

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 20

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

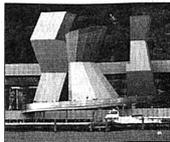
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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



THEOPHIL BUCHER / Die Zuversicht des Zürcher «Arabella-Sheraton-Atlantis»-Direktors trotz schwierigem Umfeld. SEITE 2



EXPO.02 / Genau ein Jahr danach: Eine Umfrage im Drei-Seen-Land bezüglich Nachhaltigkeit der Landesausstellung. SEITE 4



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Es gibt nur eins zu tun

CHRISTINE KÜNZLER

«Absurd!» – so der Kommentar eines Tourismusfachmanns zur Ankündigung des Bundesamts für Statistik (BFS), die Beherbergungsstatistik Ende 2003 abzuschaffen. Soeben hat der Bund die Tourismusförderung verabschiedet, und nun das! Das kommt einer Brückierung der Branche gleich.

Gleich einem Domino hätte dieser Entscheid Auswirkungen auf verschiedenste Ebenen. Ein Beispiel: Das Basler Forschungsinstitut BAK Basel Economics stützt seine Prognosen auf die Logiernächtestatistik (siehe Seite 3). Die Eidgenössische Finanzkontrolle, die Schweiz Tourismus im Rahmen einer üblichen Überprüfung durchleuchtet, ist auf die Beherbergungsstatistik angewiesen. Das sind nur zwei Beispiele unter vielen.

Die Hiobsbotschaft aus dem BFS kommt fast zur gleichen Zeit wie die Meldung von TourMIS, der Online-Statistik der Österreich Werbung, die ihre Mitglieder über ein erweitertes Angebot und ein erleichtertes Handling der Statistik-Website informiert: Monatliche Konkurrenzanalyse österreichischer Bundesländer, Saison- und Jahresvergleich, Executive Summaries für alle Herkunftsmärkte zum Beispiel.

Es gibt nur eins zu tun: Die Branche muss sich vehement dafür einsetzen, dass die Beherbergungsstatistik weiterhin erstellt wird.

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/9
Hotellerie	10/11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



STM / Der 12. Switzerland Travel Mart verlief eher ruhig

«Emotionaler Auftritt»

«Wir wollen dem Schweizer Tourismus einen emotionalen Auftritt verschaffen», erklärte Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, am 12. Switzerland Travel Mart (STM) in Zürich-Öerlikon. Ausländische Einkäufer lobten Organisation und Arrangement der geschäftlichen Kontakte. 408 Einkäufer (+4%) kamen aus 40 Ländern und Märkten. Aus Gründen der SARS-Prävention fehlten die Einkäufer aus China, Hong Kong und Taiwan. Schmid's Zielvorgabe für den STM 2003: 240 000 Logiernächte und einen Umsatz von 48 Mio. Franken. Das sind 10 000 Logiernächte bzw. 2 Mio. Franken weniger als am STM 2001 in Thun. Das Messengeschäft dieses STM war nach der Einschätzung der Aussteller eher ruhig. Die befragten Einkäufer liessen allerdings durchblicken, dass in den neuen Wachstumsmärkten das Schweizer Tourismus-Geschäft bald wieder anziehen wird.

Siehe Seiten 5 und 6, CF Seiten 1 und 4

Photo: Swiss-Image



AUSLÄNDISCHE TOUR-OPERATORS

Rund die Hälfte aller ausländischen Tour Operators machten sich an diesem STM erstmals ein Bild von der Schweiz.

BEHERBERGUNGSTATISTIK / Das Bundesamt für Statistik hat angekündigt, die Logiernächtestatistik aus Spargründen ab Ende Jahr nicht mehr zu führen. Das löst Unverständnis aus. CHRISTINE KÜNZLER

«Ein höchst fragwürdiger Entscheid»

«Es tönt wie ein Witz», sagt ein Touristiker. Leider aber ist es keiner: Das Bundesamt für Statistik (BFS) beabsichtigt, als Sparmassnahme die Logiernächtestatistik für Beherbergung Ende Jahr abzuschaffen. Das teilte die BFS-Direktorin Adelheid Bürgi-Schmelz in einem Schreiben verschiedenen Organisationen mit. Sie kündigte im gleichen Schreiben an, dass Pierre Caille, Leiter Tourismus beim BFS, mit den Touristikern das Gespräch suchen werde. Nur: Caille wusste nichts von diesem Entscheid, wie einem Schreiben zu entnehmen ist. Für eine persönliche Stellungnahme war er bis Redaktionsschluss nicht erreichbar.

«Ich vermute, dass sie dort hineinschneiden, wo es am meisten Lärm macht», kommentiert Judith Renner-

Bach, Direktorin Schweizer Touristiker-Verbands, die Ankündigung des BFS. «Ich denke, das Bundesamt für Statistik will Geld vom Tourismus.»

DIE TOURISTIKER «SIND PLATT»

Judith Renner-Bach spricht von einer Patt-Situation: Die Touristiker waren mit dem BFS im Gespräch über die Anforderungen an die Beherbergungsstatistik. «Wir wollten bei der Hotellerie den bisherigen Status halten und wollten, dass das BFS die Parahotellerie in die Statistik aufnimmt.» Laut früheren Aussagen des BFS sollte erst im Herbst dieses Jahres über die künftige Form der Beherbergungsstatistik entschieden werden.

«Es sind alle platt», fasst Judith Renner-Bach die Reaktionen jener Touristiker zusammen, die sie über den jüngsten BFS-Entscheid informiert hat. «Ein höchst fragwürdiger Entscheid», sagt sie. «Denn die 1,5 Millionen Franken, welche die Beherbergungsstatistik kostet, ist ein kleiner Teil des Budgets.»

Judith Renner-Bach hat Kontakt mit verschiedenen Touristikern, Organisationen, Verbänden und den Kantonen aufgenommen. Als nächstes werde sie sich mit der «Korstat» in Verbindung setzen. Die «Korstat» ist eine Interessengemeinschaft regionaler statistischer Ämter. «Die «Korstat» hat nächste Woche eine Sitzung mit dem BFS und kann uns dann berichten, was da abläuft.»

Dass die Beherbergungsstatistik nicht mehr erstellt werden soll, ist kaum denkbar. Denn sie ist der Eckpfeiler der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. Zudem ist die Schweiz verpflichtet, der World Tourism Organisation die Zahlen zu melden. Wenn das BFS die Logiernächte nicht mehr erheben will, muss es eine andere Organisation tun. Jürg Domenig, Geschäftsführer des Hotelier-Vereins Graubünden: «Das wäre eine Katastrophe. Da müssten wir auf Privatinitiative etwas machen.» «Die Statistik ist absolut notwendig», sagt auch Oliver Kerstholt, Pressesprecher von Schweiz Tourismus. Schweiz Tourismus will das Problem mit seinen Partnern besprechen.

Siehe CF Seite 1

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

REBAG DATA AG

hotel informatik

keys

protel

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

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

SCANA BEWEGT MARKEN UND MÄRKTE.

Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf www.scana.ch

RES 3700

SEEDRAM PLAZA

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

ht IN KÜRZE

Erich von Däniken / Der Mann, der die Ideen zum Mystery Park in Interlaken lieferte, sagt, der Park übertriffe die kühnsten Träume. Er will die Menschen das Staunen lehren. Pro Jahr erwartet er eine halbe Mio. Besucher. **Seite 7**

Victoria-Jungfrau, Palace / Diese Hotels in Interlaken und Luzern erzielten im 2002 zusammen 55,5 Mio. Franken Umsatz. Die Logiernächte sanken im «Victoria-Jungfrau» um 16,7% und stiegen im «Palace» um 4,3%. **Seite 9**

Weiterbildung / Nach dem Seminar «Mitarbeiter-Empowerment» von hotelleriesuisse fühlt sich die Teilnehmerin Brigitte Märki bereit, mehr Verantwortung zu übernehmen, ja vielleicht sogar ein eigenes Restaurant zu eröffnen. **Seite 10**

Hotelfinanzierung / Transparenz zwischen Hoteliers und Investoren soll die Erneuerung der Branche befähigen. Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) will sie mit Seminaren und neuen Tools schaffen. **Seite 11**

Gastrokonzept / Vor sieben Jahren eröffnet der Zürcher Stefan Schneck das erste australische Restaurant in Berlin. Heute betreibt er drei Ethno-Gaststätten und kann sich nicht vorstellen, woanders zu leben. Berlin ist für ihn eine Herausforderung. **Seite 13**

Wasser / Der Konsum von Mineralwasser nimmt in der Schweiz stetig zu. «In» ist vor allem «stilles» Wasser, solches mit Zusätzen sowie das weniger mineralisierte Quellwasser. Für die Gesundheit spielt vor allem das calciumhaltige eine Rolle. **Seite 14**

Mineralwasser-Konsum / In Schweizer Restaurants wird deutlich mehr Mineralwasser getrunken als früher. Die Vorliebe der Restaurantsbesucherinnen und -besucher für stilles Wasser nimmt zu. Exotische und exklusive Wassersorten sind weniger gefragt. **Seite 15**

Wurstwaren / Volkswürste sind zwar die Bestseller, aber an der Metzgereifachmesse MEFA in Zürich tauchten auch Neuheiten wie zum Beispiel die Wurstpizza auf. Hauptthema bei Wurstwaren ist jedoch nach wie vor die Herstellqualität. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Zürich / Der Switzerland Travel Mart (STM) bekommt zwar die herrschende Krise zu spüren. Doch der unbeirrbar Wille, die touristischen Vorzüge der Schweiz ins beste Licht zu rücken, dürfte sich langfristig auszahlen. **CF Seite 1**

Internetauftritte / Eine Erhebung hat ergeben, dass etliche Schweizer Hotels mehr aus ihrem Internetauftritt machen könnten. Zu wenig genutzt wird z.B. die Interaktivität. Getestet wurden über 100 Sites nach 45 Qualitätskriterien. **CF Seite 2**

Gipfeltreffen Evian / Zwei Wochen vor dem «G8» in Evian schwankt die Stimmung in der Lausanner Hotellerie zwischen Bedenken und Optimismus, was die Sicherheitsaspekte und den Segen für die Region angeht. **CF Seite 3**

Genf / Für das 16. und zum letzten Mal in Genf stattfindende European Incentive & Business Travel Meeting (EIBTM) setzt das Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) von Schweiz Tourismus alle Hebel in Gang. **CF Seite 5**

FORUM

Kritische Stimmen ernst nehmen

CHRISTOPH JUEN*

Vorerst darf Freude herrschen: Der Nationalrat hiess die Verlängerung des MWSt-«Sondersatzes» für die Beherbergung gut. An derselben Sitzung genehmigte er 35 Mio. Franken für die Innovations- und Qualifikationsförderung der Tourismusbranche. Mit dem revidierten SGH-Gesetz erhielt zudem die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit zwar ein neues Kleid verpasst, doch wurde die Zufuhr neuer Mittel im Umfang von 100 Mio. Franken einstweilen noch verwehrt. Wir alle hoffen, dass der Nationalrat in der Sommersession dann diese Ausgabebremse noch lösen wird.

Über die Frage, wie hoch der MWSt-Betrag ist, der nun nicht vom Fiskus abgeschöpft wird, finden zum Teil gewagte Spekulationen statt. In den



kommenden drei Jahren dürften aber wohl etwa rund 500 Mio. Franken an Liquidität in der Schweizer Hotellerie verbleiben, welche primär in Form von günstigen Angeboten an die Gäste weitergegeben werden sollen.

Gleichzeitig werden indirekt andere drückende Kostenlasten etwas gemildert, denen der Schweizer Hotelier auch mit dem besten Willen wenig entgegenzusetzen hat: Die F&B-Kosten sind im EU-Vergleich bei uns rund einen Drittel höher; die Personalkosten sind doppelt so hoch wie in Österreich. Vor diesem Hintergrund erhält der MWSt-Beherbergungssatz eine doppelte Logik, die es dann auch in der neuen Finanzordnung des Bundes (NFO) zu berücksichtigen gilt.

In der parlamentarischen Debatte des Nationalrats sind aber dem Tourismus und gerade auch der Hotellerie gegenüber einige kritische Stimmen laut geworden. Diese sind, wo sie ihre Berechtigung haben, selbstkritisch ernst zu nehmen und nicht unter den Tisch zu wischen. Es gilt, kompromisslos den Pfad der Qualitätssteigerung fortzusetzen. Unternehmerische Initiativen und Innovationen also sind gefragt, aber nicht nur bei der «Hardware» des Angebotes, sondern auch bei der «Software», der Service-Qualität und der Gastfreundschaft. Diese setzt weniger Kapital voraus, als vielmehr ein Lächeln. In diesem Sinne muss wohl auch der erhobene Warnfinger des Parlaments verstanden werden: Wer mittelfristig nicht im Markt bestehen kann, muss sich rechtzeitig Gedanken über seine eigene Zukunft machen oder aber sich aus dem Wettbewerb verabschieden!

* Direktor hotelleriesuisse

THEOPHIL BUCHER / Die Zürcher Stadthotellerie leidet unter Wirtschaftsflaute, Krieg, Sars und Swiss. Der Direktor des «Arabella Sheraton Atlantis» ist dennoch zuversichtlich. **INTERVIEW: ROBERT WILDI**

«Zürcher Lebensqualität ist ein Verkaufsargument»

■ Herr Bucher, wie geht es Ihnen im Moment?

Besser als man vielleicht erwarten könnte. Natürlich durchleben wir sehr harte Zeiten, die Gästefrequenzen sind markant eingebrochen. Ich bin seit 1972 im Hotelgeschäft und habe eine solche Krise noch nie erlebt. Dennoch bin ich überzeugt, dass ich sie mit meinem hervorragenden Team meistern kann.

■ Die da wären?

Wir müssen die gesamten Strukturen neu überdenken, sämtliche Investitionen und Aktivitäten überprüfen und analysieren, wo wir optimieren können. In den Monaten Januar und Februar konnten wir dank verschiedener Kostensenkungen 200 000 Franken einsparen. Falls der positive Geist in einer Unternehmung nicht vorhanden ist, kann man eine solche Krise nicht schadlos überstehen.

«Die Hoteliers erzielen trotz gutem Geschäft nur relativ geringe Margen.»

■ Mussten Sie dennoch Personal abbauen?

In relativ geringem Ausmass. Per Ende April wird der Personalbestand um 9,5 Stellen reduziert sein. In vier Fällen war eine Kündigung unvermeidbar. Ich setze jedoch alles daran, beim Personal, insbesondere den langjährigen Kadermitarbeitenden, erst in letzter Instanz zu sparen. Dennoch ist klar, dass bei fortlaufend schlechtem Geschäftsgang weitere Massnahmen nötig sein werden.

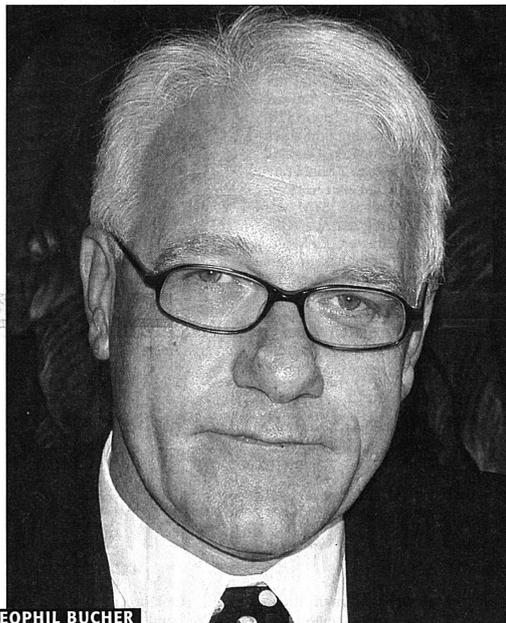
■ Wie stark ist denn das Geschäft eingebrochen?

Als klassisches Hotel für Business-Kunden sind wir von der jetzigen Situation besonders hart getroffen. Normalerweise stammen 70 Prozent unserer Kundschaft aus diesem Segment. Davon fehlt uns zurzeit mindestens die Hälfte. Der Rückgang beschäftigt uns schon seit Sommer 2001. Eine Massierung von unglücklichen Ereignissen wie in den vergangenen Monaten ist beispiellos. Unsere 15 besten Kundenfirmen bringen im Moment fast keine Gäste mehr nach Zürich. Wir werden 2003 auf jeden Fall rote Zahlen schreiben.

■ Bewerten Sie die Geschäftskunden nun intensiver?

Nein, im Gegenteil. Die Chefs dieser Firmen fallen zurzeit keine Entscheidung. Es scheint, als würden sie vorerst abwarten und beobachten, wie

Foto: Robert Wildi



THEOPHIL BUCHER
Seit 13 Jahren ist er Direktor des heutigen Zürcher Fünf-Sterne-Hauses «Arabella Sheraton Atlantis Hotel».

sich die politische und ökonomische Weltlage entwickelt. Deshalb glaube ich, dass jeder hastig ausgegebene Werbeplan im Moment nichts bringt. Unsere seit Jahren zufriedene Privatkundschaft bleibt uns auch ohne Werbung treu. Kleine Aufmerksamkeiten erhalten jedoch die Freundschaft.

■ Wie viel haben Sie eingespart?

Wir haben unser Marketingbudget von 1,2 Millionen Franken im Jahr 2000 auf rund 550 000 Franken halbiert. Ein Werbeprofil würde vielleicht sagen, man müsse antizyklisch handeln und während der Krise investieren. Ich bin jedoch von dieser Sparmassnahme überzeugt, denn Arabella Sheraton ist ein eingeführtes Produkt, das die Leute in Zürich und überall auf der Welt kennen. Natürlich kann sich die Situation sehr rasch ändern. Deshalb ist mehr denn je grosse Flexibilität und rasches Handeln gefordert.

■ Sind ausserordentliche Preisaktionen geplant?

Spezialangebote führen wir immer und es ist auch bekannt, dass Zimmerpreise je nach Vertriebskanal und Markt unterschiedlich sein können. Wir sind ans weltweite Reservations-system der Arabella-Sheraton-Gruppe angeschlossen und können von einem durchdachten Yield-Management

profitieren. Es ist gut möglich, dass die Preise in der aktuellen Krise auch mal etwas tiefer fallen werden. Generell bin ich jedoch überzeugt, dass Preisdumping nicht die richtige Antwort auf eine Gästekrise ist.

■ Welches sind die generellen Probleme der Zürcher Stadthotellerie?

Ich glaube, dass sich die qualitativ hochstehenden Zürcher Business-Hotels in den boomenden Neunzigerjahren zu günstig verkauft haben. Vergleiche ich mit Mailand, London und Paris, wo normale Zimmer damals für 450 Franken und mehr abgesetzt wurden, lagen unsere Durchschnittspreise eindeutig zu tief. Die Folge davon ist, dass die Zürcher Hotels in diesen Jahren trotz stolzen Auslastungen von 80 Prozent und mehr nicht genügend Reserven bilden konnten. Gleichzeitig sind die Personalkosten in der Schweiz massiv höher als im Ausland. Die Hoteliers verdienen also trotz gutem Geschäft nur relativ geringe Margen. Kaum ist die Krise da, tauchen bereits Liquiditätsprobleme auf.

■ Weshalb verkauft sich Zürich zu billig?

Wir haben nicht den Nimbus von grossen europäischen Hauptstädten. Dort werden solche Preise von Über-

sekunden stillschweigend hingenommen, hier ist dies nicht der Fall. Je länger je mehr wird die höhere Lebensqualität im Vergleich zu teilweise im Chaos versinkenden Millionenstädten ein entscheidendes Verkaufsargument sein.

«Generell bin ich überzeugt, dass Preisdumping nicht die richtige Antwort auf eine Gästekrise ist.»

■ Ist das auch eine Chance für Ihr Hotel?

Ganz bestimmt. Das «Arabella Sheraton Atlantis» ist von grünen Wiesen umgeben und dennoch ein City-Hotel. Es bietet dem Geschäftsreisenden eine einzigartige Atmosphäre. Unsere spezielle Lage muss auch ein Verkaufsargument sein, um sich von der städtischen Konkurrenz abzuheben.

■ Wie sieht's mit geplanten Investitionen aus?

Es liegt schon seit längerer Zeit ein Renovations- und Umbauprojekt für insgesamt 45 Millionen Franken vor. Früher ärgerte ich mich manchmal, dass sich die Realisierung verzögerte (Anm. d. Red. das Hotel gehört zur Richemond-Gruppe). Heute bin ich froh, dass diese auch mit Risiken verbundenen Investitionen zurückgestellt wurden. Viele Betriebe investierten in den Boomjahren gegen Ende der Neunziger. Zusätzlich ist das Angebot an Hotels in Zürich massiv gestiegen und wird weiter ansteigen. Die Erfolgsperspektiven haben sich jedoch grundlegend geändert. Das «Arabella Sheraton Atlantis» wird die notwendigen Erneuerungen vornehmen, allerdings im Wissen um die sich schnell verändernden Rahmenbedingungen.

Zur Person

Theophil Bucher ist 53 Jahre alt und in Biel aufgewachsen. Der Absolvent der Lausanner Hotelfachschule war Mitte der Siebzigerjahre am Aufbau der CEM-Hotel- und -Restaurantkette beteiligt. Nachdem er zum Generaldirektor der CEM Management AG aufgestiegen war, machte ihm die Hotelkette Sheraton 1990 ein Angebot. Seit 13 Jahren ist Bucher als Direktor des heutigen «Arabella Sheraton Atlantis» tätig. Dabei hat er einige Struktur- und Besitzerwechsel erlebt. **ROW**

PROGNOSEN / Das unabhängige Forschungsinstitut BAK Basel Economics prognostiziert dem Schweizer Tourismus einen schwarzen Sommer. Die Nachfrage bei den Hotelübernachtungen soll um weitere 3,2 Prozent sinken. **SONJA STALDER**

Optimismus hat im Winter wieder Saison

«Die Aussichten für das Sommergeschäft im Schweizer Tourismus sind ungünstig.» Zu diesem Schluss kommt die BAK Basel Economics in ihrer jüngsten Ausgabe der «Prognosen für den Schweizer Tourismus». Konkret erwartet das Forschungsinstitut einen Rückgang der Hotelübernachtungen um 3,2 Prozent. Die Nachfrage der ausländischen Gäste soll um 3,9 Prozent sinken, diejenige der inländischen Gäste um 2,4 Prozent. Die auf den Geschäftstourismus ausgerichtete Stadthotellerie wird gemäss Vorhersagen die Sommerflaute noch stärker zu spüren bekommen als die Ferienhotellerie.

lung seit dem 11. September zeige, dass der Wunsch nach Sicherheit und das damit verbundene «Nähe-Argument» von anderen Einflussfaktoren überlagert werde. «Gerade auf dem wichtigen deutschen Markt scheint die Schweiz für viele Reisende, insbesondere aus dem Mittelstand, im aktuellen Umfeld zu teuer zu sein», heisst es in dem Bericht.

Mit der «schleppenden konjunkturellen Entwicklung» erklärt die BAK auch den prognostizierten Rückgang bei der Binnennachfrage. Zudem mache sich das Wegfallen des «Einmal-effekts» der Expo.02 bemerkbar.

