geschäftsort

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
390036/155280



**Schweizer
Paraplegiker
Stiftung**
Tel. 061-225 10 10
sps@paranet.ch
www.paranet.ch
PC 40-8540-6

Etwas Gutes tun

Denken Sie an die
Schweizer Paraplegiker-Stiftung
Verlangen Sie unsere Unterlagen

An schönster Lage Zürichs auf der
Aussichtsterrasse Waidberg
Zürich - Höngg per 1. Januar 2004 zu vermieten

Restaurant «Neue Waid»

Waidbadstrasse 45, 8037 Zürich

Das einzigartige Zürcher Restaurant «Neue Waid» auf der schönsten
Aussichtsterrasse mit Blick über die Stadt Zürich und den See ist als
Ausflugsbetrieb und Ort für Bankette, Firmen- und Familienanlässe weit
über die Stadtgrenzen hinaus bekannt. Die Spazier- und Sportmöglich-
keiten in der Umgebung des Waidberg gelten als beliebtes Erholungs-
gebiet der Stadtbevölkerung.

Nachdem sich der bisherige Mieter nach 30 jähriger Tätigkeit entschieden
hat in den Ruhestand zu treten, wird das Restaurant zur Neuvermietung
ausgeschrieben. Die anspruchsvolle Betriebsführung verlangt eine erfah-
rene und fachlich ausgewiesene Persönlichkeit, welche die hohen gastro-
nomischen Ansprüche und Traditionen aufnehmen und umsetzen kann.

Die Liegenschaft umfasst folgende Gasträumlichkeiten:

- Waid - Stube bis 100 Sitzplätze
- Alpen Grill bis 80 Sitzplätze
- Grill Stube bis 40 Sitzplätze
- Grill - Sonnenterrasse bis 120 Sitzplätze
- Maiensäss Restaurant und Bar bis 58 Sitzplätze
- Maiensäss Terrasse bis 80 Sitzplätze
- Jagd Stübli bis 28 Sitzplätze
- 2 Konferenzzimmer 6 bis 20 Sitzplätze
- Gartenwirtschaft mit Aussenbuffet bis 200 Sitzplätze

Im Restaurantgebäude befinden sich zudem die Küche, diverse Lager,
Kühl- und Tiefkühlräume, Gästetoiletten, Personalgarderoben, Büros,
Lingerie und Technikräume. Im separaten Personalpavillon befinden sich
17 Zimmer mit Sozialräumen.

In unmittelbarer Nähe der Gartenwirtschaft ist ein Kinderspielplatz einge-
richtet.

Im Umgelände befinden sich 25 Gästeparkplätze, weitere öffentliche
Parkplätze sind in der nahen Umgebung am Waidberg vorhanden.

Eine Broschüre gibt Auskunft über

- Abwicklung
- Bedingungen
- Objektbeschrieb

Unterlagen oder Informationen erhalten Sie bei
Robert Urfer, Tel. 01 / 216 52 66 oder Fax 01 / 216 53 59
E-mail: robert.urfer@lvz.stzh.ch



LIEGENSCHAFTENVERWALTUNG
DER STADT ZÜRICH

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

**Profitieren Sie von
unsere Branchenkenntnissen!**

Kauf & Verkauf

von Hotelliegenschaften.
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

In der Nähe von Lugano, an sonniger
Lage mit Seesicht, zu verkaufen
kleines

Hotel mit Restaurant

9 Zimmer, 70 Sitzplätze, Terrasse,
private Parkplätze, 3-Zi-Wirtswohnung.
Sehr gute Existenz für Fachleute, die
Wert auf persönliche Gästebetreuung
legen.

Anfragen bitte unter Chiffre 155337,
hotel + tourismus revue, Postfach,
3001 Bern. 155337/423710

IMMOBILIER

A vendre

Restaurant - Rôtisserie - Café

LA FERME

Zinal

Très bel objet datant des années 1800,
mobiliier rustique,

Rôtisserie 40 places
Salle à manger 45 places
Salle à raclette 15 places
Terrasse 80 places

En parfait état d'exploitation et bien
placé. Outil de travail très intéressant.
Remise pour cause de cessation
d'activité (retraite).

Des renseignements complémentaires,
ainsi qu'une documentation détaillée,
peuvent être obtenus auprès de:

Comptatrade Sàrl Société Fiduciaire
1012 Lausanne

Tél. 021 657 07 00, Fax 021 657 07 01
E-Mail: cptatrade@bluewin.ch
155336/39675

Val d'Anniviers

A vendre

Restaurant

situé au pied des pistes.
150 places + 60 places en terrasse.
Equipe complet et moderne.
Prix attractif (crédit vendeur possible)
Téléphone 022 365 25 45
423822/155470

Über Internet und nette Gäste.

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

SWISS CITIES / Wahlen an der Generalversammlung in Luzern

Neuer Präsident für Swiss Cities

Thomas Meier, Tourismusdirektor von Winterthur, ist neu Präsident von Swiss Cities. Er ersetzt Eddy Peter, Tourismusdirektor von Sion. Nachfolger von Meier im Vorstand ist Nicolas Zapf, Tourismusdirektor von Fribourg.

Die neuen Aufnahme-Kriterien in die Städtevereinigung Swiss Cities sind in der Vernehmlassung. Neu werden die Mitglieder über das Qualitätsiegel, über eine Internet-

Site mit der Möglichkeit, direkt zu buchen, verfügen müssen. Zudem muss der Tourismusdirektor der Stadt VSTD-Mitglied sein. Der Vertrag mit der Geschäftsstelle bei Schweiz Tourismus ist um zwei Jahre verlängert worden. Der neue City-Guide ist dieses Jahr in vier Sprachen in einer Auflage von 800 000 Exemplaren erschienen. Beigelegt wird der deutsche City-Guide dem Magazin «Facts», der französische der «Bilan», der italia-

nische dem «Carnet» und der englische den «Swiss News». Swiss Cities verfügt in diesem Jahr über ein Marketingbudget von 607 000 Franken. Geplant sind in den verschiedenen Märkten Medienreisen. In der Schweiz werden Publiportagen in Ferienspecials in Medien geschaltet, in Deutschland gibt es eine Kooperation mit «Nacht der Museen». In Italien sind auch Kooperationen mit TV-Stationen geplant. **CK**

Interpellation

Peter Vollmer. Statistiken über Verkehr und Tourismus werden laut Nationalrat und Direktor Seilbahnen Schweiz, Peter Vollmer, ungenügend erfasst und in den zuständigen Bundesstellen «unzulänglich weiterverarbeitet». Er fragt den Bundesrat mittels Interpellation an, ob er bereit sei, das Funktionieren der betreffenden Bundesämter «endlich zu gewährleisten» und ob er sicherstellen könne, dass die Kompetenz- und Abgrenzungsprobleme zwischen den Bundesämtern so gelöst würden. **TRU**

ÖSTERREICH / Logiernächte der Schweizer

Der Anteil ist kleiner

Es verbringen doch nicht ganz so viele Schweizer Gäste ihre Ferien im Tirol, wie im Artikel «Die Schweizer schätzen die Tiroler Gemütlichkeit und Mentalität» (Hr vom 20.3.03) festgehalten ist. Der Anteil an Schweizer Logiernächten (LN) im Tirol beträgt im Jahr 2002 4,25 Prozent von allen in- und ausländischen Übernachtungen in Österreich (1 768 941 LN). Die im Artikel angegebenen 53,8 Prozent beziehen sich ausschliesslich auf

den Anteil an schweizerischen LN in Österreich. 53,8 Prozent aller schweizerischen LN in Österreich entfallen also auf das Tirol. Vorarlberg verbucht 18 Prozent aller Schweizer LN, 7,47 Prozent beträgt der Anteil hochgerechnet auf alle in- und ausländischen LN in Österreich. Berechnet man die Anzahl der Schweizer LN lediglich im Rahmen der ausländischen LN Österreichs, generieren die Schweizer 3,83 Prozent LN. **CK**

BÖRSENBAROMETER / Der Irak-Krieg bestimmte den ganzen Börsenmonat März

Man hofft auf einen kurzen Krieg

Der Auftakt zum Börsenmonat März fiel wenig erfreulich aus. Die Aktienkurse sanken weltweit und erreichten bald einmal Tiefststände wie seit 1996 nicht mehr. Vereinzelt Zinssenkungen durch die Notenbanken waren keine Hilfe. Mitte März leitete dann das Stichwort «Irak», an den internationalen Wertpapiermärkten einen Umschwung ein. Als Präsident Bush klar machte, dass es zum Krieg komme, atmeten die Börsen auf: jetzt hatten sie endlich Gewissheit und konnten sich darauf einstellen.

Es zeigte sich rasch, dass das Szenario eines nur kurzen Krieges am meisten Unterstützung erhielt. Ein kurzer Krieg würde aber auch, so die allgemeine Meinung, der Konjunkturerholung zugute kommen. Zusätzlich geschürt wurde die Börsenstimmung dadurch, dass in vielen Titeln riesige leerverkaufte Positionen bestanden, die jetzt Hals über Kopf wieder eingedeckt wurden und die gleich prozentweise anziehenden Kurse noch zusätzlich beflügelten. Dass parallel dazu der Ölpreis nicht mehr weiter anzog, sondern langsam zurückkrebte, und ebenso der Dollar-Kurs sich kräftig steigern konnte, half entscheidend mit zu einer wieder gelockerten Stimmung vieler Anleger.

ENTTÄUSCHENDE JAHRESABSCHLÜSSE

Von den Schweizer Werten gab es fast nur Minus-Korrekturen zu vermelden. Angesichts der durchwegs enttäuschenden Jahresabschlüsse 2002 war dies auch nicht weiter verwunderlich. Das traf etwa für Titel wie Bon appétit, Mövenpick oder Swiss zu. Trotz eines recht stabilen Abschlusses, der sogar die Wiederaufnahme einer bescheidenen Dividendenzahlung zulässt, kamen auch die Aktien des Reisekonzerns Kuoni zu etwas tieferen Kursen zum Handel. Bei den Hotelaktien büsst Victoria-Jungfrau innert Monatsfrist rund 10 Prozent ein.

Im internationalen Bereich dominierten weiter die Diskussionen im Luftverkehr. Fast kein Tag vergeht, ohne dass eine Airline neue Einschränkungen bekanntgeben muss. Anhaltend negative Zahlen liefert auch die amerikanische Luftverkehrsindustrie, wo besonders der Marktleader American Airlines bzw. seine Dachgesellschaft AMR einer Konkurserklärung bedenklich nahe gekommen ist. In den USA geben besonders die enorm gestiegenen Treibstoffkosten zu denken, da viele US-Airlines ihre Treibstoffbezüge nur zu einem relativ bescheidenen Teil an den Terminmärkten abgesichert haben.

Der Irak-Krieg macht den Hotels und der Freizeitindustrie zu schaffen. Typisches Beispiel dafür ist Walt Disney. In einem etwas rosigeren Licht erscheinen McDonald's, nachdem die neue Pizza-Kette Donatos einen sehr guten Start hatte. **WL**

BÖRSE / Die Bergbahngesellschaften profitierten von sehr guten Schnee- und Wetterverhältnissen. Viele Skistationen konnten Umsatzzunahmen von 10 Prozent und mehr verzeichnen. **ALBERT LUSSI***

Die Schönwetterlage genutzt

Rechtzeitig zu den grossen Winteranlässen wie der Ski-WM und den Sportferien fiel viel Schnee. Die stabile Schönwetterlage trug dazu zu einem positiven Saisonverlauf bei. Es ist nicht verwunderlich, dass viele Skistationen Umsatzzunahmen von 10 Prozent und mehr gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnen können.

Dies trug unter anderem dazu bei, dass sich die Aktien der Schilthornbahn AG, Mürren, (Valor 227626) positiv entwickelten. Die Aktien verteuerten sich seit Anfang Jahr von 825 Franken (Geld) auf 860 Franken. Sie blieben weiterhin gesucht. Der eingespielten Schilthornbahn-«Crew» ist es zum einen gelungen, die Anlagen technisch auf dem neusten Stand zu halten. Zum anderen liessen sich die gleich hohen Ansprüche auch bezüglich der Bilanzqualität umsetzen. Unter Annahme einer unveränderten Dividende von 36 Franken vermag die Aktie auch den Renditeansprüchen der Anleger zu entsprechen (rund 4%).

FREQUENZANSTIEG AUF ALLEN ANLAGEN

Im abgelaufenen Geschäftsjahr (per 31. Dezember 2002) resultierte ein Anstieg der Frequenzen auf allen Anlagen von 5,8 Prozent auf rund 3,6 Mio. Franken. Das schlechte Wetter im Sommer 2002 ist für den Rückgang der Umsätze bei den Restaurationsbetrieben auf Birg und dem Schilthorn sowie bei den Kioskbetrieben verantwortlich. Die Restaurationsbetriebe in Mürren können indessen stabile Zah-



DIE SCHILTHORNBahn
Technisch sind die Anlagen auf dem neusten Stand. Die gleich hohen Ansprüche liessen sich auch bezüglich der Bilanzqualität umsetzen.

len vorweisen. Neben den Bergbahnen konnten aber auch die Hotels der Wintersportorte von den idealen Schnee- und Wetterverhältnissen profitieren. Zwar musste während der Ski-WM – um hier nur ein Beispiel zu nennen – das «Suvretta House» in St. Moritz (Valor 139553) die Abwesenheit gewisser Stammkunden hinnehmen. Dieser Anlass bot aber auch eine gute Gelegenheit, neue Kunden zu gewin-

nen. Jedenfalls ist man mit dem bisherigen Verlauf der Wintersaison sehr zufrieden.

Nach einem eher verhaltenen Auftakt in die Wintersaison konnten starke Gästezahlen im Februar und März den Rückstand auf das Budget bei den Park Hotels Waldhaus AG in Flims (Valor 138900) wieder mehr als wettmachen. 2003 wird für die Gesellschaft als «Baujahr» in die Geschichte eingehen.

Dieses wird die Park Hotels Waldhaus AG um ein neues Innen- und Aussenbad sowie um einen umfangreichen Fitness- und Gymnastikbereich bereichern.

ZIMMERAUSLASTUNG VON 96 PROZENT

Eine beneidenswert hohe Zimmerauslastung von 96 Prozent konnte die KW Kurhotel Weissbad AG in Weissbad (Valor 199268) vermelden. Es trifft den Nagel gewiss auf den Kopf, wenn es im Jahresbericht heisst, dass das Kurhotel Weissbad mit seiner Ausrichtung «dem Wandel vom Wohlstands- zum Wohlfühl-tourismus» gerecht wird. Das Gesundheits- und Ferienhotel scheint sich im Appenzellerland gut positioniert zu haben. Mit dem erwirtschafteten Gewinn von rund 530 000 Franken (+11,8%) konnte ein grosser Schritt getan werden, um den noch vorzutragenden Bilanzverlust auf rund 370 000 Franken zu senken. Gesundheit und Wellness sind keine Modeerscheinungen. Also kann davon ausgegangen werden, dass im laufenden Jahr dieser «Schönheitsfehler» noch ganz aus den Büchern verschwinden wird. Das erfolgreiche Geschäftsjahr ermöglichte es der KW Kurhotel Weissbad AG, langfristiges Fremdkapital in der Grössenordnung von 2,2 Mio. Franken zurückzuführen und den Eigenkapitalanteil von 49,6 Prozent auf 54,1 Prozent zu steigern.

* Direktor und Leiter Nichtkotierte und Nebenwerte der Luzerner Regiobank AG, Luzern

Aktuelle Tourismuswerte

BAHNEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Arosa Bergbahnen AG *	115	130		
Weisse Arena *	95	–		
Bergbahnen Disentis *	–	900		
Bergbahnen Saanenland	–	5		
Bergbahnen Unterwasser *	–	300		
BET Engelberg-Titlis *	580	–		
Davos-Parsonn AG *	420	–		
Diavolezza-Bahn AG	1625	1725		
Furtschellas-Bahn AG *	–	110		
Gondelbahn Grindelwald-Männlichen	150	–		
Hoch-Ybrig AG	18	–		
Klosters-Madrisa Bergbahnen AG	60	–		
Lenzerheide Bergbahnen-Danis-Stätz AG	–	130		
LSB Andermatt-Gemsstock *	–	7,5		
LSB Celerina-Salvuer *	330	–	+ 5	
LSB Fiesch-Eggishorn AG *	300	450		
LSB Klosters-Gottnagrat-Parsonn *	1000	–		
LSB Surlej-Silvaplana-Corvatsch AG	475	600		
LSB Wangs-Pizol *	–	330		
LSB Wengen-Männlichen AG	90	100		
Metschbahnen AG	–	80		
Pilatus-Bahnen AG	375	430	– 10	
Rigi-Bahnen AG	2,1	–	+ 0,1	
Savognin Bergbahnen AG	–	110		
Säntis-Schwebbahnen AG	900	960		
Schilthornbahn AG *	870	–	+ 30	
Seilbahnen AG, Blatten-Belalp-Aletsch	–	250		
SGV Vierwaldstättersee Prior	80	–		
Sportbahnen Bellwald Goms AG	–	50		
Sportbahnen Pitscha AG *	–	350		
Zürichsee-Fähre Horgen-Meilen	8900	–	+ 75	
Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft	–	105		

HOTELS/WELLNESS	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Bad Schinznach AG	785	825	– 30	
Dolder Hotel AG	4200	7800		
Hotel Celerina & Cresta Palace	450	–		
KHE Konferenzzentrum Egerkingen AG	750	–	+ 10	
Park Hotels Waldhaus AG	–	825		
Seiler Hotels Zermatt AG	650	–		
Kurhotel Weissbad AG	725	825		
Kurzentrum Rheinfelden Holding AG	200	–		
Thermalbäder & Grand-Hotels Bad Ragaz	6500	8000		
Thermalbad Zurzach AG	515	540		

CASINO

Casino Kursaal Interlaken AG	570	595	– 10	
Casino-Kursaal Montreux SA	620	–		
Kursaal Casino AG Luzern	240	270		
Stadtcasino Baden AG	650	–	+ 10	
Kongress & Kursaal Bern AG	–	245		

AUTOBAHNRASTSTÄTTEN

Gotthard Raststätte N2	–	285		
Gestione Stalvedro SA	1850	2100		
Lurag Luzerner Raststätte	710	740		
Raststätte Rheinalp AG	1950	–		
Raststätte Thurau AG	4175	–		

Schlussstand 10.03.03	74,45 Punkte
Schlussstand Vorperiode (17.02.2002)	74,94 Punkte
Extremstände 1993/2003	127,90/74,55

* = Index-Titel

Quelle: Luzerner Regiobank, Luzern

ALBERT ZIEGLER

«Menschen muss man mögen»



«Vertrauen führt», zu diesem Thema sprach der Jesuitenpater Albert Ziegler am Tourismusforum der Alpenregionen in Davos. – Einige Denkanstösse aus seiner Rede:

«Vertrauen ist der Versuch, in einer unübersichtlichen Lage so viel Übersichtlichkeit zu gewinnen, dass man handeln und führen kann.»

«Vertrauen ist noch nicht die ganze Führung. Aber ohne Vertrauen ist die ganze Führung nichts.»

«Der Grundgedanke heisst: So viel Kontrolle wie unbedingt nötig, so viel Vertrauen wie irgendwie möglich.»

«Ohne Vertrauen können wir nicht leben. Wir vertrauen einander – sachlich und menschlich – den ganzen Tag. Aber das Vertrauen darf nicht blind, es muss begründet sein. Und worin ist das Vertrauen begründet? – In der Erfahrung.»

«Menschen muss man mögen, so dumm wie sie sind. Denn es gibt keine anderen.»

«Was veranlasst jemand, ein Stammgast zu werden? Er fühlt sich ein bisschen daheim, dank der Leute, die ihm mehr gegeben haben als Beherbergung, Beförderung und Verköstigung. Was hier entsteht, ist Vertrauenskultur.»

«Ich wünsche Ihnen, dass Sie jeden Tag neu anfangen, Vertrauen zu schenken und vertrauenswürdig zu sein. Und dass Sie auch mit Ihrer fachlichen Führungskompetenz die menschliche Wärme nicht vergessen.»

SST

SCHWEIZER TOURISMUSDIKRETOREN / Der Verband Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD) feierte seinen 75. Geburtstag. Präsident Eddy Peter wurde wider die Statuten für ein fünftes Jahr bestätigt. **CHRISTINE KÜNZLER**

«Es ist die beste Lösung für alle»

«Der Tourismus ist eine reife Branche, und es würde ihr gut tun, sich weniger in Frage zu stellen und sich ihrer Bedeutung für die Schweiz bewusst zu sein.» Franz Steinegger, Nationalrat und Präsident des Schweizer Tourismusverbands, hielt an der Generalversammlung des Verbands Schweizer Tourismusdirektoren (VSTD) in Luzern die Geburtstagsrede. Denn die GV war zugleich die Feier des 75-Jahr-Jubiläums des VSTD. Steinegger wünschte dem VSTD, dass er weiterhin in Form bleibe. «Sie sind ein wichtiger Wegbereiter für einen zukunftsorientierten Tourismus.»

Präsident Eddy Peter wurde für das fünfte Amtsjahr bestätigt. Diese Wiederwahl ist einmalig, weil die Amtszeit des Präsidenten auf vier Jahre beschränkt ist. Sie sei, sagte Vorstandsmitglied und Tourismusdirektor von Engelberg, Fredy Miller, aber die beste Lösung für alle. «Eddy Peters unermüdlicher Einsatz hat für uns Vorbildcharakter», so Miller. Neuwahlen hat's auch bei den Vorstandsmitgliedern gegeben. Edith Strub tritt nicht nur von ihrem Amt als Zürcher Tourismusdirektorin zurück, sondern auch aus dem VSTD-Vorstand. Sie bleibt aber in der Arbeitsgruppe, die über die zukünftige Ausrichtung des VSTD nachdenkt. Diese wird einen Vorschlag für die Revision der Mitgliederkategorien und Aufnahmebedingungen vorlegen, um einem breiteren Kreis von Touristikern die Aufnahme in den VSTD zu ermöglichen und so einen Zuspuf in die Vereinskasse zu generieren. Edith Strubs Nachfolger im Vorstand wird der Basler Tourismusdirektor Daniel Egloff. Neugewählt worden ist auch Hanspeter Mazenauer, Marketingleiter bei Ostschweiz Tourismus. Mit ihm ist der Vorstand auf sieben Mitglieder erweitert worden. 52 Mutationen hat es 2002 bei den Mitgliedern gegeben: 17 Austritte, 21 Übertritte und 14 Neueintritte.

EINE EINLAGE IN DEN ZUFRIEDENHEITSFONDS

Peter quittierte seine Wiederwahl mit Freude. Das Engagement für diesen Verband und die Zusammenarbeit mit den Vorstandskolleginnen und -kollegen seien sehr befriedigend. «Ich gönne mir dieses Engagement als

Foto: Christine Künzler



DIE NEU- UND WIEDERGEWÄHLTEN

Von links: Daniel Egloff (Vorstandsmitglied), Eddy Peter (Präsident) und Hanspeter Mazenauer (Vorstandsmitglied).

langfristige Einlage in den eigenen Zufriedenheitsfonds und manchmal auch in den Lebenserfahrungsfonds.» In den letzten Jahren habe der VSTD «den Berufsstand gestärkt und unsere Stellung verbessert, wir übernehmen wichtige Aufgaben in der Aus- und Weiterbildung, bieten den Mitgliedern ein Netzwerk und vermitteln Ansprechpartner nach innen und nach aussen», fasste er zusammen. Die wichtigste Aktivität im Jahr 2002 war die Erhebung der Löhne der Tourismusdirektoren. Der VSTD-Vorstand hat aber an seiner letzten Sitzung beschlossen, die Resultate nicht zu veröffentlichen. Nur so viel: Es sei kein direkter Zusammenhang zwischen Führungsverantwortung und Lohn festgestellt worden. Fachliche Verantwortung und regionale Aufgaben würden eher höher honoriert; am ehesten erkennbar sei ein Zusammenhang zwischen Logiernächten und Löhnen. Die Fringe Benefits (Zusatzleistungen) wirkten eher massge-

schneidet als dass sie einem Schema folgten. Klar sei, so Peter, dass Motivation und Einsatz bei den Tourismusdirektoren weit höher sei im Vergleich mit anderen Dienstleistungsbranchen, die Löhne jedoch deutlich tiefer.

FINANZEN: TEURE KV-REFORM

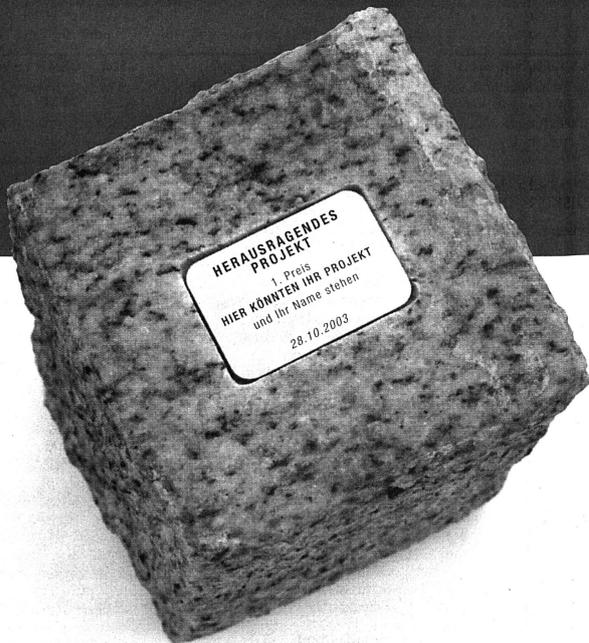
Das Thema Finanzen beschäftigt den VSTD auch in einem anderen Zusammenhang. «Mit der KV-Reform hat der Verband einen namhaften Happen zu verdauen», so Peter. Der Modelllehrgang schlug letztes Jahr mit gut 12 000 Franken zu Buche. Aufgewendet wurden 2002 total 90 665 Franken, budgetiert waren 78 060 Franken. Die Jahresrechnung schliesst mit einem Plus von 7302 Franken.

Charles Christen, ehemaliger Tourismusdirektor von Engelberg und seit 1968 Mitglied beim VSTD, erzählte aus den Anfangszeiten des Verbands. Beispielsweise stand an der GV zum 25.

geburtstag des VSTD im September 1953 folgendes Thema auf der Traktandenliste: «Erfolgreicher Abschluss der zehnjährigen Verhandlungen mit den SBB für die Abgabe des Halbtaxabo an die Mitglieder.» Anders als heute waren die beruflichen Voraussetzungen der Tourismusdirektoren. So erinnert sich Christen daran, dass die Tourismusdirektoren früher hauptsächlich Lehrer, SBB-Beamte, Journalisten oder Kaufleute waren. Berufsfragen waren die Schwerpunkte der damaligen VSTD-Tätigkeiten. «Es galt, der Bezeichnung Direktor in den Verträgen auch die nötigen Kompetenzen zu sichern», so Christen. Gegen Ende der 60er-Jahre war die kommerzielle Tätigkeit der Verkehrsvereine ein wichtiges Thema. «Ich vergesse nie, wie Raymond Jaussi, (ehemaliger Tourismusdirektor von Montreux. Anm. d. Red.) einmal sagte: «Tourism is a business, not a charity.» Christens Fazit nach 40 Jahren Tourismus: «Es war eine schöne Zeit – ich möchte sie nicht missen.»

Anzeige

www.htr-milestone.ch



Ihre Erfolgsgeschichte zählt. Bewerben Sie sich jetzt!

2003 wird der MILESTONE. TOURISMUSPREIS SCHWEIZ. bereits zum vierten Mal verliehen. Vergeben wird der Preis für Innovation im Tourismus in den Kategorien: «Herausragendes Projekt», «Nachwuchskraft mit aussergewöhnlichen Leistungen» und «Lebenswerk einer Persönlichkeit».

Bewerbungsunterlagen im Internet unter www.htr-milestone.ch oder Telefon 031 370 42 16

Einsendeschluss: ab sofort bis 31. Juli 2003



Staatsekretariat für Wirtschaft
Secretariat of the Economy
Segretariato di Stato dell'economia
State Secretariat for Economic Affairs

seco

Schweizer
Tourismus-Verband
Fédération suisse
Federazione Svizzera
du tourisme
del turismo

«CELEBRATIONPOINT» / Forum für Event-Orte und Plan einer Hotelgruppe

Event-Messe auf dem Üetliberg

Eine neue Hotelgruppierung unter dem Namen «Celebration-Hotels» ist in Planung. Die soll Hotels umfassen, die sich auf Veranstaltungen, Incentives und Seminare spezialisiert haben. Am Montag, dem 30. Juni 2003 veranstaltet Ming Marketing & Event, als planender Initiator dieser Hotelgruppe, zum ersten Mal, auf dem Üetliberg in und um das renovierte Hotel Uto Kulm eine neuartige Messe: «Celebrationpoint '03». Die

Messe richtet sich an alle Personen, die beruflich oder privat Veranstaltungen, Incentives, Exkursionen, Rahmenprogramme, Seminare oder Kongresse organisieren und sich für neue Ideen inspirieren lassen wollen.

Neu ist, dass sich die Aussteller wenn möglich live in Aktion präsentieren, es keine eintönige Messehalle gibt und dass die ganze Registrierung und Anmeldung nur über das Internet

möglich ist. Die Besucher können sich im Voraus Gesprächstermine mit den Ausstellern sichern. Damit Celebrationpoint eine Begegnungsplattform bleibt, wird zusätzlich eine Internet-Suchmaschine für Locations und Eventdienstleistungen aufgebaut (auf der bereits bestehenden Website www.celebrationpoint.ch) und nach der Messe aufgeschaltet. **KJV**

E-Mail: info@celebrationpoint.ch.

«VICTORIA-JUNGFRAU» / Medizinische Tests und persönliche Gespräche

«Better Aging» im Grand Hotel

Das Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken bietet in Zusammenarbeit mit Spezialärzten der Fachgebiete Kardiologie, Endokrinologie, Gynäkologie, Urologie, Rheumatologie und Sportmedizin ein neuartiges Angebot. Individuelle medizinische Tests, Analysen und persönliche Gespräche mit Professoren, Ärzten und einem Kompetenz-Team sollen den Weg zum «Better Aging» weisen. Das Programm einer Better-

Aging-Seminarwoche im «Victoria-Jungfrau» ist abwechslungsreich. Es soll möglichst umfassend aufzeigen, was Medizin, Fitness und Ernährung vorbeugend bewirken können, damit Menschen möglichst fit älter werden.

Gleich nach der Ankunft im «Victoria-Jungfrau» wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern erst einmal Blut abgenommen. Wenige Stunden später liegen bereits die Ergebnisse vor.

Blutzucker, Cholesterinspiegel und die übrigen Werte liefern den Ärzten und Ernährungsberatern, die das Seminar begleiten, die Daten für die individuellen Beratungen. Das Spezialistenteam für Herz, Haut, Hormontherapien und Ernährung wird durch Sportmediziner ergänzt, die physische Belastbarkeit und Bewegungstherapie in Einklang bringen. Die Gruppe besteht maximal aus 16 Frauen und Männern. **KJV**

BEST WESTERN SCHWEIZ / Stabile Jahresbilanz

Stammgäste hielten Treue

«Erwartungsgemäss», wie Peter S. Michel, CEO der Best Western Swiss Hotels erklärt, brachte das Jahr 2002 der Gruppe einen leichten Rückgang bei den Logiernächten und im Umsatz in der Schweiz. Zulegen konnte Best Western jedoch wiederum bei den Mitgliedern des Treue-Programmes Gold Crown Club International.

Die Zentrale der Best Western Swiss Hotels vermittelte im Jahr 2002 insgesamt mehr als 73 000 Übernachtungen an die 65 Schweizer Partnerhotels. Dies entspricht rund 1000 Logiernächten weniger (-1,34%) als 2001. Die Schweizer Hotellerie büsste im gleichen Zeitraum 4,9 Prozent Logiernächte ein. Michel führt das im Branchenvergleich positive Ergebnis hauptsächlich auf «das gute Preis-Leistungs-Verhältnis der Best-Western-Hotels» sowie auf die Anfang 2002 eingeführten neuen «Minimum Standards» zurück, die vor allem bei Geschäftsreisenden positiven Anklang gefunden hätten.

HOHE KUNDENLOYALITÄT
NEU GEWÜRDIGT

Die Mitglieder des Best-Western-Loyalitätsprogrammes Gold Crown Club International sorgten dagegen erneut für ein positives Resultat und verbuchten in den Hotels in der Schweiz 7,3 Prozent mehr Umsatz, nämlich 5,9 Mio. Franken. Der Club umfasst weltweit 2 Mio. Mitglieder. In der Schweiz sind 9200 «Frequent Travellers» registriert. Aufgrund der hohen Loyalität der Best-Western-Gäste wird dieses Programm ausgebaut. Ab 15 Übernachtungen jährlich steigt das Clubmitglied in die Kategorie Diamond auf, und ab 30 Übernachtungen erhält der Reisende die Platinum-Karte. Dies bedeutet für beide Kartenkategorien mehr Punkte, die in Gratisübernachtungen umgewandelt werden können. Die

«Quo vadis 2003?»
und die Antwort

Der Reiseverkehr werde parallel zur internationalen politischen und wirtschaftlichen Lage verlaufen, sagt Peter S. Michel, CEO der Best Western Swiss Hotels. Sobald sich eine Entspannung abzeichnen, werde das Reisegeschäft rasch anziehen. «Auf die Reservationen in Best Western-Hotels in der Schweiz dürfte sich bei einer Besserung der Weltlage auch die Erholung der wichtigsten Fremdwährungen US-Dollar und Euro positiv auswirken.» Generell rechnet Best Western Swiss Hotels mit einem leichten Wachstum der Übernachtungen ab Jahresmitte.

Mit dem Relaunch des Stammkundenprogrammes Gold Crown Club International und der Lancierung der Best Western Travel Card – einer SmartCard-Lösung für vorausbezahlte Übernachtungen – verfüge Best Western über starke Instrumente, in Zukunft wiederum auf Wachstumskurs zu gehen, betont Michel. Mit der neuen Kategorie «Best Western Premier» bestehe zudem die Möglichkeit, zusätzliche Hotels im oberen Vier-Sterne-Bereich für die Marke zu gewinnen. **KJV**

Diamond- und Platinum-Gäste erhalten zudem weitere Zusatzleistungen. Der treueste Best-Western-Stammkunde verbringt beinahe jede zweite Nacht in einem Best-Western-Hotel.

