

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 19

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>



JOSEPH DEISS / Für den Volkswirtschaftsminister ist der Tourismus «einer der tragenden Pfeiler unserer Wirtschaft». SEITE 2



SCHWEIZ TOURISMUS / Eddy Peter ist einer von drei Touristikern, die am Ferientag geehrt worden sind. SEITE 4



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Konsequent

MARIETTA DEDUAL

«Die Chancen ergeben sich aus den Problemen», hat Jürg Schmid, Direktor ST, im Vorfeld des 6. Ferientages in einem Interview mit der «NZZ am Sonntag» gesagt.

Probleme gibts derzeit genug. Am deutlichsten zeigte sich dies – trotz allgemein aufgeräumter Stimmung – in den bilateralen Gesprächen am Rande des Ferientages. Die harzige Entwicklung im Tourismus mag – nebst der zentralen Lage des Austragungsortes – auch dazu beigetragen haben, dass der Ferientag so gut besucht war wie noch nie. Annähernd 1000 Personen fanden sich in Zürich ein. In schlechten Zeiten rückt man eben näher zueinander.

Wer eng mit Schweiz Tourismus zusammenarbeitet, hat am Ferientag auch viel Vertrautes gesehen. Die Konsequenz, mit der ST ihre Strategie verfolgt, überzeugt, touristische Arbeit darf nicht der Laune eines Momentes entsprechen. Überzeugt hat auch der Anlass an und für sich: Solche «get together» sind die Gelegenheit, um der Branche aufzuzeigen, dass sie nur erfolgreich sein kann, wenn alle am gleichen Strick ziehen, wenn ein gemeinsamer Geist herrscht. Zusätzlich können solche Events ein idealer Nährboden für Visionen und künftige Innovationen sein. Bundesrat Joseph Deiss bemühte in seinem Vortrag sogar Jules Verne, im Bewusstsein, dass diese Verne «rar sind». Verne hat, indem er seinem Traum von der unbegrenzten Mobilität nachlebte, einige innovative Vehikel entwickelt. Und diese mussten das allerbeste an physischem, emotionalem und intellektuellem Bien-être bieten. Wer solches Bien-être bieten kann, braucht sich – schlechte Zeiten hin oder her – um den Erfolg seiner Unternehmung nicht zu grämen.

INHALT

Hotellerie	10/11/12/13
Gastronomie/Technik	15/17/18/19
Die Letzte	20
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



Foto: Swiss Image



ANGEREGTE GESPRÄCHE GAB ES AM FERIENTAG VIELE

Hier diskutieren v.l.n.r. Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid, der Zürcher Regierungsrat Rudolf Jeker, Bundesrat Joseph Deiss und ST-Präsident Dick F. Marty.

6. SCHWEIZER FERIENTAG / Mit 986 Teilnehmenden verzeichnet der diesjährige Schweizer Ferientag in Zürich einen Rekord. Trotz schwierigem Umfeld liessen die Touristiker den Kopf nicht hängen. **CHRISTINE KÜNZLER**

«Eine Jetzt-erst-recht-Stimmung»

«Knapp 1000 Teilnehmende am Ferientag – ich werte das als Zeichen des Vertrauens gegenüber Schweiz Tourismus.» Dick E. Marty, der Präsident von Schweiz Tourismus (ST) betonte es mehrmals, wie sehr er zufrieden ist mit der Arbeit seiner Dachorganisation. Überhaupt machte er auf Optimismus: «Die positiven Zeichen fehlen nicht – wir hatten eine gute Wintersaison – der Erfolg ist nicht weit.» ST-Direktor Jürg Schmid formulierte es indes etwas vorsichtiger: «Es war ein turbulentes und schwieriges Jahr. Dass es nicht mehr viel schlimmer kommen kann, ist vielleicht schon das erste Zeichen eines Aufschwungs.»

Die serbelnde Swiss, der Stau am Gotthard, Sars und all die anderen bekannten Schwierigkeiten waren The-

men am 6. Schweizer Ferientag in Zürich. Die Stimmung aber liessen sich die Touristikerinnen und Touristiker nicht beeinträchtigen. «Viele positive Stimmen, einen spürbaren Willen, auch in einer schwierigen Zeit zukunftsgerichtet zu sein. Touristiker in einer Jetzt-erst-recht-Stimmung, angeregte Gespräche und alles andere als ein Kopfhängenlassen», so denn auch das Fazit von Jürg Schmid.

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

Eine Umfrage bei den Touristikern zeigt, dass sich ST punkto Professionalität und Organisation mit dem Ferientag gute Noten geholt hat. Alle Befragten schätzen das Event als spannende

Kontaktplattform. Einige Anregungen aber gibt es dennoch. Für Peter Reinle, Direktor Vierwaldstättersee Tourismus, beispielsweise ist der Ferientag zu gross angewachsen. «In dieser Form bringt er nichts mehr», sagt er. «Wir diskutieren hier Probleme auf der oberen Ebene, aber die wirklichen Probleme sind an der Basis.» Er schlägt vor, den Ferientag auf einen Tag zu verkürzen und den zweiten Tag den Key-Partnern zu widmen. Die Form des Ferientages zu hinterfragen, regen auch andere Touristiker an. Unter ihnen Marco Wyss, Direktor Ferienregion Heildiland. «Der Sättigungsgrad ist schnell erreicht», gibt er zu bedenken. Eine Möglichkeit für eine «Chropfläret» zwischen ST und Partnern und ein Podiumsgespräch mit Branchen-

fremden, das heisst möglichen Gästen, sind weitere Inputs der befragten Touristiker.

Der Föderalismus verhindere griffige Lösungen, was oft in einen «Mittelwegismus» münde, so Schmid. «Der Schweizer Tourismus ist gefordert, diesen Strukturen manchmal ein Schnippchen zu schlagen. Der Markt gibt uns die Zeit nicht, die wir zu haben glauben.» Qualität, besser produzierte, neue Formen der Zusammenarbeit finden (zum Beispiel Hoteliers, die gemeinsam einkaufen), kreative Preise (aber keine Dumpingpreise) und die Chancen des starken Produkts Ferienland Schweiz nutzen – das sieht Schmid als mögliche Mittel, die Baisse zu überbrücken und mehr Gäste zu generieren. **Siehe Seite 2 bis 6**

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

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

CHECK IN DATA

Miele
Wäscherei-Leasing
7,5%
Das Leasing für anspruchsvolle Rechner. Verlangen Sie noch heute Ihre individuelle Offerte.
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

MIRUS SOFTWARE
Ausgereifte Software hilft Zeit sparen. Ohne Kompromisse.
Bereits über 1500 Betriebe profitieren von den hervorragenden Funktionen unserer Mitarbeitermanagement-, Finanzbuchhaltungs-, Kreditoren- und Debitorensoftware sowie unserem überdurchschnittlichen Kundendienst. Und die stetig wachsende Anzahl der begeisterten Kunden ist nicht zu bremsen!
MIRUS Software
Weil Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.
MIRUS Software AG - Mattliststrasse 10 - 7270 Davos
Telefon 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch - EMail: info@mirus.ch

SULCUS
HOSPITALITY (SCHWEIZ) AG
Führend in IT-Systemen und Dienstleistungen für Hotellerie und Gastronomie.
Infoline 041 766 68 68
welcome@sulcusag.ch
www.sulcusag.ch
Committed to Excellence in Hospitality

htr IN KÜRZE

Qualitätsgütesiegel Stufe III / Die ersten 25 touristischen Betriebe wurden mit dem neuen Qualitätsgütesiegel ausgezeichnet. Die Betriebe verfügen über ein international anerkanntes Qualitäts-Management-System. **Seite 6**

Asienmarkt / Wegen der grassierenden Lungenerkrankung SARS kommen gegenwärtig deutlich weniger asiatische Feriengäste in die Schweiz. Die Touristiker setzen indes mittelfristig auf diesen Markt, weil er sich erholen sollte. **Seite 7**

Peter Vollmer / Der Direktor von Seilbahnen Schweiz sprach am Tag der Seilbahnen in Martigny über das neue Seilbahngesetz und «Basel II». Von «Basel II» verspricht er sich eine Strukturbereinigung. **Seite 8**

Hotel Benchmark SGH 2002 / In der Schweizer Hotellerie findet ein Konsolidierungsprozess zulasten von Kleinbetrieben statt. Laut Hotel Benchmark SGH 2002 wird der Trend zu weniger, aber umso schlagkräftigeren Betriebseinheiten verdeutlicht. **Seite 10**

Food Design / Die Nahrungsmittelproduktion und unsere Ernährungsgewohnheiten haben sich gegenüber früher geändert. Eine Ausstellung im Berner Kornhausforum greift diese Thematik auf. Präsentiert wird Essen zwischen Küche, Kunst und Labor. **Seite 15**

Fritieröl / Der Öl-Lebenszyklus schwankt je nach Art und Menge der Fritüre. Derzeit kommen erschwingliche und technisch verbesserte Fritierölmessgeräte auf den Markt. Sie eignen sich für die sekundenschnelle und genaue Qualitätsbestimmung. **Seite 17**

Luzern / Im Luzerner Hotel Palace wurden die Lobby und drei Veranstaltungsräume aufwändig renoviert. Eröffnet wurde das völlig neu konzipierte Restaurant Jasper. Angesprochen werden sollen in mediterranem Ambiente Lokale wie auch internationale Gäste. **Seite 18**

Küchenplanung / Küchenbau nach ergonomischen und hygienischen Grundsätzen ist nicht nur gesetzliche Pflicht, sondern auch ein Gebot der Effizienz. Ferner steigt die Arbeitsmotivation. Nicht zu vernachlässigen sind die Risikofaktoren von Unfällen. **Seite 19**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Schweizerland Travel Mart / Die grösste Messe für den Incoming-Tourismus, findet nächste Woche in Zürich statt. Die Aussteller der Romandie hoffen auf gute Geschäfte trotz des schwierigen Umfelds. 450 ausländische Tour-Operatoren werden erwartet. **CF Seite 2**

Ferientag / Die Verantwortlichen von Schweiz Tourismus beleuchteten die schwierige Situation des schweizerischen Tourismus. Sie konnten dabei aber auch Silberstreifen am Horizont ausmachen. **CF Seite 3**

Seilbahnen / Anlässlich der Swiss Alpina forderten Seilbahnen Schweiz die Bergbahnunternehmen auf, sich auf die neue Kreditpolitik der Banken einzustellen, welche den Titel «Basel II» trägt. **CF Seite 5**

Gemeinschaftsverpflegung / Die Gruppe DSR kann im Vergleich zum Vorjahr eine Umsatzsteigerung von 6,2 Prozent vorweisen. Die Gruppe sieht in der Suisse romande kaum Wachstumsmöglichkeiten. Sie möchte jetzt in der Deutschschweiz Fuss fassen. **CF Seite 6**

JOSEPH DEISS / Welche Haltung vertritt der Volkswirtschaftsminister gegenüber dem Tourismus? Die htr hat am letzten Dienstagmorgen am Schweizer Ferientag die Gelegenheit genutzt und dem Bundesrat einige Fragen gestellt. INTERVIEW: MARIETTA DEDUAL UND SONJA STALDER

«Entleerung entspricht nicht unserer Strategie»

Herr Bundesrat Deiss, einige bezeichnen den Tourismus als unproduktive Krükenbranche, andere sprechen von der Leitbranche im Berggebiet und von der drittgrößten Exportbranche der Schweiz. Welches ist Ihr Bild vom Schweizer Tourismus?

Für mich ist der Tourismus eine wichtige Branche, einer der tragenden Pfeiler unserer Wirtschaft. Tourismus ist für mich aber auch ein wichtiger Bereich für diejenigen Regionen, welche beschränktere Möglichkeiten haben.

Der Nationalrat wird morgen über die neue Tourismusförderung des Bundes entscheiden. Ihre Prognose?

Es liegt ein Änderungsvorschlag vor, wonach 20 Millionen Franken vom Hotelkreditwesen zu Innoutour transferiert werden sollen. Wir wehren uns aus zwei Gründen gegen diesen Vorschlag: Erstens sind wir der Meinung, dass wir für Innoutour genügend Mittel zur Verfügung gestellt haben. Zweitens finanziert der Bund jeweils nur 50 Prozent der Projektkosten. Wenn wir also 20 Millionen transferieren wollen, müssten wir sicher sein, dass die Branche die zusätzlichen 20 Millionen tatsächlich aufbringen kann. Davon sind wir aber nicht überzeugt.

«Die Tourismuspolitik bildet zusammen mit der Regional- und der Landwirtschaftspolitik ein Ganzes.»

Wird der Nationalrat seiner Kommission folgen oder dem Bundesrat?

Das werden wir morgen sehen, ich mache keine Prognose. Ich werde unsere Vorlage verteidigen und das entsprechende Resultat akzeptieren.

Sie haben diese zum Teil doch interventionistische Vorlage – Stichwort Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) – von Ihrem Vorgänger geerbt. Können Sie als Ökonomieprofessor voll dahinter stehen?

Die Realität ist immer etwas komplexer als die Theorie. Wichtig ist, dass wir keine politischen Fehler machen. Zum einen geht es ja darum, dass wir die Regionen darin unterstützen, der Bevölkerung interessante Erwerbsmöglichkeiten zu bieten. Die Tourismuspolitik bildet in diesem Bereich zusammen mit der Regional- und der Landwirtschaftspolitik ein Ganzes. Zum zweiten arbeiten wir ja nicht strukturerhaltend. Das Hotelkreditgesetz wird nur eine lebensfähige Hotellerie unterstützen. Von daher



JOSEPH DEISS

«Für mich ist der Tourismus eine wichtige Branche, einer der tragenden Pfeiler unserer Wirtschaft.»

habe ich mit dieser Vorlage keine Probleme. Die Beträge, die auf dem Spiel stehen, sind ohnehin vergleichsweise bescheiden.

Thema Mehrwertsteuer-Sondersatz: Die Branche geht davon aus, dass der Nationalrat morgen einer Verlängerung bis Ende 2006 zustimmen wird...

Diese Einschätzung teile ich.

Nach den positiven Signalen der ständertätlichen Kommission hoffe ich, dass der Mehrwertsteuer-Sondersatz nun auch in der Neuen Finanzordnung verankert wird.

Der Bundesrat ist der Meinung, dass man den Sondersatz nicht über das Jahr 2006 hinaus beibehalten sollte. Man findet aber für die eine wie für die andere Seite Argumente...

Ihre Partei, die CVP, hat sich in der Vernehmlassung für die Beibehaltung ausgesprochen. Wie stellen Sie sich dazu?

Ich vertrete die Position des Bundesrates. Als Bundesrat ist man immer solidarisch mit der Haltung des Bundesrates.

Gemäss Ihren Jahreszielen wollen Sie den Entwurf zur neuen Regionalpolitik noch im 2003 in die Vernehmlassung schicken.

Ich gehe davon aus, dass dies erst Ende Jahr, vielleicht auch erst anfangs des nächsten Jahres möglich sein wird. Ich hoffe, dass die Kantone wirklich bereit sind, die dafür notwendige Diskussion zu führen. In den letzten 30 Jahren hat man ziemlich viel in den Infrastruktur-Bereich investiert. Gewissen Regionen wäre es angenehm, wenn man diesen Kurs einfach beibehalten würde. Nur schon aufgrund des Expertenberichts lassen sie eine gewisse Verharrungstendenz durchblicken. Bei der neuen Regionalpolitik geht es aber nicht darum, Regionen schlechter zu stellen oder sie zu schädigen. Vielmehr geht es darum, die uns zur Verfügung stehenden Mittel möglichst gut zu nutzen und den Regionen für die Zukunft möglichst viel Unabhängigkeit zu verschaffen.

Die so genannte «Entleerungsstrategie» weckt Ängste...

Ich weiss nicht, wo Sie diesen Begriff gefunden haben...

In der «Weltwoche» zum Beispiel.

Die «Weltwoche» ist nicht unsere Referenz, sondern der Expertenbericht. Dort drin habe ich dieses Wort nicht gefunden; «Entleerung» entspricht nicht unserer Strategie.

Wie geht es für den Tourismus weiter? Die Branche hat ja bisher sehr

direkt von den regionalpolitischen Instrumenten profitieren können. Darüber kann ich keine Aussage machen. Das wäre verfrüht.

«Gewisse Regionen lassen eine Verharrungstendenz durchblicken.»

Stichwort KMUs. Sie haben einen Bericht in Auftrag gegeben, der zeigen soll, welche Vorschriften und Verfahren die KMUs besonders stark belasten. Was darf sich der Tourismus davon versprechen?

Es gibt in der Schweiz 307 000 Unternehmen, davon sind 1000 grosse Betriebe mit mehr als 200 Arbeitnehmern. Alle anderen sind KMUs. Insofern ist es wichtig, dass für diese Betriebe möglichst gute Rahmenbedingungen bestehen. Was die bürokratischen Abläufe anbelangt, haben wir bereits gewisse Arbeiten vorgenommen. Im Internet haben wir etwa eine Ansprechtstelle eingerichtet, wo sich die KMUs über diese Vorgänge informieren können. Es geht jedoch nicht darum, diese Abläufe aufzuheben. Für die einzel-

nen Hotelbetriebe ist es beispielsweise sicher mühsam, die Statistik zu führen. Auf der anderen Seite sind die statistischen Angaben für die gesamte Branche von grösster Bedeutung und Nützlichkeit.

Das Gebilde «Seco» steht im Moment unter enormer Kritik. Sie haben auch dort eine Arbeitsgruppe eingesetzt. Liegen bereits erste Resultate vor?

Nein. Ich werde den Bericht noch vor der Sommerpause erhalten, dann sehen wir weiter.

«Wir möchten, dass der Tourismus möglichst selbstständig funktionieren kann.»

Das Ressort Tourismus ist auch im Seco angesiedelt, dotiert mit zwei Personen und einer Sekretariatsstelle. Das ist doch recht wenig, wenn man von der drittgrößten Exportbranche der Schweiz spricht.

Das ist eine vereinfachte Sichtweise. Der Bereich Tourismus wird vom ganzen Seco abgedeckt. Ich habe in meinem eigenen Departement schon mit mehr als zwei oder drei Personen über Tourismus-Fragen diskutiert.

Haben Sie nicht das Gefühl, es werde etwas wenig für den Tourismus gemacht?

Wir haben generell eine Strategie, die davon ausgeht, dass der Staat nicht interveniert. Von da her kann man nicht sagen: wir machen zu viel oder zu wenig. Wir möchten, dass der Tourismus möglichst selbstständig funktionieren kann. Unsere Aufgabe ist es, möglichst gute Rahmenbedingungen bereitzustellen.

Wo werden Sie im nächsten Jahr als Tourismusminister Pföcke einschlagen?

Ich hoffe, dass wir das Tourismusförderungs-Programm im Parlament so durchbringen, wie wir es haben möchten und es dann auch zügig umsetzen können. *Mitarbeit: BG*

Zur Person

Bundesrat Joseph Deiss ist seit Anfang Jahr Vorsteher des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements. Zuvor leitete er während vier Jahren das Aussenministerium. Vor seiner Wahl in den Bundesrat am 11. März 1999 war er Professor für Volkswirtschaft und Wirtschaftspolitik an der Universität Freiburg. Der CVP-Bundesrat ist verheiratet und Vater von drei Söhnen. *SS*

**BRIG / 19 500-Franken-Strafe für illegales Nachtlokal um einen Viertel reduziert
Gericht kürzt Bodenmann-Bussen**

Im Rechtsstreit um Peter Bodenmanns Hotelbar in Brig bekommt der Hotelier teilweise Recht. Das Bezirksgericht reduzierte den Bussenbetrag von total 19 500 Franken um rund einen Viertel. Der ehemalige SP-Präsident will das Urteil vor Bundesgericht anfechten. Konkret hat das Brigser Bezirksgericht entschieden, den Betrag von 19 bestrittenen Bussen zu reduzieren. 6 weitere Bussen muss der Hotelier vollumfänglich bezahlen, weil er es unterlassen hatte, diese im Rekurs einzeln aufzulisten. Insgesamt schuldet Bodenmann der Justiz demnach die Summe von 15 300 Franken.

Die Brigser Behörden werfen dem früheren SP-Präsidenten und heutigen Hotelier vor, seine Hotelbar illegal als Nachtlokal betrieben zu haben. Die Polizei brummte ihm zwischen Februar und April 2002 eine Bussenserie auf, die den Gesamtbetrag von 19 500 Franken erreichte.

Zwar besitzt Bodenmann kein Patent für den Betrieb eines Nachtlokals. Gegen einen Eintritt von 10 Franken konnten die Bargäste aber eine Nacht im Massenlager des Hotels buchen. Damit waren sie nach Ansicht von Bodenmann als Hotelgäste befugt, sich auch nach Mitternacht in der Bar aufzuhalten. Die Gemeindebehörden sahen dies anders. *KJV*

**REISEWEG / Renovation der alten Handelskanäle via Mailand
Per Schiff von Locarno nach Venedig**

Von Locarno aus kann Venedig künftig wieder auf dem Wasserweg erreicht werden. Ermöglicht wurde die Wiederinbetriebnahme der Wasserstrasse durch die Renovation der alten Handelskanäle zwischen Luino (I) und Chioggia (I). Die Arbeiten der Instandstellung hatten 1998 begonnen. Allerdings sind noch nicht alle Etappen der Wasserstrasse fertig. Bis es so weit ist, kommen zwi- schendurch Kräne zum Einsatz.

Die Journalisten und Persönlichkeiten, die in Locarno zur Jungfernfahrt ablegten, werden an acht Orten festmachen, bevor sie in Venedig einlaufen: in Luino, Arona, Mailand, Pavia, Piacenza, Cremona, Ferrara und Chioggia. Realisiert wurde der alte Traum von der Neubelebung des Kanalnetzes von der Vereinigung der Freunde der «Navigli», wie die alten Kanäle in Italien heissen. Die Verei-

nigung wird von mehreren schweizerischen und italienischen Organisationen unterstützt. Sie schätzt die Gesamtkosten auf 180 Mio. Franken. Eingesetzt werden im Wallis produzierte Schiffe des Typs «Mercury», die mit einem Viertakt-Motor ausgerüstet sind und 24 Passagieren Platz bieten. Die Promotoren dieser neuen Art der «Kreuzfahrt» setzen auf erholsame Langsamkeit. *KJV*

INNOVATION / «Die Sicht von aussen», so lautete das Programm der Podiumsdiskussion am Schweizer Ferientag in Zürich. Ein Sammelsurium von echten Denkanstössen, einigen Allgemeinplätzen und Bonmots war das Resultat. SONJA STALDER

Die grosse Schweizer-Ferientag-Sitcom

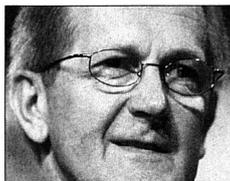
Die Gesprächsrunde am Schweizer Ferientag in Zürich war idealtypisch besetzt: Der nüchtern-kritische Wissenschaftler Gilbert Probst, der spröde Bundesrat Joseph Deiss, der fast schon auf Knopfdruck witzige Satiremacher Viktor Giacobbo und der erfolgreiche Praktiker Nick Leuenberger (siehe Kasten). Gemeinsam diskutierten sie auf der Bühne des Kongresshauses über «Innovationen: Motoren und Bremsklötze». Ihnen allen gemeinsam war «die Sicht von aussen» – der Hotelier Leuenberger blickt beispielsweise von New York auf die Schweiz. Selbst der Moderator Peter Rothenbühler kokettierte mit seiner «Aussensicht»: Der in Lausanne wohnende Deutschschweizer ist Chefredaktor des «Le Matin».

Fotos: Swiss-Image



DENKANSTÖSSE UND UNTERHALTUNG
Bundesrat Joseph Deiss, Moderator Peter Rothenbühler, Autor und Satiremacher Viktor Giacobbo und New Yorks Peninsula-Direktor Nick Leuenberger (v.l.n.r.).

Was darf das Publikum von einer solchen Gesprächsrunde erwarten? Zuerst einmal gute Unterhaltung. Dafür hat, wenn auch nicht ausschliesslich, Viktor Giacobbo gesorgt. So gab er gleich am Anfang zum Besten, er stamme aus der «Greater



«Sprechen wir vom Tourismus oder von der Swiss?»
Bundesrat Joseph Deiss

Neftenbach Area». Der Seitenhieb auf die Promoter der «Greater Zurich Area» sass. Wie bei einer Sitcom lachte das Publikum fortan nach jeder weiteren Giacobbo-Bemerkung, selbst wenn zwi- schendurch auch einmal et- was ernst gemeint war.

Was bietet eine solche Runde im Weiteren? Ganz bestimmt einige Allgemeinplätze. Der Vergleich zwischen der Schweiz und Österreich – Stichwort: Gastfreundlichkeit – kam so sicher wie das Amen in der Kirche. Bun-

Zu den Personen

- Bundesrat Joseph Deiss, Vorsteher des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements.
- Gilbert Probst, Professor für Organisation und Management/Direktor MBA Programm HEC, Universität Genf.
- Nick Leuenberger, Direktor Hotel Peninsula, New York.
- Viktor Giacobbo, Autor und Satiremacher.

desrat Joseph Deiss verpackte diese Gegenüberstellung allerdings in eine Form, die fast schon wieder dem Kapitel «Unterhaltung» zugeordnet werden kann: «Ich habe kürzlich ein Interview mit einem österreichischen und einem Schweizer Touristiker gelesen. Beide wurden gefragt, was ihnen am wich-



«In der Krise halten die Menschen eher am Gewohnten fest.»
Gilbert Probst

tigsten sei. Der Österreicher antwortete: «Die Kunden, der Top-Service.» Der Schweizer sagte: «Die Beibehaltung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes.»

Eine Podiumsdiskussion kann aber auch Denkanstösse liefern: Der Wissenschaftler Probst widersprach beispielsweise der Aussage von Bundesrat Joseph Deiss, wonach Krisen eine Chance für Innovationen seien: «In der Krise halten die Menschen eher am Gewohnten fest.» Zudem verwies er darauf, dass Innovationen Zeit brauchen. «Mit einer guten Idee alleine ist

es nicht gemacht. Es braucht die Umsetzung und Durchsetzung. Erst wenn eine Idee marktfähig ist, handelt es sich um eine echte Innovation.»

Nick Leuenberger relativierte die Bedeutung von grossen Innovationen für die Hotellerie. «Egal wie modern wir werden: Am Ende des Tages vermieten wir doch alle nur Zimmer.» Leuenberger setzt auf «Innovation in kleinen Schritten»; kürzlich hat er die «Peninsula»-Zimmer in New York mit kabellosem Internet-Anschluss ausgerüstet. («They love it», sagte er über die Reaktion seiner Gäste.)

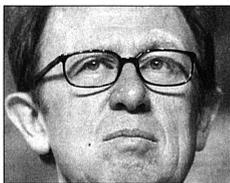
Solche Neuerungen sind für Probst jedoch keine Innovationen, sondern bloss Massnahmen, «um auf der Höhe der Zeit zu bleiben». Er empfiehlt der Tourismusbranche, im Bereich der Prozesse, der Organisationsformen nach Innovationen zu suchen – und dabei durchaus den Blick in andere



«Ich sehe mich nicht immer als Hoteldirektor, sondern sehr oft als Animateur.»
Nick Leuenberger

Industrien zu wagen sowie das Know-how von Quereinsteigern zu nutzen.

Rothenbühler äusserte die These, wonach ein Umdenken – das Innovationen erst möglich mache – nur dann geschieht, wenn die Betroffenen «den Punkt Null» erreicht haben. Der Versuch, in diesem Zusammenhang Bun-



«Ich stamme aus der «Greater Neftenbach Area».»
Viktor Giacobbo

desrat Deiss eine Stellungnahme zum Fall «Swiss» zu entlocken, scheiterte übrigens kläglich: «Sprechen wir jetzt vom Tourismus oder von der Swiss?», fragte der Wirtschaftsminister rhetorisch und wechselte das Thema.

Auch wenn sie im Kontext einer Podiumsdiskussion manchmal etwas verloren wirken: Keinesfalls vergessen gehen dürfen die «Bonmots», die einprägsamen Aussagen. Nick Leuenberger, der inzwischen auch im Deutschen ein bisschen amerikanisch klingt, lieferte gleich ein paar davon.

«Ich sehe mich nicht immer als Hoteldirektor, sondern sehr oft als Animateur. Ich bin zuständig für die Stimmung im Hotel.» Oder: «Der amerikanische Markt wird in der Schweiz gerne überschätzt. Von den 280 Millionen Amerikanern besitzen 80 Prozent keinen Pass. Von den 56 Millionen mit Pass ist nur die Hälfte an Europa interessiert. Das entspricht ungefähr dem Potenzial von Deutschland.»

So hat die Podiumsdiskussion am Schweizer Ferientag für alle etwas geboten: etwas Unterhaltung, einige Denkanstösse zum eigentlichen Thema, aufgemischt mit ein paar Bonmots und Allgemeinplätzen.

Reklame

SCHWEIZ TOURISMUS / Die Dachorganisation nutzt den Ferientag, um ihre Partner über alles Wichtige zu informieren. Auch dieses Jahr gab es Inputs und ein paar Neuigkeiten zu hören. **CHRISTINE KÜNZLER**

Die Themenroute scheint gefragt zu sein

Die Geschichte von Frank Miller, dem fingierten Gast, der die Gastfreundschaftsinitiative «enjoy Switzerland» ausgelöst hat, bekommt ein weiteres Kapitel. Die Kommunikationsverantwortliche bei Schweiz Tourismus (ST), Daniela Bär, stellte die Fortsetzung am Ferientag vor. Der neue Gast von morgen, der die Schweiz bereisen will, heisst Franziska Müller und wohnt in Norddeutschland. Und auch ihr und ihrer Familie passiert viel Überraschendes auf ihrer Schweiz-Reise. Kurz: Sie ist, wie Frank Miller, begeistert vom Ferienland Schweiz und wird wiederkommen. Die Geschichte von Franziska Müller enthält sieben Innovationsfelder (siehe Kasten), die alle sofort umsetzbar sind. Informiert haben ST-Mitglieder auch über die Kampagnen. Neu ist die Winter-Kampagne jetzt eine Hauptkampagne. ST und die Partner investieren dafür 3,5 Millionen Franken. Die Familien-Kampagne läuft bis 2006. In Ar-

beit ist zudem das neue Produkt Alpine Wellness, in Kooperation mit Deutschland und Österreich.

Die Themenroute Luxus & Design hat Erfolg. SDM sei mit Anfragen überhäuft worden, sagte ST-Direktor Jürg Schmid. Gross sei das Interesse auch bei den Tour Operators. Anfang August lanciert ST die zweite Themenroute: «Gastronomie und Wein». Nächstes Jahr wird die Themenroute «Kunst und Architektur» vorgestellt.

Themenrouten sind sowohl bei amerikanischen als auch bei russischen Gästen gefragt. Das berichteten die Länderverantwortlichen Urs Eberhard und Maria Makarova. Die Russen lieben Luxus und sind potenzielle Gäste für die Schweiz. In den USA nehmen die Gruppenreisen tendenziell ab, die Individualreisen jedoch steigen. Eberhard gab sich zuversichtlich: die Amerikaner denken wieder ans Reisen, sagte er. Von «positiven Zeichen» erzählte auch Dino Dulio aus Grossbritannien. Christina Marzluff indes berichtete von einer schlechten Konsumentenstimmung in Deutschland. Sie rät den Schweizer Touristikern, «durchgehende Ferienerlebnisse» zu schaffen.

IDEEN FÜR NEUE NETZWERKE

Die Teilnehmenden am Ferientag bekamen auch Ideen für neue Netzwerke geliefert: «Swiss Attractions», ein möglicher Verbund von aussergewöhnlichen Freizeitparks wie Mystery

Park und Freilichtmuseum Ballenberg. Im Netzwerk «Top Kunstmuseen» können Museen wie die Fondation Beyeler zusammengefasst werden. Für das Netzwerk «Seilbahnland Schweiz» fanden bereits erste Gespräche statt. Im Netzwerk «Preiswerte Unterkünfte» werden günstige Hotels gebündelt, in den «Unesco Welterben» könnten sich Orte wie Bern und Bellinzona zusammenfinden, und in «Voralpine Regionen» könnten auch kleinere Orte kooperieren, die Wandern und Biken im Angebot haben. Im Netzwerk «Schneepsport Schweiz» sieht ST Weltcup-Orte, Swiss Ski und Seilbahnen.

Thomas Winkler, Leiter Web- und Portalmanagement bei ST, informierte auf eine erfrischende Art und Weise über die IT-Strategie bei ST. «Wir sind auch selbstkritisch», sagt er. Deshalb habe ST eine Testgruppe von acht Aussenstehenden die Internetseite MySwitzerland.com testen lassen. ST wird die Schwachstellen ausmerzen.

EHRUNG FÜR DREI TOURISTIKER

Jürg Schmid ehrte drei Touristiker für ihr Engagement: Eddy Peter, Tourismusdirektor von Sion für sein 5jähriges Engagement als Präsident von Swisscities und Claude Petitpierre, der seit sieben Jahre Präsident bei Switzerland Convention & Incentive Bureau (Scib) ist. Die dritte Geehrte ist Edith Strub, die seit 12 Jahren Zürich Tourismus führt.



DIE DREI GEEHRTEN

Jürg Schmid (rechts aussen) ehrte drei Touristiker für ihr Engagement: Claude Petitpierre, Edith Strub und Eddy Peter (von links).

Absagen am STM

Der Switzerland Travel Mart, der vom 12. bis 14. Mai in Zürich stattfindet, muss ohne Besucher aus Hongkong, China und Taiwan auskommen. Alle haben ihre Anmeldung wegen SARS zurückgezogen. Schweiz Tourismus will nun für diese Touristiker im Herbst einen Mini-STM durchführen. Aber auch ohne Asiaten verzeichnet der STM eine Rekordbeteiligung. **CK**

Die sieben Innovationsfelder

Innovationsfeld 1. Ausbildung der Absatzpartner: «Man spricht und verkauft, worüber man Bescheid weiss.»
Innovationsfeld 2. Absatzstrategien: «Eine Kombination verschiedener Absatzkanäle hilft, Erträge optimieren.»
Innovationsfeld 3. Internet-Auftritt: «Niemand will Informationen suchen, aber alle wollen sofort Antworten finden.»
Innovationsfeld 4. Überraschungen einplanen: «Nicht das Selbstverständ-

liche, sondern das Überraschende bleibt in Erinnerung.»
Innovationsfeld 5. Spezialisierung: «In etwas muss man besonders gut sein, in vielem funktionieren.»
Innovationsfeld 6. Kundenorientierung: «50 Prozent aller Traktanden sollten für den Kunden und die Dienstleistung an ihn reserviert sein.»
Innovationsfeld 7. Post Sales: «Der Verkaufszyklus ist erst abgeschlossen, wenn der Kunde wieder kommt.» **CK**

Anzeige

Web-Dienstleister: orange8 interactive ag, Biel

«Wir als KMU erhalten Festnetz-, Mobile-, Internet- und Dataprodukte aus einer Hand.»

Kein KMU ist wie das andere. Unsere Lösungen auch nicht. KMU sind die wahren Stützen der Schweizer Wirtschaft – und uns sehr wichtig. Deshalb machen wir ihre Bedürfnisse zum Zentrum unserer Anstrengungen. Mit vollständigem Sortiment von Festnetz-, Mobile-, Internet- und Dataprodukten, mit fachkundiger Installation sowie zuverlässiger Betreuung auch nach dem Kauf. Und: mit spezialisierten Beratungs- und Verkaufsstellen für Klein- und Mittelbetriebe.

Luzern/Tessin 041 207 71 70, Olten 062 286 44 80, St. Gallen 071 499 20 30
 Zürich 01 294 88 27, Lausanne 021 344 24 40, www.swisscom-fixnet.ch

swisscom fixnet

Einfach verbunden.

KONTAKTE / Von der Auslastung über den Branchenklatsch bis zum Frankenkurs und zum Wetter: Der Ferientag bietet jeweils auch zahlreiche Möglichkeiten zur Geselligkeit und zum Gedankenaustausch. **FOTOS: MARIETTA DEDUAL**

Einige Schnappschüsse aus Zürich



In der Nähe des Dessertbuffets angetroffen: Edith Strub, Tourismusdirektorin Downtown Switzerland.



IHRE FACHSPIMPELEIEN FÜR EINEN BLICK ...
... in die Kamera kurz unterbrochen haben Christoph Juen, Direktor hotellerieuisse, Botschafter Eric Scheidegger, Leiter des Bereichs Standortförderung im Seco und Ruud Reuland, Direktor der Hotelfachschule Lausanne.



Prominente Vertretung des Kantons Graubünden: Regierungsrat Klaus Huber und ...



VERGNÜGTE PRÄSIDENTEN
Christian Rey, Präsident hotellerieuisse und Dick Marty, Präsident von Schweiz Tourismus.



ZÜRCHER HOTELIERS UNTER SICH
Thomas Schmid, General Manager Dolder Grand Hotel Zürich, Dario Fumagalli, Direktor Eden au Lac und Beat R. Sigg, CEO Dolder Hotel AG.



... SVP-Ständerat und Präsident Graubünden Ferien Christoffel Brändli.



Jean-Luc Nordmann, Chef der Direktion für Arbeit im Seco.



ÜBERMÜTIG
Viktor H. Zindel, swiss golf hotels group, Joe Luggen, Direktor Grindelwald Tourismus und Michele Schandroch, ST-Manager Western USA & Mexico.



IST DAS BILD GELUNGEN?
Jan Brucker, Direktor des «Widders» in Zürich, Niklaus J. Leuenberger vom New Yorker «Peninsula» und Swiss-Image-Fotograf Andy Mettler überprüfen ein Digitalbild.



Peter Keller, Tourismusverantwortlicher beim Seco und Alberto Vonaesch, Tourismusdirektor St. Gallen.



WAS NEUES IN AUSSICHT?
Peter Kühler, Projektleiter Milestone, war immer dort anzutreffen, wo innovative Ideen diskutiert wurden. Im Bild mit Birgit Schwarz, Direktorin Hotel Righihof, (Mitte) und Claudia L. Meier, Direktorin Hotel du Theatre, beide Zürich, sowie Martin Emch, Geschäftsführer der Turicom Hotel Management Group.

Reklame

Zürich
Magglingen

GTSM

Aegerenstrasse 56 8003 Zürich
Tel.: 01/461 11 30 Fax: 01/461 12 48

Attraktiv
preiswert
unverwüstlich

Minigolf

Ob Familien, Vereine
oder Turnierprofi –
Minigolf
macht allen
Spass

QUALITÄTSGÜTESIEGEL STUFE III / Die ersten 25 touristischen Betriebe sind am Ferientag mit dem neuen Qualitäts-Gütesiegel Stufe III ausgezeichnet worden. Diese dritte Stufe ist vor fünf Monate lanciert worden. CHRISTINE KÜNZLER

Die 25 Vorreiter in Sachen Qualität

Die ersten 25 touristischen Betriebe haben es geschafft: Sie sind am Ferientag mit dem Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus Stufe III ausgezeichnet worden. Die Stufe III ist vor fünf Monaten lanciert worden. Voraussetzung für das Q III ist, dass die Bewerber über ein umfassendes, international anerkanntes Qualitäts-Management-System verfügen. Hotels und Kurhäuser, ein Restaurationsbetrieb, Seilbahnen, Tourismus-Organisationen, Busbetriebe und ein Casino sowie Bildungsinstitutionen gehören zu den ersten touristischen Leistungsträgern, die das Qualitäts-Gütesiegel Stufe III erhalten haben (siehe Kasten).

Das Q III ist gut aufgenommen worden: Nach wenigen Wochen waren

Foto: zsg



DIE ERSTEN 25 MIT DEM Q III

Die Vertreter der ausgezeichneten touristischen Betriebe durften am Ferientag ihr Zertifikat entgegennehmen.

die quantitativen Ziele der Prüfstelle für das Qualitäts-Gütesiegel des Schweizer Tourismus-Verbandes für das Jahr 2003 bereits erreicht. Als nächster Schritt wird nun der Branchenleitfaden «Tourismus» ISO 9001:2000 erarbeitet. Erste Ergebnisse dürften für die grösste Teilbranche, das Gastgewerbe, bereits im September 2003 vorliegen. Anschliessend folgt der Leitfaden für die Seilbahn-Branche, und daraus abgeleitet weitere touristische Bereiche.

GUTE ERFAHRUNGEN MIT ISO-ZERTIFIZIERUNG

Thomas Frei, Direktor des Vier-Sterne-Hotels «Bernherhof» in Gstaad, ist einer der 25 Ausgezeichneten. Sein Betrieb ist seit vier Jahren ISO-zertifiziert. «Wir haben noch kleine Anpassungen vornehmen müssen, damit wir das Qualitäts-Gütesiegel der Stufe III erhielten», fasst Frei zusammen. Das habe nicht viel Zeit in Anspruch genommen. Mit ISO, sagt er, mache er gute Erfahrungen. «Wenn wir einen neuen Mitarbeiter einstellen, bekommt er einen Ordner in die Hand gedrückt, der ihm genau sagt, was zu tun ist.» Es sei aber nicht so, dass die Individualität der Mitarbeitenden dadurch eingeschränkt werde. Vielmehr seien in diesen Anleitungen Vorgehensweisen festgehalten, die der Philosophie des Betriebs entsprächen. «Wir haben unsere ISO-Zertifizierung nie gegen aussen kommuniziert», sagt Frei. Ob er den Kleber mit den drei Q an der Eingangstüre des Hotels anbringen werde, sei noch offen.

Mit ISO zufrieden ist auch Werner Stoller, Besitzer des gleichnamigen Hotels in Zürich. Auch er streicht vor allem die Vorteile für neue Mitarbeitende heraus. Für ISO habe er sich entschieden, weil nach dem Q II «ein Vakuum entstanden sei. «Unsere Mitarbeitenden wollten sich weiterentwickeln. Da haben wir uns ISO-zertifizieren lassen.» Für das Q III habe er sich beworben, weil er mit dabei sein wolle, wenn die Branche «im Bereich Qualität einen Schritt nach vorne macht.»

Anzeige

Profis kaufen Romer-Produkte!

Ihr Partner für tiefgekühlte Feinbackwaren

ROMER'S

Management-System

ISO 14001

publinteract schweiz



Laugen-Buttergipfel vorgebacken



Semmel Grande vorgebacken



Laugensilber gebacken



Schwarzwäldertorte



Jalousie mit Zwetschgen ungebbacken



Berliner gebacken



ROMER'S
HAUSBÄCKEREI AG

FEINBACKWAREN, TIEFGEKÜHLT!
Neubruchstrasse • 8717 Benken SG • ... und auch bei:

Casty Tiefkühlprodukte 7526 Cinnos-chel Telefon 081 854 10 27 • Fruit-Alpina 7031 Laax Telefon 081 921 44 44
Produits surgelés Satisfaction SA 1260 Nyon Téléphone 022 361 20 34 • Produits surgelés E. Aebly 1734 Tentlingen Téléphone 026 418 23 45

Bestellen Sie unsere Produktdokumentation: 055 293 36 55.