WINTERNACHFRAGE SOLL UM 1,3 PROZENT STEIGEN

Leichten Optimismus lassen die BAK-Experten hingegen für die zweite Jahreshälfte durchschimmern: Die preisliche Wettbewerbssituation soll sich dank einer Abschwächung des Schweizer Fränkens etwas entspan-

nen. «Die resultierenden Nachfrageeffekte dürften sich aber erst in der Wintersaison 2003/04 einstellen», heisst es weiter. Konkret rechnet das Forschungsinstitut für die nächste Wintersaison mit einem Logiernächte-Plus von 1,3 Prozent. Ein «etwas beschleunigtes Nachfragewachstum» von 1,7 Prozent erwarten die Experten im Sommer 2004. Gesamthaft prognostiziert die BAK für das Tourismusjahr 2004 ein Wachstum von 1,5 Prozent.

Das Hauptprognoserisiko besteht gemäss dem Basler Forschungsinstitut darin, dass sich die für die

zweite Jahreshälfte erwartete Erholung der Weltwirtschaft verzögert: «Sollte sich der Aufschwung erst 2004 einstellen, ist für die Sommersaison 2003 mit höheren Einbussen der touristischen Nachfrage zu rechnen», hält die BAK fest. Umgekehrt könnte die Schweiz stärker als erwartet vom gestiegenen Sicherheitsbedürfnis und dem damit zusammenhängenden Trend zu Ferien in der Nähe profitieren.

Die nach Regionen aufgeschlüsselten BAK-Prognosen stellt hotelleriesuisse an einer Medienkonferenz am 26. Mai in Bern vor.

PROGNOSEN NACH UNTEN KORRIGIERT

Die BAK hat somit ihre Sommerprognosen erneut kräftig nach unten korrigiert: Im letzten November war das Institut noch von einem leichten Minus von 0,2 Prozent ausgegangen. Inzwischen haben vor allem der Irakkrieg und die Lungenerkrankung Sars die Ausgangslage drastisch verändert. Entsprechend pessimistischer fällt auch die Vorhersage für das gesamte Tourismusjahr 2003 (Nov. 02 – Okt. 03) aus: Vor einem halben Jahr lag die Prognose noch bei -0,9 Prozent, heute rechnen die BAK-Experten mit einem Minus von 2,8 Prozent.

Die BAK warnt im Weiteren davor, zu starke Hoffnungen in die Nahmarkte zu setzen. Die Nachfrageentwick-



Bei den ausländischen Sommer-Gästen rechnet die BAK mit einem Nachfragerückgang von 3,9 Prozent.

Leistungsindikatoren im Schweizer Tourismus

Veränderungen gegenüber Vorjahr in Prozent

	2002	2003	2004	2005
Logiernächte Hotellerie (Tourismusjahr: November Vorjahr bis Oktober)	- 5.3	-2.8	1.5	1.0
Reale Wertschöpfung Gastgewerbe (Kalenderjahr)	- 2.2	-1.0	1.7	1.2
Reale Tourismusexporte (Kalenderjahr)	-12.5	-4.3	3.1	1.2

Quelle: Bundesamt für Statistik, Prognosen 2003 bis 2005 BAK

Logiernächte in der Winter- und Sommersaison

Veränderungen gegenüber Vorjahr in Prozent

	Winter 2003	Sommer 2003	Winter 2004	Sommer 2004	Winter 2005	Sommer 2005
Logiernächte Hotellerie insgesamt	-2.3	-3.2	1.3	1.7	1.1	0.9
Logiernächte Hotellerie Inländer	0.0	-2.4	0.5	1.1	0.9	0.9
Logiernächte Hotellerie Ausländer	-4.2	-3.9	2.0	2.1	1.2	0.9

Quelle: BAK

WEINKONTINGENTE / Restriktivere Importpolitik gefordert

Romandie bleibt auf ihrem «Weissen» sitzen

Nach Ansicht der Westschweizer Kantone ist die Schweiz beim Import ausländischer Weine zu liberal. Fünf Kantone haben sich am Montag mit einem Brief an Volkswirtschaftsminister Joseph Deiss gewandt. Sie verlangen eine restriktivere Politik.

Die Eidgenossenschaft gehe in ihren Regelungen des Weinimports weiter als die Welthandelsorganisation WTO, sagte die Waadtländer Staatsrätin Jacqueline Maurer-Mayor am Montag vor den Medien in Aigle VD. Während die WTO vier Kontingente – je zwei für Rot- und Weisswein, in Flaschen und offen – kennt, hat die

Schweiz ihre Importkontingente 2001 zu einem einzigen vereinigt.

Seither wurde 52 Prozent mehr offener Weisswein importiert, die Preise aber gingen um 46 Prozent zurück. Der Konsum einheimischen Weissweins ging um 10 Prozent zurück, die ausländischen Weissweine dagegen um 8 Prozent zu.

Der Durchschnittspreis für einen Liter importierten Weissweins betrug im vergangenen Jahr 74 Rappen. «Kein Land der Welt kann zu diesem Preis produzieren», hielt Pierre-Yves Felley vom Branchenverband Schweizer Wein fest.

Dies sei eine «unzulässige und unfaire Konkurrenz» von ausländischen Weinen gegenüber den einheimischen, sagte die Waadtländer Staatsrätin Maurer-Mayor. Und ihr Walliser Kollege Wilhelm Schnyder sprach von den katastrophalen Konsequenzen für den Schweizer Weinbau, falls der Bundesrat nicht auf diese Politik zurückkomme.

Die Kantone Waadt, Wallis, Genf, Freiburg und Neuenburg verlangen vom Bundesrat deshalb, zum System der vier Kontingente zurückzukehren. Zudem soll der Tarif von 3 Franken pro Flasche für den Import ausserhalb des Kontingentes angehoben werden. Der WTO-Tarif beträgt 5 Franken. Falls diese Massnahmen nicht reichen, fordern die Kantone Importbeschränkungen für vier Jahre. *DST/sda*



Einheimischer Weisswein kann preislich mit den Importen nicht mithalten.

KURZ UND BÜNDIG

Wallis will mit Sommerkampagne Schweizer Gäste holen. Unter dem Slogan «Wertvoll. Wertvoller. Wallis.ch» lanciert Wallis Tourismus Ende Mai eine Sommerkampagne. Mit dieser Aktion will die Marketingorganisation «dem Schweizer Gast das Walliser Bergerlebnis näher bringen», wie es in einer Medienmitteilung heisst. Die Kampagne umfasst Inserate und Plakatwerbung sowie einen Wett-

bewerb von zehn Seilbahn-Unternehmen: Die Bergbahn-Benützer können an einer Verlosung teilnehmen, an welcher Preise im Gesamtwert von 100 000 Franken zu gewinnen sind. Unterstützt wird Wallis Tourismus von seinen Partnern, von Schweiz Tourismus, der Loterie Romande und dem Staat Wallis. Das Budget beträgt eine halbe Million Franken. *SST*

Anzeige

afitesse
die professionelle Kaffeezubereitung

Kaffee- und Milchzubereitung in Spitälern und Heimen, dezentral auf Station oder Etage

Mit dem Cafitesse-System auf der Station oder der Etage stimmen Qualität und Kosten. Der Service ist einfacher, schneller und besser.

Patienten und Pensionäre schätzen frischen, heissen Kaffee zum Frühstück und zwischendurch.

Cafitesse 400 mit Café Milk, die einfachste und schnellste Zubereitung von Kaffee, Milchkaffee und Cappuccino.

Milcherhitzer für Tetra-Packungen.

DOUWE EGBERTS
Coffee Systems

repa
GETRÄNKESYSTEME

Repa AG
CH-5703 Seon
Tel. 062 775 07 07
www.repa.ch

EXPO-NACHHALTIGKEIT / Während der Abbau der heute vor einem Jahr eröffneten Arteplages voll im Gange ist, überlegen sich die Expo-Städte und Tourismusorganisationen, wie sie aus einstigen Expo-Besuchern künftige Gäste machen können. **TONI RÜTTI**

«Jetzt diskutieren wir miteinander»

«Die Anliegen des Tourismus haben dank der Expo an Akzeptanz gewonnen», sagt Samuel Kocher, Direktor von Tourismus Biel Seeland, ein Jahr nach der Expo-Eröffnung. Erhöht habe sich vor allem die Bereitschaft zur interdisziplinären Zusammenarbeit, etwa der Bereiche Wirtschaft, Tourismus und Kultur.

In diese Richtung zielten auch die Anliegen der Organisation «Netzstadt Drei-Seen-Land», welche im Frühling 2002 von «Helvét-Cité» (Zusammenschluss einiger intellektueller der Universität Genf und der ETH Zürich) gegründet wurde. Ihr Ziel ist es, die Zusammenarbeit der Expo-Städte über das Expo-Ende hinaus zu fördern, auch im touristischen Bereich. Welche Projekte künftig angegangen werden, wird heute Donnerstag von Vertretern der Expo-Städte sowie von ehemaligen Expo-Verantwortlichen preisgegeben. Auch soll heute eine entsprechende Vereinbarung zur Zusammenarbeit der Expo-Städte unterzeichnet werden. Die ausschliesslich von den vier Expo-Städten lancierte Plakatkampagne «Merci für Ihren Besuch im Drei-Seen-Land» war ein erstes Projekt.

BESSERE IDEEN- UND MEINUNGSUSTAUSCH

«Wir können den Besuchern von Biel dank der Expo eine infrastrukturell aufgebesserte Stadt, die Autobahnbindung und ein optimiertes SBB-Angebot der Jurastädte (Fusslinie bieten)», sagt Kocher. Er gibt sich optimistisch, dass die Bieler Seebucht zu einer grossen Erholungszone wird, die auch viele Gäste aus der übrigen Schweiz anzulocken vermag. Die an der Expo gesammelten Adressen würden drei Jahre lang nachbearbeitet. Sympathie habe der Region das Projekt «Charme» eingebracht, das im 2002 von der Stadt Biel und Umgebung gegen die «Nach-Expo-Depression» lanciert wurde. Nach innen sollte mit der Gastfreundschaft-Kampagne in der Industriestadt Biel ein Mentalitätswandel hin zu touristischen Dienstleistungen bewirkt werden. Nach aussen ging es darum, gemeinsame Nenner beim touristischen Marketing der Region zu finden. Die Expo.02 hat

Foto: Toni Rüttli



DIE BIELER SEEBUCHT

So präsentierte sich die Arteplage im Herbst 2002. Unterdessen ist sie demontiert. Es bestehen Hoffnungen, dass hier eine grosse Erholungszone entsteht.

laut Monika Schneeberger, Direktorin von Murten Tourismus, einen viel intensiveren Meinungs- und Ideenaustausch zwischen den Tourismusorganisationen der Städte Biel, Murten, Yverdon und Neuenburg ausgelöst als zuvor. «Jetzt diskutieren wir miteinander. Das Gespräch zwischen den Regionen ist schon fast zur Selbstverständlichkeit geworden», sagt Monika Schneeberger. Einig sei man sich von Anfang an gewesen, dass es dazu keiner neuen Strukturen und keiner neuen Marke bedürfe.

Laut Monika Schneeberger ist seit der Expo schweizweit deutlich mehr Interesse am Drei-Seen-Land und der Region Murten vorhanden. «Im Expo-

Jahr hatten die Gäste kaum Zeit dazu», sagt sie. Für die bevorstehende Sommersaison rechnet sie mit einem beachtlichen Ansturm auf die Radwege, die ohne die Expo viel spärlicher angelegt worden wären. Empfangen könne Murten die mit der SBB anreisenden Radfahrer im modernisierten Bahnhof.

«Das Interesse der Deutschschweizer an der Suisse romande als Tourismusgebiet war noch nie so gross wie heute», sagt Yann Engel, Direktor von Neuenburg Tourismus. Dies habe eine Umfrage in Zürich und östlich davon ergeben. Die 600 Befragten hätten sich mehrheitlich positiv zur Westschweiz geäussert. Dank dem guten letzten

Rechnungsabschluss stünden bedeutend mehr Mittel für die Promotion zur Verfügung als vor der Expo. «Eine Erfolg versprechende Promotion ist die Tricotwerbung des Fussballclubs Neuchâtel Xamax», sagt Engel. Neuenburg Tourismus setze zudem weiterhin auf eine enge Zusammenarbeit des Drei-Seen-Lands mit dem Label Watch Valley.

DREI-SEEN-LAND SOLL SYNERGIEFOLG SCHAFFEN

Von einer Zusammenarbeit zwischen Yverdon-les-Bains und dem Drei-Seen-Land verspricht sich Marcel Vallotton, Direktor des Office du Tourisme Yverdon-les-Bains. Synergieeffekte in der Zukunft. Im Gegensatz zu den grösseren Städten fehlten dem kleinen Yverdon die erforderlichen Mittel, um Promotion im grösseren Stil betreiben zu können. Noch hat Vallotton die Hoffnungen nicht aufgegeben, der Kanton Waadt leiste einen «finanziellen Effort» zugunsten Yverdons. Vallotton hegt aber auch im Zusammenhang mit der möglichen Weiternutzung der Stahlkonstruktion «Wolke» Hoffnungen. Ein Projekt sehe vor, dass die Europäische Weltraumorganisation ESA das Wahrzeichen dieser Arteplage zum Museum umbauen könnte. «Das würde Yverdon Besucher beschermen und zu Popularität verhelfen», sagt Vallotton.

Regionenübergreifende Vermarktung

Die Expo.02 dürfte sich langfristig positiv auf die Drei-Seen-Region auswirken, glaubt Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus. Ein Maximum an Nachhaltigkeit könne dabei durch «eine konsequente regionenübergreifende Vermarktung» erzielt werden. Die Region um den Bieler-, Murten- und Neuenburgersee habe sich auf der geistigen Landkarte vieler potenzieller Gäste einen Platz sichern können; sie werde ab diesem Jahr sicher vermehrt als Ferien- und Ausflugsregion in Betracht gezogen. «Die Investitionen in die Infrastruktur in

dieser Gegend wirken nachhaltig und dürften sich in den nächsten Jahren auszahlen», so Schmid. «Die Kombination aus bestehender und neuer touristischer Infrastruktur, einmaligem Naturerlebnis, charmanten Städten, Velo- und Skatingrouten, guten Erinnerungen der Gäste an die Gastgeber und dem neu erlangten Bekanntheitsgrad verschaffen der Region eine exzellente Ausgangslage», so Schmid. Vom positiven Image, das die Expo.02 im In- und Ausland vermittelt habe, profitiere übrigens die ganze Schweiz. **TRU**

HANSRUEDI MÜLLER / Der Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) beleuchtet ein Jahr nach der Expo.02-Eröffnung die wahrgenommenen und verpassten Chancen im Drei-Seen-Land. **INTERVIEW: TONI RÜTTI**

«Man müsste sich etwas einfallen lassen»

Ein Jahr nach der Eröffnung der Expo.02 spricht kaum noch jemand über die Landesausstellung. Wie kommt das?

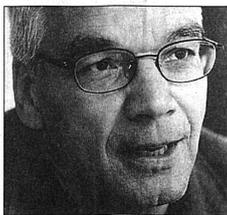
Ich glaube nicht, dass man nicht mehr von der Landesausstellung spricht. Vorige Woche beispielsweise, am Ferientag in Zürich, wurde sehr wohl von der Landesausstellung gesprochen. Im Gespräch mit Tour-Operatoren zum Jahre 2002 wird die Expo.02 immer wieder genannt. Im Seeland ist sie noch immer allgegenwärtig. Es laufen auch Aktionen, um den Charme, den sie im letzten Jahr versprühte, am Leben zu erhalten. Die Expo ist nach wie vor präsent, aber logischerweise nicht mehr als Angebotsbestandteil.

Erstaunlich ist, dass man sich zum Teil erst heute mit der Frage befasst, was aus den wieder frei gewordenen Uferzonen gemacht werden kann. Die Planung dazu hätte im Voraus geschehen sollen. Man hätte vorausschauender bauen müssen. Im Falle des Strandbodens Biel beispielsweise laufen die entsprechenden Diskussionen noch.

Ein Beispiel für eine versäumte Planung der Nachnutzung ist der Monolith in Murten sowie die dortige Uferzone. Die Folge der zu spät begonnenen Planung ist unter anderem, dass die Gäste in diesem Frühjahr bis in den Sommer hinein mit hässlichen Baustellen konfrontiert werden.

Welchen Anschauungsunterricht in Sachen Nachhaltigkeit bot die Expo.02 den Organisatoren anderer Veranstaltungen?

Die Nachhaltigkeit betrifft nicht in erster Linie das Jahr nach der Expo.02, sondern ist vielmehr langfristig zu sehen. Nachhaltigkeit heisst ja auch: Was haben wir gelernt, das für spätere Grossveranstaltungen auch Geltung hat, etwa für die Fussball-Europameisterschaften 2008. Was haben wir



«Ein Beispiel für eine versäumte Planung der Nachnutzung ist der Monolith.»

Hansruedi Müller, FIF-Direktor

bezüglich der Erlebnisinszenierung gelernt?

Ich hoffe, dass die Verantwortlichen des Mystery Parks und anderer Erlebnisanbieter von der Expo.02 gelernt haben, was funktionierte und was nicht. Wie lange ist das Publikum bereit anzustehen? Was braucht es an Besucherlernungsmassnahmen? Wel-

ches Wohlfühl-Management ist nötig, damit die Besucher auch dann noch zufrieden sind, wenn nicht alles klappt? Das sind Lerneffekte, die weit über die Drei-Seen-Region hinaus reichen könnten.

Was kann das Drei-Seen-Land heute tun, um sich als Tourismusregion wieder ins Gespräch zu bringen?

Es laufen verschiedene Anstrengungen. So gibt es im Seeland eine Aktion, mit der kommuniziert wird, dass diese Region noch besuchenswerter geworden ist.

Allerdings stösst man mit der Kommunikation auch an gewisse Grenzen. Es ist schwierig, die Leute dazu zu bringen, zweimal hintereinander in die gleiche Region zu fahren. Also müsste man sich hinsichtlich der Angebote und Produkte etwas einfallen lassen. Das Drei-Seen-Land empfiehlt sich vorab als Veloland, eignet sich aber auch ideal zum Reiten und anderen beschaulichen Aktivitäten.

Das Interesse an der Expo.02 war im Ausland weit geringer als erwartet. Wenn es schon die Expo.02 nicht richten konnte, was kann

denn das Drei-Seen-Land sonst noch bieten?

Die Chancen wurden eindeutig verpasst. Es wäre sehr schwierig, heute noch etwas aufbauen zu wollen, um den verlogenen Expo-Effekt doch noch irgendwie nutzen zu können. Von der Attraktivität, die das Drei-Seen-Land im vergangenen Jahr bieten konnte, bleibt im benachbarten Ausland kaum mehr etwas zu verwerthen.

«Das sind Lerneffekte, die weit über die Drei-Seen-Region hinaus reichen könnten.»

Dass die Region Attraktives zu bieten hat, zeigt die Broschüre «Charme Gazette» mit ihren vielen Freizeitangeboten. Dass die Region Charme hat, ist unbestritten. Nicht sehr einfach ist es allerdings, dies im Jahr nach der Landesausstellung zu kommunizieren.

«Man hätte vorausschauender bauen müssen.»

Wo hätten die Akzente gesetzt werden müssen, um volle Nachhaltigkeit zu erzielen?

SWITZERLAND TRAVEL MART / Der Trend zu Kurzferien war am diesjährigen STM, der zu Beginn dieser Woche in Zürich abgehalten wurde, unübersehbar. Schweizer Anbieter stellen sich auf die neue Art der Nachfrage ein. **KARL JOSEF VERDING**

Durchwachsene Schweizer Aussichten

«Schaut man sich um, sieht man so gleich, dass es heuer ein ruhiges Jahr ist», bemerkte Peter Michel, der General Manager der Best Western Swiss Hotels, am Dienstag bei seinem Rundgang durch den Switzerland Travel Mart (STM) in Zürich-Oerlikon. Allerdings sei die Situation günstig, um neue Produkte einzuführen – bei Best Western seien dies vor allem die TravelCard als vorausbezahlter internationaler Hotelgutschein mit Kontenabfrage via Internet, sowie das Erstklass-Segment Best Western Premier.

VERKÜRZTE REISEN DÄMPFEN DAS GESCHÄFT

Jürg Balsiger, Direktor der Stanserhornbahn, bestätigt aus seiner Sicht den eher ruhigen Verlauf. «Das Geschäft ist stabil – auf momentanem bescheidenem Niveau.» Balsiger trug am STM wiederum seine Krawatte mit einer beweglichen Miniatur-Stanserhornbahn, um im Gespräch mit potenziellen Kunden auf sein Produkt aufmerksam zu machen.

Tour-Operators aus allen vier Himmelsrichtungen, von England bis Thailand, konnte Pontresinas Tourismusdirektor Markus Lergier begrüßen. Die Freude über das interessierte STM-Publikum aus aller Welt wurde indessen gedämpft vom Trend zu immer kürzeren Aufenthaltsdauern. Konnte Lergier noch vor etwa drei Jahren Ausländer-Aufenthalte von mehrheitlich vier, fünf oder sieben Tagen verkaufen, so war es an diesem STM teilweise nur ein einziger Tag.



Foto: Swiss-Image

MITTELFRISTIGE BELEBUNG IN SICHT

Etlliche Schweizer Anbieter zeigten am Switzerland Travel Mart, dass sie flexibel genug sind, sich mit entsprechenden Angeboten rasch auf neue Trends und Bedürfnisse der Tour-Operators einzustellen.

Die Schweizer Anbieter fangen an, sich auf die Nachfrage nach Kurzferien einzustellen. Im Katalog der Veranstalter-Partnerschaft «Erlebnis Schweiz» ist das Tessin bereits mit acht verschiedenen Themen-Packages von einer bis zu zwei Übernachtungen vertreten, zum Beispiel als «Hochzeit von Berg

und See» und als «Die Toscana der Schweiz». Margherita Ronchi vom Marketing der Centovalli-Bahn, die zusammen mit Italiens Staatsbahn und dem Tessiner Schiffsverkehr eine Rundreise zusammengestellt hat, bestätigt, dass man sich auf den Kurzreise-Trend eingestellt habe. Das habe

am STM zu «neuen und interessanten Kontakten» geführt – meistens aus Deutschland, gefolgt von den Niederlanden und den USA.

Im Grindelwaldner Blazer auftretend und im htr-Gespräch eine gewisse Ermüchterung erkennen lassend, sprach Urs Hauser, Direktor des Hotels

Belvédère, mit Bezug auf die Destination von einer «sehr schwierigen Sommer-Saison für viele Hotels». Namentlich diejenigen, die sich vorwiegend auf Japaner und Koreaner konzentriert hätten, könnten seiner Meinung nach in existenzielle Schwierigkeiten geraten. Die Asiaten hätten Angst vor der Übertragung von Sars-Viren durch die Ventilation der Flugzeuge. Sein eigenes Hotel zählt Hauser nicht zu den von der Asien-Baisse betroffenen Häusern. Bei ihm sei allerdings das Frühlingsgeschäft ausgeblieben. Schuld daran sei die Buchungslücke gewesen, die durch den Irak-Krieg entstanden sei: Im Mai seien nicht einmal die Stammkunden aus den nahen Märkten wie Deutschland gekommen. Die asiatischen Tour-Operators versuchten, die Hotels gegeneinander auszuspielen, um so die Preise herunterzuziehen. Ein «Lichtblick» seien die russischen Gäste, die der Schweiz immer mehr Buchungen bescheren.