INTERNATIONALE GÄSTE
DOMINIEREN: 44% USA

Die internationalen Gäste stellen nach wie vor den grössten Teil der durch die Zentrale vermittelten Kundenschaft dar. 44 Prozent der durch Best Western an die Schweizer Hotels vermittelten Gäste stammen aus den USA, 11 Prozent aus Grossbritannien und 8 Prozent aus Deutschland. Die Schweizer Gäste sind mit 4 Prozent vertreten, gefolgt von Asien, Italien und den Niederlanden.

Beim Loyalitätsprogramm Gold Crown Club International sind die Schweizer mit 38 Prozent und die Deutschen mit 24 Prozent die treuesten Gäste. Mit 10 Prozent folgt Grossbritannien, Frankreich mit 6 Prozent und Schweden sowie Italien mit je 4 Prozent. Die amerikanischen Gäste, die für die Best-Western-Hotels mit zu den wichtigsten Kunden gehören, sind beim Punktesammeln mit lediglich 4 Prozent deutlich untervertreten. Rund 90 Prozent der Übernachtungen der Stammkunden in den Schweizer Best-Western-Hotels stammen aus Europa.

INTERNET-BUCHUNGEN
BEREITS BEI 20 PROZENT

Der Anteil der Internetbuchungen hat sich in einem Jahr um die Hälfte auf 20 Prozent gesteigert. Über die globalen Distributionssysteme wurden 45 Prozent der Übernachtungen – hauptsächlich durch Reisebüros und Reisestellen – gebucht, und 35 Prozent der Reservationen erfolgten über Gratistelefon an eines der Call-Centers in Dublin, Mailand, Sydney und Phoenix (USA). **KJV**

Web-Besucher
verdoppelt

Mit 54 000 Visits erreichte die Zahl der Besucher auf der Website der Best Western Swiss Hotels im Februar 2003 einen neuen Spitzenwert. Die Website war zum Jahreswechsel 2002/2003 überarbeitet worden. Vor dem Relaunch von www.bestwestern.ch lag der Schnitt bei rund 27 000 Besuchern monatlich. Seit Januar stiegen die Besucherzahlen kontinuierlich auf rund 54 000.

«Best Western Swiss Hotels ist Teil einer der grössten Marken der Welt», sagt Stefan Gilgen, kreativer Leiter der Berner Werbeagentur Blitz & Donner, die für den Web-Auftritt von Best Western Swiss Hotels verantwortlich zeichnet. «Das Hauptaugenmerk bei der Aktualisierung von bestwestern.ch lag auf einer optimierten Benutzerführung sowie der konsequenten Umsetzung der Markenstrategie», sagt Gilgen. Die potenziellen Gäste sollen auf der Website schnellstmöglich das richtige Hotel finden. Heute realisiert Best Western bereits rund 20 Prozent aller Buchungen via Internet. Zusätzlich werden aus der Website zahlreiche Direktbuchungen bei den Hotels generiert. **KJV**

Foto: Zög



AUSBLICK AUF SEE UND METROPOLE

Alle Räume des erneuerten Hotels Uto Kulm sollen durch ein edles Ambiente sowie klare Linien und Formen überzeugen. Der Ausblick auf Zürich und seinen See ist als Wertsteigerung ohnehin eingeschlossen.

ÜETLIBERG / Der «Uto-Kulm»-Hoteldirektor Giuseppe Fry hat Millionen in den Totalumbau seines exponierten Hauses investiert. **ROBERT WILDI**

Bündner on Top of Zurich

Er sei zurzeit ein recht gefragter Mann, sagt Giuseppe Fry. Der 43-jährige Bündner Touristiker, der schon seit 20 Jahren auf dem Zürcher Üetliberg tätig ist, hetzt von Termin zu Termin und kommt kaum zur Ruhe. Kein Wunder, denn der Direktor und Eigentümer des Hotels Uto Kulm hat in den letzten Jahren einiges bewirkt. Insgesamt 15 Mio. Franken hat er seit 1999 investiert, um das höchstgelegene Hotel von Zürich komplett umzubauen und zu renovieren.

LEISTUNGS AUSWEIS HALB
BEI KREDITDISKUSSIONEN

In Hotelierskreisen stösst Frys Unternehmenseifer vor allem in der heutigen Zeit auf Unverständnis. Solche Investitionen liessen sich doch nie und nimmer amortisieren, bekam der Bündner von vielen Seiten zu hören. Fry ist da anderer Meinung. «Gerade in der jetzigen Krise muss ein Hotelbetrieb investieren, um eine langfristige Überlebensgrundlage zu schaffen», lautet seine Überzeugung. Er ist überzeugt, dass sich der Qualitätssprung des Hotels Uto Kulm in einem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil niederschlagen wird. Die Verbesserung von drei auf vier Sterne ist bereits ein Anfang. Frys langjährige Erfahrung sowie ein ansehnlicher Leistungsausweis haben sich bei den Kreditdiskussionen mit den Banken positiv ausgewirkt. Der Bündner konnte aus dem Vollen schöpfen und die notwendigen Mittel für die Totalerneuerung des «Uto Kulm» beschaffen.

Begonnen haben die Neubau-Arbeiten vor vier Jahren. Damals wurden im Nebentrakt des Hotels die ersten Romantikzimmer eingerichtet sowie zwei Seminarräume umgebaut. «Damals entstand meine Vision, dem Hotel einen komplett neuen Anstrich zu verleihen», erinnert sich Giuseppe Fry. Diese Idee liess ihn nicht mehr los. Und so kam es, dass der Bündner als Bauherr und in enger Zusammenarbeit mit den Architekten Thomas Wyss die gesamten Infrastrukturen des Hotels erneuerte. Die Bauzeit für diese zweite Etappe betrug 14 Monate, Baubeginn war im Januar 2002.

ZWECKMÄSSIGKEIT
UND ROMANTIK

Das Ergebnis lässt sich sehen. Sämtliche 52 Hotelzimmer sowie die drei neuen Suiten erstrahlen nach dem Umbau in neuem Glanz und verfügen über einen deutlich höheren Qualitätsstandard. Alle Räume überzeugen durch ein edles Ambiente sowie klare Linien und Formen. «Die Zimmer müssen unter der Woche den Bedürfnisse der zahlreichen Seminarerträge entsprechen und am Wochenende eine besondere Atmosphäre für romantische Stunden bieten», erläutert Fry. Dieser Spagat ist gut gelungen.

Neben praktischer Zweckmässigkeit bleibt viel Platz für träumerische Zweisamkeit. Zum Beispiel in einer Suite mit herzförmiger Badewanne und Sternenhimmel-Decke. Im Rah-

men des Neubaus entstanden im «Uto Kulm» zusätzlich insgesamt neun neue Seminarräume, der grosszügige Wintergarten «Giardino» mit VIP-Terrasse, ein kleiner aber edler Wellness-Bereich, eine neue Hotelbar mit für die Gäste zugänglichem Weinkeller sowie ein vergrösserter Eingangsbereich mit geräumigerer Lobby und erneuerter Reception. Giuseppe Fry freut sich auf die Reaktionen der Gäste. Durch den Neubau des Hotels wird der Üetliberg gesamtheitlich aufgewertet. «Die Leute werden schnell sehen, dass hier oben etwas Einmaliges entstanden ist», so der Bündner. Aus dem einstigen reinen Tagesausflugsziel für Erholung suchende Zürcher ist eine echte Alternative für das romantische Wochenende mit Übernachtung geworden.

Neubau Hotel
Uto Kulm

Das neu renovierte Hotel Uto Kulm wird Ende März seine Tore öffnen. Es verfügt neu über 52 Zimmer mit Deluxe-Viersterne-Komfort sowie drei exklusive Suiten. Die neue Wellness-Landschaft ist mit Sauna, Dampfbad, Erlebnis-Aromadusche und Eisgrotte ausgerüstet. Dazu kommen eine neue Hotelbar, ein Wintergarten mit Terrasse und ein Weinkeller. Das «Uto Kulm» ist ein Seminarhotel, das sich auch für Romantikgäste eignen soll. Der Umbau hat insgesamt 15 Mio. Franken gekostet. **ROW**

GALILEO / Buchungs-Tool «SpecialAgent»

Business-Travel-Agent

«SpecialAgent» ist ein neues Corporate Booking Tool von Galileo, mit dem Firmenkunden eine umfassende Kontrolle über sämtliche Aspekte des Reise-Managements haben. Das Tool kann über jeden Web-Browser bedient werden. Der Reisende kann seine Buchung selbst vornehmen, während automatisch die für ihn geltenden Reiserichtlinien beachtet werden und die Richtigkeit jeder Transaktion gewährleistet

wird. «SpecialAgent» beinhaltet eine Datenbank zur Eingabe, Verwaltung und Pflege von Reiserichtlinien. Verfügbarkeiten werden abhängig von der hinterlegten Reiserichtlinie angezeigt und enthalten Hinweise, ob diese erfüllt werden. Die Benutzerführung können auch Personen ohne Erfahrungen mit Central Reservation Systems verstehen. Vorlagen für sich wiederholende Reisen können hinterlegt werden. *KJV*

SWISS / Neuer Bonus-Partner Movenpick

Hotel-Meilen für Flüge

Ab dem 1. April 2003 können Mitglieder des «Swiss TravelClub», des neuen Vielfliegerprogramms der Swiss International Airlines, bei ihrem Aufenthalt in den Movenpick Hotels & Resorts Meilen sammeln. Jede Übernachtung in einem Movenpick-Hotel wird mit 500 Bonusmeilen und jedes Wochenende mit 100 Bonusmeilen belohnt, bei offiziellen Standardtarifen oder Geschäftsreisen. – Als neuer Partner des Swiss-Travel-

Clubs offerieren die Movenpick Hotels & Resorts für die beiden Startmonate April und Mai 2003 sogar dreifache Meilen für die Übernachtung. Verdoppelte Bonusmeilen des Swiss-TravelClubs werden von folgenden Hotelgruppen gewährt: Hilton (1. April bis 30. Juni, ab 2 Nächten), Raffles International (bis 30. April), Shangri-La (bis 31. Mai), und Hyatt (bis 30. April, ab 2 Nächten, dreifach für Park Hyatt und Grand Hyatt). *KJV*

BERLIN / Neues Hotel am Potsdamer Platz

Aufrichte-Feier für Ritz

Dem zweiten Hotel Ritz-Carlton Hotel Company in Deutschland, dem Herzstück des Beiseheim-Centers am Potsdamer Platz in Berlin, wurde das Aufrichte-Symbol abgesetzt. Anlässlich dieser Zeremonie begrüßte der Österreicher Walter Junger, Vice President und Area General Manager des neuen Luxushotels, den Berliner Bürgermeister Klaus Wowereit sowie den Präsidenten von Ritz-Carlton, Simon Cooper. Das direkt

am Potsdamer Platz gelegene «The Ritz-Carlton, Berlin» wird ab Ende des Jahres/Anfang 2004 mit 302 Zimmern und einem insgesamt 1700 Quadratmetern grossen Veranstaltungsbereich seine Gäste begrüssen. Die eleganten Zimmer, die 31 Executive-Suiten, die über 200 Quadratmeter grosse Ritz-Carlton-Suite sowie «The Ritz-Carlton Club» werden mit modernsten technischen Einrichtungen ausgestattet sein. *KJV*

PENINSULA, FAIRMONT / Jahresergebnisse zweier Luxusmarken

Qualität auch in Krisenzeit

Die asiatische Peninsula und die kanadisch-amerikanischen Fairmont Hotels haben das Jahr 2002 mit wachsenden Umsätzen und Gewinnen überstanden. Während europäische Hotelgruppen gnadenlos Kostenkontrolle betreiben, differenziert Clement Kwok, der neue Chief Executive Officer der Hongkong und Shanghai Hotels Ltd. (HSHT), der Muttergesellschaft von Peninsula Hotels: «Ich sage meinen Mitarbeitern: Lasst uns effizient denken, nicht einfach nur Kosten sparen!» Kwok lässt beispielsweise Arbeitsprozesse und Lieferungen überprüfen und setzt auf Teamwork. «Der Stolz auf das Produkt motiviert Mitarbeiter», sagt er, «denn Luxus kann man nicht mit grüzigem Gesicht verkaufen.»

Das scheint zu fruchten: Die Erträge der acht Hotelbetriebe stiegen letztes Jahr um 14 Prozent auf 1,9 Mia. Hongkong-Dollar. Die Hongkong-chinesische Kadoorie-Familie führt seit über 100 Jahren das Unternehmen. Clement Kwok erläutert die Strategie: Neben der Qualität geht es dem Peninsula-Management darum, den Wert der Hotelimmobilien zu erhalten und zu steigern. Das will man erreichen durch die Steigerung der operativen Ergebnisse, durch Neueröffnungen sowie durch die Renovierung und thematische Verjüngung bestehender Hotels. Das «Peninsula New York» etwa führt seine stabilen Ergebniszahlen auch auf ein komplett neues Restaurantkonzept zurück; es erhöhte letztes Jahr sogar seine Zimmerpreise. Pro Jahr ein Hotel zu eröffnen, gilt als Idealfall. Das gibt den notwendigen Detailblick im supersensiblen «High-End»-Markt.

EXPANSION NACH EUROPA WARTET

Immobilien-Erhaltung ist auch für die nordamerikanischen Fairmont Hotels & Resorts ein wichtiger Punkt. Die 42 Stadt- und Ferienhotels in Nord- und Südamerika und den Arabischen Emiraten schafften es, ihren Umsatz in 2002 um 9,9 Prozent von 537,3 auf 590 Mio. US-Dollar steigen zu lassen, der Gewinn sank um 28,2 Prozent von 92,5 auf 49,6 Millionen Dollar.

Fairmont legt aber gerade in diesen Zeiten auch bei bestehenden Objekten viel Wert auf gleichbleibende Qualität. Für Betriebe, die Fremdbesitzern gehören, gilt: Wer den Namen Fairmont auf dem Dach behalten möchte, muss die Standards der Gruppe in jeder wirtschaftlichen Phase erfüllen und beibehalten, lässt Präsident und Chief Operating Officer Chris Cahill durchblicken. Die Expansion in Europa wird noch auf sich warten lassen. In den grossen Metropolen stören Cahill dabei weniger die hohen Immobilienpreise als der mangelnde Bekanntheitsgrad seiner eigenen Gruppe. Für ihn ist die starke Marke der Motor des Geschäfts. Die luxuriösen Fairmont scheuen nicht die Verbindung mit dem Gruppengeschäft oder mit internationalen Reiseveranstaltern. Sie tragen zu einem gesunden, krisenunabhängigen Gästemix bei. *MAP*

KIDSHOTELS / Mit der Integration der Kidshotels bei Schweiz Tourismus können neu auch Betriebe beitreten, die keine kostenlose Kinderbetreuung anbieten. **FRANZISKA RICHARD**

Gibt es Kinderfreundlichkeit «light»?

Letzte Woche ist der neue Prospekt der «KidsHotels, die Kinderfreundlichen» erschienen. Er ist – mit lediglich 21 Hotels, die auf knappen 28 Seiten vorgestellt werden – schlank und rank wie eh und je. Kein Wunder: Die rein betriebswirtschaftliche Rechnung verlockt denn auch nicht gerade zur Mitgliedschaft. «Die Kinderfreundlichen» erbringen bei reduzierten Zimmerpreisen, intensiver kostenloser Betreuung und der Bereitstellung einer kinderfreundlichen Infrastruktur hohe Leistungen – und lassen sich mit den von Kindern besetzten Betten Erträge aus dem Keller, der Abendunterhaltung und der Wellness entgegen. Das ist der Hauptgrund, weshalb diese Interessengruppe in den vergangenen Jahren nicht wachsen konnte.

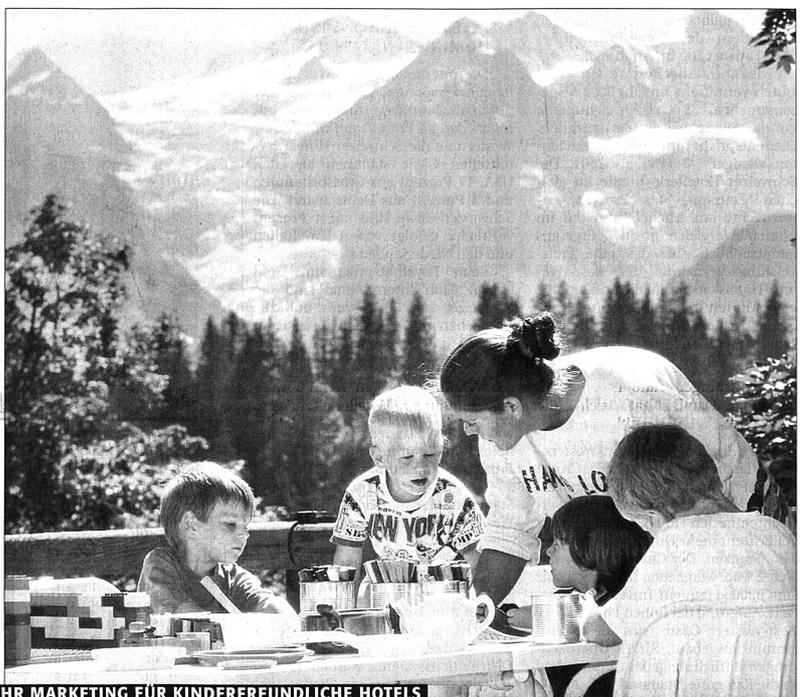
PROFESSIONELLER DURCH GRÖßERE ZAHL

Das soll sich nun ändern. Denn es ist beschlossene Sache, dass Schweiz Tourismus (ST) die Geschäftsstelle und das Marketing per 1. September 2003 übernimmt – mit der Zielsetzung, bis zu diesem Zeitpunkt insgesamt 50 Mitglieder zu zählen. «Die Nachfrage nach kinderfreundlichen Hotels ist gross; wir haben gerade von Tour-Operatoren viele Anfragen», meint Alexandre Fricker, Produkt-Manager Familie bei Schweiz Tourismus. Doch grösser muss der Kreis kinderfreundlicher Hotels auch insofern werden, als es für eine professionelle und wirksame Vermarktung grössere Einnahmen der Mitglieder braucht. Als Gegenwert verspricht Fricker einen «dynamischen Auftritt», der in das neue gestalterischere Konzept von Schweiz Tourismus integriert ist.

GELOCKERTE SPIELREGELN

Nicht nur das ist attraktiv für potenzielle Mitglieder; auch die neuen, gelockerten Spielregeln. Mit der Erkenntnis, dass die bei den Kidshotels geltende Bedingung einer kostenlosen Kinderbetreuung durch geschultes Fachpersonal vielen Hotels zu teuer ist, wurde eine B-Kategorie geschaffen. Hier ist die kostenintensive Kinderbetreuung nicht mehr Bedingung; eine kinderfreundliche Infrastruktur (Kinderspielzimmer mit Tageslicht und altersgerechten Spielen) reicht aus, um Mitglied zu werden. Die kostenlose Unterbringung von Kindern im Elternzimmer ist keine Bedingung; es gibt allerdings Empfehlungen, die für beide Kategorien gelten. ST schuf für die Mitglieder der B-Kategorie auch einen preislichen Anreiz: Die Mitgliederbeiträge der B-Kategorie betragen gerade 4000 Franken – die Hälfte der A-Kategorie. Alexandre Fricker geht davon aus, dass die bereits bestehenden Mitglieder sich für die A-Kategorie entscheiden werden, und Neumitglieder vor allem in der B-Kategorie gesucht werden. Aufgrund des doppelt so hohen Mitgliederbeitrages sollen die A-Hotels in der Werbung privilegiert

Foto: Swiss-Image



MEHR MARKETING FÜR KINDERFREUNDLICHE HOTELS

Schweiz Tourismus übernimmt per 1. September 2003 die Geschäftsstelle und das Marketing der Kidshotels. Die Mitgliederzahl soll von 21 auf 50 Hotels erhöht werden.

behandelt werden. Sie seien die Zupfernde, meint Fricker. Konkretes über die Werbemaßnahmen und die Abgrenzung zur B-Kategorie ist noch nicht bekannt. Die Partnerschaft mit ST begründet nicht nur der Präsident der Kidshotels, Martin Vogel, auch andere Mitglieder äussern sich positiv. «Einen stärkeren Partner als Schweiz Tourismus gibt es nicht», meint Diego Claus, Direktor des Kidshotels Losone in Losone. – Meinungsverschiedenheiten gibt es vielmehr wegen der Schaffung der beiden Kategorien A und B.

«VERWÄSSERUNG SCHADET DEM IMAGE»

Kritisch dazu äussert sich Urs Walther, Inhaber der «MärliPinte» in Kerzers, der die unterschiedlichen Mitgliederbeiträge für «nicht ganz gerecht» hält. Er befürchtet denn auch eine «Verwässerung, die dem Image der Kidshotels schaden könnte». Die Gefahr bestehe gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten, dass man damit so genannte Trittbrettfahrer anlocke, gegen die sich die Gruppe schon immer zur Wehr gesetzt hätte. Tatsächlich besteht das Markenzeichen der Kidshotels gerade darin, dass sie auf «weiche Faktoren» wie Erlebnis in der Natur, Kameradschaft und Mystik setzen und deshalb nie den Aufwand gescheut haben, mit ausgebildeten

Fachleuten eine qualitativ hochstehende Kinderbetreuung zu garantieren. Aus diesem Grund liegt auch dem Pionier Martin Vogel viel an einer «sehr klaren Abgrenzung zu den B-Hotels» und an einer transparenten, ehrlichen Kommunikation.

Silvia Bärtschi vom Hotel Muchetta in Wiesen hat sich für die A-Kategorie entschieden und erachtet die Unterscheidung als Chance für kleinere Hotels. Im Segment der Zwei-Sterne-Hotellerie bestehe ein Bedarf, bestätigt auch Stricker. Trittbrettfahrer befürchtet Casimir Platzer vom Hotel

Victoria Ritter in Kandersteg nicht in der B-Kategorie, sondern bei den hotellerieusuisse ausgezeichneten familienfreundlichen Hotels. Hier müsse die Selektion strenger werden, meint Platzer. Das System basiere lediglich auf einer Selbstdeklaration. Das weist Simona Manoelli, Hotelklassifikation Abteilung Hotelführer bei hotellerieusuisse, entschieden zurück. Auf die Selbstdeklaration erfolge eine Prüfung durch die Regionalkommission. Zudem würden die 10 zu erfüllenden Punkte für ein gutes Niveau garantieren.

Belohnung für Ferien in der Grossfamilie

Erfolgreiche Kinderhotels nehmen auch die Elternwünsche ernst und streben eine Durchmischung des Publikums an, wie beispielsweise das Luxushotel Losone in Losone. Dieses Kidshotel ist auch Mitglied der Swiss Golf Hotels und sorgt mit einem Drei-Generationen-Arrangement für einen Ausgleich zwischen jüngeren und älteren Gästen: Hier sind die Kinder mit 75 Franken (40 Franken im Kinderbett) nicht gratis untergebracht. In den Genuss einer Reduktion kommt erst, wer als Drei-Generationen-Familie anreist. Die Reduktion errechnet sich aus der Altersdifferenz zwischen dem ältesten

und dem jüngsten Familienmitglied. Wer mit dem 80-jährigen Grossvater und dem 1-jährigen Kleinkind anreist, wird mit einem Abzug von 79 Franken pro Tag belohnt. Auf die Idee gekommen ist der junge Hoteller Diego Claus, nachdem er ein paar Monate mit Ureinwohnern im Amazonas-Urwald lebte und dort Zeuge davon wurde, dass das Zusammenleben in der Grossfamilie am besten funktioniert. Danke sagen ihm vor allem die Grossmütter und Grossväter, die dank der Pauschale wieder zu fragen getrauen: «Wollen wir nicht zusammen in die Ferne verreisen?» *FR*



WASSER / Fragwürdige Trinkwasser-Marken wie «Active O2» gehen mit illegalen Heilversprechen auf Kundenfang. SEITE 14



VERKEHRSGASTRONOMIE / Neu ist Autogrill im Bahnhof Bern mit dem bedienten mediterranen «Côté Sud» präsent. SEITE 15



hotel+tourismus revue

HAMBURG / Der 20. «Foodservice»-Preis wurde verliehen

Pizza, Quick-Casual und Autostadt

Anlässlich der diesjährigen 77. Hamburger Internorga, der internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien, wurde bereits zum zwanzigsten Mal der begehrte Hamburger «Foodservice»-Preis verliehen.

Mit diesem deutschen «Gastronomie-Oscar» werden Unternehmen und Persönlichkeiten ausgezeichnet, die laut der Jury aus Branchen-Fachleuten «der Profi-Gastronomie durch ihre innovative Kraft, Kreativität und Professionalität Inspiration schenken und Entwicklungshorizonte eröffnen». Die Preisträger des Jahres 2003 lauten: Das Londoner Quick-Casual-Restaurantkonzept «Wagamama», das Pizza-Home-Delivery-Unternehmen «Hallo Pizza» sowie die Gastronomie des Themenparks Autostadt Wolfsburg.

GASTRONOMIE AUTOSTADT WOLFSBURG

Rund 6 Millionen Besucher haben bis heute den vor drei Jahren eröffneten Wolfsburger Auto-Themenpark besucht. Damit hat sich die «Autostadt» zum zweitbeliebtesten deutschen Freizeitpark entwickelt. Ein wichtiges Element des Themenparks ist die von Möwenpick operierte Autopark-Gastronomie. Die sieben Restaurants mit insgesamt 1500 Plätzen wurden von renommierten Designern eingerichtet.

Das Angebot reicht vom Gourmet-Restaurant «Chardonnay» mit eigener Wein-Bar, über die «Lagune» mit vegetarischem Buffet, dem «Bayern-Eck» und Pasta-Theke bis hin zum amerikanischen Diner «Cylinder» und dem «Stadtcafé» im österreichischen Kaffeehaus-Stil. Die «Autostadt»-Gastronomie erreichte letztes Jahr mit 250 Mitarbeitern einen Umsatz von 12 Millionen Euro.

QUICK-CASUAL-KONZEPT «WAGAMAMA»

Zum Erfolgsrezept im Londoner Quick-Casual-Segment wurde das 1992 lancierte Nudelsuppen-Konzept «Wagamama» nach japanischem Vorbild. Das Revolutionäre an «Wagamama» ist die Verbindung von asiatischer Küche auf Alltags-Preisniveau mit schlichtem, aber gestyltem Ambiente und modernem Management.

Heute zählt das Unternehmen bereits 21 Outlets: 18 in Grossbritannien und drei Franchise-Betriebe in Dublin, Amsterdam und Sidney. Mit fünf weiteren Neueröffnungen möchte die Restaurantkette dieses Jahr einen Umsatz von rund 24 Millionen Pfund erzielen.

PIZZA-DELIVERY «HALLO PIZZA»

Im hart umkämpften deutschen Pizza-Home-Delivery-Markt hat es das 1989 gegründete Unternehmen «Hallo Pizza» geschafft, Marktführer zu werden. Letztes Jahr wurde mit 105 Stores ein Gesamtumsatz von 36,4 Millionen Euro erwirtschaftet. «Hallo Pizza» zeichnet sich gemäss Jury des «Foodservice»-Preises besonders aus durch «partnerschaftliches Franchising – insbesondere in Sachen Marketing, Markenauftritt und Markenbildung». MJP

INTERNORGA / Die Hamburger Branchenfachmesse gilt als internationaler Stimmungs- und Trendbarometer. Die Besucherzahlen der 77. Internorga lagen auf dem Vorjahresniveau. MARTIN J. PETRAS

Die Suche nach neuen Chancen

Die Erkenntnisse des «Rückwärts-Jahres» 2002 nutzen, um nach neuen Marktpotenzialen und möglichen Zukunftsstrategien zu suchen: Entsprechend wurde das diesjährige «22. Internationale Foodservice-Forum» unter dem optimistischen Motto «Der Himmel hängt voller Optionen» abgehalten.

An der gemeinsam von der Hamburg Messe und Congress GmbH sowie den Branchenfachzeitschriften «Foodservice» und «Foodservice Europe» aus Frankfurt am Main organisierten Veranstaltung wurden Branchenzahlen und Konsumententrends analysiert und erfolgreiche deutsche und internationale Restaurantkonzepte präsentiert.

OPTIMISMUS IN HAMBURG

Dass die Internorga, die internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien, gerade in der rund 1,7 Millionen Einwohner zählenden boomenden norddeutschen Metropole stattfand, passte gut ins Bild des demonstrierten Optimismus. Denn gegen den Trend konnte die Hamburger Hotellerie zulegen. Letztes Jahr wurde zum ersten Mal die Grenze von 5 Millionen Übernachtungen überschritten, was einem Zuwachs von 5,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Und die Gastronomie der Hansestadt verzeichnete einen Rückgang von lediglich 0,9 Prozent.

Allem Optimismus zum Trotz musste der am Vortrag der Internorga stattfindende «Foodservice»-Kongress zum zweiten Mal in Folge ein schwieriges Branchenjahr behandeln. Gemäss vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden blieb die deutsche Gastronomie über 7 Prozent hinter den Umsätzen des Vorjahres zurück.

FASTFOOD UND FREIZEIT-GASTRONOMIE IM PLUS

Die von «Foodservice»-Chefredaktorin Gretel Weiss präsentierten Branchenzahlen der «Top 100» demonstrieren die allgemeine Rückwärtsentwicklung der deutschen Gastronomiebranche: Dem satten Umsatzplus von 5,4 Prozent des Jahres 2000 folgte 2001 noch ein leichtes Plus von 1,4 Prozent, und letztes Jahr klappten die Umsätze in ein Minus von 0,9 Prozent. Die Gesamtentwicklung des Gastronomie-Marktes im nördli-



KNUSPRIG, FRISCH UND SÜSS

Die Bäckereien entwickeln sich mit einem breiten Taka-away-Angebot zu einer ernsthaften Konkurrenz für die Gastronomie.

chen Nachbarland zeigt ein weiteres Anwachsen des Fastfood- (+1,7%) sowie des Freizeitgastronomie-Segments (+1,1%).

Zu den Verlierern gehören die Verkehrsgastronomie (-2,9%), die Handelsgastronomie (-5,2%) sowie die Full-Service-Gastronomie (-6,2%). Gemäss der präsentierten Rangliste sind die grössten Umsatz-Verlierer unter den «Top 100»: Nordsee (-27,1 Mio. €, -8,1%), Karstadt (-21,5 Mio. €, -8,7%), die Deutsche Bahn (-20,8 Mio. €, -7,4%) und Möwenpick (-17,6 Mio. €, -11,2%).

COFFEESHOP- UND PIZZA-BOOM

Zu den Boom-Bereichen in der deutschen Gastronomie-Branche gehören nach wie vor die Coffee-Shops. Erst letztes Jahr hat Starbucks, die weltweite Nummer eins, im Joint Venture mit der KarstadtQuelle AG seinen Marktauftritt in Deutschland lanciert.

Obwohl bereits seit Jahrzehnten etabliert, verzeichnet laut Gretel Weiss

das zweite Boom-Segment Pizza vor allem im Ausser-Haus-Verkauf «sensationelle Steigerungsraten». Weiter auf dem Vormarsch befinden sich auch die Bäcker mit Backwaren, Zwischenmahlzeiten und Snacks, ebenso wie die Tankstellen-Shops.

Laut Gretel Weiss kommt man nicht umhin, dem neuen grossen

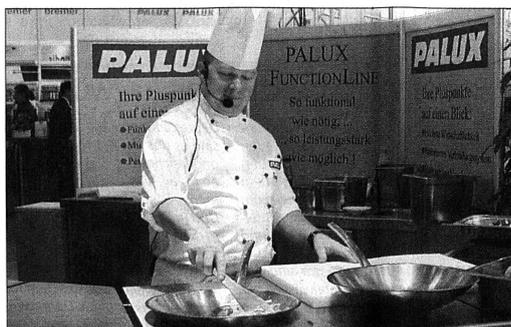
Trend der Rezessionskultur, der Preissensibilisierung, Rechnung zu tragen. Im «Age of cheap» heisse der Trick: Billigkeit, aber gleichzeitig «den Geruch von Armutlichkeit» vermeiden. Der Konsument suche genauso die risikolose Exotik. Die Erfolgsformel laute: So original wie möglich, so angepasst, wie nötig.

Internorga: Produkte, Neuheiten, Trends

Im Ausstellungsbereich der Internorga präsentierten sich den Messbesuchern vom 21. bis zum 26. März an die 850 Aussteller aus 20 Ländern. Gemäss Einschätzung der Organisatoren liegen die Besucherzahlen der diesjährigen Internorga auf dem Vorjahresniveau von 110 000. In den zwölf Messehallen mit insgesamt 64 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche wurden Produkte und Neuheiten aus den Bereichen Küchentechnik, Einrichtung und Ausstattung, Nahrungsmittel und Getränke sowie Organisation und Kommunikation vorgestellt. Nach dem

Motto «kleiner, feiner und effizienter» beispielsweise die neuesten Entwicklungen der Küchentechnik-Hersteller, denn Faktoren wie Platzbedarf, effektive Arbeitsabläufe, geringere Betriebs- sowie Investitionskosten spielen eine immer wichtigere Rolle.

Beim Food vorherrschend waren Produkte für den trendigen Quick-Casual-Markt, vor allem Ethno-Food-Produkte. Bei den Getränken wurde von einer Erholung des Biermarktes gesprochen, dank Spezialbieren, insbesondere Weizenbier, und Biermischgetränken. MJP



FRONT-COOKING

Bei der Küchentechnik befinden sich die Induktionsgeräte und Front-Cooking-Einrichtungen auf dem Vormarsch.



COFFEE-SHOP-BOOM

Nach dem Marktauftritt von «Starbucks» wird in Deutschland das Coffee-Shop-Segment weiterhin als ein Wachstumsmarkt angeschaut.

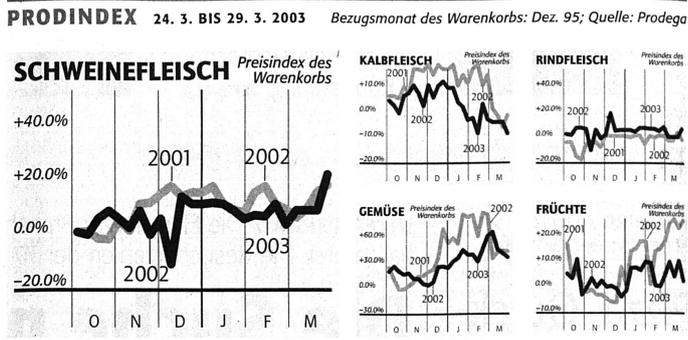
BASEL / Zolli setzt auf Ökologie
Automatisch Mehrweg

Der Basler Zoo kombiniert Abfallvermeidung mit Marketing: Statt Einwegbecher und PET-Flaschen gibt's für Mineral und Bier in Zukunft nur noch Mehrwegbecher. Der «Zolli-Becher» ist mit Fotos des bekannten Fotografen Jörg Hess geschmückt und könnte sich damit zum Kult-Gegenstand mausern. Wer ihn nicht behalten will, gibt ihn bei der Verkaufsstelle zurück und kassiert das Pfand von 2 Franken.