Die ersten 25 Ausgezeichneten

Zehn Hotels, fünf Bildungsinstitutionen, drei Kurhäuser, zwei Seilbahnen, zwei Verkehrsvereine, ein Casino, ein Restaurant und ein Busbetrieb mit 17 Regionalcentern sind mit dem Qualitäts-Gütesiegel Stufe III ausgezeichnet worden:

- Hotel du Parc, Baden
- Scuola superiore alberghiera e del turismo, Bellinzona
- Die Schweizerische Post, Postauto (Hauptsitz inkl. aller 17 Regionalcenter), Bern
- Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern, Bern
- Hotel Bernherhof, Gstaad
- Casino Kursaal Interlaken AG, Interlaken
- Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, Interlaken
- Pilatus-Bahnen, Kriens
- Hotel Krone AG, Lenzburg
- Palace Luzern, Luzern
- Hotel Seerose, Meisterschwanden
- Chablais Tourisme SA, Monthey
- Seminarhotel Sempachersee, Nottwil
- Kur- und Ferienhaus Ländli
- Seedamm Plaza, Pfäffikon
- Hotel Saratz, Pontresina
- Ecole Suisse de Tourisme, Sierre
- Thunersee Tourismus, Thun
- Centre Interrégional de Perfectionnement, Tramelan
- Annahof, Unterägeri
- Société de la Télécabine de Vercorin SA
- Hotel & Gastro formation
- Stiftung Sunnehus, Wildhaus
- Hotel Stoller, Zürich
- Restaurant Belvoirpark, Zürich

CK



PETER VOLLMER /
«Basel II» honoriert unsere Anstrengungen», sagt der Direktor von Seilbahnen Schweiz. SEITE 8



HOTEL BENCHMARK /
Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit hat ihren Betriebsdatenvergleich erneuert. SEITE 10

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

ASIENMARKT / Wegen der Lungenepidemie Sars kommen weniger asiatische Feriengäste in die Schweiz. Mittelfristig setzen die Touristiker allerdings auf diesen Markt. Eine Haltung, die von Schweiz Tourismus vorgelebt wird. ROBERT WILDI

«Wir sind überzeugt, dass sich der asiatische Markt wieder erholen wird»

Die fehlenden Buchungen aus Japan bereiten Benno Küng Sorgen. Der Marketingleiter von Interlaken Tourismus weiss um die Abhängigkeit des Berner Oberländer Ferienortes von diesem Besuchermarkt. 13 Prozent aller Besucher stammten 2002 aus Japan. «Dieser Sommer wird starke Einbusen bringen», vermutet Küng. Er rechnet mit rund 10 Prozent weniger Übernachtungen aus Japan. Grund: Die Lungenepidemie Sars.

Ähnlich wie in Interlaken sind die Voraussetzungen in anderen Destinationen im Berner Oberland sowie der Zentralschweiz. Auch in Engelberg wird mit 10 Prozent weniger Übernachtungen aus Asien gerechnet. Gravierender ist die Situation bei den Bergbahnen Titlis-Rotair. Dort sind im Sommer normalerweise zwei Drittel der Tagesgäste aus Asien. «Im März und April lag der Einbruch bei 50 Prozent», sagt der Marketing-Direktor André Küttel. Für die ganze Sommersaison rechnet er mit einem Drittel weniger Asiaten.

Welche kurzfristigen Massnahmen können getroffen werden? In Interlaken bricht keine Panik aus. «Wir sind überzeugt, dass sich der asiatische Markt wieder erholen wird», sagt Benno Küng. Die Kontakte mit den Reiseveranstaltern werden intensiviert. «Es ist wichtig, dass wir vor Ort Präsenz markieren», so der Marketingleiter. Kurzfristig bringen diese Massnahmen indes nicht viel. Das weiss auch Küng. Deshalb hat Interlaken die Marketing-Mittel für den Heimmarkt Schweiz sowie die umliegenden Länder kurzfristig erhöht. «Anderes ist es nicht möglich, die Einbusen zu kompensieren», so Küng.

KLUMPENRISIKEN ABBAUEN

«Wir setzen diesen Sommer vermehrt auf Tagesgäste aus der Schweiz», sagt auch André Küttel. Er hat deshalb das Budget für Inserate in Schweizer Zeitungen erhöht. Dieselbe Strategie verfolgt Schweiz Tourismus. Zur Rettung des Sommergeschäfts werden zusätzliche Marketing-Gelder in den Heimmarkt Schweiz und Deutschland gesteckt. Dort ist am meisten herauszuholen. Auf die Schweizer hofft auch Luzern, obwohl diese im vergangenen Winter Luzern gemieden haben (-16,7%).

Für die Hoteliers aus den betroffenen Destinationen gilt es, den

Schaden in möglichst engen Grenzen zu halten. Man müsse jetzt die Klumpenrisiken der US-amerikanischen und japanischen Quellmärkte neu analysieren, sagt Oliver Stoldt. Der Direktor des Interlaken Lindner Grand Hotel Beaurivage ist überzeugt, dass man sich in der Vergangenheit zu sehr auf diese Märkte konzentriert hat. «Jetzt ist der Zeitpunkt gekommen, Gäste aus den flugunabhängigen Nahmärkten zu generieren. Wir müssen in den Benelux-Ländern, Deutschland aber auch England zeigen, wie schön die Schweiz ist», stösst er ins gleiche Horn wie Benno Küng. Auch den russischen Markt erachtet er als interessant und zukunftsreich. Stoldt versucht, neue Kundengruppen für sein Hotel zu gewinnen und das Gästeminus aus den Krisenmärkten so zu kompensieren. «Zudem haben wir mit einem starken Stammgästemarketing viele Buchungen generiert, so dass unser Ausblick auf den Sommer doch recht positiv ist.» Eine grosse Chance für Interlaken und die ganze Region sieht Stoldt im neuen Mystery-Park. «Mit dieser gigantischen Vergnügungstätte haben wir bald eine neue Mega-Attraktion vor der Hoteltüre», so Stoldt.

SCHWEIZ TOURISMUS GLAUBT AN ASIENMARKT

Schweiz Tourismus (ST) ist von der mittelfristig positiven Entwicklung des Asienmarktes überzeugt. Die Einbusen aus Japan schätzt man bei ST für diesen Sommer zwar auf happige 10 bis 15 Prozent. Der stellvertretende ST-Direktor und Verantwortliche für die Überseemärkte, Michel Ferla, glaubt jedoch, dass sich die Situation wieder normalisieren wird. «Ich habe aus Japan gehört, dass sich bereits wieder mehr Personen in den Reisebüros nach der Schweiz erkundigen», so Ferla. Das grösste Potenzial für die Zukunft ortet er aber in China. Das rasche Wirtschaftswachstum sorge dort für eine stetig wachsende Reisetätigkeit. Dies wird im Moment durch Sars allerdings empfindlich eingeschränkt. Wenn die Lungenkrankheit dereinst unter Kontrolle sei, könne die Schweiz mit weiteren Einreisesteigerungen aus dem bevölkerungsreichsten Land der Erde rechnen. «Innerhalb von sechs Jahren hat sich die Zahl der chinesischen Logiernächte in der Schweiz auf gegen 200 000 verzehnfacht», verdeut-

Foto: Marietta Dechual



«EIN SOMMER OHNE ASIATEN»

Orte und Hotels, die im Sommer viele asiatische Gäste beherbergen, müssen umdenken und den Schweizer Markt bearbeiten.

licht Ferla die Dimensionen. Auch in Thailand sei das Interesse an der Schweiz grösser geworden.

Die ST-Aktivitäten in Asien werden durch die aktuelle Lage nicht eingeschränkt. Bei den lokalen Reiseveranstaltern werde durch aktive Unterstüt-

zung seitens von ST eine solide Basis für die Zukunft gelegt. Im besten Licht präsentiert sich die Schweiz auch in Südkorea. Eine berühmte Sängerin aus dem für ST zweitwichtigsten Asienmarkt hat für ihre neueste Produktion Videoclips in der Schweiz gedreht.

Von den attraktiven Impressionen aus der Bergwelt verspricht sich Ferla aus Korea ein positives Feedback. Die koreanische Sängerin wurde von ST denn auch kurzerhand zum «Ambassador of the Year» für den Schweizer Tourismus gekürt.

ST hat eine Image-Kampagne lanciert

Seit Montag hängen die Plakate zwischen dem Genfersee und dem Bodensee sowie in Süddeutschland: Schweiz Tourismus (ST) bewirbt Familien und den Bergsommer mit attraktiven Landschaftsbildern. Eine Kampagne, die ST aufgrund der Wirtschaftslage, des Irak-Kriegs und der Lungenkrankheit Sars lanciert hat. Die Kosten dafür, zwischen 2,2 und 2,3 Mio. Franken, trägt ST, so die Pressesprecherin Silvia De Vito. «Bevor wir die Kampagne lancieren, informierten wir die Regionen und

boten ihnen an, in irgendeiner Form mitzumachen.» Als einzige Region ist das Wallis aufgesprungen. In welcher Art die Synergien genutzt werden können, wird zurzeit noch geklärt. «Wir hatten unabhängig von ST eine Kampagne geplant», sagt Wallis-Tourismus-Direktor Urs Zenhäusern. Deshalb habe sich das Wallis für die Zusammenarbeit mit ST entschieden. Wallis Tourismus hat laut Marketingleiter Marcel Perren den Kanton dafür um zusätzliche Mittel angefragt. «Wir haben zu wenig Mittel,

um an der Kampagne teilzunehmen», sagt Gieri Spescha, Kommunikationsverantwortlicher von Graubünden Ferien (GRF). Zudem profitiere Graubünden ja so oder so von dieser Image-Kampagne. GRF setzt mehr auf eigene Kampagnen. Die Dachorganisation wirbt einerseits für den Bergsommer und andererseits als Quellregion des Rheins. «Wir machen Anwohner des Rheins in Deutschland und der Schweiz darauf aufmerksam, wo der Rhein entspringt.» CK

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 • Frottiertische • 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
Natel 079 647 01 77 – Fax 062 758 41 47

happy YOU

Jetzt können Sie
happy-Betten mieten.

happysystems™

I wett i hott es happy-Bett.

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

HOTELA

NIESENBAHN / Zu hohe Personalkosten im Berghaus Rekordumsatz realisiert

Im vergangenen Jahr hat die Niesenbahn 115 354 Personen transportiert, 13,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Verkehrsertrag der Bahn stieg um 9,9 Prozent auf 1,72 Mio. Franken. Der Betriebsertrag des im Juni 2002 neu eröffneten Berghauses betrug 1,33 Mio. Franken, was einem Plus um 99 Prozent entspricht.

Dennoch ist die Niesenbahn AG mit dem Geschäftsverlauf nicht zufrieden: Der Gewinn

betrug trotz Rekordumsatz nur gerade 8513 Franken. Laut Geschäftsbericht liegt die Ursache dafür bei den Personalkosten im Bereich Gastronomie: «Die Abstimmung der Abläufe, der Produktion, des Angebots sowie der technischen Einrichtungen war nicht optimal», hält die Niesenbahn selbstkritisch fest. Der Berghaus-Personalaufwand betrug 748 328 Franken, was einer Zunahme um über 100 Prozent entspricht. SST

Fast ein Rekordwinter

Engadin. Die Bergbahnen Engadin/St. Moritz ziehen eine positive Winterbilanz: Die Verkehrseinnahmen liegen gemäss ersten Schätzungen 20 Prozent über dem Vorjahreswert und 15 Prozent über dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre. Laut Pressemitteilung konnte damit der verlorene Umsatz der vorhergehenden Saison wettgemacht werden. Im Winter 2001/02 hatte das Engadin unter fehlendem Schnee gelitten. SST

MARKETINGKOOPERATION / Stockhorn, Niesen und Niederhorn Miteinander statt gegeneinander

Die drei Bergbahnunternehmen der Ausflugsberge Stockhorn, Niesen und Niederhorn bieten unter dem Motto «Think global, act local» im Mai ein gemeinsames Produkt an: Hin- und Rückfahr tickets zum Preise von 35 Franken für den Besuch der drei Ausflugsziele rund um den Thunersee. Für Kinder bis zu 16 Jahren sind die Fahrten in der Luft- oder Standseilbahn in Begleitung einer erwachsenen Person gratis. Diese Art der Zu-

sammenarbeit sei in der Schweiz von dem hart umkämpften Tourismusmarkt ein Novum und werde von der «Fabelhaften Erlebnisregion Thunersee» (FER) «sehr unterstützt», heisst es in einer Medienmitteilung. Dass die Unternehmen Konkurrenten seien, stelle keinen Widerspruch dar, sondern zeuge vielmehr von «gesunden Unternehmenskulturen mit klaren geschäftlichen Zielen, die konsequent umge-

setzt würden». Gemeinsam nutzten die drei Unternehmen die Vorteile einer professionellen Marketingkooperation. «Unsere Partner merken, dass die Zusammenarbeit innerhalb der FER allen etwas bringt» sagt FER-Marketingberater Manfred Fasnacht. Damit sei ein wichtiges Ziel der FER erreicht und eine «Win-win»-Situation für Thunersee Tourismus und die FER-Partner insgesamt entstanden. TRU

TAG DER SEILBAHNEN / Im Zentrum stand die neue Kreditpolitik «Basel II»

Hard-Facts von morgen

«Die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmungen und der Branche stärken.» So lautet das zentrale Ziel von Seilbahnen Schweiz (SBS). Präsentiert hat es der Direktor Peter Vollmer am Tag der Seilbahnen im Rahmen der Swiss Alpina in Martigny (siehe auch nebenstehendes Interview). Ein wichtiges Thema, das auf die Seilbahnen wie auf die anderen touristischen Branchen zu kommt, ist die neue Kreditpolitik nach «Basel II». Die offizielle Einführung steht zwar erst im 2007 an. Doch laut Seilbahnberater Riet Theus planen die Banken eine Vorlaufzeit von zwei bis drei Jahren ein, so dass die Tourismus-Verantwortlichen voraussichtlich bereits ab nächstem Jahr mit den neuen Vorgaben konfrontiert werden.

DAS «Q» SOLL EINE WICHTIGE ROLLE SPIELEN

Wie Theus in seinem Referat ausführte, wird neu das zukünftige Finanzierungspotenzial (Debt Capacity) im Vordergrund stehen. Dabei sollen die qualitativen Faktoren neben den so genannten «Hard-Facts» – den Finanz- und Marktzahlen – wesentlich an Bedeutung gewinnen und zu 40 Prozent in die Kredit-Bewertung miteinfließen. «Die Soft-Facts von heute bestimmen die Hard-Facts von morgen», erklärte Theus die dahinterstehende Überlegung. Zu den «Soft-Facts» gehören beispielsweise die Organisations- und Führungsstruktur, das Entwicklungspotenzial der Geschäftsführung oder die Qualität des Verwaltungsrates. In diesem Kontext besonders hervorgehoben hat Theus die Bedeutung des Qualitätsgütesiegels für den Schweizer Tourismus: Aus seiner Sicht wird es bei der Kreditvergabe «eine grosse Rolle» spielen.

KLEINE UNTERNEHMEN ÜBERFORDERT

«Mit «Basel II» werden die kleinen Unternehmen tendenziell überfordert», befürchtete der Walliser Berater Klaus Zurschmitten in der anschließenden Podiumsdiskussion. Für die Verhandlungen mit den Banken sei es wichtig, die Stärken und Schwächen des eigenen Unternehmens genau zu kennen. Auch Peter Vollmer geht davon aus, dass vor allem die kleinen und mittleren Seilbahnbetriebe in Bezug auf «Basel II» die Hilfe des Verbandes benötigen werden. Seilbahnen Schweiz hat deshalb ein Handbuch zusammengestellt, das den Unternehmen die Ausarbeitung eines effizienten Business-Plans erleichtern soll.* Zudem führt der Verband laut SBS-Direktor mit den Banken Gespräche, «damit die Bergbahnen in Bezug auf Kennzahlen nicht plötzlich mit der Chemie oder der Computerbranche verglichen werden».

* Der Business-Plan kann bei Seilbahnen Schweiz, Dählhölzliweg 12, 3000 Bern 6, oder www.seilbahnen.org bezogen werden.

PETER VOLLMER / Der Direktor von Seilbahnen Schweiz sprach am Tag der Seilbahnen in Martigny über das neue Seilbahngesetz, «Basel II» und die Wintersportförderung. INTERVIEW: SONJA STALDER

««Basel II» honoriert unsere Anstrengungen»

Herr Vollmer, Sie haben heute der Seilbahn-Branche explizit den «dritten Weg» vorgeschlagen: die «differenzierte Branchenstrategie». Was verstehen Sie unter diesem Schlagwort?

Nur den Markt spielen lassen, das alleine kann nicht die Lösung sein. Das würde bedeuten, dass man die touristischen Regionen fallen lassen würde. Auf der anderen Seite darf es auch nicht sein, dass der Staat eine Strukturpolitik betreibt. Vielmehr müssen wir einen – eben – sehr differenzierten Weg gehen: Der Staat ist sicher gefordert; er sollte aber in erster Linie mit-helfen, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmungen zu fördern. Es gibt sehr viele Möglichkeiten, wie der Staat die Branche stärken kann, ohne dass gleich eine Wettbewerbsverzerrung vorliegt.

«Ich hoffe auf eine Europäisierung der Sicherheitsnormen.»

Was versprechen Sie sich in diesem Zusammenhang vom neuen Seilbahngesetz?

Vor allem eine Erleichterung der Verfahren. Heute braucht es ein Konzessionierungs-, ein Baugenehmigungs-, ein Bau- und ein Betriebsverfahren. Unser Ziel ist eine Vereinheitlichung, eine Verschonkung: Ein Verfahren für die Konzessionierung und ein Verfahren für den ganzen Rest.

Im Weiteren hoffe ich auf eine Europäisierung der Sicherheitsnormen. Dass wir keine Sonderregelungen treffen in Bezug auf die Anerkennung von technischen Einrichtungen. Die Ausrüster-Industrie folgt schon längst europäischen Normen; in der Schweiz gibt es nur noch wenige selbstständige Unternehmen, die den europäischen Markt auch mitbedienen müssen.

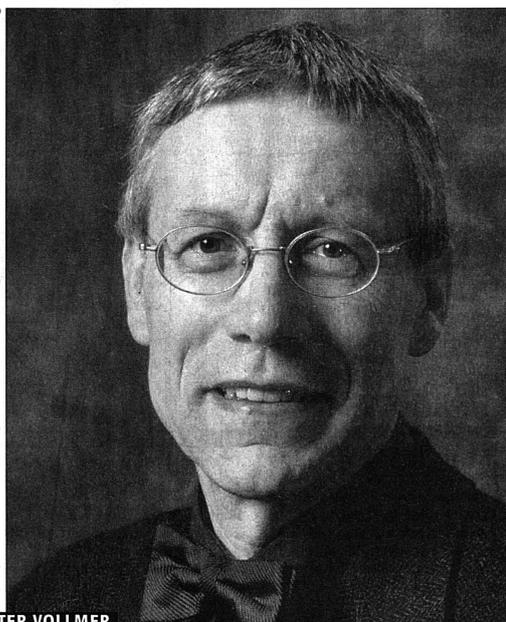
Liegen denn die europäischen Normen über oder unter den geltenden Schweizer Normen?

Wir haben sicher teilweise höhere Standards, was die Sicherheit bei den betrieblichen Abläufen betrifft. Das wird auch in Zukunft so bleiben; diese hohen Standards sind auch ein Markteinfaktor. Die Harmonisierung sehen wir vielmehr im Bereich der technischen Ausrüstung. Das ist auch der kostentreibende Faktor.

Was heisst das konkret?

Wir haben – gerade nach dem Unfall auf der Riederalp – festgestellt, dass es von Behörden-Seite eine gewisse Tendenz gibt, sich vermehrt abzusichern. Wir müssen sehr viele Gutachten beibringen, die uns hohe Kosten verursachen. Mit diesen Nachweisen inves-

Foto: zag



PETER VOLLMER

«Basel II» wird sicher die Strukturereinigung in einigen Fällen beschleunigen. Das sehen wir aber nicht unbedingt negativ.»

tieren wir aber nicht in die Sicherheit an sich, sondern eben nur in die Absicherung der Behörden. Dagegen wehren wir uns.

Wie sieht der Zeitplan für das neue Gesetz aus?

Gemäss der neuesten Zusicherung vom Bundesamt für Verkehr wird die Vernehmlassung diesen Sommer eröffnet. Das Gesetz kann somit nicht vor 2005 in Kraft treten.

«Der Management- fokus ist im Seilbahn-Geschäft viel wichtiger als die technische Seite.»

Ein weiteres wichtiges Thema der heutigen Tagung war «Basel II». Für viele sind die Neuerungen ein Schreckgespenst. Sie hingegen sprechen von einer «Chance». Weshalb?

Die Bergbahn-Branche steht in Bezug auf Qualität, Ausbildung und Wertschöpfung viel besser da als die Gastronomie oder Hotellerie. Wir waren vom Markt, von den Sicherheits-

anforderungen her schon lange gezwungen, der Qualität einen grossen Stellenwert beizumessen. Wir gehen davon aus, dass «Basel II» diese Anstrengungen honoriert und uns als Verband in der Branche sogar Rückenwind gibt, diesen «Soft-Faktoren» noch mehr Gewicht beizumessen (siehe nebenstehenden Beitrag: die Red.). Der Managementfokus ist im Seilbahn-Geschäft viel wichtiger als die technische Seite ...

Als Seilbahnen-Schweiz-Direktor müssen Sie naturgemäss Optimismus verbreiten. Wird «Basel II» aufgrund der «Hard-Faktoren» für einige Unternehmen aber nicht den Todesstoss bedeuten?

Nun gut, den Todesstoss ... Es wird sicher die Strukturereinigung in einigen Fällen beschleunigen. Einige Unternehmen werden früher gezwungen sein zu kooperieren oder zu fusionieren. Das sehen wir aber nicht unbedingt negativ.

Wir nehmen «Basel II» einfach als Herausforderung, der wir uns nicht entziehen können. Das Schlimmste wäre, wenn wir jetzt den Kopf in den Sand stecken und jammern würden.

In Bezug auf «Basel II» wollen Sie vor allem den kleineren Betrieben mit Businessplänen etc. unter die Arme

greifen. Heute wurde aber auch die wichtige Rolle der Kommunikation gegenüber den Banken angesprochen. Welche Hilfe leisten Sie hier?

In diesem Bereich können wir nur beschränkt Hilfe leisten. Jedes Mitglied verhandelt alleine mit den Banken. Das ist ein individueller Prozess, den wir als Verband nicht steuern können. Die unternehmerische Verantwortung liegt letztlich beim Unternehmen selbst. Wir können aber die Mitglieder auf die Bedeutung der Kommunikation aufmerksam machen und in unseren Gesprächen mit den Banken die Soft-Faktoren hervorheben.

Mit Swiss Ski planen Sie ein Projekt zur Wintersportförderung. Was ist genau vorgesehen?

Wir starten die Aktion zum nächsten Saisonauftakt und in verschiedenen Städten: Die Schulkinder werden an ihren freien Nachmittagen für etwa 5 Franken in die nächstgelegene Skistation gebracht. Diejenigen Kinder, die keine Ausrüstung haben, sollen eine zur Verfügung gestellt bekommen. Früher übernahmen die Schulen diese Aufgabe, heute finden kaum mehr obligatorische Skilager statt. Wir möchten mit diesem Projekt einen gezielten Impuls geben ...

«Das heutige Preis- niveau hat das Wintersporterlebnis zu einem Exklusiv- erlebnis gemacht.»

... damit die Eltern mit ihren Kindern wieder Ski fahren gehen und dann pro Tag 400 Franken ausgeben, wie Sie uns vorgerechnet haben?

Das ist eben eines der Probleme! Nicht nur wir Bahnen stellen einen Kostenfaktor dar, sondern auch die Anfahrt, die Ausrüstung, etc. Wir möchten aus diesem Grund vermehrt darauf tendieren, dass man die Ausrüstung in der Destination mieten kann. Diese Miete könnte Teil eines ganzen Packages sein, das auch Anfahrt, Skipass und Verpflegung umfassen würde. Die Ausrüstung ist einer der ganz kritischen Punkte: Das heutige Preisniveau hat das Wintersporterlebnis gemacht, das nicht mehr für alle erschwinglich ist.

Zur Person

Peter Vollmer (57) ist Direktor von Seilbahnen Schweiz und vom Verband öffentlicher Verkehr. Er vertritt die Sozialdemokratische Partei im Nationalrat. SST

SWISS ALPINA / Die diesjährige internationale Fachmesse für Einrichtungen alpiner Ferienorte verzeichnete ein Rekord-Besucheraufkommen. Die Aussteller zeigten sich in einer htr-Umfrage mehrheitlich zufrieden. **TONI RÜTTI**

«Technisch nicht völlig ausgereifte Geräte bedeuten nichts anderes als Imageverluste»

Die 11. Swiss Alpina, die internationale Ausstellung für Ausrüstungen von alpinen Ferienorten, die vom 30. April bis zum 2. Mai in Martigny durchgeführt wurde, hat mit 7454 Besuchern die höchste Besucherzahl erreicht (2001: rund 7000 Besucher). 155 (2001: 156) Aussteller repräsentierten diesmal 250 Marken auf einer Bruttoausstellungsfläche von 16 000 m² (netto: 8150 m²) des CERM. Das Medienpatronat der Swiss Alpina lag wiederum bei der hotel + tourismus revue.

Die Schweizer machten diesmal 60 Prozent der Besucher aus. Die übrigen Besucher stammten aus 15 Ländern, vor allem aus Frankreich (+5%) und Italien, gefolgt von Ländern wie Deutschland, Österreich, Bulgarien, Spanien, Skandinavien, China und

Foto: Swiss Alpina



BESUCHERREKORD

7454 Besucher orientierten sich an der Swiss Alpina in Martigny über die Branchentrends.

Grossbritannien. Dass die Messe diesmal auch auf den 1. Mai fiel, bedauerte Andreas Dorfmann, Geschäftsführer der TechnoAlpin Schweiz AG, Unteriberg. Das habe womöglich ein paar Entscheidungsträger aus dem benachbarten Ausland von einer Reise in die Schweiz abgehalten. Laut Rico Wehrli, Geschäftsleitungsmitglied der CWA Constructions SA/Corp., Olten, legten die diesjährigen Besucher eine Entscheidungsfreude an den Tag, die mindestens im Bereich von «business as usual» angesiedelt werden könne. Für die Käsbohrer Geländefahrzeug AG, Möriken, sei die Swiss Alpina «soweit zufriedenstellend» verlaufen, sagt Sabine Denzler, Assistentin der Geschäftsleitung. Wie bei allen Messen seien auch in Martigny in erster Linie nicht Abschlüsse getätigt, sondern vielmehr Geschäfte angebahnt worden.

«BUSINESS AS USUAL» ODER ZURÜCKHALTUNG

Dass die Swiss Alpina seit jeher in erster Linie von Schweizern und erst in zweiter Linie von ausländischen Besuchern frequentiert wird, sei ihr heuer zustatten gekommen, sagten verschiedene Aussteller gegenüber der htr. Das heisse aber nicht, dass die derzeitigen internationalen wirtschaftlichen und politischen Probleme sowie Sars die Branche nicht tangierten. «Unsere Unternehmensgruppe ist international tätig, genauer gesagt in 72 Ländern, und bekommt die weltweit herrschenden Unsicherheiten stark zu spüren, wengleich der Bergtourismus etwas weniger stark betroffen ist als das Flugreisegeschäft», sagte Markus Müller, Kommunikationsverantwortlicher der Seilbahnbaufirma Garaventa AG, Goldau. «Wenn die Schweizer Bergbahnbetriebe weniger Gäste aus Japan oder Korea verzeichnen können, bekommen wir dies selbstverständlich auch zu spüren», so Müller.

KUNDENDIENST UND EXPORT KOORDINIEREN

Daniel Frutiger, Geschäftsführer der Zaugg AG, Eggwil, ist überzeugt, dass sich «die von US-Präsident Bush vorbereitete Angstmache und andere Verunsicherungen» bis auf Gemeindeebene in der Schweiz negativ auswirken; die Investitionsfreudigkeit habe bei den Kommunen spürbar nachgelassen. Im Bereich der Schneeräumungsfahrzeuge liege der Bestellrückgang hierzulande bei 20 bis 30 Prozent. Seinem Unternehmen gelinge es heute, ausgerechnet in den USA zu-

zulegen; eine amerikanische Universalität habe den Beweis erbracht, dass die teureren Schweizer Schneepflüge langfristig weniger Kosten verursachen

als amerikanische, weil sie die Strassenbeläge schonten. Die beste Werbung für Schweizer Produkte machen nach Auffassung von Frutiger

die Skigebiete selber, welche bei funktionierenden Fahrzeugen, Geräten und Anlagen einen Imagegewinn verzeichneten. «Technisch nicht völlig ausgereifte Geräte auf den Markt zu bringen, bedeutet nichts anderes als Imageverluste, die sich die Zaugg AG nicht leisten kann», sagte Frutiger. «Wir exportieren aber nicht mehr Fahrzeuge, als unser Kundendienst nach dem Verkauf der Fahrzeuge bewältigen kann», sagte Frutiger. Trotz den Vorteilen von Schweizer Qualitätsprodukten und entsprechendem Kundendienst sei der Wettbewerb extrem hart geworden.

KÜNFIGES MESSETHEMA: MATERIALVERMIETUNG

An der nächsten Swiss Alpina, die vom 27. bis zum 29. April 2005 stattfinden wird, soll die Ausstellung dem Bereich Materialvermietung für Gleitsportarten geöffnet werden. Dies auf Grund der Erkenntnis, dass die Materialvermietung bei den Bergbahnunternehmen einen immer wichtigeren Beitrag zum Ergebnis leistete, wie die Swiss Alpina mitteilt. Ein Expertenausschuss, der vorige Woche in Martigny zum ersten Mal zusammentrat, befasst sich damit.

Reklame

KLAFS

Die Wellnessspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Planung

Sauna/Senarium



Dampfbad

Whirlpool



Thermen

Eisgrotten

Weitere Informationen erhalten Sie in unserem kostenlosen 120seitigen Übersichts-katalog inkl. CD-Rom.

Name _____
Vorname _____
Strasse _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____

Heutzutage

KLAFS

Klafs Saunabau AG

Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar
Telefon 041 760 92 42, Telefax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch

Weitere Geschäftsstellen in:
Bern, Brig VS, Chur GR, Olten VD, Dietikon ZH.

Anzeige

10 kg
53⁹⁵

Rosé Garrigou Provence
2²⁰
(15 x 50 cl)
50 cl

2 x 1,5 l
Pack
8⁹⁰
statt 14,90

Schweinsragoût
Beutel 2 kg
7⁹⁰
kg

Mozzarella «Superiore»
ital. Typ, 45%
Block 1000 g
6⁹⁰
kg

Pommes Frites
Feinschnitt tiefgekühlt
Karton 10 kg
Normalschnitt tiefgekühlt
Karton 10 kg
3¹⁹
kg

Aktionen gültig vom 12.5. bis 17.5.03
Alle Angebote exklusive MwSt

Holen bringt's!



Mooseedorf · Heimberg · Kriens · Pratteln ·
Dübendorf · Neuendorf · Rotkreuz · Chur ·
Reinach · Biel · Givisiez · Rapperswil ·
Ruschlikon · Crissier · Dietikon · St-Blaise

181 Mio. Franken für «Ritz»

Madrid. Die Gruppe Orient Express Hotels Ltd. hat das Hotel Ritz in Madrid erworben. Der Kaufpreis beträgt 135 Mio. US-Dollar (181 Mio. Franken). Das Hotel wurde in einem Joint Venture mit Omega Capital, einem spanischen Investment-Unternehmen, erworben. Orient Express Hotels übernimmt die Leitung des Hotels mit einem langjährigen Management-Vertrag. Umfassende Renovierungs- und Erweiterungsmassnahmen sind in Planung. *KJV*

Drei Jahre mehr für «Palafitte»

Neuenburg. Das am Ufer und zum Teil über dem Wasser des Neuenburgersees gebaute, zur Expo.02 eröffnete 5-Sterne-Hotel Palafitte darf für weitere drei Jahre an seinem Standort bleiben. Eine Zonenplan-Anpassung ist in Aussicht gestellt. Für September rechnet «Palafitte»-Direktor Antoine Chaumeron mit dem definitiven Entscheid. Er ging gegenüber der htr sogar davon aus, dass vor Ablauf der drei Jahre ein Verbleib auf Dauer genehmigt wird. *KJV*

Mövenpick baut Resort aus

Sharm el Sheikh. «Um auch weiterhin eine führende Rolle in der Hotellerie der ägyptischen Ferienstadt Sharm el Sheikh zu spielen», baut das «Jolie Ville Mövenpick Resort & Casino» seine Infrastruktur und Übernachtungskapazität aus. General Manager Rolf R. Bauer kündigte ein neues Konferenzzentrum (Eröffnung voraussichtlich im Oktober), ein weiteres Restaurant, eine Shopping-Arcade, eine Konditorei sowie neue Zimmer an. *KJV*

BASEL / Zentrale Online-Buchbarkeit ab 1. September 2003

Basel wird bald online buchbar

Auch die Basler Hotels sind künftig im Internet zentral zu buchen: Basel Tourismus lanciert die entsprechende Plattform www.baseltourismus.ch (also unter dem bisherigen Website-Namen) zusammen mit der Messe Schweiz AG und dem Basler Hotelierverein. Online geht die Plattform am 1. September.

Die Hotelreservations-Homepage soll dereinst sekundenschnell Überblick verschaf-

fen über Zimmerpreise und freie Kapazitäten, wie Basel Tourismus mitteilte. Interessierte können dann online buchen und mit Kreditkarte bezahlen – wie dies weltweit bereits weit verbreitet ist.

Diese «zeitgemässe Buchungsmöglichkeit» wird laut Basel Tourismus von den Leistungsträgern bereits seit 1997 gefordert. Mit der Plattform übernehme Basel Tourismus ab Herbst 2003 «die vollständige Verantwortung für eine der prioritären Aufgaben einer Tourismusorganisation».

Die Inhalte der nun beschlossenen Internet-Plattform sollen auch für die Hotels einfach auf dem jeweils neuesten Stand zu halten sein. Zudem sollen Kontingente bei Grossanlässen zentral bewirtschaftet werden können. Die Basler Hotel-Homepage werde mit jener von Schweiz Tourismus verbunden, hiess es weiter. *KJV*

HOTEL BENCHMARK SGH 2002 / Die Verteilung nach Betriebsgrössen in der Schweizer Hotellerie hat sich wenig verändert. Gleichwohl findet ein Konsolidierungsprozess zulasten von Kleinst- und Kleinbetrieben statt. **KARL JOSEF VERDING**

Alle Klassen erzielten bessere Moyenne

Der Schrumpfungs- und Konsolidierungsprozess in der Schweizer Hotelbranche findet hauptsächlich zulasten von Kleinst- und Kleinbetrieben (durchschnittliche Betriebsgrösse 23 Betten) und zugunsten von grösseren Hotelbetrieben (durchschnittliche Betriebsgrösse 179 Betten) statt. Dadurch werde der Trend zu weniger, aber dafür umso grösseren und schlagkräftigeren Betriebseinheiten verdeutlicht, heisst es im Hotel Benchmark SGH 2002.

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) hat ihren Betriebsdatenvergleich mit finanzieller Unterstützung des Seco und des Bundesamts für Berufsbildung und Technologie technisch und inhaltlich überarbeitet und präsentiert ihn neu unter dem Namen «Hotel Benchmark SGH» als Internet-Applikation. Im Jahr 2002 sind von der SGH insgesamt 619 Hotelunternehmen erfasst worden, deren Angaben sich auf das Geschäftsjahr 2001 beziehen. Das waren 10,9 Prozent aller vom Bundesamt für Statistik (BFS) für 2001 gezählten 5703 Schweizer Hotelbetriebe. Die Anzahl der ausgewählten Betriebe konnte gegenüber dem Vorjahr um 168 (+37,2%) erhöht werden.

4-STERNE-BILANZSUMME UN 9,7% ERHÖHT

Neu werden Kennzahlen basierend auf der Anzahl Zimmer berechnet. Die durchschnittliche Zimmerzahl der SGH-Auswahl beträgt 34 gegenüber 25 in der BFS-Statistik. Die Regionen Graubünden, Berner Oberland und Wallis sind im Vergleich zu den übrigen Regionen überproportional vertreten. Die SGH erfasst in diesen drei Regionen rund 20 Prozent aller Hotelbetriebe. Die Anzahl der Betriebe in der Schweiz hat sich gemäss BFS im Betrachtungszeitraum 2001 von 5754 auf 5703 reduziert, wobei die Verteilung nach Betriebsgrösse gemäss SGH-Benchmark «relativ stabil» geblieben ist. Die Bettenzahl hat sich im Durchschnitt pro Betrieb um eines erhöht.

Die Bilanzstruktur ist neu durch eine Auswertung der absoluten Werte ergänzt worden. In der 4-Sterne-Kategorie hat sich die Bilanzsumme um

durchschnittlich 9,7 Prozent erhöht. In den anderen Kategorien ist die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr «relativ konstant geblieben». Der Verschuldungsgrad in der 4-Sterne-Kategorie ist von 93,9 Prozent auf 90,4 Prozent zurückgegangen. In den übrigen Kategorien sind nur kleinere Veränderungen festzustellen.

UNTERSCHIEDLICHE EIGENFINANZIERUNG

Die Passivzinsen in Prozent der langfristigen Verbindlichkeiten sind in allen untersuchten Kategorien um zwischen 0,2 und 0,4 Prozent gestiegen. Diese Entwicklung widerspiegelt die Kreditpolitik der Banken im Betrachtungszeitraum. Neu wird im Hotel Benchmark SGH die Kennzahl Verschuldung pro Zimmer ausgewiesen. Diese bewegt sich je nach Kategorie zwischen 115 000 und 177 000 Franken und hat sich gegenüber dem Vorjahr unwesentlich verändert. Auffallend ist die massiv höhere Verschuldung pro Zimmer der 4-Sterne-Kategorie im Vergleich zur 3-Sterne-Kategorie. Der Investitionsbetrag pro Zimmer bewegt sich mit Ausnahme der 5-Sterne-Betriebe knapp höher als die Verschuldung pro Zimmer. In der 5-Sterne-Kategorie ist die Differenz zwischen Investitionsbetrag und Verschuldung pro Zimmer wesentlich höher. Diese Situation ist Ausdruck des höheren Eigenfinanzierungsgrads in der 5-Sterne-Kategorie.

Der durchschnittliche Betriebsbeitrag der 4-Sterne-Hotels (in absoluten Zahlen) hat sich um 8,6 Prozent erhöht, während er in den anderen Kategorien konstant geblieben ist. Als besonders interessant erweist sich die Entwicklung des Betriebsergebnisses I, insbesondere in der 4-Sterne-Kategorie, wo sich der zusätzliche Betriebsbeitrag wegen der höheren Kosten nicht im Betriebsergebnis niederschlägt. Der Grund liegt in den höheren Personal- und Betriebsaufwendungen. Die 5-Sterne-Betriebe haben etwa ein halbes Prozent Betriebsbeitrag verloren, während das Betriebsergebnis I sogar um 4 Prozent zurückgegangen ist. Je nach Kategorie bewegt sich das Betriebser-

gebnis I zwischen 28,6 und 31,0 Prozent (im Vorjahr zwischen 29,0% und 32,4%).

KENNZAHLEN ZUR ERFOLGSRECHNUNG

3- und 4-Sterne-Hotels weisen eine leicht höhere Bettenbelegung als im Vorjahr auf. – In allen Betriebsklassen konnte eine höhere Beherbergungs-

Moyenne erzielt werden. – Die Berechnung des RevPAR (Revenue per available room, Ertrag bezogen auf Zimmerzahl und Betriebstage) liefert neu im SGH-Benchmark Informationen über Ertrag und Belegung. Der RevPAR lag im Jahr 2001 bei 49 Franken für 1- und 2-Sterne-Hotels, 72 Franken für 3-Sterne-Hotels, 131 für 4-Sterne-Hotels und 258 Franken für 5-Sterne-Hotels. Diese Werte sind gegenüber dem Jahr 2000

leicht gestiegen. Gemessen am Umsatz liegt das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) zwischen 8,7 und 10,6 Prozent. Diese Werte waren im Vorjahr etwas höher: zwischen 11,1 und 12,5 Prozent. – Der prozentuale Personalaufwand blieb in den Kategorien 1-, 2- und 3-Sterne stabil und ist in der 4- und 5-Sterne-Hotellerie gestiegen. Diese Entwicklung sei auf das höhere Lohnniveau zurückzuführen.

Gesamtbetriebsrechnung nach Sternenkategorie, Kennzahlen

	2000 ***	2000 ***	2000 ****	2000 ****	2001 ***	2001 ****	2001 ****	2001 ****
	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert
Erfolgsrechnungskennzahlen								
Küchenergebnis in %	66.4	65.3	65.3	68.2	67.8	66.2	66.0	69.0
Kellereergebnis in %	62.1	65.0	68.6	71.1	63.5	64.9	66.9	71.7
Warenergebnis in %	65.4	64.7	65.3	68.6	65.0	64.8	66.6	69.3
Beherbergungsmoyenne in CHF	63	77	113	223	75	78	122	236
Zimmermoyenne in CHF	–	121	–	–	–	128	177	–
Beherbergungsertrag pro Bett in CHF	6 489	10 537	19 729	32 728	6 625	11 079	21 148	32 484
RevPAR/Revenue per available room in CHF (Zimmerrate)	45	69	126	243	49	72	131	258
Gesamtumsatz pro Mitarbeiter in CHF (Mitarbeiterprod.)	–	105 992	99 990	–	–	118 879	102 817	–
Personalkosten pro Mitarbeiter in CHF	0.6	37 931	34 036	–	–	41 487	40 062	–
Kapitalumschlag	0.6	–	0.5	0.5	0.6	0.6	–	0.7
Betten-Vollbelegungstage	110	140	179	153	107	143	181	146
EBIT in % vom Umsatz	12.5	11.1	11.9	11.7	8.7	10.0	10.6	10.0
Statistische Kennzahlen								
Logiemächte	4 242	8 450	18 401	34 409	4 116	8 777	18 695	33 650
Logierkapazität	11 211	17 289	31 462	62 001	11 095	17 610	31 969	63 202
Bettenbesetzung in % a/Öffnungszeiten	37.9	48.2	60.7	59.8	36.1	49.3	59.6	58.1
Bettenbesetzung in % a/Jahr	30.2	38.3	49.0	41.9	29.4	39.1	49.6	39.9
Ankünfte	1 501	2 893	5 992	12 330	1 447	3 123	5 984	12 871
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2.8	3.4	3.6	3.7	2.8	3.4	3.5	3.7
Anzahl Hotels	134	219	74	15	167	264	89	15

Quelle: Hotel Benchmark SGH

Gesamtbetriebsrechnung nach Betriebsgrösse, Kennzahlen

	2001 Betriebe bis 25 Betten	2001 Betriebe mit 26 bis 50 Betten	2001 Betriebe mit 51 bis 100 Betten	2001 Betriebe mit 101 bis 200 Betten	2001 Betriebe mit mehr als 200 Betten
	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert
Erfolgsrechnungskennzahlen					
Küchenergebnis in %	69.2	66.5	66.8	64.7	69.2
Kellereergebnis in %	66.8	61.6	66.3	63.3	69.2
Warenergebnis in %	66.3	65.2	64.8	65.2	69.1
Beherbergungsmoyenne in CHF	66	85	85	120	193
Beherbergungsertrag pro Bett in CHF	6 921	9 808	12 432	19 920	27 769
RevPAR/Revenue per available room in CHF (Zimmerrate)	44	68	81	131	206
Gesamtumsatz pro Mitarbeiter in CHF (Mitarbeiterprod.)	–	114 254	116 743	108 246	–
Personalkosten pro Mitarbeiter in CHF	–	39 525	42 310	38 160	–
Kapitalumschlag	0.6	0.7	0.5	0.6	0.6
Betten-Vollbelegungstage	109	128	149	169	165
EBIT in % vom Umsatz	6.9	8.6	11.9	9.7	9.7
Statistische Kennzahlen					
Logiemächte	2 163	4 926	10 780	23 015	46 882
Logierkapazität	6 289	11 272	21 434	41 454	81 978
Bettenbesetzung in % a/Öffnungszeiten	35.4	44.3	50.3	58.2	59.6
Bettenbesetzung in % a/Jahr	29.7	35.0	40.7	46.4	45.2
Ankünfte	959	1 660	3 527	7 672	20 787
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2.5	3.2	3.4	3.5	3.2
Anzahl Hotels	61	211	187	64	12

Quelle: Hotel Benchmark SGH

Unbestimmter SGH-Platz im Sparpaket

Finanzminister Kaspar Villiger hat ein Sparpaket von einmaligem Umfang in der Geschichte der Schweiz geschnürt. Die Einsparungen machen insgesamt gut 6 Prozent der politisch beeinflussbaren Bundesausgaben aus – ohne Schulzinsen und Kantonsanteile an Steuereinnahmen. Mit dem Entlastungspaket soll der Haushalt ausgabenseitig bis 2006 um rund 2,9 Mio. Franken schlanker werden. Neue Einnahmen und eine verbesserte Steuerkontrolle sollen zusätzlich 500 Mio. Franken in die Kasse bringen.