Neben dem Organisator Schweiz Tourismus, bilden die Swiss, die SBB, PostAuto Tourismus, der Verband öffentlicher Verkehr, hotellerieuisse, Gastrouisse und der Schweizer Tourismus-Verband die Trägerschaft der Veranstaltung. Die meisten ausländischen Reiseprofis vertiefen ihr Wissen über unser Land nach dem STM auf Reisen zu den Destinationen ihrer Wahl. «Die Plattform STM ermöglicht uns, aus Reiseveranstaltern Schweiz-spezialisten zu machen», betont ST-Direktor Jürg Schmid. «Um konkurrenzfähig zu sein, ist die Präsenz beim Reiseveranstalter unabdingbar.»

AUSLÄNDISCHE JOURNALISTEN / Sie spendeten am STM viel Lob zum Ferienland Schweiz. Was sie unter anderem bemängeln: Die Attraktionen und Highlights der Schweiz sind noch zu wenig bekannt. **GREGOR WASER**

«Es ist meine erste Reise in die Schweiz. Ich bin sehr positiv überrascht.»

Die Liste kann sich sehen lassen. Gegen 40 ausländische Journalistinnen und Journalisten besuchten letzten Montag und Dienstag den Switzerland Travel Mart (STM) und die Schweiz. Und machen sich dabei ein Bild von den touristischen Möglichkeiten – wengleich der Besuch wettermässig eine Woche zu spät stattfand. Im Vorfeld der Medienkonferenz vom Dienstag hat die hotel + tourismus revue einige Meinungen und Stimmen eingeholt: «Was denken Sie über die Schweiz? Welches Image hat die Schweiz in Ihrem Land? Was kann das Ferienland Schweiz noch verbessern?»

Federica Tromboni, Turismo Attualità, Italien: «Für mich ist es die erste Reise in die Schweiz, bisher konnte ich mir noch kein richtiges Bild machen. Aber ich muss sagen: ich bin sehr überrascht. Gerade Zürich gefällt mir sehr, la città è molto carina – ob tagsüber am See oder abends in der Altstadt. Nun möchte ich natürlich noch mehr sehen.»

Joe Jennings, Irish Travel Trade News, Irland: «Die Vielzahl der Attraktionen ist beeindruckend. Ob Bergwanderungen, Openairkonzerte, Wintersport, die Gastfreundschaft oder das Thema Schokolade – aus touristischer Hinsicht ist die Schweiz wirklich sehr interessant. Vor allem auch das Transport-System und dessen Pünktlichkeit beeindruckt uns. Ich bin immer wieder, was die Schweiz besser machen könnte? Sie sollte lauter werden und ihre Attraktionen bekannt machen. So, dass es die Leute hören. Je mehr ihr schreit, desto besser.»



Foto: Swiss-Image

BEGEISTERTE AUSLÄNDISCHE JOURNALISTEN

«Die Vielzahl der Attraktionen in der Schweiz ist beeindruckend», so lautete der Kommentar eines Journalisten am STM.

Simao Dias, Diário de Noticias, Portugal: «Die Portugiesen kennen die Schweiz nicht als Reiseland. Für sie ist die Schweiz ein Land, wo man hinget, um zu arbeiten. Doch ich glaube, das könnte sich bald ändern. Denn gerade das Thema Schnee beschäftigt die Portugiesen immer mehr. Viele gehen neuerdings Ski fahren – etwa nach Spanien oder Andorra. Die Schweiz bietet diesbezüglich natürlich einiges mehr. Interessant für Portugiesen sind aber auch die Städtebesuche. Auch hier hat die Schweiz einiges zu bieten.»

Jae-Oh Yi, KBS (Korean Broadcasting System), Korea: «Die Koreaner sind grosse Fans von der Schweiz. Vergleicht man die europäischen Länder, gehört die Schweiz sicher zu den Favoriten. Das Matterhorn und die Jungfrau-Region sind die bevorzugten touristischen Destinationen unserer Landsleute. Zudem schätzen sie die guten Transportmöglichkeiten.»

Thavorn Pijavadeems, Travellers Companion, Thailand: «Thailänder sind immer sehr beeindruckt, wenn sie in die Schweiz kommen oder über dieses Land erzählen. Sicher ist es einmal die Gastfreundschaft. Dann aber auch die frische Luft. Das Grösste für Thailänder ist aber der Schnee, weil wir ja keine hohen Berge haben. Alle wollen Ski fahren, wenn sie in der Schweiz sind.»

Inder Ahluwalia, Freelance, Indien: «Zwei Dinge möchte ich hervorheben. Das Produkt ist wirklich hochklassig. Und verfolgt man die Entwicklung über mehrere Jahre, sieht man: die

Schweiz schafft es, mit regelmässigen Rebrandings das Produkt stets frisch zu halten. Das machen sie sehr gut. Für indische Touristen stellt die Natur den grössten Anziehungspunkt dar. Was die Schweiz besser machen könnte? Sie sollen endlich den Regen stoppen.»

Jacek Cizak, Skionline.pl, Polen: «Viele Polen denken, die Schweiz sei sehr teuer. Nach einigen Besuchen hier kann ich aber sagen: das ist gar nicht wahr. Die Schweiz ist nicht zu teuer, wenn man die Leistungen vergleicht mit anderen Alpenländern. Dass die Schweiz leicht teurer ist, ist gemessen an vielen hochklassigen Leistungen in Ordnung.»

Reklame

Die Klassiker in Porzellan

KPM

Exklusiv bei

Büchcher

Tel. 041 360 42 44
www.buechcher.ch

SWITZERLAND TRAVEL MART / Die Perspektiven sind gemäss einer htr-Umfrage gut. Sogar STM-Einkäufer aus den Golfstaaten in nächster Nähe des beendeten Irak-Krieges gaben positive Prognosen für das Schweizer Tourismus-Geschäft ab. **KARL JOSEF VERDING**

«Arrangement und Geschäfte sind gut»

«Bestens organisiert und für das Geschäft arrangiert – ich kenne keine vergleichbare Veranstaltung eines anderen Tourismuslandes für seine Kunden», so würdigt AbdulRahim AbdulWahid aus Dubai den Switzerland Travel Mart. Dubai sei inzwischen in beiden touristischen Richtungen intensiv aktiv: Outgoing im Sommer, wenn seine wohlhabende Bevölkerung der Hitze entflieht, und Incoming im Winter, wenn – nach europäischem Standard – in Dubai Frühlingstemperaturen herrschen. AbdulWahid bereitet den ersten arabischen Reiseführer Schweiz vor. Für das Outgoing in Richtung Schweiz von Dubai und den Vereinigten Arabischen Emiraten aus sowie von Saudi-Arabien gilt gemäss diesem Kenner des

Foto: Swiss-Image



EMOTIONALER AUFTAKT

Die Eröffnung des STM brachte die Teilnehmer in Bewegung.

Marktes folgende Aufteilung: einerseits wohlhabende Familien in der Durchschnittsgrösse von sechs Personen, und andererseits Business-Einzelreisende. Wobei letztere es bevorzugen, zwei bis drei Tage «Relaxing» in Genf oder Zürich zu verbringen, auch wenn sie das eigentliche Geschäft an anderen Orten in Europa machen. Die Familien buchen vorzugsweise einen ganzen Monat und werden vom Vater in der «Sicherheit der Schweiz» zurückgelassen, während er an anderen Orten in Europa Business-Appointments hat.

Das Anziehen des Schweizer Geschäfts in der Weltregion, die dem Irak-Krieg am nächsten lag, in den Wochen seit Beendigung des bewaffneten Kon-

flikts bestätigt auch Cashio S. Vettom, Tours-Manager von United Travel aus dem Sultanat Oman. Vettom hatte diese seine erste Reise an den STM von vornherein mit gezielten Verabredungen vorbereitet. 70 Prozent seiner Kunden reisen im Sommer in die Schweiz, 30 Prozent machen Skiferien im Winter. 30 Prozent betrug das Wachstum der Schweizreisen von United Travel aus Oman im letzten Jahr. Die in Oman wirksamsten Symbole des Tourismuslandes Schweiz seien die Alpen und die Seen, berichtet Vettom.

Als eine Schweizer Investition, die sich für sie selber auszahlen wird, bezeichnet Janet Rains, Product Manager von Inghams Travel in London, die kürzliche Eröffnung des neuen Flughafen-Terminals Bern-Belp. «Business is picking up momentum again», das Schweiz-Geschäft in Grossbritannien gerät nach der Irak-Krise wieder in Bewegung, «after a short period of hesitation» (nach kurzem Zögern), berichtet Janet Rains, und es sei vorzüglich, dass die Flüge aus London und Manchester in Richtung der Destination Berner Oberland nun in einem modernen grossstädtischen Terminal abgewickelt werden. Bisher liegt Inghams' Schwergewicht auf dem Schweizer Wintergeschäft – dafür wird geflogen –, aber für das Sommergeschäft gilt gemäss Janet Rains ganz grundsätzlich ebenfalls: «It's picking up.»

UNTERSCHIEDLICHE WACHSTUMSMÄRKTE

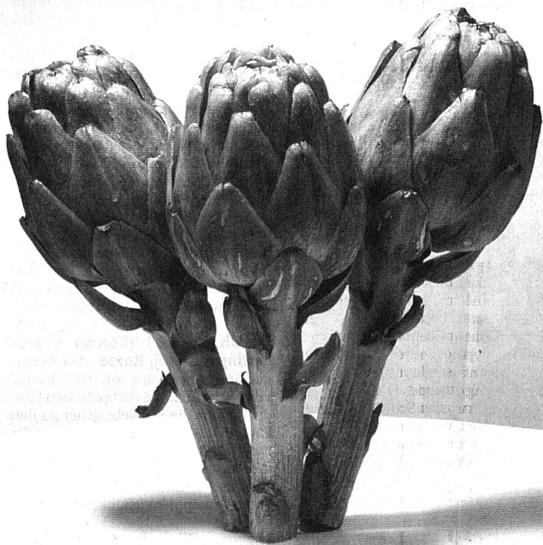
Aus Ungarn, einem der wirtschaftlich am weitesten fortgeschrittenen Länder des von Schweizreisen einst eisern ausgeschlossenen Teils Europas kam Szandra Lukacs an den STM. Und zwar für Neckermann Ungarn, die Tochter des grossen deutschen Veranstalters. Die Schweiz ist hier erst am Anfang: 76 Ungarn buchten sie 2001 bei Neckermann, bereits 200 waren es im 2002. Und es kommen vorrangig Familien – bisher für Schneesporthotels, aber ab 2004 wird die Schweiz auch in den Sommer-Katalog aufgenommen.

«Ein gutes Arrangement, und gutes Business – I like that», so würdigt Sapna Jain, Direktorin der Paras Holidays in Neu-Delhi sowie einer internationalen Kette indischer Restaurants mit baldigem Opening in Lausanne, den STM. Sie empfindet es als ein «normales Jahr» für ihr Geschäft mit Schweizreisen. 600 bis 700 Package-Reisende pro Jahr bringt sie in die Schweiz, mit Hochzeitsreisen und Incentives als den Highlights im Gesamtprogramm.

Edle Frische in ihrer ganzen Schönheit.

Frische und Qualität sind zur Zeit in aller Munde. Cash+Carry Angehrn überzeugt seine Kunden aber nicht erst seit heute mit einmaligen Angeboten zu engrosbesten Preisen. In den drei Engrosmärkten unter einem Dach haben Sie die Wahl zwischen Frischprodukten, Lebensmitteln und Nonfoodartikeln. Holen Sie sich Ihren Mehrverdienst und profitieren Sie von den aussergewöhnlichen Vorteilen von Cash+Carry Angehrn.

Cash+Carry Angehrn – Für mehr Frische und Vielfalt.



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

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

Cash+Carry
CCA Angehrn
...exklusiv für Profis



hotellerieuisse zählt zu den Trägern des Switzerland Travel Mart.



EMANUEL BERGER / Der Direktor des «Victoria-Jungfrau» musste 2002 eine Logiernächteeinbusse hinnehmen. SEITE 9



HOTELFINANZIERUNG / Mit Investitions-Seminaren bringt die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit Banker und Hoteliers zusammen. SEITE 11

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

ERICH VON DÄNIKEN / Seine Bücher sind umstritten, seine Person wohl auch. Darum schert sich der Mann, der die Idee zum Mystery Park in Interlaken geliefert hat, kaum. Der Park, sagt er, würde die kühnsten Träume weit übertreffen. INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

Er will Menschen das Staunen lehren

■ Von welchem Planeten stammt das Wesen, das Ihnen die Idee zum Mystery Park eingeflüstert hat?

Von keinem Planeten. Sie kommt aus dem Kopf des Erich von Däniken. Aber wir alle sind Kinder des Universums. Und vielleicht haben wir alle so etwas in unseren Köpfen, nur beim einen wird die Idee reif, beim anderen nicht.

■ Nun, bei Ihnen ist sie reif geworden. Als Einzelperson so viel zu bewegen, ist trotz allen Kräften des Universums nicht einfach. Wie haben Sie das geschafft?

Es braucht Durchsetzungsvermögen, Überzeugungskraft und ich glaube, man muss auch gut reden können. Als die ersten Oppositionen kamen, noch in der Planungsphase des Mystery Parks, da war mir klar: «Jetzt musst du in die Socken steigen». Ich habe Vorträge gehalten bei allen politischen Parteien und bei allen Herrenclubs. Und auch mit Schülern und Lehrern geredet. Ich erinnere mich nicht mehr daran, wie manche Stunde ich mit ihnen in der Turnhalle am Boden gesessen bin. Ich spürte einfach, dass ich die Stimmung verändern und allen klar machen musste, was ich eigentlich will. Die Überzeugungsarbeit hat dann gewirkt und man konnte anfangen, Geld zu suchen. Aber ich bin nicht derjenige, der den Park gebaut hat. Ich habe die Ideen geliefert und die Texte verfasst, aber den Park gebaut hat Oskar Schärz.

■ Auf dem Beatenberg würde ich sehr gerne ein grosses Hotel führen.»

■ Wie lange gingen Sie mit der Mystery-Idee schwanger?

Etwa 20 Jahre. Es braucht eben ein gewisses Alter, bis man ernst genommen wird. Ich hatte schon immer die Idee, eine Art Begegnungsstätte zu bauen, wo man die grossen Rätsel sieht. Denn ich wusste ja von meinen Reisen, dass es da draussen ungelöste Fragen gibt. Und die wenigsten Menschen haben Zeit, nach draussen zu gehen. Also holen wir alles hierher.

■ Sind Sie immer so hartnäckig? Wenn ich was will, ja.

■ Sie waren auch einmal Hotelier in Davos. Allerdings nur während fünf Jahren ...

Mein Hotel lief im Winter so gut wie alle anderen Hotels auch. Aber damals, 1968, kam mein erstes Buch «Erinnerungen an die Zukunft» heraus. Das war ein Superbestseller. Da habe ich den Beruf Hotelier an den Nagel gehängt. Ich wollte nur noch schreiben ... Aber Hotelier ist ein schöner Beruf. Ich könnte ihn jederzeit wieder ausüben.

■ «Es braucht eben ein gewisses Alter bis man ernst genommen wird.»

■ Führt Erich von Däniken bald wieder ein Hotel?

Ich habe keine Zeit. Man hat so viele Bücher geschrieben, weltweit Beziehungen aufgebaut und man setzt jetzt andere Prioritäten. Aber ich koche nach wie vor sehr gerne, verstehe immer noch etwas vom Wein und ich könnte jederzeit hinter eine Reception oder hinter eine Bar stehen. Ich glaube, die Gäste würden nicht merken, dass kein Profi dasteht.

■ Falls Sie doch wieder einsteigen sollten, wo würde Ihr Hotel stehen?

Am liebsten hier, im Berner Oberland, in den Bergen. Beatenberg ist für mich der schönste Ort der Welt. Auf dem Beatenberg würde ich sehr gerne ein grosses Hotel führen. Nur, dazu bin ich jetzt zu alt, ich bin 68.

■ Wenn Sie auf Ihr Leben zurückblicken – welches ist Ihr grösster Erfolg, welches Ihr grösster Misserfolg?

Ein Erfolg sind die Bücher. Das erste Buch hat weltweit eingeschlagen wie eine Bombe. Meine Bücher waren zwar von allem Anfang an umstritten. Das ist immer so im Leben: Wenn jemand an die Öffentlichkeit geht, mögen ihn die einen, andere finden ihn absolut irrig und falsch. Misserfolge? Die gab es und gibt es immer. Man hat sich oft geirrt, man hat etwas erzählt, von dem man später als Erwachsener sagt, man hätte es besser nicht geschrieben. Weil es eben falsch war. Das betrifft aber nicht nur mich. Wenn ich heute ein Wissenschaftswerk in die Hand nehme, das 20 Jahre alt ist, kann ich auch einiges abstreichen. Die Zeit, die Umstände und die Erkenntnisse haben sich eben geändert.

■ Glauben Sie an das, was Sie in Ihren Büchern schreiben?

Foto: Christine Künzler



ERICH VON DÄNIKEN

Er geht davon aus, dass jährlich 500 000 Besucher in den Mystery Park kommen.

Nein, das glaube ich nicht. Ich bin überzeugt davon, dass es richtig ist. Das Ganze ist keine Frage des Glaubens, Glauben ist die Geschichte der Religion. Wissen ist etwas anderes. Ich weiss, dass das, was ich schreibe, zutrifft.

■ Was gibt Ihnen diese Sicherheit?

Weil ich in dem Punkt mehr weiss als alle andern. Schauen Sie, jeder Mensch hat im beruflichen Leben ein Spezialgebiet erarbeitet. Wenn ich mit einem Ägyptologen rede, weiss ich, dass er zehntausendmal mehr weiss als ich über Ägyptologie. Der kennt alle Pharaonen mit allen Schwiegersonnen und -töchtern und deren Schuhnummern. Aber über meinen Fachbereich weiss ich mehr als der Ägyptologe.

■ Wollen Sie mit dem Mystery Park Ihre Ideen verbreiten und sich ein Denkmal setzen?

Keins von beiden. Mit dem Mystery Park möchte ich, dass der Mensch das Staunen wieder lernt. Ich möchte diese faszinierende Schwingung der Neugierde, die jeder in sich hat, wieder zum Leben erwecken. Wenn es mir gelingt, dass die Jugend sich an den Kopf schlägt und sagt: «Ich wusste gar nicht, dass es so etwas auf der Welt gibt», und später dann vielleicht die Nuss knacken will –, dann habe ich schon gewonnen. Und auch die älteren Menschen sollen getrost wieder bescheidener werden und lernen, dass so manche Antwort von gestern nicht das Gelbe vom Ei war.

■ Ich gehe davon aus, Sie glauben nicht nur, sondern Sie wissen, dass der Mystery Park Erfolg haben wird ...

Da bin ich absolut überzeugt. Der Mystery Park wird jede Erwartung, die kühnsten Träume, weit übertreffen.

■ Was macht Sie so sicher?

Obwohl ich ein Fantast bin, bin ich so weit Realist, um zu wissen, dass etwas Rätselhaftes, Geheimnisvolles, Unaufgeklärtes, Menschen immer anlockt. In Interlaken gibt es jährlich rund 3,8 Millionen Touristen. Wir haben ein paar Attraktionen wie zum Beispiel Eiger, Mönch und Jungfrau oder das Freilichtmuseum Ballenberg. Die Bahn auf Jungfraujoch ist relativ teuer und man kann sie nicht das ganze Jahr nutzen. Trotzdem waren letztes Jahr 680 000 Leute auf dem Jungfraujoch. Ballenberg hat jährlich rund 220 000 Besucher, obwohl das Freilichtmuseum nur im Sommer geöffnet ist. Wenn wir im Mystery Park im ersten ganzen Jahr mit rund 500 000 Besuchern rechnen, dann ist die Erwartung sehr realistisch.

■ «Die einen kennen mich, die anderen können mich.»

■ Am 24. Mai wird der Mystery Park eröffnet. Überall stehen noch Baugeräte. Brauchen Sie Ausserirdische, die mithelfen, den Park termingerecht fertigzustellen?

Überhaupt nicht. Der Mystery Park ist kein UFO-Park, keine Esoterik-Bühne und auch keine antiwissenschaftliche Angelegenheit.

■ Ihr nächstes Projekt?

Zum einen gibt es eine Erich-von-Däniken-Stiftung. Sie hat zum Zweck, wissenschaftliche Abklärungen in Auftrag zu geben, welche die wissenschaftliche Seite nicht von sich aus macht. Es sind Antworten auf Fragen, die die zuständigen Archäologen erstens als überflüssig empfinden und für die sie zweitens kein Geld haben. Die Stiftung soll Geld sammeln und mit zusätzlichen Fragen an die zuständigen Stellen – bei uns ist es die ETH – gelangen.

Zum anderen habe ich ein Sorgenkind, das Dorf Beatenberg. Dort muss der Tourismus wieder angekurbelt werden. Es muss dafür gesorgt werden, dass die Jugend nicht abwandert. Jetzt kommt der Mystery-Tourismus in Gang, also muss man einige dieser Autobusse auf den Beatenberg hinaufenken.

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

SULCUS
HOSPITALITY | SCHWYZ | 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

Preisgünstige Teakmöbel aus Asien.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.gabteak.ch

Miele
Service-Abonnement.

Vollgarantie mit Bonus.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

Polster-Möbel-Klinik
Zähringerstrasse 24, 8001 Zürich
Telefon 079 403 39 93

«De Stör-Polsterer chunnt!»

A·C·H·T·U·N·G·!
Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen

Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten

- Gratisberatung und Offerten ganze Schweiz
- Express-Ausführung in Ihrem Betrieb
- Garantie bis 10 Jahre
- Günstiger als jede Konkurrenzofferte (mind. 10%)
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- 1000 zufriedene Gastro-Unternehmer
- Rufen Sie uns unverbindlich an: 079 403 39 93

LOX-20/35 Zimmersafe

- zwei verschiedene Grössen
- Verschluss auch mit Pfand- oder Zylinderschloss möglich

SCHÄNIS
STS Systemtechnik Schänis GmbH
CH-8718 Schänis
Tel. 055 619 68 00
Fax 055 619 68 68

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

- Verkaufen/Vermieten
- Buchhaltung/Treuhand
- Werbegestaltung
- Rechtsberatung
- Neue Betriebskonzepte
- Managementseminar
- Fachbücher

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen - zu vermieten - suchen Sie einen Betrieb, wir haben Ideen und Kontakte

Poststrasse 5, CH-8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06

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

Altstadt - Liegenschaft

in Zofingen AG an zentraler Lage zu verkaufen • mit gemütlichem Restaurant, grosser Gartenwirtschaft, Saal, Hotelzimmer, Wohnung • Die Liegenschaft ist **vermietet**

• Eignung als **Anlageobjekt mit Zukunftspotential** oder zur Selbstnutzung mit der Möglichkeit eines Dachausbaus • Verkaufspreis CHF 680'000

Beratung und Unterlagen: immoclass AG, Schaffhauserstrasse 550, 8052 Zürich, Tel. 01 307 79 08, E-Mail: info@immo-class.ch

immo-class

BEWEGT IMMOBILIEN.