Um die Logistik zu vereinfachen, werden zudem spezielle Rückgabeautomaten installiert. Auch bei den Lebensmitteln setzt der Basler Zoo Öko-Zeichen: Regio-Lieferanten sollen die Transportwege kurz halten, Verpackungen will man minimieren. So werden die beliebten Cornets nicht mehr einzeln abgepackt, und das Soft-Ice in der Waffelschale gibt es künftig mit essbarem Löffel aus Biskuit. *PLD*

«Unser Bier»: Klares Plus

Basel. Die Basler Kleinbrauerei «Unser Bier» ist auf gutem Kurs, 2002 konnte sie 17 Prozent mehr Gerstensaft verkaufen als im Vorjahr. Angesichts der kühlen Witterung ist der Zuwachs besonders bemerkenswert. Zwei Dutzend Restaurants und Bars der Nordwestschweiz führen heute das biologisch gebaute Bier, demnächst folgt der Basler Zolli. Fürs 2003 hoffen die Verantwortlichen erstmals auf einen Gewinn. *PLD*



KOMMENTAR

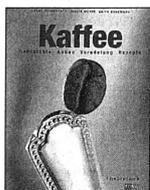
Scotch Whisky – Wasser des Lebens. Walter Schobert erzählt von der wechselvollen Geschichte dieses ur-schottischen Getränks auf dem Weg von der Hausmarke zum Weltgetränk.



Schobert bietet erste Hilfe für «nosing» und «tasting», Basiswissen über «whisky & cigars» und er macht mit Reisetipps zu Distillerien und Pubs Lust auf das Reiseland Schottland. *DST*

96 Seiten; ISBN 3-7750-0387-8; 29,80 Franken; Walter Hädecke Verlag, Weil der Stadt (Deutschland)

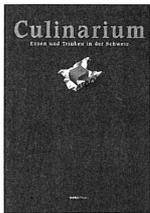
Kaffee. Der Leser kann die Reise vom Sämling zur Bohne auf der Plantage, die aufwändige Verarbeitung zum Rohkaffee für die Reise über das Meer bis in die Röstereien in unseren Brei-



tengraden erfahren. Im Vordergrund steht ein Gespür für harmonische Kombinationen. Kombinationen, die erkoht sein wollen, bis sie dem Gaumen schmecken. Sei dies Spargel mit Mokka-Orangen-Butter oder etwa Mokka-Ravioli auf scharfem Erdbeer-culis. *DST*

144 Seiten; ISBN 3-03780-121-2; 34 Franken; Edition Fona, Lenzburg

Culinarium – Essen und Trinken in der Schweiz. Die Autoren sind in alle Regionen der Schweiz gereist und haben Bauern, Metzger, Wirt, Fischer, Köchinnen, Winzer und Schnapsbren-



ner getroffen, denen eine gute Küche mehr als Profession ist – Leidenschaft nämlich. Die im Buch enthaltenen 150 Rezepte sind dem Werk als Sonderheft beigelegt – eine praktische Hilfe für Küche und Einkauf. *DST*

376 Seiten; ISBN 3-85932-415-2; 89 Franken; Werd Verlag, Zürich

TRINKWASSER / Das Wellness-Publikum will sich fit und gesund trinken. Dabei gehen fragwürdige Trinkwasser-Marken wie «Active O2» auch mit illegalen Heilversprechen auf Kundenfang. *ELIAS KOPF*

Heilanzpreisung bei Wasser ist illegal

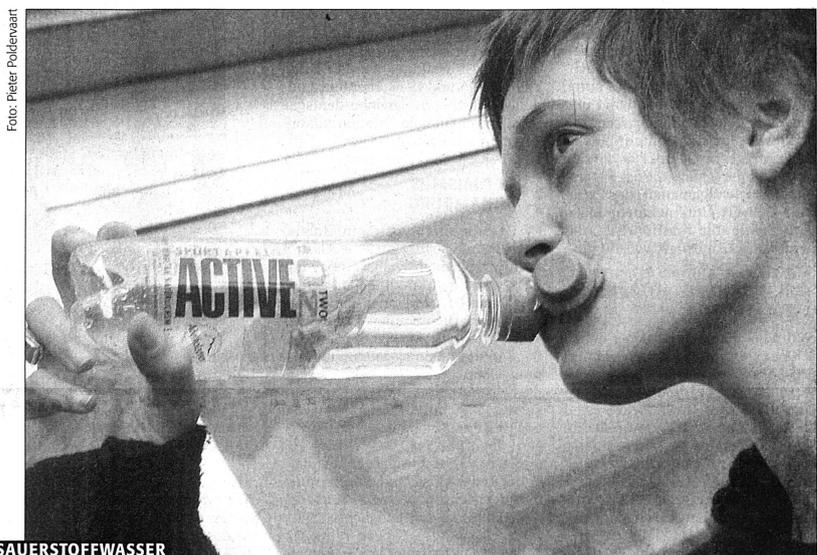
Immer mehr Hotels und Gastrobetriebe offerieren ihrer Kundschaft eine Mischung aus Wohlgefühl-Service und Gesundheitspflege. Auch bei den kulinarischen Angeboten gewinnt Wellness rasch an Bedeutung. Sich verköstigen und gleichzeitig fit, gesund, jugendlich und dynamisch werden, lautet die Devise. Dieses Bedürfnis spiegelt sich auch in einem ständig steigenden Mineralwasserkonsum. Das in Flaschen abgefüllte Nass sei mehr als nur ein idealer Durstlöcher, wirbt etwa der Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten (SMS), denn es helfe, den Mineralstoffhaushalt des Körpers im Gleichgewicht zu halten: «Erfrischend und erst noch kalorienfrei, leistet Mineralwasser einen Beitrag zum körperlichen und geistigen Wohlbefinden.»

AGGRESSIVE WASSER-WERBUNG

106 Liter betrug der Pro-Kopf-Verbrauch dieses natürlichen Wellness-Produkts in der Schweiz 2001 – das sind fast neun Liter mehr als im Jahr zuvor. Allerdings ist nicht alles, was sprudelt, so gesund, wie es angepriesen wird. Denn längst haben gewiefte Geschäftemacher den Boom-Markt entdeckt. Mit fragwürdigen Produkten und aggressiver Werbung im halbgelassen Bereich versuchen sie, den Markt für Flaschenwasser neu aufzumischen. Besonders unverföhren ist etwa das Marketing von «Active O2», einem neuartigen Sauerstoffwasser, dessen Quelle den barmherzigen Schwestern im bayerischen Bad Adelholzen gehört. Trotz der frommen Herkunft haftet dem Getränk, das 15-mal mehr O2 als normales Wasser enthält, alles andere als ein Betschwestern-Image an.

IRREFÜHRENDE HEILANPREISUNG

Als «Powerstoff mit Sauerstoff» verspricht «Active O2», Nachtschwärmer über die Runden und frisch in den nächsten Tag zu bringen. Möglich machen soll dies eine medizinisch heilsame Wirkung. So verweist die Adelholzener Alpenquellen GmbH auf wissenschaftliche Studien, denen zufolge der im Wasser gebundene Sauerstoff angeblich von der Magenwand ins Blut dringe: «Das venöse Blut fliesst dann zur Leber, dem zentralen Stoffwechselorgan des menschlichen Körpers, und versorgt sie zusätzlich mit Sauerstoff», wird auf der Adelholzener-Homepage daher fabuliert. Ob dem so ist, muss bezweifelt werden. Denn als Beweis führt Adelholzner vor allem eine selbst in Auftrag gegebene Studie an narkotisierten Hasen an, bei denen die versprochene Wirkung angeblich eingetreten sei. Doch medizinisch ist der Heil-Effekt bisher nicht erhärtet. Dazu der stellvertretende Berner Kantonschemiker Erhard Walter: «Soweit meine Marktbeobachtung reicht, gibt es keine Heilwasser, das legal im Handel wäre. Produkte mit Heilanzpreisung müssen in der Schweiz speziell als Heilmittel re-



SAUERSTOFFWASSER Dank aggressiver Werbung und illegaler Heilanzpreisung steigt der Absatz von abgefülltem Trinkwasser.

gistriert werden. Dazu sind ein wissenschaftlicher Nachweis über die versprochene Wirkung und strenge Prüfungen nötig.»

«ACTIVE O2» BLOSS TRINKWASSER

Ebenso gelten in der Schweiz genaue Vorschriften für die Verwendung der Bezeichnung Mineralwasser. Gemäss Lebensmittelverordnung zeichnet sich Mineralwasser durch seine «besondere geologische Herkunft, Art und Menge der mineralischen Bestandteile, ursprüngliche Reinheit sowie eine im Rahmen natürlicher Schwankungen gleichbleibende Zusammensetzung» aus. Die Zugabe von Vitaminen oder Sauerstoff sei unzulässig, erklärt Christoph Spinner, Leiter der Sektion Lebensmittel im Bundesamt für Gesundheit (BAG). Erlaubt sei nur die Zugabe von Kohlensäure: «Wird ein Mineralwasser dagegen mit etwas Anderem an-

gereichert, muss es als Trinkwasser bezeichnet werden.» Auch eine Etikettierung als Tafelwasser sei in der Schweiz nicht erlaubt, denn Tafelwasser sei in der Lebensmittelverordnung als spezielle Limonade definiert, so Spinner. Deshalb wird das teure «Active O2» in Zukunft bloss noch Trinkwasser heissen – wie das «Hahnenburger» aus der Leitung. Die Varianten mit Apfel- und Zitrusgeschmack müssen sich dagegen Tafelwasser nennen. Dies sei nicht unproblematisch, meint Theodor Ott, der Aargauer Importeur von «Active O2»: «Damit wird der Tatsache nicht Rechnung getragen, dass die Grundlage unserer Sauerstoff-Getränke ein hochwertiges bayerisches Mineralwasser ist.»

MIGROL: KEIN GEHÖR FÜR KRITIK

Auch aus abfülltechnischen Gründen scheint mit Sauerstoff angereichertes Wasser widersinnig zu sein.

«Wird in ein Mineralwasser zusätzlicher Sauerstoff hineingepresst, so entweicht die überschüssige Menge sehr bald, das Wasser kann sie nicht halten», stellt der SMS klar. Demgegenüber verweist der bayerische Wasserabfüller auf ein patentiertes neues Verfahren, mit dem es gelungete sei, den Sauerstoff in den «Active-O2»-Flaschen stabil zu halten. Allen Anfechtungen zum Trotz hält der Siegeszug von «Active O2» an. Allein im vergangenen Jahr wurde in der Schweiz eine halbe Million Flaschen zum stolzen Preis von zwei Franken abgesetzt, fürs 2003 rechnen die cleveren Wassermacher aus Bayern mindestens mit einer Verdoppelung. Kein Wunder, wollen auch die Migrol-Tankstellen, die das lukrative Sauerstoffwasser vor einem Jahr als Erste in der Schweiz anboten, den angeblichen Zaubertrank nicht aus dem Regal nehmen. Migrol-Sprecher Thomas Frehner: «Das Produkt bleibt im Sortiment.»

Boomendes Geschäft mit fragwürdigen Wassern

Die Angebote behandelter Flaschenwasser nehmen rasch zu. Neben dem geschmacksneutralen Sauerstoff-Trinkwasser «Active O2» gibt es in der Schweiz auch die mit Magnesium und Aromen angereicherten Tafelwasser «Active O2» Sport «Apfel» und «Citrus». Weitere Sauerstoffwasser sind das unerlaubterweise als Tafelwasser mit der Zutat Mineralwasser deklarierte «Oxygizer» sowie das illegal als Mineralwasser etikettierte «Heidiland». In Österreich boomt zudem ein Getränk namens «O2 Water», das sogar gegen

Depressionen helfen will. In Frankreich sind es das mit Kalzium und Vitamin B angereicherte «Vittel Hydratation & Energie» sowie ein Tafelwasser namens «Contrex» (Vitamine C, E und B9). Und in Deutschland vertreibt Coca-Cola das mit Vitaminen und Zitrusaromen versetzte Tafelwasser «Bonaqa Sportwater». Kein Zweifel: Das Geschäft mit dem Flaschenwasser blüht. Denn Wasser ist ein billiger Rohstoff, den man beispielsweise nach einer Vitaminisierung teuer verkaufen kann. «Allerdings brauchen nur Personen mit einer Un-

tersversorgung eine zusätzliche Vitaminzuführung. Dies dürfte beim gesundheitsbewussten Wellness-Publikum kaum zutreffen. Bei Menschen mit einer echten Unterversorgung dagegen muss man sich ernsthaft fragen, ob vitaminisiertes Wasser eine geeignete Massnahme darstellt», sagt der stellvertretende Berner Kantonschemiker Erhard Walter. So gesehen sei die Anreicherung des Tafelwassers mit Vitaminen weder sinnvoll noch nötig. Den Produzenten gehe es wohl mehr ums Marketing als um die Gesundheit, vermutet Walter. *EKO*

PROVIANDE / Rindfleisch
ist wieder gefragt

Mehr Fleisch konsumiert

Im Jahr 2002 wurde erstmals wieder mehr Fleisch verzehrt als in den Vorjahren. Die Zunahme von 51,9 kg pro Kopf auf 52,9 kg sei einer deutlichen Steigerung des Rindfleischkonsums (+10%) gegenüber 2001 zu verdanken, teilt Proviande mit. Das Bevölkerungswachstum eingerechnet, nahm der Pro-Kopf-Konsum von 10,64 Kilo gegenüber 2001 um fast 1 Kilo oder 9,4 Prozent zu. Der Mehrkonsum betraf sowohl Fleisch aus Schweizer Produktion als auch aus Importen. Aus Importen gelangten vor allem mehr Edelstücke über die Verkaufstheke.

INLÄNDISCHES GEFLÜGEL WURDE BEVORZUGT

Die Konsumbilanz 2002 beim Schweine- und Kalbfleisch entspricht in etwa derjenigen des Vorjahres. Der Geflügelfleischkonsum war wiederum leicht zunehmend. Bei deutlichem Rückgang der Importmengen konnte die Inlandproduktion um 9 Prozent gesteigert werden. Fisch, Kaninchen-, Pferd- und Lammfleisch wurde weniger konsumiert als im Vorjahr. Aber auch bei diesen Fleischsorten konnte die Inlandproduktion gesteigert werden und der geringere Konsum ging zu Lasten der Importware.

Schweinefleisch ist nach wie vor das am meisten konsumierte Fleisch in der Schweiz (25,5 kg pro Kopf), gefolgt von Rindfleisch (10,6 kg), Geflügel (9,7 kg), Fisch (7,5 kg), Kalbfleisch (3,8 kg) und Schafffleisch (1,5 kg). Die übrigen Fleischsorten (Fleisch von Pferd, Wild, Kaninchen und Ziegen) erreichen weniger als ein Kilo Konsum pro Kopf und Jahr. DST



Foto: Daniel Stampfli

CÔTÉ SUD
Der Autogrill-Betrieb will im Bahnhof Bern eine kulinarische Lücke schliessen.

BAHNHOF BERN / Nach vielen Selbstbedienungsrestaurants und Take-aways hat nun auch die bediente Gastronomie Einzug gehalten. DANIEL STAMPFLI

Autogrill lanciert Côté Sud

Der Bahnhof Bern ist erneut um eine Restaurant-Adresse reicher. Dies nachdem in letzter Zeit bereits unzählige Take-away- und Selbstbedienungslokale ihren Betrieb aufgenommen haben. Die in der Verkehrsgastronomie aktive Autogrill Schweiz AG hat kürzlich das Restaurant Côté Sud eröffnet.

Das mediterrane Konzept folgt dem heutigen allgemeinen Trend in der bedienten Gastronomie. Seinem Namen entsprechend will Côté Sud

den Gästen die «Welt des Mittelmeers» näherbringen. Im Angebot stehen hauptsächlich Gerichte aus Italien, aber auch Speisen aus Spanien, Griechenland, dem Libanon und dem nördlichen Afrika.

KONTRAKT PUNKT ZUR SCHNELLVERPFLEGUNG

Mit seinem Konzept will das bediente Restaurant Côté Sud gemäss Autogrill Schweiz AG bewusst einen

Kontrast zu den zahlreichen Schnellverpflegungsmöglichkeiten setzen, die es im Bahnhof Bern bereits gibt.

Das neue Lokal ist in vier Bereiche unterteilt: Restaurant, Terrasse, Patio und Bar. Côté Sud verfügt auf einer Fläche von 380 m² über 140 Innensitzplätze, 12 Plätze an der Bar und 60 Plätze auf der Terrasse. Beschäftigt werden insgesamt 22 Personen. Das Lokal ist jeden Tag durchgehend von morgens 7 Uhr bis abends 22 Uhr geöffnet.

DEUTSCHLAND / McDonald's-
Umsatz stagniert

Neues soll's richten

Der «Burger-Macher» McDonald's verliert in Deutschland an Boden. «Rivale Burger King gewinnt Marktanteile», berichtet die Wirtschaftspress. Und selbst Deutschland-Geschäftsführer Hendriks sprach davon, sein Unternehmen habe 2002 einen «leichten Dämpfer» hinnehmen müssen. Gleichzeitig erschien die – nach Kenntnis aller Experten – erste Werbebeilage von McDonald's sogar in seriösen Tageszeitungen wie «Frankfurter Allgemeine». Hierin heisst es beziehungsreich «Der Burger hat noch lange nicht ausgedient».

Zugleich aber werden neue McDonald's-Produkte wie Bagels und Frühstück-Angebote propagiert. 2002 wurden in Deutschland 69 neue McDonald's-Restaurants eröffnet, wobei erstmals «ganz neue Wege in der Innenarchitektur» beschritten wurden. Neu sind die Einrichtungstypen «New World», «Country», «Generation» und «America». Auch der Geschmack des McDonald's-Kunden habe sich gewandelt. Trotz der 69 Neueröffnungen stieg der Umsatz nur um 0,8 Prozent – wenn auch auf immerhin noch stolze 2,28 Mia. Euro.

Um auch dem Trend nach mehr frischer Kost zu entsprechen, sollen in den kommenden Monaten die Menüs überarbeitet werden, vor allem verschiedene Salate sollen aufgenommen werden. Drei Restaurants der US-Pizza-Kette «Donatos» wurden in München, dem Sitz der Deutschland-Zentrale von McDonald's, eröffnet. Ob es jedoch bei den Planungen bleibt, in Deutschland auf 200 «Donato»-Filialen aufzustocken, ist derzeit eher fraglich. GU

HENNIEZ-REPORTAGE

«X-DRINK: Game-Kid Martin gewinnt GameCube N° 1

Der erste Gewinner der 300 Nintendo-Spielkonsolen von X-DRINK – The Swiss Limonade – steht fest

Gespannt hat das X-DRINK-Team von Sources Minérales Henniez SA auf seinen ersten Wettbewerbsgewinner gewartet. Jetzt steht er fest: Der elfjährige Martin Progin aus Fribourg war der schnellste X-DRINK-Etikettensammler und gewinnt einen coolen GameCube von Nintendo mitsamt dem ersten Spiel.

FAMILIENFREUDE MIT X-DRINK

Auch Martins Eltern José und Gislaine freuen sich riesig für ihren Sohn. Progrins führen in Fribourg die Confiserie

Domino. Die Limonade X-DRINK wird bei ihnen nicht nur privat getrunken: Junge Gäste können X-DRINK hier im Café im Glas und zum Sandwich über die Gasse in der praktischen PET-Fla-

sche bestellen. «Die Marke Henniez wird im «Domino» seit 1954, also bald 50 Jahren verkauft. Auch wir sind nämlich ein Familienunternehmen – wie Henniez. Nur viel kleiner, natürlich», verrät Gislaine. Denn der 11-jährige Martin möchte, genau wie sein Vater und Grossvater, Konditor werden. Hockey, Biken und nach der Schule zusammen mit Bruder Sébastien und Freunden gamen sind die Lieblingshobbys des 11-jährigen Schülers.

SAMMELN, GEWINNEN, STRAHLEN

«Nie hätte ich damit gerechnet, wirklich zu gewinnen», freut sich der begeisterte Gamer. Martin hatte bisher noch nie Glück gehabt – und jetzt hat er als allerschmellster Etikettensammler gleich eine Nintendo Spielkonsole gewonnen! Die Augen des Schülers strahlen denn auch, als ihm seine Glücksfee Valérie



Valérie Lévy von Henniez übergibt dem strahlenden Gewinner Martin seinen GameCube.

Lévy, X-DRINK-Product Manager bei Henniez, seinen glänzend verpackten GameCube von Nintendo übergibt.

in den letzten Wochen getrunken haben, weiss Martin nicht mehr. Seine Lieblingsaromen: «Himbeer und Zitrone. C'est cool!» Warum? Sie schmecken so superfruchtig und natürlich.

«BILDE DAS WORT XDRINK ...

... und gewinne! 300 Nintendo-GameCube-Konsolen mit 1 Spiel – bis am 15. Oktober 2003.» Das steht auf den Etiketten von X-DRINK – The Swiss Limonade –, der neuen kohlenensäurehaltigen Limonade für die Game-world-Kids. Wie viele X-DRINK die Brüder Progin

THE GAME GOES ON!

299 GewinnerInnen werden noch verlost! Mitspielen lohnt sich ...

Mehr Infos:
www.x-drink.ch



Familie ist Trumpf: Stolz Gislaine, Sébastien, José und Martin Progin.



Kontaktadressen: Marketinginformationen:
Verkaufsinformationen:

Sources Minérales Henniez SA, valerie.levy@henniez.ch, Telefon 026 668 68 68
Henniez Mineralquellen AG, 8184 Bachenbülach, Telefon 01 864 30 40



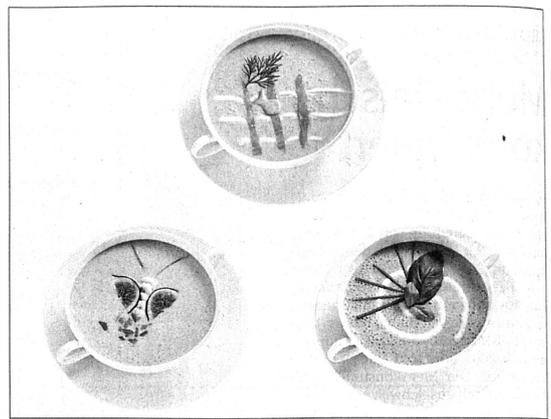
Oettinger Imex AG – Private Stock Cigars Long Filler

Der Tabak als Cigarren-Rohstoff hat eine lange Geschichte. Schon in den Bordbuchnotizen von 1492 beschrieb

Christoph Kolumbus das Wesen und die Verarbeitung von Tabak. Auch die Entdecker unserer Zeit suchen nach

etwas Aussergewöhnlichem, nach dem Einzigartigen. Ein grosser Wunsch jedes Cigarrenrauchers ist das persönliche Etwas, ein «Private Stock». Eine Private Stock Long Filler ist eine «unselected-ungraded» Cigarre, aus verschiedenen Tabaken der Dominikanischen Republik, handgerollt aber nicht nach den feinsten Farbnuancen ihrer Deckblätter sortiert. Farben und Durchmesser können leicht variieren und die Mischungen können geringfügige Abweichungen aufweisen, bei gleich bleibender Qualität. Private Stock Long Filler, in der Schweiz ab März 2003 im Handel erhältlich, bietet die Wahl aus fünf Formaten, für jede Gelegenheit die richtige Cigarre. Sie sind in Cabinet-Holzstischen, in praktischen Etuis oder in aromageschützten Tubos für unterwegs erhältlich.

Oettinger Imex AG
Nauenstrasse 73
4002 Basel
Telefon 061 279 36 36
Fax 061 279 36 00



Hügli Nahrungsmittel AG – Samt-Süppchen

Hügli präsentiert die ersten pastösen Suppen auf dem Schweizer Markt: Samt-Süppchen in drei Variationen wie Geflügel-Currycreme, Lachscreme und Basilikumcreme in der 1,35-kg-Dose für 45 Portionen. Durch die Herstellung mit Gourmet-Rezepturen und dem Aufmischen vor dem Servieren ist der

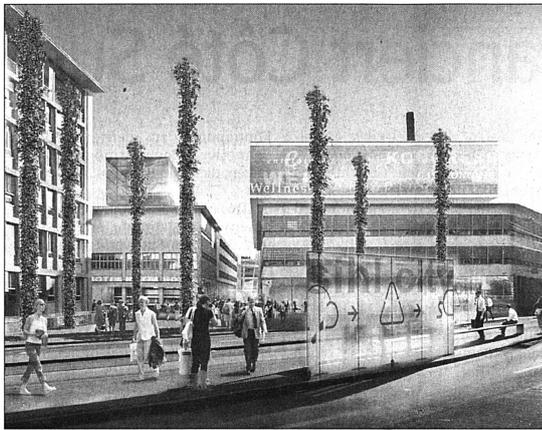
Geschmack luftig-zart und aromatisch. Durch die pastöse Konsistenz garantieren wir den vollen Genuss von der ersten bis zur letzten Portion.

Hügli Nahrungsmittel AG
Bleichestrasse 31
9323 Steinach
www.huegli.com

Sihlcity – In Zürich entsteht eine «Stadt in der Stadt»

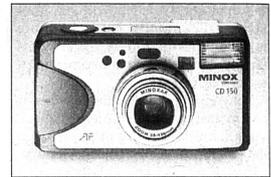
In Zürich entsteht in Citynähe, auf einer Fläche von 42 000 m² die Sihlcity, ein Mikrokosmos aus Einkaufs-, Arbeits- und Entertainment-Welten. Zur Infrastruktur gehören Kinos, Theater, Fitnesscenter, Kongresszentrum, zahlreiche Gastronomiebetriebe und als Schmuckstück ein Hotel mit 150 Zimmern. Das international bekannte Architekturbüro Theo Hotz bettet den Hotelkomplex in teilweise bestehende Gebäude der früheren Papierfabrik Sihl ein. Das Betriebskonzept des Hotels soll den speziellen Charakter dieses zukunfts-trächtigen Projekts übernehmen und den Gästebedürfnissen der kaufkräftigen Kundschaft in Zürich-Süd entsprechen. Für das Projekt läuft zurzeit die Evaluation einer Hotelbetriebs-gesellschaft. Die Eröffnung ist für den Herbst 2006 geplant.

Karl Steiner AG
Hagenholzstrasse 60
8050 Zürich



Minox – Neue AF-Compact-Kamera

Ausgestattet mit dem bewährten Minoxar-Objektiv, das dank seiner hohen Lichtstärke und seiner sehr guten Abbildungsleistung bereits die Minox-Gf-Kamerallinie zum Kleinbildkamera-Klassiker hat werden lassen, setzt die Minox CD 150 neue Massstäbe unter den Kompaktkameras. Der beachtliche Brennweitenbereich von 38–150 mm ermöglicht dem Fotografen grossen gestalterischen Spielraum sowie kreative Freiheit. Durch Antippen des Zoom-Wählschalters durchfährt das Objektiv nahezu lautlos den gesamten Zoombereich. Bei Aktivierung des vollautomatischen Autofokus-Systems, können selbst Objekte, die sich schnell bewegen, problemlos «eingefangen» werden.



Der «Rote-Augen-Effekt» wird durch den zusätzlichen Vorblitz komplett ausgeschaltet. Das Aussengehäuse der Minox CD 150 ist mit einem speziellen «Soft-Touch-Lack» überzogen. Er verleiht der Kamera eine schlichte Eleganz und lässt sie jederzeit sicher in der Hand liegen.

www.minox.com

AUS- UND WETIERBILDUNG

HSW

HSW → HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT LUZERN
FHT → TOURISMUS UND MOBILITÄT

Diplomstudiengang Tourismus und Mobilität

neu ab
Herbst 2003

Weitere Informationen finden Sie unter www.hsw.fh.zh.ch/fht oder beim Institut für Tourismuswirtschaft, Zentralstr. 18, CH-6002 Luzern, Tel. +41 41 228 41 45

GASTROSUISSE
WEITERBILDUNG

DER RÉCEPTIONSKURS
Erste Bausteine für den Start am "Front-Office".

Ziel Dieses Intensivseminar bietet Ihnen eine praxisorientierte Weiterbildung, die Ihnen den Start an der Réception erleichtert. Sie werden optimal auf Ihren geplanten Einsatz an der Hotelréception vorbereitet. Im Anschluss des Seminars erhalten Sie ein Attest.

Dauer 10 Tage, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr

Daten Blockseminar, Montag, 5. Mai bis Freitag, 16. Mai 2003
Blockseminar, Montag, 13. Oktober bis Freitag, 24. Oktober 2003

Preis Fr. 2'650.- inkl. 10 Tage Seminar, Seminarunterlagen, Mittagessen, Seminar- und Pausenverpflegung.

Weitere Informationen unter www.gastrosuisse.ch/weiterbildung
Tel. 01/377 55 30 - Fax 01/372 14 92 - E-mail: weiterbildung@gastrosuisse.ch

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, Färbstrasse 18, 7270 Davos Platz
Tel. 081 420 65 26 - E-Mail: info@hotelschule-loetscher.ch

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

153472/990239

ANZEIGEN

LIQUIDATION EINES GROSSEN BILDER-LAGERS

Wir räumen über 500 ÖLGEMÄLDE «Dekorative Kunst»

handgemalt von internationalen Künstlern, die schönsten Motive aus den Bereichen: Blumen, Wildlife, Hunde-, Katzen-, Vogel- und Pferdebilder, venezianische Maskenbilder, moderne Bilder, Formel 1 und Racing-Cars sowie Kopien von Altmeistern und Impressionisten.

Dazu eine Vielzahl von Reproduktionen auf Leinwand. Gerahmt. Alle Bilder in höchster Qualität und zu sensationellen Preisen.

Für Hotels, Restaurants, Private und Händler bietet sich eine einzigartige Gelegenheit. Einzeln oder ganze Lots.

Vom Freitag, 27. März bis Samstag, 5. April 2003 zwischen 09.00–19.00 Uhr durchgehend bei LIVARTE, Grubenstrasse 18 (Binzquartier), 8045 Zürich (www.livarte.ch)

Telefonische Voranmeldung erwünscht unter Telefon 043 960 88 11

4238161/155450



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch anwendbares **FRANZÖSISCH**
COÛLE, Negressaive
F-79370 CELLES/BELLE
Telefon: 0033-5-49-279 275
Fax: 0033-5-49-272 179
E-Mail: ccole@mellecom.fr
<http://www.mellecom.fr/ccole>

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

145391/982204

Sprachausbildung

an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Annemarie+Rolf Frischknecht Tel 01/926 39 58
www.sprachausbildung.ch

Über Gastfreundschaft
und Seilschaften.

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

**Mattes
Besteck?**

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

Wir
reparieren
polieren
versilbern
...

Billige Importe und deutscher Markt belasten

Dauerbackwarenindustrie. Erstmals seit fünf Jahren hat die Schweizer Dauerbackwarenindustrie einen Rückgang zu verzeichnen. Der Gesamtumsatz ist im Jahr 2002 um 6,5 Prozent auf 44 632 Tonnen gesunken, was zu einem Umsatzrückgang von 6 Prozent auf 418,9 Mio. Franken geführt hat. Zu schaffen machten den Schweizer Produzenten billige Importprodukte sowie ein Nachfrageeinbruch in Deutschland. *DST*

BELL-GRUPPE / Umsatz und Ertrag gesteigert Erneut gut geschäftet

Der Basler Fleischverarbeiter Bell konnte im Geschäftsjahr 2002 Umsatz und Ertrag steigern. Der konsolidierte Umsatz überstieg erstmals die Grenze von 1,5 Mia. Franken und wuchs um 2,4 Prozent auf 1,507 Mia. Franken. Der Gewinn stieg um 19,8 Prozent auf 45,1 Mio. Franken. Der geglückte Turnaround im Bereich Convenience und das einmal mehr starke Geflügelgeschäft hätten zu einer deutlichen Ertragsverbesserung gegenüber dem Vorjahr geführt, teilte Bell mit. Der Bereich Geflügel-Convenience soll weiter ausgebaut werden. Dafür investiert die Bell-Gruppe 8 Mio. Franken in Anlagen zur weiteren Veredelung von Geflügelprodukten. Der Verwaltungsrat beantragt zuhanden der Generalversammlung eine gegenüber 2001 erhöhte Ausschüttung von 25 Franken je Aktie, und zwar als weitere Nennwertrückzahlung. *DST*

Westschweiz im Fokus der SV-Group

Gemeinschaftsgastronomie. Die SV-Group, die bis anhin vorwiegend im deutschsprachigen Raum tätig war, eröffnet eine Vertretung in Gland/VD. Verantwortlich für die Romanie ist Pascal Despraz (37). Bis Ende 2005 will die SV-Group in der Westschweiz 30 Betriebe führen, was einem Umsatz von rund 20 Mio. entspricht. Ende 2002 befanden sich von den rund 360 geführten Betrieben sechs in der Westschweiz. *DST*

HERO / Gutes Geschäftsjahr 2002 Abschied von der Börse

Der Nahrungsmittelhersteller Hero zieht sich von der Börse zurück. Mehrheitsaktionärin FIM, die indirekt von der deutschen Schwartau-Gruppe kontrolliert wird, will alle sich im Publikum befindlichen Inhaberaktien kaufen. Gemäss dem Kaufangebot bietet FIM 165 Franken je Inhaberaktie mit Nennwert von 10 Franken. Das Angebot unterliegt der Bedingung, dass der FIM mehr als 95 Prozent aller ausstehenden In-

haberaktien angekauft werden. FIM hält gemäss eigenen Angaben knapp 74 Prozent an Hero. Gleichzeitig mit dem Übernahmangebot der FIM veröffentlichte Hero ihre Geschäftszahlen für 2002. Die Gruppe konnte ihren Reingewinn um 67,6 Prozent auf 69,3 Mio. Franken steigern. Der Umsatz nahm um 17,5 Prozent auf 1,386 Mia. Franken zu. Die Dividende soll unverändert 4,75 Franken je Aktie betragen. *DST/sda*

BIO-MARKT / Erstmals über 1 Milliarde Franken Umsatz

Frisches ist gefragt

Der Umsatz mit Bioprodukten ist im Jahr 2002 um 13 Prozent auf 1056 Mio. Franken gewachsen. Erstmals wurde damit die Milliardengrenze überschritten, wie Bio Suisse bekannt gab. Pro Kopf gaben Herr und Frau Schweizer im Berichtsjahr durchschnittlich 144 Franken für Bioprodukte aus. Dreiviertel des Umsatzes liefern dabei allerdings über den Ladentisch der Grossvertrieber Coop und Migros.