Zu den Positionen, die das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement (EVD) in das Sparprogramm al-

ler Departemente eingebracht hat, zählt als letzte die mit «Weitere Massnahmen» benannte. Sie betrifft unter anderem die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) und die – allgemeine, nicht auf den Tourismus bezogene – Standortförderung. Als Gesamtsparsumme dieser Position sind 5 Mio. Franken für das Jahr 2004, 10 Mio. für 2005, und 24 Mio. für 2006 vorgesehen; also insgesamt 39 Mio. Franken. Wie Andreas Deuber, Vorsitzender der SGH-Geschäftsleitung, gegenüber der htr betonte, sind «Details noch nicht bekannt». Die Sparsumme der 39 Mio. Franken über drei Jahre müsste also noch verteilt werden. *KJV*

CONTRACTWORLD AWARD / Wettbewerb für Bauherren und Architekten

Auszeichnung für Hotel-Konzepte

Mit einem Preisgeld von 50 000 Euro (75 500 Franken) ist der «contractworld.award» Europas höchstdotierter Wettbewerb für Innenraumkonzepte von Offices, Hotels und Shops. Teilnahmeberechtigt sind nicht nur Architekten, Innenarchitekten und Designer als geistige Urheber der eingereichten Projekte, sondern auch Bauherren und Hersteller sind eingeladen, sich unter Angabe der Architekten, Innenarchitekten oder De-

signer zu beteiligen. Bis spätestens 23. Juni 2003 müssen die Wettbewerbsunterlagen abgegeben werden. Eingereicht werden können bereits realisierte Konzepte von Innenräumen, die nach dem 21. Dezember 2000 fertiggestellt wurden.

Bewertet werden innovative Raumkonzepte. Bei Hotels und Restaurants betreffen sie unter anderem: Hotelzimmer, Réceptions, Restaurants/Bars, Lounges und Wellness-Bereiche.

Alle prämierten Projekte werden in der von der Deutschen Messe AG konzipierten Ausstellung «contractworld» während der «Domotex 2004», der Weltmesse für Teppiche und Bodenbeläge vom 17. bis 20. Januar, vorgestellt. *KJV*

Weitere Infos zum «contractworld.award 2004» sowie die Ausschreibungsunterlagen stehen im Internet unter www.contractworld.com zur Verfügung oder können bei der Deutschen Messe Hannover angefordert werden.

«DES BERGUES» GENÈVE / Saudi-arabischer Prinz zahlt 117 Mio. Franken

Transaktion und Renovation

Der saudi-arabische Prinz al-Walid Ben Talal, ein Neffe von König Fahd, hat für 87 Mio. Dollar (117 Mio. Franken) das Hôtel Des Bergues in Genève gekauft. Das prestigereiche Fünf-Sterne-Hotel wird in das Portefeuille der vom Prinzen gegründeten Kingdom Holding aufgenommen. Die Transaktion wurde durch einen Investment-Fonds im Besitz der saudi-arabischen Königsfamilie abgeschlossen, teilte das Büro des

Prinzen al-Walid mit. Sie war durch einen Verkaufsvertrag bereits am 13. September 2002 vorbereitet worden. Das als historisches Baudenkmal klassierte «Des Bergues» wurde im Jahr 1834 errichtet und war das erste Hotel Genèves. Es zählte zu seinen Gästen schon viele Staatschefs, Prinzen und Könige. Bis zur jetzigen Transaktion gehörte es der Société nouvelle des Bergues im Besitz der UBS. Nach seiner Renovation, die im nächsten Jahr

abgeschlossen sein soll, wird das Hotel von der Gruppe Four Seasons betrieben. Es ist das vierte europäische Hotel im Besitz des milliardereichen Prinzen: nach dem «Four Seasons Park Lane Hotel» in London, «George V» in Paris und einem 23-Prozent-Anteil am «Disney Land Paris Hôtel». Weltweit besitzt al-Walid insgesamt 187 Hotels, darunter das «Plaza» in New York und das «Mövenpick» in Beirut. *KJV*

MESSE / Meetings und Incentives im Messe-Fokus vom 20. bis 22. Mai

Zum letzten Mal EIBTM in Genf

Vom Dienstag, dem 20. bis zum Donnerstag, dem 22. Mai 2003 findet auf dem Palexpo-Gelände in Genf zum letzten Mal die internationale Messe der Meetings- und Incentive-Branche, EIBTM statt. Sie wird künftig in Barcelona stattfinden, und zwar erstmals vom 30. November bis zum 2. Dezember 2004. Die Veranstalter offerieren bereits einen 10-prozentigen Discount für «loyale Aussteller», die mit nach Barcelona wechseln. Dies, nachdem der EIBTM-Gründer Ray Bloom im letzten Monat in Frankfurt am Main die Konkurrenz-Messe IMEX lanciert hat.

Die Reed Travel Exhibitions als Veranstalter rechnen an der Genfer EIBTM mit «rund 2000 Ausstellern aus mehr als 100 Ländern» und mit «rund 5000 Messebesuchern, darunter 3000 Hosted Buyers (geführte Einkäufer)». Zum Programm dieser EIBTM gehört unter anderem die Präsentation des «EIBTM Industry 2003 Trends & Market Share Report» durch Rob Davidson von der Westminster University, London.

Zum besten neuen Produkt der Meetings-Technologie hat die World Wide Watch Jury der EIBTM das interaktive Namensschild «nTag» des Herstellers nTAG Interactive LLC, New York, gewählt. Die Auszeichnung wird am Mittwoch, dem 21. Mai um 10.30 Uhr auf der zentralen Bühne der EIBTM übergeben. *KJV*

NH HOTELES / Deutliche Gewinnsteigerung des Business-Hotel-Betreibers

Expansion macht sich bezahlt

Der spanische Hotelkonzern NH Hotels S.A. hat in den ersten drei Monaten des Jahres einen Gesamtumsatz von 204 Mio. Euro (308 Mio. Franken) erzielt. Dies bedeutet eine Umsatzsteigerung von 19,6 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal 2002. Nicht berücksichtigt sind hierbei die Hotels, die unter Management-Vertrag stehen.

Die Steigerung resultiert hauptsächlich aus der Integration der ehemaligen Astron Hotels in Deutschland (42,1 Mio. Euro bzw. 63,6 Mio. Franken Umsatz), der mexikanischen Hotels und der Neueröffnungen in den vergangenen 12 Monaten. Der eingetragene Umsatz aus reinen Hotelaktivitäten beläuft sich auf 199,32 Mio. Euro (301 Mio. Franken, +22%). Die durchschnittliche Belegung fiel um einen Prozentpunkt und erreichte 57 Prozent. Der RevPAR (revenue per available room, Umsatz pro verfügbares Zimmer) sank um 5,51 Prozent. *KJV*



Erstklasse-Hotel in der Zürcher City: der «Glockenhof».



Art-Deco-Design über dem Luzerner Seeufer: das Hotel Montana.



Nach Investitionen «praktisch ein neues Hotel»: «Pavillon» in Vevey.

BEST WESTERN PREMIER / Mithilfe der neuen Marke soll sich das internationale Cross-Selling Best Westerns auch im oberen Segment auszahlen. *KARL JOSEF VERDING*

Öffnung zur ersten Klasse

Drei Hotels in der Schweiz tragen das neue europäische Label «Best Western Premier»: die Vier-Sterne-Hotels «Glockenhof» in Zürich, «Art Deco Montana» in Luzern und «Pavillon» in Vevey. Von einem internationalen Architektenteam wurden umfangreiche Design- und Ausstattungsrichtlinien für die Bewerber um die «Premier»-Marke definiert (siehe Kasten). Und zwar unter dem Titel «Best Western Premier. A New Standard of Excellence – Applicant Guidelines, Best Western Europe». Das Best Western-Stammland USA ist also nicht dabei. «Weitere Kontinente können sich zu einem späteren Zeitpunkt anschliessen», heisst es dazu in der offiziellen Mitteilung. Das hohe Mass an internationalem Cross-Selling gilt als Stärke von Best Western, der grössten Hotelmarke der Welt. Die neue «Premier»-Marke soll zur Akquisition von mehr Kunden im höheren Preissegment verhelfen.

Josef P. Schmidpeter, Direktor des Zürcher Cityhotels «Glockenhof», begrüsset es, dass er den internationalen Kunden nun deutlich machen kann, dass Best Western in den USA ein mittelmässiges «Middle-of-the-road» (Schmidpeter) darstellen mag, während «Best Western Premier» etwas anderes ist. Dies sei für die Akquisition US-amerikanischer Kunden im höheren Segment eine grosse Hilfe.

Im Glockenhof hat die Hotelleitung während den letzten acht Jahren sämtliche der nunmehr 100 (statt 106) Zimmer modernisiert. Jüngstes Beispiel ist die kürzlich abgeschlossene Erneuerung des gesamten fünften Geschosses, mit zwölf neuen «Komfortzimmern» und zwei Suiten. Dafür wurden 2,7 Mio. Franken investiert. Ausserdem wurde die gesamte sanitäre Infrastruktur des Hauses erneuert. Gegenwärtig werden Aushub und Installationen eines unterirdischen, mannshohen Korridors für Heizung, Klimaanlage, Medienkanal sowie eine neue Elektrozentrale fertiggestellt. Eigentümerin

des Hotels ist die «Stiftung zum Glockenhof».

NEUE RICHTUNG FÜR NEUE MITGLIEDSHOTELS

Gemäss Peter Michel, dem General Manager von Best Western Schweiz, soll die neue «Premier»-Marke jene Best-Western-Hotels vereinen, die sich durch ein hochwertiges Ambiente, durchgängiges Design und spezielle Serviceangebote und Ausstattung (siehe Kasten) auszeichnen. Er hofft, dass die neue Marke die Akquisition von Mitgliedshotels im oberen Segment für Best Western erleichtert.

Europaweit haben sich 46 Hotels für «Best Western Premier» qualifiziert. Bis Ende 2003 soll die Anzahl der «Premier»-Hotels europaweit um 65 auf 111 erhöht werden. In der Schweiz soll sich bis Jahresende die Zahl von drei auf sechs verdoppeln.

Renata Grüter, Vize-Direktorin des «Art Deco Hotels Montana» in Luzern betont: «Wir sind natürlich stolz, zu den ersten nominierten Hotels zu gehören.» Sie geht davon aus, dass durch die neue Marke Best Western Premier – und die Auswahl der Hotels, die damit ausgezeichnet sind – auch

das Image der Dachmarke Best Western verändert wird: «Mittelfristig wird die «Premier»-Qualitätsmarke Best Western positiv verändern. Natürlich sind unsere Erwartungen, mehr Buchungen im höheren Preissegment zu erhalten, hoch.» – Hat das «Art Deco Montana» Veränderungen vorgenommen, um den Anforderungen der «Premier»-Marke zu entsprechen? «Nein», antwortet Renata Grüter: «In Anbetracht dessen, dass wir in den letzten sechs Jahren umfangreiche Renovierungsarbeiten ausgeführt haben, bestand kein Bedarf.» Die Betonung der Design-Qualität in den «Premier»-Anforderungen kommt den eigenen, angestammten Absichten des Luzerner Hotels entgegen: «Die Design-Qualität ist bei uns schon länger ein wichtiges Marketing-Tool. Wir kommunizieren das Art-Deco-Design.» Die Grundelemente der «Premier»-Marke – die hohe Qualität und die Ausrichtung «Design» – hätten bereits vor Einführung der Marke zur Strategie dieses Hauses gehört.

«NICHT «LEADING», ABER BESSER ALS DIE MITTE»

In das Best-Western-Hotel «Pavillon» in Vevey wurden in den letzten 20 Jahren 50 Mio. Franken investiert. «Wir sind ja praktisch ein neues Hotel», sagt Besitzer Niklaus Ming. Die prüfenden Architekten von Best Western machten rund 100 Fotos im Haus. Ihre Empfehlungen zur Gestaltung hätten aber nur noch Details, wie die Auswechslung eines unpassenden Fauteuils, betroffen, betont Ming.

Ming sieht im Image-Gewinn für die nicht-amerikanischen Best-Western-Hotels den Hauptgrund für die neue «Premier»-Marke. Hier herrsche «ein ganz anderer Standard als in den USA». Es sei zu begrüssen, dass internationale Gäste in Zukunft schon bei der «Premier»-Buchung wissen, was sie erwarten, und den entsprechenden Preis zahlen: «nicht gerade «Leading», aber besser als die Mittelklasse».

LAUSANNE / Neue Variante zur Unterbringung von Staatschefs des G-8-Gipfels in Evian

Logis-Bedarf für G-8-Gipfel wird grösser

In Lausanne erwägen die Behörden neue Varianten zur Unterbringung der zum G-8-Gipfel eingeladenen Staatschefs aus Schwellenländern. Bislang war vorgesehen, dass sie in zwei Hotels im Stadtzentrum logieren würden.

Unter den geprüften Varianten ist auch eine mögliche Verlegung ins Hotel Beau-Rivage am Seeufer in Ouchy, wie Jean-Christophe Sauterel, Sprecher der Waadtländer Kantonspolizei, zu einem Artikel der Zeitung «Le Matin» erklärte.

Die Behörden, welche die Auswirkungen des G-8-Gipfels auf die Bevölkerung möglichst gering halten wollen, möchten eine Schliessung des Stadtzentrums vermeiden. Die bereits angekündigten Verkehrsbeschränkungen auf dem Wasser, auf den Strassen und in der Luft behalten aber ihre Gültigkeit.

Die Unterbringungswünsche im Zusammenhang mit dem G-8-Gipfel sind grösser als die Zahl der ursprünglich 450 reservierten Zimmer. Von der Unterbringung von Staatschefs, offiziellen und nicht offiziellen Delegationen sowie Medienvertretern sind laut Sauterel fünf bis acht Hotels in Lausanne betroffen.

Anlässlich des G-8-Gipfels, der vom 1. bis zum 3. Juni in Evian stattfindet, logieren in Lausanne die Vertreter der NEPAD-Staaten – Ägypten, Südafrika, Nigeria, Algerien und Senegal – sowie Delegationen aus Marokko, Saudiarabien, Mexiko, Brasilien, Malaysia, Indien und China. *KJV*

Reklame

Wellness vom Spezialisten

«EIN HIT,»

Dir. U. Degiacomi
vom Hotel Soldanella
in St. Moritz

Die schönsten Plätze - Die besten Hotels

geplant und realisiert von

WELLNESS PARTNERCH

wellnesspartnerch
Birkenstrasse 49, 6343 Rotkreuz/ZG
Tel. 041 790 72 70, Fax 041 790 60 65
info@wellnesspartnerch

RANKING / Die Entwicklung der internationalen Hotelketten war im 2002 durch ein moderates Wachstum gekennzeichnet. Das zeigt eine Untersuchung der französischen Consulting-Firma «MKG Conseil». **KATJA HASSENKAMP**

Hitparade der Hotelketten bleibt konstant

Nach Angaben der französischen Consulting-Firma «MKG Conseil» konnten die internationalen Hotelketten ihr Angebot im vergangenen Jahr um 2,6 Prozent steigern. Allerdings war 2002 auf Grund der gedämpften weltwirtschaftlichen Lage und der abwartenden Haltung mit Blick auf die Irak-Entwicklung ein Jahr der Stabilität: Auf der Hitparade der ersten zehn Hotelketten hat es keine Platzverschiebungen gegeben. Fusionen und Übernahmen waren nicht an der Tagesordnung, und nur die französische Accor-Gruppe hat ihre Position in Deutschland mit der Dorint-Beteiligung ausgebaut. Die Entwicklung der anderen Gruppen war durch ein mehr oder weniger moderates, organisches Wachstum charakterisiert.

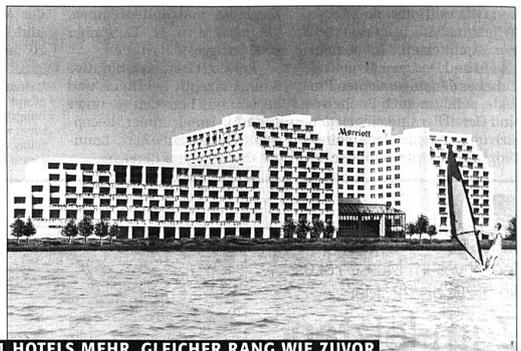
Im Einzelnen lag die amerikanische Cendant-Gruppe trotz leicht rückläufiger Zahlen am 1. Januar 2003 weiterhin an der Spitze der Weltrangliste mit 6553 Hotels (Januar 2002: 6624 Hotels) und insgesamt 539 410 Zimmern (Januar 2002: 553 771 Zimmer; -2,6%). Platz zwei behauptete gemäss der Datenbasis von MKG-Consulting – die 40 000 Hotels mit insgesamt 2,2 Mio. Zimmern umfasst – die britische Gruppe Six Continents mit 3325 Hotels (Januar 2002: 3234 Hotels) und 515 525 Zimmern (Januar 2002: 507 091 Zimmer; +1,7%). Auf Platz drei liegt weiterhin Marriott International mit 2504 Hotels (Januar 2002: 2333 Hotels) und 455 858 Zimmern (Januar 2002: 427 489 Zimmer; +6,6%) und Platz vier wird nach wie vor von der Accor-Gruppe gehalten, mit

3829 Hotels (Januar 2002: 3654 Hotels) und 440 807 Zimmern (Januar 2002: 415 774 Zimmer; +6,0%).

MARKEN: BEST WESTERN MEISTVERBREITET

Betrachtet man die Entwicklung der Hotelmarken, so bleiben Best Western und Holiday Inn trotz einem Minus von 1,5 Prozent die weltweit am meisten verbreiteten Hotelmarken mit 308 627 respektive 293 346 Zimmern (2001: Best Western 312 207 Zimmer, Holiday Inn 297 710 Zimmer). Es folgen die «Comfort Inns» der Choice-Kette mit 169 750 Zimmern (2001: 157 119 Zimmer/+8%), die sich damit von Rang fünf auf Rang drei der Marken-Hitparade vorarbeiten konnten, während die

Foto: hr



171 HOTELS MEHR, GLEICHER RANG WIE ZUVOR

Die Gesamtgruppe Marriott – im Bild das Airport Hotel der Marke Marriott in Los Angeles – wahrte mit einer Steigerung um 171 Hotels den dritten Platz.

Rangliste der Hotelketten

Rang 2002	Rang 2003	Gruppe	Land	Hotels		Zimmer		Veränderung	
				2002	2003	2002	2003	Zimmer	Prozent
1	1	Cendant	USA	6624	6553	553 771	539 410	-14 361	-2,6
2	2	Six Continents	GB	3 234	3 325	507 091	515 525	+ 8 434	+1,7
3	3	Marriott International	USA	2 333	2 504	427 489	455 858	+28 369	+6,6
4	4	Accor	FRA	3 654	3 829	415 774	440 807	+25 033	+6,0
5	5	Choice	USA	4 545	4 664	362 549	373 722	+11 173	+3,1
6	6	Hilton Corporation	USA	1 934	2 084	319 550	337 116	+17 566	+5,5
7	7	Best Western	USA	4 109	4 060	312 207	308 627	-3 580	-1,1
8	8	Starwood	USA	751	748	225 737	226 970	+1 233	+0,5
9	9	Carlson Hospitality Worldwide	USA	795	857	135 429	145 337	+9 908	+7,3
10	10	Hilton International	GB	385	392	94 058	97 223	+3 165	+3,4

Quelle: MKG Consulting Database

Marriott-Hotels mit 165 200 Zimmern (2001: 158 112 Zimmer/+4,5%) weiterhin Platz vier belegen. Und auch die Days Inn of America von Cendant, konnten trotz einem Minus von 2,6 Prozent ihre Position behaupten.

MERCURE VON ACCOR: 13 989 ZIMMER MEHR

Beachtlich zugenommen hat die Zimmerzahl der Express-by-Holiday-Inn-Häuser, und zwar um 8,1 Prozent auf 109 205 Zimmer, sie bleiben aber

dennoch auf Platz zehn. Hilton International konnte auf Grund der Übernahme der Scandic-Hotels um 10,1 Prozent auf 73 671 Zimmer wachsen (2001: 66 898 Zimmer). Und die Zahl der Mercure-Hotels der Accor-Gruppe hat sogar um stolze 19,3 Prozent bzw. 13 989 Zimmer zugenommen, was u.a. auf den Dorint-Deal zurückzuführen ist. Die Mercure-Hotels haben damit insgesamt jetzt 86 525 Zimmer (2001: 72 536 Zimmer) und konnten sich um einen Rang auf den 16. Platz der Marken-Hitliste vorschieben.

PUBLI-REPORTAGE

Das Cafitesse Kaffeesystem lässt keine Wünsche offen

Aromatischer, frisch gebrühter Kaffee ist überall ein Muntermacher: am Frühstückstisch, im Speiserestaurant, in der Lobby, auf Terrassen und in Gartenwirtschaften – an Seminaren und Banketten wie an Tagungen und festlichen Anlässen. Dank Cafitesse werden tausend Gäste genau so gut bedient wie der Individualgast. In Spitälern und Heimen ist dieses Kaffeesystem auch sehr erfolgreich, weil es ganz besonders für die dezentrale Kaffe Zubereitung die ideale Lösung ist.

Cafitesse ist mehr als einfach Kaffee: Dabei handelt es sich um ein umfassendes Kaffeeversorgungs-system, das Anwender wie Kaffee-konsumenten rund um den Erdball begeistert. Entwickelt hat es die 1753 gegründete, holländische Firma Douwe Egberts in Utrecht – der grösste und erfahrenste Kaffeeröster Europas. Von Café und Vitesse abgeleitet, weist der Name Cafitesse auf die schnelle Zubereitung hin: Eine Tasse ist in nur vier bis sechs Sekunden mit Kaffee gefüllt. Und dies mit einem krönenden Schäumchen!

ERSTKLASSIGER KAFFEE

Douwe Egberts stellt aus reinem Bohnenkaffee ein hervorragendes Convenience-Produkt für den professionellen Einsatz her. Kaffeebohnen aus den besten Provenienzen werden geröstet und gemahlen. In einem speziellen Brühprozess entsteht mit viel Kaffee und wenig Wasser ein Konzentrat, das zwanzigmal stärker ist als gewöhnlicher Kaffee. Dieser Kaffeeextrakt wird rasch abgekühlt, luftdicht

verpackt und tiefgefroren. In den Kaffeemaschinen von Cafitesse entsteht sodann ein den höchsten Ansprüchen genügender, frischer Kaffee in beliebiger Stärke von stets gleichbleibend guter Qualität. Das Sortiment enthält drei Mischungen – mehrheitlich aus reinen Arabicas – worunter eine coffeinfreie.

DIE MASCHINEN

Die Cafitesse-Maschinen sind rund um die Uhr betriebsbereit. Sie zeichnen sich durch ihr schönes Design aus und beanspruchen wenig Platz. Sie sind leicht zu bedienen und zu reinigen. Der Kaffee lässt sich in jeder gewünschten Menge für Tassen, Kannen oder Krüge stufenlos portionieren. Alle Maschinen verfügen über eine Heisswasser-Ausgabe. Das absolute hygienische Cafitesse-System gibt es weltweit bereits seit fast 50 Jahren.

REPA AG, SEON

1982 hat Repa AG die Cafitesse-Allianzvertretung für die Schweiz und



Das Cafitesse-System ist ein Vergnügen: Für den Betrieb, das Personal wie für die Gäste.

das Fürstentum Liechtenstein übernommen. Sie wurde 1959 gegründet und befasst sich bereits seit 1965 mit der Installation und dem Service von

Getränke-Ausschankanlagen. Erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter analysieren bei der Kundschaft die individuelle Ist-Situation, erstellen

Wirtschaftlichkeitsberechnungen für den Geräte- und Produktebedarf und entwickeln die jeweils optimale Lösung. Repa AG garantiert einen jederzeit professionellen Service.

KAUFEN ODER LEIHEN

Repa AG lässt ihren Kunden die Wahl zwischen zwei Verrechnungssystemen. Wer Cafitesse-Maschinen erwirbt, profitiert von einem niedrigeren Kaffeepreis. Serviceleistungen und Reparaturen werden verrechnet. Die andere Möglichkeit: Repa AG stellt die Kaffeemaschinen zur Verfügung. Ein Mindestbezug wird vereinbart. Serviceleistungen und Reparaturen werden nicht verrechnet. Der Kaffee kostet in diesem Fall etwas mehr. Bei beiden Versionen ist das Preisangebot (auch unter Berücksichtigung des geringen Betriebsaufwandes) günstig.

Vorteile des Cafitesse-Systems:

- Stets frische Kaffe Zubereitung in Sekunden
- Keine Verluste an Kaffee und Aroma
- Hohe Leistung, einfachste Bedienung
- Wenig Reinigungsaufwand, HCCP-Standard
- Maschine(n) leihweise (verbrauchsabhängig)
- Fixe Kosten, perfekte Kontrolle

Positionierung als Businesshotel

Parkhotel Zug. Für 1,2 Mio. Franken sollen alle Zimmer im 3. Stock des Hotel-Hauptgebäudes renoviert werden. In den Monaten Juli und August bleibt somit ein Teil des Hotels geschlossen. Laut Verwaltungsratspräsident Ulrich Bollmann werden in den nächsten beiden Jahren voraussichtlich auch die anderen Stockwerke renoviert. Dies sei Ausdruck der Strategie, das Haus als «führendes Vier-Sterne-Business-Hotel» in Zug zu positionieren. **TRU**

Trefida geht an BDO Visura

Position verstärken. Das Beratungs- und Treuhandunternehmen BDO Visura übernimmt die in der Hotellerie und Gastronomie tätige Treuhandgesellschaft Trefida. Sie will damit ihre Position in der Tourismusbranche und in der Westschweiz verstärken. Der Standort Sion wird zur Niederlassung ausgebaut. Die BDO Visura setzte im 2002 128 Mio. Franken um. Mit der Trefida soll ein Honorarvolumen von 3 Mio. Franken hinzukommen. **TRU/sda**

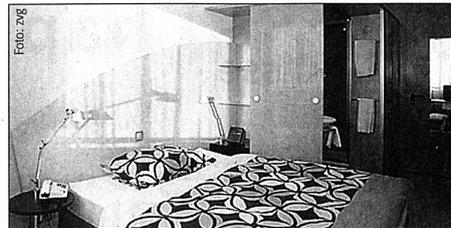
5% weniger Übernachtungen

Basel. Im Februar wurden laut Angaben des Statistischen Amtes Basel-Stadt 47 605 Hotellogiernächte gezählt. Das sind 5 Prozent weniger als im überdurchschnittlich starken Februar vor einem Jahr. Die Basler Hotels verbuchten in der Periode Januar bis Februar 2003 93 465 Logiernächte (+1,9%). Diese Zunahme an Hotelübernachtungen ist laut «Basler Zeitung» ausschliesslich den ausländischen Gästen zuzuschreiben. **TRU**

HOTEL LA PERGOLA / Gesamterneuerung realisiert

Knapp 2 Mio. Franken investiert

Das von der Zürcher SV-Group geführte, 25 Jahre alte Berner Drei-Sterne-Hotel La Pergola wurde während zwei Monaten für knapp 2 Mio. Franken saniert. Das Hauptgewicht habe man auf ein «helles, modernes und freundliches Ambiente» in den 55 Zimmern gelegt, so Silvia Schmidrig, Leiterin Corporate Communications. Die SV-Group führt ihre Beherbergungsbetriebe als eigenständiges Geschäftsfeld «Hotels». **TRU**



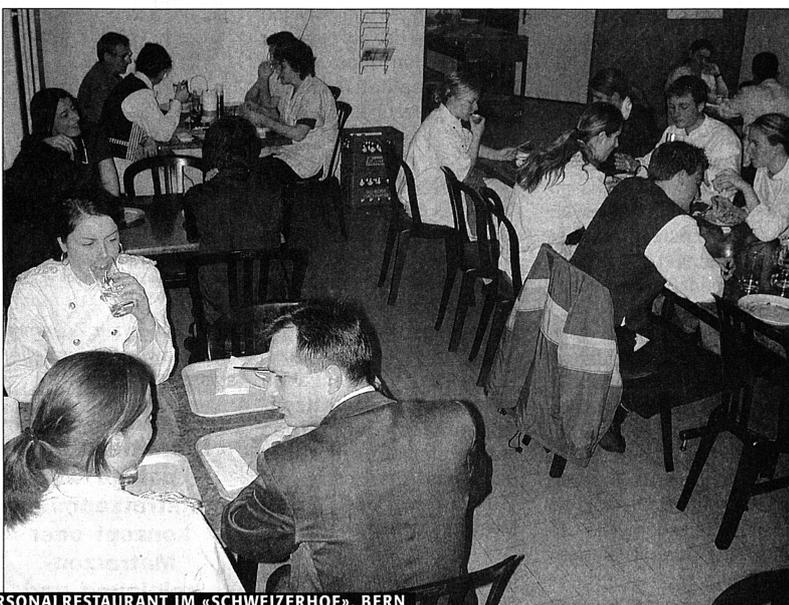
Modernisierte Zimmer sollen ein angenehmes Ambiente schaffen.

UNTERKUNFT UND VERPFLEGUNG / Den Arbeitgebern ist freigestellt, wie viel sie ihren Mitarbeitern fürs Essen und Schlafen im Hause abziehen, sofern die von AHV und Steuerverwaltung vorgegebenen Mindestansätze eingehalten werden. **TONI RÜTTI**

Variationsvielfalt bei den Abzügen

Die Abzüge für Unterkunft und Verpflegung der Hotelangestellten lassen den Betrieben einen gewissen Spielraum offen. «Die Arbeitgeber können die von der eidgenössischen Steuerverwaltung und der AHV vorgegebenen Mindestansätze ihren Bedürfnissen entsprechend erhöhen und pauschal oder individuell abrechnen, jedoch nicht unterschreiten», sagt Thomas Jaisli, Leiter des Rechtsdienstes von hotelleriesuisse. In Art. 29 «Unterkunft und Verpflegung» des Landes-Gesamtarbeitsvertrags (L-GAV) heisst es: «Liegt über Unterkunft und Verpflegung keine schriftliche Vereinbarung vor, gelten die Mindestansätze der eidgenössischen Steuerverwaltung für tatsächlich bezogene Leistungen. Bei Mehrfachbelegung eines Zimmers sind in der Regel entsprechend niedrigere Ansätze in Rechnung zu stellen.»

Foto: Toni Rüttli



PERSONALRESTAURANT IM «SCHWEIZERHOF», BERN

Unabhängig von der Klassifikation eines Hotels gelten bei den Abzügen einheitliche Mindestansätze.

VERBINDLICHE MINDESTANSÄTZE

Abgezogen werden müssen laut diesen Mindestansätzen 4 Franken für Frühstück, 9 Franken für Mittagessen und 7 Franken für Abendessen oder 20 Franken pro Tag bzw. 600 Franken monatlich. Für die Unterkunft müssen 10 Franken pro Tag oder 300 Franken monatlich abgezogen werden. Unterkunft und Verpflegung machen somit total 900 Franken aus. Die aus dem Jahre 1993 stammenden Vorgaben der AHV und der Eidg. Steuerverwaltung wurden per Januar 2001 letztmals angepasst. Die Klassifikation eines Hauses spielt für die Abzüge keine Rolle.

Das unterschiedlich hohe Abzüge für die Unterkunft verrechnet werden, dürfte auch mit der unterschiedlichen Ausstattung der Zimmer und des gebotenen Komforts zusammenhängen. Von der Möglichkeit, die Höhe der Ab-

züge den eigenen Bedürfnissen anzupassen, wird Gebrauch gemacht, wie eine Stichprobenartige Befragung der htr zeigt.

Im Bereich der Fünf-Sterne-Hotels verrechnet beispielsweise das St. Moritzer The Carlton Hotel für Vollpension an Arbeitstagen Fr. 473.- monatlich. Der Zimmerpreis liegt bei Fr. 350.-. Das Hotel Drei Könige am

Rhein, Basel, bietet im Sinne einer Übergangslösung eine Unterkunft nur bis der neue Mitarbeiter eine eigene Wohnung gefunden hat. Die Berechnung erfolgt dabei auf der Basis von Fr. 300.- monatlich. Das Luzerner Hotel Schweizerhof hält sich konsequent an die L-GAV-Vorgaben.

Im Bereich der Vier-Sterne-Hotels verrechnet auch das Thuner Hotel

Krone alle Abzüge gemäss L-GAV. Desgleichen das Hotel Hof Weissbad, Weissbad, wobei hier keine Personalunterkünfte vorhanden sind. Das Hotel Saratz, Pontresina, zieht für die Verpflegung an den Arbeitstagen monatlich Fr. 462.- bei Vollpension und Fr. 300.- bei Halbpension ab, wobei die Mitarbeiter entscheiden, ob sie das Mittagessen oder Nachtsessen

möchten. Das Personalzimmer kostet im «Saratz» zwischen Fr. 325.- und Fr. 410.-.

Fr. 420.- stellt im Bereich der Drei-Sterne-Hotels das «Schweizerhaus + Pöstli», Maloja, für die an den monatlichen Arbeitstagen bezogene Vollpension in Rechnung. Das Doppelzimmer kostet hier bei Zweierbelegung Fr. 300.- pro Mitarbeiter, das Einzelzimmer Fr. 350.-. Im Chalet-Hotel Bettmerhof, Bettmeralp, entspricht der Abzug fürs Zimmer maximal dem L-GAV-Ansatz. Auch das Hotel Mistral, Saas Fee, hält sich an diese Vorgabe.

Im Bereich der Zwei-Sterne-Hotels gelten beim Hotel Dischma, Lugano-Paradiso, ebenfalls L-GAV-Ansätze. Personalunterkünfte sind hier aber keine vorhanden. Das Hotel Arancio, Ascona, verrechnet eine Verpflegungspauschale von Fr. 400.-. Das Personalzimmer kosten Fr. 300.-. Das Schlosshotel, Locarno, nimmt einen Abzug zwischen Fr. 600.- und Fr. 900.- für Verpflegung und Unterkunft vor, «je nach individueller Absprache und Aufwand», wie es auf Anfrage hiess.

Das Hotel Blausee, Blausee, richtet sich in der Kategorie «Unique» nach dem L-GAV. Im Hotel Meisser, Guarda, werden ab diesem Sommer für Teilzeitangestellte Coupons à Fr. 9.- pro Hauptmahlzeit eingeführt. Das Hotel Lady's First, Zürich, verrechnet für das Salatteller am Mittag Fr. 2.50. Frühstück und Nachtsessen sind hier für die Mitarbeiter nicht vorgesehen. Auch gibt es für sie keine Übernachtungsmöglichkeit im Haus. Das Hotel Park Forum Wylilhof, Luterbach, gibt an, die Einsatzpläne würden eine Mitarbeiterverpflegung selten erforderlich machen. Das Personal stammt aus der Region, was die Übernachtungsfrage löse.

HOTEL HEIDEN / Das Vier-Sterne-Haus hat für 4,2 Mio. Franken bauliche Massnahmen getroffen, um im präventiven und rehabilitativen Gesundheitsbereich kompetenter mitreden zu können und im Geschäftsfeld Seminar stärker Fuss zu fassen. **TONI RÜTTI**

«Wir verhalten uns heute antizyklisch»

Das Appenzeller Vier-Sterne-Haus Hotel Heiden investierte seit letztem Oktober 4,2 Millionen Franken und setzt neben Gesundheit und Wellness vor allem auf Seminare. Finanziert wurde das Projekt zu 25 Prozent aus den Reserven, einer Aktienkapitalerhöhung um 1,75 Mio. auf 3,25 Mio. Franken und langfristigem Fremdkapital. «Wir verhalten uns heute antizyklisch. In wirtschaftlich angespannten Zeiten investieren wir, um parat zu sein, wenn es wieder anzieht», so Hoteldirektor Caspar Lips.

INS SEMINARWESEN HINEINGEWACHSEN

Neu bietet das Hotel Heiden unterteilbare Räume für zehn bis maximal

160 Personen. Die Räumlichkeiten erlauben laut Lips «flexible Lösungen für Seminar- und Tagungsveranstalter». Dazu gehörten heute Installationen wie Wireless LAN, Beamer, DVD-Monitore und Grossleinwand. Die Investitionen ins Seminarwesen sollen dem Hotel Heiden, das früher Kurhotel Heiden hiess, den Zugang zu diesem Geschäftsfeld ebnen.

Das Image des traditionellen Kurhotels habe man zugunsten eines modernen Kur- und Seminarhotels abgestreift. «Wir sind in den letzten Jahren ins Seminarwesen hingewachsen», sagt Lips. Dazu sei es auch im Zusammenhang mit den immer restriktiveren Vorschriften im schweizerischen Gesundheitswesen gekom-

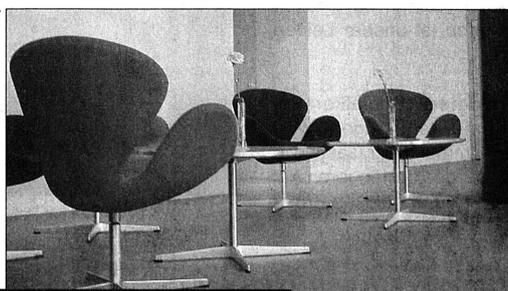
men, welche eine freie Entfaltung einschränken.

DIE MARKTNISCHE AYURVEDA BEARBEITEN

Das Gesundheitszentrum des Hotels verfügt jetzt neben Sauna und Solarium auch über einen Therapie- und Fitnessbereich. Angegliedert ist eine Arztpraxis. Gebucht werden können im Hotel Massagen, Physiotherapie, Chinesische Medizin, Ayurveda, Kosmetik und Coiffeur. «Mit Ayurveda bearbeiten wir eine Marktnische mit Zukunftsaussichten», sagt Lips.

Dem 66-Zimmer-Hotel wurde das Qualitätsgütesiegel der Stufe II verliehen.

Foto: zvg



MODERN UND ZUKUNFTSORIENTIERT

Das Hotel Heiden hat das Image des traditionellen Kurhotels abgestreift und gibt sich zukunftsorientiert.



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 Aufenthalt, 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 auf einander 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.



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

Wie kam es zur Zusammenarbeit zwischen hotelleriesuisse und happy?

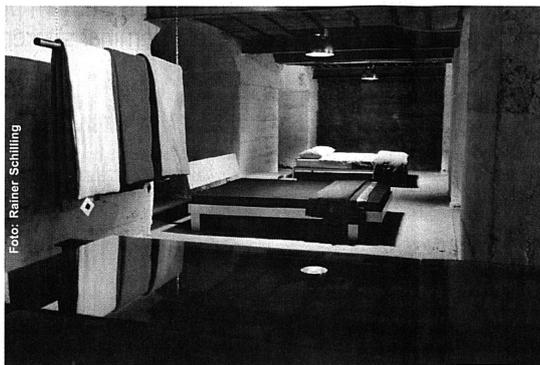
Dienstleistungspakete wie Matratzenmietkonzept oder Matratzenreinigung und auch Matratzenverkauf direkt ab Hotel.

S. Egger: Die Zusammenarbeit hat sich seit einiger Zeit schon irgendwie natürlich ergeben. Auf Grund unserer Kontakte und Erfahrungen, die wir im Hotelausstattungsbereich 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 Mehrwerte 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.



Schlafen in Harmonie - happy Showroom Gossau SG

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 Waren-
gutschein

Bei Abschluss eines
Mietvertrages ab
30 Matratzen

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



FRITIERÖL / Die Qualität kann mit modernen und erschwinglichen Geräten zuverlässig gemessen werden. SEITE 17



LUZERN / Das Hotel Palace investierte kräftig in öffentliche Räume. Eröffnung des neuen Restaurants «Jasper». SEITE 18

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

MC DONALD'S / Nach dem VR-Präsidenten trat nun auch der CEO zurück

Skandal lässt Köpfe rollen

Nun ist er also doch über seine sexuellen Belästigungen gegenüber Mitarbeiterinnen gestolpert: Waldemar Nuwall (Bild links) hat am Montag seinen sofortigen Rücktritt als CEO von McDonald's Schweiz eingereicht. Er wird durch den Österreicher Martin Knoll ersetzt. Knoll ist derzeit Vice President Marketing von McDonald's Zentraleuropa.



Der seit Anfang 2003 als CEO amtierende Waldemar Nuwall (41) soll laut Medienberichten Mitarbeiterinnen sexuell belästigt und ihnen unzweideutige Angebote gemacht haben.

SCHRIFTLICHER VERWEIS VOM VR

Nach einer internen Untersuchung unter der Leitung der Personalchefin von McDonald's Österreich war McDonald's jedoch zum Schluss gekommen, dass das Verhalten von Nuwall zwar zu missbilligen, der Vorwurf der sexuellen Belästigung aber «nicht gerechtfertigt» sei. Nuwall war vom Verwaltungsrat von McDonald's Schweiz angewiesen worden, in Zukunft jegliches Verhalten zu unterlassen, «das ihn dem Verdacht unkorrekten Umgangs mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aussetzt». Da die Medienberichte über den Vorfall «dem Image von McDonald's schaden», habe sich Nuwall für den Rücktritt entschieden, teilte McDonald's mit.