Rössli Kempraten Rapperswil SG Der Gastrobetrieb

zu vermieten per 1. November 2003.
Modern eingerichtet mit hervorragender Infrastruktur.
85 Plätze. Sonnenterrasse. Parkplätze.

Danke für Ihre schriftliche Bewerbung an:
Gadola Bauberater, Bergstrasse 8, 8712 Stäfa
Nähere Auskünfte: Tel. 01 929 19 67 (Gadola)
156137/424681

Ausschreibung

Präsenz Schweiz
sucht einen innovativen

Geranten

welcher das Restaurant im Schweizer Pavillon an der Weltausstellung in Aichi, Japan (25. 3. bis 25. 9. 2005) betreiben wird.

Das Ziel des gastronomischen Auftritts besteht darin, das Besucherlebnis im Schweizer Pavillon durch eine gastronomisch-rekreative Komponente zu ergänzen und dadurch PR für den Schweizer Tourismus und die schweizerische Gastronomie und Gastfreundschaft, allenfalls auch für schweizerische Nahrungsmittel und Getränke zu betreiben. Die Inneneinrichtung und das Angebot sollen sich am Thema der Ausstellung «Weisheit der Natur» und des Schweizer Pavillons «Der Berg» orientieren.

Für das Restaurant steht eine Gesamtfläche von 250 m² (inkl. Küche und Infrastruktur) zur Verfügung, es wird mit ca. 100 Sitzplätzen gerechnet.

Wir suchen einen innovativen, professionellen und qualitätsbewussten Gastgeber mit Erfahrung an Grossanlässen und einem Bezug zu Japan. Interessenten, welche dem gewünschten Profil entsprechen, melden sich bitte bis am 2. Juni 2003 mit einer kurzen Bewerbung und Leistungsausweis bei:

Präsenz Schweiz
Manuel Salchi
Projektleiter Weltausstellungen
Bundesgasse 32
3003 Bern
031 323 04 49
manuel.salchi@eda.admin.ch

Geeigneten Kandidaten senden wir gerne nach Erhalt der schriftlichen Bewerbung unsere ausführliche Dokumentation.

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
- Wirtswohnung vorhanden

Nähere Auskünfte erhalten Sie unter Chiffre 156127, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156127/411027

Kaufgesuch**Hotel mit Seanstoss**

Raum Lago Maggiore Schweiz, vorzugsweise Locarno-Brissago. Unterlagen mit Preisvorstellung an Chiffre 156012, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156012/424611

Domat/Ems

Zu verkaufen (evtl. zu vermieten)

Wohn- und Geschäftshaus "Krone"

- 21 Kleinwohnungen, z.T. möbliert
- Pizzeria, Restaurant, "Grotto-Bar",
- Kronensaal
- insgesamt ca. 300 Sitzplätze

interessanter VP, evtl. auch Separatverkauf "Wohnungen/Gastrobetriebe"

Kontakt:
Graubündner Kantonalbank Immobilien
Stadtgartenweg 6, 7000 Chur
rainer.stocker@gkb.ch
Tel. +41 (0)81 256 95 92

www.gkb.ch/immo
ImmoCode: T6GC

**Biel-Bienne**

Zu vermieten per 1. Januar 2004 an bester Lage in Biel:

renoviertes Hotel der gehobenen Klasse

- 77 moderne Hotelzimmer (33 Einzelzimmer, 33 Doppelzimmer, 8 Junior-Suiten)
- diverse Säle/Tagungsräume
- Gourmet-Restaurant
- Bar-Restaurant

Gerner freuen wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre 156170, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156170/382708

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Im K.O. - Griff Ihrer Banken?

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

- Sanierungskonzepte für stille Sanierungen
- Vermeidung von SchKq-Verfahren durch Verhandlung mit allen beteiligten Partnern
- Turnarounds von Hotelbetrieben

Absolute **Diskretion** ist für uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

**ICH POCHTE AUF
MEHR BEWEGUNG.
IHR HERZ.**

Machen Sie mit beim IMPULS-Bewegungsprogramm. Gratis-Broschüre bei der Schweizerischen Herzstiftung, Postfach 176, 3000 Bern 15.

Für eine mittelgrosse Stadt am Bodensee

PÄCHTER

für ein stilvoll eingerichtetes

IRISH PUB

gesucht.

Lokal ca. 120 Sitzplätze, seit Jahren grosse Stammkundschaft, HL-Nachweis sowie langfristiger Vertrag möglich.

Nur solvente Interessenten mit Erfahrung in der Gastronomie.
Telefon (07732) 101 94

156117/424785

Churwalden

Zu verkaufen

Sporthotel "Krone"

- 24 Zimmer mit Bad/Dusche/WC, insgesamt 51 Betten
- Restaurant "Alphütta" mit ca. 120 Sitzplätzen
- Bar "Chesa Veglia" mit ca. 100 Sitzplätzen
- Unterteilbarer Speisesaal mit ca. 100 Sitzplätzen
- Gartenrestaurant, genügend Parkplätze
- Verkauf inkl. vorhandenen Miet- und Kaufinventar

Interessanter Verkaufspreis

Kontakt:
Graubündner Kantonalbank Immobilien
Stadtgartenweg 6, 7000 Chur
rainer.stocker@gkb.ch
Tel. +41 (0)81 256 95 92

www.gkb.ch/immo
ImmoCode: 00BJ

**SILVAPLANA**

Zu verkaufen an zentraler Lage

RESTAURANT mit Dancing

Baujahr 1982; Restaurant im OG bzw. EG mit ca. 180 m² und 60 Plätzen; Pizzeria/Grill im EG bzw. UG mit ca. 180 m² und 60 Plätzen; Dancing/Bar mit ca. 250 m² (!)

VP CHF 585 000.-
INKLUSIVE 4 Autoeinstellplätzen in der Tiefgarage und dem Grossinventar in den Restaurants (Kauf OHNE Dancing/Bar möglich)

Rufen Sie uns einfach an!

081 284 00 24

www.degan.ch 156141/385500

Zu verkaufen im Zürcher Oberland, einer Region für sanften Tourismus, geräumige

17-Zimmer-Villa

Erhöhte, unverbaubare Lage (Dorfrand). Eignung für Gourmet-Restaurant, Hotel, Senioren-Residenz. Grosse Landreserve.

FES Immo. AG, Wald
Telefon 055 246 11 94

155553/421562

Sind Sie unser neuer Gastgeber? unsere neue Gastgeberin?

Die Benakus AG (Club der Weinfreunde und Investoren) kann kaum warten bis Ihre Vinothek in Unterseen/Interlaken mit Ihnen als Geschäftsführer(in) eröffnet wird.

Ein spannendes Projekt am Kirchplatz in Unterseen in einer Umgebung von alten Stadtmauern und modernster Architektur - bereit zum Ausbau in den nächsten drei Monaten mit grosser Begegnungsbar, rund 50 Sitzplätzen und viel Raum für Events/Merchandising.

Eine interessante Trägerschaft bestehend aus den Investoren der Gesamtüberbauung und über 30 Weinfreunde, die das Lokal mit einer Top-Kundschaft beleben wollen.

Ein(e) Geschäftsführer(in) der/die mit viel Flair dieses Projekt zum Erfolg führt, am Ergebnis mitprofitiert und die Möglichkeit bekommt, sich an diesem erfolgsversprechenden Unternehmen zu beteiligen.

Bitte nur schriftliche Bewerbungen bis 24. Mai 2003 an:

Werner Friedrich Consulting
Postfach 466
3700 Spiez

156182/411581

IMMOBILIER

**A vendre
Hôtel - Restaurant
de bonne renommée
avec grande salle et chambres**
Cuisine bien équipée.
Rendement intéressant.
Région Fribourg.
Renseignements: tél. 026 660 24 59

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

JANUAR

Mo Lu 1 8 15 22 29 5 12 19 26 5 12 19 26
Di Ma 2 9 16 23 30 6 13 20 27 6 13 20 27
Mi Me 3 10 17 24 31 7 14 21 28 7 14 21 28

DEZEMBER

Mo Lu 1 8 15 22 29 5 12 19 26 5 12 19 26
Di Ma 2 9 16 23 30 6 13 20 27 6 13 20 27
Mi Me 3 10 17 24 31 7 14 21 28 7 14 21 28

... Gelegenheiten im Gastgewerbe gibt es viele, jedoch wenige sind lohnenswert!

Im Auftrag unseres Klienten suchen wir mit Übernahmetermin nach Ihren Möglichkeiten in ein grösseres sowie besonders stilvoll ausgestattetes **Speise-Restaurant** mit einem ausgewiesenen Jahresumsatz von CHF 1,3 Mio. ein fachlich versiertes, innovatives

Geschäftsführer-(Ehe-)Paar

im **Mietverhältnis**. In sämtlichen Belangen ist das Objekt (mit **Barbetrieb**) modern eingerichtet und präsentiert sich besonders gepflegt. Das weit über die Region hinaus bekannte Restaurant bezüglich **Küchenangebot & Gastlichkeit** befindet sich an verkehrsgünstiger Lage, regional gelegen im Umkreis von **Wettingen-Baden-Brugg (AG)**.

Das gesamte Platzangebot beläuft sich auf 215 + Personen. Zudem im Sommer als Alternativgeschäft sind auf der Gartenterrasse ca. 80/100 Plätze gegeben. Auf Wunsch kann im Hause eine Direktionswohnung dazumietet werden. Ausreichende Parkplätze sind vorhanden.

Unser Auftraggeber legt Wert auf eine offene Kooperation mit gewinnenden Unternehmen mit **ihrem eigenen Konzept**, denn sie setzen ein modernes Verständnis der Begriffe **Gastronomie, Dienstleistung und Marketing** voraus.

Die allgemeinen Mietbedingungen sind sehr fair. Eigenkapital zur Übernahme des Kleininventars u.w.m. sind erforderlich. Geboten wird engagierten Gastgebern ein optimaler Einstieg in ein ausgezeichnetes Wirkungsfeld.

Interessenten senden uns bitte ihre Bewerbungsunterlagen zuhanden der nachstehenden Anschrift. **Diskretion ist selbstverständlich.**

Terminia Consulting

Ihre persönliche Beratungsunternehmung im Personellen & Unternehmensfragen der Hotellerie/Gastronomie. Seit 1988.

Gotthardstrasse 55 +41 (0)1 451 00 11
8027 Zürich 2 +41 (0)1 201 40 34

Montana ag

Verwaltung und Immobilien
Bahnhofplatz 8, 7000 Chur

GRAUBÜNDEN

Zu verkaufen in der Nähe eines bedeutenden Kongress- und Winterkurortes, bekanntes

Kurhotel/Schwefelbad

- eigene Quelle
- Hotelanlage mit ca. 80 Betten
- Jahresbetrieb

Weitere Auskünfte erhalten Sie unter:

Tel. 081 255 16 17, Fax 081 255 16 99
www.montana-truhand.ch

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

155701/400972

In Celerina/St. Moritz

zu verkaufen

Bar-Dancing

Musik- und Lichtanlage, Personalraum, gemütliche Bar, Snackküche, Magazin, total ca. 200 m² Gästefläche, alles aus- und umbaufähig, beste Verkehrsfläche, Parkplätze, ab sofort oder nach Vereinbarung VB CHF 95 000.-, Infos unter www.shack.ch oder +41 76 388 0770

156126/424670

«VICTORIA-JUNGFRAU» UND «PALACE» / Die Fünf-Sterne-Hotels in Interlaken und Luzern haben letztes Jahr gemeinsam 55,5 Mio. Franken Umsatz erzielt. Die Anzahl Logiernächte sank im «Victoria-Jungfrau» um 16,7 Prozent. CHRISTINE KÜNZLER

«Vorsichtig optimistisch» fürs Jahr 2003

«Wir beantragen an der Generalversammlung eine Dividende von 5 Prozent und sind froh, dies guten Gewissens tun zu können», so Peter Bratschi, Verwaltungsratspräsident der Fünf-Sterne-Hotels «Victoria-Jungfrau» in Interlaken und «Palace» in Luzern. Und dies, obwohl das letzte Jahr für beide Hotels nicht rosig war. Im Jahr 2001 betrug die Dividende 6 Prozent.

Vorsichtig optimistisch geben sich Peter Bratschi, «Victoria-Jungfrau»-Direktor Emanuel Berger, und «Palace»-Direktor Andrea Jörger im Hinblick auf das laufende Jahr. «Wir hatten im März einen völlig normalen Abschluss», so Berger. Im November wird im Interlaken Luxushotel die Erweiterung des Spas abgeschlossen und damit werden, so Berger, «gewisse Lücken» gefüllt sein. Positive Impulse erwartet er auch vom Mystery Park, der am 24. Mai eröffnet wird. Dort findet am 30. Mai auch die Generalversammlung der Victoria-Jungfrau AG statt.

RENTABLES KONGRESS-GESCHÄFT

Während das «Victoria-Jungfrau» letztes Jahr mit 16,7 Prozent weniger Logiernächte auskommen musste (vgl. Tabelle), schreibt das «Palace» ein Plus von 4,3 Prozent. Der Hauptgrund für die Logiernächte-Einbusse im Interlaken Luxushotel ist der starke

Foto: Christine Künzler



SIE LEITEN DIE GESCHICKE

(V.l.n.r.) Emanuel Berger, Direktor «Victoria-Jungfrau», Peter Bratschi, Verwaltungsratspräsident, und Andrea Jörger, Direktor «Palace»: Sie legten an der Bilanzpressekonferenz in Luzern die Zahlen offen.

Rückgang der amerikanischen Gäste um gut 30 Prozent (5300 Logiernächte). Diese fehlenden Übernachtungen waren mit Gästen aus anderen Herkunftsländern nicht wettzumachen. Es kamen auch weniger Schweizer (-9%/-3270). Sie machen den grössten Anteil aller Gäste aus. Gestiegen ist indes der Anteil an deutschen Gästen.

«Das Kongresssegment hat einen wesentlichen Anteil an die Logiernächte gebracht», fasst Berger zusammen. Auch der Wellnessbereich habe floriert. Die Tatsache, dass die Erlöse proportional weniger rückläufig sind als die Logiernächte, zeigen, dass die Gäste das Wellness-Angebot intensiver genutzt hätten. Starke Einbussen indes erlitt dagegen der Incentive-

Bereich. 47,3 Prozent aller Gäste waren Individualreisende (2001: 51,2%) und 11 Prozent Reisegruppen (2001: 10,8%). Rund 90 Prozent aller Gäste aber haben Individualansprüche, was einen hohen Personalaufwand bedeutet. Trotzdem ist es aber Berger gelungen, diese Kosten zu senken – «bei gleichbleibender, höchster Dienstleistungsqualität», wie er versichert. Der gesamte Betriebsaufwand konnte um knapp 11 Prozent gesenkt werden.

«Die Hotellerie ist ein Geschäft, das unheimlich rasch reagiert», sagte Verwaltungsratspräsident Peter Bratschi an der Bilanzpressekonferenz. Als Beispiel erwähnte er das «Peninsula» in Hongkong: dort ist die Belegung auf zehn Gäste zusammengeschumpft.

«In solchen Fällen den richtigen Weg zu finden, ist die Kunst des Hotelführers.»

MEHR AMERIKANER IM 2002 IM «PALACE»

Im «Palace» in Luzern ist soeben das neue Restaurant Jasper eröffnet worden (vgl. htr 19). Zudem sind die Lobby und einige Kongressräume saniert worden. Wegen eines grossen Anlasses steigerte «Palace»-Direktor Andrea Jörger den Anteil an Logiernächten von Amerikanern letztes Jahr von 23,7 auf 25,2 Prozent. Auch aus Deutschland beherbergte das Luzerner Hotel 3,4 Prozent mehr Gäste. Die Anzahl der Schweizer Gäste indes war rückläufig: 29,2 Prozent gegenüber 35,1 Prozent im Jahr 2001. 25,6 Prozent der Gäste stammten aus Reisegruppen, 24,4 Prozent waren Kongress- und Tagungsgäste.

Die durchschnittliche Auslastung betrug 55,3 Prozent. Die Average-Room-Rate ist von Fr. 296,43 auf Fr. 290,19 gesunken. Das «Palace» hat letztes Jahr einen Umsatz von 18,4 Mio. Franken erzielt (2001: 17,9 Mio. Fr.). Das Betriebsergebnis I belief sich auf 4,4 Mio. Franken (2001: 4,5 Mio. Fr.).

Kennzahlen «Victoria-Jungfrau»

	2002	2001
Gästezimmer	212	212
Zimmerbelegung in %	58,9	67,8
Gästebetten	408	408
Bettenbelegung in %	48,7	58,5
Öffnungstage	365	365
Durchschnitt Mitarbeiterbestand	222	256
Gästefrequenzen Logiernächte	72 579	87 082
Average-Room-Rate in CHF	410,36	430,48
Durchschnittlicher Erlös pro Logiernacht in CHF	511,19	495,70
RevPAR in CHF	241,85	291,97
Umsatz in Mio. CHF	37,101	43,167
Betriebsergebnis I in Mio. CHF	12,298	15,388
Betriebsergebnis I in %	33,1	35,6
EBITDA in Mio. CHF	9,111	11,117
EBITDA in %	24,6	25,8

* Revenue par available room

Quelle: MKG Consulting Database

Der Konzern-Umsatz

Der Umsatz der beiden Hotels Victoria-Jungfrau und Palace sank im 2002 um 9,1% auf 55,5 Mio. Franken, das Betriebsergebnis I (Umsatz abzüglich direkte Betriebskosten) auf 16,7 Mio. Franken (2001: 19,9 Mio. Fr.). Der Betriebsgewinn (EBITDA) beläuft sich auf 12,4 Mio. Franken (2001: 14,6 Mio. Fr.). Der konsolidierte Cashflow ist von 11,1 Mio. Franken im Vorjahr auf 9,3 Mio. Franken gesunken. Der Konzern weist einen Reingewinn von 3,2 Mio. Franken (2001: 4,6 Mio. Fr.) aus. CK

TOURISMUSFÖRDERUNG / Das 100-Millionen-Darlehen für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit hat die Hürde der Ausgabenbremse (vorerst) nicht geschafft. SONJA STALDER

«Ohne Darlehen ist Gesetz nutzlos»

Von einer «Enttäuschung» spricht Andreas Deuber, Geschäftsführer der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit: Das 100-Millionen-Darlehen für die SGH ist im Nationalrat an der Ausgabenbremse gescheitert. Die notwendige Mehrheit von 101 Stimmen ist nicht erreicht worden – obwohl die grosse Kammer zuvor das neue Hotel- und Kurortkreditgesetz sowie den Finanzierungsbeschluss gutgeheissen hatte. Allerdings ist noch nicht alles

verloren: Falls der Ständerat den Kredit ein zweites Mal freigibt, kann der Nationalrat noch einmal auf seinen Entscheid zurückkommen. Diese Differenzbereinigung soll in der Sommersession stattfinden. «Wir sind zuversichtlich, dass der Kredit dann auch die Hürde des Quorums schafft», sagt Peter Keller, Leiter Ressort Tourismus im Staatssekretariat für Wirtschaft. Diese Hoffnung teilt hotelleriesuisse in einer Medienmitteilung.

Die Debatte im Nationalrat war von teilweise gehässigen Vöten begleitet. SP-Nationalrat Rudolf Strahm sprach beispielsweise davon, dass die «Krückenbranche» ihre Lage selber verschuldet habe. SVP-Nationalrat Christoph Blocher sagte: «Nun hat man gemerkt, dass man die Schlechten nicht subventionieren sollte. Darum schreibt man jetzt, dass man auf operationeller Ebene die neuen Regeln des Kreditmarktes einhalten» wolle. «Das aber sei

eine so «geschwollene Sprache»; er wisse nicht, was damit gemeint sei.

Solche Äusserungen sind für Andreas Deuber ein Zeichen dafür, «dass wir ein Kommunikationsproblem haben: die SGH gilt als Strukturhalter und Subventionierer». Er will die verbleibende Zeit bis zum Sommer nutzen, um die Parlamentarier noch stärker von der neuen Ausrichtung der SGH zu überzeugen. Zu der Frage, was geschähe, wenn der Nationalrat eine zweite Abfuhr erteilen würde, mag sich der SGH-Geschäftsführer zurzeit nicht äussern. Peter Keller hingegen spricht Klartext: «Ein Gesetz ohne Darlehen wäre nutzlos. Dann müsste man sich wohl den Abbau der SGH überlegen.» Und er doppelt nach: «Dafür müsste dann der Nationalrat die Verantwortung übernehmen.»

35 MIO. FRANKEN FÜR «INNOTOUR»

In der ersten Runde durchgekommen sind demgegenüber die 35 Millionen Franken zur Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus (Innotour). Das Seco kann mit diesen Mitteln im laufenden und in den nächsten vier Jahren innovative Projekte sowie eine berufliche Qualifizierungsinitiative unterstützen.

KURZ UND BÜNDIG

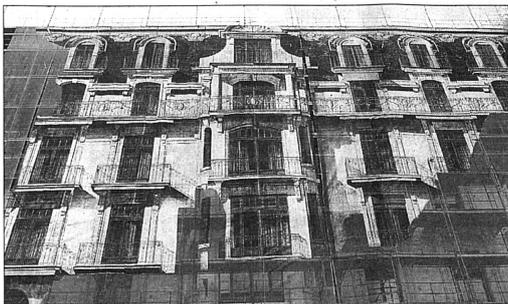
Intersky baut Angebot ab Bern-Belp weiter aus. Ab Ende Juni bedient Intersky neu die Strecke zwischen Bern-Belp und Paris. Die Fluggesellschaft will laut Pressemitteilung auch bei dieser Destination ihre Low-Fare-Strategie einsetzen. Wie bei Wien und Berlin soll das günstigste Ticket ab 39 Franken (ohne Flughafensteuer) erhältlich sein. Intersky übernimmt die Strecke von der Swiss; der Flug Bern-Paris war vor drei Monaten deren Sparmassnahmen zum Opfer gefallen. SST

MWSt.-Sondersatz verlängert

Die Schweizer Hotellerie kann noch bis Ende 2006 von einem tieferen Mehrwertsteuersatz profitieren. Der Nationalrat ist in diesem Punkt dem Bundesrat und Ständerat gefolgt.