Zu den Rennern auf dem Bio-Markt gehören laut Bio Suisse vor allem die Bio-Frischprodukte. Sie haben einen Marktanteil von 7 Prozent. Milch mit einem Anteil von 12 Prozent oder z.B. Karotten mit einem Anteil von 20 Prozent ragten heraus. Bei Gemüse, Früchten, Eiern und Fleisch sei das Wachstum durchgehend zweistellig. Allerdings führe Bio-Fleisch mit einem Marktanteil von 4 Prozent immer noch ein Nischendasein. Mit einem Wachstum von 61 Prozent beim Rindfleischverkauf im vergangenen Jahr komme jetzt allerdings starke Bewegung in den Markt. Für das Jahr 2003 prognostiziert Bio Suisse ein Wachstum des Bio-Fleischmarktes um insgesamt 20 Prozent. *DST*

KURZ UND BÜNDIG

Guter Start für Max-Havelaar-Reis.

Im ersten Jahr nach der Lancierung von Reis mit Max-Havelaar-Gütesiegel haben Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz insgesamt 370 Tonnen davon gekauft. Dadurch flossen 18 000 Schweizer Franken in Gemeinschaftsprojekte der involvierten Kleinbauern-Organisationen in Thailand. Die Reisbauern erhalten im Vergleich zum volatilen Weltmarkt einen garantiert höheren Marktpreis und eine so genannte Fair-Trade-Prämie von mindestens 10 Prozent auf den Exportpreis. *DST*

Aroma-Kaffee mit Max-Havelaar-Gütesiegel.

Ab sofort werden in sämtlichen 139 Schweizer McDonald's-Familienrestaurants die Kaffees der Marke Aroma angeboten. Diese tragen neu das Fair-Trade-Gütesiegel von Max Havelaar. Nach einem positiv verlaufenen Test in den Zürcher McDonald's-Restaurants wird nun in der ganzen Schweiz eine Palette mit neun Aroma-Produkten angeboten. *DST*

Konzentration in der Armaturen-industrie.

Die Metallys Holding in Lyss erwirbt rückwirkend per 1. Januar 2003 die Amaturenaktivitäten der Arwa Armaturenfabrik Wallisellen AG. Arwa und die schon zur Holding gehörende Similor Kugler AG (Carouge) werden unter dem Dach der Metallys Holding weiterhin selbstständig auftreten. Die beiden Produzenten wirtschaften gemeinsam einen Umsatz von gegen 100 Mio. Franken, was einem Marktanteil von 45 Prozent entspricht. Die Marken und Sortimente der beiden Firmen werden weitergeführt. *DST*

GESETZE / Von Basel bis ins Tessin wird an den Gastwirtschaftsgesetzen gewerkelt. Die Erfahrung zeigt: Werden Wirte frühzeitig eingebunden, sind sie zu Kompromisslösungen bereit. PIETER POLDERVAART

Gastwirtschaftsgesetze im Wandel

Zuckerbrot und Peitsche, so lässt sich die aktuelle Revision des Tessiner Gastwirtschaftsgesetzes umschreiben. Zum einen lässt man die Zügel etwas lockern und verzichtet beispielsweise auf die Klausel, vergorene Alkoholika wie Wein und Bier seien nur an Über-18-Jährige auszuschenken. Junge haben es auch leichter, was den abendlichen Aufenthalt in Gaststätten angeht – statt schon wie bisher um 21 Uhr soll erst um 23 Uhr «Jugend-Sperrstunde» sein. Doch umgekehrt will man die Kontrollen verschärfen. Die kommunale Polizei soll vermehrt Razzien durchführen können.

VERBAND ALS KONTROLLEUR

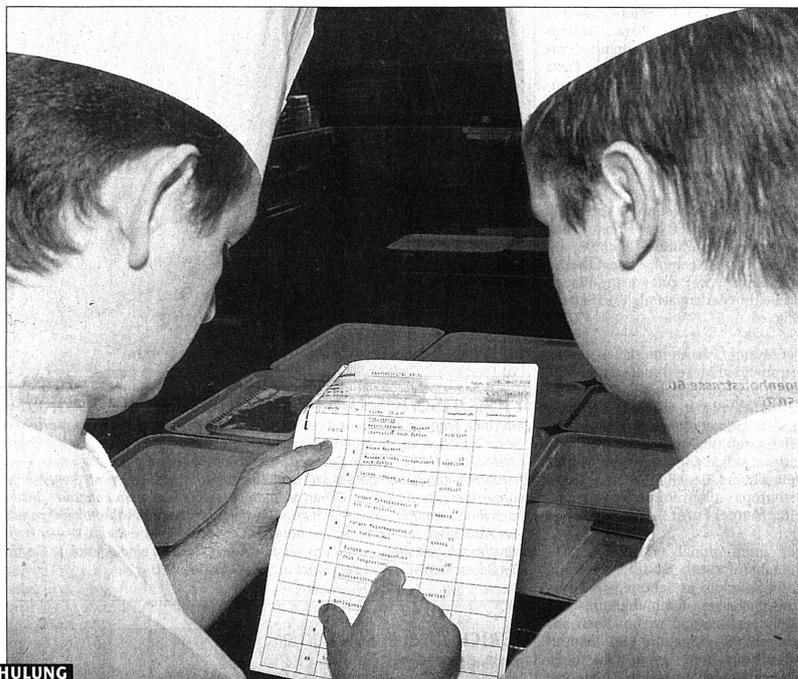
Doch nicht ein Polizeistaat ist Ziel und Zweck der Gesetzesreform, die jetzt ins Tessiner Parlament kommt. Vielmehr setzt die Südschweiz auf Selbstüberwachung durch den Verband: Weil dem Kanton nur gerade zwei Kontrolleure zur Verfügung stehen, spannen die Behörden mit den Betroffenen zusammen. Was die «Tessiner Zeitung» als «Wirtwehr» apostrophiert, sieht Claudio Belloli, Direktor von Gastro Ticino, etwas weniger martialisch: «Wir werden eine Kommission bilden, die zweifelhafte Betriebe besucht und gewisse Punkte des Gastwirtschaftsgesetzes überprüft.»

Mit von der Partie soll auch ein Jurist sein, um allfällige Fragen vor Ort klären zu können – ohne finanzielle Beiträge des Kantons übriggelassen. Für Belloli liegt auf der Hand, dass etliche Artikel – von der Hygiene bis zur Kontrolle, ob die Zahl der maximal zugelassenen Personen in einer Disco überschritten ist – nur mit kantonalen Unterstützung durchsetzbar sind. «In diesen Fällen kontaktieren wir die Behörde.» Denn der Verband wolle Probleme nicht kleinspielen, sondern gegen schwarze Schafe vorgehen – im Interesse der ganzen Branche. Noch muss im Tessin das Parlament über die Änderungen befinden. Details zur Aufgabenteilung zwischen Polizei und Verband sind deshalb noch nicht bekannt.

FÄHIGKEITS-AUSWEIS À LA EU

In einem ähnlichen Stadium ist die Revision des Gastgewerbesetzes im Baseltal. Auch hier ist die Branche grossmehrheitlich mit den Veränderungen einverstanden – weil sie schon beim Ausarbeiten der Vorlage konsultiert wurde. «Ein typisch eigenössischer Kompromiss», beschreibt Urs Stingelin, Präsident von Gastro Baseltal, das Ergebnis, wie es jetzt dem Landrat zugeht. Das war nicht immer so: Noch 1997 schickte das Volk eine Vorlage, gegen die sich die Wirte heftig gewehrt hatten, bachab. Zufrieden ist Stingelin insbesondere, dass der Fähigkeitsausweis Bestand hat. Allerdings soll neu auch der Nachweis einer zweijährigen Betätigung in der Branche als Zulassung akzeptiert werden – ein Verfahren, wie es in der EU üblich ist. «Hier

Foto: Pieter Poldervaart



SCHULUNG

Trotz neuen Gastwirtschaftsgesetzen: Fachwissen bleibt die Basis erfolgreichen Wirtens.

werden wir darauf achten, dass die zwei Jahre klar definiert sind und nicht jede beliebige Betätigung in der Gastronomie akzeptiert wird», betont Stingelin. Die Patentgebühren sind zwar nicht ganz gestrichen worden, fallen aber deutlich tiefer aus. «So wie der Entwurf jetzt vorliegt, können wir ihn akzeptieren», meint Stingelin. Falls er im Landrat aber zungunsten der Gastronomie verändert werden sollte, stehe man Gewehr bei Fuss.

BASEL-STADT: KAMPFFONDS GEÄUFNET

Längst nicht so einvernehmlich geht es in Sachen Gastgewerbesetzungsrevision in Basel-Stadt zu und her. Zwar hatte der Halbkanton vor ein paar Jahren als Speerspitze der Gastronomie-Liberalisierung von sich reden gemacht. Doch die Auswüchse werden jetzt zum Bumerang. Deshalb müssen verlängerte Öffnungszeiten neu wieder einzelbetrieblich beantragt werden, wobei vor allem die vorhersehbare Quartierverträglichkeit ausschlaggebend sein wird. Konfrontation gibt's weniger bei der Frage um die Öffnungszeiten als beim Kampf ums Geld. Zum einen ist noch immer das Verfahren hängig, mit dem gegen die früheren Gebühren prozessiert wird. «Gewinnen wir, werden wir uns gut überlegen, ob wir nicht zumindest für die vergangenen fünf Jahre Forderungen stellen werden», meint Josef Schüpfer, Präsi-

dent des Basler Wirtverbands. Auch mit dem neuen Gesetz, das demnächst dem Grossen Rat zugeht, ist man unzufrieden. So heisst die Gebühr neu «Kostenanlastungssteuer» – alter Wein in neuen Schläuchen, wie Schüpfer kritisiert. Gemeinsam mit bürgerlichen Parteien und Gewerbeverband will man jetzt im Grossen Rat lobbyieren, um die ungeliebte und aus Sicht der

Gastronomie ungerechte Steuer – neu noch jährlich rund 1,6 Millionen Franken gegenüber früher 2 Millionen Franken – zu Fall zu bringen. Man sei guten Mutes, erklärt Schüpfer, und wenn's nicht funktionieren, auch kampfbereit: Allein der Wirtverband hat für eine allfällige Nein-Kampagne bereits einen Fonds in der Höhe einer Viertelmillion gutgeheissen.

24 goldene Tessiner Regeln

Selbstkontrolle soll in der Gastronomie nicht nur punkto Hygiene gelten, sondern auch in Sachen Umgang mit Gästen und Lieferanten, findet Gastro Ticino. Seit einem Jahr verbreitet der Kantonalverband deshalb ein «Codice Professionale e Deontologico» mit insgesamt 24 Punkten. Ein Teil der Verpflichtungen betrifft das Einhalten bestehender Gesetze, eine Aufforderung, die zwar selbstverständlich scheint, aber dennoch nichts schaden kann. Auch Höflichkeit soll nicht bloss Zier sein, sondern wird – wie auch Sauberkeit – als «anerkanntes und respektiertes Prinzip» den Wirten ans Herz gelegt. Musik, so ein anderer Paragraf, soll die Gäste nicht belästigen – eigentlich eine Selbstverständlichkeit, aber trotzdem häufig Anstoss für Beschwerden.

Auch das Einhalten des Gesamtarbeitsvertrags wird nochmals ausfor-

muliert; ferner kommt das Bezahlen von Schwarzgeld zur Sprache und wird als Verstoss bezeichnet. Artikel 14 dann nennt explizit das Problem des Mobbing: «Solches Verhalten gegenüber den Mitarbeitern soll verhindert werden.» Auch der Schutz vor überhöhtem Alkoholkonsum wird im Tessiner Kodex nochmals deutlich gemacht. Zum einen dürften Jugendlichen keine Alkoholika ausgeschenkt werden; zum anderen dürfe «offensichtlich Angetrunkenen kein zusätzlicher Alkohol abgegeben werden». Claudio Belloli von Gastro Ticino ist klar, dass der Kodex dem Verband kein Rechtsmittel in die Hand gibt. Doch auch im Tessin hat es schwarze Schafe; und der Kodex ist ein Mittel, sie in die Schranken zu weisen. Im Zweifelsfall, so macht Belloli klar, «prüfen wir den Ausschluss aus Gastro Ticino». *PLD*

NACHRUF / Zum Tod von Anthony Harris
Hilton verliert CEO

Am 11. März verstarb im Alter von 47 Jahren, nach kurzer Krankheit, Anthony Harris, Chief Executive Officer von Hilton International. Er arbeitete seit drei Jahren in der Position des CEO von Hilton International. Seine berufliche Karriere startete Harris 1981 im London Hilton. Im März 1999 wurde er zunächst zum Director UK & Ireland und im 2000 zum Chief Executive Officer Hilton international berufen. **KJV**



Foto: ZVG

OLIVE OIL AWARD / 2. International Olive Congress
Sieben Goldene Oliven

Anlässlich des «2nd International Olive Congress – Zurich 2003» wurde an der Hochschule Wädenswil (HSW) der «International Olive Oil Award 2003» verliehen. Dabei wurden in den Kategorien «intensiv», «mittel» und «mild» sieben Olivenöle mit der Goldenen (sechs aus Italien und eines aus Griechenland) und 24 mit der Silbernen Olive ausgezeichnet. Produzenten, Importeure und Einzelhändler aus neun verschiede-

nen Ländern hatten insgesamt 84 «Extra Vergine»-Olivenöle eingereicht. Die Degustation und die objektive sensorische Beurteilung war durch das Olivenöl-Fachpanel der HSW, geschult nach Vorgaben des International Olive Oil Council (IOOC), vorgenommen worden. Die objektive Beurteilung der Olivenöle bestand aus der Intensitätsbewertung von zehn, durch das IOOC definierten, Kriterien. **DST**

Risotto für einen guten Zweck

Multiple Sklerose. Am 29. März tauschen die Mitglieder der Schweizerischen Gilde etablierter Köche ihren Arbeitsplatz am heimischen Herd mit dem Open-air-Gas-Rechard und einer riesigen Reispfanne. In knapp 40 Schweizer Städten bereiten sie einen Risotto zu, dessen Erlös der MS-Gesellschaft (multiple Sklerose) zugute kommt. MS ist eine heimtückische Krankheit und bis heute leider noch immer unheilbar. **DST**

ZITAT DER WOCHE

«Zuerst muss eine Normalisierung der Wahrnehmung eintreffen, bevor die Menschen wieder bereit sind, an so etwas Alltägliches wie Ferien zu denken.»

Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus, im Interview auf Seite 2.

PEOPLE

Andreas Brunner (35) übernahm ab vergangenem 1. März beim Genfer Unternehmen Global Brands S.A. in Genf die Position des General Manager von Domino's Pizza Schweiz. Global Brands ist für mehrere Länder, darunter die Schweiz, Master- und Franchisenehmer der amerikanischen Pizzakette Domino's Pizza. Andreas Brunner soll die Global-Brands-Strategie umsetzen, mit Domino's Pizza in der Schweiz Marktleader im Pizza-Delivery-Segment zu werden. Andreas Brunner war in den letzten Jahren bei der Passaggio-Autogrill-Gruppe in der Geschäftsleitung für verschiedene Bereiche verantwortlich. **MJP**

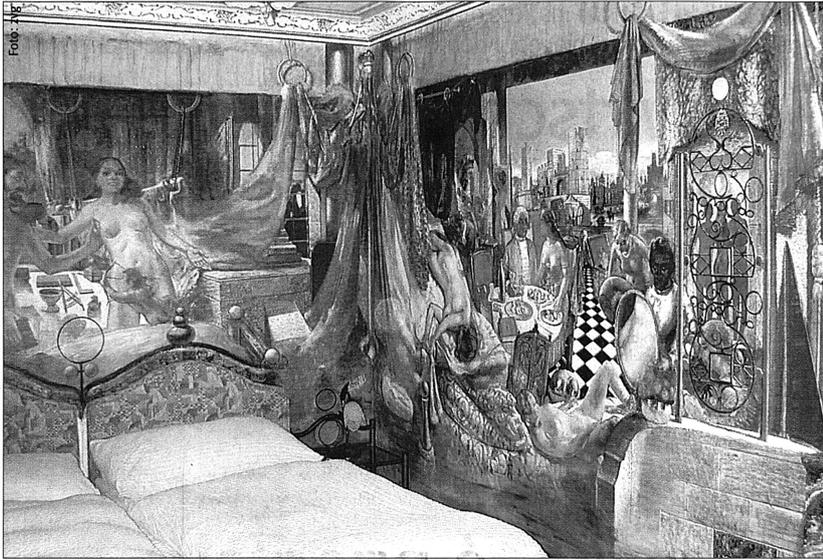
Thomas Bischof ist ab 1. April 2003 neuer Küchenchef im Hotel Krone Unterstrass in Zürich. Thomas Bischof, der die Nachfolge von **Claudio Graf** antritt, war zuletzt im «Blauen Fasan» in Niederglatt als Küchenchef tätig. **DST**

Der Mystery Park in Interlaken, der im kommenden Mai eröffnet werden soll, ist der neue Arbeitgeber von **Raphael Perdrizat**. Bisher arbeitete Perdrizat in der Marketing- und Verkaufsbteilung der Jungfrauabahn. Sein bisheriges Aufgabengebiet – die Märkte Deutschland, Benelux, Österreich und Osteuropa – übernimmt der Verkaufsleiter **Marcel Furer**. **SST**

Der international erfolgreiche Küchenchef **Pascal Bouille** feiert im Hotel Storchen in Schönenwerd sein dreissigjähriges Kochjubiläum. Der 45-jährige Romand ist ein Koch aus Leidenschaft. Kreation und Inspiration mit sicherem Gespür für Ästhetik lebt er aber nicht nur in der Küche aus: In seiner Freizeit gestaltet er Collagen.



Das Rohmaterial liefern ihm Broschüren, Prospekte und ähnliches. Bis Ende April präsentiert Pascal Bouille seine Kunst-Collagen im Restaurant «à la Carte» im Hotel Storchen in Schönenwerd. Die 15 Bilder haben keine Namen. «Das überlasse ich dem Betrachter», schmunzelt Pascal Bouille. **DST**



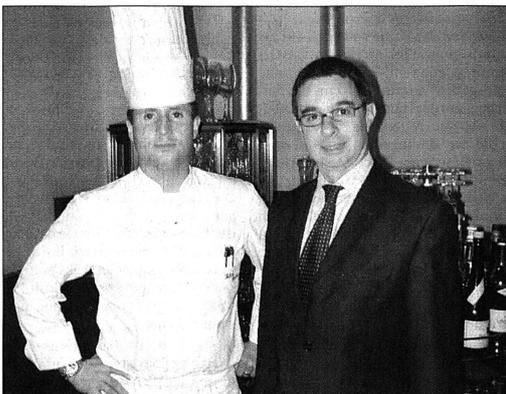
Historisches und zeitgenössisches Dekor im Hotel Adler. Das für drei Millionen Franken renovierte Drei-Sterne-Hotel Adler im Zentrum von Murten will die Vergangenheit durch ein historisches Dekor aufleben lassen und der Gegenwart mit Kunst aus unserer Zeit huldigen: Fünf Zimmer sind Persönlichkeiten wie Goethe, den Herzögen von Savoyen, Adrian von Bubenberg und Casanova – siehe Bild – gewidmet. «Diese und andere Berühmtheiten haben bereits im Hotel Adler übernachtet. Es heisst, diese Herrschaften hätten das Hotel Adler dem Schloss vorgezogen», sagt Hoteller Gilbert Montani. In sieben Zimmern konnten Künstler die Wände bemalen. Die Zimmer wurden nach ihnen benannt. Man findet im «Künstlerhotel» Werke von Antoine Pyron-Meyer, Ted Scapa, Basil Luginbühl, Peter von Wattenwyl, Jean Tinguely, Le boucher Corpato, Jérôme Rudin, Walter Hollenstein und Paco. Von den historisch und künstlerisch gestalteten Zimmern verspricht sich Montani eine einmalige Positionierung an der Sprachgrenze zwischen der Deutschschweiz und der französischen Schweiz. **TRU**

ZÜRICH / Neuer Küchenchef im Widder Hotel

«Solid und kreativ»

Die Küche des Zürcher Erstklasshotels Widder innerhalb der Gastronomie-Szene zu profilieren, haben sich der neue Küchenchef Patrick Buser (35) und Direktor Jan E. Brucker zum Ziel gesetzt. Busers Ambitionen kommen nicht von ungefähr: Er absolvierte die Lehre bei Hans Stucki und sammelte auch bei Frédy Girardet Erfahrungen. Als Küchenchef erkochte er sich 16 Gault-Millau-Punkte im «Beau Rivage» in Interlaken, im «Victoria Eden» in Adelboden sowie im «Albana» in Silvaplana. Zuletzt war Patrick Buser als Küchenchef im «Château Mosimann» in Olten tätig. **MJP**

Foto: Martin J. Petras



NEUAUSRICHTUNG DER «WIDDER»-GASTRONOMIE
 Küchenchef Patrick Buser und Direktor Jan E. Brucker möchten neben Hotel- und Bankgästen auch Liebhaber einer «Grande table» kulinarisch verwöhnen.

GLOSSE

Wasserschaden

HANSPETER GSELL*

Neulich trafen wir uns in einem netten Gasthof irgendwo im hügeligen Jura. Wir schwelgten uns durch die ausgezeichnete Küche, tranken uns durch den Keller und erdünnten das Ganze mit reichlich Mineralwasser. Wir bezahlten einen stolzen Preis und das Trinkgeld war mehr als grosszügig. Leider wusste ich zu diesem Zeitpunkt noch nicht, dass Wasser Hirschkäse verursachen kann.



Als ich einige Wochen später wieder den lieblichen Gasthof betrat, musste ich meine Meinung flugs ändern. Der Wirt verkündete mir nämlich, dass er bei unserem letzten Besuch nur 16 anstatt 17 Flaschen Mineralwasser verrechnet habe. Er würde diese arme Flasche der Einfachheit halber heute auf meine Rechnung setzen. Oh mein Gott, der arme Mann! Ich sah ihn in Gedanken vor mir, wie er in der Küche seine alten Nagelschuhe auskochte, damit seine armen Kinderlein wenigstens einmal im Tag etwas Warmes zu essen haben.

Nach kurzem Nachrechnen stellte ich fest, dass er an diesem grässlichen Abend einen Nettoverlust vor Steuern und Abschreibungen von Fr. 4.23 erlitten hatte. Ich schämte mich zutiefst und setzte ein betretenes Gesicht auf. Selbstverständlich entschuldigte ich mich für mein Versehen, streute mir Asche aufs Haupt und wälzte mich schreiend auf dem Boden. Anschließend wischte ich mir als Höhepunkt eine Träne aus dem linken Augenwinkel und bezahlte umgehend die verlangten fünf Franken. Ich nahm mir vor, der Stiftung für wasserkranken Wirte einen grösseren Obolus zukommen zu lassen.

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

IMPRESSUM

ht hotel + tourismus revue Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
 Gegründet 1892
 Herausgeber: Schweizer Hoteliersverein Montbijoustrasse 130 Postfach 3001 Bern
 Leitung Medien: Christian Hodler.
 Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD). Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH). Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK), Mireille Guggenbühler (MG), Toni Rütt (TRU), Sonja Stalder (SST), Dr. Karl Josef Verdung (KJV).
 Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM), Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfli (DST).
 Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM), Valérie Marchand (VM).
 Milestone: Dr. Peter Kühler (PK).
 Produktion: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).
 Layout: Roland Gerber (RG), Karin Guggler (KG), Gilbert Perrot (GPE), Brigitte Spring (BS).
 Korrektorat: Paul Le Grand.
 Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Lob (GL), Tessin; Herbert Putschner (HP), Wien; Maria Rutz-Willems (MRP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Georg Uebinauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

Verlag: Verlagsleitung: Iris Strebel. Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lise Casalucci. Stelleninserate: Matthias Beyeler, Andes Jakob, Marc Moser. Geschäftsprogramm: Markus Marchel (Verkaufsleitung), Roger Stemmer, Brigitte Weber. Innenredner: Patrick Stalder.
 Druck: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Bern.
 Auflage: 11'198 Ex. WEMF-beglaubigt, 22'000 Ex. Vertriebsauflage.
 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 (HSMA) Swiss Chapter
 – Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
 – Swiss Partner für den Bustourismus
 – Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
 – Schweizer Kurthäuser (VSK)
 – Swiss International Hotels (SIH)
 – Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Kontakte:
 Adresse: Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
 Redaktionen (Leserbriefe, People, usw.): Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: ht@swiss-hotels.ch
 Abonnemente: Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
 Stelleninserate: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: maric.moser@swiss-hotels.ch
 Geschäftsfragen: Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: patrick.stalder@swiss-hotels.ch
 Internet: www.swiss-hotels.ch
 Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



DÉCORATION FLORALE /
La décoration florale dans les hôtels est un art. Des professionnels s'expriment. **PAGE 2**



MARCO TORRIANI / Il est amoureux du hockey et de sa profession d'hôtelier. Portrait d'une personnalité. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

SWISS CITIES / Du pain sur la planche pour le nouveau président Thomas Meier

Critères d'admission à choisir

Thomas Meier, directeur de Winterthour Tourisme et nouveau président des Swiss Cities, a du pain sur la planche. La semaine dernière à Lucerne, les participants à l'assemblée générale du groupement des villes suisses ont en effet pris connaissance des critères destinés à régler les admissions au sein de l'association. Elaborés par l'ancien directeur de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre, Olivier Chevallaz, ces critères promettent quelques discussions animées, puisque, s'ils étaient appliqués tels quels, douze membres sur vingt-huit ne les rempliraient pas.

TROIS CRITÈRES OBLIGATOIRES

La proposition, qui sera mise prochainement en consultation auprès des membres, prévoit trois critères obligatoires: posséder un label de qualité et un site Internet – ce qui sous-entend la possibilité offerte aux clients de faire des réservations en ligne – avoir un office du tourisme dont le responsable est membre de l'Association des directeurs du tourisme (ASDT), ceci afin que les villes membres aient une certaine taille en matière touristique. A ces trois points s'ajoutent une série de critères destinés à quantifier l'équipement et l'offre de la ville membre.

ASSEMBLÉE EXTRAORDINAIRE EN VUE

La discussion qui a suivi la présentation de ce concept a principalement porté sur le critère obligatoire d'affiliation à l'ASDT. Que faire notamment lorsque le directeur touristique d'une ville membre des Swiss Cities n'est pas à l'ASDT? Est-il judicieux de ne pas admettre une petite ville, dont l'offre touristique est riche, sous prétexte que son volume de nuitées est trop petit? Certains se sont aussi interrogés sur le montant de la cotisation qui varie selon la grandeur de la ville. Intervenant pour recentrer le débat, Michel Ferla, vice-directeur de Suisse Tourisme, a rappelé que les critères étaient vus sous l'angle du client. Une proposition définitive concernant ces critères sera présentée aux membres lors d'une assemblée générale extraordinaire, le 17 juin à Berne. L'assemblée de la semaine dernière a, par ailleurs, également été marquée par la nomination au comité du directeur de Fribourg Tourisme, Nicolas Zapf, en remplacement d'Eddy Peter, qui a quitté la présidence (lire aussi en dernière page). **MH**

Photo: Swiss-Image/CPE



QUEL CHEMIN?

Difficile de dire vers quelle direction se dirige aujourd'hui le tourisme. Suisse Tourisme montre des pistes.

GUERRE EN IRAK / Le conflit irakien incite Suisse Tourisme à mettre l'accent sur le marché intérieur et les marchés environnants. **MIROSLAW HALABA**

La proximité prioritaire

Quelles seront les conséquences de la guerre en Irak sur le tourisme? La réponse ne peut guère être apportée aujourd'hui. Suisse Tourisme, qui a mis en place une cellule de crise composée de Jürg Schmid, directeur général, d'Urs Eberhard, directeur du marché nord-américain, et de Daniela Bär, responsable de la communication, a néanmoins élaboré quelques scénarios et quelques prévisions afin de permettre aux prestataires d'orienter leurs activités. Ainsi, si l'on ne voit «aucune raison» de modifier les stratégies fixées pour le moyen et le long termes, plusieurs adaptations sont prévues ou préconisées pour le court terme.

CAMPAGNE D'ÉTÉ EXTRAORDINAIRE

D'une manière générale, Suisse Tourisme estime que le désir d'entreprendre des voyages à l'étranger ou en avion devrait diminuer rapidement. Raison pour laquelle, on compte principalement ces prochains mois sur les performances du marché intérieur et des marchés environnants, marchés qui devraient rester stables. Une question se pose notamment: le cours du franc sera-t-il assez favorable pour que

le tourisme suisse puisse profiter du grand potentiel des marchés environnants?

Déjà orienté vers ces marchés de proximité, le plan d'activité 2003 pourrait, selon l'évolution de la situation, prendre une direction dans ce sens encore plus marquée. Suisse Tourisme annonce déjà qu'une campagne de promotion estivale «extraordinaire» (affiches et annonces dans les magazines), d'un coût de 2,5 millions de francs, sera lancée en mai. Son but? Promouvoir, en Suisse et en Allemagne (au Sud notamment), les vacances en famille et à la montagne. Jürg Schmid est d'avis qu'une grande vague de réservations, provenant principalement de Suisse, pourrait déferler à cette période.

SURVOL DES PRINCIPAUX MARCHÉS

Les responsables de Suisse Tourisme se sont aussi livrés à une analyse des marchés. Le marché américain, tout d'abord, est caractérisé par une diminution des réservations. Celles-ci se font même «rares», dit-on. Même situation sur le marché britannique. Selon un sondage de l'Association britannique

des agences de voyages, 46% des Anglais prendront une décision concernant leurs vacances ou réserveront après la guerre seulement. Un recul «substantiel» de la demande est prévu sur le marché du Moyen-Orient et de «nombreuses annulations» sont attendues du Japon et des autres marchés asiatiques. Suisse Tourisme relève aussi que le marché du tourisme d'affaires et de l'incentive pourrait accuser, à court terme, un «important» recul.

DIMINUTION DES NUITÉES DE 3 À 4%

En dépit de l'incertitude sur le déroulement du conflit et ses conséquences sur le tourisme, Suisse Tourisme avance aussi quelques prévisions globales. L'organe de marketing du tourisme suisse s'attend pour l'ensemble de l'année en cours à une diminution des nuitées de 3 à 4%. Ce qui représente pour l'hôtellerie un manque à gagner d'environ 1 à 1,4 million de nuitées ou 300 millions de francs, en terme de chiffre d'affaires.

Lire aussi l'interview de Jürg Schmid en page 2 du Cahier allemand

ASDT / Eddy Peter a été réélu à la présidence pour une année supplémentaire

Les 75 ans de l'ASDT

L'assemblée générale de l'Association suisse des directeurs du tourisme (ASDT) qui s'est déroulée la semaine passée à Lucerne a été marquée par l'élection de plusieurs membres du comité et par la célébration des 75 ans de l'ASDT, un anniversaire qui a donné lieu à différents hommages. «Les trois-quarts de siècle de cet important acteur du tourisme suisse méritent plusieurs coups de chapeaux», a relevé Dick Marty, le président de Suisse Tourisme.

«JOSEPH DEISS EN AURAIT ÉTÉ JALOUX»

Un de ces coups de chapeau aurait dû être tiré par le président de la Confédération Pascal Couchepin qui avait confirmé sa présence l'année passée alors qu'il était ministre du tourisme. Le fait qu'il ait changé de département au début de cette année l'a finalement conduit à céder sa place à Franz Steinegger, conseiller national uranais et président de la Fédération suisse du tourisme. Ce dernier, avec son humour habituel, a relevé que ce n'était pas la première fois qu'il devait remplacer Pascal Couchepin. Il a aussi indiqué que si ce dernier s'était quand même déplacé à Lucerne malgré son changement de département, Joseph Deiss en aurait été jaloux. Enfin, en tant que «Suisse primitif» – c'est lui qui le dit –, Franz Steinegger a été particulièrement fier que l'ASDT ait choisi la Suisse centrale pour fêter ses 75 ans.

«TOURISM IS A BUSINESS, NOT A CHARITY»

Un bref historique des 75 premières années de l'ASDT a été brossée par un autre «Suisse primitif», en l'occurrence Charles Christen, l'ancien directeur de l'OT d'Engelberg, qui a notamment rappelé les mutations de la profession: «Notre corporation, composée à 90% d'instituteurs, de fonctionnaires des CFF ou de journalistes il y a encore 40 ans, s'est ensuite davantage tournée vers le marketing et la vente. A ce sujet, je n'oublierai jamais les propos suivants que m'avait tenus l'ancien directeur de l'OT de Montreux, Raymond Jaussi: «Tourism is a business, not a charity.» Enfin sur le plan des élections, on relèvera que le président Eddy Peter a été élu pour une nouvelle année et que Daniel Egloff (Bâle Tourisme) et Hanspeter Mazenauer (Ostschweiz Tourismus) ont été élus au comité. Daniel Egloff y remplacera la démissionnaire Edith Strub (Zurich Tourisme). **LM**

Lire aussi en page 10 du Cahier allemand

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

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vaisselle • Cuisine • Textile • Étages • Ambiance

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

MICROS

Restaurant Le Raisin, Cully VD

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

CHECK IN DATA

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hôtellerie 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

RESTAURATION / Une offre de l'Ecole hôtelière de Lausanne

Obtenir de meilleures marges

Le Centre de compétences de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) veut vérifier l'application d'une méthode qui permet à des restaurateurs d'améliorer leurs marges en utilisant la carte des mets comme outil de vente. Rares sont, dit-on, les restaurateurs qui établissent un rapport direct entre le choix et la disposition des plats qu'ils proposent sur leur carte et leur marge bénéficiaire. Appelée «Menu Engineering», cette mé-

thode, qui est appliquée depuis longtemps «avec succès» aux Etats-Unis, consiste à faire une analyse historique des ventes de plats figurant sur la carte des mets et leur prix de revient. Les marges de profit sont ensuite confrontées aux quantités de plats vendus afin de déterminer ceux qui sont les plus populaires et les plus rentables.

L'EHL est donc à la recherche de trois ou quatre restaurateurs qui accepteraient

de livrer leurs données de base pour mener à bien une telle étude. Celle-ci dure trois mois et est sans frais pour l'établissement.