VR-PRÄSIDENT HAMMER DISTANZIERT SICH

Ihre Kündigung eingereicht hat am Montag auch Andrea Hemmi, Kommunikationschefin der McDonald's Suisse Holding SA. Sie begründet diesen Schritt mit der «unterschiedlichen Auffassung bezüglich der Kommunikation». Bereits vergangene Woche war Urs Hammer (Bild rechts), der das McDonald's-Geschäft in der Schweiz seit Anfang der Achtzigerjahre aufgebaut hatte, als Verwaltungsrats-Präsident von McDonald's Schweiz zurückgetreten. Für «Mr. McDonald's» Urs Hammer (56) war der «Fall Nuwall» offenbar zu viel. Er konnte oder wollte für McDonald's nicht mehr geradestehen. Offiziell wurde der Abgang mit der «unterschiedlichen Führungsphilosophie im Unternehmen» begründet. DST

KURZ UND BÜNDIG

Image Wear AG forciert Wachstum. Die Image Wear AG, Zürich, Anbieterin von Teambekleidungen für die Gastronomie, hat per Ende März 2003 die Ende 2002 übernommene C.I. Fashion AG vollständig operativ integriert. Die Firma ist nun daran, sich von den Schweizer Fesseln zu lösen und zu einer der gefragtesten Design-Factories für Corporate-Fashion-Projekte in Mitteleuropa zu werden, wie die Image Wear AG mitteilt. DST

FOOD DESIGN / Die Nahrungsmittelproduktion und unsere Ernährungsgewohnheiten haben sich gegenüber früher geändert. Eine Ausstellung in Bern greift diese Thematik umfassend auf. DANIEL STAMPFLI

Zwischen Küche, Kunst und Labor

Acrylamid in den Kartoffel-Kroketten, Hormone im Poulet-Fleisch, BSE-Erreger im Rindfleisch, Nitrat im Salat... Schreckensnachrichten wechseln mit Schlagzeilen folgender Art: Pasta beruhigt, Schokolade macht glücklich, Fett ist gesund, Weintrinken verlängert das Leben. Die Verunsicherung in der Bevölkerung nimmt zu und damit auch das Ernährungsbewusstsein. Die einen schwören auf die fleischlose Küche oder die Mittelmeerdiet, die anderen auf Roh-, Trenn- oder Vollwertkost. Wieder andere greifen zu Produkten, welche dank ausgeklügelten Zusätzen ein langes Leben in Gesundheit fördern sollen: das so genannte Functional Food.

VOM MANGEL BIS ZUM ÜBERFLUSS

Die Ernährungslehren und Ernährungsgewohnheiten haben sich über viele Generationen hinweg geändert: Aus einer Gesellschaft des Mangels haben wir uns im Verlauf des 20. Jahrhunderts in den industrialisierten Ländern in eine Gesellschaft des Überflusses gewandelt. Galten um 1900 noch die Kalorienmenge und die Proteine als Mass für eine gesunde Ernährung, wurde mit der Entdeckung der Vitamine und der Spurenelemente das Primat der Quantität der Inhaltsstoffe durch die Frage nach der Qualität der Lebensmittel abgelöst.

Dem Thema Essen und Nahrungsmittelproduktion widmet sich die Ausstellung «Food Design», die derzeit im Berner Kornhausforum zu sehen ist. Aufgetischt werden Kostproben aus Labor und Küche, aus Werbung und (Koch-)Kunst. Die angerichtete Tafel bietet für (fast) jeden Geschmack etwas: den schnellen Essern die Fast-food-Bar, den langsamen Geniessern kulinarische Wunschküchen, den Gesundheitsbewussten Müesligeschichten und allen zusammen einen Blick in die Laborwelt der Lebensmitteltechnologie.

BEWUSSTER UND LUSTVOLLER UMGANG

Die vom Gewerbemuseum Winterthur konzipierte Ausstellung widmet sich der Gestaltung von Lebensmitteln in der Küche und im Labor. Rauminszenierungen, Videos, Hörstationen und Versuchsanordnungen laden zum Sehen, Hören, Kosten,



ÜPPIGE TAFEL

Das Buffet von Léonie Ludovicy ist eine von drei verschiedenen Esssituationen, welche die Besucher der Ausstellung Food Design erwarten.

Schmecken ein: Die Ausstellung fragt nach der Qualität von Lebensmitteln, nach dem guten, aber auch dem wandelbaren Geschmack mit dem Ziel, einen bewussten und zugleich lustvollen Umgang mit der täglichen Nahrung zu fördern.

Die Besucherinnen und Besucher erwarten drei verschiedene Esssituationen: die Fast-food-Bar mit einer Videoinstallation von Ursula Palla, ein von Léonie Ludovicy üppig angerichtetes Buffet und eine futuristische Stehbar, die – begleitet von einer Fotoserie von Claudia Caprez und Michael Lio – Einblicke in vielfältige Esswunschküchen gewährt. Das Ausstellungspublikum kann Knöpfe drücken, Werbefilme anschauen, Essgeräusche

oder Statements von Zeitgenossen zum Thema Essen hören. Ein wichtiger Themenschwerpunkt sind die Lebensmitteltechnologie und die neuen und alten Lebensmittelkonstruktionen. Hier laden verschiedene Versuchsstationen dazu ein, dem Essen buchstäblich auf den Geschmack zu kommen.

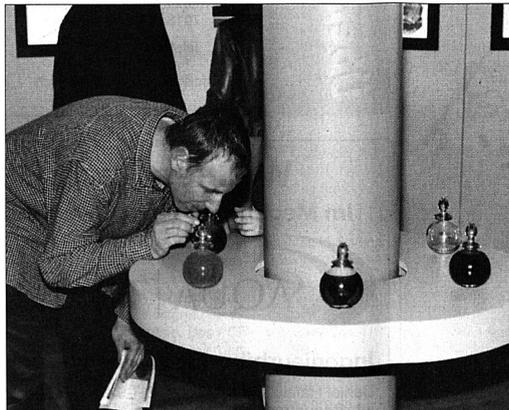
BLICK AUF FREMDE SPEISEZETTEL

Essen für die Gesundheit? Diese Frage haben sich schon vor 100 Jahren die Doktoren Bircher-Benner, Kellogg und Wander gestellt. In der Ausstellung wird deshalb dieselbe Frage an acht Personen von heute gerichtet. Ei-

nen Blick auf fremde Speisezetteln erlaubt eine Fotoserie mit 50 verschiedenen Mahlzeiten, alle eingenommen und fotografisch festgehalten an einem Tag im September 2002.

Trotz den wissenschaftlichen Aspekten kommt die Kunst des Kochens nicht zu kurz: Ihre Voraussetzungen sind geschicktes Handwerk, gelernte Techniken und verlässliche Geräte. Von Unglück, Pech und Pannen in der Küche und am Tisch zeugen Werbefilme, TV-Kochsendungen und eine Auswahl von Kurzfilmen.

Ausstellung «Food Design»: Kornhausforum Bern, bis 8. Juni 2003; Öffnungszeiten: Di-Fr 10-19 Uhr, Sa + So 10-17 Uhr; Eintritt: Fr. 10.–/8.–, SchülerInnen bis 16 Jahr Fr. 3.–



AUF DEN GESCHMACK KOMMEN

An diversen Duftnoten darf geschnuppert werden.

Interessantes Rahmenprogramm

Ein reich befrachtetes Rahmenprogramm begleitet die Ausstellung «Food Design». Hier ein paar Leckerbissen:

Max Bottini bittet zu Tisch: Koch- und Essperformance von und mit Max Bottini. Max Bottini kocht irgendwo in der Stadt Bern für einen Gast, der sich spontan zu einem Essen einladen lässt. Die Teilnahme an der Aktion ist kostenlos, als Gegenleistung erwartet der Koch von seinem Gast, dass er ihm seine Zeit und eine Ansichtskarte schenkt (bis 14. Mai im Stadtraum von Bern).

Wang Xiang, Artist der chinesischen Kochkunst: Der zweifache Weltmeister im Früchte- und Gemüse schnitzen demonstriert seine Fertigkeit (30. Mai im Kornhausforum).

«La Grande Bouffe», Film von Marco Ferreri, mit Marcello Mastro-

ianni, Michel Piccoli (1973): Eine Gruppe gut sitzierter Männer begibt sich zusammen mit ein paar Prostituierten in eine Villa auf dem Lande und beschliesst, sich zu Tode zu essen. Drei der Frauen halten es ein, zwei Tage aus. Andrea, eine Lehrerin, bleibt bis zum Ende (11. und 12. Mai, 21 Uhr, Cinéma, Wasserwerkstrasse 7, Bern).

«The Cook, The Thief, His Wife And Her Lover», Film von Peter Greenaway (1989): Die Frau eines barbarischen Verbrechers geht eine geheime Romanze ein mit einem netten Buchhändler – zwischen den Mahlzeiten im Restaurant ihres Gatten. Essen, Farbe, Sex, Mord, Folter und Kannibalismus sind die exotische Kost in diesem grandios gefilmten, aber kompromisslos modernen Märchen (15. bis 17. Mai, 21 Uhr, Cinéma, Wasserwerkstrasse 7, Bern). DST

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

SOLLTE IHR BETRIEB EIN BESSERES
BETRIEBSERGEBNIS ERREICHEN, Z.B.

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

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Profitieren Sie von
unseren Branchenkenntnissen!

Kauf & Verkauf
von Hotelliegenschaften.
Absolute Diskretion ist für
uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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



Zu verkaufen in
Grindelwald
3-Stern-Hotelbetrieb

Etablierter Hotelbetrieb an attraktiver,
ruhiger Südhänglage mit 63 Zimmer
und gepflegter Restauration.

GRIWAPLAN AG • 3818 Grindelwald
Immobilien-Treuhand-Architektur- & Ingenieurbüro
Tel +41 (0)33 853 45 00 • Fax +41 (0)33 853 45 16
E-mail: info@griwaplan.ch • www.griwaplan.ch

Zu verkaufen
aussergewöhnliches, sehr gepflegtes und rentables

3-★-Hotel am Lago Maggiore
mit renovierter Patriziervilla dazu

15 Min. von Locarno entfernt
ca. 65 Betten, PP für alle Zimmer, alle Zimmer kompl.
ausgestattet, inkl. Seesicht, Seeterrassen-Restaurant,
Innen-Restaurant mit Saal (total ca. 120 Plätze)
Sonnengarten, direkter Seezugang,
Bootsplatz inkl. Boot.
Bewilligte Bauprojekte für weitere Gebäude
auf dem Land der Villa.

Verkaufspreis: Fr. 4,5 Mio.

Nur solvente Interessenten melden sich bitte bei:
Rosenberg Immobilien &
Bill Immobilien International
Hotel & Gastro
Immobilienmanagement
Tannenbachstrasse 10, 8942 Oberrieden/Zürich
Telefon 01 722 25 34, Fax 01 722 25 04

rosenberg@rosen-immo.com
www.Bill-Immobilien.com

155885/419888

Bern, Nähe Bahnhof

Gastronomiebetrieb, 80 Sitzplätze,
ideale Passantenlage, keine Terrasse,
2 Wirtwohnungen
5 Mansarden für Personal

Verhandlungspreis CHF 1.55 Mio.
Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.



T. GRAF IMMOBILIEN-MANAGEMENT AG
Sulgenauweg 40 Postfach 8375 3001 Bern
031 378 55 75 info@grafimmo.ch www.grafimmo.ch

alaCasa.ch
für Wohnkonzepte

ELSASS/FRANKREICH
Zu verpachten oder verkaufen

**Hotel-Restaurant-
Pizzeria-Bar**

sehr guter Zustand, 900 m² mit zwei
Privatwohnungen, 60 Parkplätze.

Telefon 079 300 56 85, Hr. Frank

155701/409772

**Mediterranes Restaurant
an guter Lage!**

Zu verpachten an:
Betriebsleiter-Paar (Koch/Gastgeberin)
oder Chefkoch, mit Berufserfahrung

Restaurant (80 Personen), Mercato, Bar,
Gartenwirtschaft (40 Personen),
2 kleine Säle (teilbar 50 Personen) und
grosser Veranstaltungssaal (250 Sitzplätze)

Topzustand (17-jährig), 6 km von Bern,
mit modernster Infrastruktur!
Eröffnung nach Vereinbarung.

Schriftliche Bewerbungen erbeten an:

Titus Immobilien AG
Thomas Kohler
Fabrikstrasse 2, 3012 Bern
info@titusimmo.ch

156071/421067

Zu verkaufen an sehr guter Verkehrs-
lage in der Stadt Zürich!

Liegenschaft 560 m², Restaurant mit Garten-
wirtschaft, Büros, Wohnungen und Parkplätzen
VP Fr. 2,5 Mio. Geeignet für neue Gastro-
konzepte.

Interessenten melden sich schriftlich:
J. Knuchel, Bächlerstrasse 32,
8802 Kilchberg, j.knuchel@tiscali.net

155335/423711

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

**stilvolles
***Hotel mit guter Rendite**

Attraktives, ausbaufähiges
Konzept - mit internationaler
Stammklientel; 23 Doppelzimmer,
Schwimmbad, Schiffsanlegestelle,
3 Restaurants und Personalhaus.

Informationen:
PLT Invest SARL,
Postfach, 8033 Zürich,
Telefon 01 361 11 25,
Fax 01 361 12 55,
E-Mail: em-orn.steiger@plt.ch

155844/247804

Zu verkaufen im Tessin!

- Region Lago Maggiore
- 3-Sterne-Hotel in Ascona
- Schwimmbad/Restaurant/Garage
- sehr gute Lage

3-Sterne-Hotel in Locarno
zentrale Lage

Informationen erhalten Sie bei:
GLANUM SA
Via Buvetti 11
6800 Locarno-Muralto
Telefon +41(0)79 230 12 24

156018/193690

AUS-/WEITERBILDUNG

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

In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch
anwendbares **FRANZÖSISCH**
COIEL Négociative
F-79370 CELLES/BELLE
Telefon: 0033-5-49-279-275
Fax: 0033-5-49-272-179
E-Mail: coiel@meilecom.fr
http://www.meilecom.fr/coiel

- * 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

145309/38204

ANZEIGEN

Die ideale
Gartenrestaurant-Überdachung
**'s het solang 's het
Einmalige Gelegenheit
Pavillon von Expo.02**



Superpreis
Stück nur
Fr. 2000.-
exkl.

Pavillon 5x5 m, winterfest, Gestell Stahl verzinkt,
Dachfarbe weiss, St. Fr. 4200.- neu,
jetzt nur Fr. 2000.-, z. B. für 2 Autos, Garten-
pavillon, Lager, Restaurant, Ausserverkauf,
Weidezelt. Seitenwände erhältlich.

Sofort abholbereit oder lieferbar

Texbau AG, 4658 Däniken
Zeltbau, Blachen, Überdachungen, Segel
Telefon 062 291 10 70, Fax 062 291 11 45

155862/283866

Wir reparieren polieren versilbern

Verbeulte Weinkühler?

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

Top Musiker
Ehemaliger Profimusiker mit zwei Keyboards,
singt in Deutsch, Italienisch und Spanisch.
Stil: Tanzmusik, Bar-Musik, Südamerikanisch.
Frei für Anlässe aller Art. Demo-CD Fr. 6.-
Rino Linguanti, Hofstrasse 2, 8887 Mels
Telefon und Fax 081 723 25 81 153639/421468

HUGENTOBLER
Kochsysteme HG 3000

Occasionsverkauf und Hausmesse

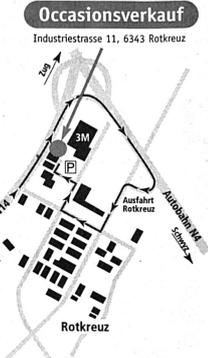
mit Präsentation einer
Weltneuheit in Rotkreuz

**Montag, 12. Mai bis
Mittwoch, 14. Mai 2003
täglich von 9.00 Uhr
bis 18.00 Uhr**

Wir werden Ihnen die Evolution in der Griddle-
Geschichte live demonstrieren und servieren
Ihnen Grilladen vom Indu-Griddle HG 3000.
Unser gesamtes Occasioneintausch-
und Neu-/Liquidationslager steht
für Sie zum Kauf bereit.
Herde, Apparate, Tische, Korpusse usw.
Topqualität zu super Preisen!

**GreenVac
Material
aus Konkurs-
masse**

Occasionsverkauf
Industriestrasse 11, 6343 Rotkreuz



Hugentobler AG Industriestrasse 11 • 6343 Rotkreuz
Telefon 041 790 43 64 • Fax 041 790 43 65
www.hugentobler.ch • info@hugentobler.ch

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

hotellerie.suisse Voranzeige **GASTRO SUISSE**

Golf-Schweizermeisterschaften
der Hoteliers, Restaurateure und Cafetiers.
Montag, 23./Dienstag, 24. Juni 2003 in Domat-Ems

Anmeldungen an:

Rudolf A. Schmidt
Romantik Hotel Schweizerhof
7018 Flims-Waldhaus
Telefon 081 928 10 10
Fax 081 928 10 11
info@schweizerhof-flims.ch

Edith Casutt
Restaurant Tirral
7013 Domat-Ems
Telefon 081 633 13 73
Fax 081 633 23 75
Tirral@bluewin.ch

156029/11380

Wellness und Bädertechnik.
Im Megatrend die richtige Auswahl. - Wir helfen ihnen!



AQUA TRANSFORM

Ingenieurbüro für Wellness- und Bädertechnik
Daniel Häfele, Burgau 1605, CH-9230 Flawil
info@aquatransform.ch
Telefon 071 385 80 90, Fax 071 393 80 91

REINIGUNG / JohnsonDiversey redimensioniert Chemie vor dem Aus

JohnsonDiversey will im Sommerhalbjahr 2004 die chemische Produktion in München einstellen. Davon sind rund 40 Personen betroffen, wie JohnsonDiversey mitteilte. Die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen bei der Stellensuche unterstützt werden. Dieser Entscheid sei getroffen worden, um die Wettbewerbsfähigkeit von JohnsonDiversey auf dem Europäischen Markt zu sichern. Dies

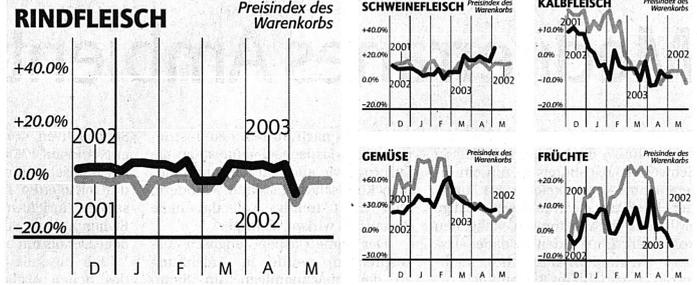
sei das Resultat einer Studie, welche die Standorte der chemischen Produktionen von JohnsonDiversey in Europa sowie die Lieferverhältnisse mit externen Partnern untersuchte.

Von der Massnahme nicht betroffen sind die Essigproduktion und die Maschinenfabrik in München. Weltweit beschäftigt JohnsonDiversey rund 15 000 Mitarbeiter, davon über 500 in der Schweiz. *DST*

Silbermedaille errungen

Neuenburger Schaumwein. Die Cuvée Prestige «Louis Thiébaud» Brut, Neuchâtel AOC, wurde anlässlich des im Burgund stattfindenden önologischen Wettbewerbs «Chardonnay-du-Monde» mit einer Silbermedaille ausgezeichnet. Es handelt sich dabei um einen Schaumwein aus Chardonnay-Trauben, die ausschliesslich aus Neuenburger Rebbergen stammen. Der Degustation stellten sich insgesamt 1167 Muster aus 37 Ländern. *DST*

PRODINDEX 5. 5. BIS 10. 5. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



ÖLQUALITÄT / Der Öl-Lebenszyklus schwankt je nach Art und Menge der Friture

Nicht einfach nur messen

«Über Nacht sinken die polaren Anteile, da sie spezifisch schwerer sind»: Franz Voney von Syntec Instruments AG empfiehlt, am Morgen die unterste Schicht des Friteusenöls abzulassen und zu entsorgen. Nach dieser wirkungsvollen Aufbesserung misst man die polaren Anteile und notiert den Messwert. Liegt er einige Prozent unter dem Toleranzwert von 27 Prozent (wie viel ist Erfahrungssache), kann man das Öl weiterverwenden.

Andernfalls wechselt man es komplett oder ersetzt die abgelassene Teilmenge durch Frischöl. Perfektionisten messen auch am Feierabend, um den Abend- mit dem Morgenwert zu vergleichen. Auf diese Weise gewinnt man Erfahrung über den Öl-Lebenszyklus, welcher je nach Fritureart und -menge von Betrieb zu Betrieb schwankt.

GRÖßERE SORGFALT SEIT ACRYLAMID

Alle Köche sind heute gefordert bei der Qualitätssicherung. Seit der Entdeckung des Acrylamid-Problems wird bei Friture besondere Sorgfalt verlangt: Die deutschen Behörden verordnen der Gastronomie sogar eine maximale Fritiertemperatur von 175°C und büssen «Temperaturünder».

Aber die Probleme beginnen manchmal schon auf einem elementaren Niveau: Hans Enzler, HACCP-Berater der «Gastro-Hygiene Anstalt» in Schaan konstatiert: «In der Gastronomie fehlt oft ein Thermometer, das bis 200°C messen kann.

THERMOSTATE JÄHRLICH ÜBERPRÜFEN

Daher merkt niemand, dass trotz eingestelltem Sollwert von 160°C das Öl heisser als 180°C wird.» Friteusen-Experten raten, den Thermostat jedes Jahr zu kontrollieren. Aber «viele Friteusen werden nie serviert», bedauert Enzler.

«Dabei könnte man nicht nur Energie sondern auch Öl sparen.» Diese Erfahrung bestätigt auch Hunkeler. Nicht nur das Öl, sondern auch den Thermostaten muss man regelmässig überprüfen.

OFT ZU HEISS EINGESTELLT

Ein richtig funktionierender Thermostat ist das A und O für die Ölqualität sowie die Standzeit des Öls. Eine Untersuchung des kantonalen Labors Solothurn an zwanzig Friteusen ergab, dass solche Sollwert-Abweichungen bis 41°C zu niedrig respektive bis 25°C zu hoch vorzukommen können. Nur bei vier Friteusen lag die Schaltdifferenz unter +/- 5°C.

Dies war zwar eine Stichprobe vor zehn Jahren, und moderne elektronische Regler sind genauer. Aber in der Praxis werden die Friteusen oft auch bewusst zu heiss eingestellt, daher überwiegen Plus-Abweichungen. *GB*

FRITIERÖL / Derzeit kommen erschwingliche und technisch verbesserte Fritieröl-Messgeräte auf den Markt. Sie eignen sich für die sekundenschnelle und genaue Qualitätsbestimmung. *GUIDO BÖHLER*

Schnell und präzise messen

Mehrere Firmen lancieren derzeit Fritieröl-Messgeräte, die man wie Thermometer verwendet: Man taucht die Gerätespitze in die Friteuse. Diese Instrumente ermöglichen, den Zeitpunkt des Ölwechsels genauer zu bestimmen. Ein solches Gerät ist der «Frotty-Stub» der Firma Syntec Instruments AG. Bei seiner Lancierung letztes Jahr zeigten sich allerdings Anwendungsprobleme: es war nicht genug robust für die Gastronomie. «Die Kinderkrankheiten sind nun behoben», verspricht Verkaufsleiter René Voney. Frotty hat einen Vorgänger: das Tischmodell «Frotter», eine verbesserte Variante des USA-Pioniers «Food Oil Sensor», das von einigen Lebensmittelinspektoren eingesetzt wird. Alle diese Geräte messen die polaren Stoffe, die sich beim Ölverderb bilden, indirekt elektrisch als so genannte Dielektrizitäts-Konstante DK.

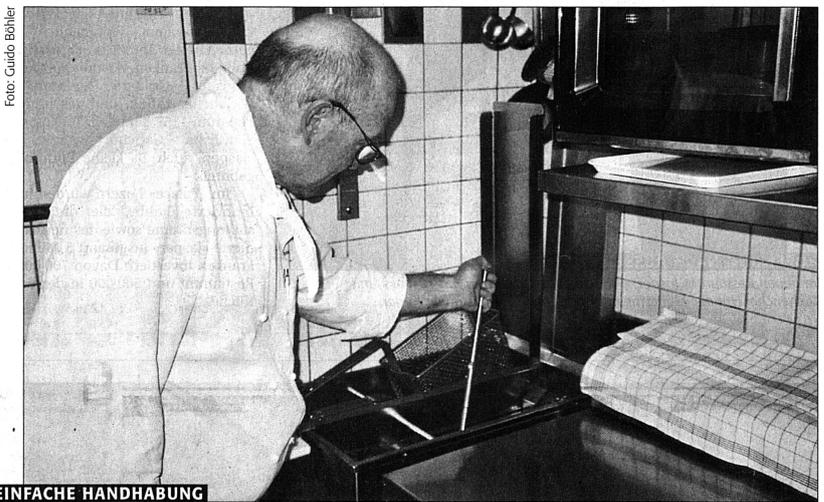
DRAHTLOSE INFRAROT-SCHNITTSTELLE

Beim Frotty kann man über eine drahtlose Infrarot-Schnittstelle am Display-Kästchen die Polarstoffe in Prozent ablesen. Es ist ab Werk auf Erdnussöl geeicht, kann aber auf «Sais Friture 100» umgeiecht werden. Bei den hierzulande üblichen Fritierölen «sind die Eichunterschiede gering», konstatiert Franz Voney, Technischer Leiter von Syntec. «Beim High-Oleic-Sonnenblumenöl zeigt es mit Erdnussöl-Eichung 1 Prozent zu hoch an.» Grösser wird der Fehler, wenn man Poulet fritiert: je mehr Hühnerfett ins Fritieröl gelangt, desto grösser die Abweichung auf der Plus-Seite.

Die Firma Testo stellte kürzlich an der Hochschule Wädenswil ein ähnliches «A-la-minute»-Fritieröl-Messgerät vor und wird es an der Zürcher MEFA-Messe im Mai wieder demonstrieren. «Auch Lebensmittelkontrolleure sind eine Zielgruppe», so Verkaufsleiter Daniel Kiener. Man liest entweder den Gehalt an polaren Stoffen in Prozent ab oder schaut, welche Lampe aufleuchtet: grün heisst gut, gelb Vorsicht und rot verdorben. Man

Sichere Messung

Die Polarstoffe lassen sich auch direkt messen, aber mit Wartezeit: Die Firma 3M verkauft das Testgerät PCT 120, welches folgendermassen funktioniert: Man legt einen Teststreifen ins Gerät und füllt einen Löffel Öl oder Fett ein. Nach 35 Minuten kann man das Resultat ablesen. Diese Zeit benötigt das Gerät, um die Polarstoffe abzutrennen, d.h. es macht eine echte Analyse. Allerdings kann man das Resultat nicht als Zahl ablesen, sondern als Abstand eines blauen Punktes zur Grenzlinie. Das PCT 120 ist nicht zu verwechseln mit den 3M-Teststreifen, welche nur die freien Fettsäuren messen. Diese Streifen wie auch den «Merck Fritest» hält Bertschi für unsicher. Untauglich ist auch der visuelle Test auf die Farbe des Öls. *GB*



EINFACHE HANDHABUNG

Kontrolle der Fritierölqualität: Wasserrückstände verursachen grobe Messfehler.

kann das Gerät geeicht kaufen oder selbst mit Frischöl eichen. Ein weiterer neuer Anbieter eines Messgerätes der Marke «ebro» ist die Firma VWR.

Obwohl diese Handmessgeräte wie Stabthermometer aussehen, ist ihre Handhabung ein wenig anspruchsvoller: Man darf sie beim Messen nicht bewegen und nicht überhitzen bzw. zu lange ins heisse Öl tauchen. Wasserrückstände vom Waschen verursachen grobe Messfehler. Und Friteusen-Experte Rudolf Bertschi in Wallisellen gibt zu bedenken, dass der enge Quer-

schnitt des Stabs für eine Handreinigung unzugänglich ist: «Wenn sich im Innern polymerisierte Ölrückstände aufbauen, stören diese die Messung.»

Alle Schnellmessgeräte, welche die DK messen, haben ein weiteres Handicap: Wasserblasen und Partikel im Öl können das Resultat verschlechtern. Der deutsche Fritieröl-Experte Christian Gertz weist darauf hin, dass «Temperaturunterschiede die Messung beeinflussen» und «bei Kokos- und tierischen Fetten fehlerhafte Resultate entstehen». Bruno Hunkeler

von Hunkeler Gastro AG in Luzern gibt zu bedenken, dass DK-basierte Messgeräte verschobene Werte anzeigen, wenn man dem Öl Fritier-Hilfsmittel wie «Maxfry» oder «Frypower» zusetzt.

Als Alternative zu DK-Messgeräten gibt es den «Fri-Check»: Hunkeler lanciert «Fri-check Eco», ein kostengünstiges portables Testgerät. Dieses misst Dichte, Oberflächenspannung und Viskosität des Öls und berechnet den polaren Anteil. Dank der dreifachen Messung ist es «für jede Ölsorte verwendbar», so Gertz.

Fritieröl-Messgeräte werden high-tech

Lieferant Internet-Info Preis

Creafood GmbH
www.creafood.ch
www.syntec.ch
Fr. 444.-
Hunkeler Gastro AG
www.hulu.ch
ca. Fr. 800.-

3M (Schweiz) AG
Telefon 01 724 90 90
www.mmm.com
Fr. 295.-

Scantecno Trading
Telefon 01 724 12 15
Fr. 2950.-

Testo AG
www.testo.ch
Fr. 450.-
VWR International AG
Telefon 01 745 14 14
www.ebro.de
Fr. 980.-

Produktbeschreibung

DK = Dielektrizitätskonstante, PA = polarer Anteil des Öls
Urteile von kantonalen Laboratorien: (S) = Solothurn, (F) = Freiburg

Frotty
Handgerät, Analysendauer: Sekunden, Messprinzip: DK
Ablesung: 4 Stufen, Option: Datenanzeige über Infrarot-Link
«Vergleichbar mit Laboranalysen» (F)

Neu: Fri-check Eco
Handgerät, Analysendauer: 5 Minuten, Anzeige: % PA.
Misst Dichte, Oberflächenspannung und Viskosität und berechnet den polaren Anteil daraus unabhängig von der Ölart. Ab Werk geeicht
PCT 120

Tischgerät, PA direkt gemessen
Analysendauer: 35 Minuten, Messprinzip: Abtrennung der PA
Anzeige: PA als Abstand eines Punktes zur Grenzlinie
Beim Einfüllen spielt die Temperatur der Probe keine Rolle «Recht gut» (S)

Food oil Sensor FOS
Tischgerät, Analysendauer: Sekunden, Messprinzip: DK
Neulancierung im Frühling: robuster und mit moderner Elektronik, Anzeige in % PA
Bei McDonald's im Einsatz seit vier Jahren «Sehr gut» (S)

Testo 265
Handgerät, Analysendauer: Sekunden, Messprinzip: DK
Ablesung: grün-gelb-rot oder % Ab Mai lieferbar

Ebro FOM 200
Handgerät, Analysendauer: Sekunden, Messprinzip: DK
Ablesung: % PA, Temperaturmessung 20° bis 220°
Ab Werk für mehrere Ölarten geeicht
Ab Mai: neues, bedienerfreundliches Modell mit Menüführung

LUZERN / Im Luzerner Hotel Palace wurden die Lobby und drei Veranstaltungsräume aufwändig renoviert. Eröffnet wurde das völlig neu konzipierte Restaurant Jasper. Angesprochen werden sollen lokale wie auch internationale Gäste. **MARTIN J. PETRAS**

Mediterranes Ambiente mit edlen Materialien

Der Erneuerungs- und Modernisierungsschub der Gastronomie in Schweizer Luxushotels ist um ein interessantes Kapitel reicher. Im Luzerner Hotel Palace wurde das ehemalige «Mignon» architektonisch völlig neu konzipiert: Entstanden ist dabei «Jasper», ein modern-klassisches, mediterran ausgerichtetes Restaurant.

Die sanfte Modernisierungswelle der Hotelgastronomie hierzulande entspricht aber nicht einer Moderscheinung, sondern vielmehr einer Notwendigkeit. Treffend sagte es der «Palace»-Direktor Andrea Jörger anlässlich der Vorstellung des neuen Restaurants: «Mit dem neuen Restaurant möchten wir auch die Öffnung

des Hotels nach aussen demonstrieren.» Das «Jasper» sei genauso an die Luzerner wie auch an die internationale Kundschaft gerichtet. «Modern, aber nicht trendy» soll das neue Restaurant wirken, so Jörger.

Der Name «Jasper» (englisch auszusprechen) wurde in Anlehnung an den gleichnamigen, im Raum verwendeten Schmuckstein gewählt. Bei der Gestaltung des Lokals hat die 33-jährige Zürcher Innenarchitektin Iria Degen konsequent ein dezentes südliches Ambiente gewählt. «Nicht einfach blau wie Wasser, oder gelb wie Sonne», so Iria Degen, «sondern vielmehr die Zwischentöne der mediterranen Farben wie zum Beispiel

Sand, Oliven und Artischocken». So entstand auf 175 Quadratmetern eine harmonische Einheit, die von der dunkelviolettten Decke, über die gesamte Einrichtung bis zum hellen Eichenparkett unaufdringlich sämtliche Details mit einbezieht.

Für die kulinarische Ausrichtung des neuen «Palace»-Restaurants ist der 36-jährige, aus Bozen in Südtirol stammende Hannes Malfertheiner verantwortlich.

«MEDITERRAN-ALPINE KÜCHE»

Seine mediterrane Küche – neuerdings in der Gastronomie ein viel strapazierter Begriff – überzeugt mit aromatischen und farbenfrohen Kreationen, bei welchen er Anregungen aus dem Mittelmeerraum wie auch der Alpenregion vereint. So zum Beispiel: «Gebratene Kartoffel-Speck-Nocken mit frischen Morcheln und getrockneten Tomaten» (grosse Portion 32 Franken, kleine Portion 19 Franken), «Grillierter Steinbutt mit Bärlauchkartoffeln und geschmorten Peperoni» (57 Franken/39 Franken). Sämtliche Gerichte werden im «Jasper» auch als kleine Portion angeboten.

Im «Palace» Luzern wurden in die renovierte Lobby, die drei Veranstaltungsräume sowie das neu konzipierte «Jasper» insgesamt 3 Millionen Franken investiert: Davon 700 000 im Restaurant und 500 000 in der neuen Küche.

Foto: zig



RESTAURANT JASPER

Im Luzerner Hotel Palace entstand ein neues modern-klassisches, mediterran ausgerichtetes Restaurant mit 65 Sitzplätzen.

Foto: Martin J. Petras



«ÖFFNUNG NACH AUSSEN»

Im neuen Restaurant Jasper: «Palace»-Direktor Andrea Jörger (links) mit Küchenchef Hannes Malfertheiner und Directrice Constanca Jörger.

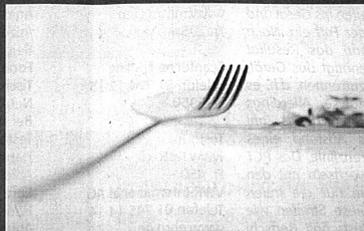
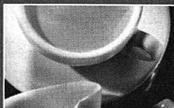
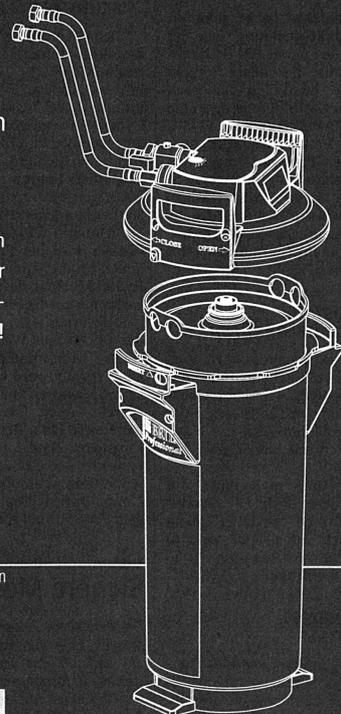
Anzeige

Kulinarische Köstlichkeiten aus Kombidämpfer und Backofen

Mit dem speziell für gastronomische Anwendungen entwickelten innovativen Filtersystem von BRITA profitieren Sie von optimierter Kostenkontrolle und noch höherer, absolut gleichmäßiger Wasserqualität – die zentralen Faktoren für Ihren wirtschaftlichen Erfolg!

aquaQUELL
PURITY

www.brita.ch
www.aquaquell-purity.com



BRITA
Professional

BRITA AG
Gassmatt 6
CH-6025 Neudorf/LU
fon: +41 (0)4 19 30 30 60
fax: +41 (0)4 19 30 30 74
info-ppd@brita.net

UNFALLURSACHEN / Die Risikofaktoren von Unfällen in der Küche

Gute Arbeitsbedingungen sind Pflicht

Enge Platzverhältnisse, Zeitdruck und Verständigungsprobleme mit fremdsprachigen Mitarbeitern sind die grössten Risikofaktoren von Unfällen in der Küche. Der Mahn-Slogan des Strassenverkehrs «wenn's passiert's» gilt auch für die Arbeit.

Johann Haas, Arbeitsinspektor am Staatssekretariat für Wirtschaft «Seco» nennt als häufigste Unfallarten in Gastro-Küchen «stechen und schneiden» (35%), «ausgleiten und stolpern» (25%) sowie «verbrennen und verbrennen» (5%). Dabei besteht ein Dilemma zwischen Hygiene und Unfallverhütung: Die Hygieneregeln fordern glatte, einfach zu reinigende Böden. Die Unfallverhütung warnt jedoch gerade vor solchen Böden, vor allem bei Nässe. Körnige Einlagen sind dabei ein sinnvoller Kompromiss.

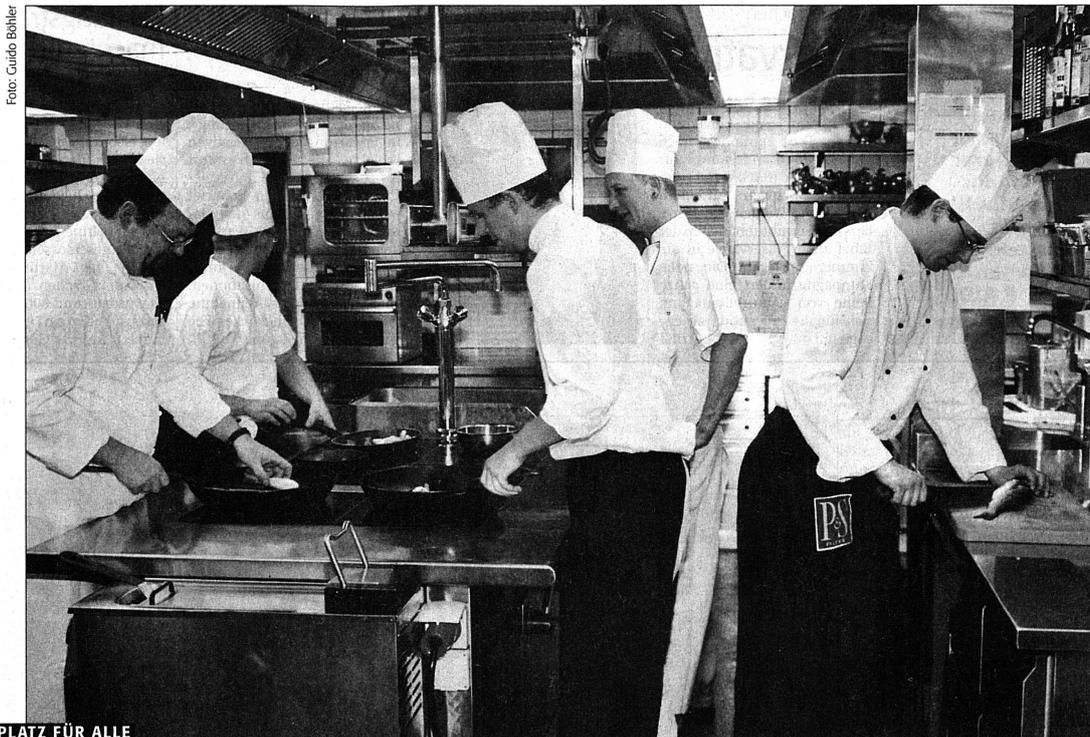
DAUERBELASTUNG VERMEIDEN

Nicht nur Unfälle gilt es zu vermeiden, sondern auch schlechende Überbelastungen des Körpers bei der Arbeit. An einem ergonomischen Arbeitsplatz sind die Arbeitsbedingungen ans Leistungsprofil des Menschen angepasst. Er soll sich ohne einseitige Dauerbelastung bewegen können, sich beispielsweise nicht dauernd bücken müssen. Bei der Wahl und Installation der Küchengeräte ist ebenfalls darauf zu achten. Das Umfeld ist wichtig, wie genügend Tageslicht, ein angenehmes Raumklima und Nichtraucherschutz. Hinzu kommen die «weichen Faktoren»: negativer Dauerstress ist zu vermeiden, und die Mitarbeiter sind regelmässig zu schulen.

URSACHEN DES ABSENTISMUS

«Arbeitsbedingte Gesundheitsprobleme erscheinen natürlich in keiner Unfall- oder Krankheits-Statistik», gibt Haas zu bedenken. «Aber zweifellos sind Arbeitsabsenzen wie auch die hohe Fluktuation der Branche Folgen davon.» Im Gastgewerbe sind die Berufskrankheiten laut Suva vor allem die Hautkrankheiten und Sehnscheiden-Entzündungen. Andreas Martens vom AEH erklärt: «Die Haut ist in der Küche oft feucht und in Kontakt mit Reinigungsmitteln, daher wird sie anfälliger. Der Bewegungsapparat wird überlastet bei repetitiven Tätigkeiten wie Rühren, oder wenn man Lasten in gebeugter Haltung bewegt». Das AEH stützt sich auf eine eigene Risikoanalyse für die Gastronomie.

Wie lassen sich arbeitsbedingte Gesundheitsprobleme beseitigen? Zunächst muss man die Probleme erkennen und dann die Risikofaktoren begrenzen. Küchenplaner sind dabei ebenso gefordert wie die Betriebsverantwortlichen und Mitarbeiter. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ist nicht nur gesetzliche Pflicht, sondern auch ein Faktor für Motivation und Effizienz. GB



PLATZ FÜR ALLE

Dank ergonomischen Verbesserungen müssen sich die Köche weniger bücken, legen kürzere Wege zurück und haben die Küchengeräte in Griffhöhe.

KÜCHENPLANUNG / Küchenbau nach ergonomischen und hygienischen Grundsätzen ist nicht nur gesetzliche Pflicht, sondern auch ein Gebot der Effizienz. Ferner steigt die Arbeits-Motivation. GUIDO BÖHLER

Auch an die Ergonomie denken

Einfache Arbeitsabläufe, kurze Wege und kreuzungsfreie Warenflüsse sind Wünsche jeder Küchenbrigade. Was aber, wenn eine Renovation ansteht und sich die engräumige Küche in einem historischen Gebäude befindet? Eine situationspezifische Planung drängt sich auf, und trotzdem sind Kompromisse unvermeidlich. Das Gersauer Seehotel Rotschuo renovierte letztes Jahr unter diesen Bedingungen: Platzmangel und historische Bausubstanz. Aber heute ist die Küchenbrigade zufrieden mit dem neuen Arbeitsplatz.

Mehr Tageslicht und logische Warenflüsse

Der zuständige Planer, Hans-Peter Schöni von hotellerieuisse, schuf ergonomische Voraussetzungen, welche die Arbeitsplätze aufwerten und die Effizienz verbessern: die Küche erhält mehr Tageslicht, die Warenflüsse sind logischer und hygienischer, und das Raumklima ist angenehmer.

«Die Lösungen sind optimal» lobt Hotelinhaber Hans-Werner Dankwardt, «obwohl wir gezwungen waren, um die bestehenden Mauern und Abwasserleitungen herum zu bauen». Dies verteuerte vor allem die Installationskosten.

Auch Küchenchef Günter Ortwig findet die neue Küche gut: «Das hygie-

nische Niveau könnte sich mit einer Spitalküche messen».