Eine Verankerung in der neuen Bundesfinanzordnung wäre laut Finanzminister Kaspar Villiger hingegen nur dann gerechtfertigt, «wenn die Schweiz mit dem Normalsatz ein Niveau erreichen würde, das wesentlich über den Sondersätzen anderer Länder läge». Die zuständige Kommission des Ständerats hatte sich zuvor für eine Beibehaltung ausgesprochen. SST

Foto: htr



BAUSTELLE SCHWEIZER HOTELLERIE

Der Investitionsbedarf in der Schweizer Hotellerie ist gross. Ob die staatliche Unterstützung doch noch zum Zug kommt, entscheidet sich voraussichtlich im Sommer.

Reklame

Zürich
Magglingen

GTSM

Reiserestaurant 56
Tel: 01 461 11 30

8003 Zürich
Fax: 01 461 12 48

Dank
Spielplatz-
Geräten
von GTSM

Mehr Gäste
– denn Eltern schätzen
jede freie Minute

BRIGITTE MÄRKI / Nach dem Besuch des Seminars «Mitarbeiter-Empowerment» fühlt sich die Teilnehmerin bereit, mehr Verantwortung im Betrieb zu übernehmen und vielleicht sogar ein eigenes Restaurant zu eröffnen. **INTERVIEW: TONI RÜTTI**

«Wir haben alle voneinander gelernt»

Der Ausbildungszyklus Mitarbeiter-Empowerment* richtet sich an Berufsfachleute aus Hotellerie und Tourismus, die erste Führungsaufgaben in einem Betrieb übernehmen wollen. Welche sind das in Ihrem Fall?

Ich habe zwei Berufsausbildungen abgeschlossen – Koch und Servicefachangestellte – und möchte später einmal ein eigenes Restaurant eröffnen. Das Seminar Empowerment habe ich absolviert, um später den Führungsaufgaben gewachsen zu sein.



Brigitte Märki, Koch und Servicefachangestellte.

konnte. Das Marketing und das Rechnungswesen waren hingegen Neuland. Das Rechnungswesen war ziemlich anspruchsvoll, weil es sehr in die Tiefe ging und mir die erforderlichen Grundkenntnisse dafür fehlten. Zudem hatte ich Mühe, dem vorgegebenen Tempo zu folgen.

Wären Sie jetzt in der Lage, das Gelernte praktisch anzuwenden?

Im Rechnungswesen bräuchte ich schon noch ein paar Zusatzlektionen, um sattelfest zu werden. Im Marketing und in der Mitarbeiterführung fühle ich mich indessen relativ sicher. Ich wäre in der Lage, die Marktchancen zu beurteilen, wenn ich ein Restaurant eröffnen würde. Ich hoffe, auch die richtigen Entscheide in der Mitarbeiterfrage treffen zu können, und dadurch die Personalfuktuation in Grenzen zu halten und Kosten zu sparen.

Auf was würden Sie bei der Beurteilung eines Stellenbewerbers achten?

Ich erster Linie auf die Ausstrahlung und die Einstellung. Erst in zweiter Linie würde ich die Zeugnisse studieren. Ich bin 26 und habe noch schon Menschenkenntnis sammeln können, um einen Bewerber möglichst verlässlich beurteilen zu können. Dass man sich in einem Menschen immer täuschen kann, ist ja nichts Neues.

Was, wenn Sie ein Restaurant haben und plötzlich doch nicht mehr weiter wissen?

Das bereitet mir im Moment kein Kopfzerbrechen. Wir haben nämlich

erfahren, bei welchen Organisationen man sich allenfalls erkundigen oder wo man nachschlagen kann.

«Ich wäre jetzt in der Lage, die Marktchancen zu beurteilen.»

Alles kann man sicher nicht nachschlagen. Speziell bei der Personalführung bringt man doch viel von der eigenen Persönlichkeit ein ...

... das Wichtigste ist, auf die Leute einzugehen, namentlich bei der Frage nach den Arbeitseinsätzen. Ich habe vor, in einem eigenen Betrieb die Förderung von Lehrlingen zu einer meiner Hauptaufgaben zu machen. Ich werde mir Zeit für die jungen Leute nehmen.

Was haben Sie Neues in Arbeitstechnik und Zeitmanagement gelernt?

Dass man nicht alles selber machen muss, wie es eigentlich meinem Wesen entsprechen würde. Ich gebe zu, dass ich mich anfänglich zwingen musste, Aufgaben an andere zu delegieren. Ich habe diesbezüglich bereits Fortschritte gemacht. Die durch das Delegieren gewonnene Zeit versuche ich zur Erledigung von anderen Aufgaben zu nutzen, die sonst vielleicht auf der Strecke geblieben wären. Meine Ar-

beitstechnik habe ich nach dem Seminar nicht völlig umgekrempelt. Optimierungen sind bei der Zeiteinteilung möglich. Ich arbeite daran.

Das Funktionieren im Team stand auch im Seminarprogramm. Was haben Sie hier Neues gelernt?

Die Arbeit im Team war für mich nie ein Problem. Intrigen finde ich schlimm, weil sie unnötig sind und Energie kosten. Im Seminar wurde uns gezeigt, wie man sich bei Konflikten verhalten soll, und dass man den Mut aufbringen muss, die Probleme offen anzusprechen. Nur vordergründig wäre es bequemer, ihnen aus dem Weg zu gehen.

«Wir haben erfahren, bei welchen Organisationen man sich erkundigen kann.»

Was tun Sie, wenn Stress-Situationen das Klima zu vergiften drohen?

Ich bin von Natur aus auch in Stress-Situationen ziemlich ruhig. Diesbezüglich habe ich im Seminar nichts Neues erfahren. Kommt hinzu, dass ich einen gewissen Stress irgendwie brauche, um meine Höchstform zu erlangen. Wäre ich nicht stressresistent, wäre ich wahrscheinlich nicht mehr im Gastgewerbe tätig.

Wo haben oder hatten Sie die grössten Defizite?

In Sachen Selbstbewusstsein hatte ich bis vor dem Seminar noch einige Defizite, die ich nun aber im Griff habe, wie mir scheint. Allerdings wurde mir bestätigt, dass ich sehr wohl weiss, wie man auf die Gäste zugeht. Im Seminar wurde mir auch bestätigt, dass ich mich im Umgang mit ihnen meist richtig verhalte.

Und wie haben Sie den Umgang unter den Seminarteilnehmern erlebt?

Das war für mich eine gute Erfahrung. Wir haben alle voneinander gelernt. Es kam zu einem regen Gedankenaustausch. Ich habe jedenfalls in den Pausengesprächen die eine oder andere Anregung zur Bewältigung des Berufsalltags bekommen.

* Infos unter www.swisshotels.ch, E-Mail: weiterbildung@swisshotels.ch, Tel. 031/370 41 11.

Zur Person

Brigitte Märki ist 1977 in Langenthal geboren. Im Hotel Bären in Langenthal absolvierte sie eine Lehre als Koch und im Gasthof Kreuz in Egerkingen anschliessend eine Lehre als Servicefachangestellte. In diesem Gasthof konnte sie nach ihrer eigenen Lehre unter anderem Erfahrungen in der Ausbildung von Lehrlingen sammeln. Neuerdings arbeitet sie im Restaurant «Zur Fähre» in Trimbach als Servicefachangestellte. Dreieinhalb Monate lang bereiste sie Australien. TRU

PUBLI-REPORTAGE

Die deutsche Kreditkartenorganisation EURO Kartensysteme bietet interessante Konditionen für Schweizer Hoteliers



Frischer Wind in der Welt der Kreditkartenabrechnung



Seit 1. Januar 2003 ist es offiziell: der Spitzenverband der Schweizer Hotellerie hotelleriesuisse hat mit EURO Kartensysteme, dem deutschen Marktführer im Eurocard/MasterCard- und Visa-Acquiring, einen Rahmenvertrag für die Abrechnung von Kreditkartenumsätzen abgeschlossen. Damit haben die rund 3000 Mitglieder von hotelleriesuisse exklusiv die Option, ihre Eurocard/MasterCard- und Visa-Umsätze zu deutlich günstigeren Konditionen als bisher abzurechnen.

Nicht umsonst haben sich als einer der ersten die Marktführer der Schweizer Hotellerie wie Best Western Swiss Hotels, die ArabellaSheraton-Hotelgruppe, Kempinski AG, Dorint AG und Arkona AG für eine Zusammenarbeit mit dem erfolgreichen deutschen Unternehmen für Kreditkartenabrechnung entschieden. Denn neben der Kostenersparnis bietet die Exklusiv-Offerte noch einiges mehr: Bisher war es in der Schweiz nur möglich, Eurocard/MasterCard und Visa getrennt von verschiedenen Anbietern abzurechnen. Mit dem zukunftsweisenden Abkommen zwischen

EURO Kartensysteme und hotelleriesuisse profitiert nun jedes Mitglied von hotelleriesuisse, das sich für das Angebot entscheidet, von der bequemen und unkomplizierten dualen Abrechnung beider Kreditkartentypen, die rund

80 Prozent des schweizerischen Kreditkartenmarktes abdecken.

Keine versteckten Kosten

Die finanziell günstigen Rahmenbedingungen und niedrigen Kommissionssätze ziehen – entgegen vielfacher Behauptung – keine «versteckten» Kosten, wie beispielsweise überhöhte Gebühren für die Verbindungen nach Deutschland, nach sich. Im Gegenteil: Mit Vertragsabschluss entscheidet sich der zukünftige Vertragspartner für eine transparente «All-inclusive»-Lösung. In ihr sind beispielsweise die Abrechnung und Auszahlung in Schweizer Franken, die Wahl des Abrechnungsmodus,

eine detaillierte Einzeltransaktionsabrechnung sowie lokale Kommunikationsgebühren enthalten. Neben der persönlichen Betreuung hat jedes Verbandsmitglied die Möglichkeit, sich schnellen Rat und Hilfe bei einer mehrsprachigen Hotline, die ausschliesslich für Mitglieder von hotelleriesuisse geschaltet ist, schnell und kompetent beraten zu lassen.

Mai 2003: EURO Kartensysteme stellt sich vor

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit hotelleriesuisse hat sich EURO Kartensysteme Anfang Mai in einem persönlichen Anschreiben allen Mitgliedern vorgestellt und das Exklusivangebot erläutert. Daneben werden viele der angeschriebenen Hoteliers im Laufe des Monats Mai telefonisch kontaktiert oder persönlich besucht werden.

«Wir sind seit Ende 2001 auf dem Schweizer-Acquiringmarkt aktiv und konnten dort innerhalb kürzester Zeit viele neue Vertragspartner gewinnen. Darauf sind wir sehr stolz und sind sicher, als erfahrener Kreditkartenabrechner noch viele Mitglieder von hotelleriesuisse von unseren Angeboten überzeugen zu können», äussert sich Ragnar Graetz, Senior Key Account Manager International bei EURO Kartensysteme, zufrieden. «Und ab Juli dieses Jahres werden wir unseren Anspruch als Full-Service-Anbieter noch weiter untermauern, denn dann werden wir uns mit neuem Namen und neuer Optik präsentieren. Mit dem neuen Auftritt geht auch die Erweiterung unserer Produktpalette – im Kreditkarten- aber auch im Debitkartenumfeld – einher. Freuen Sie sich darauf.»



Alle Informationen und Unterlagen unter www.swisshotels.ch
Deutschsprachige Hotline:
+41 (0)43 / 96 03 71 2
Französischsprachige Hotline:
+41 (0)43 / 96 03 74 1
Sie erreichen uns Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 17.00 Uhr, oder senden Sie uns ein E-Mail an hotelleriesuisse@eurokartensysteme.de

In Zusammenarbeit mit:
EURO Kartensysteme, Geschäftsbereich Acquiring, Solmsstrasse 4, D-60486 Frankfurt am Main

Wechselkurse belasten Ergebnis

Accor. Der Umsatz von Accor ist im 1. Quartal gesunken. Der grösste Hotelkonzern Europas hat von Januar bis März 2003 einen Umsatzrückgang von 6,5 Prozent auf 2,3 Mrd. Franken erlitten. Ohne Wechselkurseinflüsse und Änderungen im Konsolidierungskreis wäre der Umsatz gegenüber 2002 um 1 Prozent gestiegen. In der Schweiz, wo Accor 2429 Zimmer anbietet, lag die Auslastung in den ersten drei Monaten bei 63,5 Prozent (+4,8%). *KJV*

Celerina und Cattolica

«MonteMare». 1800 Meter über dem Meer – oder direkt neben diesem Meer: Das kombinierte Angebot zweier Hoteliers macht beides in der gleichen Woche möglich. Es heisst «MonteMare» und führt die Gäste in das Hotel Rosatsch in Celerina und in das Hotel Carducci76 in Cattolica an der italienischen Adria. Zum Pauschalpreis pro Person von 490 Euro (737 Fr.) kann man zwei und fünf oder drei und vier Nächte in den beiden Hotels verbringen. *KJV*

Gratis-Billett der SBB für Gäste

Sunstar Hotels. Die Schweizer Sunstar-Hotelkette schenkt ihren Hotelgästen ein Billett, das zur kostenlosen, direkten An- und Rückreise mit allen öffentlichen Verkehrsmitteln bei einem mindestens einwöchigen Aufenthalt berechtigt (für ausländische Gäste ab Schweizer Grenze). Mit diesem Schritt zu ökologischer Verantwortung soll auch die Attraktivität von Bergferien im Inland «in schwierigen Zeiten» für die ganze Familie gesteigert werden. *KJV*

ARABELLA SCHWEIZ AG / Einheitliche Führung der verschiedenen Bereiche Schweizer Dach für Arabella

Die Arabella Hotel AG, 1996 in Zürich als eine Gesellschaft der Münchner Arabella Hotel Holding AG gegründet, ist heute mit mehr als 880 Betten in acht Häusern eine der bedeutendsten Hotelgruppen in der Schweiz. In den letzten sieben Jahren hat sie sich zu einer breit gefächerten Unternehmensgruppe gewandelt. Jetzt wurde sie unter eine einheitliche Führung mit Sitz in Davos gestellt, und ihr Name wurde in Arabella Schweiz AG

umgeändert. Die operative Führung der Gruppe obliegt Albert Niggli als Vizepräsident und Delegierter des VR. Stefan Schörghuber, München, ist Präsident des VR. Im Jahr 2001 erwarb die heutige Arabella Schweiz AG die Mehrheitsbeteiligung an der Hotel- und Touristikfachschule Chur. Dazu gehören auch das Schulhotel Passugg und das Trainingshotel «Bellavista». Am 1. März 2003 hat die Arabella-Vermögensver-

waltung als Tochtergesellschaft der heutigen Arabella Schweiz AG mit den Geschäftsbereichen Finanzmanagement und Vermögensverwaltung in Chur ihre Tätigkeit aufgenommen. Als jüngste Beteiligung ist die Serenus AG, ein Beratungsinstitut für private Finanzen mit Sitz in Hamburg zur Gruppe gestossen. Mit der Firma Inversiones Stefan L. in Santiago de Chile ist die Arabella Schweiz AG auch im Lebensmittelbereich tätig. *KJV*

DOLDER HOTEL AG / 150 000 Franken Jahresverlust

Rote Zahlen vor Umbau

Die Zürcher Dolder Hotel AG hat das vergangene Geschäftsjahr 2002 auf dem Zürichberg mit einem Verlust von 150 000 Franken abgeschlossen. Verminderte Gästezahlen liessen den Betriebsertrag des Luxushotels um 16 Prozent auf 31,5 Mio. Franken sinken.

Den Verlust erklärt die Hotelgruppe, der die beiden Betriebe Dolder Grand Hotel und Dolder Waldhaus gehören, mit einer Abschreibung von 2,7 Mio. Franken. Im Vorjahr war ein Gewinn von 1,9 Mio. Franken erzielt worden.

Neben den normalen Abschreibungen seien im Berichtsjahr sämtliche Planungskosten der Vorjahre, welche nicht für den Umbau des Hotels im nächsten Jahr benützt werden könnten, abgeschlossen worden, hiess es weiter im Communiqué.

KONJUNKTURFLAUTE DRÜCKTE ERTRAG

Die Konjunkturfalote drückte auf den Betriebsertrag. Die Gästefrequenzen seien bei beiden Hotelbetrieben rückläufig gewesen, hiess es. Die Einbussen daraus betrugen rund 4 Mio. Franken. Im Bereich Getränke und Essen wurden rund 1,7 Mio. Franken weniger umgesetzt.



Das Dolder Grand Hotel, Zürich.

Das Betriebsergebnis ging insgesamt von 10,8 auf 6,3 Mio. Franken zurück. Der Cashflow reduzierte sich von 6,3 auf 2,5 Mio. Franken. Mit einer Eigenkapitalquote von 58,9 Prozent sei die Kapitalausstattung komfortabel, hiess es weiter.

Das Grand Hotel wird ab dem Frühsommer 2004 geschlossen und in einer Bauzeit von rund 18 Monaten vollständig umgebaut. Architekt ist der renommierte Lord Norman Foster, das Bauvolumen wird mit 140 bis 160 Mio. Franken veranschlagt. Mit der Erneuerung würden zusätzlich zu den bestehenden 180 Arbeitsplätzen rund 120 neu geschaffen, hiess es weiter. *KJV*

KURZ UND BÜNDIG

Hyatt in Ankara. Mitte 2004 eröffnet Hyatt International in Ankara das zweite Hotel in der Türkei. Das Fünf-Sterne-Haus wird in einen Gesamtkomplex mit Einkaufszentrum und Sportmöglichkeiten integriert. Laut Pressemitteilung soll das Hotel 263 Zimmer auf insgesamt 35 Stockwerken umfassen. *SST*

HOTELFINANZIERUNG / Transparenz zwischen Hoteliers und Investoren soll die Erneuerung der Branche beflügeln. Die SGH will sie mit gemeinsamen Seminaren und neuen Tools schaffen. **KARL JOSEF VERDING**

Hoteliers und Banker lernen um

Hohe Verlustrisiken für Investoren wegen oftmals mangelnder Professionalität in Planung und Realisation tragen zur Stagnation in der Erneuerung der Schweizer Hotellerie bei. Die veränderte Kreditpolitik der Banken kommt erschwerend hinzu. Ausserdem ist das Branchen-Umfeld für Investitionen schwierig auszuloten: ein hoher, gleichbleibender Bestand von 260 000 Schweizer Hotelbetten – trotz des ständigen Rückgangs der Zahl der Betriebe. Das bedeutet: weniger, aber grössere Betriebe, eine scharfe Konkurrenz und die Schwierigkeit, sich innerhalb von engen Rahmenbedingungen zu profilieren.

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) veranstaltet Seminare an fünf Schweizer Orten über «Investitionen im Hotelbereich», die sich an Hoteliers und Bankiers richten. Die SGH will hier die neuen Standards für die gesamtheitliche Beurteilung von Hotelinvestitionen vermitteln und gleichzeitig ihre eigenen Medien vom «Hotel Analyser» bis zum «Hotel Reinvest SGH» für diese Aufgabe anbieten. Mehr Transparenz und besseres Verständnis zwischen Hoteliers und Investoren sollen die Erneuerung beflügeln.

ERSTE ERFAHRUNGEN IN LUZERN

In Luzern fand das Seminar bereits statt. Teilnehmer Josef Müller, Direktor des Luzerner «Grand Hotel National», empfand es als «sehr informativ». Er begrüsst in seinem Resümee gegenüber der htr erstens die Seminar-Informationen über den Wechsel von der Ertragswert-Methode hin zu derjenigen des «discounted cashflow». Zweitens seien die präsentierten «innovativen Tools» der SGH im Dienst der Erneuerung der Hotellerie interessant. Ausserdem empfand es Müller als «sehr positiv», dass die SGH «die Nähe zur Basis» suche. Der Seminar-Programmpunkt Investitionsplanung und -ausführung habe verdeutlicht, dass ein Qualitätsmanagement in der Hotellerie auch für die Durchführung von Erneuerungsprojekten und für das

Foto: htr



SCHLÜSSEL FÜR ZUKÜNFTIGE INVESTITIONEN?

Die SGH-Beratung geht davon aus, dass die Überzeugungsarbeit gegenüber den Bankiers zugunsten der Hoteliers mithilfe der «Discounted-Cashflow»-Methode besser gelingen wird

«facility management», also den Unterhalt gelten müsse – erstens weil es Geld spare und zweitens weil es den bekannten Anforderungen der zukünftigen Hotelklassifikation entgegenkomme.

FLEXIBLER «DISCOUNTED CASHFLOW»

«Gute Businesspläne können einem angemessen konzipierten Betrieb auch unter den heutigen Bedingungen den nötigen Spielraum bringen», stellte Anne Cheseaux, Leiterin der Beratung der SGH, am Seminar in Luzern fest. Was es dazu brauche, sei vor allem genügend Cashflow für Investitionen in jedem geplanten Jahr. Die Leiterin der SGH-Beratung setzt darauf, dass die Überzeugungsarbeit gegenüber den Bankiers zugunsten der Hoteliers

mithilfe der «Discounted-Cashflow»-Methode (DCF) besser gelingt. Sie ersetzt die auf den Ertragswert orientierte Methode, die in der Schweiz jahrelang die Hotelbewertung bestimmt hat. (Ertragswert als Oberbegriff für alle Methoden, die auf einer zukünftigen Gewinngrösse basieren.) Nach der DCF-Methode wird für jedes Jahr – von beispielsweise fünf Geschäfts-Planungsjahren – der «free cash flow» (fcf) ermittelt: Es ist der Betrag, der nach Durchführung der Investitionen den Kapitalgebern zur Verfügung steht.

Die Ertragswert-Methode der SGH habe eine hohe Akzeptanz und Nachvollziehbarkeit besessen; sie sei aber durch folgende Nachteile belastet gewesen: eine zu starke Orientierung an der Liegenschaftsbewertung; keine Berücksichtigung der Schwankungen in den Ergebnissen (statt dessen Durch-

schnittsergebnisse); eine pauschale, zu wenig differenzierte Berücksichtigung des Anlageaufwands; und keine Berücksichtigung der Eigenkapitalrendite. Die bisherige Ertragswert-Methode der SGH sei demzufolge durch eine Methode zu ersetzen, welche die Schwankungen in den Ergebnissen und den Anlageaufwand besser berücksichtige.

Denn «der Wert», sagt Anne Cheseaux, «ist relativ – sein Grund und seine Funktion sowie seine Parameter müssen bekannt sein». Die betriebsnotwendigen Aktiven müssen von den nicht-betriebsnotwendigen unterschieden werden. Notwendig sei eine Analyse der Ist-Situation und dann eine Planerfolgsrechnung unter Berücksichtigung von Anpassungen und mit Erstellung von verschiedenen Szenarien.

Seminare für Hoteliers und Bankiers

Wie können hoffnungsvolle Investitionsprojekte in der Schweizer Hotellerie nach gemeinsamen Kriterien beurteilt und finanziert werden? Wie lassen sich Investitionsprojekte anschaulich und für die beteiligten Seiten verständlich darstellen? Und wie kann die Qualität in der Umsetzung der Investition gesichert werden?