Elle s'adresse à des restaurateurs romands, indépendants et du type traditionnel suisse. Le service doit être à la carte et le ticket moyen doit varier entre 30 et 50 francs. **MH**

Contact pour les intéressés: Ivan Falesich, tél. 021 791 10 27

GTR / Le G8 actuellement en point de mire des hôteliers romands

Un très grand flou artistique

Des villes retranchées, une interdiction générale de navigation sur le lac, des contraintes sur tout l'arc lémanique, des manifestations altermondialistes plus ou moins annoncées et une grande incertitude quant à la fréquentation des hôtels de Lausanne et de Genève.

Le G8, qui se tiendra à Evian du 1er au 5 juin, se caractérise par un flou artistique total: c'est l'impression des membres du Groupe de travail romand

(GTR) réunis à Sion pour leur première rencontre 2003.

Les hôteliers ne sont de loin pas les premiers informés. En dépit des milliers de personnes attendues, le nombre de réservations fermes est encore dérisoire.

Entre les réservations provisoires faites par les organismes officiels, celles qui ont réellement donné lieu aux paiements d'arrhes et les chambres bloquées par les

hôteliers en prévision de réservations fermes, les différences sont considérables. La question reste de savoir si cet événement politique hautement médiatisé aura des retombées positives sur le mouvement touristique de la région du Léman ou si, au contraire, par ses contraintes de sécurité et ses risques de débordement, il ne produise l'effet contraire. Pour l'heure, le «wait and see» s'impose. **JS**

COLLECTIVITÉ /

L'Alémannique SV Group s'est lancé à la conquête du marché Suisse romand

Importante progression des affaires

Numéro un de la restauration collective en Suisse avec un chiffre d'affaires de 490 millions de francs, et également actif en Allemagne et en Autriche, SV Group tente depuis ces dernières semaines une implantation en Suisse romande. De son siège de Gland qui occupe deux personnes, il souhaite prendre pied sur le marché.

Objet principal du groupe: s'implanter sur le marché du «business catering» par le biais des succursales des grandes sociétés allemandes dont il assure déjà le service outre-Sarrie.

SV Group, qui ne compte actuellement que six implantations en Suisse romande (une société de Monthey, un hôtel à Macolin et les casernes de Payerne et de Romont), pour un chiffre d'affaires de 5,8 millions compte atteindre un chiffre d'affaires de 20 millions de francs à l'orée 2005, pour une trentaine de présences. «Environ un demi-million de francs figurent au budget annuel du groupe pour atteindre ces objectifs», précise le Vaudois Philippe Echenard, président de la direction suisse de SV Group. Il s'est assuré les services d'un autre Vaudois, Pascal Despraz, qui, dix ans durant, a dirigé la Cave vaudoise, la coopérative qui gère et exploite les présences vaudoises lors des grandes foires suisses (Comptoir, Olma, BEA et autres).

BÉNÉFICIER D'UN BON ARGUMENT

«Les contacts pris à ce jour nous indiquent que l'objectif est réaliste», précise Pascal Despraz qui ajoute: «Nous nous prévalons de 90 ans d'expérience dans la restauration collective, cela constituera un argument de poids dans nos démarches auprès de potentiels partenaires.»

En Suisse romande, le groupe dirigé par une autre Vaudoise, Susy Brunschweiler, compte s'établir en s'attribuant des parts de marché gagnées sur tous ses concurrents, c'est-à-dire DSR (150 implantations) et Compass (42), ainsi que la restauration collective en gestion intégrée (113 établissements recensés). Ses objectifs «business catering» atteints, il annonce d'ores et déjà son intention de s'intéresser aux autres segments du marché spécifique: le care-catering (les EMS), puis les events catering (les grandes manifestations).

LANCEMENT EN PÉRIODE DE GUERRE

Fondé au début de la Première guerre mondiale afin d'offrir aux mobilisés des endroits de calme et de repos sans alcool, SV Group a une histoire quasiment parallèle à son concurrent romand DSR. D'association à but non lucratif, il s'est transformé en société anonyme, il y a trois ans, mais l'actionnaire majoritaire reste l'association de base qui s'est transformée en fondation. **JJE**

DÉCORATION / Fleurs, coquillages ou bougies, chaque hôtel dispose d'une méthode et d'un budget très différents pour créer des ambiances et donner une bonne image de son établissement. **VALÉRIE MARCHAND**

Pour la même catégorie d'hôtels, les budgets sont très variables

Soin, originalité, créativité de la décoration, au Grand Hôtel des Endroits, à la Chaux-de-Fonds, aucun recoin n'est laissé au hasard. Mais le plus gros investissement financier est attribué à la réception et aux couloirs situés à proximité. «Le premier coup d'œil est lancé à l'entrée. Cette dernière doit être impeccable», estime Daniela Vogt, qui dirige l'établissement avec son mari Jean-Pierre. Ils se font ainsi livrer, chaque semaine, des arrangements réalisés par une fleuriste du Locle. Puis, les salles à manger sont garnies par Daniela Vogt ou ses employées. Ainsi, des bouquets de fleurs, des coquillages, des branches de sapin, ou encore des perles en verre colorées sont déposés sur les tables et sont changés très souvent. «J'ai remarqué que les clients aiment bien se divertir et se détendre avec les perles en verre ou de petits cubes en bois, que je peins moi-même», sourit la directrice. Elle recherche toujours l'originalité. «Les gens sont exigeants. Ils sortent beaucoup. Ils ont vu et déjà revu beaucoup de choses. Il faut leur offrir de la nouveauté», ajoute-t-elle. Mais, pour des dates clef comme la Saint-Valentin, on utilise uniquement des roses rouges, des bougies et quelques pétales, parsemés ici et là sur les nappes. «La rose rouge est liée à la Saint-Valentin. Je tiens à ce symbole», souligne Daniela Vogt.

DU CRISTAL POUR LES DINERS DE GALA

Autre établissement 4 étoiles, le Parc Hôtel à Fribourg investit plus particulièrement dans la période estivale ou pour les dîners de gala. «A cette occasion, nous utilisons des supports en cristal très fins pour y déposer des bougies ou des roses flottantes», explique le directeur Raymond Surchat. Plantes, petits arbustes et fleurs fraîches font aussi partie de l'atmosphère de l'hôtel, mais sont employées en quantités limitées. «La tendance est à la baisse,

Photo: Valérie Marchand



RÉCEPTION DU GRAND HÔTEL DES ENDRITS

Pour décorer son entrée, cet hôtel 4 étoiles de La Chaux-de-Fonds se fait livrer chaque semaine des arrangements frais réalisés par une fleuriste de la région.

pour des raisons de budget», précise le directeur. Ses collaborateurs assurent les décorations, ainsi qu'un fleuriste

«free-lance» qui travaille plus ou moins régulièrement, selon les périodes de l'année.

A l'Hôtel Beau-Rivage à Genève (5 étoiles), c'est une gouvernante, Caroline Mauduit, qui assure cette tâche, à raison d'une heure et demie par jour en moyenne. Mais, elle reçoit des recommandations de la part de la direction. En effet, le langage des fleurs est parfois compliqué. «Le directeur ne veut notamment pas voir de Lys dans l'hôtel», indique Caroline Mauduit. Pour les Thaïlandais, par exemple, le Lys porte malheur... Il est donc important pour un établissement qui reçoit régulièrement une clientèle internationale de bien connaître les us et coutumes de ses hôtes.

DE L'ART FLORAL POUR UN CINQ ÉTOILES

Beaucoup de moyens sont cependant déployés pour satisfaire les

clients. Un grossiste livre chaque matin un lot de fleurs à l'hôtel. C'est le même fournisseur qui s'occupe d'orne la terrasse avec des plantes fleuries. «C'est l'art floral qui fait tout le charme d'un cinq étoiles», signale la gouvernante. Pour l'été, pour éviter d'avoir des fleurs trop vite fanées sur les tables, l'Hôtel Beau-Rivage privilégie les orchidées. «Elles tiennent plusieurs jours et supportent très bien la chaleur», ajoute Caroline Mauduit. Pour les autres périodes de l'année, les bouquets sont le plus souvent très classiques. Ainsi, ils s'harmonisent très bien avec les voilages et le style très romantique de l'établissement.

Moins classique, par contre, est le style de l'Hôtel des Bergues, également situé à Genève. «Nous avons deux fleuristes, qui travaillent respectivement à 80% et à 100%. Leur style professionnel nous assure un maximum d'originalité et de créativité», précise le directeur Ezio Indiani. Les compositions de base sont d'ailleurs changées très régulièrement et tout l'hôtel est décoré: tables, suites, couloirs et fenêtres.

L'APPROVISIONNEMENT COÛTE TRÈS CHER

Le Montreux Palace fait aussi recours au professionnalisme de deux fleuristes qui s'occupent respectivement à 100% du «Food & Beverage» et de la «Room Division». «Chaque semaine, il y a un nouveau thème en relation avec la décoration», explique Jocelyne Hennin, gouvernante de l'établissement. La Saint-Valentin, l'hiver ou encore l'Afrique, à chaque fois, les couleurs et l'ambiance de l'hôtel changent avec les différents thèmes évoqués. Au niveau du restaurant gastronomique, si des plats exotiques sont cuisinés, des fleurs exotiques sont déposées sur les tables et pas n'importe comment: «Il faut qu'elles soient bien placées, qu'elles ne bouchent pas la vue où qu'elles ne dérangent pas les clients qui mangent», déclare la gouvernante. Un soin tout particulier est voué aux VIP qui sont accueillis par un arrangement dans leurs chambres, ainsi qu'une rose dans la salle de bains. Seul principal souci pour l'hôtel: les fleurs coûtent cher et elles ne sont pas toujours de bonne qualité. Ainsi, il est fait appel à un grossiste (suisse) qui commande ses fleurs en Hollande pour avoir une meilleure garantie de la fraîcheur du produit et des prix plus intéressants.

La même réflexion a aussi été faite à l'Hôtel Crans-Ambassador à Montana qui commande aussi une bonne partie de ses fleurs auprès d'un grossiste. «Nous économisons ainsi environ 30%», signale Lise Bruttin, l'assistante de la directrice-adjointe. Seuls les arrangements de la réception proviennent des fleuristes du Haut-Plateau.

Des dépenses pour le plaisir des yeux

En moyenne, le Grand Hôtel des Endroits (4 étoiles), à La Chaux-de-Fonds, dépense 2000 à 3000 francs par mois pour sa décoration. Au Parc Hôtel à Fribourg (4 étoiles), environ 15 000 francs sont prévus par année uniquement pour l'achat de fleurs fraîches et 3000 francs en été pour la terrasse.

Ensuite, les budgets augmentent considérablement lorsqu'on entre dans la catégorie des 5 étoiles. Ainsi, le Montreux Palace, calcule, par semaine, entre 600 à 800 francs pour la décoration florale de l'hôtel, 200 francs pour son restaurant et 1 fr. 50 par client pour ses chambres.

Les dépenses de l'Hôtel Beau-Rivage (Genève) s'échelonnent entre 7000 et 9000 francs par mois pour l'achat de ses plantes, tandis qu'elles peuvent s'élever jusqu'à 30 000 francs par mois pour l'Hôtel des Bergues (Genève).

Cependant, à l'Hôtel Crans-Ambassador à Montana, les frais de décoration à l'intérieur de l'établissement ne sont que d'environ 600 francs par mois. «Nous n'avons que 80 chambres et un personnel réduit. Ainsi, notre budget dans ce domaine est relativement bas», précise Lise Bruttin, l'assistante de la directrice-adjointe. **VM**

VALAIS / Crans-Montana a annoncé des nuitées stables pour 2002

Les marchés diversifiés, un atout

La courbe des nuitées a gardé à Crans-Montana une bonne stabilité en 2002 (-0,9%, alors que la Suisse a reculé de 5,5% pour la même période). C'est ce qu'a fait savoir, lundi, Walter Loser, directeur de Crans-Montana Tourisme (CMT), lors de l'assemblée générale. Il y a même de quoi se réjouir face à l'augmentation de la clientèle italienne (+5,3%), russe (+61,2%) et des Etats du Golfe (+22,7%). La clientèle suisse, elle, est res-

tée stable. CMT va donc continuer sur la piste de la diversification des marchés.

En 2003, on devrait voir la création de nouveaux produits «ski + golf», surtout pour les périodes de moins grande fréquentation. De nouveaux moyens devraient être affectés dans la recherche congrès/incentive pour mieux occuper le centre de congrès. Côté culture, Crans-Montana souffre de l'absence d'un grand événement.

CMT souhaite voir s'élargir toute la palette de manifestations culturelles. Crans-Montana travaille également à l'obtention du label «Familles bienvenues».

Cette année, CMT a testé l'ouverture non-stop de ses bureaux en haute saison. Une opération qui sera reconduite vu son succès. CMT a souhaité que les commerces en fassent de même puisque cela répond à une demande de la clientèle. **DEM**

Le jet d'eau fonctionnera toute l'année

Genève. Symbole de Genève, le jet d'eau ne fonctionnera jusqu'ici que de mars à octobre. Désormais, il sera en service toute l'année. Ainsi en a décidé Genève Tourisme en accord avec les Services industriels de la ville. Cette décision permettra notamment d'éviter la déception des touristes qui venaient à Genève en hiver et qui regrettaient de ne pas voir le jet d'eau durant leur séjour. **LM**

LAC DE LA GRUYÈRE / Quand l'île devient presque l'île Ogoz, site touristique

Il y a 55 ans en 2003 que l'île d'Ogoz devient une presqu'île et accessible à pied par un long ruban de terre lorsque les eaux du lac de la Gruyère - bassin d'accumulation des Entreprises Electriques Fribourgeoises avant d'être un lac touristique! - sont à leur plus bas niveau. Ce qui est le cas actuellement et chaque week-end voit affluer des milliers de curieux venant s'y prélasser... L'Association de l'île d'Ogoz a

procédé à la restauration de la belle chapelle du 13e siècle et de ses œuvres d'art. On peut y organiser mariages, baptêmes et concerts, tandis que des visites guidées sont organisées à l'intention des milliers de visiteurs.

Un service de barges permet naturellement aux intéressés d'accéder à l'île en période de hautes eaux, destination de pique-nique dominical par excellence. **JS**

VALAIS / Un projet pour sensibiliser les jeunes aux métiers du tourisme

Faire entrer le tourisme à l'école

«Travailler dans le tourisme? Oh non...» Voilà résumé l'avis quasi unanime d'une classe d'élèves de 12 ans interrogée au Centre scolaire de Crans-Montana. Pour eux, le tourisme, ça se résume au travail du gars qui tend les perches du ski-lift. Ou presque. Et ça ne les intéresse pas. L'étude sur la valeur ajoutée du tourisme avait déjà mis le doigt sur ce problème: les Valaisans n'ont pas conscience de l'importance de «l'industrie des vacances» pour l'économie du canton. Il faut donc mieux faire connaître les métiers du tourisme, estiment les milieux concernés.

Une commission a été formée. Elle regroupe le Service cantonal du Tourisme et du Développement régional, l'organisation faitière de la branche, ainsi que l'Ecole suisse de Tourisme de Sierre. Le Groupe Tourisme du Grand Conseil y est aussi représenté, de même que le département de l'éducation. But premier: inciter plus de jeunes à se tourner vers les professions de cette branche.

VISER LES ÉLÈVES DU SECONDAIRE

Werner Schnyder, chef du Bureau cantonal du tourisme, explique que la campagne concernera dans un premier temps les élèves du secondaire, ceux qui sont à deux pas d'entrer dans la vie active. «Dans une deuxième phase, il s'agira d'organiser une sensibilisation destinée à toute la population.» Des objectifs qui vont dans la droite ligne de la politique cantonale du tourisme dont le texte devrait être présenté prochainement. Ce sera vraisemblablement en 2003-2004 que les élèves profiteront de cette action. Pour l'heure, la tâche consiste à élaborer et tester des outils destinés aux enseignants. «En 1990, rapporte Urs Zehnhäuser, il y avait déjà eu une campagne de sensibilisation grand public. On avait conclu qu'il était préférable de se concentrer sur un segment de la population pour plus d'efficacité. Et de toucher surtout les jeunes.»

CONVAINCRE AUSSI LES ENSEIGNANTS

Pour le directeur de Valais Tourisme, la campagne de sensibilisation auprès des élèves ne pourra être efficace que si les enseignants sont convaincus de son bien-fondé. Pour cela, des cours de formation continue sont notamment prévus cet été.

Pas de gros bouquins théoriques, mais une méthode adaptée au niveau des élèves et en prise directe avec le terrain: voilà sur quoi les concepteurs du projet travaillent. Si ce sont prioritairement les jeunes du secondaire qui sont visés, d'autres niveaux devraient aussi bénéficier de cette action. «Notre projet est novateur, fait remarquer Urs Zehnhäuser. D'autres cantons ont déjà manifesté leur intérêt.» **DEM**

VALAIS / Le camping hivernal a ses adeptes et totalise près de 90 000 nuitées dans le Vieux-Pays. Plus de 5000 de ces campeurs hivernaux proviennent de l'étranger. **DANIELLE EMERY MAYOR**

«La liberté, même en hiver!»

«Les motor-homes aujourd'hui permettent de stationner par moins 10 degrés», assure Rémy Genoud, représentant de la Suisse auprès de la Fédération européenne de l'hôtellerie de plein air. Petite maison qui roule au gré des envies de ses propriétaires avec tout le confort, le motor-home donne une liberté que ces vacanciers apprécient. «A la place d'acheter une résidence secondaire, de plus en plus de gens investissent dans l'achat d'un motor-home».

Un motor-home se conduit avec un permis voiture jusqu'à 3,5 tonnes. Si à l'achat, le véhicule est plutôt onéreux (de 40 000 francs à plusieurs centaines de milliers de francs), la location d'un emplacement est moins chère qu'une chambre d'hôtel. «Dans un camping, ils payent entre 20 et 30 francs la nuit», note Rémy Zufferey. Pourtant il ne faut pas croire que celui qui passe ses vacances en camping le fait par manque de moyens, note Serge Revaz, président de l'association valaisanne des campings. «Mais ces vacanciers font le choix de la liberté.»

DE NOMBREUX CAMPINGS SONT OUVERTS EN HIVER

C'est souvent la météo qui guide ces vacanciers mobiles. Ils utilisent beaucoup Internet lorsqu'il s'agit de se renseigner ou de réserver. Ils dorment dans les campings, puis se parquent devant les remontées mécaniques

pour aller skier, ou vont aux bains thermaux. Ils peuvent rester une semaine ou papillonner d'un endroit à l'autre: Saillon, Ovronnaz, Vétroz, Les Haudères, Sière-Salquenen, Crans-Montana... De nombreux campings sont ouverts en hiver.

Autre facette de l'hôtellerie de plein air: la location de petits chalets

tout équipés (ainsi que des tentes à la saison plus chaude) qui répond à une demande toujours croissante, à en croire Serge Revaz. Pour pouvoir se déplacer plus rapidement qu'en tirant une caravane ou en roulant avec un motor-home, tout en retrouvant l'ambiance particulière du camping. Pas de doute pour Serge Revaz: tous les pres-

tataires devraient collaborer davantage dans un seul but: faire venir des gens en Suisse et en Valais, plutôt que réfléchir en terme de concurrence. «Les enfants qui viennent au camping seront demain des clients pour l'hôtellerie», conclut-il.

www.campings.ch

Photo: Danielle Emery Mayor



LE CAMPING MOLIGNON DES HAUDÈRES

Le camping hivernal attire aussi bien des touristes de passage que des touristes plus sédentaires.

FRIBOURG / Bulle accueille un nouveau salon du 24 au 27 avril Aqua 2003, le Salon de l'eau

L'eau à la source d'une première suisse: le Salon Aqua 2003 Eau & Vie, qui aura lieu à Espace Gruyère du 24 au 27 avril, sera tout entier voué à cet élément fondamental: jamais une telle exposition, véritable festival pluridisciplinaire, ne lui a été consacrée jusqu'ici dans notre pays! Ouvert au grand public comme aux professionnels des secteurs concernés, il représentera l'eau, au travers de 60 stands (80 exposants), animations et conférences, sous l'ensemble de ses aspects: potable, énergétique, sanitaire, bienfaisante, touristique, ludique, sensuelle... Le salon Aqua 2003 s'affirmera comme le principal relais helvétique de l'Année internationale de l'eau décernée en 2003 par les Nations Unies. A cet effet, il représente «l'eau romande» au sein de cette vaste opération de sensibilisation et de promotion.

S'il fallait représenter ce salon qui se lance à l'eau pour la première fois, ce serait sans doute sous la forme d'une bande dessinée - avec des bulles bien sûr! - racontant l'immense rôle de l'eau dans notre existence quotidienne. Si ce thème sera décliné de multiples façons à Espace Gruyère, le centre polyvalent bullois présentera aussi certaines de ses implications dans le tourisme. **JS**

Le secteur «Tourisme, sports et loisirs» réunira l'Association touristique de la Gruyère, ainsi que les divers partenaires du tourisme autour du lac de la Gruyère pour en présenter les attraits naturels, sportifs et même gastronomiques. Le thermalisme (avec notamment une présentation du projet de Centre thermal de Charmey), les sports (rafting, jet ski, plongée, etc.), l'eau fun (wellness, spas, etc.) et bien sûr toutes les principales eaux minérales (avec dégustations) en tant qu'élément non négligeable dans la restauration d'aujourd'hui et de demain, figurent parmi les thèmes prévus. Au chapitre des animations, figureront une piscine qui permettra des baptêmes de plongée, un aquarium géant comportant les poissons que l'on peut pêcher en Suisse, des défilés de mode animés par des naïades en maillot de bain, l'exposition de la Confédération «L'eau en mouvement», la présentation d'une maquette du bateau Ailinghi...

Le Salon Aqua, appelé à se dérouler selon un rythme encore à déterminer, s'inscrit dans la politique d'Espace Gruyère: «Notre stratégie vise à y créer chaque année une nouvelle exposition», explique Béat Kunz, son directeur. **JS**

Publicité

Hotel & Gastro formation by Hotel & Gastro Union GastroSuisse Société suisse des hôteliers

PLANIFIEZ VOTRE FORMATION AVEC NOUS !

BREVET FEDERAL

- de chef / fe en restauration
- de cuisinier / ère en hôtellerie et restauration
- de tendant / te en hôtellerie et restauration
- de chef / fe d'accueil et d'administration

SEANCE D'INFORMATION MARDI 13 MAI 2003 A 15H00

au Centre profession de GastroVaud Av. Général Guisan 42a, 1009 Pully

Inscription à la séance au 021/804 85 30

Pour tout renseignement complémentaire, nous restons à votre entière disposition

Hotel & Gastro formation, siège romand Route des Pressoirs 8, 1027 Lonay

Tél: 021/804 85 30, fax: 021/804 85 38, e-mail: morges@hotelgastro.ch 15538341532

BERLIN / La cérémonie des remises des «Five Star Diamond Awards» de l'Académie américaine de l'hospitalité a distingué, durant l'ITB, quatre hôtels de Suisse romande. **LAURENT MISSBAUER**

L'ambiance, l'accueil et la propreté

Sacré l'automne dernier «meilleur directeur d'hôtel de l'année» lors des «Hermes Awards de l'industrie hôtelière mondiale» organisés par le magazine français «Hotel, Tourism & Restaurant Industry», Ezio Indiani s'est récemment vu décerner à Berlin une autre distinction.

Lors d'une réception organisée à l'Hôtel Adlon dans le cadre de l'Internationale Tourismus Börse (ITB), le directeur général de l'Hôtel des Bergues de Genève a en effet reçu des mains de Miss Univers le «Five Star Diamond Award 2003» de l'Académie américaine des sciences de l'hospitalité.

Cette académie, dirigée par un comité international formé de membres

issus du monde de la finance, de l'industrie et du tourisme, n'attribue le «Five Star Diamond Award» qu'aux meilleurs hôteliers du monde. Cette attribution tient notamment compte de l'ambiance générale, de l'accueil et de la propreté de l'hôtel, mais aussi de la gastronomie proposée par le restaurant de l'hôtel.

Preuve de l'excellence de nombreux hôtels cinq étoiles helvétiques, l'Hôtel des Bergues de Genève n'a pas été le seul établissement de Suisse romande à avoir reçu le «Five Star Diamond Award 2003». Celui-ci a également été décerné au Mandarin Oriental Hôtel du Rhône de Genève, au Montreux Palace et à l'Hôtel President Wilson de Genève.

Photo: «Five Star Diamond Awards»



EZIO INDIANI ET MISS UNIVERS
Le directeur de l'Hôtel des Bergues a reçu à Berlin le «Five Star Diamond Award».

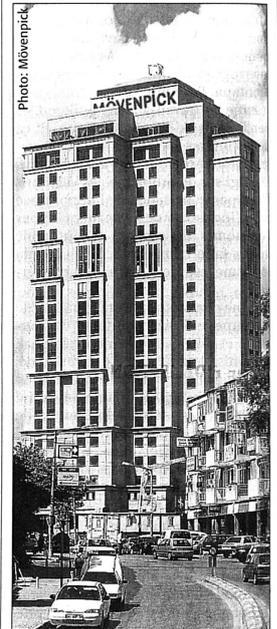
MÖVENPICK / La chaîne a annoncé à Berlin l'ouverture de son premier hôtel turc

Une enclave suisse sur le Bosphore

Le premier hôtel Mövenpick de Turquie vient d'ouvrir ses portes, a annoncé la chaîne hôtelière suisse Mövenpick Hotels & Resorts à l'occasion d'une conférence de presse qui a eu lieu le 10 mars à Berlin, à l'occasion de l'Internationale Tourismus Börse (ITB), le plus important salon touristique au monde.

Situé dans le quartier commercial «le plus moderne» de la capitale turque, le nouveau Mövenpick Hotel Istanbul dispose de 240 chambres, dont 71 chambres «Executive» et 22 suites. Destinées avant tout à une clientèle d'hommes d'affaires, ces chambres comportent de «grands bureaux, une connexion Internet et des coffres spacieux pouvant même abriter un ordinateur portable».

Photo: Mövenpick



Le nouvel hôtel Mövenpick que la chaîne hôtelière suisse vient d'ouvrir à Istanbul dispose de 240 chambres.

Le nouvel hôtel est également aménagé de façon à pouvoir accueillir des conférences et des banquets. La salle de bal principale, au rez-de-chaussée, a une superficie de 520 mètres carrés et dispose, selon l'aménagement, de 500 ou de 360 places assises. En outre, une salle de bal junior de 108 mètres carrés et sept salles de conférences peuvent accueillir des réunions de douze à septante personnes.

L'offre de l'hôtel comporte également un fitness, un restaurant et un bar. «Celui-ci sert, bien entendu, les glaces Mövenpick Premium Ice-Cream et contribue de ce fait lui aussi à ce que le nouveau Mövenpick Hotel Istanbul soit une enclave suisse sur le Bosphore», a relevé le service de presse de la chaîne helvétique. **LM**

Bientôt un nouvel hôtel à Berlin

Le Mövenpick Hotel Istanbul qui vient d'ouvrir ses portes ne sera pas le seul hôtel que Mövenpick ouvrira cette année en Europe. Au mois d'octobre, la chaîne hôtelière helvétique ouvrira en effet un tout nouvel hôtel à Berlin. Celui-ci comptera 248 chambres et sera aménagé non loin de la Potsdamer Platz, dans un ancien bâtiment administratif classé monument historique. **LM**

En baissant ses prix, Vittel gagne en vitalité!

Vittel

Merci!

Sur les tables des cafés restaurants suisses, l'eau minérale naturelle Vittel fait chaque jour de nouveaux émules. Grâce à cet engouement, **son prix a baissé** pour le réseau HORECA depuis le début de l'année.

Consultez la liste de prix de votre grossiste, vous serez étonné!



Vittel répond à toutes les demandes de vos clients. Ses bouteilles en verre sont proposées au réseau HORECA en 3 formats : 1L, 50cl. ou 25 cl.

Grâce à l'équilibre de sa composition, Vittel contribue aux apports quotidiens recommandés pour l'organisme en minéraux et oligo-éléments. Elle favorise l'élimination des toxines. Sa minéralisation convient au plus grand nombre avec un goût idéal pour accompagner tous les plats.

ALPINE CLASSICS / Nouvelle brochure «wellness»

Désormais en français

La chaîne hôtelière Alpine Classics Private Hotels, qui regroupe 42 hôtels de première catégorie dans les pays de l'arc alpin et qui a son siège à Lucerne, vient de sortir une nouvelle brochure intitulée «Wellness plus». Celle-ci se distingue de la brochure de l'année passée par le fait qu'elle est désormais bilingue. Elle n'est en effet plus seulement rédigée en allemand, mais également en français. Le format de la

brochure est nouveau, ainsi que les deux offres forfaitaires qui sont proposées cette année. La première offre consiste en un séjour wellness de trois nuits en demi-pension à partir de 451 francs par personne et la seconde propose une semaine de wellness, en demi-pension également, à partir de 1104 francs par personne. LM

www.alpineclassics.ch
www.wellnessplus.ch

PAYS DE FRIBOURG / Une bonne année touristique

L'effet Expo.02 a joué

L'année touristique a été nettement marquée par l'empreinte d'Expo.02 dans le canton de Fribourg. L'hôtellerie a enregistré, au cours de l'année dernière, 351 849 nuitées, soit 12,2% de plus qu'en 2001.

Cette hausse est due essentiellement à la clientèle suisse. Celle-ci a progressé de 43% durant la seule période de l'Expo, contre une baisse de 17% de la clientèle étrangère. Le bonus résultant de la man-

ifestation peut ainsi être estimé à quelque 38 000 nuitées. La fréquentation des hôtels durant les autres périodes est restée relativement stable.

L'effet Expo.02 s'est cependant focalisé sur la région de Morat et environs (85 465 nuitées au total 2002, soit +48,7%). La quasi totalité des autres régions accuse des chiffres en déficit. Le mouvement parahôtelier n'est pas encore connu. JS

MONTREUX / L'Excelsior vient de changer de mains

Vocation maintenue

Après plus de trois ans d'inconnues entretenues, l'hôtel-clinique Excelsior-Biotonus, à Terrier/Montreux a annoncé avoir été repris par un groupe d'investisseurs français. C'est l'homme d'affaires Michel Cencas, l'ancien président du Servette FC, qui en serait à la tête. Les nouveaux propriétaires ont confié la direction générale de l'établissement à Jean-Philippe Scalbert, ancien directeur d'exploitation de

Glion Hotel School et depuis deux ans à la tête de l'Institut Diavox (une école de langues) à Lausanne.

Il a notamment indiqué que toutes les activités de l'hôtel-clinique seraient conservées. Un effort particulier devant être entrepris pour redynamiser les activités hôtelières. Deux tiers des chambres de l'établissement sont habituellement occupées par les patients de la clinique. JJE

BEST WESTERN / Le groupement a brossé le bilan de 2002

Léger recul des nuitées

Le groupement de marketing Best Western Swiss Hotels a permis aux 65 établissements membres d'enregistrer l'an passé 73 000 nuitées, soit une baisse de 1,34%. Ce léger recul était «prévisible», ont indiqué mercredi à Zurich et jeudi à Vevey les responsables du groupement, tout en rappelant que, dans le même temps, l'hôtellerie helvétique a subi une diminution des nuitées de 4,9%.

Ce résultat, qui est qualifié de «positif» en comparaison avec les performances de la branche, s'explique principalement par une «bonne relation prix/prestations» et par l'introduction en 2002 de standards minimum dans les hôtels, qui ont surtout rencontré un écho «positif» auprès des hommes d'affaires.

SUCCÈS DU PROGRAMME DE FIDÉLISATION

Le groupement se réjouit en particulier du succès rencontré par son programme de fidélisation «Gold Crown Club International». Grâce à ce dernier, les hôtels membres ont vu leur chiffre d'affaires s'accroître de 7,3% à 5,9 millions de francs. Le programme, qui compte deux millions de membres dans le monde et 9200 en Suisse, a fait l'objet d'aménagements.

Ainsi, à partir de 15 nuitées par an, le client obtient une carte «Platinum» et une carte «Diamond», à partir de 30 nuitées, et, partant, davantage de points donnant droit à des nuitées gratuites.

D'autre part, la réservation en ligne continue de progresser. L'augmentation a été de 50% l'an passé, portant ce type de réservation à 20% du total.

PRÉVISIONS POUR L'EXERCICE EN COURS

Qu'apportera l'année en cours? Pour les responsables suisses de Best Western, le tourisme est, bien entendu, tributaire de la situation économique et politique internationale. Une hausse du dollar et de l'euro aurait un effet favorable sur les réservations dans les hôtels helvétiques. Une «légère croissance» des nuitées est en tout cas attendue à partir de juin.

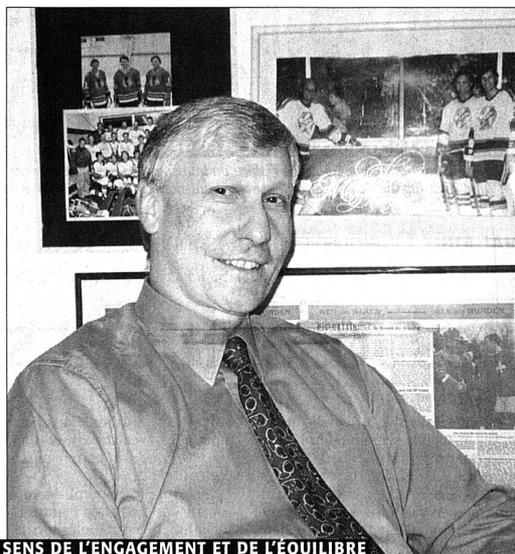
A noter enfin que le groupement propose une nouvelle gamme d'hôtels: Best Western Premier. Trois hôtels sont concernés en Suisse, dont l'Hôtel Pavillon à Vevey. MH

MARCO TORRIANI / Grison de naissance, Genevois de cœur et universaliste de facto, avec un air toujours souriant et communicatif, on peut dire de lui qu'il est un vrai père de famille(s). JOSÉ SEYDOUX

«Un bon hôtelier doit aussi avoir les qualités d'un bon humaniste»

Il porte l'accueil sur lui, le sourire, la simplicité de classe, un air communicatif, le verbe aux accents du monde... Un nom aussi déjà qui évoque le numéro un d'une mythique ligne d'attaquants hockeyeurs (son père Bibi), un chanteur international (son cousin Vico) et moult pros de l'hôtellerie, du tourisme, du ski, de l'hiver (des oncles et des cousins, tous immigrés d'Italie dans ces vallées grisonnes où se trouve notamment son village de Soglio, sur la route de St-Moritz).

Photo: José Seydoux



LE SENS DE L'ENGAGEMENT ET DE L'ÉQUILIBRE

Marco Torriani est un passionné de tout, mais il sait doser ses passions pour qu'elles se complètent.