Saubere und schmutzige Zonen

Hanspeter Schöni erklärt sein Konzept: «Nur das Nötige war machbar, nicht alles Wünschbare. Der Geschirrspüler konnte dabei ausgelagert und dadurch die Produktionsfläche vergrössert werden. Der Küchenpass wurde umplatziert, so dass die Servicemitarbeiter nicht mehr die Küchenzone betreten müssen.» Das frühere Raumkonzept kann Schöni nicht nachvollziehen, es sei «unlogisch».

Auch das Hygienekonzept modernisierte der Planer: Nun gibt es eine Trennung in saubere und schmutzige Zonen. Und das Raumklima ist angenehmer, weil der alte Heizplattenherd durch einen Induktionsherd ersetzt wurde, welcher kaum Abwärme verursacht. Ausserdem wurde die Lüftungshaube durch eine wirksamere

Lüftungsdecke ersetzt und der neue Boden ist rutschfest.

Markus Andenmatten von der gleichnamigen Haustechnikfirma in Zug, welche den Umbau durchführte, betont: «Damit der Boden nicht rutschig wird, müssen Ölschwaden abgesaugt werden. Rechtzeitiges Wechseln der Luftfilter tut Not». Das Platzproblem ist allerdings nicht restlos beseitigt: vor allem der Patisserie muss sich mit dem Minimum begnügen: Neun Arbeitsplätzen (mit Apparaten, ohne Kühlräume und Office) stehen 77 Quadratmeter Küchenfläche zur Verfügung.

Bewegungsspielraum und Griffnähe

Ein anderes Beispiel einer solchen Renovation ist das Château Mosimann in Otten. Die Firmen «Culinex» sowie «Bel Etage» realisierten dort ebenfalls ergonomische Verbesserungen und mussten sich auf das Notwendige beschränken. Innenarchitekt Rudolf

Schweizer von «Bel Etage» baute das bestehende Office in eine Satellitenküche um und ein kleines Office neu dazu. Der umgebaute Teil wurde ergonomisch verbessert: die Köche müssen sich weniger bücken oder laufen und haben mehr Material im Griffbereich. Die Rückwände sind schallabsorbierend, der Boden rutschfest und der Induktionsherd erwärmt die Raumluft weniger.

Gleichzeitig stieg das kulinarische Niveau, und die Zahl der Köche ist grösser. Allerdings ist der Platz nach wie vor eng: «Nur 0,3 Quadratmeter Küchenfläche pro Sitzplatz war erreichbar», so Schweizer. Als Faustregel gilt eine Fläche von 0,5 Quadratmeter.

Umso wichtiger ist die Griffnähe: wenn der Koch seine Geräte ohne zu laufen bedienen kann, behindert er auch seine Kollegen weniger. Das AEH Zentrum für Arbeitsmedizin, Ergonomie und Hygiene empfiehlt für jeden Koch einen Meter Bewegungsspielraum nach hinten plus 60 cm Durchgang.

Ergonomische und sichere Arbeitsplätze

Checkliste

- Tageslicht und Sicht ins Freie
- Künstliche und Not-Beleuchtung
- Frischluftmenge, Lufttemperatur und -feuchte
- Luftraum und Bewegungsfläche
- Lärmschutz
- Rutschfeste Böden
- Arbeitshöhe, -fläche, Griffbereich, Abstellfläche
- Geräte: Sicherheitsvorrichtungen, Abstände
- Bedienungselemente im Griffbereich
- Eindeutige, übersichtliche Anzeigepanels
- Messer: Sicherheitsgriffe, Klingebreite
- Handhaben von Lasten
- Einseitige Beanspruchung vermeiden
- Erholungspausen

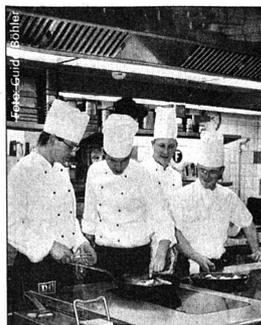
Ergonomie und Effizienz

Mit einem Cockpit kann man Kompaktküchen vergleichen, wie sie von den Firmen Hugentobler bzw. Palux angeboten werden: Der Koch kann alle Apparate fast an Ort bedienen, der Raum ist komprimiert und hat keinen Mittelherd, dafür multifunktionelle Geräte. Hugentobler AG nimmt an, ihre «Compact-Küche» von 4x7 m reiche für hundert Sitzplätze. Die Einrichtungen und Arbeitsabläufe sind ergonomisch und effizient gestaltet.

Ein Koch kann allein gleichzeitig aufbereiten wie à la carte produzieren. Diese Küche kann auch mit zwei Köchen bemannt werden – entweder nach Posten aufgeteilt oder parallel arbeitend. Die Effizienz hängt aber von der Systemkochweise ab: Beide Firmen propagieren das Entkoppeln von Produktion und Fertigung mittels Cook+Chill, um die Arbeitsspitzen zu brechen und die Produktion mittels Grosschargen zu rationalisieren. GB

Was ist Ergonomie?

Dieser Zweig der Arbeitswissenschaft befasst sich einerseits mit der Anpassung der Arbeitsbedingungen an die Fähigkeiten und Eigenschaften des Menschen und andererseits mit dessen Anpassungsmöglichkeiten an die Arbeit. Laut «Küchenbuch» von Palux sind die Hauptforderungen in Küchen: Arbeitshöhe von 90 cm mit flächenbündigen Modulen, damit man schweres Geschirr schieben kann. Richtig platzierte Griffe und verständliche Symbole. Runde Ecken mindern die Verletzungsgefahr und erleichtern die Reinigung. In diesem Buch stehen ausserdem Checklisten für die Küchenplanung. GB



Angenehmes Raumklima dank Induktionsherd.

STOP AIDS / Auch Hoteliers angesprochen

Bibel oder Präservativ?



Auch Hoteliers sollen ihren Beitrag zur Aids-Prävention leisten. Dies zumindest nach Ansicht des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) und der Aids-Hilfe Schweiz. Auf einem der Plakate werden die Hoteliers dazu ermuntert, neben der Bibel auch Präservative in die Zimmer zu legen. Die neue Kampagne fordert eine ganze Reihe von «Autoritäten» auf, sich für die Prävention zu engagieren. **DST**

IM VIERTEN JAHR / Tourismuspreis Schweiz

Innovationen à gogo



Die Redaktion der hotel + tourismus revue ist «in Erwartung»: In Erwartung der innovativen Projekte, die sich ab sofort bis zum 31. Juli um den Milestone 2004 bewerben. Erwartet werden Projekte aus den Bereichen Transport & Verkehr, Beherbergung & Verpflegung, Freizeit Aktivitäten, Unternehmen & Organisationen. Sind Sie an der Teilnahme interessiert? Dann klicken Sie auf www.htr-milestone.ch. **PK**

Leistungsträger machten mit

Grächen. Zwei Wochen lang konnten die Gäste im Mattertal zum Kurs von 1:1 in DM bezahlen, also mit Geldscheinen, die sie bereits für wertlos gehalten hatten. «Obwohl die Leistungsträger durch den Umtausch rund 30 Prozent Preiselbussen in Kauf nehmen mussten, standen sie geschlossen hinter der Aktion», sagt Martin Schürch, Direktor Grächen Tourismus. Es wurden rund 8000 DM umgesetzt, knapp ein Drittel davon durch Schweizer Gäste. **TRU**

ZITAT DER WOCHE

«Wir möchten jedes Jahr ein bisschen besser werden.»

Jörg Krebs, Marketing Leisur und Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus.

PEOPLE

Esther und Angelo Rausa-Zettler heisst seit dem 1. Mai 2003 das neue Direktionspaar des «Hotel + Sportcenter Dreifinden» in Langenthal. Angelo Rausa war während den letzten drei Jahren als Weinfachberater für die «Siebe-Dupf Kellerei» in Liestal tätig. Esther Rausa-Zettler arbeitete in den vergangenen zwei Jahren als Chef de Réception im Hotel Basel in Basel. **Oliver Baumann** und **Alena Pribyl**, die den Betrieb seit Januar 2002 geführt hatten, hatten den Wunsch geäussert, sich neu zu orientieren. **DST**

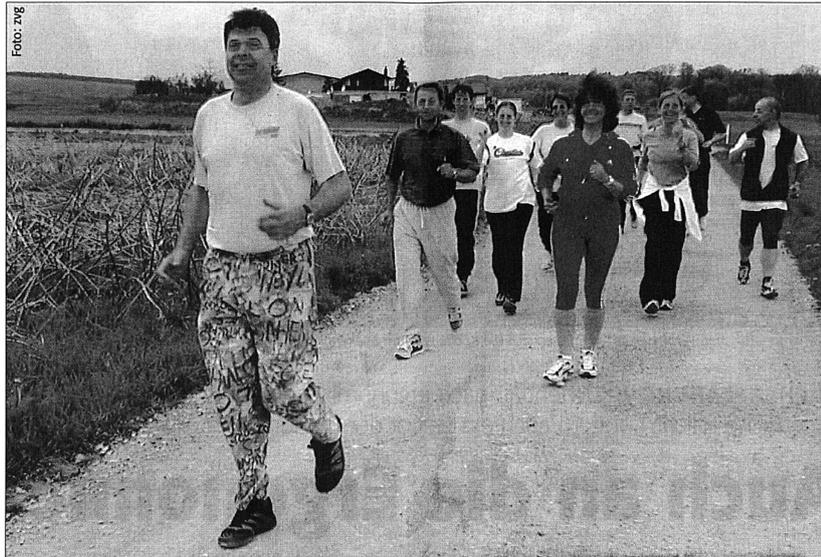
René C. Blattmann hat per 1. Mai die Geschäftsleitung der Gamma Catering AG in Riehen/BS übernommen. Er wird Nachfolger von **Roland Knapp**, der die Gamma Catering SA (Zweigniederlassung) in Genf eröffnet hat. **DST**

Der Finanzplanungsexperte **Klaus Zurschmitt** (52) ist neuer Verwaltungsratspräsident der Saas Bergbahnen AG. Er tritt die Nachfolge von **Hubert Bumann** an. Bumann wurde zum Ehrenpräsidenten ernannt. Zurschmitt ist geschäftsführender Partner der Briger Vikuna Treuhand und Finanzplanung AG. **TRU**

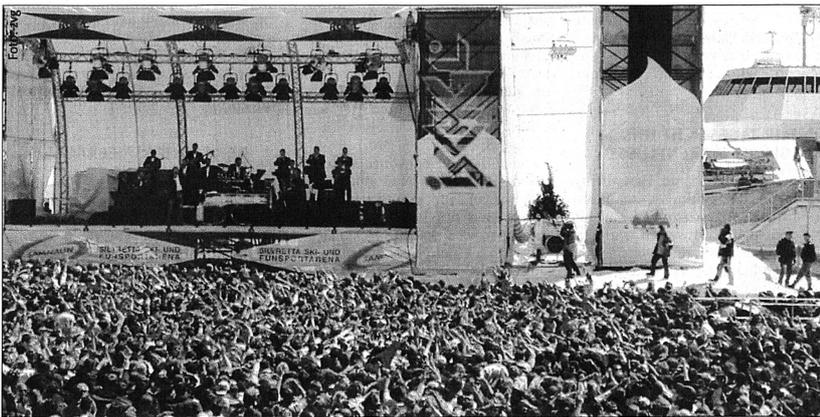
Ab 1. Juni wird **Mark Schumacher** (43) die französische Zentrale von Schweiz Tourismus in Paris leiten. Er tritt an die Stelle von **Klaus Oegerli**, ihrem Leiter ad interim. Während der letzten sechs Jahre arbeitete Mark Schumacher als Generaldirektor von Veuve Clicquot (Suisse) SA sowie als Country General Manager von PC Parfums Cosmétiques SA (Suisse) für den Luxusgüterkonzern Moët Hennessy Louis Vuitton in Genf. **KJV**

KURZ UND BÜNDIG

Erster nackter Nudistenflug. Mit 89 nackten Passagieren ist eine amerikanische Passagiermaschine von Miami aus in das mexikanische Urlaubsparadies Cancun geflogen. Nach Angaben der Reisefirma Castaways Travel handelte es sich bei dem Nudistenflug um eine weltweite Premiere. Für den Nacktflug mussten die Passagiere 499 Dollar zahlen. Sie mussten angekleidet durch die Kontrollen gehen und durften sich erst ausziehen, nachdem die Maschine Reisehöhe erreicht hatte. Der Kapitän und die Crew blieben während des Flugs angekleidet. **KJV**



«Allez hop!» – Mehr Bewegung. Mit der «Allez-hop!»-Kampagne, die Prodega zusammen mit Swiss Olympic durchführt, wollen die Prodega-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter zeigen, dass Bewegung für die Gesundheit zwingend ist. Die im Abholgrosshandel für Gastronomie und Detailhandel tätige Prodega ist nach eigenen Angaben die erste Firma in der Schweiz, welche dieses Projekt von Swiss Olympic unterstützt und sich damit für die Gesundheit und die Lebensqualität ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einsetzt. Mit «Walking» halten sich mehr als die Hälfte aller rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Prodega und Growa in den nächsten Monaten fit. **DST**



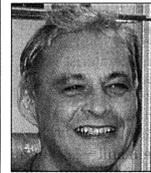
Top of the Mountain. Traditionsgemäss wurde die Wintersaison in der Silvretta-Arena Samnaun/Ischgl mit dem «Top-of-the-Mountain-Konzert beendet. Vor mehr als 16 000 Fans – ein Publikumsrekord – trat diesmal auf der Idalpe Udo Jürgens auf. «Eine solche Stimmung wie im vergangenen Samstag hat die Silvretta-Arena Samnaun/Ischgl noch nicht erlebt», sagt Alexandra Walliser, Direktorin Samnaun Tourismus. Der 69-jährige Sänger habe zusammen mit dem Orchester Pepe Lienhard während des rund 100-minütigen Konzerts «alles gegeben». **TRU**

GLOSSE

Könige

HANSPETER GSELL*

«Unsere Gäste sind Könige!» Dieser royalistische Merksatz aus alten Zeiten sprang mich heute Morgen vehement an. Er stammt nicht aus einem alten Lehrbuch für das Gesinde, sondern zielt als Überschrift einen aktuellen Bericht zur Lage der Gastronomie. Mit den genannten Königen meint man natürlich nicht die echten Blaublüter und andere Drosselbärte. Nein, damit meint man die real existierenden werktätigen Gäste. Also zum Beispiel auch mich.



Ich will aber kein König sein! Denn vor Königen katzbuckelt man und verrichtet für sie Sklavenarbeit. Ich will weder von Untertanen noch von Leibbeigen bedient werden! Könige sind nicht Gäste, sondern republikanische Pflichtübungen; Könige sind skandalös, manchmal despotisch und meistens vollkommen überflüssig. Könige lassen ihr Volk auspeitschen und in Ketten legen. Nur Königinnen und Prinzessinnen sollen noch schlimmer sein. Sie stehen den ganzen Tag märchenhaft vor dem Spiegel, lassen die sieben Zwerge und verteilen gratis gewöhnliche Äpfel. Es muss wirklich wahnsinnig viel Freude bereiten, für Könige zu arbeiten! Nie im Leben möchte ich von königlichen Küchenmeistern bekokelt werden, hasse untertänige Frackträger und möchte in keinem Fall als Sklaventreiber angesehen werden. Und ich will nicht von Haushofmeistern, Lakaien und Kammerdienern hofiert werden. Ich möchte ganz einfach Gast sein in einem gastlichen Haus. Es ist Zeit, die Monarchie abzuschaffen: schicken Sie die Könige ins Exil! Vielleicht sind dann Gäste wieder das, was sie eigentlich wirklich sein möchten: willkommene Gäste!

* 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

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

Gegründet 1892

Herausgeber: Schweizer Hoteller-Verein
Mönchplatzstrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler

Redaktion:
Chefredaktor: Marietta Dedual (MD)
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Tom Rüm (TRU), Sonja Stalder (SST),
Dr. Karl Josef Verding (KV)

Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM),
Martin J. Petras (MP), Daniel Stampfli (DST)

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

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK)

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

Layout: Roland Gerber (RG), Karin Guggler (KG),
Gilbert Perrot (GPE), Brigitte Sping (BS)

Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris;
Gerhard Lob (GL), Tessin; Herbert Pürtscher (HP), Wien;
Mania Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard
(FR), Basel; Georg Ubersauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser
(GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Strelbel
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci
Stellensinerte: Matthias Beyeler, Andres Jakob, Marc Moser
Geschäftsanzeigen: Markus Marchel (Verkauf/leitung),
Roger Stammes, Brigitte Weber
Innendienst: Patrick Stalder

Druck:
Fischer AG für Data und Print,
Druckzentrum Bern

Auflage:
11 205 Ex. WEMF-beigabrigt 2002,
22'000 Ex. Vertriebsauflage

Verkaufspresse: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–,
ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:
– Verband Schweizer Tourismus-Direktoren
und -Direktoren (VSTD)
– Schweizer Vereinigung
diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter 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:
Mönchplatzstrasse 130,
Postfach, 3001 Bern

Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swisshotels.ch

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

Stellensinerte:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch

Geschäftsanzeigen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch
Internet: www.swisshotels.ch
Für unverlegte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt



STM / Le plus grand salon du tourisme réceptif suisse aura lieu du 12 au 14 mai à Zurich. Le point. **PAGE 2**



SWISS ALPINA / Des journées d'information ont animé les trois jours du salon Swiss Alpina, la semaine passée, à Martigny. **PAGE 5**

Cahier français

hotel+tourismus revue

JOURNÉE SUISSE DES VACANCES / Le record de participation de la 6e édition de la Journée suisse des vacances a été interprété comme une preuve de la volonté d'amélioration des prestataires touristiques suisses. **LAURENT MISSBAUER**

Des signaux positifs malgré la crise

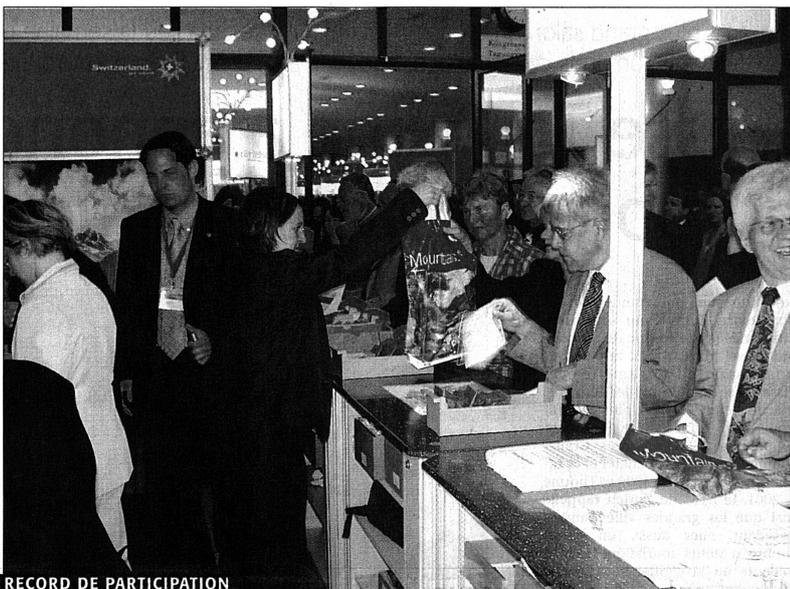
La 6e édition de la Journée suisse des vacances, qui s'est déroulée en début de semaine à Zurich, a réuni 986 participants. Il s'agit là d'un nouveau record – le précédent avait été établi l'année passée à Crans-Montana avec un total de 825 participants – que Dick Marty, le président de Suisse Tourisme (ST), a interprété comme «la preuve évidente de la volonté d'amélioration d'une branche qui, malgré la crise, est fermement décidée à collaborer davantage».

LA NOUVELLE CAMPAGNE D'AFFICHAGE DE ST

Pour les années à venir, la collaboration avec Suisse Tourisme passera avant tout dans une nouvelle stratégie de marketing qui accordera une place importante à l'émotion et à la surprise. Après avoir présenté une nouvelle variante du client fictif américain Frank Miller – en l'occurrence la touriste allemande Franziska Müller qui est très favorablement surprise des nombreuses attentions dont elle fait l'objet avant, pendant et après ses vacances en Suisse – Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, a en effet dévoilé la nouvelle campagne d'affichage qui a été lancée le 5 mai en Suisse et en Allemagne du Sud.

Cette nouvelle campagne entend susciter la surprise. Elle fait ainsi suite aux affiches énigmatiques «Air pur ou pollution?» placardées ces dernières semaines sans aucune référence à Suisse Tourisme. L'«énigme» ayant été révélée le 5 mai, cette nouvelle campagne entend démontrer que la Suisse est une destination idéale avec sa nature, ses paysages ainsi que ses offres

Photo: Mikroslaw Halaba



UN RECORD DE PARTICIPATION

Les professionnels du tourisme suisse s'étaient déplacés en masse cette année à la 6e édition de la Journée suisse des vacances. Ils étaient 986 contre 825 l'année passée à Crans-Montana.

liées au bien-être et au ressourcement. Cela, avec de très belles photos qui seront bientôt accompagnées – lors de la troisième phase de cette campagne d'affichage – de l'adresse Internet www.MySwitzerland.com et du numéro de téléphone gratuit 0800 100 200 26

par les biais desquels il sera possible de s'informer sur des offres spécifiques concernant la famille, les montagnes ou l'automne. Suisse Tourisme a également annoncé que l'hiver serait dorénavant une campagne majeure où les notions d'enrichissement et d'émo-

tion seront bien présentes. «Il s'agira, par exemple, de communiquer l'émotion que l'on ressent lorsque l'on glisse sur une neige poudreuse en étant entouré de quelques-unes des plus belles montagnes de la planète», a annoncé Jürg Schmid.

Au niveau des campagnes menées sur les différents marchés étrangers, Suisse Tourisme a notamment annoncé qu'elle axerait cette année sa communication en France sur le 100e anniversaire de la présence d'un office de tourisme suisse dans l'Hexagone. Différents voyages en train ou en avion, à destination de la Suisse, seront ainsi proposés pour 100 euros. En outre, 100 enfants défavorisés seront invités en vacances en Suisse.

UN MINI-STM EN AUTOMNE POUR LE MARCHÉ CHINOIS?

Si les perspectives pour le marché français, ainsi que pour les marchés britannique, allemand et russe, ont été qualifiées de prometteuses, il en va en revanche différemment pour la Chine. Federico Sommaruga, le responsable des marchés de l'Asie du Sud-Est, a ainsi confirmé que les quarante tours-opérateurs chinois, qui avaient été invités la semaine prochaine au Switzerland Travel Mart à Zurich, ne se déplaceraient finalement pas. «Si la situation liée à la pneumonie atypique devait s'améliorer ces prochains mois, nous avons d'ores et déjà envisagé de leur organiser cet automne un mini-STM», a révélé Federico Sommaruga.

En bref

La route thématique «Gastronomie et vins». Après la première route thématique «Luxe et design», présentée au mois de février, Suisse Tourisme lancera au mois d'août sa deuxième route thématique intitulée «Gastronomie et vin». En Suisse romande, cette nouvelle route passera notamment par la région des Trois-Lacs et la Watch Valley, ainsi que par les cantons de Genève, de Vaud et du Valais. Dans ce dernier canton, Sierre et son Château de Villa, qui fait office de restaurant, d'œnothèque et de «sensorama», occupera une place privilégiée, a-t-on appris à la Journée des vacances. Une troisième route thématique, intitulée «Art et architecture», sera lancée au début de l'année prochaine.

Un séminaire sur le tourisme pédestre. Comment proposer des offres touristiques à succès au niveau des randonnées pédestres? Cette question fera notamment l'objet d'un séminaire qui se déroulera les 22 et 23 août à l'Hôtel Wadhaus de Flims, dans le canton des Grisons.

A Berne en 2004. La 7e édition de la Journée suisse des vacances aura lieu les 19 et 20 avril 2004 à l'Hôtel Allegro Grand Casino Kursaal de Berne. **LM**

La sensibilité touristique de Joseph Deiss

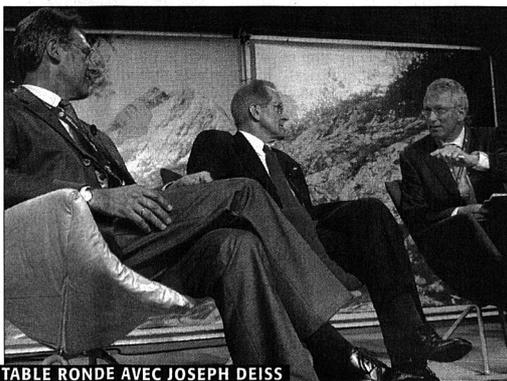
Après Pascal Couchepin, l'année passée à Crans-Montana, la 6e édition de la Journée suisse des vacances a pu à nouveau compter sur la présence d'un conseiller fédéral, en l'occurrence Joseph Deiss. A Zurich, le chef du Département fédéral de l'économie a tout d'abord prononcé une allocution intitulée «La Suisse et l'innovation touristique», puis a participé à une table ronde en compagnie notamment de Peter Rothenbühler, le rédacteur en chef du quotidien «Le Matin», et de Gilbert Probst, professeur de management à l'Université de Genève.

Lors de son allocution, Joseph Deiss a rappelé que l'innovation touristique n'était pas l'affaire de la seule économie. Selon lui, la capacité d'innovation dépendait aussi de la

remise en question constante d'une société et de sa vitesse de réaction face au changement. Sur ce dernier point, il a clairement indiqué qu'il s'engagerait pour défendre le message qui est relatif à l'amélioration de la qualité de l'offre dans le tourisme et qui est actuellement débattu au Conseil national. Il a aussi clairement relevé qu'il veillerait «à ce que Suisse Tourisme puisse compter à l'avenir sur des conditions-cadre favorables».

Enfin, en tant que propriétaire d'une résidence secondaire dans la station valaisanne de Haute-Nendaz, Joseph Deiss a également profité de sa présence à la Journée suisse des vacances pour s'entretenir avec Sébastien Epiney, le directeur de l'Office du tourisme de Nendaz. **LM**

Photo: Laurent Missbauer



LA TABLE RONDE AVEC JOSEPH DEISS

Le conseiller fédéral Joseph Deiss entouré par Peter Rothenbühler (à dr.) et par Gilbert Probst.

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

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vaisselle Cuisine Textile Égouttoirs Ambiance

van Baerle & Cie AG
Schützenmattstrasse 2 · 4142 Münchenstein
Tél. 061 415 91 11 · Fax 061 415 92 22 · <http://shop.vanbaerle.ch>

notejob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

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

HÔTEL
★ ★ ★
CHAVANNES-de-FIDELIO

Hôtel Chavannes-de-Bogis, VD

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

CHECK IN DATA

MORENS-PAYERNE / Musée de l'aviation militaire «Clin d'Ailes» en vol

Au terme de cinq ans d'efforts, un groupe de pilotes militaires, réunis au sein d'une fondation présidée par l'astronaute Claude Nicollier, a ouvert les portes du Musée de l'aviation militaire, baptisé «Clin d'Ailes», le 26 avril à Morens, près de l'aérodrome de Payerne (VD). Plusieurs avions à réaction aux noms mythiques, tels que Vampire, Venom, Hunter ou encore Mirage III, y coulent désormais des jours paisibles, accompa-

gnés de modèles réduits, de films vidéo, de jeux interactifs et de matériel spatial jusqu'ici inaccessible au commun des mortels.

Encore en phase d'installation, un simulateur de Mirage III constituera, aux dires des promoteurs de ce musée qui attend 10 000 visiteurs par an et qui constitue un nouvel atout pour le tourisme broyard, une «attraction unique en Europe».

Nombreux sont encore ceux qui ignorent que le Château de Romont abrite une attraction unique au monde: le Musée suisse du vitrail et le Centre suisse de recherche et d'information sur le vitrail, tous deux très largement ouverts au grand public comme aux artistes et artisans d'art.

Inaugurés le premier en 1981 et le second en 1987, ils se sont affirmés comme un véritable atout spécifique (USP) de

la petite cité médiévale glânoise. On y découvre une exposition permanente retraçant l'histoire de l'art du vitrail du Moyen Âge à nos jours, un kaléidoscope géant, des expositions temporaires d'œuvres d'hier et d'aujourd'hui, ainsi que des ateliers de démonstrations et d'initiation à cette discipline à la fois artistique et artisanale. Leur promotion est assurée par l'Office du tourisme de Romont.

DOMDIDIER (FR) / Un nouveau projet gigantesque Un Europa Park bis?

Selon le quotidien vaudois «24 Heures», la Broye fait à nouveau l'objet d'un vaste projet de parc d'attractions. Il est vrai qu'elle reste une des dernières régions de Suisse à offrir encore des espaces plats et très facilement accessibles.

Sous le nom de code de «Milavyparc», Serge Rubitschung, un promoteur de Baar (ZG), propose un gigantesque projet de parc d'attractions en mesure, avec ses 55 hectares et

un investissement de quelque 600 millions de francs, de constituer un Europa Park à l'image de celui de Rust, en Allemagne.

Celui-ci recevrait près de 650 000 visiteurs suisses par année, une raison suffisante pour intéresser aussi bien une large clientèle que des financiers comme les banques et les fonds de placement, désormais davantage sensibles aux loisirs plutôt qu'à la bourse!

ITALIE / «Motor Valley», une appellation qui ressemble à s'y méprendre à «Watch Valley»

La Suisse montre l'exemple

Le concept de promotion «Watch Valley», qui a été lancé par le Réseau des villes de l'Arc jurassien et qui entend favoriser le développement du tourisme en s'appuyant sur la notoriété de l'horlogerie, semble faire des petits. Après la «Swiss Knife Valley», patrie du couteau suisse Victorinox dans le canton de Schwytz (lire l'hotel + tourismus revue du 15 août 2002), c'est au tour aujourd'hui de l'Emilie-Romagne d'utiliser un concept similaire.

Cette région italienne, qui abrite quelques-uns des constructeurs de voitures de sport les plus prestigieuses au monde avec Ferrari, Lamborghini et Maserati, a en effet décidé de se présenter sous le label «Motor Valley». Celui-ci, tout comme celui de Watch Valley, se distingue des labels des autres régions touristiques dans la mesure où il fait référence à un thème, la voiture en l'occurrence, et non pas à une région géographique.



Motor Valley propose différents produits touristiques élaborés autour des voitures de prestige.

Une autre similitude entre Motor Valley et Watch Valley réside dans le fait que chacune de ces deux appellations est accompagnée d'une brève définition, soit «Motor Valley, la terre des moteurs» et «Watch Valley, le pays de la précision». «Un des atouts de notre région est le tourisme vert, mais cela n'est pas suffisant pour nous démarquer de la concurrence», remarque Fabian Claivaz, directeur du marketing de Watch Valley, qui a découvert les brochures de Motor Valley à l'ITB de Berlin. «En vendant la route de l'horlogerie, nous attirons l'attention sur le fait que notre région abrite quelques-uns des horlogers les plus célèbres au monde. Et souvent, le contact s'établit très rapidement lorsque les gens retrouvent leurs manchettes et nous disent: «Regardez j'ai une montre suisse!» La région de l'Emilie-Romagne ne procède pas différemment en vendant la route des moteurs avec ses musées Ferrari et Lamborghini.»

LM

STM / Le plus grand salon du tourisme réceptif suisse aura lieu la semaine prochaine à Zurich. Les exposants romands comptent y réaliser des affaires malgré un environnement difficile. LAURENT MISSBAUER

Suisse Tourisme a annoncé un nombre record de participants

C'est à nouveau une grande ville, en l'occurrence Zurich, qui organisera cette année la 12^e édition du Switzerland Travel Mart (STM), le plus important salon du tourisme réceptif suisse qui se déroule tous les deux ans. Cela ne s'était en effet plus produit depuis 1995, année où le STM avait été organisé à Bâle. Après Crans-Montana en 1997, Neuchâtel et la région des Trois-lacs en 1999 et Thoune en 2001, le STM de Zurich rappelle ainsi que les grandes villes suisses possèdent, elles aussi, un grand nombre d'atouts touristiques. On a d'ailleurs pu le vérifier cette année avec le lancement par Suisse Tourisme de la route thématique «Luxe & design» et tout porte à croire qu'on le vérifiera à nouveau dans deux ans puisque c'est Lausanne qui devrait accueillir le STM de 2005.

WATCH VALLEY MISERA SUR LE LUXE ET LE DESIGN

Le luxe et le design est en tout cas le créneau sur lequel Watch Valley entend se présenter au STM. «Lors des STM précédents, nous avons constaté que les seules retombées intéressantes provenaient de nos offres liées au haut de gamme et au prestige», précise Yann Engel, le directeur de Tourisme neuchâtelois. «Du coup, notre stand ne communiquera que sous l'appellation de Watch Valley et, pour la première fois, les régions ne viendront qu'en appoint. Nous miserons avant tout sur la route «Luxe & design» et nous disposerons pour la première fois de deux vitrines de marques horlogères aussi prestigieuses que Parmigiani et Girard-Perregaux.»

Il faut en effet savoir que le STM attire quelques-uns des tours-opérateurs les plus importants au monde et que les quelque 500 prestataires suisses sont contraints de sortir le grand jeu pour les convaincre d'englober leurs produits touristiques dans leurs catalogues. Et si Neuchâtel a décidé de jouer la carte de l'horlogerie de haut de gamme, les cantons du Valais et de Vaud ont concocté des «Post Convention Tours» très alléchants avec avion, train spécial, hélicoptères et vols en montgolfière.

DÉSISTEMENT DE LA CHINE CONTINENTALE

Le grand jeu précédemment évoqué en vaudra d'autant plus la peine que Suisse Tourisme, l'organisateur du STM, annonce cette année la participation record de plus de 450 tours-opérateurs étrangers en provenance de quatre continents et de plus de 55 pays. Il devrait s'agir d'un nouveau record puisque à Thoune, ainsi qu'à Neuchâtel, Suisse Tourisme avait articulé le nombre de 320 tours-opérateurs. Le

Photo: Mikrosław Halaba



L'OUVERTURE DU STM DE 2001 À THOUNE

A Zurich, le STM de cette année devrait accueillir encore plus de participants que le STM de Thoune en 2001. Suisse Tourisme a en effet annoncé la participation de plus de 450 tours-opérateurs étrangers. En 2005, le STM devrait avoir lieu à Lausanne.

conditionnel est encore de mise car, au moment d'écrire cet article, il n'était pas encore établi si les désistements liés à la pneumonie atypique concernaient uniquement les tours-opérateurs de la Chine continentale ou également ceux de Hong-Kong et de Taïwan.

«Suisse Tourisme nous informera le 7 mai de la situation définitive, mais ce qui est certain, c'est que le STM, pneumonie atypique ou non, reste le salon où l'ont fait le plus d'affaires», remarque Charles-André Ramseier, le directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV). «L'importance

du STM est d'ailleurs telle que toutes les destinations vaudoises seront présentes à Zurich. C'est d'ailleurs l'OTV qui paie leur surface d'exposition. Hors OTV, nous aurons également différents hôteliers montreuviens ainsi que le MOB et la CGN. Genève Tourisme sera à proximité, ce qui fait que la région du Léman sera très bien représentée. Nous espérons ainsi trouver au STM de nouveaux acheteurs des quatre continents», ajoute Charles-André Ramseier.

Urs Zenhäuser, le directeur de Valais Tourisme, aspire lui aussi à trouver de nouveaux acheteurs à

Zurich: «Un salon tel que le STM ne nous permet pas seulement de soigner les contacts avec des partenaires étrangers que nous connaissons déjà, mais il nous permet également de rencontrer de nouveaux tours-opérateurs. Malheureusement, la pneumonie atypique perturbe un peu nos plans en Chine. Je tiens cependant à relativiser l'importance de ce problème pour notre canton. Pour Zermatt, ce sera certainement un coup dur, mais il faut garder à l'esprit que les marchés d'outre-mer ne totalisent que 5% des nuitées en Valais», conclut Urs Zenhäuser.

Le programme du STM dans les grandes lignes

Lundi 12 mai: l'ouverture officielle du Switzerland Travel Mart (STM) est agendée à 18 h 30 à Zurich-Oerlikon. Après différents souhaits de bienvenue, le désormais traditionnel «Get together» permettra aux quelque 500 prestataires touristiques suisses de s'entretenir de façon informelle avec les quelque 450 tours-opérateurs et journalistes étrangers invités par Suisse Tourisme.

Mardi 13 mai: le STM à proprement parler, c'est-à-dire les échanges professionnels entre les acheteurs étrangers et les exposants suisses, débutera à 10 h et se poursuivra jusqu'à 17 h. Ces échanges se dérouleront de

la même manière que lors des précédents STM, à savoir par le biais d'entretiens de vingt minutes pour lesquels les participants étrangers se seront inscrits au préalable, entre 9 h et 10 h. Le programme de la soirée comprendra notamment un «Dine around» dans différents restaurants de Zurich.

Mercredi 14 mai: le deuxième jour d'échanges professionnels se déroulera de la même façon que le premier. Il débutera cependant une heure plus tôt, à 9 h, et se terminera à 16 h, histoire de se préparer pour la soirée de gala et le dîner d'adieu, prévus à partir de 19 h 20 à l'aéroport de Zurich, dans le tout nouveau «Dock E».

A partir du jeudi 15 mai: plusieurs «Post Convention Tours», d'une durée de trois jours, sont prévus pour les participants étrangers. Valais Tourisme, par exemple, a loué un avion de Swiss qui emmènera les participants de Zurich à Sion. L'OTV a mis sur pied un programme en commun avec Genève Tourisme et l'Union fribourgeoise du tourisme. Il comprend notamment le déplacement en train, dans deux wagons spéciaux dont un voiture-bar, de Zurich à Fribourg où un bus spécial emmènera les participants à Gruyères. De là, les participants poursuivront leur voyage dans les cantons de Fribourg, de Genève et de Vaud.

LM

LABEL DE QUALITÉ III / Le nouveau label a été décerné à 25 entreprises touristiques

Une gestion globale de la qualité

C'est à Zurich, dans le cadre de la Journée suisse des vacances, que le nouveau Label de qualité du niveau III a été décerné lundi à vingt-cinq entreprises touristiques. Parmi celles-ci, quatre proviennent de Suisse romande. Il s'agit de Chablais Tourisme, de Télévercorin, de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre et du CIP, le Centre interrégional de perfectionnement de Tramelan.

Parmi les autres récipiendaires, on relève dix hôtels, trois établissements de cure, une société de remontées mécaniques, un office du tourisme, un casino, un restaurant, ainsi que les Cars postaux et leurs dix-sept centres régionaux. La remise de ces vingt-cinq nouveaux Labels de qualité du niveau III n'est intervenue que cinq mois après le lancement de ce programme de gestion globale de qualité.

Ratifié au mois d'octobre 2002 et lancé au mois de décembre, le nouveau label a été très bien accueilli, a relevé la Fédération suisse du tourisme (FST) qui est l'organe de contrôle du Label de qualité du tourisme suisse. Il reste cependant encore beaucoup à faire, a ajouté la FST. A commencer par le manuel pour adapter la norme ISO 9001:2000 à la branche touristique, adaptation qui sera élaborée sur la base de travaux effectués par hôtellerie-suisse. Selon la FST, les premiers résultats concernant l'hôtellerie devraient déjà être disponibles en septembre. LM

TOURISME SUISSE / Les responsables de Suisse Tourisme ont jeté lundi à Zurich un regard sur la situation du tourisme suisse. Une situation difficile, mais qui laisse apparaître des éclaircies. MIROSLAW HALABA

A l'affût des bonnes nouvelles

A l'instar des autres branches de l'économie, le tourisme suisse est dans une situation difficile, mais qui laisse cependant poindre des éclaircies. C'est le constat qu'ont fait lundi à Zurich les responsables de Suisse Tourisme (ST) et en particulier leur président, Dick Marty, lors de la Journée suisse des vacances et de l'assemblée générale de ST qui s'était tenue auparavant.

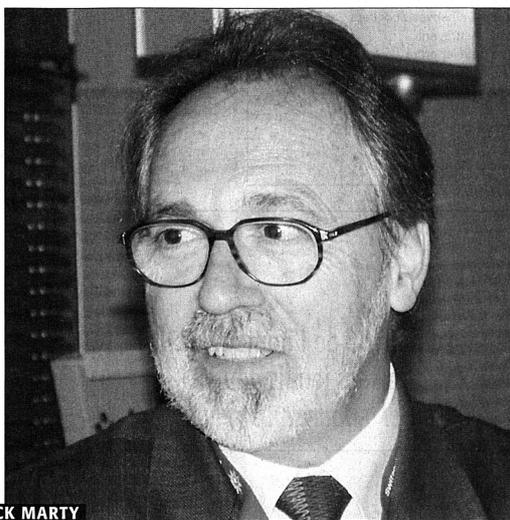
Depuis 2001, la branche doit faire face à une «constellation de facteurs négatifs» particulièrement dense. Au ralentissement économique se sont ajoutés les problèmes liés à la situation géopolitique et, depuis peu, ceux liés à la pneumonie atypique.

«UNE INQUIÉTANTE INDIFFÉRENCE»

Le tourisme suisse doit, par ailleurs, faire face à des difficultés spécifiques. Il y a notamment la position du pays face à l'Europe. «Le fait de ne pas être dans la zone euro et de ne pas appartenir à l'espace Schengen constituent des désavantages concurrentiels pour l'offre touristique suisse qui deviendront de plus en plus importants», a dit Dick Marty.

Le surendettement «d'une partie assez significative» de l'hôtellerie contribue ensuite «à renchérir le produit». Le président de ST est convaincu qu'un «profond et douloureux processus de restructuration» est ici inévitable. Il est aussi d'avis que le Conseil fédéral fait

Photo: Mirosław Halaba



DICK MARTY

La situation sur le front monétaire s'est «sensiblement améliorée», a indiqué le président de Suisse Tourisme.

preuve «d'une grave myopie, voire d'une inquiétante indifférence» à l'égard des problèmes de trafic au tunnel routier du Saint-Gothard. Cette situation constitue pour le tourisme un «marketing négatif, fâcheusement efficace».

Dick Marty n'a pas manqué d'évoquer aussi les difficultés de Swiss et d'exprimer le souhait que celle-ci puisse les surmonter. Il a rappelé qu'une compagnie nationale constitue pour le tourisme «un instrument de promotion d'importance stratégique».

Cet environnement difficile n'empêche pas les responsables touristiques de scruter l'horizon pour y chercher des bonnes nouvelles.

Dick Marty en a trouvées quelques-unes. Ainsi, la situation sur le front monétaire «s'est sensiblement améliorée» ces dernières semaines. Les «mondiaux de ski» ont donné «une excellente image de notre pays» et l'hiver écoulé s'est révélé relativement satisfaisant.

Enfin, les marchés étrangers laissent percevoir des signes de stabilisation, voire de reprise, ont indiqué les responsables des antennes extérieures de Suisse Tourisme.