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) will darauf Antworten geben. Sie veranstaltet im Frühjahr und Sommer Seminare über «Investitionen im Hotelbereich» für Hoteliers und Bankiers. Die Unternehmensbewertung und die Finanzplanung in der Hotellerie sollen auf eine

neue Basis gestellt werden. Die Teilnehmer sollen erstens moderne Methoden der Hotelbewertung und Investitionsplanung kennen lernen und zweitens Massnahmen, mit welchen sich die Qualität und Professionalität in der Realisation sichern lässt. Seminare in Chur und Luzern fanden bereits statt; weitere Termine folgen am 17. Juni in Brig, am 23. Juni in Interlaken und am 26. Juni in französischer Sprache in Montreux. *KJV*

Auskünfte zum Seminar «Investitionen im Hotelbereich» erteilt Thomas Mächler, Berater SGH, Telefon 01 209 16 44, E-Mail: tmaechler@sgh.ch.

«Pläne sind nicht in Stein gemeisselt»

«Pläne sind nicht in Stein gemeisselt» betonte Christian Wick am Luzerner SGH-Seminar: «Der Investitionsplan des Hotels muss – wie der Masterplan für Bau und Unterhalt – leben.» Für Infrastruktur und Attraktivität brauche es Ersatzinvestitionen. Dafür bringe die SGH ihr System «Hotel Reinvest» mit Eingabe-Möglichkeit für den Hotelier auf der SGH-Website ins Spiel. Wick, Architekt ETH/SIA und Leiter Hospitality Projects der mit der SGH zusammenarbeitenden Firma für «integrated facility management», Avireal AG in Zürich, stellt an den SGH-Seminaren dar, wie die Qualität nachhaltiger Investitionen in

der Hotellerie gesichert werden kann. Die Lernziele der beteiligten Bankiers und Hoteliers gemäss Wick sollten sein:

- die Zusammenhänge bei Hotelinvestitionen zu kennen – dabei ist es wichtig, den Unterschied zwischen technischer und wirtschaftlicher Lebensdauer zu würdigen;
- einen kontrollierbaren Überblick der verschiedenen Planungsschritte zu erhalten;
- die Erfolgsfaktoren der Investitionen zu kennen und mittels der SGH-Medien «Hotel Analyser», «Hotel Reporter» und «Hotel Optimizer» zu analysieren und zu prüfen. *KJV*

HAPIMAG / Das Unternehmen in Baar ist mit dem Geschäftsergebnis 2002 zufrieden. Dieses Jahr wird eine neue Strategie umgesetzt, um neue Partner für die Hapimag-Ferienidee zu finden. **CHRISTINE KÜNZLER**

Weniger Umsatz, mehr Gewinn

«Einzelne Märkte, insbesondere der Hauptmarkt Deutschland, verzeichneten im 2002 einen Einbruch. Im Bereich Neukunden und Produktverkauf war eine deutliche Verlangsamung zu spüren. Dies hat direkten Einfluss auf das Wachstum und die Investitionen in neue Ferienwohnungen», schreibt die Präsidentin des Hapimag-Verwaltungsrats, Marisabel Spitz Kaspar, im Jahresbericht. Dank einem soliden Geschäftsmodell sei es Hapimag gelungen, im 2002 Verluste zu vermeiden und im operativen Bereich ein positives Ergebnis zu erwirtschaften. Das Unternehmen könne angesichts des schwierigen Umfelds mit seinem Resultat zufrieden sein.

Zwar erzielte die Hapimag AG in Baar letztes Jahr 8,7 Prozent weniger Umsatz (2001: 234 Mio. Fr., 2002: 214 Mio. Fr.), das konsolidierte Ergebnis konnte das Unternehmen jedoch von einem Minus von 4,1 Mio. Franken auf ein Plus von 1,1 Mio. Franken steigern. Auch der EBIT stieg laut Pressemitteilung von 0,7 Mio. Franken auf 1,3 Mio. Franken. Der Free Cashflow erreichte 30,1 Mio. Franken (2001: -18,8 Mio. Fr.).

DIE VIER-PUNKTE-STRATEGIE

In den drei Geschäftssegmenten Resorts, Produktverkauf und Reisegeschäft sind unterschiedliche Resultate erzielt worden. Das Kerngeschäft, das



Das Interlaken-Resort ist letztes Jahr eröffnet worden.

Betreiben von Resorts, brachte ein Umsatzplus von 2,3 Prozent. Im 2002 sind vier neue Resorts eröffnet worden. Im Bereich Produktverkauf musste die Hapimag ein Minus von 43 Prozent hinnehmen. Das Reisefachgeschäft konnte die Ertragslage des Vorjahrs stabilisieren.

In diesem Jahr will das Unternehmen eine umfassende Vier-Punkte-Strategie umsetzen: Die Engpass-Situation beim Wohnraumangebot in der Hochsaison soll entschärft, das Buchungssystem optimiert, die Produktpalette erweitert und die Organisation dynamisiert werden. Zudem will der Hapimag-CEO Kurt Schöll an der Generalversammlung im Juni Alternativen zum Aktienrückkauf präsentieren.

ARABELLA SHERATON / 1,4% mehr Umsatz in der Hotelgruppe

76 Mio. in der Schweiz

Die Münchner ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH erwirtschaftete im 2002 in der Schweiz mit allen ArabellaSheraton-Häusern einen Umsatz von 76 Mio. Franken bei einer durchschnittlichen Auslastung von 60,6 Prozent. Laut Pressemitteilung erhöhte sich der Gesamtumsatz der ganzen Gruppe Euro um 1,4 Prozent auf 224 Mio. Euro. Bei den 19 Betrieben in Deutschland konnte der Aufwärtstrend aus dem Vorjahr nicht aufrechterhalten werden: Die Werte lagen in 2002 mit 146 Mio. Euro um 5,8 Prozent hinter dem Vorjahreswert von 155 Mio. Euro. In diesen Zahlen enthalten sind auch die im Jahr 2002 neu zum Unternehmen hinzugekommenen Betriebe. In der Schweiz waren das der ArabellaSheraton Vitznauerhof in Vitznau (seit Mai 2002), das ArabellaSheraton Hotel Jagdhof in Hof und das ArabellaSheraton Hotel Waldhuus in Davos (seit Dezember 2002).

Nach der Integration des Arabella Sheraton Vitznauerhof in die Gruppe wurden dort ca. 5,3 Mio. Franken in Renovierungsarbeiten investiert und ein eigenes Konferenzzentrum eingerichtet.

Auch das ArabellaSheraton Hotel Waldhuus in Davos hat seine Zimmeranzahl im Zuge der umfangreichen Renovierungsarbeiten mehr als verdoppelt (99 Zimmer).

Die ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH zählte zum Jahresende 2002 31 Hotels in Deutschland, der Schweiz, in Österreich, auf Mallorca und in Südafrika. Seit Beginn des Joint Ventures im Jahre 1998 konnte die Hotelgruppe ihr Portfolio mehr als verdoppeln. Die Zahl der Resorts erhöhte sich im vergangenen Jahr auf insgesamt zwölf. **CK**

Anzeige

granini
Mit allen Sinnen erleben

granini
GENUSS DES JAHRES
Cocktail
Caraïba

KURZ UND BÜNDIG

Auf Anhieb 63 Prozent Auslastung.

Das Etap-Hotel Basel-Pratteln hat seit der Eröffnung am 1. März 2003 einen Auslastungsgrad von 63 Prozent verzeichnet. Laut Mireille Girard, Direktorin des neuen Hotels, werden die 94 Zimmer zu zwei Dritteln von Privatreisenden und zu einem Drittel von Geschäftsleuten belegt. Ein Zimmer mit Arbeitsplatz, Fernseher, Toilette und Dusche kostet pro Nacht 75 Franken, und zwar bei Bedarf für eine bis drei Personen, ohne Preisaufschlag. Dazu wird ein Frühstücksbuffet für 10 Franken pro Person geboten. **KJV**

ZFV-Unternehmungen hat Berner Hotel gekauft.

Das Hotel Ador in Bern, das die ZFV-Unternehmungen seit dem Februar letzten Jahres führt, gehört nun der Gastronomiegruppe. Das Berner Hotel wird wie die anderen fünf Hotels der ZFV-Unternehmungen unter dem Label Sorell Hotels geführt. Das zentral gelegene Hotel Ador verfügt über ein eigenes Parking, über 52 Zimmer und fünf Räume, die Platz für Anlässe bis zu 400 Personen bieten. **CK**

Basel Tourismus lanciert Internet-Hotelreservations-Zentrale.

Auch die Basler Hotels sind künftig im Internet zentral zu buchen: Basel Tourismus lanciert die entsprechende Plattform zusammen mit der Messe Schweiz AG und dem Basler Hotelierverein. Online geht sie am 1. September 2003. Die Hotelreservations-Homepage soll dereinst sekundenschnell Überblick verschaffen über Zimmerpreise und freie Kapazitäten. Interessierte können online buchen und mit Kreditkarte bezahlen. Die Plattform soll auch für die Hotels einfach à jour zu halten sein. Zudem sollen Kontingente bei Grossanlässen zentral bewirtschaftet werden können. Die Basler Hotel-Homepage wird mit jener von Schweiz Tourismus verbunden. **CKsda**



MINERALWASSER / «In» sind vor allem «stilles», solches mit Zusätzen sowie das weniger mineralisierte Quellwasser. SEITE 14



WURSTWAREN / Immer wieder tauchen Wurst-Neuheiten auf. Hauptthema ist jedoch nach wie vor die Herstellqualität. SEITE 17

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

FRANKE / Küchentechnik-Anbieter spürt Wirtschaftsflaute

Schwieriges 2003

Die Franke-Gruppe mit Sitz in Aarburg rechnet für das laufende Jahr «mit grösseren Schwierigkeiten», insbesondere in der Sparte Contract Group (Produzent/Dienstleister für Schnellimbiss-Restaurantketten). Geografisch betrachtet seien zudem Probleme in einigen Ländern Asiens, in Südamerika sowie speziell in Deutschland zu erwarten. Die budgetierten Umsatz- und Ertragsziffern würden kaum erreicht, prognostizierten die Franke-Verantwortlichen anlässlich der Medienkonferenz von vergangener Dienstag in Zürich. Im ersten Quartal 2003 lag der konsolidierte Umsatz leicht unter dem Vorjahresniveau. Auch EBITDA und Cashflow lagen unter Vorjahr und Budget.

Im Geschäftsjahr 2002 hatte die Franke-Gruppe den konsolidierten Umsatz um 2,9 Prozent auf 1591,2 Mio. Franken gesteigert. Das operative Ergebnis (EBITDA) hatte mit 222,1 Mio. Franken das Vorjahresergebnis um 19,2 Prozent übertraffen.

Die Sparte Küchentechnik (Spülen, Armaturen, Öfen, Herdmodule, Abzugshauben usw.) verzeichnete im Jahr 2002 ein «gutes Umsatz- und Ertragswachstum» gegenüber dem Vorjahr, wie Finanzchef Wolfgang Cach erklärte. Die Sparte Contract Group konnte ihre Erträge zwar verbessern, aber den Umsatz nicht ganz auf Vorjahreshöhe halten. Die Aktivität Coffee Systems wies aufgrund der Akquisition der Bremer Kaffeemaschinen AG einen Umsatzzuwachs von über 170 Prozent und eine überproportionale Ergebnisentwicklung auf. Die unter Other Activities zusammengefassten Aktivitäten inklusive Getränketechnik konnten bei tieferem Umsatz das Ergebnis halten. DST

GASTGEWERBE / Grosse Überkapazitäten

Zu viele Restaurants

Knapp zwei Drittel der Restaurants haben im Jahr 2002 rote Zahlen geschrieben. Dies ergab die Auswertung der Buchhaltungen von knapp 1500 Restaurants, welche die Gastrosuisse für die «Sonntagszeitung» vorgenommen hat. Dabei sei ein durchschnittlicher Unternehmerlohn von 61 715 Franken und eine Eigenkapitalverzinsung von 12 857 Franken an gerechnet worden. Bei insgesamt 31 200 gastgewerblichen Betrieben kommt laut Gastrosuisse auf 235 Einwohner ein Betrieb. Gemäss «Sonntagszeitung» wäre ein Verhältnis von 400 Einwohnern pro Betrieb anzustreben. Damit wäre also rund ein Drittel der Restaurants zu viel.

Haben viele der kleinen Gastrobetriebe das Messer am Hals, sieht die Situation bei den grösseren Gastro-Brannds besser aus. Laut dem Kompetenz-Zentrum für das Gastgewerbe und die Hotellerie AG in Kriens konnten die elf grössten Gastro-Brannds den Umsatz im Jahr 2002 um 1,7 Prozent auf 2,098 Mia. Franken steigern. Fastfood-lastige Brannds hätten den Umsatz gar um bis zu über 5 Prozent erhöht. Michael Hostmann vom Kompetenz-Zentrum geht davon aus, dass die Top Gastro-Brannds auch im laufenden Jahr weitere Marktanteile gewinnen werden. DST

BERLIN / Vor sieben Jahren eröffnete der Zürcher Stefan Schneck das erste australische Restaurant in Berlin. Heute betreibt er drei Ethno-Gaststätten und kann sich nicht vorstellen, woanders zu leben. PAOLA CAREGA

Australisch kochen statt auswandern

Krokodile gibt es zum Glück nur auf der Speisekarte. Beliebt ist «Hidden Croco», asiatisch gewürztes Krokodil im Reisteigmantel. Wer nicht auf gegrillte Panzerechse steht, probiert einen Känguruburger oder ordert an der Bar ein original australisches Flaschenbier. Die kulinarische Reise, 15 000 Kilometer weit ans andere Ende der Welt, lohnt sich auf jeden Fall.

«The Cuisine of the southern Sun» nennt sich die Küche des australischen Restaurants «Woolloomooloo» in Berlin: eine frische und bunte Küche mit mancherlei exotischen Zutaten, beeinflusst von Kalifornien und natürlich Südostasien. Die rustikal und in warmen Farbtönen eingerichtete Gaststätte gehört einem Schweizer.

FÜR ZWEI JAHRE NACH BERLIN ...

Stefan Schneck, im zürcherischen Uster geboren und aufgewachsen, durchlief eine klassische Gastronomienlaufbahn: Nach der Hotelfachschule in Luzern arbeitete er in diversen Hotels im In- und Ausland und besetzte schliesslich den Posten des Vizedirektors eines Vier-Sterne-Hauses. Nach Berlin kam er ein halbes Jahr nach dem Mauerfall. Zürchs Gastrokönig Freddy Müller fragte den jüngeren Kollegen, ob er nicht Lust habe, ein mexikanisches Restaurant in der neuen deutschen Hauptstadt zu eröffnen, ganz nach dem Vorbild seines Zürcher Ethnotempels «Tres kilos». Schneck hatte grosse Lust.

Denn Berlin, durch die Mauer jahrelang isoliert von westeuropäischen Metropolen, «hungerte» Anfang der 90er-Jahre nach kreativen gastronomischen Ideen. Das mexikanische Restaurant nach Zürcher Vorbild sei eine der ersten Gaststätten auf Grossstadtniveau gewesen, erzählt der heute 40-jährige Gastro-Fachmann.

... UND IN BERLIN HÄNGEN GEBLIEBEN

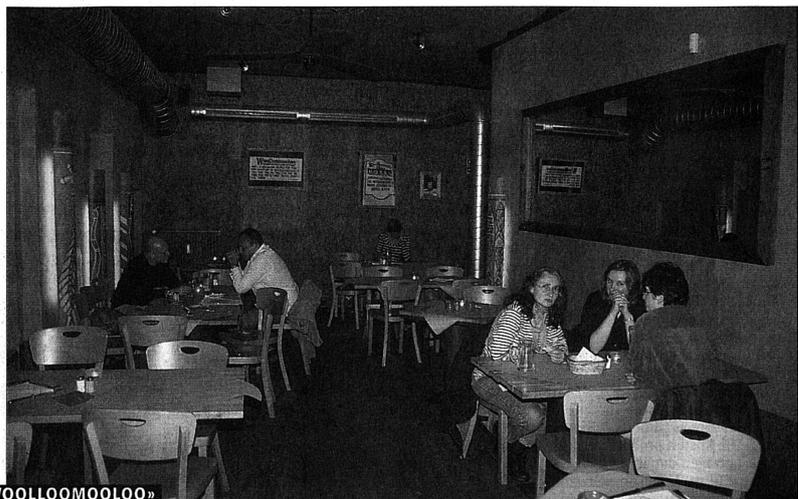
Zwei Jahre hatte Schneck vor, in Berlin zu bleiben. Danach wollte er nach Australien auswandern. Doch es kam anders. Schneck lernte seine jetzige Frau kennen, ein Kind war unterwegs – hinzu kam die Lust, sich selbstständig zu machen. Die Ethno-Küche hatte es ihm angetan.

«Ich wollte einen Ort schaffen, wo sich die Gäste wohl fühlen und Partys feiern können.» 1992 entstand das «Nola's», ein kalifornisches Restaurant im Westen der Stadt, in dem es bis heute keine Burger gibt, jedoch leckere kalifornische Weine und – typisch amerikanisch – eine frische und fettarme Küche. Nur vier Jahre später, im Mai 1996, folgte das «Woolloomooloo», eines der ersten Australien-Restaurants im deutschsprachigen Raum. Der Name stammt aus einer der vielen Sprachen der australischen Ureinwohner und bedeutet «wo sich die Wasser treffen». Der Name ist passend, denn vor dem Restaurant fliessen Landwehrkanal und Spree.

«RESTAURANT MIT EVENTCHARAKTER»

Am Anfang musste Schneck sämtliche exotischen Produkte über Belgien importieren. Heute stammt das Känguru direkt aus «Down under», wo es teilweise zu einer Plage geworden ist (Tierschützer können sich auf

Fotos: Klaus Schilder



«WOOLLOOMOOLOO»

Eine rustikale Einrichtung und warme Farbtöne dominieren das Innere des australischen Restaurants.

der Homepage des Restaurants über die Hintergründe der Kängurujagd schlau machen). Das Krokodil-Fleisch hingegen kommt aus Südafrika, laut Schneck ist es ein Abfallprodukt aus der Krokodillleder-Industrie.

Während das «Nola's» – das seit kurzem eine «Schwester» hat, das «Nola's am Weinberg» – vor allem Quartierbewohner und Stammgäste anzieht, reisen die Besucher des «Woolloomooloo» von weiter her an. Sie kommen aus dem Osten und dem Westen der Stadt, aus Potsdam und Dresden, und sie kommen, weil sie die australische Küche mit Krokodil und Co. kennen lernen wollen. «Das Restaurant besitzt bis heute Eventcharakter», sagt Schneck. Um den

touristischen Markt zu bearbeiten, nutze man die Medien, etwa mit einem Special Event für das Lokalfernsehen oder einer Sendung in «Hotel-TV».

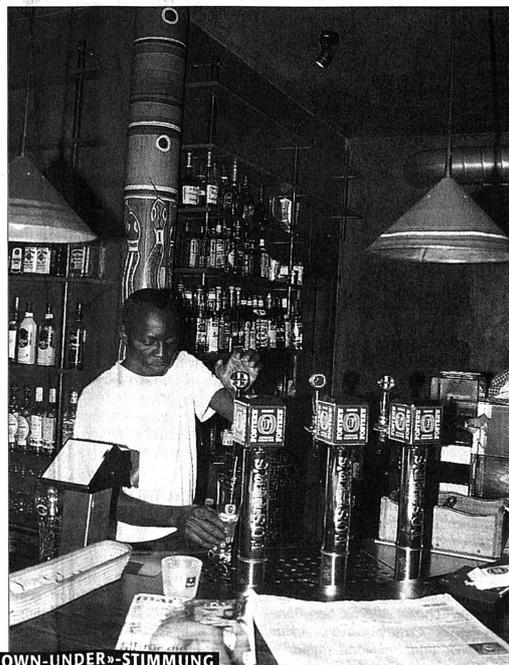
«BERLIN IST EINE HERAUSFORDERUNG»

Bald vierzehn Jahre nach der Wende findet Schneck Berlin noch immer eine Herausforderung für jeden Gastronom. «Die Stadt ist dem stetigen Wandel unterworfen. Strassen und Bezirke, die gestern hip waren, sind heute schon wieder out. Das fordert auch die Gastronomie heraus.» Wer sich in Berlin langfristig behaupten will, muss auch gut rechnen können. So sind die

Preise für Speisen und Getränke niedriger als in anderen deutschen Grossstädten, die Mieten jedoch eher teurer. Das Kostenmanagement sei extrem wichtig, betont Schneck.

«Im Vergleich zu Zürich haben die Menschen hier weniger Geld und können aus einem sehr grossen Angebot an Restaurants auswählen.» In die Schweiz zurück zieht es den Wahlberliner nicht. Das einzige, was er manchmal vermisst, sind die Berge. Schon eher will er sich dereinst eine abgepeckte Variante seines alten Traums erfüllen: mit seiner Familie für mindestens einen Monat nach Australien fahren.

www.woolloomooloo.de



«DOWN-UNDER»-STIMMUNG

An der Bar trägt das original australische Bier das Seine zum Umsatz bei.