Portrait

Fabuleux destin que celui de Marco Torriani, depuis 1989 directeur général de ce grand 5 étoiles de Genève (192 chambres, 250 places de conférences) devenu le Mandarin Oriental Hôtel du Rhône! Sa carrière a commencé par l'Ecole hôtelière de Lucerne, suivie tout en travaillant. Après quelques stages en Suisse, c'est le départ pour l'Afrique du Sud: il voulait y rester un an, il en fera neuf! C'est qu'il y rencontre son épouse sud-africaine, une admiratrice de Nelson Mandela et une militante anti-apartheid... ce qui, un jour, devait les faire partir de ce pays où tous deux, pourtant, projetaient d'y construire leur propre petit hôtel!

IL AVAIT RESENTI L'APPEL DU LARGE

Destination le Nouveau Monde pour une expérience nord-américaine qui va durer, elle aussi, plus longtemps

Marco Torriani

Date de naissance: 20 mai 1945.
Domicile: Genève, au sein même de l'hôtel.
Etat-civil: marié à Geneviève, 5 enfants, 9 petits-enfants.
Hobbies: la musique classique, l'opéra, le hockey sur glace, le tennis et le fitness.
Plat préféré: un bon émincé avec des rosti (en guise de repère!).
Boisson préférée: un excellent bordeaux.

Vacances préférées: des voyages imprévisibles, des découvertes d'hôtels exceptionnels en Asie ou en Amérique.
Une personne admirée: mon père, un homme humble et pourtant très connu, pour tout ce qu'il a fait sur les plan familial et sportif, mais surtout les grands médecins et les scientifiques qui changent le monde.
Un rêve: que ma grande famille continue longtemps encore à nous procurer autant de plaisir!

que prévu: Marco Torriani rejoint le groupe Canadian Pacific Hotels (Château Frontenac, à Québec, Les Quatre Saisons, à Montréal), puis le groupe Regent International Hotels, où Georg Rafael le nomme directeur général du Parc Régent de Montréal, avant qu'il ne prenne les rênes du Mayfair Regent de Chicago et du Breidenbacher Hof de Düsseldorf, le premier maillon de Rafael Group Hotels, puis l'Hôtel du Rhône, à Genève, l'un des fleurons de cette chaîne et l'un des meilleurs hôtel d'affaires d'Europe après le programme de rénovation complète mené par Marco Torriani.

«J'ai très vite compris que l'hôtellerie – avant tous les autres secteurs – est la profession globale qui permet de travailler partout dans le monde et de mieux le comprendre si l'on assimile les langues et les cultures», affirme celui qui considère un hôtel, une ville, une école, un club sportif comme de grandes familles. Et pour cause!

H COMME HÔTELLERIE, HUMANISME ET HOCKEY

Cette trilogie est chargée de symboles pour l'hôtelier Torriani qui a fait ses armes en hockey sur glace en ligue nationale avec l'équipe de Davos, à deux doigts de se lancer dans une vraie carrière de professionnel. Il joua dans l'équipe sud-africaine des Swiss Bears, il le fait encore aujourd'hui au sein des vétérans du HC Servette! Mais c'est

seule ne peut rien faire. C'est pourquoi je me borne, dans mon hôtel comme ailleurs, à être le coach d'une équipe.» Mais qu'est-ce que la qualité de vie pour l'homme qui cumule plusieurs fonctions, de la direction générale d'un grand hôtel à la présidence de l'EHL, en passant par celle d'un grand club sportif et un engagement au sein de Genève Tourisme, de l'hôtellerie et d'œuvres de bienfaisance? «Trouver un bon équilibre entre le couple, la famille, le travail, les engagements extérieurs, les hobbies. Ce qui implique une femme qui soutient les activités de son mari, des yeux ouverts sur tout, un désir de s'impliquer et de faire du bien, l'ambition d'être un peu humaniste, la faculté aussi de gérer son temps... Et lorsqu'on tient à quelqu'un ou à quelque chose, il faut y participer de façon active!»

LES DÉFIS DE L'HÔTEL ET DE L'HÔTELLERIE

Marco Torriani souligne à bon escient tout ce que représente un hôtel: une famille, une équipe, oui mais aussi un défi quotidien, celui de recevoir chez soi, pour bien les servir, des clients, des hôtes. Et s'ils sont parfois les plus grands de ce monde, l'hôtelier fait partie, lui, du monde réel de chaque jour. «C'est pourquoi un bon hôtelier est un bon humaniste, pas seulement un gestionnaire.

Et c'est un autre grand défi que d'expliquer et d'enseigner cela aux étudiants de l'EHL. Si l'Ecole de Lausanne veut rester exemplaire et la première du monde, il faut revoir dans ce sens le cursus proposé en intensifiant les cours psychologiques, culturels et ceux liés aux ressources et aux relations humaines.» Bref, appliquer partout où l'on peut l'esprit des trois H...

«Les jeunes? Une cause très gratifiante»

Les opinions et impressions de Marco Torriani sur...

...la chaîne Mandarin Oriental: un groupe d'une vingtaine d'hôtels de luxe, né à Hong Kong en 1963 et ambitionnant d'être un jour reconnu comme le meilleur du monde.

...le tourisme à Genève: l'éternel défi de faire de cette belle ville une véritable destination touristique, grâce à ses atouts, malgré les obstacles!

...l'Ecole hôtelière de Lausanne: un autre magnifique défi pour moi, un immense plaisir de participer à son développement et le privilège de s'occuper des jeunes, une cause très gratifiante.

...le Hockey-Club Servette: une passion un peu folle, celle de repositionner un club au sein des meilleures équipes du pays.

...la compagnie aérienne Swiss: un objet de scepticisme! Quand un magnifique produit est cassé, il est faux d'en faire un nouveau à grands frais avec de l'argent public, d'autant qu'un petit pays n'a pas besoin d'une grande compagnie.

...l'aéroport de Genève-Cointrin: un outil de travail utile, efficace et dynamique, grâce à l'excellent travail de son directeur général, Jean-Pierre Jobin, et à la clairvoyance des autorités genevoises, et un atout très important pour la Suisse romande.

...l'image de l'hôtellerie suisse à l'étranger: encore assez positive, après une période de suffisance et de somnolence, mais en nette reprise, même si elle a perdu son esprit de pionnier. JS

Publicité

A vendre
Horloges à timbrer
électroniques.

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

154416/33280

VAUD / L'Hôtel Royal Plaza de Montreux présenté aux partenaires de la région

La mue de l'hôtel est terminée

L'arrivée du printemps a été l'occasion pour l'Hôtel Royal Plaza, à Montreux, de présenter sa mue aux partenaires de la région. Après plus de deux années de travaux, ceux-ci ont pu découvrir le nouvel établissement qui a renoncé à la franchise «Intercontinental» pour entrer dans le réseau SRS World Hotel. Adaptation à la nouvelle structure, récession au niveau planétaire, «normal dès lors que les résultats de l'exercice

2002 soient restés dans la moyenne suisse», précise Olivier de Coulon, sous-directeur. Sous réserve des événements internationaux, 2003 s'annonce en revanche sous les meilleurs auspices.

«Le changement d'orientation voulu par le nouveau propriétaire (la société Management 2000) a porté ses fruits», précise-t-il. Le Royal Plaza est en effet parvenu à rétablir un équilibre presque paritaire

entre clientèle business et privée. Sur les marchés, ce sont toujours la Suisse allemande et l'Allemagne qui constituent l'essentiel de la clientèle alors qu'un effort est mis par l'équipe de vente sur la Grande-Bretagne.

Signalons enfin que depuis septembre, l'hôtel abrite la clinique «Lemana», spécialisée dans la revitalisation. Elle était jusqu'alors installée à l'Hôtel Mirador du Mont-Pèlerin. JJE

MORAT / Réouverture de l'Hôtel Adler avec ses différentes chambres artistiques

Dormir avec Goethe ou Corpaato!

L'Hôtel Adler, entièrement rénové en 2002, vient de rouvrir ses portes avec différentes chambres artistiques. Celles-ci comportent des fresques sur les personnages célèbres qui y ont logé par le passé (Goethe, Casanova...) ou des peintures d'artistes tels que Jean Tinguely, Ted Scapa, Jérôme Rudin, Basil Luginbühl ou encore Corpaato, ami personnel de Gilbert Montani, le propriétaire de l'Hôtel Adler. LM



Gilbert Montani et la fresque de Goethe, ancien client de l'Adler.

LES GENS



Directeur de Winterthur Tourisme, **Thomas Meier** (à g.), 34 ans, a été nommé la semaine dernière à Lucerne à la tête des Swiss Cities. Il remplace **Eddy Peter** (à dr.), directeur de Sion Tourisme, qui a présidé le groupement depuis sa création il y a quatre ans et qui quitte ainsi le comité. Un nouveau membre a donc été désigné dans ce dernier organe en la personne de **Nicolas Zapf**, directeur de Fribourg Tourisme. MH

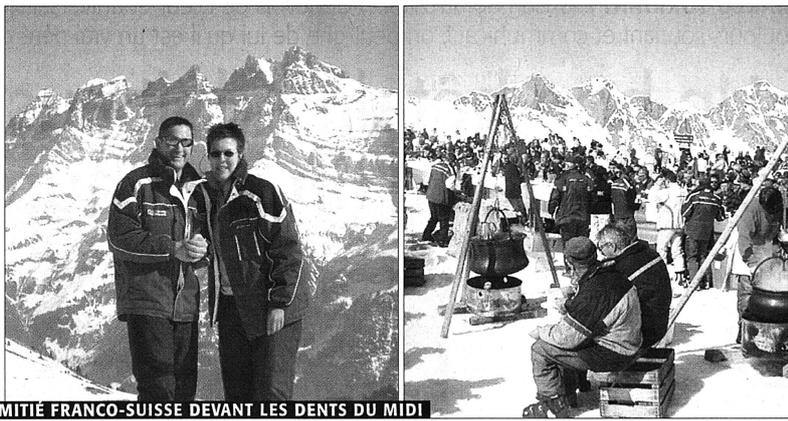
L'Hôtel-Restaurant du Golf de la Gruyère, à Pont-la-Ville (FR), a changé de direction: jusqu'ici dans le giron de Glion Group, l'établissement est désormais tenu par un jeune couple qui y avait déjà fait ses armes il y a quelques années, lui en cuisine, elle comme assistante de direction: **Richard** et **Norma Gehin** accueillent désormais les hôtes de cette belle maison dominant le lac de la Gruyère et qui, contrairement à ce qui avait été le cas à une certaine époque, est ouverte à tout public et non seulement aux 400 membres du club de golf. L'Hôtel du Golf de la Gruyère compte 12 chambres et le restaurant, qui va élargir sa carte des mets, peut recevoir jusqu'à 90 convives. JS

Genève Tourisme a engagé **Christian Colquhoun** en tant que responsable pour son département des manifestations. Secrétaire général du Concours hippique international de Genève de 1991 à 1996 et des Fêtes de Genève de 1979 à 1981, Christian Colquhoun prendra ses fonctions le 1er juin et dirigera également les Fêtes de Genève à partir de l'édition de 2004. L'édition 2003 des Fêtes de Genève sera en effet placée sous la conduite ad interim du directeur de Genève Tourisme, **François Bryand**. Ce dernier avait en effet assuré la transition après le départ, l'automne passé, de **Denis Tauss**, le directeur des Fêtes de Genève de 2001 et de 2002. LM

MÉLI-MÉLO

Villes-arteplices: convention en préparation. Les villes-arteplices de Neuchâtel, d'Yverdon, de Bienna et de Morat ont annoncé qu'elles signeraient le 15 mai une convention de collaboration. Elles entendent en effet profiter de la notoriété qu'elles ont acquise grâce à l'Expo.02. Plusieurs projets pourraient ainsi voir le jour dans le cadre de cette collaboration. Parmi ceux-ci, on citera l'organisation d'un festival, ainsi que la mise en place d'une plate-forme économique et d'information à laquelle participeraient les offices du tourisme des villes concernées et les compagnies de navigation des lacs de Bienna, de Neuchâtel et de Morat, a-t-on pu lire dans la presse régionale. MH

Photo: Les Portes du Soleil



L'AMITIÉ FRANCO-SUISSE DEVANT LES DENTS DU MIDI

Jean-François Vuarand, directeur de l'Office du tourisme de Châtel, et Patricia Van der Velden, directrice de l'Office du tourisme de Val d'Illiciez, ont été deux des responsables touristiques présents lors de la St-Joseph au col des Portes du soleil.

VALAIS / Quelque 1500 personnes ont célébré au col des Portes du Soleil, entre Les Crosets et Morgins, la fête de la St-Joseph. LAURENT MISSBAUER

Les Joseph ont skié à l'œil

C'est une initiative originale qu'ont mise sur pied la semaine dernière les responsables touristiques des Portes du Soleil. A l'occasion de la St-Joseph, qui est célébrée le 19 mars et qui est un jour férié en Valais, ils ont en effet offert un abonnement de ski journalier à tous les Joseph et Joséphine. Pour cela, ces derniers devaient se présenter aux caisses des remontées mécaniques avec une pièce d'identité attestant qu'ils s'appelaient bel et bien Joseph ou Joséphine. Ceux qui ne s'appelaient ni Joseph, ni Joséphine, n'ont cependant pas été oubliés. Pour eux, la

St-Joseph a surtout été un prétexte pour fêter avec deux jours d'avance l'arrivée du printemps au col des Portes du Soleil.

Au sommet de ce col, dénommé de la sorte car il s'agit de l'endroit que le soleil touche en premier lorsqu'il apparaît dans la région, quelque 1500 personnes, dont vingt Joseph et Joséphine, se sont vu offrir un verre de vin chaud et un bol de soupe des bergers sous le signe de l'amitié franco-suisse. Le tout était accompagné de musique champêtre (accordéon, cor des Alpes...) et de démonstrations de ski

acrobatique. On relèvera enfin qu'un tirage au sort leur a permis de gagner une semaine pour quatre personnes dans les Portes du Soleil ainsi que quinze abonnements de ski d'une journée.

Le tirage au sort s'est déroulé en présence de différents responsables touristiques, dont Nathalie Philibert et Xavier Rouhier, tous deux des Portes du Soleil, ainsi que Patricia Van Velden (Office du tourisme de Val d'Illiciez), Jean-François Vuarand (Office du tourisme de Châtel) et Sandrine Wenger (Chablais Tourisme).



1re édition de «Ski Inter-Casinos» à Crans-Montana. C'est à l'initiative du casino de Crans-Montana qu'a été organisée le 18 mars la 1re édition de la compétition franco-suisse «Ski Inter-Casinos». Cette compétition, qui consistait en un slalom géant, a réuni quarante employés des casinos d'Annemasse, de Crans-Montana, de Divonne, d'Evian et de Montreux. Les trois meilleurs temps ont été respectivement réalisés par Frédéric Mattei (Divonne), Stéphane Crettol (Crans-Montana) et Gaël Tétard (Evian). Le directeur général du casino de Crans-Montana, Timothy Cullimore (avec le dossier, au milieu et au premier rang sur notre photo), espère que cette édition de la compétition «Ski Inter-Casinos» sera la première d'une longue série. LM

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Vanter la sécurité de la Suisse ressemble fort à du cynisme. Alors que la guerre sévit en Irak, certains responsables touristiques souhaitent communiquer que la Suisse est une destination sûre. Cette manière de faire ne serait cependant pas la bonne selon plusieurs professionnels de la communication. «Celui qui axe sa publicité sur la sécurité de la Suisse en temps de guerre peut rapidement passer pour quelqu'un de cynique», estime ainsi un publicitaire. Page 5

Portrait de la Compagnie des Alpes. Bien connue en Suisse romande où elle détient 20,3% du capital de Téléverbier, la Compagnie des Alpes (CDA) est encore relativement méconnue en Suisse allemande. C'est une des raisons qui a incité le Cahier allemand de notre journal à brosser cette semaine un portrait de la CDA qui détient aussi 38% de la Société des remontées mécaniques de Saas Fee. Depuis le début de l'année, la CDA a racheté, par l'intermédiaire de sa société Grévin & Cie, l'Aquaparc du Bouveret. D'autres engagements en Suisse ne sont pas à exclure pour le futur. Le projet de la CDA d'ouvrir à Saas Fee des agences de voyages et des magasins de sport n'est cependant plus d'actualité, a relevé Simon Bumann, le directeur de l'OT de Saas Fee. Page 7

Le marketing des Kidshotels bientôt repris par Suisse Tourisme. A partir du 1er septembre 2003, c'est Suisse Tourisme qui gèrera la centrale et le marketing des Kidshotels. Avec Suisse Tourisme, le nombre de ces hôtels où les enfants sont particulièrement bienvenus devrait plus que doubler. De 21 aujourd'hui, ils devraient être une cinquantaine d'ici le mois de septembre, a expliqué Alexandre Fricke, le responsable du segment familles chez Suisse Tourisme. Page 12

IMPRESSUM

ht+ hotel + tourisme revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers
Munbispustasse 130, case postale, 3001 Berne.

Responsable des médias:
Christian Hodler

Rédaction:
Rédactrice en chef: Marietta Diebold (MD)

Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint:
Miroslava Holubova (MH)

Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM),
Valérie Marchand (VM), secrétaire de rédaction.

Correspondants: Jean-Jacques Ethenz (JJE), Vevey, Danielle
Trémy Mayor (DTM), Valais, José Seydoux (JS), Fribourg,
Véronique Jéring (VJ), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne.

Edition:
Cheffe d'édition: Iris Stäubli

Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Casalis

Annonces: Mathias Boppre, Andreas Jakob, Marc Moser

Publicité: Markus Marchel (Chef de vente), Roger Steiner, Brigitte Weber

Administration: Patrick Stalder

Impression:
Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Berne.

Trage: 11198 Ex. contrôlés REMP; 22'000 Ex. imprimés

Prix de vente: (TVA incl.)

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

ISSN: 1424-0140

Contacts:
Adresse: Munbispustasse 130, case postale, 3001 Berne.

Rédaction (lettres de lecteurs, les gens, etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24

E-Mail: ht+@swisshotels.ch

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

E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch

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

E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch

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

E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch
Internet: www.swisshotels.ch

stellen revue marché de l'emploi

NR. 13/27. MÄRZ/27 MARS 2003



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

hotel+tourismus revue

THOMAS HAUSER **GASTROCOM** 6275 Ballwil, Tel. 041 910 20 70, Fax 041 910 47 70

Im Auftrag suchen wir per 1. Juli 2003 oder nach Vereinbarung für ein

Hotel-Restaurant in der Region Zofingen

einen versierten Gastronomen

Sämtliche Voraussetzungen, das Gastronomie-Geschäft erfolgreich betreiben zu können, sind gegeben

In einer Umgebung mit grossem Kundenpotential steht Ihnen für Ihre Gäste folgende Infrastruktur zur Verfügung:

- Grosser Parkplatz
- 6 Einstellplätze in der Tiefgarage
- 5 Gästezimmer
- ca. 55 Plätze im Restaurant
- ca. 30 Plätze im Stübli
- ca. 70 Plätze im Saal
- 2 Kegelbahnanlagen

4 Angestelltenzimmer sowie eine 4 1/2-Zimmerwohnung sind für Sie und Ihre Angestellten bereitgehalten

Die Konditionen sind interessant. Fühlen Sie sich angesprochen? Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung. Selbstverständlich werden wir Ihre Anfrage vertraulich behandeln

Partner des Kompetenz-Zentrums für die Gastronomie, Kriens
WWW.GASTROCOM.CH, IHR PARTNER

155399/95245



Grand Hotel **b e l l e u e**

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 2500 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

155220/1498

Unser Leiterehepaar, welches seit 15 Jahren die Geschicke unseres Jugendhotels leitet, ist zum Leiterehepaar eines Zweitbetriebes berufen worden. Aus diesem Grund suchen wir per 1. September 2003 oder nach Vereinbarung ihren Nachfolger als

Betriebs-Leiterehepaar oder Betriebsleiterin/Betriebsleiter

Unser Jugendhotel liegt in einem sehr bekannten Sportort im Kanton Graubünden. Es versteht sich als Ort der Erholung und Begegnung für Familien, Jugendliche, Einzelreisende und Seminarteilnehmer. Der Betrieb wird nach klar strukturierten Richtlinien und Grundsätzen geführt. Der offene und gemeinschaftsfördernde Geist des Hauses wird durch ein motiviertes Team verstärkt. Die Einarbeitung und Fortführung der Betreuung ist gewährleistet.

Was erwartet Sie:

- Unser Jugendhotel ist ein Zweisaisonbetrieb. Er besteht aus 150 Betten, einem Speisesaal mit 180 Sitzplätzen sowie TV-Raum/Spielraum.
- Eine mit allen notwendigen Kompetenzen ausgestattete Betriebsleiterstelle.
- Eine 4-Zimmer-Wohnung im Annex.
- Das mit dem Verwaltungsrat erarbeitete Betriebs- und Investitionsbudget gilt als Führungsinstrument.
- Entlohnung sowie Beteiligung der Verantwortung entsprechend.

Wir erwarten von Ihnen:

- Solide Grundausbildung im Gastgewerbe.
- Mehrjährige Erfahrung in der Gastronomie/Hotellerie.
- Gute Fremdsprachenkenntnisse.
- Natürliche Führungseigenschaften und Autorität.
- Sinn und Geist für junge Gäste.
- Alter zwischen 30 und 40 Jahren.
- Führungsprinzipien der zeitgemässen Teamführung.

Fühlen Sie sich von der Position angesprochen und haben Sie die entsprechenden Voraussetzungen, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Zielsetzungen, Handschriftprobe und Foto. Diskretion ist selbstverständlich.

Anschrift: Persönlich
Planalp Consulting GmbH
Andy Abplanalp
Föhrenweg 27, 6405 Immensee

153954/1228

hotel staff

human resources management

Die Personaldienstleistung mit den drei Grundlagen: Flexibilität · Mobilität · Rentabilität
•Die geeignete Person zum richtigen Zeitpunkt im treffenden Umfeld•

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams einen unternehmerisch denkenden

PersonalberaterIn

Integration · Fachkenntnisse · Engagement · Leadership-Qualitäten

... sind Stichwörter, mit denen Sie sich identifizieren. Berufserfahrung in Hotellerie oder Gastronomie haben Sie nach abgeschlossener Aus- und Weiterbildung erworben. EDV- und Kommunikationswendigkeit sowie eine rasche Auffassungsgabe sind für Sie selbstverständlich. Ihr Idealalter ist zwischen 24 und 32.

Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle, entwicklungsfähige und selbstständige Aufgabe an einem modernen Arbeitsplatz, welche Freude und Beteiligung voraussetzt.
hotelstaff ist eine erfolgsorientierte und solide Unternehmung, welche Mandate für Zeitarbeit, Try&Hire, Feststellenvermittlung sowie Kaderselktionen betreut und mit den verschiedensten Unternehmen im In- und Ausland verhandelt. Für Sie die Herausforderung, in der Sie Ihre Stärken unter Beweis stellen. Standort der Geschäftsleitung ist Zürich. Verantwortungsbereich: Region Zürich, Basel, Luzern, Tessin, Bern, Österreich oder Region Zürich, Ostschweiz, Graubünden, Deutschland.

Für einen ersten Kontakt stehe ich Ihnen per E-Mail gerne zur Verfügung. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an hotelstaff mit dem Vermerk "Personalberater". Diskretion gegenüber dem jetzigen Arbeitgeber und Dritten ist garantiert.

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Tourismus, Catering und Events

Lintheschergasse 3 8023 Zürich 1
Telefon 01 229 90 00
Internet www.hotelstaff.com
E-Mail Kurt.Oehrli@hotelstaff.ch

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

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

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by **JOBS AND MORE**

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



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

Der direkte Link zum Arbeitsmarkt

Beratung
Selektion
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco HOTEL & EVENT

www.adecco.ch



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

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

Making
people successful



Für das Restaurant „Schlössle“ in Vaduz suchen wir ab Herbst 2003 eine/-n

Pächter/-in

Wir erwarten folgende Qualitätsmerkmale:

- Führungspersönlichkeit und Unternehmensrepräsentant
- Fachausbildung mit Befähigungsnachweis
- Kreativität in der Gestaltung und Leitung des Restaurants
- Qualitätsbewusstsein und guter Umgang mit Gästen
- Organisator und Manager

Die Ausschreibungsunterlagen und weitere Informationen erhalten Sie bei der

Günther Janner · Unternehmensberatung GmbH

A-8550 Dornbirn Riedgasse 8
Tel. +43 5572 28167 Fax +43 5572 28167-15
E-Mail: Office@jaco.at URL: http://www.jaco.at

461038



Wir suchen eine/n GastgeberIn mit Herz und Seele, einen Teamplayer der mit Persönlichkeit führt. Kurz, wir suchen für unser Restaurant in Maur am Greifensee eine/n

GeschäftsführerIn

Die Schiffflände ist eine Kreuzung von bodenständiger Gastronomie mit einem Salto rückwärts. Eine vitale Bude voll jugendlichem Übermut, die zur Freddy Burger Management Group gehört.

Der Betrieb setzt sich aus mehreren gastronomischen Teilbereichen zusammen. Das geht von der Landbeiz als Ausflugsrestaurant über das grosse Gartenrestaurant mit Selbstbedienung direkt am See bis hin zu Seminaren und Hochzeiten in unseren Banketträumlichkeiten.

Es ist klar, GeschäftsführerIn in der Schiffflände ist ein Job mit aktiver Führungsrolle für Gäste und MitarbeiterInnen.

Bewerbungen (mit Bewerbungsdossier) schriftlich an:
FBM Gastro Management AG
Herr Hans Peter Dürr, Carmenstrasse 12, 8030 Zürich



FREDDY BURGER MANAGEMENT

155456/397992



HOTEL TAMINA BAD RAGAZ

★★★★

Wir übernehmen per 1. Mai 2003 die Leitung des ****-Jugendstilhotels TAMINA mit 90 Betten, Speiseraum, Brasserie, Gartenterrasse, Strassencafé, Seminar- und Banketträumlichkeiten im Herzen von Bad Ragaz.

Zur Verstärkung unseres hochmotivierten und jungen TAMINA-Teams benötigen wir per 1. Mai 2003 oder nach Vereinbarung noch Verstärkung in folgenden Betriebszweigen:

Küche:
Koch (m/w)
Commis de cuisine (m/w)

Service:
Leitung des Service-Teams (m/w)
Mitarbeiter/in
Aushilfen mit Serviceerfahrung
(flexibler Einsatz)

Fühlen Sie sich angesprochen?
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen, oder rufen Sie uns einfach an!

Franz und Eveline Meier
Obere Strasse 9, 7270 Davos Platz
Tel. 081 413 49 58, Mobile 079 405 99 77
Fax 081 413 49 48, e-mail: fgm@spin.ch

155412/418616

Für ein renommiertes First Class Hotel mit Konferenzmöglichkeiten und mehreren Restaurants, in einer Stadt der Deutschschweiz, suchen wir nach Vereinbarung ein versiertes

DIREKTIONSEHEPAAR

Sie haben gute Führungsqualitäten und bringen die Bereitschaft mit, Überdurchschnittliches zu leisten. Unseren internationalen Gästen begegnen Sie mit Schweizer Gastfreundschaft und Professionalität. Sprachen d/e/f.

Interessenten mit entsprechendem Leistungsausweis in der gehobenen Hotellerie, senden bitte die kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto und Referenzen unter Chiffre 155398 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

155398/38842



Beratung Restaurationsbetriebe
Treuhand

Wir expandieren weiter!

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz. Aufgrund der aktuellen Expansion unserer Betriebsgruppe suchen wir:

junge Gastro-Profis

In dieser einmaligen Position helfen Sie mit, unsere verschiedenen Gastronomie- und Hotelbetriebe zu führen.

Aufgestellt, frisch, dynamisch, verantwortungsbewusst und engagiert sind Sie und zählen Durchhaltewille und Durchsetzungsvermögen ebenso zu Ihren Stärken wie Aufspüren von neuen Trends und Veranstalten von tollen Anlässen.

Wir erwarten für diese Position junge Branchenfachleute mit Führungserfahrung. Der Bereitschaft für Arbeits-einsätze auch ausserhalb von Bürozeiten stehen interessante Verdienstmöglichkeiten und ein tolles Team gegenüber.

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

Johann Rudolf Meier
BEREST AG
jr.meier@berest.com
www.berest.com

155433/247049

Cartenstrasse 120, 4002 Basel
Telefon 061 228 95 65
Fax 061 228 95 59



Grüne Palmen, heisse, südamerikanische Klänge, mediterrane Fischgerichte, coole Drinks und eine tolle Gästeschar sind nicht etwa Ihr Feriengiel, sondern Ihr neuer Arbeitsplatz als

Jungkoch

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Schriftliche Bewerbung an:
Camino Gastro AG
Kasinostrasse 19, 5000 Aarau
Telefon 062 824 82 45

148255/384372



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

155292/12607

Für unsere Coniserie/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 Mitarbeiterinnen 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

Arvenhotel Waldeck



Nuschetta-Bar

Bündnerstube

Dorfbeizli

Wellness

Möchten Sie uns mit Ihrem «know-how», mit Ihrer Motivation und Begeisterung in die kommende Sommersaison begleiten?

Als neu konzipierter ***-Familienbetrieb mit sehr persönlichem Ambiente sind wir Ihr Partner.

Die Alpenarena Flims/Laax/Falera und wir haben Ihnen viel zu bieten ...

Interessiert?

Wir warten ebenso interessiert auf Ihre Bewerbung, falls Sie uns Ihre Dienste anbieten können als:

- kompetente Servicefach-Angestellte/r
- versierter Chef de partie
- Commis de Cuisine

Eintritt: 26. Mai 03 oder nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Sie!

Familie Beat & Erika Glaus-Casty

CH-7018 Flims Waldhaus
Tel. +41(0)81 928 14 14
Fax +41(0)81 928 14 15
www.waldeck.ch
info@waldeck.ch

BADRUTT'S PALACE ST. MORITZ

managed by
ROSEWOOD HOTELS & RESORTS

Für Fachleute mit "Soul & Passion"

In unserem 5-Sterne-Hotel ist per Frühsommer 2003 eine **Kaderstelle** neu zu besetzen. Wir richten uns an Fachfrauen, die über eine mehrjährige Erfahrung in der Luxushotellerie verfügen, einen entsprechenden Leistungsausweis mitbringen und an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert sind.

Executive Housekeeper

Sie werden zuständig sein für die Abteilungen Etage, Garderobe, Lingerie und Floristik und haben eine Führungsverantwortung - im Winter für 75, im Sommer für 40 Mitarbeitende.

Wenn Sie motiviert sind, in einem renommierten Hotel Verantwortung zu übernehmen, erwartet Sie im wunderschönen Oberegadin ein Arbeitsumfeld und eine hierarchische Einstufung, die den hohen Anforderungen entspricht.

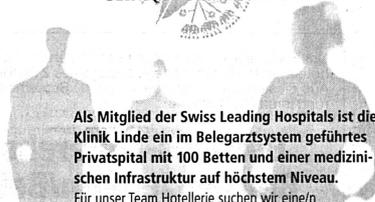
Ihre aussagekräftige Bewerbung senden Sie bitte an:

Kurt Altorfer, Personalleiter
BADRUTT'S PALACE HOTEL
CH-7500 St. Moritz
Tel. +41-081- 837 1000
www.badruttspalace.com
kaltorfer@rosewoodhotels.com

one of
The
Leading
Hotels
of the
World

155392/33944

PRIVATKLINIK LINDE CLINIQUE DES TILLEULS



Als Mitglied der Swiss Leading Hospitals ist die Klinik Linde ein im Belegartssystem geführtes Privatspital mit 100 Betten und einer medizinischen Infrastruktur auf höchstem Niveau. Für unser Team Hotellerie suchen wir eine/n

dipl. Hotelfachassistent/in oder dipl. Servicefachangestellte/n

Beschäftigungsgrad: 60-80%

mit möglichem Eintrittsdatum zwischen Mai und August. Sie sind zuständig für den Empfang der Gäste auf den Abteilungen. Zudem begleiten Sie die Patienten beim Ein- und Austritt und betreuen sie während des Aufenthalts in der Klinik.

Sie sind selbstständig und erfahren. In einem dynamischen Umfeld denken und handeln Sie teamorientiert. Wenn Sie französisch oder deutsch sprechen und sich mühelos in der anderen Sprache unterhalten können, dann melden Sie sich zu einem unverbindlichen Gespräch bei Herrn Oliver Schlupe, Leitung Hotellerie, Telefon 032 366 41 11.

Ihre Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an Frau Marianne Zumbach, Human Resources.
Klinik Linde AG, Blumenrain 105, CH-2503 Biel-Bienne
E-Mail marianne.zumbach@kliniklinde.ch
www.kliniklinde.ch

...der Zukunft
einen Schritt voraus.

Vom Saisonjob bis zur
Lebensstelle.

htr

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

human resources
management

Ihr Stellenmarkt Schweiz

www.
hotelstaff.com

hotel
staff

hotelstaff@hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

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

Über Marketing und Dumping.

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

htr

Gastro
help
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



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

New Challenge

Personalberatung & Vermittlung

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

Gabriela Weber
Telefon 01/201 24 66

Seestrasse 160, 8002 Zürich
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hoteljob
schweiz

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

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

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere

Einloggen!
5324 offene Stellen,
3306 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch

Kreativer Küchenchef m/w

15 GaultMillau-Punkte

Für einen besonderen Betrieb in der Region Oberer Zürichsee suchen wir den kreativen Küchenchef mit der Ambition ein «Starchef» zu werden. Sie haben Erfahrung in der Punkteküche, lieben das Aussergewöhnliche und suchen die Gelegenheit, sich einen Namen zu machen und, zusammen mit dem motivierten Team, die Gäste mit aussergewöhnlichen Kreationen zu begeistern. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Küchenchef

Sind Sie bereit für eine neue Herausforderung? Per Juli 2003 suchen wir für einen Spital im Raum Zürich den ausgewiesenen, führungstarken Teamleader. Sie arbeiten gern mit frischen und biologischen Produkten, kennen sich in der vegetarischen Küche aus und sind ein Organisationstalent mit langjähriger Berufserfahrung. Ein nicht alltägliches Küchenkonzept und attraktive Arbeitszeiten erwarten Sie hier. Ich freue mich auf Sie.

Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

**Sous chef m/w
Temporär- oder Festanstellung**

Für dieses nicht alltägliche, stark frequentierte Restaurant (GaultMillau) im Herzen Berns suchen wir den ambitionierten Sous chef mit Flair für das Spezielle. Sie haben idealerweise eine Weiterbildung zum Gastronomiekoch gemacht, lieben die marktfrische Küche und bringen erste Führungserfahrungen mit. Zu Ihren Aufgaben gehören Menuplanung, Kalkulation, Einkauf, Lagerbewirtschaftung, Lehrlingsausbildung und vieles mehr. Zudem unterstützen Sie den Küchenchef. Hier erwartet Sie ein eingespieltes Team und eine professionelle Infrastruktur. Interessiert? Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Bern, Dominique Wild 031 310 10 10

Chef de partie

Catering

Für ein erfolgreiches Unternehmen in Zürich suchen wir einen «Crack» in der Küche. Sie kennen keine Grenzen, haben die schrägsten und tollsten Ideen, die Sie bisher nicht ausleben konnten, und Sie möchten sich nun im Raum Zürich etablieren. Beim Arbeiten vergessen Sie die Zeit, Sie sind physisch extrem belastbar und möchten mit Profis zusammenarbeiten. Erfahrung im Catering ist hier nicht nötig, gefragt ist Kreativität. Auf was warten Sie noch? Rufen Sie mich heute noch an.

Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Restaurantleiter/in

Für ein sehr bekanntes Restaurant an exklusiver Lage in Zürich suchen wir den erfolgreichen und führungstarken Frontleiter, der gästeorientiert handelt und plant. Sie sind eine verkaufstarke, charmante Persönlichkeit mit ausgewiesener Gastronomieerfahrung auf oberster Ebene. Sind Sie für die Leitung des Restaurants, der Tagesbar und des Bankettbereichs verantwortlich, dazu gehören auch die Lehrlingsbetreuung sowie die Führung von rund 15 Mitarbeitenden. Ich freue mich auf Sie.

Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

**HOFA / GAFA
mit Teamleader-Funktion**

Für ein charmantes Drei-Sterne-Ferien- und Seminarhotel mit einem breit gefächerten Wellness- und Freizeitangebot (Region Toggenburg) suchen wir eine junge, ausgewiesene Fachkraft im hauswirtschaftlichen Bereich. Sie verfügen über Organisationsgeschick, haben Sinn für Ordnung und ein Auge für Details. Sie sind verantwortlich für die Einsatzplanung der Mitarbeitenden, den Einkauf sowie das Einhalten der Qualitätsstandards, und Sie helfen auch selber aktiv auf der Etage und in der Lingerie mit. Es macht Ihnen Freude, das kleine Team umsichtig, menschlich und kompetent zu führen sowie die Lehrlinge optimal zu betreuen. Sind Sie interessiert? Dann freue ich mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

St. Gallen, Judith Schmid 071 228 33 43

Allrounderin Administration

Für ein exklusives Unternehmen der Lebensmittelbranche in Zürich suchen wir eine dienstleistungsorientierte, vertrauenswürdige, niveauvolle Fachfrau mit guten EDV-Kenntnissen, Erfahrung in der Gastronomie sowie Deutsch und Englisch in Wort und Schrift. In dieser aussergewöhnlichen Stelle führen Sie die Buchhaltung, kümmern sich von A bis Z um Kundenaufträge und organisieren selbstständig die Administration. Wenn Sie in einem modernen Betrieb mit geregelten Arbeitszeiten arbeiten möchten, freue ich mich auf Ihren Anruf.

Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

- Langstrasse 11, 8026 Zürich
Telefon 01 297 79 79
zuerich.hotelevent@adecco.ch
- Streitgasse 20, 4010 Basel
Telefon 061 264 60 40
basel.hotelevent@adecco.ch
- Marktgasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10
bern.hotelevent@adecco.ch
- Grabenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081 258 30 75
chur.hotelevent@adecco.ch
- Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5
Telefon 041 419 77 66
luzern.hotelevent@adecco.ch
- Poststrasse 15, 9001 St. Gallen
Telefon 071 228 33 43
stgallen.hotelevent@adecco.ch
- Bd. Jaques-Dalcroze 7, 1204 Genève
Téléphone 022 718 44 77
geneve.hotelevent@adecco.ch
- Petit Chêne 38, 1001 Lausanne
Téléphone 021 343 40 00
lausanne.hotelevent@adecco.ch
- Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032 722 68 88
neuchatel.hotelevent@adecco.ch
- Viale S. Francini 30, 6901 Lugano
Telefono 091 910 20 30
lugano.hotelevent@adecco.ch

Making
people successful



Das Schweizerische Epilepsie-Zentrum mit 430 Mitarbeitenden berät, betreut und behandelt viele Menschen mit Epilepsie. Zum Angebot gehört die ambulante und stationäre Diagnostik und Behandlung von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen sowie die Begleitung und Betreuung von Menschen mit Epilepsie und geistiger/körperlicher Beeinträchtigung im Wohn- und Arbeitsbereich.

Für unsere Küche suchen wir per 1. August 2003 oder nach Absprache eine aufgestellte Persönlichkeit als

Jungkoch (m/w)

In unserer Küche werden täglich 800 Mahlzeiten hergestellt, die sich in verschiedene Kostformen ableiten. Die Vorbereitung von Anlässen gehört ebenso zu unserem kulinarischen Angebot wie die Belieferung unseres Restaurants mit frisch zubereiteten Gerichten.

Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufslehre als Koch? Haben Sie bereits Erfahrung in der Heim- oder Spitalküche? Kochen Sie gerne zeitgemässe Menüs in einer modernen, hellen Küche? Wünschen Sie sich zwei Wochenende pro Monat frei? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Für weitere Fragen steht Ihnen Herr R. Notter, Küchenchef, Tel. 01 387 66 73 gerne zur Verfügung. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das Schweizerische Epilepsie-Zentrum, Personaldienst, Herr M. Bisang, Bleulerstrasse 60, 8008 Zürich.

www.swissepipi.ch

café gartenrestaurant
am bach

Wir suchen für unser lebhaftes Bistro-Restaurant in Würenlos per 1. April 2003 oder nach Vereinbarung einen jüngeren, versierten und flexiblen

Koch (w/m)

Unsere Gäste spüren Ihre Begeisterung am Beruf und Ihre Kreativität tagtäglich. Sie arbeiten qualitätsbewusst und organisieren Ihren Aufgabenbereich selbstständig und kostenorientiert.

Wir bieten: interessante Arbeitszeiten (Samstag und Sonntag Tagesbetrieb, je zwei Samstage und zwei Sonntage pro Monat frei) sowie eine zeitgemässe Entlohnung.

Wir freuen uns auf Ihre kurze Bewerbung oder auf Ihren Anruf

Café Gartenrestaurant «am Bach»
Landstrasse 78
5436 Würenlos
Telefon: 056 424 18 44
(Robert Schuler verlangen) 155431/423793



LUST
auf
ANDLUFT

Für unser ganz im Grünen gelegenes und doch nur 20 Minuten ausserhalb von Zürich liegendes Landhotel suchen wir eine junge Sommercrew für die folgenden Positionen:

- SERVICEMITARBEITERN
mit viel Charme und dem gewissen Spirit of Life, die unsere Gäste in der rustikalen Gaststube verwöhnen.
- KOCH
mit guter Kenntnis der gutbürgerlichen Küche und Flair zum Allrounder.
- KÜCHENHILFE
- BANKETTMITARBEITERN/TEMPORÄR
Infos/Bewerbungen unter: 1
- LANDHOTEL ALPENBLICK
B.B. TRINKLER
BERGSTRASSE 233
8707 UETIKON AM SEE
E-MAIL: HotelAlpenblick@aol.com



HERAUSFORDERUNG FÜR EINEN HOTELPROFI

Wir suchen eine kompetente Persönlichkeit zur Ergänzung unseres Teams.

Zum Tätigkeitsgebiet gehören

- Réception
- Buchhaltung
- Personalwesen

Sie haben einen KV-Abschluss, Flair für Zahlen und Charme für unsere Gäste. Flexibilität und Führungsstärke zählen auch zu Ihren Eigenschaften.

Wir bieten Ihnen

Zeitgemässe Entlohnung und Sozialleistungen. Einen sehr interessanten und abwechslungsreichen Job. Die Einarbeitung durch den jetzigen Stelleninhaber ist Ihnen gewährleistet.

Eintritt nach Übereinkunft. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

CRESTA HOTELS DAVOS
Rolf Jäggi, Propr./Direktion
Talstrasse 52/57, 7270 Davos Platz
Telefon 081 417 16 16, Telefax 081 417 16 85
www.cresta-hotels.ch

155440/9296



Zur Verstärkung unseres jungen, aufgestellten Teams im gastronomischen Zentrum, der Region Lenzburg suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter:

Chef de Partie / Commis de cuisine Entremetier und Gardemanger

Servicemitarbeiter für unser à la carte Restaurant

Rufen Sie Herrn Schatzmann an, oder schicken Sie eine schriftliche Bewerbung.
Burgaldenstrasse 33 / 5600 Lenzburg
Tel 062 891 37 76 / Fax 062 891 43 02
www.ochsen-lenzburg.ch
c.s@ochsen-lenzburg.ch

155424/19457

kunsthausestaurant
ESSEN · BAR · WEINE

Der pulsierende Betrieb im Zentrum des Zürcher Kulturlebens sucht Sie. Ihr nächster Karriereschritt:

**• Koch und
Sous Chef (m/w)**

kreativ, mit Freude am Beruf, belastbar, Teamplayer

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Othmar Gruber, Geschäftsführer
Daniel Meyerhans, Küchenchef
Restaurant Kunsthausestaurant, Heimplatz 1, 8001 Zürich
01 251 53 53, www.kunsthausestaurant.ch



**Hotel Restaurant
ARVENBÜEL**
Amden

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

2 versierte Servicfachangestellte m/w

Sie sind flexibel, belastbar, zuverlässig und freundlich und würden gerne an einem schönen Ort in den Bergen eine Saison arbeiten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Ferner suchen wir

**1 Mädchen für Buffet, Office, Zimmer
und Lingerie (Hofa bevorzugt)**

sowie

1 Haus- und Küchenburschen

Verfügen Sie über sehr gute Deutschkenntnisse, sind belastbar und an selbstständiges Arbeiten gewohnt, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung:

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

152523/14321



Der Schlüssel für Erfolg und Karriere

Wir haben die Schwerpunkte auf eine ausgezeichnete Küche (Gourmet-Rest. 16 Gault & Millau - Punkte) und einen excellenten Service eingestellt. Darum möchten wir Ihre positive Ausstrahlung und Motivation in unseren Betrieb ab Sommer 2003 einbringen lassen, und zwar

in der Kaderposition
(auch als Jahresstelle möglich)
RÉCEPTIONISTIN / SEKRETÄRIN (D, F, E)

in der Küche
**COMMIS DE CUISINE
KOCHEHRLING**

im Service
CHEF DE RANG

BARFACHFRAU
(für unsere kleine Hausbar)

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto (auch per E-Mail möglich) senden wir Ihnen gerne die Anforderungsprofile und alle Infos über die Arbeitsplätze sowie Freizeitmöglichkeiten und Weiterbildung zu. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.



Familie Sepp & Rose Julen · CH-3920 Zermatt
Tel. 0041(0)27/966 26 60 · Fax 0041(0)27/966 26 65
E-Mail: info@hotel-mirabeau.ch
www.hotel-mirabeau.ch



Stephanshorn die klinik

Wir sind eine bestens bekannte Privatklinik am Stadtrand von St. Gallen mit rund 90 Betten und einem öffentlichen Selbstbedienungsrestaurant.

Wir suchen nach Vereinbarung und im Hinblick auf die Umsetzung des neuen Hotellerie-konzeptes einen

Diätkoch m/w

Wir erwarten eine jüngere kommunikationsstarke, mitdenkende Persönlichkeit, welche sich als Dienstleister am Patienten, an den Restaurantgästen (ca. 120 Mittagessen), aber auch am Spitalpersonal sieht. Sie möchten das bisher Gelernte aus der Privat- und/oder Gemeinschaftsverpflegung kreativ umsetzen und freuen sich auch am direkten Kundenkontakt.

Wir bieten Ihnen die Chance in einem gut eingespielten Team aktiv in der Umsetzung des Hotelleriekonzeptes mit zu wirken. Die Anstellungsbedingungen sind so, wie Sie sie von einer Privatklinik erwarten dürfen.

Wir hoffen, wir haben Ihr Interesse geweckt. Daniel Zeller, Leiter Hotellerie, oder Urs Schütz, Küchenchef, stehen Ihnen für ergänzende Auskünfte unter der Telefonnummer 071 282 71 11 gerne zur Verfügung. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an die Klinik Stephanshorn, Personaldienst, Brauerstrasse 95, 9016 St. Gallen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

HOLIDAY

... your sunny side of life!

Unser Team braucht Verstärkung!

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung folgende Ergänzung in unserem Küchenteam:

Engagierter, motivierter

Chef de Partie

auf allen Posten versiert

Commis de Cuisine

mit abgeschlossener Berufslehre

Hilfskoch

mit einigen Jahren Praxis

Gerne laden wir Sie zum Vorstellungsgespräch ein!

Rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre
Bewerbungsunterlagen z. Hd. Frau Ruth Lévy.

Hotel Restaurant HOLIDAY
Gwattstrasse 1, CH-3604 Thun
Telefon 033 334 67 67, Fax 033 336 57 04
www.holidaythun.ch, E-Mail: info@holidaythun.ch

HOTEL
BERGSONNE

Auf der Rigi am Vierwaldstättersee, stilvolles **Hotel mit 17 Zimmern/ Suiten und Restaurant (Gault/Millau 15 Punkte). Ab Anfang Mai in unser erfolgreiches Team

Hilfskräfte-Paar

Lingerie-, Etagenmitarbeiterin und Portier/Küche/Officemitarbeiter

Chef de partie

Servicefachangestellte/r

Wir freuen uns auf Sie.
Dorly & Willy Camps-Stalder
CH-6356 Rigi Kaltbad
www.bergsonne.ch
T 041 399 80 10, F 041 399 80 20

15452728827

Gesucht in Ausflugs- und Speiserestaurant per sofort oder nach Vereinbarung freundliche, jüngere und gut Deutsch sprechende

Servicefachangestellte

Auto von Vorteil, Zimmer vorhanden.

Restaurant zur Linde
8314 Kyburg (bei Winterthur)
Tel. 052 235 0 235/079 672 53 43,
Herrn W. Rüegg

155432/130265

City-Hotel Weingarten
8134 ADLISWIL ZH

In unseren Familienbetrieb/Spezialitätenrestaurant 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

Hotel **** Restaurant



**Krebs
Interlaken**



Für lange Sommersaison (ab April, Mai oder Juni 2003) suchen wir noch folgende Mitarbeiter/innen:

**CHEF DE PARTIE/TOURNANT (m/w)
KOCH/KÖCHIN**

Schriftliche Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen inkl. Passfoto bitte an

Peter Koschak, Dir.
Hotel Krebs
CH-3800 Interlaken

155443/16403

Restaurant Dählhölzli

Möchten Sie in einer neuen Umgebung unter der Leitung eines jungen, dynamischen Küchenchefs arbeiten?
Sind Sie eine fachkundige Person, die flexible Arbeitszeiten bevorzugt?

Dann erwarten wir Sie gerne als

Chef tournant

(100%)
in unserer modernen Küche.

Das Restaurant Dählhölzli hat ein frisches, saisongerechtes Angebot mit französischem Einschlag. Sie ist ausgerichtet für ein breites Publikum und Bankettgäste.

Sie sind

- erfahren als Chef de Partie
- neugierig als Jungkoch
- interessiert an kreativer Küche
- belastbar für hohe Frequenzen
- teamfähig und lieben professionelle Arbeit

Wir bieten Ihnen

- ein gutes Arbeitsklima
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- ein kooperatives Team
- ein Gehalt, welches Ihren Fähigkeiten entspricht

Interessiert Sie diese Stelle im Ganzjahresbetrieb an der Aare?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.



Restaurant Dählhölzli
H.R. Haller
Tierparkweg 2, 3005 Bern
031 351 18 94
h.haller@daehloelzli.ch



seminar hotel restaurant
séminaire hôtel restaurant

Ein erhöhter Lage und doch am Puls des Geschehens...

...liegt Ihr neuer Arbeitsplatz. Für unser 3-Stern Hotel «forum post magglingen» suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n motivierte/n

Réceptionsmitarbeiter/in
100%

Für die Seminar- und Hoteladministration

Möchten Sie unseren Gästen zu einem unvergesslichen Aufenthalt verhelfen und Ihre Fremdsprachen- (f/e) sowie EDV-Kenntnisse (Word, Excel, Hogatex) einsetzen? Sind Sie zudem eine frontorientierte Persönlichkeit mit Erfahrung in ähnlicher Position und haben ein Flair für Zahlen?

Dann haben wir für Sie die geeignete Stelle. Sie erledigen allgemeine Korrespondenzen und kümmern sich um das Check-in/out der Hotelgäste. Wir bieten Ihnen eine interessante Tätigkeit mit viel Eigenverantwortung und Selbstständigkeit in einem aufgestellten jungen Team. (Idealalter ab 24 Jahren).

Möchten Sie diese vielseitige Herausforderung annehmen? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung: SV-Service AG, Frau Monika Weber, forum post magglingen, Hauptstrasse 232, 2532 Magglingen.

Weitere Stellen unter www.sv-group.com

SV

service



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: Restaurationstochter/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

155288/14427

Arbeiten in traumhafter Umgebung!

Schöne Aussichten für
Gastronomieprofis. Jetzt im Internet:
www.stellen-gstaad.ch **GSTAAD**
COME UP - SLOW DOWN

SAANEN · SCHONBRED · SAANENMÜSER · LAUENEN · TURBACH · FEUTERSEY · GSTEG · ARLÄNDISCHEN



RESTAURANT LA MALVOISIE
LEUKERBAD
LOECHE-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/F/E 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

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



HOTEL KRONE
LENZBURG
☆☆☆☆

GASTFREUNDSCHAFT GROSS GESCHRIEBEN!

Wir, ein bekanntes ****-Hotel (38 km von Zürich entfernt) im Herzen der Schweiz, suchen eine(n)

COMMIS DE CUISINE

Wir beherbergen und bewirten in unserem Haus anspruchsvolle Gäste aus der ganzen Welt, welche den kompetenten und freundlichen Service genauso schätzen wie unsere Produkte aus der Küche.
Weitere Informationen finden Sie unter www.krone-lenzburg.ch

Arbeiten Sie gerne in einer grösseren, vielseitigen Brigade? Bedeuten grosse Bankette eine Herausforderung für Sie? Wenn ja, würden wir Sie gerne kennen lernen.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Krone
Herr O. Gerber
Kronenstr. 20, CH-5600 Lenzburg 2
Tel. 0041 062 886 65 65
Fax 0041 062 886 65 00
Mail@Krone-lenzburg.ch

155358/19429

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



Suchen Sie eine neue spannende Herausforderung?

Für das im Dezember 2002 neu eröffnete Kempinski Grand Hôtel des Bains (*****) suchen wir für kommende Sommersaison:

- Commis Pâtissier**
- Demi-chef Pâtissier**
- Commis de cuisine**
- Koch/Leiter Personalrestaurant**
- Commis de rang**
- Chef de rang**
- BarmitarbeiterIn**
- Hausdamenassistentin**
- Zimmerfrauen**
- Lingermitarbeiterin**
- Portier**
- Chasseur / Chauffeur**
- KinderbetreuerIn**
- Fitness-InstruktorIn**
- Masseur (m/w)**
- RéceptionistIn Spa**

Haben Sie eine entsprechende Ausbildung absolviert und ist es auch Ihr Ziel, zusammen mit einem jungen begeisterten Team, unsere anspruchsvollen Gäste aus der ganzen Welt verwöhnen zu dürfen? Sind Ihnen zudem die Wörter «selbständig, belastbar, freundlich und diskret» nicht fremd? – Dann sollten wir uns raschmöglichst kennenlernen.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Zur Beantwortung erster Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Die kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an untenstehende Adresse.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.kempinski-jobs.de

Kempinski Grand Hôtel des Bains
Ursula Scherrer
CH-7500 St. Moritz • Switzerland
Tel: +41 81 838 30 41 • Fax: +41 81 838 30 29
Email: ursula.scherrer@kempinski.com • www.kempinski.com



154832/33820

Für unsere Kunden bieten wir laufend TOP-Stellen in der Schweiz – und das bei besten Anstellungsbedingungen:

- RéceptionistIn**
- Chefs de Partie**
- Commis de cuisine**
- Chef de rang**
- Service à la carte**
- Hausdame*****/*******
- Wellnessbereich/Kosmetik**

Auf Ihre Kontaktaufnahme freut sich:

aatopjob schweiz
Graziella Sebgondi

Phone: +41 - 56 - 427 04 81
e-mail: grazielifelice@tin.it

155454/42045

KURHOTEL CRISTAL, BAD RAGAZ

Familiales, gepflegtes 3*-Kurhotel sucht per sofort oder nach Vereinbarung:

Rezeptionistin

Als selbständige, einfühlsame und diskrete Persönlichkeit sind Sie die erste Kontaktperson für unsere Gäste. Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung/Hotelerfahrung. Stilsichere Korrespondenz am PC bereitet Ihnen keine Mühe. Sie schätzen die Abwechslung als Bedienung in unserer Cafeteria und im Speiserestaurant.

Bedienung in Speiserestaurant

(Kein à-la-carte/ Früh- und Abendschicht)

Wenn Sie ein/e GastgeberIn mit viel Herz und Einfühlungsvermögen sind, dann finden Sie in unserem Kurhotel eine Chance, die Gäste kompetent zu verwöhnen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, oder rufen Sie uns einfach an!

Kurhotel Cristal
Bahnhofstrasse 36, 7310 Bad Ragaz
Tel. 081 303 84 00
www.kurhotel-cristal.ch

155475/2615

Über Internet und nette Gäste.

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



Sommersaison 2003 mitten im Wandergebiet von Wangs-Pizol im Heidiland

Unser lebhafter und anspruchsvoller Hotel- und Restaurantbetrieb liegt mitten im Wander- und Ski-gebiet von Wangs-Pizol. Mit Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute schon auf die neue Herausforderung der kommenden Sommersaison.

Unterstützen Sie uns mit Ihrem fachlichen Können als

- Hilfsskoch-Allrounder (EU-Bürger)**
- Buffet-Zimmerhilfe-Lingerie (EU-Bürger)**

Sind Sie ein Freund von Bergen und arbeiten gerne in einem jungen, dynamischen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste in der kommenden Sommersaison gemeinsam.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder auf Ihren Anruf.

Hotel Furt, Artho Meli, 7323 Wangs-Pizol
Telefon 081 723 21 66 Fax 081 723 40 66
www.hotel-furt.ch / E-Mail: hotel.furt@spin.ch

155452/94323

An der Luzerner Riviera entsteht das erste Hobby Hotel – der Ort, wo kreative Leute ihren Hobbies frönen. Das kleine, charmante Jugendstilhotel mit Ateliers für Künstler und Feriengäste liegt direkt am Vierwaldstättersee. Unsere Gäste verwöhnen wir unter Kastanienbäumen oder in der Brasserie mit einer verspielten, gepflegten Saisonküche.

Für die Eröffnung Ende April suchen wir fröhliche und motivierte Kollegen/-innen.

Chef de partie / Sous-chef (w/m)
Commis de cuisine (w/m)

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen. Rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Bewerbung. Roland Scherrer und Pia Nussbaumer erteilen Ihnen gerne weitere Auskünfte.

Hobby Hotel Terrasse - Roland Scherrer
6354 Vitznau
Tel. 041 760 06 09 roland.scherrer@hobbyhotel.ch

155179/423317



Für die Umsetzung eines neuen Hotelleriekonzeptes auf der Privatstation der Medizinischen Klinik suchen wir im Rahmen eines Pilotprojektes ab Juli 2003 eine

Room-Service-Angestellte
60-80%

Aufgaben Sie begleiten unsere Patientinnen und Patienten und bieten Ihnen vielfältige Dienstleistungen an: Check-in und Check-out, Speise- und Getränkeservice, Pflanzenpflege, Botengänge, administrative Tätigkeiten wie Bestellungen, Abrechnungen usw.

Profil Sie haben eine Ausbildung als Hotelfachassistentin oder eine gleichwertige Ausbildung abgeschlossen und mindestens 5 Jahre Berufserfahrung. Sie arbeiten selbständig, sind trotzdem teamfähig und legen grosses Gewicht auf kompetente Dienstleistungen. Sie haben Freude am Auf- und Ausbau eines neuen Hotelleriekonzeptes.

Auskünfte Herr Philipp Banz, Leiter Hotellerie, Tel. 052 723 78 10.

Bewerbung Kantonsspital Frauenfeld, Personaldienst, Postfach, 8501 Frauenfeld

Das Kantonsspital Frauenfeld ist ein Unternehmen der Spital Thurgau AG. Unsere Spitäler und Kliniken zeichnen sich durch ein umfassendes Gesundheitsangebot aus.

Fortschrittliche Arbeitsbedingungen, hohe Professionalität und interdisziplinäres Denken prägen unsere Unternehmenskultur.

155401/312126

Seehotel
6052 HERGISWIL
Pilatus
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.

155269/15563



☆☆☆☆☆

GRAND REGINA

Alpin WellFit Hotel Grindelwald

Unser einzigartiges *****-Hotel liegt wunderschön inmitten einer atemberaubenden Bergwelt.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Sommersaison, auf Anfang Juni oder nach Übereinkunft, folgende motivierte Mitarbeiter/innen:

Chef de rang (w/m)

Commis de cuisine (w/m)

Sie sind fachlich kompetent, engagiert und belastbar, haben ein freundliches, aufgeschlossenes Wesen und suchen eine neue Herausforderung, dann zögern Sie nicht, senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns.

GRAND REGINA Alpin WellFit Hotel
Hans Stäubli

CH-3818 Grindelwald
Telefon 0041 33 854 86 10
Telefax 0041 33 854 86 88
hr@grandregina.ch
www.grandregina.ch

155366/14630

HOTEL
MONT CERVIN
UND RESIDENCE

Alles überragend wie das Matterhorn.
Als Mitglied der Leading Hotels of the World vereint das «Mont Cervin» beste Schweizer Hoteltradition mit dem Komfort eines modernen Luxushotels. Höchste Anforderungen machen eine der ersten Adressen Zermatts zur besten Referenz für Ihre weitere Karriere.

Für unsere lebhaftige "Rendez-vous Bar", die Bar für Aperitifs und Cocktails mit Pianobegleitung, suchen wir ab Beginn der Sommersaison 2003, mit der Verlängerungsmöglichkeit auf den Winter 2003/04, eine/n erfahrene(n) und freundliche(n)

Chef de bar m/w,

der/die ein fundiertes Fachwissen und sehr gute Sprachkenntnisse mitbringt sowie selbständig arbeiten kann.

Als verkaufstarke, kommunikationsfreudige, gepflegte und fröhliche Persönlichkeit sind Sie für unsere internationalen, sowie auch einheimischen Gäste ein/e fachkompetente/r Gastgeber/in mit guten Umgangsformen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an:

Seiler Hotels Zermatt AG
Sabine Barthassat, Personalbüro
3920 Zermatt
Tel.: 027 966 87 54, Fax: 027 966 87 57
E-Mail: s.barthassat@seiler-zermatt.ch
Website: www.zermatt.ch/montcervin

155438/29250

SEILER HOTELS
ZERMATT

one of The Leading Hotels of the World

BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT

DIE BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT SIND EIN EINZIGARTIGES HOTELDORF IM HERZEN DER ZENTRALSCHWEIZ, 450 METER ÜBER DEM VIERWALDSTÄTTERSEE. DURCH DIE EINZIGARTIGKEIT UNSERES RESORTS VERSUCHEN WIR NICHT NUR UNSERE GÄSTE, SONDERN AUCH UNSERE ZUKÜNFTIGEN MITARBEITER/INNEN ZU BEGEISTERN.

FÜR DIE KOMMENDE SOMMERSAISON, AB APRIL/MAI, SUCHEN WIR NOCH FOLGENDE MITARBEITER/INNEN:

EMPFANG (D/E/F)	NACHT-RECEPTIONIST (GUTE PC- UND ZAHLENKENNTNISSE)
KÜCHE « LE CLUB » (17 PUNKTE GM)	COMMIS PATISSIER/ERE
KÜCHE PARK HOTEL (ITALIENISCHE KÜCHE)	CHEF BANKETT CHEF DE PARTIE – ERFAHRUNG IN DER ITAL. KÜCHE VON VORTEIL. COMMIS DE CUISINE
TAVERNE (SCHWEIZER KÜCHE)	JUNGKOCHE
HAUSWIRTSCHAFT	REINIGERIN FÜR MITARBEITER- UNTERKÜNFTE
BANKETT-TEAM	DEMI CHEF DE RANG
LEISURE CLUB	MASSEURIN

FÜHLEN SIE SICH ANGESPROCHEN? DANN ZÖGERN SIE NICHT, MIT UNS IN KONTRAKT ZU TRETEN! GERNE ERWARTEN WIR IHRE KOMPLETTE BEWERBUNG.

BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT
HERR G. BEUTLER, PERSONALLEITER
6363 BÜRGENSTOCK
TEL. 041 612 99 10 (DIRKET)
e-Mail: hr@buergenstock-hotels.ch
www.buergenstock-hotels.ch

155404/16934

BÜRGENSTOCK
HOTELS & RESORT

MEMBER OF

Swiss Deluxe Hotels

Royal Park ***Hotel**

Luxushotel
sucht
nach Übereinkunft

Gouvernante
2. Gouvernante
Zimmerfrau

Bewerbung mit Foto erbeten an:
Royal Park *****Hotel
CH-3718 Kandersteg
Berner Oberland
Sommer / Winterkurort
Telefon 033 675 88 88
The Leading Hotels of the World

155404/16934

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

Möchten Sie einen Sommer im Engadin verbringen?
Wir suchen für die kommende Sommersaison noch folgende motivierte Mitarbeiter:

Küche:
Chef de partie

Restaurant:
Chef de rang
Demi-chef de rang

Fitness/Beauty:
Kosmetikerin (Sprachen D, E)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen:

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
6722	Kü'chef/Koch	52	CH	n. Ver.	D	SG/Rh'ntal-Chur, Cem.gastro	6756
6724	Küchenhilfe	29	ES	L-EG	Mai	I BE-Oberland	6765
6730	Entremetier	31	IT	L-EG	sofort	I GR/LU/ZH/TI	6767
6736	Koch	48	DE	L-EG	n. Ver.	D Rest.	6769
6739	Koch/w	43	DE	B-EG	n. Ver.	D zus. mit 6740/BE-Oberland	6771
6740	Küchenchef	48	DE	B-EG	n. Ver.	D zus. mit 6739/BE-Oberland	6772
6749	Sous-chef/Chef de partie	25	FR	L-EG	Mai	D/F CE/VD/BL/FR/NE	6775
6751	Entremetier/Tourmant	42	DE	B-EG	Mai	D/E/E/F/I LU/ZH/BE/NW	6776
6754	Kü'chef/Sous-chef	49	DE	B-EG	April	D/E/E/F/I TI/ZH	6780
6755	Jungkoch	22	CH	sofort	D/F	TI/ZH	6783
6763	Hilfskoch	30	HR	C	Mai	D/F Bern/Solothurn	6787
6764	Koch/Commis de cuis.	22	CH	sofort	D	TI	6788
6768	Kü'chef/Alleinkoch	51	DE	L-EG	April	D/E Ost-/Zentral-CH	6789
6782	Demi-chef de partie	22	CH	Mai	D/E/F	3*-4*-Hotel/LU/TI/BE	6795
6784	Chef de partie	33	CH	Mai	D/F		6797
6790	Commis de cuisine	20	GB	L-EG	Juni	E	6801
6791	Commis de cuisine	19	GB	L-EG	Juni	E	

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
6723	Haushilfe/Butter/w	44	CH	sofort	D/F	BE/FR/Hotel/Heim/Spital	6758
6731	Küchenhilfe	41	TR	C	sofort	D Bern*	6761
6733	Hilfskraft	29	LK	B	sofort	D/E Bern	6773
6741	Hilfskraft/w	27	PH	B	sofort	D/E ZH/AG	6774
6748	Hausfille/w	44	LK	B	sofort	D/E Bern	6775
6750	Night-auditor/Concierge	47	IT	B-EG	April	D/E/F/I 5*-Hotel	6776
6758	Haushilfe	30	NG	B	sofort	D/E	6777
6761	Officehilfe	22	IT	L-EG	April	F/I	6778
6773	Haushilfe	56	AT	C	n. Ver.	D/E/F/I Montreux/BE/ZH	6779
6774	Küchenhilfe	26	TG	B	n. Ver.	D/F Bern + Umgeb.	6780
6778	Zimmerfrau	34	BR	B	sofort	D/E/F/I Bern	6781
6779	Hilfskraft	31	MX	B	n. Ver.	D GR/Surseva	6782
6786	Office-/Buffethilfe	32	NG	B	sofort	D/E Zürich	6783
6793	Allrounderr	25	CH	April	D/E	GE/VD	6784
6798	Zimmerfrau/Lingerie	20	PT	L-EG	Mai	3*-4*-Hotel/Zürich + Umgeb.	6785
6800	(Economat)Gouvemante	28	CH	Mai	D/I		6786

Service / Service

1	2	3	4	5	6	7	8
6728	Service/w	40	CH	sofort	D/E/F	Romont-Vevey	6725
6732	Kellner	34	PT	C	April	F/I West-CH/Hotel	6734
6735	Sefa	26	CH	sofort	D/E	LU/BE/ZH/ZG	6737
6738	Kellner	40	AT	B	sofort	3*-4*-Hotel/BE-Oberl.	6752
6742	Buffet/Service/w	29	CH	Mai	D/E/E/F/I	Lugano+Umgeb.	6757
6743	Service/w	31	PT	L-EG	Mai	D/E/F/I Davos	6762
6744	Kellner	22	AT	L-EG	Mai	D/E/F/I ZH/LU/Bodensee	6766
6745	Service/w	22	CH	Mai	D/E/F	Zentral-CH	6777
6746	Kellner	36	IT	L-EG	April	D/E/F/I Lac Léman	6781
6747	Chef de service/w	57	NL	L-EG	sofort	D/E/F/ZH	6792
6753	Bärman	51	PT	L-EG	Mai	D/F Hotel	6794

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
6725	Chef de réception/w	29	CH	n. Ver.	D/E/F/I	SG/TC/ZH/West-CH	6725
6734	Sales Manager	50	CH	sofort	D/E/F/I	4*-Hotel	6737
6737	Betriebsass./w	25	CH	n. Ver.	D/F	Tagesbetr./SZ/ZG	6752
6752	Nachtportier	46	CH/PT	sofort	D/E/F/I	GR/VS/BE	6757
6762	Front-/Backoffice	30	DE	B-EG	April	D/E/F/Deutsch-CH	6766
6766	Gesch.führer/Kü'chef	55	CH/AT	sofort	D/E/F/I	BE/Ost-CH	6777
6777	Receptionist	26	CH	sofort	D/E/F/I	Zentral-CH/GR	6781
6781	F&B-Assistentin	27	AT	C	sofort	D/E/F/3*-5*-Hotel/BE/ZH	6792
6792	Réceptionsprakt./w	41	FI	B-EG	n. Ver.	D/E/F/4*-5*-Hotel	6794
6794	Anfangsrecept./w	26	CH	n. Ver.	D/E/F		6799
6799	Réc./Human Res./Marketing	23	CH	April	D/E/F/I	Lausanne/NE/FR/BL	

1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
 3 Alter - Age
 4 Nationalität - Nationalité
 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
 6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____

Name / Nom: _____

Strasse / Rue: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: _____

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: _____

Betrieb / Etablissement: _____ Ort / Lieu: _____ Funktion / Fonction: _____ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): _____

1. _____

2. _____

3. _____

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: Ja - Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui - Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:
 Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:
hotelleriesuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotelleriesuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



SEMINARHOTEL AM ÄGERISEE



Christophe Monney
Ein professioneller Koch ist die Grundlage für begeisterte Gäste, für die nur das Beste gut genug ist. Das gilt auch für uns.