Enquête de satisfaction proposée

Par le biais de son président, Christian Rey, hôtellerie-suisse a proposé, lors de l'assemblée générale de Suisse Tourisme, que cet organisme effectue une enquête de satisfaction auprès des hôtes dans le but d'améliorer encore l'accueil. Président de Suisse Tourisme, Dick Marty a indiqué que cette proposition était «tout à fait justifiée» et qu'elle allait être examinée «sans tarder». Christian Rey a profité de cette occasion pour rappeler l'importance d'une campagne nationale pour le tourisme suisse et donc sur la nécessité de soutenir Swiss. Il a également souligné les «excellents rapports» que l'hôtellerie entretient avec Suisse Tourisme. MH

Annonce

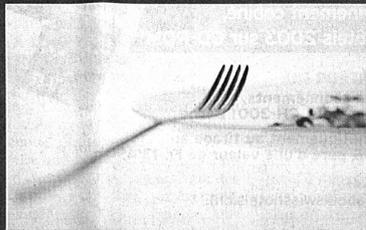
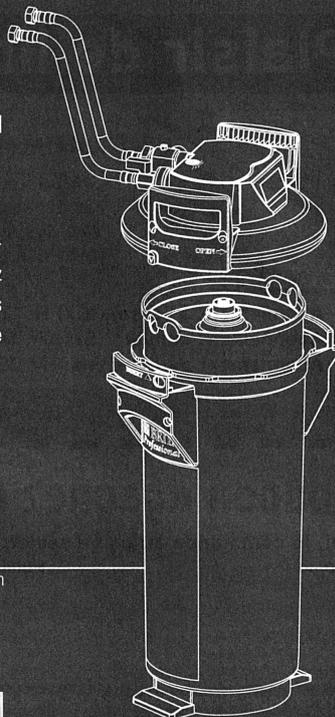
Délices culinaires

du four mixte et du four traditionnel

Grâce à l'innovateur système de filtration BRITA développé exclusivement pour les applications gastronomiques vous profiterez d'un contrôle de coûts optimale et d'une qualité de l'eau la plus grande et constante – **facteurs centraux pour une rentabilité assurée!**

aquaQUELL
PURITY

www.brita.ch
www.aquaquell-purity.com



BRITA AG
Gasmatt 6
CH-6025 Neudorf/LU
fon: +41(0)419303060
fax: +41(0)419303074
info-ppd@brita.net

Gastroconsult

FIDUCIAIRE POUR L'HOTELLERIE ET LA RESTAURATION

Notre mandant, industriel à la Vallée de Joux, est propriétaire d'un hôtel-restaurant de 35 chambres.

Il recherche un couple d'hôteliers-restaurateurs désireux de s'investir dans le développement d'un projet de restauration et d'hébergement de haute qualité, destiné en partie à sa propre clientèle.

Professionnel de l'hôtellerie et de la restauration, vous souhaitez:

- participer à la rénovation et à la mise en valeur des locaux
- développer et promouvoir un nouveau concept
- exploiter un outil de travail attrayant
- offrir des prestations de premier ordre
- vous investir pour une clientèle exigeante

alors faites-nous parvenir vos offres écrites qui seront traitées dans la plus stricte confidentialité.

GASTROCONSULT SA
Général-Guisan 41, 1009 Pully
☎ 021 721 08 08
remissusset@gastroconsult.ch

156070/085403

A VENDRE

Campagne genevoise

Restaurant gastronomique

de 60 places

comprenant: salle avec véranda, bar, cuisine spacieuse, grands sous-sols, cave à vins, belle terrasse, parking clients. Agencement de qualité.

CHF 700 000.-

Ecrire sous chiffre 156009, hotel + tourismus revue, case postale, 3001 Berne.

156009/424605

Le marché de l'immobilier:
tous les jeudis dans
l'hotel + tourismus revue.

Clôture des annonces pendant les jours fériés

Les dates pour l'édition 22/2003 (Ascension):

La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au **mercredi, 21 mai 2003, 15 heures**

Clôture des annonces pour le *Marché de l'emploi*: **vendredi, 23 mai 2003, 12 heures**

Les dates pour l'édition 24/2003 (Pentecôte):

La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au **mercredi, 4 juin 2003, 15 heures**

Clôture des annonces pour le *Marché de l'emploi*: **vendredi, 6 juin 2003, 12 heures**

Les dates pour l'édition 31/2003 (1^{er} août):

La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au **mercredi, 23 juillet 2003, 15 heures**

Clôture des annonces pour le *Marché de l'emploi*: **vendredi, 25 juillet 2003, 12 heures**



Tout sur l'actualité et la crème fouettée.

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

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

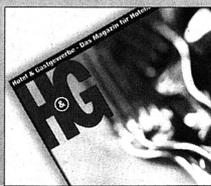
Plaisir de lire et de conduire



hotel+tourismus revue

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

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



Hotel & Gastgewerbe

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

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

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

Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no _____ Publication _____ Prix _____

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



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

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

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



Détacher ici 

Prénom: _____

Nom: _____

Entreprise: _____

Fonction: _____

Rue/no: _____

NPA/lieu: _____

Téléphone (la journée) _____

E-Mail: _____

Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

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

SALON 2003/ Les organisateurs tirent un bilan positif

Nombre record de visiteurs

Le 11e Salon international pour l'équipement des stations alpines Swiss Alpina, qui s'est tenu durant trois jours, la semaine dernière, au centre d'exposition de Martigny, a attiré le nombre record de 7454 visiteurs. Il y en avait 7000 lors de la dernière édition, il y a deux ans. «Nous sommes très contents de ce salon. Les exposants nous ont dit qu'ils avaient réalisé de très bonnes affaires», a indiqué le directeur de Swiss Alpina, Philippe Jordan. Cent cinquante-cinq exposants, dont 102 de Suisse, étaient présents sur une surface de 16 000 m². Trois sociétés y ont présenté des nouveautés qu'elles ont qualifiées de «mondiales». Parmi celles-ci figurait un système d'alarme météorologique. La manifestation a été animée par trois journées thématiques.

On a appris à cette occasion que les organisateurs du salon et les Remontées mécaniques suisses (RMS) avaient l'intention de jeter les bases «d'une plate-forme de gouvernance des stations alpines» qui regrouperait, «autour d'un thème de travail précis», tous les acteurs concernés. Ce projet n'est cependant pas encore mûr et fera l'objet d'une nouvelle réunion. La 12e édition de Swiss Alpina aura lieu du 27 au 29 avril 2005. **MH**

RMS / Un fonds «sports de neige» proposé

Relancer le ski à l'école

Avec la diminution des camps de sport scolaire d'hiver, les remontées mécaniques perdent des futurs clients. C'est une des constatations qui est contenue dans le rapport sur la situation de la branche que les Remontées mécaniques suisses (RMS) ont diffusé lors de la Journée des remontées mécaniques (lire article ci-contre) organisée dans le cadre de Swiss Alpina. Le manque de finances publiques en effet conduit à une réduction, voire à une disparition, des subventions, notamment celles de Jeunesse+Sport, pour les camps de sport scolaire. Les sports de neige sont par ailleurs devenus des disciplines parmi de nombreuses autres. D'autre part, relèvent les RMS, «bon nombre d'écoliers étrangers ne savent pas skier ou faire du snowboard».

APPORTER UN SOUTIEN FINANCIER

Ce problème est préoccupant pour la branche. Les expériences de l'enfance constituent, en effet, un marketing efficace. Or, le budget des camps scolaires ne doit pas être supérieur à 350 francs par personne et par semaine. Pour les RMS, il convient de proposer aux groupes scolaires intéressés par les sports de neige «une offre attractive et avantageuse». Et l'association de formuler deux suggestions: instaurer un fonds «sport de neige» pour le soutien financier de ces camps et mettre sur pied des camps de sport et des journées «aventure» bon marché. **MH**

MÉLI-MÉLO

Remontées mécaniques: une analyse de 50 sociétés. Le magazine professionnel français «Aménagement & Montagne» a consacré son numéro de mai à la Suisse. Il a notamment publié une analyse, faite en collaboration avec les Remontées mécaniques suisses, de 50 sociétés de remontées mécaniques helvétiques. **MH**

REMONTÉES MÉCANIQUES / A Swiss Alpina, les Remontées mécaniques suisses ont invité les entreprises à se préparer à la nouvelle politique de crédit des banques, connue sous le nom de «Bâle II». **MIROSLAW HALABA**

Crédits sur des bases qualitatives

Al'instar d'autres secteurs du tourisme helvétique, les remontées mécaniques entendent résoudre leurs problèmes sans aide étatique ou avec le moins d'aide possible. Une de leurs principales préoccupations est, pour l'heure, l'amélioration de leur compétitivité. Et, pour atteindre cet objectif, elles doivent disposer de suffisamment de fonds, des fonds qu'elles ont elles-mêmes générés ou qu'elles ont empruntés. Profitant de la 3e Journée des remontées mécaniques qu'elles ont mise sur pied, la semaine dernière, dans le cadre du programme de conférences de Swiss Alpina, les Remontées mécaniques suisses (RMS) se sont arrêtées sur la question des emprunts pour rendre attentives les entreprises sur la nécessité de se préparer à la nouvelle politique des banques en matière de crédits.

NOUVEAUX CRITÈRES D'APPRÉCIATION

Cette nouvelle politique est connue sous le nom de «Bâle II». Elle a été suggérée par le Comité de Bâle, émanation de la Banque des règlements internationaux, dont le siège est à Bâle, dans le but de garantir la stabilité et la solvabilité du système bancaire international. Elle s'appuie sur un nouveau ratio – le ratio McDonough, du nom du président du Comité de Bâle, qui remplacera le ratio Cooke – dont le respect assure aux banques un montant de fonds propres suffisant pour couvrir les risques sur les prêts. Conséquence pour les entreprises: celles-ci se verront désormais octroyer des prêts sur de nouveaux critères qui ne seront plus seulement des critères quantitatifs, orientés sur le bilan, mais aussi qualitatifs, comme l'organisation, les instruments de direction ou la stratégie pour l'avenir. La possession du Label de qualité pour le tourisme suisse jouera ainsi, sur le plan qualitatif, un rôle important. Une «réforme», un «nouvel âge des métiers de la banque», entend-on dire de cette innovation dans les milieux bancaires.

UNE QUESTION DE COMMUNICATION

Cette politique doit entrer en vigueur à partir de 2007. Toutefois, pour le consultant et ancien président des RMS, Riet Theus, qui a présenté les grandes lignes de cette innovation aux quelque 160 participants à la Journée des remontées mécaniques, il est grand temps de songer à son introduction. Il faut, en effet, bien deux à trois ans pour stocker les informations exigées par les nouveaux critères.

Photo: Mirosław Halaba



JOURNÉE DES REMONTÉES MÉCANIQUES

Les responsables des RMS, dont (de g. à dr.) le président Louis Moix, le directeur Peter Vollmer et le porte-parole Felix Maurhofer, ainsi que le consultant Riet Theus ont détaillé la nouvelle politique de crédit des banques.

Malgré la fiabilité que le nouveau système apportera aux entreprises et, partant, à la branche à laquelle elles appartiennent – celle des remontées mécaniques, mais aussi aux autres, étant entendu que cette politique s'étendra à toutes les sociétés –, «Bâle II» n'est pas de nature à rassurer leurs dirigeants. Consultant à Brigue, Klaus Zurschmitta a exprimé l'avis que les petites entreprises auront tendance à être «quelque peu dépassées» par ce qui les attend. Alors que la branche des remontées mécaniques souffre déjà d'un manque de transparence, comme l'a souligné le président des RMS, Louis Moix, les entreprises devront, dans l'ensemble, fournir sur leurs acti-

vités un volume d'informations bien plus grand que ce qu'elles ont fait jusqu'à présent. Directeur des RMS, Peter Vollmer s'est toutefois voulu rassurant. Pour lui, cette «nouvelle philosophie» devra bien se froter aux spécificités de la branche. En d'autres termes, elle devra, au besoin, s'accommoder.

DEUX MANUELS DE TRAVAIL

Pour aider les entreprises à être plus performantes, les RMS ont, par ailleurs, publié deux nouveaux documents de travail. Un premier manuel, intitulé «Les remontées mécaniques en Suisse, quel avenir?», analyse la si-

tuation de la branche et fournit des propositions, assorties d'objectifs, pour «améliorer la compétitivité des entreprises». Le deuxième manuel propose un business plan dans lequel figure notamment une modélisation des diverses informations chiffrées nécessaires à un tel document.

On notera que cette Journée des remontées mécaniques s'est distinguée par la qualité de son organisation et de son contenu. Même la table ronde a permis à l'assemblée d'obtenir d'intéressantes informations, ce qui n'est souvent pas le cas lors de tels débats, chaque participant se limitant à des généralités ou à des propos qui sortent du thème fixé.

Animation de l'Arc alpin: un potentiel notable

L'animation de l'Arc alpin est une activité qui présente un potentiel de développement notable que les remontées mécaniques sont à même de développer. C'est ce qui est ressorti d'une étude réalisée par l'Institut pour l'économie touristique de Lucerne (ITW) et présentée la semaine dernière lors de la Journée des remontées mécaniques, organisée dans le cadre du salon Swiss

Alpina. Les auteurs de l'étude partent notamment du principe que le public recherche aujourd'hui des émotions lors de ses activités de loisirs.

L'appel aux sens doit faire l'objet d'une mise en scène, que ce soit du paysage, des curiosités naturelles ou des infrastructures comme c'est le cas à Sandpoint aux Etats-Unis où l'on a mis en place un téléski thématique.

Répondant à une enquête sur ces animations, cent entreprises de remontées mécaniques ont répondu, dans une proportion d'une sur deux, que le besoin de telles mises en scène était «plutôt élevé».

La nature, la faune et la flore présentent pour elles les thèmes les plus appropriés pour être mises en évidence. **MH**

VALAIS / Les sports de neige évoluent: on va plus vite, plus loin, plus haut... On skie trop souvent hors pistes. Des comportements qui inquiètent les responsables de la sécurité. **DANIELLE EMERY MAYOR**

Prévenir plutôt qu'interdire

Le 90% des accidents d'avalanche sont provoqués par les adeptes du hors-piste. Faut-il pour autant réglementer le «free ride», cette activité de glisse qui se pratique depuis les remontées mécaniques ou à proximité du domaine skiable? C'est autour de cette question que Météorisk a lancé le débat lors de Swiss Alpina.

«Je crois en la prévention et en l'information plutôt qu'en l'interdiction», affirmait Cyril Neri, snowboarder professionnel. Un avis largement partagé. Sans chercher à former de véritables «nivologues», on peut transmettre aux «free riders» des connaissances de base. Pourquoi ne pas organiser des cours de «free ride», comme il existe des cours de «rollers»? La pratique sur le terrain reste primordiale. Des crité-

res ont donc fusé contre la récente réorganisation de Jeunesse & Sport qui privilégie désormais la compétition, au détriment de l'organisation de camps pour les écoles.

LA TOLÉRANCE ET L'INFORMATION

Le responsable de la sécurité des pistes à Crans-Montana affirme que les stations n'ont pas d'autre choix que d'accepter l'existence de cette pratique. «De notre côté, nous devons faire plus d'efforts pour informer, créer des «check points free ride»: par exemple, avec une mise à jour régulière des informations.

Sur les pistes, les balisages doivent aussi être «mis à jour»: si des cordes in-

terdisent pendant tout l'hiver l'accès hors du domaine, les «free riders» n'en tiendront plus compte et enjambreront l'obstacle. Au contraire, si les balisages sont installés lors de risques d'avalanche, les gens comprendront que, ce jour-là, le danger est bien réel.

UN PORTAIL SPÉCIAL «POUR FREE RIDERS»

Zinal a été plus loin: la station valaisanne a créé un domaine «free ride». Puis elle a posé un portail ne s'ouvrant que s'il détecte sur le skieur un DVA (enclenché correctement), et si le niveau de danger n'est pas trop élevé. Des stations vont donc jusqu'à sécuriser certains secteurs où se pratique régulièrement le «free ride». Mais

n'est-ce pas, une fois la pente tracée par de nombreux skieurs, les inciter à aller plus loin en quête de neige vierge? «En sécurisant des zones hors pistes, notait Me Veuthey, on donne une apparence de sécurité. Les remontées mécaniques jouent-là un jeu dangereux.» Au terme du débat, ce sont les mots «formation, information et responsabilisation» qui ont rassemblé les participants. Il apparaît nécessaire de promouvoir une sorte de «culture», un respect de la montagne aujourd'hui trop banalisée. Cette rencontre a déjà permis de lancer des passerelles entre représentants de la sécurité, gens du marketing, de la presse, de la formation, de la justice, des guides et, bien entendu, «free riders» pour, si possible ensemble, faire un pas en avant.

MÉLI-MÉLO

Nouvelles installations pour le grossiste Ronin SA. Premier grossiste suisse à avoir, il y a plus de vingt ans, intégré à son activité la production de produits «quatrième gamme», à savoir prêts à l'emploi, Ronin SA s'est installé début avril au cœur du Marché de gros, à Carouge. Créée il y a trente ans, la société d'importation et de négoce de produits frais, emploie aujourd'hui 45 personnes sur son site genevois. Elle a instauré un partenariat solide avec les maraîchers locaux, l'intégration des importations renforçant la souplesse tarifaire. Le spécialiste genevois réalise 22% de son chiffre d'affaires en produits «quatrième gamme». Sa clientèle est constituée de restaurants (44%), d'hôtels (23%) et d'autres collectivités. *JJE*

Bols-Cynar-Ballantine's change de nom. Domicilié à Zurich, le distributeur de liqueurs Bols-Cynar-Ballantine's porte depuis le 1er mai le nom de sa maison mère, à savoir: Allied Domecq Spirits & Wine (Switzerland) Ltd. La société signale aussi qu'elle est devenue l'importatrice officielle de la marque hollandaise De Kuyper et qu'elle arrête la distribution des liqueurs Bols. D'autre part, à partir du 1er mai également, la vodka Serkova figure dans l'assortiment, alors que les produits Bolskaya l'ont quitté. *MH*

Un programme de qualité lancé par Mövenpick Hotels & Resorts. Pour l'organisation de conférences, ainsi que pour le choix du cadre culinaire de chaque «meeting», les Mövenpick Hotels & Resorts proposent désormais le programme de qualité «Meet & Dine». Ainsi, un manager de banquet se tient à la disposition du client pour mener à bien son projet et éviter toute perte de temps. *VM*

COLLECTIVITÉS / En présentant son bilan 2002, avec un chiffre d'affaires en hausse de 6,2% par rapport à l'exercice précédent, le groupe DSR annonce sa volonté de développement. **JEAN-JACQUES ETHENOX**

Un futur axé sur l'indépendance

«Nous sommes conscients que notre indépendance et notre avenir dépendent de notre santé financière.» En préambule du bilan d'un exercice 2002 satisfaisant avec un chiffre d'affaires de 149,2 millions de francs (en hausse de 6,2% par rapport à l'exercice précédent), ces propos de Jacques Guignard, directeur général de DSR, illustrent l'évolution de l'ancien Département social romand qui, dans les années 70, avait une antenne sociale dans les petites agglomérations romandes. C'est que le DSR a su évoluer, s'adapter aux conditions du marché, dépasser son image d'institution calviniste bien pensante, et cela bien avant la récente offensive en Suisse romande de SV Group, le leader suisse de la restauration de collectivités.

LA STRUCTURE A ÉTÉ REVUE

Pour cela, le cap 2002 de DSR a été marqué par plusieurs changements. Ainsi, le groupe a-t-il entièrement revu sa structure organisationnelle. En effet, pour éviter une concurrence interne après sa prise de participation majoritaire dans le capital de André Curchod SA, responsable des services de restauration de Palexpo, à Genève, Festissima la branche spécialisée de DSR, s'est transformée en une holding, DSR Participations. Outre André Curchod, toujours en charge du centre d'expositions genevois et de l'événementiel, elle chapeaute encore Lake Gourmet, qui assure le service



SELF-SERVICE GÉRÉ PAR DSR

Avec un chiffre d'affaires 2002 réjouissant, le DSR qui gère notamment le self-service du restaurant Tetra Laval International de Pully, a le vent en poupe.

de restauration embarquée sur les bateaux de la CGN. «Une stratégie, une volonté d'indépendance qui, insiste Jacques Guignard, nous ont incité à considérer d'autres secteurs de la restauration pour autant qu'ils restent proches de notre métier de base.»

Car en Suisse romande, les perspectives de croissance sont faibles, «de secteur de la santé reste hermétique», admet le directeur qui attend évolution des mentalités à la faveur du pro-

blème récurrent de la hausse des coûts de la santé puisque, selon la société, une privatisation des cuisines du secteur permettrait d'économiser environ 400 millions de francs par an.

Sur le marché suisse alémanique, où DSR tente de prendre pied, c'est un autre atout que l'on met en avant: «une culture (culinaire) franco-romande». Elle plaît, particulièrement du côté de Zurich, annonce-t-on à Morges, siège du groupe, où l'on accueille les colla-

borateurs suisses alémaniques pour des stages de sensibilisation à cette touche émotionnelle.

Le groupe a enfin annoncé que durant l'année 2002, quatorze cadres ont mené une réflexion sur les perspectives du marché. Ils ont ainsi défini un concept se résumant en trois points: enrichir le savoir-faire spécifique, développer les activités rentables, ce qui implique «rester ouvert à toute prise de participation ou autre opportunité».

Annonce



BEA Bern, 25.4. – 4.5.03, halle 110, stand B17

Sinfonia: Une parfaite harmonie entre saveur et rendement



Chez Franke, nous connaissons parfaitement les exigences spécifiques de chaque client face à une machine à café automatique. C'est pourquoi la Sinfonia maîtrise toutes les variations sur le thème du café. Sa flexibilité lui permet toutes les improvisations et sa précision lui confère de la virtuosité. Vous n'aurez que l'embaras du choix: un, deux ou trois moulins pour une préparation optimale de toutes vos spécialités, du ristretto au macchiato, de l'eau

chaude pour du thé, de la vapeur pour chauffer manuellement du lait, ou encore du café en pot pour le petit déjeuner. Sans oublier un superbe design.

En solo ou en duo avec le système de lait Franke, la Sinfonia est une pièce maîtresse de la gastronomie traditionnelle.

The art of excellent coffeemaking.

Franke
Kaffeemaschinen AG
4663 Aarburg
Suisse
Tél. ++41 (0)62 787 36 07
Fax ++41 (0)62 787 30 10
www.km.franke.ch

FRANKE

MORGES / Vitiswiss a lancé une compétition pour célébrer ses dix ans d'existence

La nature récompensée

Sur le modèle des concours internationaux, Vitiswiss, présidé par le Vaudois Michel Cruchon, a mis sur pied, pour fêter ses dix ans d'existence, une compétition dont la finale s'est déroulée à Arvinis à Morges. Seuls les vins ayant obtenu le label Vinatura, qui atteste que le producteur a observé le cahier des charges de la production intégrée, pouvaient concourir. En dix ans, près de 350 producteurs ont satisfait à ces critères. Sur 105 vins de la finale, les cinq ayant obtenu le plus haut pointage se sont vu attribuer un «trôphée»: deux liquoreux, un ermitage 1999 de Denis Mercier, de Sierre, et le chardonnay Le Passerillé 2000, d'Henri Cruchon et fils à Echichens (VD), deux blancs aromatiques 2001, le pinot blanc de Jean-Jacques Steiner à Dully (VD) et le sauvignon blanc du Domaine du Paradis, à Satigny (GE) et un seul vin rouge, un merlot tessinois, Vigni Ronchetti 2000, de Stefano Haldemann, à Minusio. Suivent dix médailles d'or et vingt-cinq d'argent. Le salon Arvinis a accueilli cette année 16 000 visiteurs, soit autant qu'en 2002. La prochaine édition aura lieu à Morges du 21 au 26 avril 2004. **PT**

MÉLI-MÉLO

Véronique Mermoud, meilleure productrice d'eau-de-vie. La Valaisanne Véronique Mermoud, de Fully, a été sacrée «meilleur producteur professionnel» au terme de la troisième dégustation du Forum romand des eaux-de-vie, organisé, fin mars, à Courtemelon (Jura). Du coup, elle a décroché deux médailles d'or, avec une eau-de-vie de framboises et une autre de plantes sauvages. Dans le Jura, le Vaudois Pierre Sauty, de Denens, a également décroché deux fois l'or, avec un kirsch et un marc, parmi les 226 échantillons dégustés par un jury conduit par Peter Dürr. Celui-ci présidait de la compétition européenne Distillata. Par ailleurs, les distillateurs valaisans ont désormais leur propre interprofession, avec à sa tête l'Octodurien Julien Morand. En Valais, les eaux-de-vie ont, décidément, la cote, puisque la Chambre d'agriculture, présidée par un autre distillateur (et producteur de vin), Jean-René Germanier, a décerné son prix annuel au Calvalais, une eau-de-vie de pommes mûrie trois ans en barriques par Maurice Solioz. A égalité avec le thé Bio Alp Tea... **PT**

Un chardonnay obtient la médaille d'or. A mi-mars a eu lieu la dixième confrontation des Chardonnays du Monde, dans la Bourgogne élargie, au Château des Ravatys près de Mâcon. Des jurés internationaux ont jugé près de 1200 vins blancs de ce seul cépage provenant de 37 pays. Au total, ils ont attribué 41 médailles d'or. Une seule a récompensé le meilleur vin suisse de sa catégorie nationale, un chardonnay élevé en fûts de chêne, un yvorne «Clos de la George» 2001, de Charles Rolaz. Ce propriétaire, signe quelques-uns des meilleurs vins rouges de la Côte vaudoise et des liquoreux tout aussi remarquables et remarquables. A Rolle, dans l'enceinte de l'entreprise Hammel, le duo s'est donné les moyens de réaliser, à partir de raisins des domaines familiaux, des cuvées de prestige, dans une cave-modèle, parfaitement équipée de la réception de la vendange à la mise en bouteille. **PT**

NOTA BENE

La rubrique «Bon à boire» paraît tous les 2es jeudis de chaque mois. La prochaine est donc prévue pour le jeudi 12 juin 2003. **MH**

ROUGES PORTUGAIS / Berceau du plus célèbre des vins doux mutés à l'alcool, le porto, la vallée du Douro s'oriente désormais vers les rouges secs. Reportage sur place, à la Quinta do Crasto. **PIERRE THOMAS**

Le Douro passe du doux au sec

Quinta do Crasto, admirablement placée sur le fleuve Douro, à mi-chemin de Pinhao et de Peso da Regua, aurait pu continuer à produire du vin de base destiné au vieillissement du porto pour les grandes marques, comme elle le faisait depuis le 17^e siècle (lire l'encadré).

Mais ses propriétaires, la famille Roquette, ont préféré, dès 1995, miser sur une reconstitution du vignoble pour donner naissance à des «vins de table», des vins rouges secs. D'emblée, grand succès: à Londres, les deux millésimes 1995 et 1996 sont couronnés «meilleurs vins rouges». Plus récemment, un cru d'une seule parcelle, la Vigna da Ponte 2000, a décroché la timbale de «meilleur vin rouge portugais». Et la Réserve s'impose comme un des excellents Douro sur le marché.

ANCIEN ET NOUVEAU MONDES RÉUNIS

Des deux jeunes frères Roquette, Miguel s'occupe du marketing. Golden boy, il nous reçoit en toute décontraction dans cette «quinta» (ferme viticole) plantée sur un éperon, d'où la vue plonge sur le Douro, 300 mètres plus bas. La propriété, de 65 hectares, auxquels vont s'en ajouter 20 autres en reconversion, est classée A. C'est-à-dire qu'elle répond aux meilleurs critères définis au début du 20^e siècle déjà pour produire des raisins destinés au porto: notamment de vieux cépages, une forte pente, une excellente exposition, des schistes, etc.

Depuis le début, en 1995, l'œnologie est Australien: le «flyingwinemaker» Dominic Morris fait le voyage trois fois l'an, aux vendanges, en février, pour juger les jeunes vins, et à fin mai, pour les assemblages. «Il a compris le Douro», s'exclame Miguel Roquette, «un mélange de l'ancien et du nouveau mondes.» Une bonne définition! Au premier, les vins rouges secs



LE BERCEAU DU PORTO

La vallée du Douro, flanquée de part et d'autres de terrasses, édifiées en strates.

empruntent des cépages ancestraux. L'amateur peut juger sur pièce: champignons de l'assemblage, les producteurs ont désormais la marotte de faire découvrir en vin de monocépage les charmes du touriga nacional – le cépage local le plus prometteur, le

plus complexe aussi –, du tinta cao – une curiosité, pleine de sève et de caractère – et le tinta roriz – le temp-ranillo cher aux Espagnols –, trois variétés parmi la centaine recensée dans la vallée du Douro, dont dix-neuf recommandées rien que pour le porto rouge. Pour les meilleurs rouges, le foulage aux pieds par les vendangeurs, trois jours et trois nuits, dans de grands bacs en granit, les «lagares», reste de rigueur.

Le nouveau monde, lui, a apporté la maîtrise des températures (les «lagares», revêtus ici de résine, sont ceints de tuyau d'eau en acier), les cuves en inox et les barriques en chêne français ou américain, pour un élevage de trois à dix-huit mois, selon les cuvées.

LE VIN, AFFAIRE DE LA FAMILLE

Petit à petit, les jeunes œnologues portugais, formés à Vila Real, gros bourg dominant le Douro, reprennent la main. A Quinta do Crasto le suivi quotidien des vins est, depuis cette

année, du ressort d'une talentueuse jeune Galicienne, Susana Esteban, transfuge de la Quinta do Coto, domaine pionnier des rouges secs du Douro. La jeune Espagnole signe déjà, non loin de là, à la Quinta da Casa Amarela, des rouges au fruité et à l'élégance passionnants.

Au Portugal, le match nord-sud est ouvert. Car l'Alentejo produit lui aussi de beaux vins rouges, tels ceux du domaine Herdade de Esporão. Ça tombe bien: c'est l'oncle de Miguel oquette qui en est le propriétaire. Par ailleurs, des cousins possèdent la Sogrape (porto Ferreira et rosé Mateus), une des plus grandes entreprises viticoles du pays. Au Portugal, la viticulture est aussi affaire de (grande) famille.

Les vins de Quinta do Crasto sont importés en Suisse par Gomes Weine AG à Bâle, qui fête cette année ses vingt ans. Dégustations à Bâle (le 16), Zurich (le 13), Berne (le 14) et Lausanne, le 15 mai, à l'Hotel Alpha Palmiers, de 15 à 20 h. Infos: www.gomes-weine.ch. Dégustation gratuite si inscription jusqu'au 9 mai, tél. 061 303 04 50.

Porto ou Douro, deux alternatives

Qui boit encore du porto? De la réponse à cette question découle la transformation de la vallée du Douro. Durant des siècles, la plus vieille appellation d'origine du monde, délimitée au milieu du 18^e siècle par le marquis de Pombal, s'est contentée de vinifier des vins avec un ajout d'alcool le plus pur (et neutre) possible, avant de les expédier en aval, à Villa Nova de Gaia, où des maisons, anglaises, hollandaises ou allemandes, les prépareraient longuement en fûts, pour l'exportation.

En rejoignant l'Europe en 1986, le Portugal a laissé tomber cette obligation de maturation du précieux

*nectar loin de sa zone de production. Désormais, les «quintas» peuvent mener l'élevage du porto «at home». Voilà qui explique l'émergence d'étiquettes nouvelles, de «single quintas», à la fois chez les marques les plus réputées et de domaines plus «privés». Tous se sont mis à vinifier, à côté de vins doux fortifiés, des rouges secs, sur la base des mêmes cépages locaux. Et ces bouteilles sont vendues parfois plus de 50 euros (75 francs), comme le Chrysea 2000, premier fruit de l'union entre l'ancien propriétaire de Cos d'Estourmel, Bruno Prats (domicilié dans la région lausannoise), et la grande compagnie de Porto Symington. **PT***

VINS / Le «Grains de Malice 2001» de Provins décroche la seule grande médaille d'or suisse au Concours mondial de Bruxelles. Cet assemblage a été lancé par l'œnologue Madeline Gay. **GENEVIEVE ZUBER**

Un liquoreux valaisan au sommet

Depuis sa mise en bouteille, en janvier, cet assemblage surmaturé n'a cessé de briller dans les concours internationaux, aux Vinales de Paris, au Vinitaly de Vérone, avant donc d'obtenir la récompense suprême à Bruxelles. Pour situer l'importance de ce concours, plus de 3500 crus en provenance de 32 pays étaient en lice, mais seuls 23 d'entre eux y ont décroché une grande médaille d'or. A noter qu'en Belgique, la Suisse a également glané 27 autres médailles, or et argent, et que la quasi-totalité des vins helvétiques médaillés d'or sont issus de vendanges tardives, à

l'instar du «Grains de Malice». Elevé pendant une année en barrique, cet assemblage (90% d'ermitage, 10% de malvoisie) a été lancé il y a tout juste dix ans par Madeleine Gay, l'œnologue de Provins.

DU TRAVAIL ET DE LA CHANCE

Cette grande médaille d'or et les autres viennent récompenser un travail de longue haleine. «Ceci pour essayer de faire de ce vin le meilleur et le plus complexe possible», précise l'œnologue. Le millésime 2001 a par

ailleurs bénéficié d'une météo idéale: juste ce qu'il faut d'humidité et de sécheresse pour que le botrytis fasse son œuvre et que sous l'effet de ce champignon en pourriture noble. Résultat: un vin titrant 152 degrés d'«Echslé», «aux arômes d'abricots confits et de gelée de coings», explique, gourmande, Madeleine Gay. Elle conseille de le servir en début de repas, frais, à 8-10 degrés, avec un foie gras, ou alors avec un roquefort ou un fromage salé, pour le contraste.

Contrairement à certaines spécialités valaisannes de prestige, pro-

duites en quantité presque confidentielles, «Grains de Malice» n'est pas introuvable sur le marché! Au fil des ans, Provins lui a réservé 20 000 mètres carrés d'ermitage, des vieilles vignes de 30-40 ans, qui vont encore se bonifier en prenant de l'âge.

«D'autres questions sur ce cru et plus généralement sur les concours internationaux? Etant donné les événements de ces derniers temps, Provins» a décidé de lancer un forum «on line» avec Madeleine Gay.

EPESSES / Plus de 1800 visiteurs au rendez-vous

Le train... du succès

Plus de 1800 visiteurs (contre 1300 en 2002) se sont rendus à Epesses le 3 mai dans le cadre de «L'Epesses par le train». Un succès qui réjouit Christian Chappuis, président du comité d'organisation, même si le chiffre espéré de 2000 visiteurs n'a pas pu être atteint. Car ce sont en effet essentiellement des Suisses alémaniques (plus de 60% des visiteurs) qui ont participé à la journée. Outre la dégustation des vins des 42 vi-

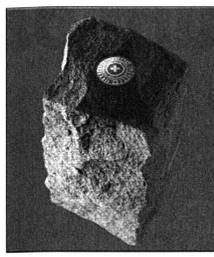
gnons présents dans les rues du village, sur place, chacun a pu mettre en bouteille son propre pot vaudois et s'est vu remettre un panier de victuailles vaudoises.

Quelque 140 000 flyers ont notamment été distribués dans les gares et par l'entremise de la Coop, sponsor de la journée. Chacun tissant ses affaires, aucune indication n'a été donnée quant au niveau des ventes. **JJE**

MILESTONE / 4e Prix du tourisme suisse

Des innovations à gogo

L'hôtel + tourisme revue attend vos projets novateurs. Les auteurs des projets peuvent déposer leur candidature, dès maintenant et jusqu'au 31 juillet, au Milestone, le Prix du tourisme suisse. Ces projets doivent concerner les domaines suivants: transport et tourisme, hébergement et restauration, loisirs, entreprises et organisations. Pour participer, il suffit de cliquer sur www.htr-milestone.ch **PKVM**



MONTREUX / Célébration de la «Neige de Mai»

Narcisses en fête

La troisième édition de Narcisses en fête, cette célébration de la «Neige de mai», aura lieu à Montreux, ainsi que sur les hauts de la Riviera du 10 mai au 9 juin. Le Village du Pays des narcisses, sera installé en permanence sur la place du Marché de Montreux. Par ailleurs, plusieurs animations sont prévues durant les week-ends dans les villages, jusqu'aux Paccots. Un stand d'information et de dégustation de divers produits

du terroir sera aménagé aux Pléiades. Tous les samedis, ainsi que le jeudi 29 mai, lors de l'Ascension, les organisateurs ont prévu plusieurs excursions guidées. De nombreux sentiers des narcisses ont notamment été balisés dans toute la région. C'est Montreux-Vevey Tourisme qui s'occupe de coordonner toutes les opérations. **JJE**

Horaires et inscriptions: www.montreux-vevey.com

PAYS DE FRIBOURG / Vers une réorganisation du tourisme et de ses structures

Nouvelle loi pour 2005

Au cours de son assemblée générale qui s'est déroulée à Villaz-Saint-Pierre, l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT), présidée par Hubert Lauper et dirigée par Jacques Dumoulin, a annoncé l'entrée probable de la nouvelle loi sur le tourisme en 2005. Contrairement à ce qui avait été annoncé en 2001, la réorganisation du tourisme fribourgeois n'entraînera pas la suppression des associations régionales (Fribourg, Gruyère, Glâne-Vevveyse, Broye, Lac et Haute-Singine). Ces entités promotionnelles décideront elles-mêmes de leur sort, soit de leur maintien, soit de leur rattachement à l'organisme de leur pôle touristique. Un fonds cantonal de propagande coordonnée, de l'ordre de 500 000 francs par an, soutiendra financièrement les programmes annuels promotionnels élaborés d'entente entre l'UFT et les organismes régionaux. L'information touristique sera confiée, par zone de compétence, aux offices du tourisme professionnels des pôles cantonaux. Enfin, les sociétés de développement conserveront leurs attributions en matière d'animations et d'activités réceptives au service des hôtes.

LE MARKETING SERA RENFORCÉ

Appliquant les dix thèses publiées par les grandes organisations touristiques nationales sous le titre «L'Economie touristique suisse – Etat des lieux et perspectives», l'UFT renforcera ses efforts pour répondre aux besoins de la demande. Elle se félicite, à cet égard, de l'efficacité et du succès de son système de réservation directe par Internet, parfaitement compatible avec la technologie d'avant-garde exploitée par Switzerland Destination Management. Elle mettra également en service, via son site Internet, un agenda touristique des manifestations. Sur le plan du marketing, elle encouragera des actions telles que la présence du Pays de Fribourg au Salon international de l'agriculture de Paris. **JS**

LES GENS



Au 1er juin, **Mark Schumacher** (photo) assumera la fonction de responsable pour la France auprès de Suisse Tourisme à Paris. Il succède à **Klaus Oegerli**, en charge des marchés européens et qui avait été nommé directeur intérimaire pour le marché français. **VM**

Photo: Georges Rialty/Fribourg la médiévale



FRIBOURG À L'HEURE MÉDIÉVALE

La 3e édition de la «Semaine médiévale de Fribourg» devrait attirer cette année quelque 18 000 visiteurs dans la vieille-ville de Fribourg.

VILLE DE FRIBOURG / Des forfaits touristiques avec une nuit d'hôtel vont être commercialisés lors de la 3e édition de la «Semaine médiévale». **LAURENT MISSBAUER**

«On aimerait attirer des touristes de tout le pays»

L'association «Fribourg la médiévale» – association qui a pour but de promouvoir et de mettre en valeur le patrimoine médiéval de la ville de Fribourg – organisera du 6 au 14 septembre la 3e édition de la «Semaine médiévale de Fribourg».

«UN VÉRITABLE PRODUIT TOURISTIQUE»

A la fois directeur de l'Office du tourisme de la ville de Fribourg et membre du comité d'organisation de l'association «Fribourg la médiévale», Nicolas Zapf a expliqué, la semaine passée, que les deux premières éditions des Semaines médiévales,

en 2001 et en 2002, étaient restées volontairement très régionales et que la troisième édition devrait attirer cette année une clientèle davantage nationale, voire même internationale. «On aimerait attirer des touristes de tout le pays», confie Nicolas Zapf. «Pour cela, nous avons créé pour la première fois un forfait avec deux entrées et une nuit d'hôtel. Ce sera un véritable produit touristique qui entend retenir les visiteurs sur place et qui, le cas échéant, comportera des suggestions d'excursions, par exemple, dans la cité médiévale de Gruyères. Des informations à ce sujet seront d'ailleurs présentées à la semaine prochaine au Switzerland Travel

Mart de Zurich, le plus important salon du tourisme réceptif suisse», ajoute Nicolas Zapf.

UN SPECTACLE MÉDIÉVAL AVEC 150 FIGURANTS

La volonté d'attirer davantage de visiteurs – les organisateurs parlent de 18 000 personnes après en avoir attiré 15 000 en 2002 et 9000 en 2001 – se retrouve également dans le programme proposé cette année. Celui-ci comportera pour la première fois un spectacle médiéval qui regroupera notamment 150 figurants. Trois pièces de théâtre médiévales et des animations pour enfants seront également proposées.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

L'hôtellerie doit faire face à de nombreux problèmes. Avec la pneumonie atypique, la crise et la guerre, l'hôtellerie traverse une période difficile. Mais si les nuitées diminuent, les hôteliers se montrent le plus souvent positifs, comme le directeur de l'Hôtel Arabella Sheraton Atlantis de Zurich (5 étoiles), Theophil Bucher. Selon lui, la situation actuelle permet aux établissements de se remettre en question, d'optimiser leurs structures ou encore d'innover. «Seul un état d'esprit positif au sein de l'entreprise, mène à de bons résultats en période de crise», considère-t-il. **Page 2**

Le nombre de touristes asiatiques diminue en Suisse. En raison de la pneumonie atypique, les asiatiques voyagent très peu. Benno King, le responsable marketing d'Interlaken Tourisme se dit préoccupé. 13% des touristes qui visitent habituellement l'Oberland bernois sont des Japonais. Mais, pour cette période estivale, on craint une diminution de nuitées de l'ordre de 10%. Cette baisse concerne toute la Suisse centrale. Les responsables des remontées mécaniques du Titlis sont notamment inquiets, car les deux tiers des touristes qui utilisent leurs installations en été sont des asiatiques. **Page 7**

Mesurer la qualité de l'huile de friture. Plusieurs entreprises ont lancé récemment des appareils qui permettent de tester la qualité de l'huile de friture. Ces nouveaux accessoires culinaires s'utilisent comme des thermomètres. Il suffit de plonger la pointe de l'ustensile dans l'huile et attendre quelques secondes sans bouger. Selon le résultat obtenu, l'utilisateur pourra estimer à quel moment il devra changer d'huile. Certains ustensiles de ce type sont même dotés de petites lampes: la verte s'allume si la qualité du produit est bonne ou la rouge s'allume si le produit doit être jeté. **Page 17**

MÉLI-MÉLO

L'Hôtel des Bergues à Genève appartient désormais à un prince saoudien. Fondé en 1834 et classé monument historique, l'Hôtel des Bergues de Genève a été acheté par le prince saoudien al-Walid Ben Talal pour 117 millions de francs. La transaction a été conclue grâce à un fonds d'investissement appartenant à la famille royale. Celle-ci avait déjà conclu un contrat de vente au mois de septembre 2002. Le palace fait maintenant partie du portefeuille de Kingdon Holding, groupe fondé par le prince. L'Hôtel des Bergues était la propriété de la Société nouvelle des Bergues appartenant à l'UBS. L'établissement sera renové d'ici l'année prochaine. Il sera ensuite géré par la chaîne Four Seasons. Cet hôtel de luxe accueille régulièrement des clients prestigieux, des chefs d'Etat, des princes et des rois. Il est le quatrième hôtel de luxe acquis par le neveu du roi Fahd d'Arabie saoudite en Europe et la 187e propriété hôtelière du milliardaire saoudien dans le monde. En effet, le prince possède notamment The Plaza à New York, Le Four Seasons à Ryad et le Mövenpick à Beyrouth. **ats/VM**

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Editeur: Société suisse des hôteliers
Morbijoustrasse 130
case postale
3001 Berne

Responsable des médias:
Christian Hodler

Rédaction:
Rédacteur en chef: Marietta Didoul (MD)

Responsable du Cahier français et
Rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH)

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

Correspondants:
Jean-Jacques Ehenoz (JJE), Vevey,
Danielle Emery Mayer (DEM), Valais,
Véronique Tanerg (VT), Genève,
José Seydoux (JS), Fribourg.