Facts and Figures

Adresse: «Woolloomooloo», Röntgenstrasse 7, D-10587 Berlin, Inhaber Stefan Schneck

Öffnungszeiten: täglich 17–01 Uhr

Anzahl Plätze: 100 innen; rund 120 auf der Sommerterrasse

Grösse: 170 m² Gastraum

Essen: australische Küche, mittleres Preisniveau

3 meistverkaufte Gerichte:

– Raspberry Kanga: Kängurufilet vom Lavasteingrill auf Himbeersauce, dazu Süsskartoffel und Saison-Gemüse. 16,00 Euro

– Thargomindah Ostrich: Strausenfleisch vom Lavasteingrill, mit einer Parmesan-Kräuter-Kruste, dazu Saison-Gemüse und Süsskartoffel. 16,50 Euro

– Dreamtime: Strauss, Känguru und Krokodil gegrillt am Spieß und serviert mit Gemüse, Potato-Wedges und verschiedenen Dips. Pro Person 19,00 Euro

Wein: je zehn verschiedene weisse und rote Flaschenweine, fast ausschliesslich aus Australien. Flasche zwischen 14 und 35,50 Euro

Bier: verschiedene deutsche und australische Biere. Zum Beispiel Fosters Pils, 2,70 Euro

Cocktails: zehn verschiedene, zwischen 4,50 und 6,50 Euro

Jahresumsatz 2002: ca. 800 000 Euro (65% Food, 35% Beverage)

Mitarbeiter: zwischen 12 und 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. PC

KOCHWETTBEWERB / Erster Rang in Tschechien Erfolgreiche Junioren

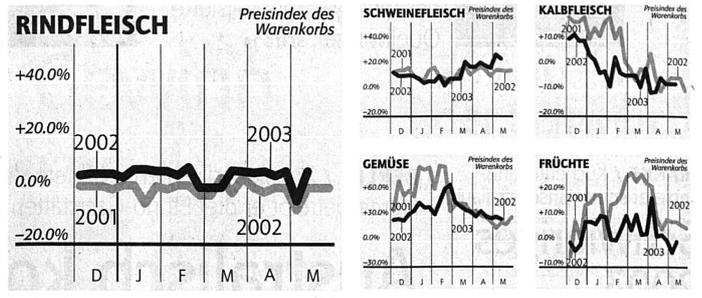
Einmal mehr hat die engagierte Junioren-Kochkunstequipe Biel-Seeland an einem Kochwettbewerb Lorbeeren gesammelt. Nach dem erfreulichen Erfolg in Innsbruck belegte sie Anfang Mai in Strakonice, Tschechien, in der warmen Küche den 1. Rang. Die Teilnahme in Strakonice wurde von der Gemeinde Lengnau, der Uhrenfabrik Rado und dem Weinhändler Roos finanziert. Teamcaptain war Michel

Brossard (Chefkoch im Hotel Worbenbad, Worben), Teammanager Wolfgang Klotz (Stiftung Battenberg, Biel.) Jessica Arnold, «Lenkerhof», Lenk, arbeitete in der Jury mit. An den Kochtöpfen im Einsatz waren die Lehrlinge Gilles Rösselet («Villa Sutter», Nidau), Nicole Gabi (Hotel Worbenbad, Worben), Philipp Probst (Klinik Linde, Biel) und Thomas Schütz (Hotel Forum Post, Magglingen). *HS*

AOC für Vacherin Mont'Or

Ursprungsbezeichnung. Das Bundesamt für Landwirtschaft hat die Bezeichnung «Vacherin Mont'Or» in das Register der geschützten Ursprungsbezeichnungen eingetragen. Die Einsprachen konnten einvernehmlich erledigt werden. Der Vacherin Mont'Or hat seinen Ursprung im Vallée de Joux im Kanton Waadt. Der Weichkäse mit gewaschener Rinde wird nur zwischen dem 15. August und dem 31. März hergestellt. *DST*

PRODINDEX 12. 5. BIS 17. 5. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



ORANGENSAFT / Beliebter Fruchtsaft – ob aus Konzentrat oder frisch gepresst

Start mit Fitmacher

Orangensaft zum Frühstück ist beliebt, auch wenn er aus Konzentrat hergestellt und pasteurisiert ist. Zwar leidet beim Erhitzen der Geschmack, aber die Konsumenten haben sich daran gewöhnt. In den letzten Jahren verbesserte sich die Qualität des industriellen Orangensafts, doch im Viersterne- und Wellnesshotel erwarten die Gäste frisch gepressten Saft.

«Vom frischen trinken sie das Doppelte», konstatiert Fabio Badinotti, Direktor des Hotels Minotel Piazza in Ascona. «Die Kosten pro Liter inklusive Arbeit betragen dabei mehr als das Dreifache.» Je nach Saison schwankt ferner die Saftausbeute. Sichtbar frisch ist der Saft, den die Gäste selbst an der Saftmaschine pressen.

PASTEURISIEREN VERMINDERT VITAMIN C

Wenn die Küche im Voraus presst, wie lange gilt der Saft dann als «frisch»? Der Zürcher Kantonschemiker Rolf Etter sagte kürzlich an einem Radio-Interview: «Es ist akzeptabel, ihn am selben Tag als frisch gepresst zu verkaufen.» Die Konsumenten gehen davon aus, dass Fruchtsaft umso mehr Vitamin C enthält, je frischer gepresst er ist. «Aber das Vitamin C nimmt nur langsam ab», erklärt Etter.

Pasteurisieren hingegen reduziert es stark und schadet dem Geschmack: die attraktive Kopfnote des Aromas verschwindet. Als «einen Tag haltbar» deklariert das Zürcher Vegi-Restaurant Hiltl den frisch gepressten Orangensaft, den es im Take-away verkauft – 3,3 dl für 6,50 Franken. Es presst spanische Bergorangen und lässt den Saft unverkühlt maximal drei Stunden stehen.

MIT ODER OHNE PULPE IST GESCHMACKSSACHE

Die geschmacklichen Unterschiede innerhalb der pasteurisierten Orangensäfte, zu denen auch das Bioprodukt «Biotta» gehört, sind nicht gross: «Granador» ist etwas süsser als «Granini» sowie «Minute Maid». Biotta, ein nicht rückverdünnter «Direktsaft», ist am wenigsten bitter, aber diese Nuancen sind Geschmackssache. Dies gilt auch für den Zusatz von Fruchtfleisch: Minute Maid und Biotta deklarieren «mit Pulpe», bei «Granini» im Glas gibt es beide Varianten, in der PET-Flasche jedoch nur «ohne». Martine Haymoz, Produktmanagerin von Granini, erklärt, Pulpe sei nur im Glas beständig. «Und Kinder mögen Fruchtfleisch weniger», weiss Haymoz.

Wenn am Frühstücksbuffet noch andere Säfte zur Auswahl stehen, trinken trotzdem «80 Prozent der Gäste Orangensaft», so Badinotti. «10 Prozent greifen zu Grapefruitsaft. Im Trend stehen aber exotische Mischungen.» Mischen können die Gäste nach ihrem Gusto selbst und dadurch Abwechslung ins Frühstück bringen. «Eine von mehreren Fruchtsaft-Sorten sollte man jede Woche austauschen», rät der Hotelier. *GB*

WASSER / Mineralwasser ist «in», vor allem «stilles», solches mit Zusätzen sowie das weniger mineralisierte Quellwasser. Für die Gesundheit spielt vor allem das calciumhaltige eine Rolle. GUIDO BÖHLER

Gesundheit beeinflusst Wahl

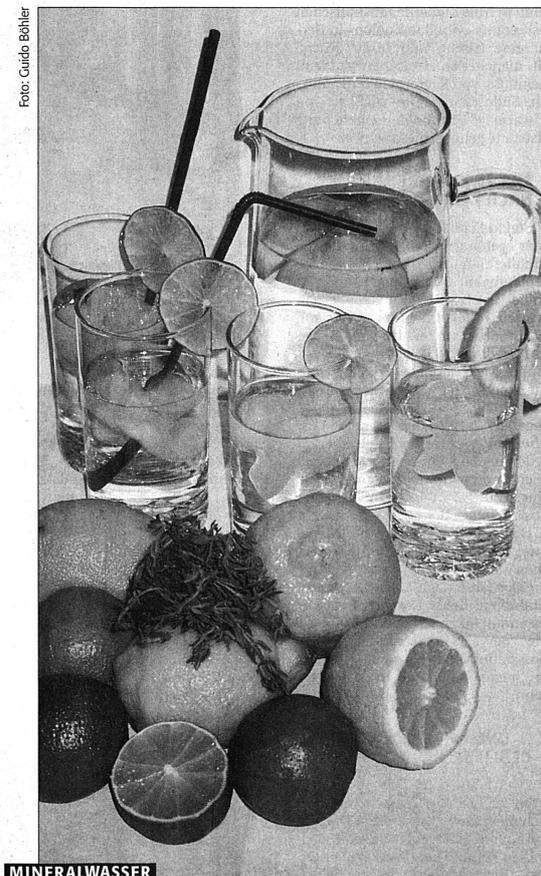
Der Konsum von Mineralwasser nimmt stetig zu. Der Trend wurzelt in Gesundheits- und «Lifestyle»-Motiven. Aber wie gesund sind diese Wässer wirklich? Wichtig für die Gesundheit ist Calcium und Magnesium, aber möglichst wenig Nitrat, Chlorid und Natrium. Einen Sonderfall bildet das ebenfalls wichtige Eisen: es ist in der Quelle zwar oft enthalten, fällt aber schon vor dem Abfüllen aus. Den deklarierten Calciumgehalt muss man mit dem täglichen Calciumbedarf von 1000 Milligramm vergleichen: «Wer keine Milchprodukte zu sich nimmt, sollte mindestens die Hälfte des Calciumbedarfs mit Mineralwasser decken», erklärt Esther Infanger von der Schweizerischen Vereinigung für Ernährung.

«Dazu muss man täglich einen bis anderthalb Liter eines calciumreichen Mineralwassers trinken.» Hartes Trinkwasser reicht nicht: sein Calciumgehalt liegt viel zu tief. «Doch im Allgemeinen überschätzt man die gesundheitliche Bedeutung von Mineralwasser», meint Esther Infanger. Der Einfluss auf die Gesundheit steigt, je mehr man von einem Produkt konsumiert.

NÜTZT ANREICHERN MIT SAUERSTOFF?

Ob zugesetzter Sauerstoff die Gesundheit fördert, ist umstritten: die überschüssige Menge entweicht rasch nach dem Öffnen. Und der in einem Liter angereichertem Wasser enthaltene Sauerstoff (chemisches Kürzel: O₂) entspricht nur 0,15 Promille der täglich eingeatmeten Menge. Trotzdem wirbt die Trinkwasser-Marke «Active O₂» mit illegalen Heilwirkungen. Auch die Mineralquelle «Heidiland» bietet sauerstoffangereichertes Wasser an und beginnt derzeit, «Heidiland O₂» mit neuer Etikette abzuführen.

Verkaufsleiter Kurt Fischer weist darauf hin, dass es zwar Mineral-



MINERALWASSER

Mit oder ohne Zitronenschnitt gesunde Durstlöcher: neuartige Mineralwässer sind mit Zitrus- und Kräutereextrakten aromatisiert.

wasser ist, aber wegen des Zusatzes nun gesetzeskonform nur als Trinkwasser deklariert wird. «Der Verkauf ist recht gut angelaufen», freut sich Fischer. «Der Anteil von «Heidiland O₂» am Gesamtumsatz macht rund 15 Prozent aus». Wissenschaftliche Studien über die Wirkung des Sauerstoffs im Magen gibt es bisher nicht. «Aber einzelne Ärzte bestätigen, er erge die Verdauung an», so Fischer. «Und Sportler sagen, er beschleunige die Regenerierung.»

MIT ZUTATEN AUFGEPEPPTES WASSER

Vor einigen Jahren wurden Wasser mit geschmacklichen und gesundheitlichen Zusätzen lanciert, «Near Water» genannt. Sie sollen gesunde Durstlöcher sein und sich im Markt besser profilieren. Beispiele aus dem Hause Valser: «Limelite Tafelwasser» mit Valser-Mineralwasser, das 2002 lancierte «Sweet»

wird aber «Limelite cool», ungesüsst, mit Zitronen- und Limetten-Extrakt.

«Wellnessdrinks sind ein steigendes Bedürfnis», konstatiert Thomas Boller, Marketingleiter von Valser. Andere Mineralquellen warten ab: Bei Henziez gibt es derzeit keine solchen Pläne. Marketingleiter Jean-Paul Schwindt stellt keinen echten Trend fest und erwartet keinen Hit in der Gastronomie. Neu kommen auch Quellwasser auf den Markt, etwa «Aquarel» von Nestlé. Diese erfüllen weniger hohe Anforderungen, müssen aber an der Quelle abgefüllt werden.

KOHLensäURE KONSERVIERT

Die Kohlensäure besitzt keinen Gesundheitswert, wirkt aber konservierend. Natürliches Mineralwasser darf man nämlich nicht behandeln oder mit einem Zusatz hygienisch aufbessern. «Stilles» Wasser, das immer mehr gefragt ist, besitzt daher eine kürzere Haltbarkeit: nach dem Öffnen 2 bis 3 Wochen. Aber «wenn man die Flasche an den Mund gesetzt hat, nur noch 1 bis 2 Tage», warnt Jean-Paul Schwindt. Weil die Kohlensäure fehlt, können sich Bakterien vermehren. Daher wird auch stilles Wasser zur besseren Haltbarkeit oft unterschwellig karbonisiert.

Kohlensäurehaltiges Mineralwasser in Glasflaschen ist fast unbeschränkt haltbar, obwohl die Hersteller zwei Jahre angeben. Anders bei der PET-Flasche: die Kohlensäure kann durch das nicht hermetisch dichte PET langsam entweichen. Zu altes Mineralwasser wird deshalb nicht mehr stark «blöterlen». PET beeinflusst bei stillen Wässern auch aus einem andern Grund die Mikroflora: Thomas Bischofberger, Leiter der UFAG-Laboratorien in Sursee, stellte fest, dass sich natürlich vorhandene Bakterien stärker vermehren als im Glas: «Sie verstoffwechseln die winzigen Mengen des löslichen Materials aus dem Kunststoff. Es sind aber harmlose Keime.»

Calcium und andere Mineralstoffe

Marke	Calciumgehalt in mg/l	Besonderheiten
Aquarel	70	M = Mineralwasser
Cristalp	114	M, still
Eptinger	550	M, sulfathaltig, natriumarm
Heidiland	92	M, nitratfrei, natriumarm
Henziez	106	M, natriumarm
Knutwiler	80	M, nitratfrei, natriumarm
Valser	436	M, hoch mineralisiert
Zurzacher	16	M, natrium- und sulfathaltig

Zum Vergleich:

Hartes Trinkwasser	100 bis 150
Weiches Trinkwasser	bis 60
Grundwasser	30 bis 150

MINERALWASSER-KONSUM / In Schweizer Restaurants wird deutlich mehr Mineralwasser als früher getrunken. Die Vorliebe der Restaurantbesucherinnen und -besucher für stilles Wasser nimmt zu. **MARTIN J. PETRAS**

Wasser: Immer mehr und immer öfter

Sei es wegen der anhaltenden Gesundheits-, Fitness- und Wellness-Welle, oder sei es, weil die Gäste bei den Getränkeausgaben sparen: In Schweizer Restaurants wird quer durch alle Restauranttypen und Servicezeiten immer öfter und immer mehr Mineralwasser getrunken. Und nicht zuletzt auch wegen der bevorstehenden Inkraftsetzung der 0,5-Promille-Grenze am 1. Januar 2004 dürfte dieser Trend weiterhin anhalten, sind sich die befragten Gastronominnen und Gastronomen einig. Besonders als Tischgetränk zum Essen gewinnt das Mineralwasser ständig an Bedeutung.

«Es wird mehr Mineralwasser als früher getrunken», sagt Arlene Muelli, Restaurantleiterin des Restaurants Rive Gauche im Zürcher Hotel Baur au Lac. Besonders zum Mittagessen trinke praktisch jeder Gast eine Halbliterflasche Mineralwasser, meistens sogar zwei. Gemäss Arlene Muelli werden im «Rive Gauche» zehn verschiedene Marken Mineralwasser angeboten, die Restaurantgäste seien aber nicht auf Marken fixiert. Bestellt werde meistens Mineralwasser mit Kohlensäure. Wein werde überwiegend glasweise, und hauptsächlich zum Anstossen bestellt.

«Auf jedem Tisch steht eine Halbliterflasche Mineralwasser», stellt auch Roberto Mottolini fest, Maître d'hôtel in «Jack's Brasserie» im Schweizerhof in Bern, «seit etwa einem Jahr wird deutlich mehr Mineralwasser, und weniger Wein bestellt.» Die Zahlen bestätigen es: Betrug 2001 in «Jack's Brasserie» der Anteil des Mineralwassers am Getränkeumsatz rund 15 Prozent, so stieg dieser letztes Jahr deutlich auf



MINDESTENS EINE FLASCHE PRO GAST
Praktisch auf jedem Restaurant-Tisch steht eine Flasche Mineralwasser.

18 Prozent, und im laufenden Jahr repräsentiert Mineralwasser bereits 19 Prozent aller Getränkebestellungen.

«WASSER BLEIBT WASSER»

Niemand unter den befragten Gastronominnen und Gastronomen kann sich vorstellen, das Mineralsortiment mit exotischen, exklusiven und teuren Wassersorten zu ergänzen, nach dem Vorbild von einigen «Wasser-Bars», die in europäischen Metropolen auftauchen. Dort werden Wassersorten aus Quellen rund um den Globus und auch glasweise Spezialitäten wie Gletscher-, Eisberg- oder Regentropfenwasser zu ähnlichen Preisen

wie offene Weine verkauft. «Wein ist für die Gäste Genuss, Wasser hingegen eine Selbstverständlichkeit», sagt Caroline Riester, Geschäftsführerin des Seerestaurants Acqua in Zürich. Deshalb bestehe bei Mineralwasser auch eine Preis-Hemmschwelle.

«Wasser ist ein Riesentrend», so Caroline Riester weiter, «aber auch ein kostbares Gut, mit welchem man aus ökologischen Gründen nicht verschwenderisch umgehen darf.» Gemäss Umfrage werden in hiesigen Restaurants in der Gastronomie bekannte Wassermarken angeboten; bevorzugt wird dabei einheimisches Mineralwasser. Generell stellen alle Befragten eine deutlich steigende Vorliebe ihrer Gäste für stilles Wasser fest.

Anzeige

ZUM GEDENKEN

Franz Frei-Simon, Luzern, ist gestorben. Franz Frei-Simon, geboren am 28. Dezember 1912, war von 1959 bis 1982 für die damalige Schweizerische Fachkommission für Berufsbildung im Gastgewerbe (SFG) in verschiedenen Funktionen tätig. Insbesondere war er, neben seiner Funktion als Chef des Amtes für Berufsbildung Luzern, Präsident der Aufsichtskommission vom Beginn der interkantonalen Fachkurse 1959 bis 1982. Als Vertreter der Kantone half er massgeblich mit, einen Konsens bei der Ausbildung der Kochlehrlinge aus den Saisonbetrieben zu finden und die Schulbildung sicherzustellen. Zudem präsidierte Franz Frei von 1960 bis 1972 die Schweizerische Fachkommission für Berufsbildung im Gastgewerbe.

Sein grosser Einsatz für die gastgewerbliche Ausbildung machte Franz Frei-Simon zu einem wichtigen Erneuerer und Reformier. Für seine Leistungen wurde er von hotellerieuisse mit der Ehrenmitgliedschaft ausgezeichnet. *HB/htr*

KURZ UND BÜNDIG

Berichtigung. Im Artikel «Den Innovativen gehört die Zukunft» (Wein-Beilage der htr vom 1. Mai 2003) hat sich ein sinnstörender Fehler eingeschlichen. Im Text wird über die Preisgestaltung beim Wein berichtet. Dabei wurde die Aussage von Peter Kämpfer, Betreiber des «Park Hotel Weggis», nicht vollständig gedruckt und war für Lesende deshalb unverständlich. Kämpfer betonte im Artikel, den Gästen Wein auch mal zu einem Preis zu verkaufen, der für ihn selbst nicht kostendeckend sei. Daraus wird klar, dass die Weinpreise im Park Hotel Weggis nicht mit einem fixen Faktor, sondern einem fixen Deckungsbeitrag berechnet werden. Dies ergebe eine grosse Differenz des Verkaufspreises, betont Kämpfer. «Das Faktorrechnen haben wir schon lange aufgegeben», sagt er. *OH*

5 Sterne für Ihr Bad.

Die Infrarotarmatur eMOTe für Hotels und Restaurants.

DORN BRACHT

Armaturen, Accessoires, Interiors, Culture Projects.

Die eMote mit ON/OFF-Funktion besticht durch intelligente Technik und herausragendes Design. Berührungslos lässt sie das Wasser fließen und stoppen und macht das Händewaschen so schön und einfach zugleich. Mit ihrer Materialität und Formensprache setzt sie moderne, puristische Akzente in jedem anspruchsvollen Bad-Ambiente. Die eMOTe wurde von SIEGER DESIGN gestaltet. Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG, Köbbinger Mühle 6, D-58640 Iserlohn. Den Produktprospekt können Sie direkt anfordern bei: Sadorex Handels AG, Postfach, CH-4616 Kappel SO, Telefon 062-7872030, Fax 062-7872040. Ausstellung: Letzweg 9, CH-4663 Aarburg. E-Mail sadorex@sadorex.ch www.sadorex.ch www.dornbracht.com



Delegiertenversammlung hotelleriesuisse Pontresina 16. bis 18. Juni 2003

Anmeldeschluss ist **Montag, 26. Mai 2003.**
Der Hotelierverein Pontresina freut sich auf Ihre Teilnahme.

OK DV hotelleriesuisse, 7504 Pontresina

Information & Booking: WOEHRLE PIROLA Marketing & Kommunikation AG
7504 Pontresina, Tel +41 (0)81 834 54 30, cwoehrl@woehrepirola.ch

www.swisshotels.ch

Montag, 16.06.03

19.00

■ **Get together**
Hotel Walther

Dienstag, 17.06.03

ab 9.00

■ **Kaffee und Gipfel**
Kongresszentrum RONDO

10.00

■ **Ordentliche Delegiertenversammlung**
von hotelleriesuisse, Kongresszentrum RONDO

13.00

■ **Apéro und Mittagessen**
Hotel Saratz

19.00

■ **Champagner-Apéro**
Grand Hotel Kronenhof

20.00

■ **Gala-Diner**

Mittwoch, 18.06.03

9.30

■ **Alp-Brunch**

Alp Schaukäserei Morteratsch

Möchten Sie Ihren Gästen
eine ganz besondere Art
von Erlebnisgastronomie
bieten?

Wie wäre es zum Beispiel
mit einem Esstheater?

Besuchen Sie unsere
Webpage und verlangen
Sie unsere Angebote.

Monica Maggi
MT Theater Events,
Dorfstrasse 42, 6340 Baar
Tel/Fax 041 760 38 70
Natel 079 792 96 07
www.theater-events.ch

156212/424833

Frühstücksbuffet
Pâtisserie-Kühlvitrinen

Salatkühlbuffets

Norm-Mass

FRIGONORM

Bern: Tel. 031 951 23 73
Lausanne: Tél. 021 625 92 50

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhren

ab Fr. 598.-,
rech nende Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- exkl. MwSt.
Stets rev. Occ. mit Garantie.

Jäggi+Co., Uhrenanlagen
Lyss: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61
www.jaeggi-co.ch

154415/330280

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, Gartenpavillon, Lager, Restaurant, Aussenverkauf, 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

155862/383666

NEU - Sensationell
BUFFELFLEISCH, cholesterinfrei,
bestens geeignet für -CARPACCIO-Butter-
Büffel Fleisch, luftgetrocknet Fr. 55.-/kg
Rindfleisch, luftgetrocknet Fr. 45.-/kg
Schweinefleisch, luftgetrocknet Fr. 38.-/kg
in Kräuterkraut
Belca, 6646 Contra
Telefon 079 404 67 90
Fax 091 745 62 68

155945/424573

**Über Investitionen
und Bergstationen.**

htr

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

AUS-/WEITERBILDUNG

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Réceptionskurs 1

4-wöchiger Intensiv Ein-/Umsteigerkurs mit FIDELIO Software

13. Oktober bis 7. November 2003 und
19. April bis 14. Mai 2004

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

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



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

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

145391/262204

Sprachausbildung

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



Machen Sie Ferien
in der Schweiz mit

Last
Minute
CH

AMERICAN
EXPRESS
Cards

www.swisshotels.ch

Spende Blut. Rette Leben.