Zur Ergänzung unseres aufgestellten und jungen Teams suchen wir ein(e)

Koch / Köchin (Sous-Chef)

Sie unterstützen unsere Küchen-Crew im lebhaften Hotelbetrieb tatkräftig. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, verantwortungsvolle Arbeit in einem eingespielten, hochmotivierten Team. Wir bieten Ihnen:

****Hotellerie, modern ausgestattete Küche mit Induktionsherd, viel Tageslicht, abwechslungsreiches Küchenangebot, schöne Personalunterkunft, Blockzeiten, Benützung sämtlicher Freizeitanlagen unseres Hotels.

Haben wir Sie überzeugt? Dann warten Sie nicht länger und senden Adriana Meyer, Personalchefin, bzw. Christophe Monney, Küchenchef, Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an. Wir sind gespannt und freuen uns, Sie bald persönlich kennen zu lernen.

SeminarHotel am Ägerisee:
69 Zimmer, 14 Seminarräume, 2 Restaurants, Bar, Relax Center SHA SeminarHotel AG, Seestrasse 10, 6314 Unterägeri
www.seminarhotelaegerisee.ch
Telefon 041 754 61 61, Fax 041 754 61 71

Arbeiten am schönen Zürichsee?

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

Wir brauchen Verstärkung und suchen einen

Chef de Partie

Für den anspruchsvollen à la carte und Bankettservice

Per April und Mai oder nach Vereinbarung.

Ihre Chance:

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

Ihre Qualifikation:

Abgeschlossene Kochlehre, 2 – 3 Jahr Berufserfahrung

Hilfsköche

Voll- und Teilzeit

Per Sofort oder nach Vereinbarung

Ihre Chance:

Flexible Einsatzzeiten
Ihre Qualifikation:
Grundkenntnisse eines Küchenbetriebs
Freude am Arbeiten im Team

Teilzeit Serviceangestellte

Für Restaurant- und Banketteinsätze

Per Sofort oder nach Vereinbarung.

Ihre Chance:

Flexible Einsatzzeiten - Arbeiten in einem jungen Team
Ihre Qualifikation:
Serviceerfahrung - Freude am Gast

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

oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

André Henzler, Löwen Meilen

Seestrasse 595

8703 Meilen

henzler@oewen-meilen.ch

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



ZUM GOLDENEN KOPF

Eine Gelegenheit für pfiffige, junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ihr zukünftiger Arbeitsort ist ein historisches Gebäude mitten im Zentrum des Städtchens Bülach - funkelneue renoviert.

Wir sind motivierte Gastgeber, die motivierte Mitarbeiter, welche auch gerne mit Lehrlingen arbeiten, suchen. Unser Haus ist ein Geheimtip über die Region hinaus.

Zur Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir per sofort

Koch / Köchin mit abgeschlossener Berufsausbildung

Sous-Chef

Mit Ihrer Hilfe sehen wir in eine gastfreundliche Zukunft.

Senden Sie uns raschmöglichst Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen oder rufen Sie uns an:

Hotel Restaurant Zum Goldenen Kopf

Yolanda und Leo Urschinger
Marktgasse 9, 8180 Bülach
Tel. 0041 1 872 46 46, Fax 0041 1 872 46 00

Hotel-Pension Marthahauss, Bern

Unser sanft renoviertes Haus aus der Jahrhundertwende ist ein 1-Stern-Hotel (Pension) mit 40 Zimmern. Gästen aus aller Welt bieten wir Einzel- bis Fünfbettzimmer mit Frühstück an.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine

HOFA

Ihre Hauptaufgaben sind:

- Aufsicht und Sicherstellung der Sauberkeit im ganzen Hause
- Mithilfe bei der Reinigung der Gästezimmer
- Mithilfe in der Lingerie
- Einkauf von Putzmitteln, Wäsche und andern Materialien
- Kostenkontrolle
- Einsätze im Frühstücksservice
- Einsätze an der Rezeption

Unsere Erwartungen:

- Ausbildung als Hotelfachassistentin
- Sie haben ein Organisationsflair
- Sie sind selbstständig, verantwortungsbewusst und freundlich
- Sie verfügen über Führungserfahrung und haben Durchsetzungsvermögen

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung:

HOTEL-PENSION MARTHAHAUSS
Annelise Thenen
Wytenbachstrasse 22a, 3013 Bern
Telefon 031 332 41 35

155453/119822

HOTEL Elite GARNI ZERMATT *** COUNTRY BAR

Wir suchen junge, engagierte Mitarbeiterinnen:

Für unsere Country Bar, ab 1. 5. 2003 oder nach Über-einkunft

1 Barserviertochter

Für unser ***-Hotel Elite Garni, ab 1. 6. 2003 oder nach Übereinkunft

1 Anfangs-Réceptionistin/Hotelsekretärin

Sind Sie sprachenkundig, lieben selbstständiges Arbeiten sowie den Kontakt mit internationalen Gästen?

Dann sind Sie bei uns richtig und wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:

Direktion Familie Grand-Julen
Hotel Elite & Country Bar
CH-3920 Zermatt
Tel. 027 967 31 74

155441/39020

foodplanet

urban lifestyle for body and soul

Zur Ergänzung von unserem jungen, motivierten Team suchen wir für unser Restaurant im Seefeld in Zürich per sofort:

- 1 Betriebsassistent/in 100%
- 1 kreativer, junger Alleinkoch 100%
- 1 Serviceangestellte/r 100%

Interessenten melden sich bitte schriftlich bei unserem Geschäftsführer an folgende Adresse:

Herrn Luc Gerber
Foodplanet motion AG
Seefeldstrasse 214
8008 Zürich

infos auch unter: www.foodplanet.ch
155468/423821



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 Julien 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/Réceptionistin

D, E, F, mit Berufserfahrung in Jahresstelle.
Verantwortungsbewusstsein und selbstständiges Arbeiten erwünscht.
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 Julien
Familie Daniela und Paul Julien
CH-3920 Zermatt
Telefon +41-27-966 76 00
Telefax +41-27-966 76 76
Internet: www.julien.com
E-Mail: info@julien.com

155221/39110

see!

Der Bodensee liegt direkt vor dem 4-Wellen-Hotel Bad Horn, und mit einer 170-jährigen Tradition pflegen wir exklusive Gastlichkeit an einer der schönsten Flecken am Bodensee-Südseeufer.

In unserem Top-Hotel mit eigener Hotel-Yacht "M.Y. Emily" lässt sich ein abwechslungsreicher Job mit einem grosszügigen Freizeitangebot verbinden. In unserer Crew fehlen uns auf dem Deck noch Sie als:

- Service-Fachangestellte
- Demi-chef de partie
- Commis de cuisine
- Service-Praktikantin

Eintritt nach Übereinkunft.

Schweizer/innen oder Ausländer/innen mit Bew. B oder C, welche gerne in unserem 4-Wellen-Hotel in einem jungen, lässigen Team mitarbeiten möchten, richten Ihre Bewerbung bitte an unseren Captain, Herrn Urs Hatt.

Hotel Bad Horn
Seestrasse 36, 9326 Horn
Tel. 071 841 55 11, Fax 071 841 60 89
www.badhorn.ch, badhorn@paus.ch



155413/15822



Familie Nydegger
3855 Axalp ob Brienz
Wir sind ein kleiner Familienbetrieb in einer herrlichen Bergwelt oberhalb des Brienzsees. Wir suchen für die kommende Sommersaison ab 15. Juni 03

Hotelfachassistentin in Tagesdienst
für Zimmer, Lingerie und Service
Ab dem 1. Juli 03
Service-mitarbeiterin

Sie sind selbständiges Arbeiten gewöhnt, haben Freude am Umgang mit Gästen und sprechen Deutsch, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche oder telefonische Bewerbung.
Tel. 033 / 951 32 22 Fax 033 / 951 32 42
www.bellevue-axalp.ch
E-Mail postmaster@bellevue-axalp.ch

155434/2429

HOTEL BAHNHOF TERMINUS D A V O S

Für unser Mittelklasshotel mit 100 Betten, Hausbar, Sauna, Seminar-Bankett-Räumlichkeiten und drei Restaurants suchen wir in Jahresstelle 2003/2004 freundliche und fachkundige Mitarbeiter:

Chef de partie Commis de cuisine

für unsere moderne à la carte-Hotel- und Bankettküche

Serviceangestellte

für Restauration und Bankette

Réceptionistin/Sekretärin

Fachkraft mit Berufserfahrung im administrativen Bereich sowie direkte Ansprechperson für Gäste.

Wir bieten Ihnen eine lebhaft und vielseitige Arbeit im attraktiven Umfeld von Davos. Sind Sie interessiert, uns tatkräftig zu unterstützen? Dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Hotel Bahnhof-Terminus
Riek und Sigi Ritter
Talstrasse 3
7270 Davos Platz
Telefon 081 414 97 97



155389/95999



Unser ****Geschäfts- und Seminarhotel mit 64 Zimmern und einer vielseitigen Restauration ist auf der Aarehalbinsel inmitten der Thuner Altstadt gelegen. Das Hotel Freienhof ist zudem Pächter der gesamten Schiffsrestauration Thunersee mit einer Sitzplatzkapazität von 3500 Personen, verteilt auf 8 Schiffe.

Herzlich willkommen in Thun!

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Sommersaison per April/Mai 2003 oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiterinnen:

Chef de partie Entremetier m/w Chef Produktion m/w Alleinkoch Giardino m/w

Sie schwingen den Kochlöffel mit Freude, sind kreativ, verfügen über einen gewissen Arbeitstakt und sind auf der Suche nach einem abwechslungsreichen Arbeitsplatz mit vielseitiger Herausforderung?



Dieser Smart steht unseren Mitarbeitern zur Verfügung!

FH
Freienhof

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Fräzi Frei, Personalchefin, oder senden Sie gleich Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Freienhof Thun AG, Hotel und Schiffsrestauration
Freienhofgasse 3, 3600 Thun
Telefon 033 227 50 50 * Fax 033 227 50 55
www.freienhof.ch * personal@freienhof.ch

155451/54645

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

155132/27443

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 betriebseigenen 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

GASTHAUS ZUM
Gupf

www.gupf.ch

Das traditionsreiche Speiserestaurant "Gasthaus zum Gupf" in Rehetobel AR eröffnet Mitte Mai 2003 die Sommersaison mit einem neuen Betriebskonzept und einem erweiterten Angebot an Zimmern. Für das 16-Gault-Millau-Punkte-Haus mit einer eigenen Landwirtschaft und einem Weinkeller mit über 800 verschiedenen Sorten Wein sucht der Geschäftsführer Walter Klose ausgewiesenes

Personal für Küche, Service und Hausdienst.

Sie verfügen über eine qualifizierte Ausbildung und Referenzen aus Unternehmen der gehobenen Gastronomie. Gleichzeitig haben Sie grosse Freude, internationale Gäste zu bedienen und in einem aussergewöhnlichen Haus, an einem einzigartigen Standort mit Blick auf die Alpen und über den Bodensee, zu arbeiten. Wenn Sie dieses Angebot anspricht, dann gehören Sie zu den neuen Mitarbeitern auf dem Gupf.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige schriftliche Bewerbung mit Bild, Zeugnissen und Referenzen an Herr Walter Klose, Postfach 26, 8593 Kesswil.

SAN GIAN HOTEL *****

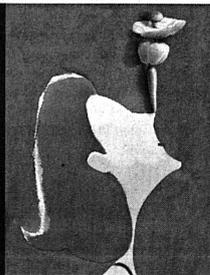
Ab kommender Sommersaison suchen wir:

- Aide du patron
- Servicemitarbeiter (Innen)
- Zimmermädchen

Besuchen Sie uns unter
www.sangian.ch oder tel. 081 837 09 09



**Wir suchen:
per 1. Mai 2003
(oder nach Vereinbarung)
einen/eine
Pâtissier/ière**



Als versierte Fachperson wünschen Sie sich einen farbigen und gut organisierten Arbeitsplatz.

Das Casinotheater Winterthur ist ein lebendiges Haus mit Theater, Restaurant, Bar und Sälen für tausendundeine Veranstaltungsmöglichkeit. Theater und Gastronomie vereinen sich bei uns zu Neuem, Spannendem und nicht Alltäglichem. Unser kulinarisches Angebot: frische saisonale Gerichte, nicht zuviel auf der Karte aber reichlich auf dem Teller. Gut gekocht und fein abgeschmeckt, freundlich serviert.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Casinotheater Winterthur, Personalbüro, Stadthausstrasse 119, 8400 Winterthur
Tel. 052 260 58 94, margritmorf@casinotheater.ch



**Herzlich
willkommen!**

Mitten in den Schweizer Vorjagen, im bescheidenen Emmental, und doch nur 15 Minuten von Thun und Bern entfernt, steht etwas versteckt, zwischen den alten Bäumen, eine stolze Berner Campagne: Hotel Schloss Hünigen. Hier verbinden sich 400 Jahre Tradition mit einer modernen Seminarinfrastruktur und einer gepflegten Gastronomie.



Unsere Speisen werden von unserem jungen, kreativen Küchenchef Jörg Edler von der Planitz nach dem saisonalen Marktangebot zusammengestellt. Ungefähr alle 4 Monate wird unsere Karte für unser 13 Gault-Millau Punkte Restaurant komplett erneuert. Wir verwenden Produkte von erstklassiger Qualität, die wir nach Möglichkeit aus einheimischer Produktion einkaufen. Damit unsere Speisen weiterhin so königlich schmecken und so bekömmlich sind, wie sie aussehen, suchen wir, nach Übereinkunft, noch folgende(n) Mitarbeiter:in:

Chef de partie

Sind Sie der junge Profi, der es versteht mit seinem Können und Fachwissen unsere Gäste zu verwöhnen und gerne Neues dazulernen möchte. Wir sind ein junges, gut eingespieltes, engagiertes Team, das neben der täglichen Verantwortung auch einen sehr interessanten Arbeitsplatz, grosse Selbstständigkeit, viele Freiheiten und Kompetenzen genießt.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftlichen Unterlagen mit Foto an Claudia D. Künzi
Stv. Geschäftsleitung

SCHLOSS HÜNIGEN
Seminar-, Bankett-, und Ferienhotel
***** Studien- und Kulturzentrum
Restaurant, Fitness- und Wellnessoase

CH-3510 Konolfingen im Emmental
Tel. 41 31 26 11 Fax 41 31 791 27 31
Internet: www.schlosshuenigen.com
E-mail: hotel@schlosshuenigen.com

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 folgenden Mitarbeiter:

Chef de partie

der uns hilft, mit Flair für eine moderne und gesunde Küche unsere Gäste zu verwöhnen.

Eintritt per ca. 20. April 2003. 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
Tel. 041 390 11 14
Fax 041 390 00 15

155458/37443

**Restaurant Alpstubi
6375 Klewenalp
Innerschweiz**

Wir suchen für Sommersaison, ca. 15. Juni 2003

2 Service m. o. w.
eventuell Kurzaufenthalter
für ca. 4 Monate

**Koch, Hilfskoch, Küchenbursche
Buffetkoch**
für allgemeine Mithilfe

Bitte schriftlich melden:
E. Amstad, Restaurant Alpstubi
6375 Klewenalp Kt. Nidwalden
Tel. 041/620 31 44

155414/71889



Am schönen Thunersee
suchen wir ab Mai
oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte

für unseren gepflegten
à la carte-Service.

Wir freuen uns auf Sie.

Familie Stiassny
Hotel Schönbühl
Dorfstrasse 47
3652 Hilterfingen am Thunersee
Tel. 033 243 23 83
www.schoenbuehl.ch
info@schoenbuehl.ch

155449/15733



Lust ab sofort neue Wege zu gehen...?
Um unsere Gäste im Hotel & Châlets Seeburg noch besser verwöhnen zu können, suchen wir ab sofort

CHEF PÂTISSIER

...dem das Wohl unserer Gäste am Herzen liegt. Wir freuen uns auf qualifizierte und motivierte Mitarbeiter, die mit uns gemeinsam die Atmosphäre der Seeburg prägen wollen! Gerne erwarten wir Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung. Werden Sie ein Teil von uns!

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen freut sich Herr Peter Vespa, Vizedirektor.

Hotel & Châlets Seeburg
Seeburgstrasse 53-61, 6006 Luzern
Telefon 041 375 55 55, Fax 041 375 55 50
mail@hotelseeburg.ch

155367/2329



**100 Jahre
Romantik Hotel Schweizerhof
Flims-Waldhaus**

"Die wiedergefundene Zeit" so lautet unser Motto für die Jubiläums-Sommersaison. Von Juni bis September 2003 bieten wir Ihnen eine neue Herausforderung an! Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir folgende Mitarbeiter/innen:

**Chef de partie/Entremetier
Kochlehrling
Réceptionist/in
Servicemitarbeiter/in**

Sind Sie bereit für neue Erfahrungen in einem persönlich geführten Erstklasshotel?

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freuen sich:
Therese & Rudolf A. Schmidt
Romantik Hotel Schweizerhof
7018 Flims Waldhaus
Telefon 081 928 10 10, Fax 081 928 10 11
info@schweizerhof-flims.ch
www.schweizerhof-flims.ch



155447/1380

**ART FURRER
HOTELS**

Art Furrer Resort**** mit Restaurant Tenne
Hotel-Resort Alpenrose**** mit Pizzeria, Röstikeller und Bars
Bergrestaurants Niederlurka und Furi-Hütte

Wir suchen für unsere gepflegten Restaurants und Hotels motivierte, gut ausgebildete Mitarbeiter/innen für die kommende Sommer- bzw. Wintersaison

Betriebsleiter/in
für Berghotel (evtl. für ein Paar geeignet, Jahresstelle möglich)

Betriebsassistent/in
mit fundierter Hotelfachausbildung
oder/und Berufserfahrung

Réceptionsekretärin/-praktikantin

**Chef de rang
Commis de rang**

Kellner/in für Bergrestaurant

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Theler gerne zur Verfügung. Tel. 027 928 44 88, Fax 027 928 44 99, E-Mail: jmtheler@hone.ch Weitere Informationen erhalten Sie unter www.artfurrer.ch

ART FURRER HOTELS****
z. H. v. Jean-Marc Theler
3987 Riederalp

155427/28703

Romantik Hotels und Restaurants

Für die laufende Sommersaison mit Eintritt 1. Mai bis Oktober 03 suchen wir noch motivierte und aufgestellte

Servicefach-Mitarbeiter

Koch oder Köchin

für die kalte Küche und Pâtisserie

Commis de cuisine

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:
Georg Schraner, Romantik Hotel Krone
Seestrasse 11, CH-8274 Gottlieben
Tel. 071 666 80 60

*Persönliche Gastlichkeit
in historischen Häusern*

GASTHOF **Adler** MAMMERN

Sind Sie jung, offen und begeisterungsfähig und haben eine Serviceausbildung abgeschlossen oder Erfahrung im à la Carte Service? Dann sind Sie unsere...

Servicefachangestellte!

Wenn Sie in einem aussergewöhnlichen Gasthof am Bodensee mit dem Charme der ersten Stunde mit uns unsere Gäste begeistern möchten, dann senden Sie uns Ihre Bewerbung!

Wir freuen uns!
Esther Meier, Freienstein, 8265 Mammern (TG)
Telefon 079 760 85 68

Zur Verstärkung unseres Küchenteams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n erfahrene/n

Koch/Köchin

Wir sind ein renommiertes Berner Restaurant mit grosser Tradition. Sind Sie motiviert und kreativ? Unsere stets marktfähige Küche lässt Ihnen alle Möglichkeiten offen, unsere Gäste köstlich zu verwöhnen. Fühlen Sie sich angesprochen und suchen Sie eine neue Herausforderung? Dann senden Sie uns bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf.

Brasserie Bärengraben, Edy Juillerat
Muristalden 1, 3006 Bern
Telefon 031 331 42 18



BRASSERIE
BÄRNGRABEN

Über Bierpreise und Schnapsideen.

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

SUISSE ROMANDE

GD HÔTEL BELLA TOLA & ST-LUC

Depuis 1859

VAL D'ANNIVIERS - VALAIS
HÔTEL HISTORIQUE 2001

Etablissement de tradition - 32
Chambres - 63 Lits - Restaurant avec
cuisine française et italienne de 80
places - Salons pour banquets jus-
qu'à 100 personnes.

Cherchons pour la saison d'été, du
15 juin au 15 octobre 2003:

**CHEF DE PARTIE
COMMIS DE CUISINE
AIDE DE CUISINE**

pour rejoindre notre équipe jeune et
dynamique.

Nous nous réjouissons de recevoir
votre dossier complet avec photo:

Anne-Françoise et Claude Buchs
3961 St-Luc
Tél. 027 475 14 44
Fax 027 475 29 98
info@bellatola.ch
www.bellatola.ch

Restaurant Au Mignon, 1936 Verbier
cherche de suite
un cuisinier
et une
serveuse
capables de travailler seuls,
poste à l'année. Préférence sera
donnée à un couple.
Pour tous renseignements,
tél. 078 721 21 21

Restaurant de la Tour
à la Tour-de-Trême
cherche pour cet été ou à convenir
un cuisinier motivé
capable de prendre un poste de second,
place à long terme.
Envoyez votre dossier à
Marcel Thürler
Restaurant de la Tour
57, rue Ancien-Comté
CH-1635 LA TOUR-DE-TRÊME

Société hôtelière cherche

RESTAURATEUR

Homme ou femme de terrain, qui assurera la responsabilité de deux restaurants et d'un centre de congrès (une vingtaine de collaborateurs).

Age idéale 30 à 40 ans. La patente n'est pas requise.

L'établissement est situé dans une ville de la Riviera vaudoise.

Si vous possédez de solides connaissances d'organisation et un sens affirmé des contacts clients, nous vous prions d'adresser votre offre sous chiffre 155360 à hôtel revue, case postale, 3001 Berne.

Tout sur Internet
et les bénéfices nets.

htr

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

SVIZZERA ITALIANA

HOTEL BELLEVUE (Minotel Bellevue)

CH-6565 San Bernardino (Graubünden - Südschweiz)

Wir suchen für die nächste Sommersaison ab 15. 5. 2003

- 1 Koch mit Erfahrung als Chef unserer 2-Mann-Brigade (in Jahresstelle)
- 1 Jungkoch

Unterlagen bitte senden an

Hotel Bellevue, Fam. P. Wellig
6565 San Bernardino Telefon 091 832 11 26
bellevue@ticino.com www.minotel.com/ch337

B
Parkhotel Brenscino

Hier inmitten einzigartiger
subtropischer Umgebung
mit bezauberndem Blick
auf den Lago Maggiore
verschenken wir Gastlichkeit pur!

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

Chef de Salle

Beginn anfangs April 2003 bis 5. November 2003
Wir erwarten von Ihnen Erfahrung in ähnlicher Position,
gute Deutsch-, Französisch- und Italienisch-Kenntnisse.

Zur Verstärkung unserer Küchen-Brigade
suchen wir noch einen:

Chef de Partie Entremetier
mit Erfahrung

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Parkhotel Brenscino
Frau Natascha Rothermann, Personalchefin
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago
Tel. 091 793 01 21 / Fax: 091.793.40.56
www.brenscino.ch E-mail: info@brenscino.ch

Wir suchen für die Sommersaison ehrl-
che, junge, freundliche Mitarbeiterinnen
(auch nur gewisse Zeiten möglich, z. B.
2 Monate)

Allrounderin
Service, Etage, Office usw.

Anfängerinnen werden angeleitet.
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

*****Park-Hotel Rovio
in der Nähe von Lugano**

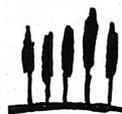
sucht noch für lange Sommersaison
(April bis Ende Oktober 2003)

- Chef de rang mit Erfahrung und Ambitionen als Chef de service
- Servicefachangestellte

Wenn Sie gerne in einem renommierten
Familienhotel im Tessin mitarbeiten
möchten, freuen wir uns auf Ihre Offerte
mit Unterlagen an:

PARKHOTEL ROVIO - 6821 ROVIO
Tel. 091 649 73 72

Tenuta di Ricavo



Gesucht für Saison April - Oktober
in Kleines aber feines Albergo 4*

Erfahrene Gouvernante

mit Flair für ein stilvolles Ambiente

freundliche, gut ausgebildete

Receptionistin/Hotelsekretärin

zw. 20 - 25j., sprachgewandt (D/E/I/F)

Wenn Sie Erfahrung in der
gehobenen Hotellerie sowie Lust und
Elan auf unser Haus und auf die
Toskana mitbringen, erwarten wir
gerne Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen mit Foto

Familie Lobrano-Scottoni
Romantik Hotel Tenuta di Ricavo
Loc. Ricavo 4
I-53011 Castellina in Chianti
www.ricavo.com / staff@ricavo.com

CityNightLine

CityNightLine, Europas moderner und kom-
fortabler Nachtbus, verbindet täglich die
Städte Zürich - Berlin, Zürich - Hamburg,
Zürich - Dortmund, Zürich - Dresden, Zürich -
Amsterdam, München - Amsterdam und
Dortmund - Wien. Mit einem hohen Anspruch
an Qualität und Service werden die Reisen-
den von Abfahrt bis Ankunft durch die eigen-
ne CityNightLine Crew betreut.

Wir suchen per sofort

**Bahnstewardessen
und Bahnstewards,**

welche in Vollzeit eine abwechslungsreiche,
vielseitige und verantwortungsvolle Arbeit
selbstständig erledigen, vertrauensvoll und dis-
kret Kontakt zu unseren Kunden pflegen und
für deren Sicherheit, Wohl und Betreuung sor-
gen.

Ihr Profil:

Sie haben persönliche Ausstrahlung, ein
gepflegtes Äusseres, perfekte Umgangsfor-
men, eine abgeschlossene Lehre (vorzugs-
weise in der Gastronomie oder im Dienst-
leistungsbereich) und verfügen über gute Fra-
schenkenntnisse (Deutsch, Englisch, Niederlän-
disch von Vorteil). Nachtdienste, mehrtägige
Einsätze (zwei Nächte und einen Aufenthalts-
tag) und unregelmässige Arbeitszeiten
machen Ihnen nichts aus. Sie verfügen über
einen CH- oder EU-Pass und/oder eine
Niederlassungsbewilligung B/C.

Unser Angebot:

Wir bieten Ihnen eine nicht alltägliche Arbeit
in einem Umfeld, in dem Initiative und Erfolge
honoriert werden. Es erwarten Sie ein offenes
und kollegiales Arbeitsklima in einer jungen
und dynamischen Unternehmung, eine den
Anforderungen entsprechende Entlohnung
sowie gute Sozialleistungen.

Haben wir Sie angesprochen? Wir freuen uns
auf Ihre vollständige und schriftliche Bewer-
bung mit Foto.

CityNightLine CNL AG
Ana-Maria Andrasek, Leiterin Personaldienst
Militärstrasse 36, Postfach 3718, 8021 Zürich
Tel. 01 247 75 35, www.citynightline.ch



Sea you ...

warum nicht bald an Bord eines unserer 26
Flussschiffe, die auf den schönsten Wasser-
strassen Europas, Russlands und der Ukrai-
ne unterwegs sind? Wir sind der weltweit
führende Anbieter von Flusskreuzfahrten
und suchen Verstärkung für unser junges
und dynamisches „Viking-Team“. Für die
Saison 2003 (April - November) suchen wir
topmotivierte und qualitätsbewusste Per-
sönlichkeiten in den folgenden Positionen
(alle m/w):

- Hotel Manager
- Cruise Manager | Assis-
tant Cruise Manager
- Restaurant Manager |
Maître d'hôtel
- Barkeeper | Barkellner
- Küchenchef | Sous-Chef
- Réceptionist
- Night Auditor
- Hausdame

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Be-
werbung!

Viking Catering AG
Bruno Hauser
Schäferweg 18 | CH-4057 Basel
Telefon +41 61 628 60 60
office@vikingrivercruises.com
www.vikingrivercruises.com

Vail, Colorado, USA
sucht

Commis de cuisine

für Sommer- und Wintersaison
18-monatige Verpflichtung
Visum wird gestellt

Hotel Gasthof Gramshammer
Att: Heike Brunsson 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

**Über Stadt und Land
und von Berg und Tal.**



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

**Über Gastfreundschaft
und Seilschaften.**

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



JAHRESSTELLEN

Generalgouvernante Wellnesshotel St. Moritz Juni 03
Etagegouvernante (Ablöse Service) Ferienhotel Raum Biel Apr. 03
Restaurantleiter/in Speiserestaurant BeO Mai 03
Küchenchef/in Landgasthof Kanton AG Juni 03
Chef de partie Raum Zürich, Toggenburg, BeO, Kt. AG, Nähe Winterthur, Raum Bern. n.v.
Demi-Chef pâtissier/ère gehobene Gastronomie BeO n.v.
Pâtissier/ère exklusive Küche Luzern, 4*-Hotel Raum Zürich n.v.
Commis de cuisine Nähe Winterthur, Leukerbad, Toggenburg, BeO, Raum Bern, Kt. AG n.v.
Teppanyaki-Koch Spezialitätenrestaurant Lugano sofort
Betriebsassistentin Seminarhotel Raum Zürich n.v.
Direktionsassistent/in DFE Kongresshotel BeO sofort
Rezeptionist/in D/F/E, 4*/5*-Hotels Berner Oberland, unterer Bodensee, Raum Zürich n.v.
Servicefachangestellte/r BeO, Raum Zürich, Berner Mittelland, Toggenburg n.v.
Wellnessbetreuer/in (m. Massageausbildung) 5*-Hotel Berner Oberland Mai 03

SOMMERSAISONSTELLEN

Chef de partie Oberengadin, Lenzerheide Juni 03
Chef pâtissier/ère St. Moritz Juni 03
Etagegouvernante Familienhotel Region Biel Apr. 03
Commis de cuisine Oberengadin Juni 03
Pâtissier/ère-Gardemanger Gourmetrestaurant oberer Zürichsee Apr. 03
Logen-Tournant (Ablöse Concierges + NPs) 4*-Hotel St. Moritz Juni 03
Rezeptionist/in D/F/E, 3*/4*-Hotels St. Moritz, Leukerbad Juni 03
Servicefachangestellte/r Leukerbad, Oberengadin, unterer Bodensee n.v.

SAISON- evtl. JAHRESSTELLEN

für 4* und 5*-Hotels in Zermatt: Juni 03

- **Chef de partie und Commis de cuisine**
- **Pâtissier/ère**
- **Chef de Réception und Réceptionist/in**
- **Chef de Bar**
- **Chef de rang**

2. Chef de Service gutbürgerliche Küche Nähe Biel Apr. 03
Chef de partie Filims Juni 03
Commis de cuisine/tournant exq. Küche Luzern sofort
Sous-Chef/in gehobene Gastronomie St. Moritz Juni 03
Servicefachangestellte/r Spezialitätenrest. Riederalp/VS Juni 03

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Frau Annelies Kranz gibt Ihnen gerne weitere Auskunft.

Weitere interessante Stellen auf
www.gastrohelp.net

Bahnhofplatz 10
 8853 Lachen
 Tel. 055 462 35 25
 Fax 055 462 35 27
www.gastrohelp.net
info@gastrohelp.net

DOMINO GASTRO
Wir Personal-Profi

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen 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

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.
 Verlangen Sie das Anmeldeformular.
Stellenvermittlungsbüro Hotelia
 A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
 134930/401646

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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

STELLENGESUCHE

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

Küchenchef
 sucht Stelle am Zürichsee, Bewilligung erforderlich.
 Hotel zum Schwan
 Herr Kappes
 Freiherr von Stein-Str. 34
 D-86693 Mettlach
 155357/421340

Koch, 37j. und Servicefachangestellte, 47j., suchen ab sofort für die Sommersaison 2003 (6 Monate) neue Herausforderung. Wenn möglich Seeanstoss. Raum TG/LU/ZH bevorzugt. evtl. auch im Ausland. Interessenten melden sich bitte bei Ralph Büchler, 076 473 79 06
 155393/423758

Über Internet und nette Gäste.

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

1.347 Hoteljobs
www.hotel-career.ch

hotelcareer
 meet for success!

www.gastro-S.ch

www.luzern-hotels.ch

Der Online-Stellenmarkt der Luzerner Hotellerie

LUZERN HOTELS

hotel staff
 human resources management

Schweiz
www.myswitzerland.com

Wir betreuen als Arbeitgeber und Vermittler von Zürich aus die ganze Schweiz für Temporärstellen, Try&Hire und Feststellen; internationale Stellen auf Anfrage.

Stelleninserat
 wöchentliches Arbeitsmarkt Schweiz

www.hotelstaff.com

Weitere Stellenangebote unter Jobs-online

Österreich, Schweiz, Deutschland

Unser Standort
 Nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich

www.zuerich.com

Personaldienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus, Catering und Events

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

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.

htr

hotel+tourismus revue
 Avec cahier français
 Schweizer Tourismuszeitung

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

Über Marketing und Dumping.

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 loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
 Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
 Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler
 Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strehel
 Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler, Andres Jakob
 E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, matthias.beyeler@swiss-hotels.ch

Anzeigen tariff (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:	Nr. 14/2003	Nr. 15/2003	Nr. 16/2003	Nr. 17/2003
- Ausgabe	3. 4. 2003	10. 4. 2003	16. 4. 2003	24. 4. 2003
- Erscheint	31. 3., 12.00	7. 4., 12.00	11. 4., 12.00	17. 4., 12.00
- Anzeigenschluss	31. 3., 12.00	7. 4., 12.00	11. 4., 12.00	17. 4., 12.00
- Wiederholungen				

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen
 Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten versichern ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.