Pierre Thomas (PT), Lausanne;
Gisela Zuber (GZ), Valais;
Milestone: Dr. Peter Kübler (PK)

Édition:
Chiefs d'édition: Iris Strabel

Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Castaldi

Annonces: Matthias Beyeler, Andras Jakob, Marc Moser

Publicité: Markus Marchel (Chef de vente),
Roger Sammes, Brigitte Weibel

Administration: Patrick Stalder

Impression:
Fischer AG für Data und Print, Dürschzentrum Berne

Tirage: 11 200 Ex. contrôlés BEMIP 2002,
22'000 Ex. imprimés

Prix de vente (TVA inclus):
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an
Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Organe officiel de:

Verband Schweizer Tourismus Direktoren
und Direktoren (VSTD)

Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismus-
experten (TOUREX)

Vereinigung Diplomierter Hoteliers-
Restaurateurs SHV (VDH)

(H&M) Swiss Chapter

Hospitality Sales & Marketing Association
(HSMA) Swiss Chapter

Swiss Partner für den Tourismus

Verband Schweizer Badkurorte (VSB)

Schweizer Kurhäuser (SKH)

Swiss International Hotels (SIH)

Anciens Internationalistes des Sous-Directeurs et
Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR)

Contacts:

Adresse: Morbijoustrasse 130,
case postale, 3001 Berne

Rédaction (l'heure de lecture, People, etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24

E-Mail: htr@swisshotels.ch

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

E-Mail: abo@swisshotels.ch

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

E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch

E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch

Tél. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23

E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch

Internet: www.swisshotels.ch

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

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue



Unser derzeitiger Küchenchef macht den Schritt in die Selbständigkeit.

Daher suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

eine/n Küchenchef/in

Als qualifizierte und erfahrene Fachperson mit Bankettserfahrung 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 AG, Thomas Keel, Stadthausstrasse 119, 8400 Winterthur
Tel. 052 260 58 91, thomaskeel@casinotheater.ch

Attraktives Restaurant an bester Lage in Davos

Ein Hauch von Exklusivität, das Ambiente eines gemütlichen Landgasthofs und Stilelemente des lifestyleorientierten Lokales für anspruchsvolle Geniesser wurde in gelungener Art und Weise miteinander verbunden. Die kreativen Investoren haben keine Kosten und Mühe gescheut einen aussergewöhnlichen Betrieb zu schaffen, der schnell zu einem «beliebten Treffpunkt der Region» avancierte.

Alles ist da: Das elegante Restaurant für feine Angebote, das «Stübli» mit gediegener Atmosphäre für Business-Lunch und jedermann, der Wintergarten für «Gutbürgerliches» oder schnell mal reinzuschauen, die Garten-Terrasse für «entspanntes open air» und der Saal für spezielle Anlässe oder Konferenzen. Sogar Parkplätze gibt's. Das einzige was noch fehlt, sind Sie: Die kommunikative Gastpersönlichkeit - selbstverständlich darf es auch ein Gastpaar sein.

Geschäftsführer/in – Pächter/in

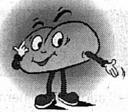
Dieser überaus interessante Betrieb an absoluter Toplage in Davos bietet viel konzeptionelle Freiheit! Er ist die ideale Grundlage als Start Ihrer unternehmerischen Karriere oder für die logische Fortsetzung Ihrer bisherigen gastronomischen Erfolge. Bevorzugt wird die Variante «Miete/Pacht». Die Besitzer bieten dazu eine günstige Einstiegsvariante!

Wichtig ist, dass für Sie der Gast «im Mittelpunkt» steht – Fairness und Partnerschaft nach allen Seiten ist ihr Leitspruch. Was sonst noch wichtig ist und was für weitere Vorteile Ihnen geboten werden, erfahren Sie in einem persönlichen und absolut vertraulichen Gespräch. Überzeugen Sie sich selbst und rufen Sie an! Wir sind gespannt auf Ihre Konzepte und Ideen.

Ihr Gastroberater: Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · Postfach · 8600 Dübendorf 1
Tel. 01 802 12 00 · Fax 01 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

BÄCKEREI · CONDITOREI · CAFETERIA

Wir sind ein modernes dynamisches Unternehmen der Bäckerei-Konditorei-Branche mit sechs Verkaufsstellen und drei integrierten Café-Restaurants.

Unser Erfolg beruht auf echter Schweizer Gastfreundschaft, innovativer und dynamischer Führung.

Wir offerieren Ihnen die

Leitung unseres Café-Restaurants in Bülach

mit 60 Sitz- und 40 Gartensitzplätzen, das sich hell und freundlich präsentiert. Wir verwöhnen unsere Kundschaft in einem Tagesbetrieb 363 Tage im Jahr. Wir bieten neben unseren Köstlichkeiten aus unserer Konditorei diverse kleine Mahzeiten und Mittagsmenus an.

Ihre Vorzüge:

- Sie sind kommunikativ und können auf die Gäste zugehen
- Sie haben bereits Erfahrung in der Führung eines Café-Restaurants
- Sie bilden mit unseren Mitarbeitern ein Team und setzen sie zum Wohle unserer Kunden ein
- Sie nehmen Trends der neuen Ernährung auf und setzen diese um
- Sie arbeiten kostenorientiert, umweltbewusst und zielorientiert

Wir bieten Ihnen:

- ein familiäres Umfeld
- einen abwechslungsreichen und interessanten Arbeitsbereich
- Verantwortung
- sehr gute Anstellungsbedingungen
- langfristige Perspektiven

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben und Sie unser Betrieb und die damit verbundenen Tätigkeiten ansprechen, freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen. Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Herrn René Fleischli, Bahnhofstrasse 1, 8172 Niederglatt
fleischli@swissbaker.ch
www.baeckerei-fleischli.ch

156031/417610

HOTEL WEISSES KREUZ ***
3800 INTERLAKEN

Wir suchen auf die kommende Sommersaison

Sekretärin/Réceptionistin

Abgeschlossene KV-Lehre oder gleichwertige Ausbildung sowie Erfahrung im Hotelfach unerlässlich. EDV-Front-Office FIDELIO.

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen an:

Familie Bieri
HOTEL WEISSES KREUZ
3800 Interlaken
Telefon 033 822 59 51

155985/16640



human resources management

Für Sie haben wir die richtige Herausforderung in einem internationalen Unternehmen der Systemgastronomie, tätig in der ganzen Schweiz.

Für Schlüsselpositionen suchen wir unternehmerisch denkende

High Potential Persönlichkeiten

Sie sind frontorientiert, verfügen über eine rasche Auffassungsgabe, haben Führungserfahrung und einen klaren Leistungsausweis.

Sie lernen Step-by-step die verschiedenen Abläufe des Unternehmens kennen und werden projektbezogen in dessen Erfolgsgeheimnisse eingeführt. Neben Training on the Job werden theoretische Ausbildungsblöcke zum Wissenstransfer eingeflochten, mit dem Ziel, Sie als zukünftigen Kadermitarbeiter in der Romandie einzusetzen.

Sie finden ein professionelles Umfeld, viel Freiheit für grosses Engagement und sehr gute Entwicklungsmöglichkeiten vor.

Für einen ersten Kontakt stehe ich Ihnen per E-Mail gerne zur Verfügung. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an hotelstaff mit dem Vermerk "High Potential".

Personaldienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus, Catering und Events

Lintheschergasse 3
Telefon 01 229 90 00
Internet www.hotelstaff.com
E-Mail Kurt.Oehri@hotelstaff.ch

INHALT: Kader 2-4 / Deutsche Schweiz 4-8 / Svizzera Italiana 9 / International 9 / Stellengesuche 10 / HRC / Image 10

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

SOMMAIRE: Suisse romande 9 / Demandes d'emploi 10 / Marché de l'emploi 10

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



Segeln Sie auf gutem Kurs
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



Stellenangebote auf Seite 3.

Offres d'emplois en page 3.

Making people successful

Wir bieten einem fachlich qualifizierten und dynamischen Paar

DIE CHANCE

einen sehr attraktiven Restaurant-Bar-Betrieb zu äusserst günstigen Mietkonditionen zu übernehmen!

Restaurant im Raum Limmattal

- Restaurant mit Bar (ca. 45 Plätze)
- Grillrestaurant (ca. 20 Plätze)
- Gartenwirtschaft
- Moderne Küche
- Totalrenovation vor 2 Jahren
- Antritt nach Vereinbarung
- Wirtwohnung vorhanden

Nähere Auskünfte erhalten Sie unter Chiffre 156125 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

156125/411027

Thomas Hauser Gastrocom

Fuhrweidstrasse 2, Ottenhusen, 6275 Ballwil

Im Auftrag suchen wir für den

Gasthof Hirschen, 1716 Plaffeien

ein erfahrenes Gastronomienpaar

Das Haus ist behindertengerecht eingerichtet und bietet:

- Dorfbeiz mit ca. 42 Plätzen
- Restaurant mit ca. 36 Plätzen
- Apero-Bar mit ca. 20 Plätzen
- Saal unterteilbar mit ca. 150 Plätzen
- 17 Gästezimmer mit 32 Gästebetten

Das Haus ist sowohl Dorfbeiz wie Ferienhotel. Die vielfältigen Freizeitangebote für heimische und auswärtige Gäste, bieten die besten Voraussetzungen das Geschäft erfolgreich betreiben zu können.

Sie sind eine aufgestellte Persönlichkeit mit ausgeglichener Charakter. An Ihrer Ausstrahlung erkennt man Freude am Beruf. Der Umgang mit Menschen ist Ihnen angenehm. Sie setzen auf eine frische, schmackhafte Küche. Sie sind für Ihre Gäste da um sie zu verwöhnen. Sie sind einsatzfreudig und innovativ. Dann sollten Sie unser Angebot prüfen.

Die Konditionen sowie die Hilfe die Ihnen die Objektentwertung beim Aufbau Ihrer Karriere gewährt, sind aussichtsreich. 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

ALTEHRWÜRDIG, ABER VOLL IM SCHUSS ...



... ist er, der geschichtsträchtige

Landgasthof

zwischen Sargans und Bodensee, den Sie ab September 03 als

Mieter (-Paar)

und als kompetente Gastgeber/in einsatzfreudig, innovativ und gästeorientiert leiten.

Zu ihrem Betrieb gehören:

- Gaststube (45 Plätze), Saal (50), rustikales Stübli (20)
- der Garten mit altem Baumbestand (120 Plätze)
- Bar (50 Pl.)
- 4 Doppelzimmer sowie Wirtwohnung

Die Eigentümerin (Firma) möchte den Betrieb selbst als Ort gepflegter Gastlichkeit nutzen, legt Wert auf eine dauerhafte Lösung und bietet deshalb faire Bedingungen für Miete und Übernahme.

Für zusätzliche Informationen wenden Sie sich an Hr. H.P. Fuchs, Tel 01 377 52 07. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

GASTRO SUISSE
JOB SERVICE

GastroSuisse Job Service

Blumenfeldstrasse 20

8046 Zürich

Tel. 01 377 55 35 • Fax 01 371 89 09

E-Mail: jobservice@gastrouisse.ch

snowparadise.ch saanenmöser-gstaad

Für unser

Bergrestaurant Saanerslochgrat (1945 m ü. M.) in Saanenmöser/Gstaad,

das sich im Herzen des grössten direkt zusammenhängenden Wintersportgebietes im Berner Oberland befindet, suchen wir per Wintersaison 2003/04 eine/n

Geranten/in.

Als versierte Kaderperson erwartet Sie eine herausfordernde Tätigkeit in einem sehr attraktiven Wintersaisonbetrieb in snowparadise.ch.

Sie

- sind im Besitze des Fähigkeitsausweises
- bringen eigene Ideen mit
- sind initiativ, einsatzfreudig und arbeiten gerne in einem kleinen Team
- verfügen über natürliche Führungseigenschaften und Autorität
- sind flexibel, offen für Neues und belastbar

Wir bieten

- Wintersaisonbetrieb mit Selbstbedienung (250 Innensitzplätze, 300 Aussensitzplätze)
- Picknickraum mit 90 Plätzen
- moderne Schneebear Rondodrom mit 80 Plätzen
- zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- Abonnement Seilbahnen Schweiz
- Regionales Saisonabonnement

Wenn Sie sich durch unser Inserat angesprochen fühlen, senden Sie uns noch heute Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Photo an folgende Adresse:

Bergbahnen
Saanenland-Simmmental AG
Herrn Ruedi Schenk
Geschäftsleiter
3777 Saanenmöser
Tel. 033 748 87 30
E-Mail: info@snowparadise.ch
www.snowparadise.ch

BSS

Bergbahnen Saanenland-Simmmental AG
Saanenmöser, Zweisimmen, St. Stephan

Behrholplatz CH-3777 Saanenmöser - Tel +41(0)33 748 87 37 - Fax +41(0)33 748 87 33 - info@snowparadise.ch - www.snowparadise.ch
156118/275735

Piccolo albergo cerca
(causa decesso), per subito

GERENTE

EDEN-Giardino
6613 Porto Ronco

156081/24651

Betriebsleiter/in mit Kochfunktion 100 %

Wir begeistern unsere Gäste mit Angebot, Präsentation und Service. Als Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie führen wir gesamtschweizerisch rund 360 Betriebe im Auftrag der Privatwirtschaft und der öffentlichen Hand.

Für unser schön gelegenes Personalrestaurant Telepic in Rapperswil mit Blick auf den Zürichsee suchen wir eine neue Leitung. Es werden täglich insgesamt rund 50 Essen ausgegeben.

Als ausgebildeter Koch mit Fähigkeitsausweis verstehen Sie es, unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen. Mit Kreativität, Verantwortungsbewusstsein und Ihrer Erfahrung in ähnlicher Funktion können Sie Ihr Team führen und motivieren. Weisen Sie sich zudem als guter Organisator und Koordinator mit fundierten Administrations- sowie PC-Kenntnissen aus? Gelten Qualitätsmanagement und unternehmerisches Denken/Handeln für Sie auch als Selbstverständlichkeit, so freuen wir uns auf Sie!

Wir übergeben Ihnen die Gesamtleitung unseres Betriebes. Auf Sie warten eine herausfordernde Tätigkeit, ein lebendiges Arbeitsumfeld, regelmässige Arbeitszeiten (Mo bis Fr, gelegentliche Sonderanlässe auch Samstag und Sonntag), interne Weiterbildungsmöglichkeiten wie auch ein 13. Monatslohn ab erstem Tag und 5 Wochen Ferien. Die Stelle wollen wir per Mitte Juni 2003 oder nach Absprache besetzen.

Möchten Sie unsere Begeisterung mit uns teilen? Dann zögern Sie nicht - senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: SV-Service AG, Frau Petra Sachs, Personal Segment Public, Postfach, 8032 Zürich, Telefon 01-385 52 47, Fax 01-385 52 53, eMail petra.sachs@sv-service.ch

Weitere Stellen unter www.sv-group.com

SV
service

Wellness & Spa-Hotel
ERMITAGE-GOLF
3778 Gstaad-Schönried
☎ 033 784 60 60

WIR SIND

das *****Wellness- & Spa-Hotel für den Individual-Gast mit 67 Zimmern und Suiten, 3 Restaurants, Bar, einem grosszügigen Wellness-Angebot (Hallen-, Frei-Erlebnis-Solbad 35 °C, Saunapark, Bäderabteilung «Vitalità», Coiffeur & Beauty), Beach-Volley, Tennisplätze und Squashhalle.

WIR SUCHEN AB SOFORT ODER NACH VEREINBARUNG

- ❖ **ReceptionistIn** (D, F, E)
- ❖ **Receptionspraktikantin** (D, F, E)
- ❖ **Chef de Rang** (D, F)
- ❖ **Lehrling im Service** (ab August 03)

WIR BIETEN

- Jahresstelle
- geregelte Arbeitszeiten (5-Tage-Woche)
- schöne MA-Zimmer zum Wohlfühlen
- fachliche und persönliche Weiterbildung
- grosses Sportangebot vor der Haustüre

Wellness- & Spa-Hotel Ermitage-Golf

Herr Anton Pichler
Tel. 033 748 60 60, Fax 033 748 60 67
www.ermitagegolf.ch
Mail: anton.pichler@ermitagegolf.ch
156112/25565

GSTAAD
SCHÖNRIED

5 STERNE GOLF HOTELS
MINIPE GOLF CLUBS
PRIVATE HOTELS

Über Investitionen und Bergstationen.

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

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

hotel
staff

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Catering und Events
Linthochstrasse 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

Gastro
help
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



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

New Challenge Personalberatung & Vermittlung

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

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

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hotellerie
suisse

Hoteljob
Montbijoustrasse 130
Postfach, CH-3001 Bern
www.hoteljob.ch
Personalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob@bluewin.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!
4942 offene Stellen,
3126 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch



21. bis 22. Mai 2003

Messe Zürich
Stand C.16 | Halle 5

Wir freuen uns
auf Ihren Besuch!

Sous chef w Altersheim, 80-100%

Für ein Altersheim in der Stadt Zürich suchen wir eine aufgeschlossene und führungsstarke Persönlichkeit. Sie kochen, zusammen mit dem zehnköpfigen Team, für die 150 Bewohner und das angegliederte à-la-carte Restaurant eine frische, gutbürgerliche Küche. Wenn Sie regelmässige Arbeitszeiten zu schätzen wissen und eine interessante Position in einem guten Arbeitsklima suchen, freue ich mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Nacht-Köche

Wir suchen per sofort für einen grossen Lebensmittelkonzern in Basel ausgebildete Köche oder selbstständige Persönlichkeiten mit Berufserfahrung in der Küche für die Produktion von belegten Brötchen und Sandwiches. Sie arbeiten von 23 bis 7 Uhr und haben am Wochenende frei. Ich freue mich auf Ihre baldige Kontaktaufnahme.
Basel, Julia Schulze 061 264 60 40

Jungköche/Chefs de partie Tagesdienst

Für das Personalrestaurant einer Bank in Zürich suchen wir junge, motivierte Berufslieferanten für die Direktions- und Produktionsküche. Sie bringen drei bis fünf Jahre Erfahrung in der gepflegten à la carte-Gastronomie mit, arbeiten gern kreativ, sind teamfähig, sind stolz auf Ihre Fachkenntnisse und haben Freude am Beruf. Eine tolle Stelle mit geregelten Arbeitszeiten und freien Wochenenden erwartet Sie. Rufen Sie mich heute noch an, ich freue mich auf Sie.
Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

Night Auditor / Night Manager

Sie machen die Nacht zum Tag und arbeiten dann, wenn alle anderen schlafen. Für ein modernes und grosses Businesshotel in Zürich suchen wir zuverlässige und versierte Rezeptionisten, die in der Nacht mit Ihrer Aufmerksamkeit die Kontrolle und den Überblick behalten. Sie verfügen über gute Erfahrungen an der Reception, haben eine gewissenhafte Arbeitsweise und bringen erste Führungserfahrung sowie gute administrative Kenntnisse mit. Selbstständiges Arbeiten im Team macht Ihnen Spass, ebenso die Betreuung der internationalen Gäste in Deutsch und Englisch. Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Lehrabgänger

Du bist jung, motiviert und voller Tatendrang! Aber jetzt, kurz vor dem Lehrabschluss, fehlt dir die Zeit, deine berufliche Zukunft genauestens zu planen und die entsprechende Stelle zu suchen. Ruf mich an – wir finden gemeinsam deine Traumstelle. Sei es fürs Erste eine temporäre Position oder gleich der richtige Berufseinstieg, ich berate dich gerne kostenlos und unverbindlich. Ruf mich an und starte eine tolle Karriere.
Zürich, Georges Lehmann 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
- Marktstrasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10
bern.hotelevent@adecco.ch
- Grabenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081 258 30 75
chur.hotelevent@adecco.ch
- Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5
Telefon 041 419 77 66
luzern.hotelevent@adecco.ch
- Poststrasse 15, 9001 St. Gallen
Telefon 071 228 33 43
stgallen.hotelevent@adecco.ch
- Bd. Jaques-Dalcroze 7, 1204 Genève
Téléphone 022 718 44 77
geneve.hotelevent@adecco.ch
- Petit Chêne 38, 1001 Lausanne
Téléphone 021 343 40 00
lausanne.hotelevent@adecco.ch
- Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032 722 68 88
neuchatel.hotelevent@adecco.ch
- Viale S. Franscini 30, 6901 Lugano
Telefono 091 910 20 30
lugano.hotelevent@adecco.ch

Making
people successful

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

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

HÔTELLERIE VALAIS

ASSOCIATION HÔTELIÈRE DU VALAIS
WALLISER HOTELIER VEREIN

Das Generalsekretariat des Walliser Hotelier Vereins ist das Leistungszentrum der HÔTELLERIE VALAIS. Der Verband umfasst ca. 500 Mitgliederbetriebe.

Der/Die Stelleninhaber/in übernimmt insbesondere die Koordination, Information und Verbindungsfunktion zwischen den Sektionen, dem Walliser und dem Schweizerischen Hotelier Verein. Als Generalsekretär des Walliser Hotelier Vereins sind Sie das Exekutivorgan des kantonalen Ausschusses des Walliser Hotelier Vereins und führen den Verband und das Sekretariat. Sie vertreten die Walliser Hotellerie gegenüber den Behörden und vertreten den Verband in verschiedenen Kommissionen. Sie sind kommunikativ und verfügen über ein gutes Beziehungsnetz zur Politik und Wirtschaft. Sie haben Führungserfahrung und Durchsetzungsvermögen und können der Walliser Hotellerie im heutigen schwierigen Umfeld weiterhelfen. Sie ersetzen unseren Direktor, der auf Ende 2003 in Pension geht. Deshalb suchen wir eine/n

Generalsekretär/in des Walliser Hotelier Vereins (Vollzeit-Pensum)

Ihre Aufgaben: Langfristige Führung des kleinen Generalsekretariats. Planung und Koordinierung der Aktivitäten des Verbandes. Umsetzung und Ausführung der Entscheidungen des kantonalen Ausschusses. Bindeglied zwischen dem Schweizerischen Hotelier Verein und dem Kantonalen Hotelierverein. Ausbau und Vertiefung des bestehenden Beziehungsnetzes innerhalb der kantonalen Dachorganisationen des Tourismus, des Handels und der Wirtschaft. Unterhalt von Qualitätsbeziehungen mit den Diensten des Staates und den politischen Behörden. Unterstützung der Mitgliederbetriebe. Koordination und aktive Förderung des Weiterbildungsprogrammes der Hotellerie im Wallis.

Ihr Profil: Höhere oder gleichwertige Ausbildung (Diplom einer höheren Hörfachschule). Führungserfahrung (mind. 10 Jahre) mit Leistungsausweis. Sprachen: Deutsch und Französisch in Wort und Schrift. Kenntnisse eines kantonalen oder nationalen Verbandes von Vorteil. Sie sind am Tourismus interessiert, kreativ mit guten Kommunikationsfähigkeiten, haben analytisches Flair, Durchsetzungsvermögen und verfügen über ein gutes Beziehungsnetz. Sie arbeiten selbstständig und sind gewohnt, zielorientiert zu arbeiten. Erfahrung in der Erwachsenen- oder Berufsbildung von Vorteil.

Auskünfte über das Pflichtenheft erteilt Ihnen gerne Eric Bixel, Telefon 027 327 35 10, E-mail: eric.bixel@ahv.vsn.ch / Internet: www.valais-hotels.ch

Ihre vollständigen Unterlagen senden Sie bitte bis am 31. 05. 2003 an:
Herrn Joseph Bonvin, Präsident Walliser Hotelier Verein, CP 42, 1951 Sitten.
15001449573

ALEX

**** HOTEL RESTAURANT CH-NATERS - BRIG

Hotel Alex****
Business/Seminar/Golf-Hotel
Naters-Brig

sucht

Betriebsleiterin / Betriebsleiter oder Betriebsleiterpaar

Unser Erfolg beruht auf Gastfreundschaft, innovativer und dynamischer Leitung.

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

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Imhof Armand, Furkastrasse 18, 3904 Naters.

153760/376167

Gesucht

Chef(in) Platz Zürich

Sie kennen die Gastronomie von Zürich und haben Erfahrung in der Personalvermittlung. Eine selten gute Position wird frei. Für strebsame Person, selbstständige Arbeit – bei hoher Kompetenz.

Gut ausgewiesene Personen schicken Dokumente an
Postfach 334, 8808 Pfäffikon.

DOMINO GASTRO

Eine der populärsten, bestfrequentierten Gaststätten (Spezialitätenrestaurant/Familienbetrieb) in der Innerschweiz sucht eine

Gastgeberin!

Ich, der Gastgeber mit Herzblut, 39, möchte einer jüngeren weiblichen Person Gelegenheit geben, an meinem Betrieb (und evtl. auch an meinem Leben) zu partizipieren.

Wenn Sie bereit sind, in Ihrem Leben einen grossen Schritt nach vorne zu tun und zu mir auf die Bühne zu steigen, dann bitte melden Sie sich möglichst bald unter Chiffre 156099 bei hotel+tourismus@revue, Postfach, 3001 Bern.

Ich freue mich sehr auf Ihre Nachricht.
156099/338460

Tessin

Für unser stilvolles und gepflegtes ***-Hotel (90 Betten)-Restaurant suchen wir per 1. Januar 2004 ein

ausgewiesenes Direktions-Ehepaar

zur langjährigen und selbständigen Führung des Gesamtbetriebes, bestehend aus Hotel und Restauration. Wenn Sie eine traditionelle, fachliche und betriebswirtschaftliche Ausbildung in der Hotellerie und Gastronomie sowie unternehmerisches Denken und bereits Erfahrung in der Führung eines Betriebes haben, so sind Sie die richtigen Personen für uns!

Ihre Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen senden Sie bitte unter Chiffre 155956 an hotel+tourismus@revue, Postfach, 3001 Bern.
155956/30641

Hotel Cascada

LUZERN

Wir sind ein Luzerner 4-Stern-Stadthotel mit 63 Zimmer und einer Seminar- und Bankettinfrastruktur bis 120 Personen. Zu unserem Hotel gehört das spanische Restaurant Bolero (80 Plätze) mit einer trendigen Bar. Für die Führung des Restaurants Bolero erwarten wir die Bewerbung einer jugendlich-dynamischen

Persönlichkeit

als Gastgeber und Teamführer. Das Team im Bolero besteht aus 6 Mitgliedern, das komplette Cascada-Team aus deren 40.

Wir erwarten von Ihnen ein unternehmerisches Denken und Handeln, Selbstständigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Flexibilität im Sinne unserer Gäste. Wir bieten Ihnen ein professionelles Umfeld, und als Kadernmitglied haben Sie die Möglichkeit Ihre Ideen und Visionen zu verwirklichen. Haben Sie einen Bezug und Interesse an einer neuzeitlichen, spanischen Gastronomie und einer erfrischenden Hotellerie, so freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung. Ihr Ansprechpartner ist Roland Barmet-Garcia

hotel cascada - bundesplatz 18
ch-6003 luzern
tel. 041 226 80 88 - fax 041 226 80 00
info@cascada.ch - www.cascada.ch

150593/23019

Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und Inserieren:
Tel. 031 370 42 22, Fax 031 370 42 23, www.htr.ch

New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

Geschäftsführer

Möchten Sie Ihre Karriere in einem bekannten Gastronomiekonzern weiterführen? Dann bietet sich in der Agglomeration Zürich eine interessante und vielseitige Herausforderung als Betriebsleiter an. Sie bringen einen entsprechenden Werdegang mit qualifiziertem Leistungsausweis als Geschäftsführer mit.

Betriebsassistent/in

Den ersten Spross Ihrer Karriereleiter in Angriff nehmen oder vertiefen, können Sie in einem vielseitigen Betriebskonzept in der Umgebung von Zürich. Als gelernter Restaurantfachmann/frau oder Koch/Küchlin mit 2 bis 3 Jahren Berufserfahrung und ersten Führungserfahrungen, bieten sich interessante Möglichkeiten an.

Küchenchef

Möchten Sie Ihre Erfahrungen, Kenntnisse und Ihr Engagement in einen bekannten Gastronomiekonzern einbringen? Als starker Organisator, Teamleader und Motivator mit entsprechendem Leistungsausweis, übernehmen Sie die Führung einer grösseren Brigade in der Agglomeration Zürich.

Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

New Challenge

Gabriela Weber Tel. 01/201 24 66
Seestrasse 160 Fax 01/202 58 68
8002 Zürich E-mail: newchallenge@bluewin.ch

aare seeland mobil



Steigen Sie ins Boot

Wir sind eine attraktive, dynamische Unternehmensgruppe im Bereich Öffentlicher Verkehr – Tourismus mit rund 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Oberaargau und Seeland. Für unser Reisebüro in Nidau haben wir folgende interessante Stelle zu besetzen:

Product Manager/in

Ihre Aufgaben sind abwechslungsreich: Sie sind zuständig für die Gesamtproduktion einer Marke in einem neuen nationalen Projekt im Bereich Gruppenreisen. Sie tätigen den Einkauf selbstständig, erstellen Kalkulationen, organisieren und erledigen das Operating von A-Z und sind verantwortlich für das Erreichen der Umsatzziele.

Sie haben eine kaufmännische Ausbildung mit mehrjähriger Erfahrung im Tourenoperating/Einkauf. Sie sind stilischer in Deutsch und Englisch (schriftlich). Ihre Arbeitsweise zeichnet sich durch ein unternehmerisches Denkvermögen und eine starke Kundenorientierung. Wenn Sie zudem eine jüngere, kommunikative, engagierte Persönlichkeit sind, die sich auch vor Sachbearbeitungsaufgaben nicht scheut, dann sollten wir uns kennenlernen!

Wir bieten Ihnen eine selbständige Tätigkeit mit Entfaltungsmöglichkeiten, Mitarbeit in einem kleinen Team und attraktive Anstellungsbedingungen mit Reisevergünstigungen für Sie und Ihre Familie.

Frau Rita Meier, Agenturleiterin Nidau/Bern, gibt Ihnen gerne weitere Auskunft. Tel. 032 / 333 38 31. Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an Frau Iris Allemann, Personalleiterin. Wir freuen uns auf Sie!

Aare Seeland mobil AG, Grubenstrasse 12, 4900 Langenthal
Telefon 062 / 919 19 11, e-mail: personal@asmobil.ch

Besuchen Sie uns unter www.aare-seeland-mobil.ch

RH restaurant-bar rümlangerhof

Kochen ist Ihre Leidenschaft. Sie sind unkompliziert, kreativ, setzen bewusst auf Qualität und kennen sich in Ihrem Fach schon bestens aus. Besitzen Sie ausserdem Organisationstalent und arbeiten gerne in einem jungen und motivierten Team? Dann sind Sie genau der Richtige für uns! Wir brauchen einen

Koch/Küchenchef

zwischen 25-40 Jahren für unseren mittelgrossen, familiär geführten Restaurantbetrieb mit Bar. Senden Sie noch heute Ihre Bewerbungsunterlagen an Frau Irene Fellner, Aigastro AG, Restaurant Rümlangerhof, Glattalstrasse 178, 8153 Rümlang.



HOLIDAY

Hotel****

Wir suchen nach Übereinkunft für unseren Familienbetrieb:

Direktionsassistent/in

Sie sind Absolvent/in einer Hotelfachschule oder verfügen über eine kaufmännische Ausbildung. Sie bringen solide Erfahrung im Gastgewerbe mit, beherrschen D/E/F in Wort und Schrift. Gästekontakt liegt Ihnen am Herzen und Sie haben ein Flair für aktive Verkaufsförderung. Bei Abwesenheit der Direktion schätzen Sie die Federführung.

Réceptionist/in

Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung, sind sprachgewandt und im Umgang mit modernen EDV-Systemen fühlen Sie sich wohl.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Holiday
Damen Perren
3920 Zermatt

Tel. 027 967 12 03
info@hotelholiday.ch

155892/39101

Lebendiges Lernen



d'Humanité

Wir sind eine private Internatsschule mit 150 Jugendlichen aus 20 verschiedenen Ländern. Diese bewohnen mit rund 50 Mitarbeitenden 17 Gebäude. Für den

Bereich Hauswirtschaft

suchen wir per sofort

eine Leiterin oder einen Leiter

Sie sind in diesem Bereich ausgebildet, oder bringen Erfahrung aus ähnlicher Arbeit mit, oder haben einfach das Flair für diese Tätigkeit. Für den Bereich Hauswirtschaft tragen Sie die Verantwortung, leiten ein kleines Team von Mitarbeitenden und arbeiten eng mit den Jugendlichen und der Lehrerschaft zusammen. Englisch verstehen und ein bisschen sprechen ist notwendig. Wohnen in der Schule ist erwünscht.

Wenn Sie eine selbstbewusste Person sind, die gerne Verantwortung trägt, organisiert und mit Menschen zusammenarbeitet, würden wir uns gerne mit Ihnen über weitere Einzelheiten unterhalten.

Mehr über unsere Internatsschule finden Sie im Internet unter www.ecole.ch.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns, K.C. Hill oder Hans Will sind Ihre Ansprechpersonen, die Sie telefonisch unter 038 972 92 92 oder per E-Mail an ecole@ecole.ch erreichen können.

Ecole d'Humanité
private Internatsschule, 6085 Hasliberg Goldern

146569/417491

Ristorante IL TARTUFO Cucina italiana

Das klassische italienische Restaurant im Zentrum Zürichs sucht nach Vereinbarung

den Küchenchef oder die Küchenchefin.

Haben Sie Erfahrung in der italienischen Küche?

Sind Sie kreativ und flexibel? Können Sie sich vorstellen 6 MitarbeiterInnen zu führen? Sind Sie interessiert auch als Chef am Herd zu stehen und persönlich die erstklassige Qualität unserer Küche zu garantieren?

Ja? Dann suchen wir Sie. Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf an:

Rist. IL TARTUFO, Lavaterstr. 87, 8002 Zürich

156119/213926

Hôtelier

Nous recherchons pour l'un de nos clients un hôtelier à même d'organiser les séjours de notre client dans ses différentes résidences par le monde. Le candidat doit être mobile pour des voyages très fréquents, au bénéfice d'une solide formation qui lui permettra d'assurer et de superviser les intendants et le personnel attaché à chaque résidence et de le former aux techniques de service et de housekeeping. Ce poste demande également des compétences pour assurer le suivi de l'entretien et des réparations de ces résidences. Le candidat doit impérativement parler français et anglais et disposer de bonnes connaissances informatiques. D'un caractère souple, agissant avec discrétion, d'une parfaite présentation, le candidat fera ses offres de service, avec présentations de salaire et références à envoyer sous chiffre 156028 à hôtel revue, case postale, 3001 Berne.

156028/303623

Hardy's

Wer hat Spass, an der Verkaufsförderung unseres erfolgreichen Pub- und Restaurantbetriebes Verantwortung zu übernehmen? Wir suchen topmotivierte(n)

Geschäftsführer-Assistentin oder Bar-MitarbeiterIn CH mit Ambitionen, den Chef zu vertreten! Ausserdem wären Allrounder-Qualitäten und Erfahrung in der Gastronomie wünschenswert. Fühlst Du Dich angesprochen, dann erwarte ich Deinen Anruf oder die Bewerbung.
Christof Billeter freut sich auf Ihren Anruf!

Tel. 062 822 13 40 oder 078 889 27 17
Metzgergasse 4, 5000 Aarau
www.hardys-arau.ch
HALLO@hardys-arau.ch

156100/247049

Reif für die Berge?

Wir suchen für die Sommersaison ab Mai im idyllischen Heidiland

Servicemitarbeiter m/w

Haben Sie Spass an Ihrer Arbeit und wirken gerne in einem kleinen Team? Geregelt Arbeitszeiten wie gute Entlohnung sind selbstverständlich. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Familie Sprecher
Landgasthof Tamina
7315 Vättis
Tel. 081 306 11 73
www.tamina-hotel.ch
info@tamina-hotel.ch

156111/251402



Für unser traditionelles Haus im Zentrum von Zürich mit gepflegtem "à-la-carte"-Restaurant, Sommerterrasse und anspruchsvollen Bankett-Anlässen suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung flexible und erfahrene

Servicefachangestellte/n (Fest- oder Teilzeitanstellung oder Aus- hilfen auf Abruf) gute Deutschkenntnisse erforderlich

gelernter Koch (m/w) als **Chef de Partie (Tournant)**

Unser erstklassiges Haus liegt im Zentrum von Zürich.

Wir bieten geregelte Frei- und Arbeitszeit sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Offerten bitte an:
Restaurant ZUNFTHAUS ZUR WAAG
Herrn E. Bergé oder Frau S. Gossauer
Münsterhof 8, 8001 Zürich
Tel. 01 216 99 66, Fax 01 216 66 67
e-mail: zunfthaus-zur-waag@bluewin.ch

156060/41548

Lindner Grand Hotel BEAU RIVAGE

Interlaken
Grande Dame –
zwischen Bergwelt und Tradition.

Das Lindner Grand Hotel Beau Rivage ist ein traditionsreiches ****-Hotel mit 101 Gästezimmern, einem Gourmetrestaurant, einem Seminarfloor, diversen Banketträumlichkeiten, einem Ballsaal und einer Hotelbar. Unsere Gäste sind internationaler Herkunft und je nach Saison beherbergen wir mehr Privat-, Seminar- oder Kongressgäste.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir folgende Mitarbeiter zur Ergänzung unseres Teams:

2. Hausdame
(Ital.-Kenntnisse Bedingung)

Chef de rang
Commis pâtissier
Commis de cuisine

Zudem suchen wir ab 1. August 2003 einen

HOFA-Lehrling

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

Lindner Grand Hotel
BEAU RIVAGE
Pia Grossniklaus
5800 Interlaken
Telefon 035 826 70 07
Telefax 035 826 70 09
pia.grossniklaus@lindnerhotels.ch
www.lindnerhotels.ch



156101/16110

Über Internet und nette Gäste.

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



Willkommen

Eine einmalige Chance, an einem atemberaubenden Ort arbeiten zu können. Ein aussergewöhnlicher Spa, dessen Philosophie geprägt sein wird von höchsten Qualitätsstandards. Mit ganzheitlichen Behandlungen, bei denen östliche und westliche Elemente, alte Rituale und moderne Erkenntnisse zu neuen Anwendungen verschmelzen.

Für die Eröffnung im Dezember 2003 benötigen wir aussergewöhnliche Kandidaten als

Therapeutinnen und Therapeuten

Vollzeit und Teilzeit

Von Vorteil sind Erfahrungen in folgenden Gebieten: orientalische und asiatische Behandlungen, Aromatherapie, Fussreflexzonenmassage, ganzheitliche und alternativmedizinische Therapien.

Sie bringen viel Enthusiasmus und ein hohes Qualitätsdenken für Ihren Beruf mit. Gastgeberqualitäten, Fremdsprachenkenntnisse und Dienstleistungsstandards sind Ihnen vertraut. Ein mehrwöchiges Training im Herbst wird durch die international bestens positionierte Firma ESPA gewährleistet.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Frau A. Landert, Leiterin Human Resources, wartet gespannt auf Ihre schriftliche Bewerbung.



Victoria Jungfrau

VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 826 26 77 • FAX 033 828 28 80
interlaken@victoria-jungfrau.ch • <http://www.victoria-jungfrau.ch>
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

156033/16632



Das Casino Kursaal Interlaken ist ein führendes Bankett- und Kongresszentrum in der Schweiz. Verschiedene Gastronomiebetriebe mit Restaurants und Spielcasinos sind unserem Unternehmen angegliedert. Als erster Betrieb dieser Art sind wir gemäss ISO 9001 und Q-Gütesiegel zertifiziert.

Für unser Restaurant „Le Petit Casino“ suchen wir die/den

Servicefachangestellte/n

mit Berufserfahrung, und Fremdsprachenkenntnissen (D/E).

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.

Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung

Interessiert? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung

Michèle Careddu
Restaurantleiterin
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken
Telefon 033-827 61 50

Sascha M. Casutt
Food & Beverage Assistent
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken
Telefon 033-827 61 73



Unternehmensziel

Als Gastgeber verwöhnen und begeistern wir unsere Gäste durch kompromisslose Qualität von Produkt und Service

Chef de Partie Mövenpick Restaurant

Wir suchen einen Chef de Partie für unser A-la-Carte Restaurant mit typischen Mövenpick Gerichten und zahlreichen Promotionen.

Unsere Kunden begeistern Sie mit Ihren Kreationen und einem sinnvollen Einsatz von Convenience Produkten. Sie verstehen es, Ihre Küchenbrigade zu motivieren und bewahren selbst in hektischen Situationen den Überblick. Sie sorgen für einen ruhigen Küchenablauf und sind bereit, einen persönlichen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens beizutragen.

Wir wenden uns an einen versierten Fachmann, der bereits Führungserfahrung mitbringt. Ein junges, motiviertes Küchenteam erwartet Sie.

Interessiert? Dann wird es Zeit, dass wir uns kennen lernen.

Mövenpick Hotel Regensdorf AG
Brigitte Studer
Zentrum, 8105 Regensdorf
Tel. 01 871 58 70 Fax 01 871 58 85
brigitte.studer@moevenpick.com



More Jobs online: www.moevenpick.com

Im Mittelpunkt steht bei uns der Mensch!
«mitarbeiten - mitgestalten»

Saas-Fee / Wallis

Für die Sommersaison (nach Möglichkeit auch für länger...) suchen wir in unserem jungen, dynamischen Team folgende begeisterungsfähige Mitarbeiter:

Verantwortungsbewussten, einsetzfreudigen

Tournant m/w (Réception - Service)

Gute Sprach- und EDV-Kenntnisse, Gästebetreuung, Serviceablösung im Restaurant
Mithilfe im Speisesaal / Frühstück- und Abendservice
Bei Abwesenheit der Gastgeber nehmen Sie die Stellvertretung ein!

Versierten und motivierten

Service-Mitarbeiter m/w

für unser à-la-carte-Restaurant
mit Sonnenterrasse und Sommergarten

* Gute Entlohnung * Studio/Wohnung vorhanden

Der Gletschergarten ist ein kleiner Familienbetrieb mit persönlicher Atmosphäre und internationalem Gästepublikum.

Gerne schenken wir Ihnen unser Vertrauen und sind bereit, Sie in diese abwechslungsreiche Arbeit sorgfältig einzuführen.

Wir freuen uns schon jetzt, Sie in unserer Mitte willkommen zu heissen und erwarten Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.



Spezialitäten-Restaurant *Carl & Amaya* STUBE

Familie Wendelin & Monika Bumann-Anthamatten
Telefon 027 957 21 75 / Fax 027 957 30 00
E-Mail: gletschergarten.saas-fee@reconline.ch



Bei uns ist Ihre Karriere in guten Händen!

Direktionsassistent/in

Für dieses kleine 5* Boutique-Hotel im Wallis suchen wir Bewerber mit Schwerpunkt **Sales & Marketing**. Als Generalist unterstützen Sie die Direktion jedoch auch in den Bereichen Restauration und Réception. Sie verfügen über eine abgeschlossene Hotelfachschule, fundierte Berufserfahrung sowie sehr gute EDV- und Sprachkenntnisse (D/F/E in Wort und Schrift). Diese Position ist an sehr gute Zukunftsperspektiven gekoppelt.

Geschäftsführer/in

Geschäftsführer-Assistent/in

Spezialitätenrestaurant der Systemgastronomie in Lausanne, Genf und Bern. Wir suchen die offene und aktive Gastgeberpersönlichkeit, welche durch ihren Aktionismus und unternehmerisches Denken besticht. Nebst einer abgeschlossenen Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie verfügen Sie über sehr gute Französischkenntnisse (Lausanne und Genf).

Restaurantleiter/in/Maitre d'hôtel

- > 5* Grandhotel im Bündnerland und 5* Wellnesshotel im Berner Oberland, Jahresstelle, Gastgeber/in mit Stil und fundierter Berufserfahrung sowie Leistungsausweis in ähnlich gelagerten Häusern, sehr gute Sprachkenntnisse (D/E/F/I), gepflegte Umgangsformen und gute EDV-Kenntnisse.
- > 4* Seminarhotel im Waadtland, frontorientierte und organisationsstarke Persönlichkeit mit guter F&B-Erfahrung, Durchsetzungsvermögen und Zahlenflair, sehr gute Sprach- (F/D/E) und EDV-Kenntnisse.

Alle unsere weiteren Stellenangebote finden Sie unter: www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91/Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

156062/208191



Restaurant Golfclub Wylthof
4542 Luterbach / SO

Für unseres gediegenes Restaurant des schönen Golfclub Wylthof suchen wir zur Ergänzung unseres Teams ab 15. Mai oder nach Vereinbarung in Saison- oder Jahresstelle noch folgende motivierte Mitarbeiter/innen

Service-Mitarbeiter/in

D/E

Sie sind fachlich kompetent, selbstständig, belastbar und haben ein freundliches und aufgeschlossenes Wesen.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Fam. Ettore + Maja Nigro Barnert
Keltenstrasse 2
CH-4500 Solothurn
Tel./ Fax: 032 622 1613
E-mail: ettore.nigro@bluewin.ch

155804/402430



Auf Anfang Juni suchen wir in unser Fischspezialitätenrestaurant motivierte und fachkundige

Service-aushilfe

Servicefachangestellte

Chef de Partie/ Koch-Pâtissier

Haben Sie Freude am Beruf und lieben es, in einem gepflegten Betrieb mit 15 GautMilliau Punkten mitzuarbeiten?

Für weitere Auskünfte:

Therese und Fredi Bloch
Restaurant Seeli
Seestrasse 189
8806 Bäch
Tel. 01 784 03 07 / 01 784 73 25

156097/374520



suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Partie und Service-Mitarbeiter/in

Das Art déco Restaurant im Herzen von Zürich an der legendären Bahnhofstrasse, mit seinen 160 Plätzen erinnert an die Zeit der 20er Jahre, wo der Genuss ganz im Vordergrund stand. Auch in unserem Weinkeller mit 28 Plätzen, sowie in der denkmalgeschützten Locanda (60 Plätze) verwöhnen wir unsere internationale Kundschaft kulinarisch und im Service auf sehr hohem Niveau. Zudem sind wir eine interessante Adresse für alle Arten von Events. Mehr Infos auf unserer Website.

Bei uns finden Sie Abwechslung ohne Ende, nur am Sonntag und an Feiertagen ist es regelmässig, denn dann bleibt unser Restaurant geschlossen.

Ihre Bewerbung oder auch Ihr Anruf freut uns sehr!

Weitere Infos bei: Daniela oder Markus Segmüller
Carlton Restaurants & Bar, Bahnhofstrasse 41
CH-8001 Zürich, Tel. 01-227 19 19

E-Mail: info@carlton-zuerich.ch Homepage: www.carlton-zuerich.ch

156105/40061

Zur Betreuung unserer Kundschaft in Zürich und der näheren Umgebung suchen wir eine/n

Aussendienst-Mitarbeiter/in
Gastronomie/Bakery

Sie betreuen unsere Kundschaft in Zürich und der näheren Umgebung, besuchen Hotels, Restaurants, Spitäler, Heime, Bäckereien (Produktionsbetriebe), verkaufen unsere Produkte in Zusammenarbeit mit unseren Grossisten, beraten und unterstützen Ihre Kunden mit Ihren ausgezeichneten Fachkenntnissen, bleiben stets am Ball und beobachten den Markt und dessen Entwicklung.

Sie besitzen eine Grundausbildung vorzugsweise im Gastronomie- und/oder Bäckereisektor (Koch, Bäcker, Konditor, Pâtissier) und bringen einige Jahre Verkaufserfahrung (von Vorteil in der Lebensmittelbranche) mit. Zudem sind Sie versiert mit modernen EDV-Programmen umzugehen. Wenn Sie Freude an einer Aussendiensttätigkeit haben, belastbar, kontaktfreudig, initiativ, zielorientiert und an selbstständiges und zuverlässiges Arbeiten gewöhnt sind, sollten wir uns unbedingt kennenlernen.

Sie sind wohnhaft in Ihrem zuständigen Arbeitsgebiet und fühlen sich von dieser Herausforderung angesprochen? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an:



Hero, zHv. Frau R. Grunder, Personalabteilung,
CH-5600 Lenzburg 1, Tel. 062 / 885 54 65
e-mail: rosalba.grunder@hero.ch

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen.



Hotel-Restaurant Alpenblick

CH-3812 Wilderswil-Interlaken
Tel. 033 828 35 50, Fax 033 828 35 51
Internet: www.hotel-alpenblick.ch
E-Mail: info@hotel-alpenblick.ch

Ein starker Auftritt inmitten der Jungfrau-Region

In unserem Hotel und Restaurant werden folgende Verantwortungsbereiche frei:

Küche:

Chef de partie Saucier und Sous-chef

Sie haben bereits Erfahrung in der gastronomischen Küche gesammelt und suchen eine verantwortungsvolle Stelle in wunderschöner Region

Etage:

Zimmermädchen

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen und erzählen Ihnen gerne, was wir alles zu bieten haben.



156087/38008



BADEHOTEL BRISTOL
LEUKERBAD

Das Badehotel Bristol wurde im Jahr 2001 komplett renoviert und bietet folgende Infrastruktur: 85 Zimmer, Restaurant, Bar mit Piano Livemusik, 1 Hallenthermalbad, 2 Aussenbäder mit Sprudelbecken, Biosauna, Fitnessraum, Therapieabteilung, Schönheitszentrum

Das besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und freundliche Betreuung unserer treuen Stammgäste durch unsere Mitarbeiter – die herzliche Atmosphäre. Unsere zukünftigen Kollegen sollten fröhliche und loyale Menschen sein, die gerne in einem unkomplizierten, freundschaftlichen Arbeitsklima arbeiten und die Ferienhotellerie mögen.

Zur Verstärkung unserer Mannschaft suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung, in Jahres- oder Saisonstelle

Service **Servicefachmitarbeiter (m/w)**
(d evtl. f) (Chef de rang)

Im renovierten Hotel Bristol erwartet Sie eine motivierte, offene, humorvolle und dynamische Mannschaft.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild:

Hotel Bristol, Direktion,
Rathausstr. 51,
CH-3954 Leukerbad
Tel: 027 472 75 00
Fax: 027 472 75 52
e-mail: bristol@leukerbad.ch



156130/20257

Als total renoviertes Business-Hotel mit internationalen Gästen, 3 Restaurants unter einem Dach, 2 Boulevard-Cafés und flexiblem Saalangebot bis 250 Personen, bieten wir Ihnen ein abwechslungsreiches, interessantes berufliches Umfeld mit persönlicher Note.

Per 1. August 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir

Réceptions-Praktikantin

Wir bieten Ihnen einen modernen, abwechslungsreichen Ausbildungsplatz. Sie werden auf modernster EDV und dem Hotelprogramm FIDELIO eingeführt. Wenn Sie Qualität und Selbständigkeit schätzen und Ihnen echte Gastfreundschaft und Freundlichkeit wichtig sind, dann sind Sie bei uns am richtigen Ort.

Interessiert? Ein motiviertes, kreatives Team freut sich auf Sie!

Gerne erwarten wir Ihnen schriftliche Bewerbung mit Foto.



Hotel Zofingen

Restaurants · Säle · Konferenzzimmer
P. und B. Langenegger · CH-4800 Zofingen
Tel. 062 7 450 300 · Fax 062 7 450 399
E-Mail: info@hotel-zofingen.ch
www.hotel-zofingen.ch

7 Tage offen
159032/14729



INTERCONTINENTAL ZURICH

Professionalität und Herzlichkeit – zwei der Gründe, weshalb sich jeder Gast bei uns wohl fühlt.

Wir sind eines der grössten Konferenz- und Fitnesshotels und seit April 1999 das grösste ISO-zertifizierte Hotel der Schweiz.

Wir suchen per August 2003 eine/n

Barfachmitarbeiter/In D/E

für den/die Begriffe wie gastorientiert, qualitätsbewusst und dynamisch mehr als leere Worte sind. Sie haben eine abgeschlossene Berufslehre und verfügen bereits über Erfahrung im Barbereich. Sind Sie zwischen 22 und 29 Jahre alt und eine fröhliche, zuverlässige und flexible Person? Dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Wir bieten Ihnen einen Arbeitsplatz mit moderner Infrastruktur in einer internationalen Hotelkette.

INTERCONTINENTAL ZURICH
Frau Tanja Fleissner
Badenerstrasse 420, 8040 Zurich
☎ 0041 (0)1 404 43 15
E-mail: tanja_fleissner@interconti.com

156034/40819



Die LSG-Gruppe ist mit einem Marktanteil von über 30 % und mehr als 40.000 Mitarbeitern der grösste Caterer weltweit. Wir, die LSG Sky Chefs, sind einer von über 200 LSG Betrieben und bieten diversen Airlines unsere Dienstleistungen an.

Für unseren Cateringbetrieb in Rümlang mit seiner multikulturellen Belegschaft suchen wir Verstärkung. Als

Koch/Tourant

mit der Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, und die eigene Kreativität geschickt mit den Kundenvorgaben zu kombinieren, könnten Sie unser neues Teammitglied sein.

Qualität und Effizienz stehen bei Ihnen an oberster Stelle, ob Sie nun 10 oder 300 Essen zubereiten. Ausserdem bereiten Ihnen Menüpräsentationen und eine multikulturelle Umgebung Freude.

Unsere Mitarbeitenden arbeiten im 2-Schichtbetrieb, an 365 Tagen pro Jahr. Daher ist es von Vorteil, wenn Sie mobil sind.

Dürfen wir Ihnen dieses spezielle Aufgabengebiet in einem internationalen tätigen Unternehmen zeigen? Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

LSG Sky Chefs Schweiz AG

M. Mahnig Mauchle
Personalleitung
Hofwisenstrasse 48, 8153 Rümlang
manuela.mahnig@lsgzrh.com
Tel. Nr. ++41-1-818 75 34

156124/417490



ERMITAGE

RELAIS & CHATEAUX HOTEL AM ZÜRICHSEE

Dass wir zur Hotelkette «Relais & Châteaux» und zu den «Les Grandes Tables de Suisse» gehören, dass die exzellente, mediterrane Küche mit 17 Gault & Millau-Punkten ausgezeichnet ist, verdanken wir dem steten und professionellen Einsatz all unserer Mitarbeiter.

Zur tatkräftigen Unterstützung unseres hervorragenden Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung motivierte Berufleute

- für unser Gourmetrestaurant «Le Pavillon»
2. Chef de service
Chef de partie
Demi-chef de partie

- für unser Restaurant Barometer
in der Stadt Zürich (MO-FR)
Chef de rang

Haben Sie Freude an der Gastronomie und steht bei Ihnen die Teamarbeit an erster Stelle, dann haben Sie bei uns die Möglichkeit, in stilvoller Umgebung und einzigartiger Ambiente wertvolle Erfahrungen zu sammeln und Ihre Fähigkeiten anzuwenden.

Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbungsunterlagen an



Gabriele Raffener
Hotel Ermitage am See AG
Seestrasse 80
8700 Küsnacht



156123/17809

FISCHERHAUS

RESTAURANT & BIERGARTEN

Cooler Stelle für heisse Tage
am Bodensee

Als Service-Mitarbeiter/In

vergeht Ihnen das Lächeln nie. Sie schätzen den Umgang mit Menschen, haben eine ansteckend positive Art und meistern hektische Stunden cool.

Kenntnisse und Interesse rund um die Welt der Weine bringen Sie mit. Und Sie sprechen Deutsch...

Dann freuen wir uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung an:

Restaurant Fischerhaus
Herren Reto Eppenberger & Jens Hopf
Promenadenstr. 52, CH-8280 Kreuzlingen
Telefon +41 (0)71 688 18 77
Telefax +41 (0)71 688 17 76
E-Mail: fischerhaus@webbox.com

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Trend-Bar mit Hotel in der Zürcher Altstadt

eine attraktive Chef-Barmaid

Wir suchen eine erfahrene, führungsstarke Persönlichkeit im Alter zwischen 24 und 30 Jahren.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte unter Chiffre 156030 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156030/65358



SONNE

direkt am Klosterplatz - 8840 Einsiedeln
Telefon 055 412 28 21
Telefax 055 412 41 45

Wir sind bekannt für unsere feinen, knusprigen Holzofenpizza. Dies möchten wir mit Ihnen ausbauen.

Zur Verstärkung unseres Teams und zur Entlastung von Carlo suchen wir ab sofort einen selbständigen fleissigen

Pizzaiolo

und falls Sie noch mediterranes Flair in unsere Küche zaubern können, sind Sie genau der richtige Mann für uns...

Gastgeber Mario Bofing freut sich auf Ihren Anruf.

156029/10030



Wir suchen für die kommende Sommersaison

- Chef de partie (w/m)
 - Commis de cuisine (w/m)
 - Servicefachangestellter (w/m)
 - und Serviceangestellter (w/m)
- für unseren Speisesaal und unsere Disco

In unserem Familienbetrieb werden Sie sich schnell wohl fühlen. Interessiert? Rufen Sie uns an, oder schicken Sie uns gleich Ihre Unterlagen!

Familie Minnig
Hotel Alpfrieden, 3992 Bettmeralp
Tel. 027 927 22 32, Fax 027 927 10 11
E-Mail: mail@alprieden.ch
Homepage: www.alprieden.ch

156037/4782

Sie brauchen nur ein Telefon! Für unsere 0901er- und 0906er-Linien suchen wir clevere, gut gelaunte Unterhalterinnen welche gerne telefonieren. Flexible Arbeitszeiten, ganze Schweiz, SUPERGELD! Interesse? Rufen Sie einfach an, wir informieren Sie gerne ganz unverbindlich. 0878 60 60 60

155941/424560



ALTE POST

3818 Grindelwald
im Zentrum direkt neben
Bergbahn First

Wir suchen auf kommende Sommersaison Eintritt 15. Juni 2003 in heimeliges Spezialitätenrestaurant mit guter, anspruchsvoller Stammkundschaft nette, freundliche und kontaktfreudige

Servicefachangestellte

HOFA oder GAFA als Réceptions-Anfängerin

mit Sprachkenntnissen für Réception, Betreuung unserer Gäste an der Hausbar und Frühstücksservice.

Es freut sich auf Ihre Bewerbung:
R. und A. Gruber-Abegglen
Tel.: 033 853 42 42
Fax: 033 853 42 88
E-Mail: altepost@grindelwald.ch
www.altepost-grindelwald.ch

156029/414273

Beausite Park Hotel

Wengen · Jungfrau

Für die kommende Sommersaison (ab Mitte Mai) sind in unserem schönen, renovierten, mit neuzeitlichen Arbeitsplätzen versehenen Viersternhaus mit Hallenbad und Wellnessanlage noch die folgenden Stellen zu besetzen:

Empfang

Réceptionistin

Hauswirtschaft

Hotelfachassistentin Gouvernante

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto zuhanden:

Familie Erich Leemann-von Allmen
Beausite Park Hotel
CH-3823 Wengen

Telefon 033 856 51 61, Fax 033 855 30 10
E-mail: info@beausitepark-hotel.ch
Internet: www.beausite-park-hotel.ch

155901/37605

HOTEL JUNGFRÄUBLICK WENGEN

Ganz nah am Himmel
Mit Eintritt im Laufe des Monats Mai 2003
suchen wir in Jahresstelle tüchtige/n

Réceptionist/in

welche unsere Hotelréception mit viel Flair und Kompetenz führt. Wir gehören zum Cevi Schweiz, sind international ausgerichtet und führen ein umfangreiches eigenes Wochenangebot.

Zur näheren Information besuchen

Sie uns im

Internet unter www.jungfraublick.com oder rufen uns einfach an. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Unterlagen mit Gehaltsvorstellungen.

Rolf Frick, Hotel Jungfraublick 3823 Wengen
Tel. 033 855 27 55, Fax 033 855 27 26



Für unser internationales Erstklass-Businesshotels im Herzen von Zürich suchen wir per Juli 2003 einen selbständigen

Nachtportier

welcher für die Sicherheit unserer Gäste und des Hotels verantwortlich ist. Einem einsetzungsfreudigen, Deutsch sprechenden Mitarbeiter mit sehr guten englischen Kenntnissen und Berufserfahrung, in dieser Position, bieten wir: Attraktives Salär, interessanten Arbeitsplatz, aufgestelltes Team, mit 5 Wochen Ferien.

Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen oder direkte Kontaktaufnahme:



Hotels Ambassador und Opera
Herrn Martin Spycher
Falkenstrasse 6
8008 Zurich
Tel. 017 258 98 98
www.ambassadorhotel.ch
Tel. 01 258 98 98 / Fax 01 258 98 00

156114/39810



Art Furrer Resort**** mit Restaurant Tenne
Hotel-Resort Alpengrosse*** mit Pizzeria, Röstikeller und Bars
Bergrestaurants Riederfurka und Furri-Hütte

Wir suchen für unsere gepflegten Restaurants und Hotels motivierte, gut ausgebildete Mitarbeiter/innen für die kommende Sommer- bzw. Wintersaison:

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 Infos finden Sie unter www.artfurrer.ch

ART FURRER HOTELS****

z. H. v. Jean-Marc Theler
3987 Riederalp

156108/28703

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.).

CHERCHER-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
6934	Küchenchef	33	CH	sofort	D/F	BL/BS	
6936	Koch	54	AT	B-EG	sofort	D	Zürich/Zürichsee
6942	Küchenchef	43	DE	C	Juni	D/E	Zürich
6949	Chef de partie/Allkoch	45	DE	L-EG	sofort	D/E/F	VS/GR/BE
6951	Küchlin/Service	33	CH	sofort	D/I	SO/BE/Tagesbetr.	
6960	Küchlin/Sous-chef	34	CH	Juni	D/F/I	VS/BS/GR	
6961	Commis de cuisine	24	CH	sofort	D	Zug + Umgeb.	
6963	Koch	26	SK	B	sofort	D	ZH
6964	Hilfskraft/w	41	ES	C	sofort	D/I	OW
6970	Küchlin/Betriebsleiter	39	AT	L-EG	sofort	D/E	
6971	Allkochen/Sous-chef	31	FR	A	Juni	D/E/F	3*Hotel/VS/VD/Bern
6972	Hilfskraft/Allrounder	28	DE	L-EG	sofort	D	Ost-/Zentral-CH
6973	Koch	32	KE	B	Juli	D/E	Bern
6974	Koch	33	DE	B	Juni	D/F	Luzern
6981	Küchenchef	36	DE	C	Juni	D/E	SG
6982	Küchenchef	52	CH	Juli	D/F/I	TI/Spital od. Heim	

Service / Service

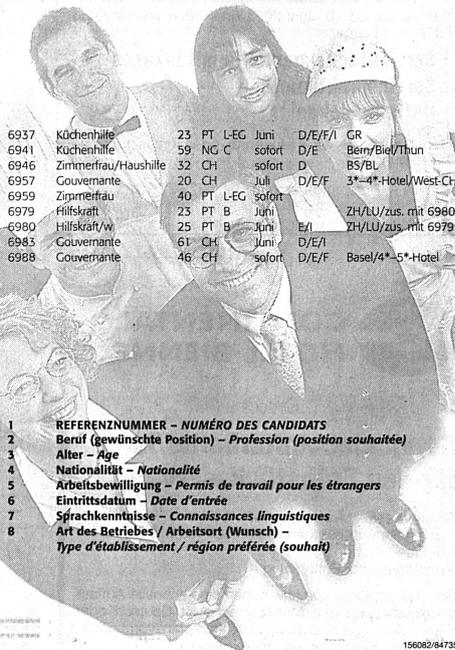
1	2	3	4	5	6	7	8
6927	Service/Buffer/w	56	CH	sofort	D/E/F/I	Lausanne/Genf	
6929	Chef de bar	57	CH	n. Ver.	D/E/F/I	LU/ZH/BE/BS/ZG	
6931	Chef de rang	36	IT	L-EG	sofort	E/F/I	
6932	Chef de rang	34	IT	L-EG	Juni	E/F/I	VS/VD/GE
6939	Service/w	34	CN	B	sofort	D	LU/ZH/Interlaken
6940	Chef de service	36	PT	C	sofort	D/E/F/I	West-CH
6948	Service/w	42	CH	n. Ver.	D/E/F/I	BE	
6950	Kellner	33	CH	sofort	D/E/F/I	ZH	
6954	Kellner	34	FR	B	Juni	D/E/F	4*Hotel/Zentral-CH
6956	Kellner	29	CH	Juni	D/E	Aarau + Umgeb.	
6958	Service	23	CH	sofort/n. Ver.	D/E	Bern/Berner Oberland	
6962	Service	26	AT	sofort	D		

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
6930	Anfangsrezept	23	CH	sofort	D/E/F	Genf/Lausanne	
6938	Anfangsrezept	32	CN	B	n. Ver.	D/E	LU/ZH/Interlaken
6943	Anfangsrezept/w	19	CH	Juni	D/E/F	SG/GL/GR/SZ	
6944	Réceptionistin	23	CH	sofort	D/E/F	Zentral-CH	
6945	Anfangsrezept/w	41	FI	L-EG	sofort	D/E/F	
6947	Réceptionsprakt./w	32	IT	L-EG	Juni	D/E/F/I	TI
6952	Anfangsrezept/w	41	CH	sofort	D/E		
6953	Gerant	31	CH	n. Ver.	E/F/I	VD/VS/TI	
6955	Aide du patron	48	CH	Juni	D/E/F/I	BE/SO/BS	
6965	Anfangsrezept/w	51	CH	n. Ver.	D/E/F/I	Bern	
6966	Geschäftsführer	37	CH	sofort	D/E/F/I	BL/BS/ZH/LU/BE	
6967	Admin./Buchh.	40	DE	B	sofort	D/E/F	
6968	Nachportier	39	CH	sofort	E/F/I	Bern	
6984	Praktik./w Back office	23	CH	Juni	D/E/F/I	GR	
6985	Betriebsass./w	31	CH	sofort	D/E/F		
6987	Anfangsrezept/w	50	FL	sofort	D/E	FL/Ost-CH	

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
6928	Küchenhilfe	36	PT	B	Juni	D/I	Luzern/Zug/Bad Ragaz
6933	Haushilfe	39	YU	B	sofort	D	Zürich+Umgeb.
6935	Gouvernante	27	CH	sofort	D/E/I	SO/BE/LU/ZH	



1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
 3 Alter - Age
 4 Nationalität - Nationalité
 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
 6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
 8 Art des 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.

CHERCHER-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____ Eintritsdatum / Date d'entrée: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____ Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____ Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____ Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____ Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: _____

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____
 (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: _____
 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 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



SWISS-CHALET-STYLE-HOTEL
Gourmet Restaurant

SAISON IM SOMMER UND WINTER
IM UNESCO PARADIES ALETSCHE

Wir suchen ab 10. Juni 2003 oder nach Vereinbarung
folgende Mitarbeiter:

- 1 Servicefachangestellte mit Inkasso**
- 1 Servicepraktikantin**
- 1 Buffetmädchen**

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche
Bewerbung an:

Familie A. Berchtold-Lampart, Tel. 027 927 22 23
www.walliser-spycher.ch mail@walliser-spycher.ch

155770/28762



CONTINENTAL
HOTEL-BIENNE

Wir suchen auf den 1. Juli 2003 eine/n

Servicefachmitarbeiter/in für den Frühstücksservice

Sie sind kein "Morgenmuffel!"

- geregelte Arbeitszeiten von 05.30-13.30 Uhr
- 5-Tage-Woche
- marktgerechte Entlohnung

Sie sind gepflegt, speditiv, haben eine schnelle Auffas-
sungsgabe und Ihre Muttersprache ist Deutsch oder
Französisch. Sie sind motorisiert. Parkplatz vorhanden.

Fühlen Sie sich angesprochen!, dann senden Sie Ihre
Bewerbung an

Hotel Continental, Adrian Zumofen
Aarbergstrasse 29, 2503 Biel
E-mail: info@continental-bienne.ch
Internet: www.continental-bienne.ch

156095/4901



Schweiz - Berner Oberland - Thunersee

60 Betten/34 Zimmer - Panoramarestaurant
Bankettsaal - Konferenzräume - Bärenstube

Auf der schönsten Sonnenterrasse am Thunersee
wollen wir unser bärenstarkes Team auf die Saison
hin vervollständigen:

Mitarbeiter/in an Réception
und im Service ab Juni 100%



Servicefachkraft ab sofort 100%

Küchenchef ab sofort

oder erfahrener und motivierter Koch mit Interesse
an Aufstiegsmöglichkeit

Interessiert, in unserem mittelgrossen Hause mit
seinen vielen Bären und dem persönlichen "Touch"
mithelfen? Frau Elisabeth Schmid, dipl. Hotelière
SHV gibt gerne nähere Auskunft Tel. 033 252 20 40
Hotel-Restaurant Bären 3655 Sigriswil



GROTTO-PIZZERIA
DA ELIO
LENZERHEIDE

Für die Sommersaison 2003

suchen wir für unser Speiserestaurant/Pizzeria noch qua-
lifizierte Mitarbeiter.

Servicefachangestellte/Kellner

(Schweizer oder Ausländer mit deutscher Muttersprache)

Für unseren sehr lebhaften à la carte Betrieb suchen wir
aufgestellte, freundliche und belastbare Mitarbeiter, die
viel Teamgeist haben und sich unseren Gästen stets von
ihrer Besten Seite zeigen.

Wenn Sie gerne Näheres erfahren möchten, so telefonieren
Sie uns, und wir beantworten gerne Ihre allfälligen
Fragen oder vereinbaren mit Ihnen einen Termin.
Schriftliche Bewerbungen sind mit den üblichen Unter-
lagen an folgende Adresse einzureichen:

Grotto Pizzeria DA ELIO

Postfach 174
7078 Lenzerheide

Natel: 079 769 52 45

Herr oder Frau Caluori-Hartmann freut sich auf Ihren

Anruf.

www.da-elio.ch

E-Mail: info@da-elio.ch

151780/164186

New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

**Berufserfahrungen bilden die Basis für
jede Karriere!**

In verschiedene Betriebskonzepte in Zürich & Um-
gebung suche ich Sie, gelernte/r Fachfrau/mann als

Commis oder Demi-Chef de Partie.

Sie möchten Ihr Fach-Know-how und Ihr Engagement in
junge, dynamische Teams einbringen und sich weiterent-
wickeln.

Interessiert und gespannt? Dann rufen Sie mich an.

New Challenge

Gabriela Weber
Seestrasse 160

Tel. 01/201 24 66

Fax 01/202 58 68

8002 Zürich E-mail: newchallenge@bluewin.ch

Über Gastfreund- schaft und Seilschaften.

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

HOTEL
LES SOURCES
DES ALPES

RESTAURANT LA MALVOISIE

LEUKERBAD
LOCHE-LES-BAINS

Kleines, aber feines Relais & Châteaux Hotel in den Walliser Alpen,
mit 30 Zimmern und Suiten, Restaurant "La Malvoisie", grossem
Wellness-Angebot mit Innen- und Aussen-Termalbad, Beauty-
Center, sucht nach Vereinbarung noch folgende motivierte und
initiative Mitarbeiter:

RéceptionistIn

Berufserfahrung, Sprachgewandtheit in D/F/E,
EDV-Erfahrung, Freude am Gästekontakt

Sous-Chef m/w

kreativer und ambitionierter Berufsmann, fundierte Ausbildung

Bitte schicken Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder
rufen Sie uns einfach an:

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes

3954 Leukerbad
Tel. 027 472 20 00
Fax 027 472 20 01

M. und M. Colombo, Direktion



158098/20303

Über Bierpreise und Schnapsideen.

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

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

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

EUROTEL



Notre société qui associe l'exploitation de l'hôtel Eurotel et de l'école hôtelière IHTTI cherche de suite ou à convenir:

Un(e) chef de réception

Nous offrons

- Un poste fixe à plein temps
- Une activité intéressante et variée
- Une ambiance jeune et internationale
- Un environnement de travail agréable

Profil demandé

- Français, anglais et allemand
- Excellentes connaissances informatiques (Fidelio, MS-Office)
- Formation hôtelière, commerciale ou jugée équivalente
- Expérience à un poste similaire
- Sens de l'accueil et flexibilité

Envoyez vos dossiers complets à : **Hôtel Eurotel, av. de la Gare 15-17, 2000 Neuchâtel ☎ 032/720 8000 eurotel@ihtti.ch http://www.hotel-eurotel.ch**

156064/26530



Mission

Apporter à nos clients plaisir et satisfaction grâce à la qualité intransigeante de nos produits et de notre service

Responsable des Ressources Humaines

Dans la fonction de responsable des ressources humaines, vous aurez les responsabilités suivantes: recrutement, gestion et supervision du département des ressources humaines et de l'administration du personnel, organisation de la formation pour notre hôtel de 350 chambres et ses 170 collaborateurs fixes.

Nous recherchons une personne qui est au bénéfice d'une solide expérience dans l'hôtellerie et dans les ressources humaines, qui maîtrise le français et l'anglais (l'allemand serait un atout). Vos qualités humaines, votre entregent, votre goût pour la négociation vous permettront de mener à bien la gestion du département et d'être pleinement à l'aise dans la fonction.

Nous nous réjouissons de recevoir vos offres à l'adresse suivante:

Mövenpick Hotel Genève
Gérard Hotelier, Directeur Général
20, Route de Pré-Bois, Case postale 556
CH-1215 Genève 15
Tél. 022 798 75 75, Fax 022 717 16 02



More Jobs online. www.moenvpick.com

HÔTELLERIE VALAIS

ASSOCIATION HÔTELIÈRE DU VALAIS
WALLISER HOTELIER VEREIN

Le Secrétariat général assure la direction administrative de HÔTELLERIE VALAIS, association patronale des hôteliers, forte d'environ 500 membres actifs, répartis sur l'ensemble du territoire cantonal.

Il assume notamment des fonctions de coordination, d'information et de relais avec HÔTELLERIE SUISSE, association fédérative de l'hôtellerie, avec laquelle il collabore à la mise en œuvre de politiques communes ou coordonnées; il est l'organe exécutif du Comité cantonal et il assume le rôle d'interlocuteur auprès des autres organismes économiques du canton ainsi qu'auprès de l'Etat.

Pour succéder au titulaire qui prendra sa retraite à la fin de l'année 2003, nous cherchons un ou une

Secrétaire général(e) d'association professionnelle (activité à plein temps)

Votre mission: assumer à long terme la direction du secrétariat général et la conduite d'une petite équipe administrative. Assurer la planification et la coordination générale des activités de l'association et veiller au suivi des décisions du Comité cantonal de HÔTELLERIE VALAIS. Assurer un relais efficace avec HÔTELLERIE SUISSE. Veiller à créer et maintenir des relations de qualité avec l'association fédérative, les services de l'Etat en relation avec notre secteur d'activité et les autorités. Soutenir les intérêts des membres hôteliers.

Votre profil: au bénéfice d'un titre de niveau HES ou équivalent (Diplôme d'une Ecole supérieure en hôtellerie), vous faites valoir 10 ans de pratique dans un poste à responsabilités. Vous parlez et écrivez couramment le français et l'allemand. Vous possédez une bonne connaissance du fonctionnement d'un organe administratif.

Vous portez de l'intérêt au secteur du tourisme en général. Esprit d'analyse, bon gestionnaire, capacité d'adaptation et d'organisation et qualités relationnelles font partie de vos aptitudes. Une expérience dans la formation pour adulte ou formation professionnelle serait un avantage.

Renseignements: Eric Biselx, tél. 027 327.35.10. E-mail: eric.biselx@ahv.vnet.ch auprès de qui peut être consulté le cahier des charges, ou site: www.valais-hotels.ch

Vos offres complètes: (curriculum vitae, copies de diplômes et certificats) sont attendues à l'adresse ci-dessous jusqu'au 31 mai 2003. Une discrétion absolue vous est garantie.

Association hôtelière du Valais
M. Joseph Bonvin, président, CP 42, 1951 Sion.

156013/49573



Fassbind Hôtels
Berne, Genève, Lausanne

www.fhotels.ch

L'hôtel Alpha-Palmiers recherche son

Assistant/e de direction

pour les ressources humaines
poste à temps partiel
Expérience dans le domaine exigée.

Si vous êtes motivé/e à travailler de manière organisée et indépendante pour prendre sous votre contrôle toutes les tâches de gestion du personnel, veuillez faire parvenir votre CV à

Eric Fassbind, directeur
Hôtel Alpha-Palmiers
34 rue du petit-chêne
1003 Lausanne

156069/18341

RESTAURANT GASTRONOMIQUE CHERCHE

- 1 CUISINIER
- 1 SOMMELIER

POSSIBILITÉ D'ÊTRE LOGÉ.
ENVOYER CV COMPLET ET COPIES DE CERTIFICATS OU TÉLÉPHONER À:

AUBERGE DE SUGNENS
1043 SUGNENS
TÉL. 021 881 45 75
FAX 021 881 45 35

156067/384468

Tout sur Internet et les bénéfices nets.

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

htr
Votre référence pour l'avenir

Afin de renforcer nos différentes équipes, nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir:

- ASSISTANT(E) BANQUETS ET MANIFESTATIONS**
- GOUVERNANTE D'ÉTAGE**
- RÉCEPTIONNISTE**
- CHEF DE RANG/COMMIS DE RANG**
- CHEF DE PARTIE/COMMIS DE CUISINE**

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous avez le sens de l'accueil et du service personnalisé et êtes soucieux(se) de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre métier.

Nous vous offrons une activité diversifiée, propice à un développement professionnel, une politique de formation adaptée à la formation, un cadre de travail prestigieux dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Les personnes intéressées sont invitées à envoyer leur dossier complet avec photographie à **Madame Marie-Laure Stauffacher, Directrice des Ressources Humaines, Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne, Fax 0041 21 613 33 20, E-mail: personnel@brp.ch**

156060/18406

BEAU-RIVAGE PALACE
LAUSANNE-OUCHY - TEL. 021 613 33 33

htr
Tout sur le marketing et le dumping.

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

INTERNATIONAL



WERMELLE JEAN-CLAUDE
International placement services

Are you looking for a new challenge abroad?
Contact us to know more about the following opportunities

Assistant Exec. Housekeeper

in **ABU DHABI**

Souschef
Chefs de partie
Commis de cuisine

in **IRELAND / SCOTLAND**

Food & Beverage Mgr.

in **CAMBODIA**

Look also at our opening list in our web-page

www.wips.ch

WIPS
Walldorfstrasse 43 CH - 4310 Rheinfelden
Tel. 061 422 08 55 Fax 422 06 56
info@wips.ch

156106/304913

SVIZZERA ITALIANA



Albergo 4 stelle a conduzione familiare in Ascona
cercaasi da subito:

Commis de service

sesso maschile, max 28 anni
con 1 anno di esperienza in servizio

Vi preghiamo da spedire Curriculum completo con referenze a:

Albergo Ascona
Sig. Andrea Biasca-Caroni
Via Collina
6612 Ascona

156099/1856



Parkhotel Brenscino

Hier inmitten einzigartiger subtropischer Umgebung mit bezauberndem Blick auf den Lago Maggiore verschenken wir Gastlichkeit pur!

Sie möchten das auch tun?
Dann suchen wir Sie ab sofort bis ca. 07.11.2003 zur Verstärkung unserer Küchen-Brigade als:

Demi-Chef de Partie Tournant

&
Hilfskoch-Casserolier

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

156084/6009

Über den Röstgraben und Wienerschnitzel.

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



156091/410017

HOTEL



BELVEDERE
LOCARNO

BENVENUTI IN TICINO!

Das top moderne 4-Stern-Belvedere, Locarno, sucht auf ca. 1. Juni

RÉCEPTIONNISTIN

(Jahresstelle)
Freut Sie selbständiges Arbeiten? Behalten Sie auch in hektischen Momenten einen kühlen Kopf? Haben Sie Erfahrung mit den Programmen Word/Excel/Fidelio? Sprechen Sie Deutsch, Französisch, Englisch, Italienisch?

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

HOTEL BELVEDERE
6601 Locarno
Tel. 091 751 03 63
www.belvedere-locarno.com

156061/21008



VILLA TOSCANA

Ferienwohnungen

ITALIEN - TOSCANA - AM MEER

Inhaber(in) von Immobilienbüro sucht für den Bereich Vermietung von Ferien-Wohnungen, ab sofort

Allein-Sekretär(in) - Empfang - Gästebetreuung

Anforderungen: Muttersprache D oder Ital. (od. fließende Kenntnisse), gepflegte Erscheinung, Réceptions- und PC-/Office-Erfahrung.

Sind Sie verantwortungsbewusst, selbständig und belastbar und suchen Sie eine abwechslungsreiche Stelle, dann senden Sie bitte Ihre komplette Bewerbung mit Foto, Ich biete Festlohn, Provision, Unterkunft und ein familiäres Arbeitsklima.

I-58043 Castiglione della Pescaia (GR)
Piazza Garibaldi 7
Tel. 0039/0564.939281, Fax 931028
anitabuchser@virgilio.it



JAHRESSTELLEN

Geschäftsführer Stv. ital. Spezialitätenrestaurant Rapperswil **sofort**
Maitre d'hôtel 5*-Hotel Berner Oberland **Jun 03**
Chef de partie gehobene Gastronomie BeO und Murten **n.V.**
Commis de cuisine 4*-Hotel Kt. AG, exquisite Küche Winterthur **n.V.**
Wellnesstrainerin 5*-Hotel Berner Oberland **sofort**

SOMMERSAISONSTELLEN

Bademeister Bäderhotel Kt. GR **Jun 03**
Zimmermädchen Familienhotel Raum Biel **sofort**
Küchenchef/Alleinkoch Bergrestaurant Flims **n.V.**
Chef de partie 3*-5*-Betriebe Davos, Montana, Zermatt **n.V./Jun 03**
Commis de cuisine 3*-Hotel Nähe Flims/Laax **Jun 03**
Pâtissier/bäcker elegantes Berghotel Zermatt **Jun 03**
Barmittarbeiter/in Hotelbar Raum Flims **Jun 03**
Servicefachangestellte/r 3*-5*-Betriebe Klosters, Raum Biel, Riederalp, nahe Flims/Laax, Zermatt **Mai/Jun 03**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Frau Annelies Kranz gibt Ihnen gerne weitere Auskunft.

Bahnhofplatz 10
8853 Lachen

Tel. 055 462 35 25
Fax 055 462 35 27
www.gastrohelp.net
info@gastrohelp.net

Weitere interessante Stellen auf www.gastrohelp.net

156089/411927



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
wöchentlicher 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
Tel 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

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
1349.30/401646

www.adsjob.com Vermittlungen
der 1. Elektronische Gastronomie-Stellenmarkt für Arbeitgeber und Stellensuchende mit Direktzugriff auf Bewerber und Arbeitgeber
Tel. 081 382 21 03 / 079 411 81 07, Fax 081 382 21 23

Personal-Vermittlungen
Tel. 081 382 21 57 / 079 415 11 33, Fax 081 382 21 56
Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison und Jahresstellen
www.gastroa.ch
1469614/0343

Über Internet und nette Gäste.
htr
Abonnieren und inserieren:
Tel. 031 370 42 22, Fax 031 370 42 23, www.htr.ch

DOMINO GASTRO
Mr Personal-Prof!

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich	01 432 73 73
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	055 415 52 84
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	053 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch
DOMINO GASTRO

STELLENGESUCHE

Suche Hotel-Teilzeitjob 50-100%.
Region Stadt Zürich oder rechtes Zürichsee-Gebiet. Topausbildung, Réception, Bankettwesen, Administration, Lohn- und Personalwesen, Service, etc. Flexibel, Neugierig, Verantwortungsbewusst. Auch nur Frühschicht oder Teilzeit. Erstklassige Referenzen, Weiblich, 40 Jahre, D/E. Die Idealbesetzung für Direktoren die mal richtig entspannt zurücklehnen möchten. **Kontakt 076 546 79 04.**

Ich suche mir
Nacharbeit an der Réception
als feste Anstellung 100% oder als Ferien- oder Wochenendablösung. Für die Nacharbeit in Hotels habe ich zwei Zeugnisse mit vollkommener Zufriedenheit. Sprachen: Deutsch fließend, Englisch fließend, Französisch fließend, Italienisch fließend, Russisch. Ledig, gel. Beruf Landwirtschaftsingenieur, Geboren im Jahr 1941. 1976 in die Schweiz eingereist. Ich habe eine Niederlassungsbewilligung C.
Telefon 01 430 51 66
152397/990980

Allrounderin
der Gastronomie, mehrsprachig (Fähigkeitsausweis A vorhanden), sucht neuen Wirkungskreis. Bevorzugt Einsatz in Tourismusgebiet im In- oder Ausland oder auch eine Anstellung per Saison.
Frau C. Gallati, Tel. 071 931 29 53, 079 798 37 03, ab 13.00 Uhr
156085/410617

<Innovation>
- Standards
- Qualitätssicherung
- Personalbeschaffung/Coaching
> Mein Job <
Ich empfehle mich für die Leitung/ Gestaltung Ihrer Restauration im Auftrags- oder Angestelltenverhältnis
H. Focke, eidg. dipl. Hotellier-Restaurateur
071 860 05 91 oder 076 377 01 86
focke@swissonline.ch
155258/422474

Suche Arbeit als
Portier oder Housekeeper
im Grossraum Bern ab 1. Juli 03
Bin motiviert, sprachbegabt (D, E, Arabisch) und habe Portierfahrung
Telefon 081 733 35 89
156063/424640

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.
htr

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

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.
htr

hotel+tourismus revue
Avec color format

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

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi
Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs
Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotellier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Mönchjustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Vertikung SHV-Medien / Responsable des médias SHV (ad interim): Christian Hodler
Verlagsleitung / Chef d'édition: Ina Strelbel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler, Andres Jakob
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, matthias.beyeler@swiss-hotels.ch
Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):
- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:
- Ausgabe **Nr. 20/2003** **Nr. 21/2003** **Nr. 22/2003** **Nr. 23/2003**
- Erscheint **15. 5. 2003** **22. 5. 2003** **28. 5. 2003** **5. 6. 2003**
- Anzeigenschluss **12. 5., 12.00** **19. 5., 12.00** **23. 5., 12.00** **2. 6., 12.00**
- Wiederholungen **12. 5., 12.00** **19. 5., 12.00** **23. 5., 12.00** **2. 6., 12.00**

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen
Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.