GLOBUS ZÜRICH / Ein Haus, das «Alles rund ums Essen» bietet

Im Zeichen von Küche und Tisch

Im neuen Globus am Zürcher Bellevue dreht sich alles ums Thema Essen. Es handelt sich dabei um eine Kombination von Lebensmittelgeschäft, moderner Gastronomie und Fachgeschäft für Küche und Tisch. Im Parterre befindet sich als Highlight ein Take-away mit integrierter Bar. An Tischen und Theken stehen jeweils von 7 bis 24 Uhr (Sonntag 10 bis 22 Uhr) insgesamt 100 Sitzplätze zur Verfügung. **DST**


LUZERN / Restaurant im Hotel Montana renoviert

Art Deco auch im «Scala»

Modernes Design, warme Honig- und Erdtöne sowie ein neues Tafelkonzept zeichnen das neue Restaurant Scala im Luzerner «Art Deco Hotel Montana» aus. Das Restaurant wurde von Pia Schmid im Art-Deco-Stil renoviert. Die Investitionen in den Umbau betragen 250 000 Franken. Dem Stil des Hauses hat auch die Küche das Foodkonzept angepasst. Jede Speise wird in Art-Deco-Formen angerichtet. **DST**


WURST-TRENDS / Weniger Fett und mehr Fleisch als Devise

Qualität und Gesundheit

Wie bei den meisten Lebensmitteln, bemühen sich die Hersteller auch bei Wurstwaren um längere Haltbarkeit: im Vakuumbeutel pasteurisierte Würste sind zehn Tage haltbar statt nur fünf. Aber ein spezifischer Wurst-Trend sind Produkte ohne Zutaten vom Schwein. Bei Traitafina beträgt der Umsatzanteil solcher Ethno-Produkte 2 bis 5 Prozent, mit steigender Tendenz. Statt Speck verwendet die Firma Rinder- und Kalbsfett. Aber «ohne Speck wird die Wurst etwas trockener», so Marketingleiter Max Rusterholz. «Der Geschmack ist leicht schwächer.»

DISKUSSION UM FETTGEHALT

Der Megatrend seit Jahren ist der Gesundheitstrend, der auch die Wurstwaren erfasst: Weniger Fett und mehr Fleisch, heisst die Devise. Laut Felix Kesselring von der Metzgereifachschule haben in den letzten Jahren viele Hersteller den Fettgehalt «von 25 Prozent auf die geschmackliche Schallgrenze von 20 Prozent» gesenkt. Bei AG deklariert beim Cervelat 21 Prozent Fett.

Dieser relativ tiefe Fettgehalt gilt jedoch nicht für welche Saucissons, die über 40 Prozent Fett enthalten können. In früheren Zeiten verarbeitete der Metzger gleich viel Speck wie Fleisch, heute kommen in der Cervelat auf ein Kilo Speck mindestens 1,5 kg Fleisch. Trotzdem kritisiert der Langenthaler Bio-Metzger Ernst Stettler den Speckgehalt in den heutigen Rezepturen und verwendet selbst 2 kg Fleisch pro Kilo Speck – seine Würste schmecken fleischiger.

ZUSATZSTOFFE VERMEIDEN

Auch Zusatzstoffe sind ein gesundheitliches Thema, ob stichhaltig oder nicht. Im Zuge der EU-Harmonisierung des Lebensmittelrechts wurde die Höchstmenge von Phosphaten, welche die Brät-Wasser-Bindung verbessern, von 3 auf 5 Promille erhöht. Einem Brühwurst-Brät wird nämlich Wasser bzw. Eis zugesetzt. «Mehr als 3 Promille bringt keine zusätzliche Wirkung», so Kesselring, «aber mit mehr Wasser leidet die Bissqualität.» Es geht auch ohne Phosphat: Bell verzichtet bei fast allen Naturaplan-Produkten darauf. Auch Traitafina hat es im Schinken schon vor zwei Jahren eliminiert und plant nun dasselbe bei Volkswürsten.

Schwieriger ist es, Pökelsalz zu vermeiden, da dieses mehrere Vorteile bietet: Stabilisierung der roten Fleischfarbe (Umrötung), Konservierung und Geschmack. Aber sowohl Bell wie Traitafina reduzieren die Menge oder zielen auf einen gänzlichen Verzicht. Nitratsalz gilt als Krebs-Risikofaktor: gepökelte Würste sollte man nicht braten, weil Nitrosamine entstehen können. Dem Brät zugegeben wird aber auch Ascorbinsäure, welche diese Reaktion hemmt. **GB**

WURSTWAREN / Volkswürste sind zwar die Bestseller, aber an der Metzgereifachmesse MEFA tauchten auch Neuheiten auf. Hauptthema bei Wurstwaren ist nach wie vor die Herstellqualität. **GUIDO BÖHLER**

Es ist nicht «wurscht», was ...

Bei Wurstwaren ist die Rezeptfreiheit fast grenzenlos. Trotzdem sind «echte Neuheiten selten», meint Walter Baur vom Metzgerverband: «Viele Ideen sind heute schon umgesetzt.» Aber an der Metzgereifachmesse MEFA in Zürich präsentierten einige Metzger Innovationen: z.B. dreieckige Salami mit essbarer Edelschimmelhaut oder Würste mit originellen Zutaten wie Bier. Andere verbessern die Convenience: Die «Natura Bündner Fleisch-trocknerei» offeriert geschälte vakuumverpackte Rohwürste. Inhaber Pietro Peduzzi dazu: «Dank der Vakuum-Verpackung entsteht beim Kunden kein Trocknungs-Schwund bzw. keine Qualitätseinbusse.»

WURSTPIZZA OHNE BROTTZEIG

Ein innovatives Experiment wagt die Bigler AG in Büren a. d. A.: Diese Metzgerei hat eine «Wurstpizza» entwickelt, welche statt Brotteig rohes Würstbrät als Unterlage enthält. Tatsächlich schmeckt sie sowohl nach Wurst wie auch nach Pizza – eine mutige Kombination. An der MEFA erhielt Jürg Bigler «ein gutes Echo». Die Backzeit beträgt nur eine Minute. Rohes Brät ist zwar leichtverderblich, aber «frisch gegart ist der Geschmack besser», erklärt Bigler.

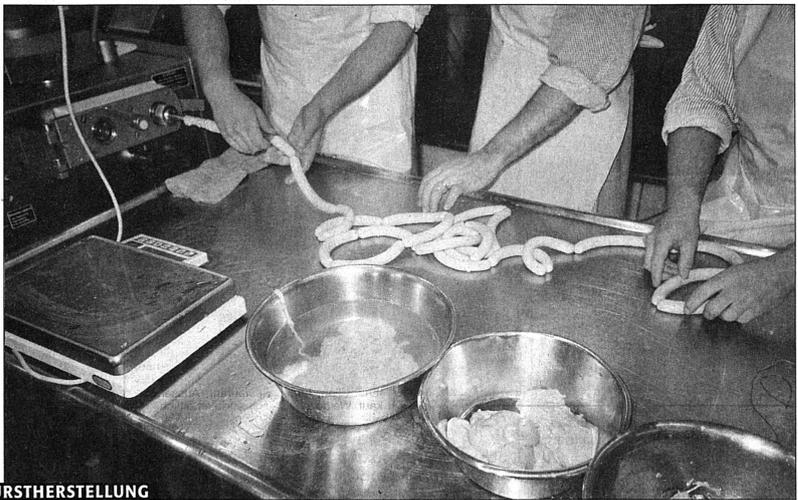
Die Metzgereifachschule in Spiez veranstaltet regelmässig Qualitätsprüfungen. Jeder Hersteller kann seine Produkte von einer Fachjury im Blindtest begutachten lassen. Ab 187 Punkten (von 200 möglichen) winkt die Goldmedaille. Je zehnmal Gold gewannen an der MEFA vier Betriebe vorwiegend mit Wurstwaren: Emil und Bruno Gröbli, Toggenburger Dorfmetzger und Gastwirte im «Ochsen» von Dietfurt, in deren Laden schon frühere Goldmedaillen prangen. Ebenso die Jungsteiner Metzgerei Ospel in Schaan, sowie zwei Betriebe der Westschweiz: «Cher-Mignon SA» im Walliser Dorf Crans-sur-Sierre und «Delévaux Särli» in Lausanne.

«ERREGTES» FLEISCH VERMEIDEN

Die Qualität beginnt schon beim Tier: Dorfmetzger wissen meist genau, wie ihre Produzenten das Vieh halten. Einige beteiligen sich an zertifizierten Regional-Programmen, wie der Toggenburger Metzger Willi Götzl in Brunnadern. Er verarbeitet nur Tiere aus dem umliegenden Neckertal und lässt die Schweine vor dem Schlachten eine Nacht auf dem Liegeplatz hinter der Metzgerei ruhen. «Stressfreie Tiere liefern besseres Fleisch», betont Götzl. «Es besitzt eine trockene Oberfläche und bindet das Brät besser. Die Würste schmecken aromatischer und sind länger haltbar.» Und schlachtwarmer Fleisch eignet sich zum Würsten besser als gereiftes – ein Vorteil der Hausschlachtung.

Auch die Industrie verbessert ihre Rezepte: Traitafina setzt Wurstfleisch aus dem Labelprogramm «SwissPrim»

Foto: Guido Böhler



WURSTHERSTELLUNG

Schweizer Wurstwaren sind kreativ und qualitativ top. Immer mehr Metzgereien beweisen, dass der Zusatzstoff Phosphat zum Binden des Brätes nicht nötig ist.

ein, und Bell AG stellt auf «Naturaplan»- oder Bio-Rohstoffe um.

Die Schweizer Wurstqualität ist zwar international führend, aber ob das auch für Salami gilt, ist umstritten. André Strittmatter von «ITA Import» ist überzeugt, dass italienische aromati-

schere Salami. Der Schweizer Hersteller Jürg Bigler erklärt den Unterschied eher mit einem Image-Effekt, räumt aber ein, dass «die italienischen Salamischeine älter und daher schmackhafter sind. Dafür ist Schweizer Salami wesentlich günstiger».

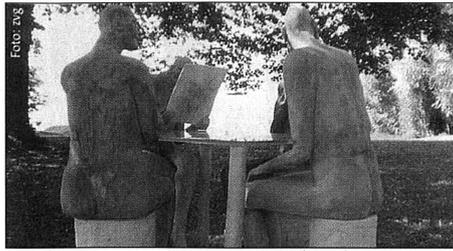
schere Salami. Der Schweizer Hersteller Jürg Bigler erklärt den Unterschied eher mit einem Image-Effekt, räumt aber ein, dass «die italienischen Salamischeine älter und daher schmackhafter sind. Dafür ist Schweizer Salami wesentlich günstiger».

Wurst-Neuheiten, Spezialitäten und Goldmedaillen

Lieferant	Produkte
Marke, Label	G = geräucht, U = umgerötet (gepökelt)
Bell	Neu: Geflügel-Lyoner mit Oliven und Tomaten sowie Geflügelwurst zum kalt essen (U).
www.bell.ch	Curry-Bratwurst.
Bell, Naturaplan	
Bigler	MEFA-Neuheit: Wurstpizza «Quickly», Brät-Unterlage mit Pizza-Aufbau.
032 352 00 00	
«Del Lago»	
Heinzer	MEFA-Neuheit: Muotathaler Wetterschmöckerli, kleine Rohwurst aus Zentralschweizer Rind- und Schweinefleisch, (G). Spezialität: Alpchäswürstli zum Grillen, mit 15% Muotathaler Alpkäse (G, U).
041 830 12 30	
Jenzer	MEFA-Neuheiten mit Goldmedaille: Uelis Bierwurst, mit 10% frischem Ueli-Bier hergestellt.
061 706 52 22	
Götzl	Huussalami dreieckig.
071 374 11 33	Exklusivität: Neckertaler-Wurst: Halbdauerwurst (U, G) ohne Phosphat und Geschmacksverstärker, mit frischem Knoblauch, aus 80% Schwein und 20% Rind (Neckertaler Vieh).
Culinarium*	Hausschlachtung.
Neuenschwander	MEFA-Neuheiten: Gourmet-Trüffel-Leberwurst mit schwarzen Trüffeln, Marke «Martens», Rügenwalder Leberwurst mit frischem Schnittlauch, beide aus Deutschland.
031 760 10 10	
Gröbli	Goldmedaillen für Volkswürste.
071 983 15 87	Hausschlachtung.
Culinarium*	
Meinen	MEFA-Neuheiten: Apérosalami mit Baumwürsten (U), dreieckige Salami «Triangoli» mit Weichkäse (U), Berner Zungenwurst luftgetrocknet (U, G). Goldmedaillen: Berner Zungenwurst, Zwiebel-Saucisson, Broccoli-Käse-Bratwurst.
031 389 41 11	
Natura Bündner Fleisch-trocknerei	MEFA-Neuheit: Geschälte und vakuumverpackte Rohwürste.
081 637 17 77	Goldmedaillen für Bauernsalz, Doto-Salami grobkörnig, Noccioletto-Salsiz, Eolo-Salami feinkörnig, Lammwurst (U, G).
Ospelt	Goldmedaillen für Volkswürste und Spezialitäten: Vaduzer Rauchwürstli, Hongkongwürstli.
00423 237 49 70	
Stettler	Bio-Bärlauch-Bratwürstli aus Kalbfleisch (B), Bio-Grill-Knopf mit Käse (G, U).
062 922 18 13	
Bio-Knospe	
Traitafina	SwissPrim Trend: Wurstwaren ohne Zutaten vom Schwein:
www.traifafina.ch	Sucuk, Zwiebelwurst, Rinder-Wienerli und -Cervelat.
	* zertifizierte Regionalmarke der Ostschweiz

BAD RAGAZ/VADUZ / 2. Schweizerische Triennale der Skulptur

Ausstellung mit über 300 Exponaten



Im Rahmen der 2. Schweizerischen Triennale in Bad Ragaz stellen 69 Künstler aus zehn Ländern über 300 Skulpturen auf Plätzen und Strassen, in Parks und Hotelanlagen aus. Namhafte Künstler/-innen wie Niki de Saint-Phalle, Schang Hutter, Christina Wendt und Stefan Huebscher machen mit. Die Ausstellung beginnt am 24. Mai in Bad Ragaz und am 25. Mai in Vaduz und dauert bis zum 2. November. TRU

Gemeinde will neue Zufahrt

Flughafen Bern-Belp. Die Gemeinde Belp will möglichst rasch eine neue Zufahrt zum Flughafen Bern-Belp. Nach der Eröffnung des neuen Terminals fordert sie den Kanton auf, das Projekt zu reaktivieren. 2002 war ein Kredit für eine bessere Zufahrt an der Urne abgelehnt worden. Als Gründe für das neue Begehren werden die geplante Pistenverlängerung sowie die Ansiedlung neuer Betriebe im Flughafen-Gebiet angeführt. DST/sda

Essen und Trinken verboten

Basel. Die Basler Verkehrsbetriebe (BVB) untersagen ihren Fahrgästen das Essen und Trinken in Tram und Bus. Im Rahmen einer Sauberheitskampagne reinigen die BVB zudem ihre Fahrzeuge auf vielbefahrenen Strecken zweimal täglich. Eine Umfrage habe gezeigt, dass die BVB von ihren Kundinnen und Kunden schlechte Noten bezüglich Sauberkeit erhalte, sagte BVB-Direktor Urs Hanselmann vor Medienvertretern. DST/sda

ZITAT DER WOCHE

«Die einen kennen mich, die anderen können mich.»

Das Lebensmotto von Erich von Däniken, Buchautor und Initiator des Mystery Parks, im Interview auf Seite 7

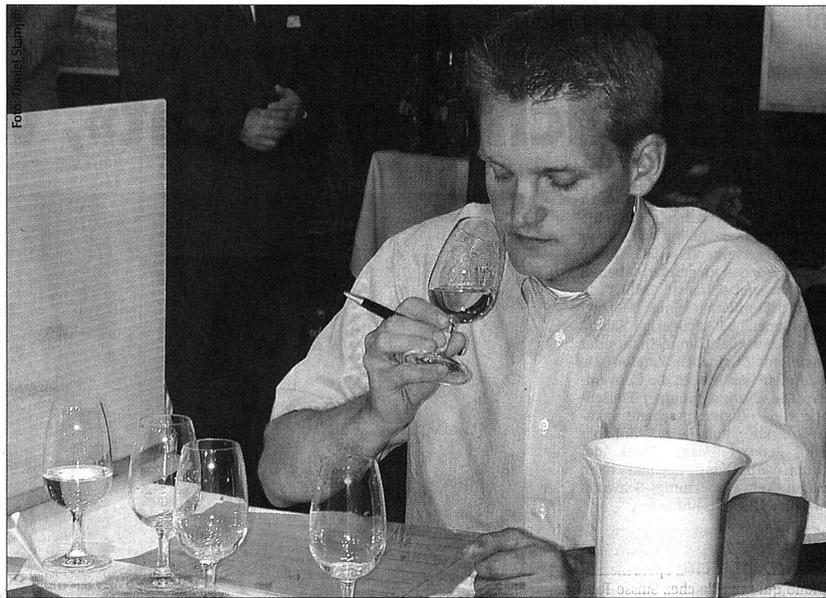
H&G / Ausgabe 4/2003

«All Inclusive» im Trend



«All Inclusive» – ein Konzept im Aufwärtstrend. Vor allem auf den Karibischen Inseln etabliert, findet dieses Angebot auch in Europa immer mehr Zuspruch. Weitere Themen in der neuesten Ausgabe: Gin avanciert vom billigen Fusel zum bevorzugten Getränk in edlen Londoner Lounges. – Ihr Herz, ihre Seele und einige Millionen Franken haben Hans Zurbrugg und Marianne Gauer in ein abgewirtschaftetes Ausflugslokal gesteckt. Heute ist die «Innere Enge» Berns aussergewöhnlichstes Stadthotel mit einem der exklusivsten Jazz-Clubs. FRU

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



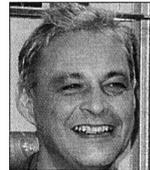
Die «goldene Nase». Thomas Mattmann (31), Önologe aus Felsberg bei Chur, holte sich an der 6. Schweizer Meisterschaft im Weindegustieren als Finalist den «Goldene-Nase»-Pokal. Das Stechen der acht Finalisten hatte am vergangenen Samstag im Berner Kursaal stattgefunden. Die diesjährige Schweizer Meisterschaft, eine Koproduktion von Vinum und Coop, registrierte eine Rekordbeteiligung. Landesweit waren 6805 Sets mit 15 Weinproben verschickt worden. 2738 Teilnehmerinnen und Teilnehmer sandten daraufhin ihre Antworten auf die Frage «Um welche Weine handelt es sich?» ein. Die 306 Personen, die sämtliche Weinproben richtig zuordnen konnten, traten Anfang März zu den Halbfinals in Basel, Bern, Lausanne und Zürich an. DST

GLOSSE

Rücktritt

HANSPETER GSELL*

Eine unbedeutende Zeitungsmeldung hat mich veranlasst, über Rücktritte nachzudenken. Wie wir wissen, gibt es angekündigte und androhte Rücktritte, und selbstverständlich gibt es den freiwilligen, aber auch den unter Druck zurückgezogenen, den unfreiwilligen und den altersbedingten Rücktritt. Man kann Rücktritte erklären oder davon aus der Zeitung erfahren. Eine Mutation des Rücktritts ist die Rücktrittbremse. Sie wurde 1903 von Sachs erfunden und begleitete Heerscharen von Schweizer Armee-Radfahrern in üblen Stunden durch dunkle Nächte. Als Füsiliere kam auch ich in den fragwürdigen Genuss harter Sättel und gierender Bremsen. Unvergessen bleibt der Ritt mit Vollpackung durch das Tägermoos im Lichte des Neumondes. Allerdings kam dank kontinuierlicher Bergfahrt ein Rücktritt nicht in Frage. Und mit der Abschaffung der radfahrenden Soldaten gehört die Rücktrittbremse zur Geschichte.



Rücktrittsbremsen hingegen findet man in den Chefetagen grosser Unternehmen. So hat doch ein schweizerisch-amerikanischer Bürgermeister gleich den Rücktritt neu erfunden. Es handelt sich um eine weitere Variante des grund- und schuldlosen Rücktritts, den so genannten «medienbedingten Rücktritt». Man tritt nicht zurück wegen eines «im besten Fall zu missbilligenden Vorfalles», der «nebenbei» als schwerer Verstoß gegen die Firmenethik gewertet wird. Nein. Natürlich nicht. Man tritt zurück, weil die Berichterstattung der Medien dem Image der Company schadet. Der Rücktritt als Kollateralschaden der Pressefreiheit?

* 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.

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



Der Wahlausschuss des neu gegründeten Service-Centers Oberwallis wählen den Oberwalliser **Oliver Imboden** zum Projektmanager. Imboden schloss an der Universität Bern im Frühjahr 2002 sein Studium der Volkswirtschaft mit einer Lizentiatsarbeit zum Thema «Agrotourismus und seine Produktedifferenzierung» ab. Während des Studiums arbeitete er zusätzlich beim Schweizerischen Tourismus-Verband (STV). TRU

Christina Marzluff (42) übernimmt die Leitung von Schweiz Tourismus (ST) in Deutschland als Nachfolgerin von **Klaus Oegerli**. Nach dem Wechsel von Oegerli an die Spitze der Europa-Leitung von ST, im Januar 2002, hat sie seit Herbst 2002 den Markt geleitet. Seit 1996 arbeitet sie für ST in Deutschland. Vor ihrem Start bei ST war Christina Marzluff bei Mitsubishi Electric Europe GmbH als Marketing- und Vertriebsleiterin tätig. TRU

Susanna Firl (35) ist nach dem Hinschied des langjährigen Direktors **Cafer Iz** zur Geschäftsführerin des Central Plaza Hotels in Zürich ernannt worden. Ihre Stellvertreterin ist **Nicole Lüneburg** (33). Beide stammen aus Deutschland und sind seit rund elf Jahren in diesem Hotel tätig. **Mica Stojanovic** (43), Chef de Réception, wurde die Procura erteilt. TRU



Anita Wittwer hat die Gesamtverantwortung für die internationale Marktbearbeitung bei PostAuto Tourismus übernommen. Sie war bisher für die Länder USA und England zuständig. TRU

Der neu gewählte Präsident des Kantonal-Solothurnischen Hotelier-Vereins ist heisst **Peter Lindemann**, Oensingen. Er ist Inhaber der Hotel Lindemann AG, Oensingen. Sein Vorgänger, **Dieter**

Lorenz, Nennigkofen, will sich künftig voll auf seine Tätigkeit bei Swiss Contact konzentrieren. TRU

Das Direktorenehepaar **Elisabeth** und **Armin Bützberger** blicken auf 25 Jahre Wirken im Hotel Europa in Champfèr zurück. Im Mai 1978 war Bützberger als Vizedirektor ins «Europa» eingetreten. Er schätze die ihm vom Verwaltungsrat gewährten Entscheidungsfreiheiten, sagte er anlässlich des Dienstjubiläums. TRU

Die Nachfolge des altersbedingt vorzeitig zurücktretenden Direktors **Robert Bachmann** bei der Diavolezza-Bahn AG in Pontresina ist geregelt: Gewählt wurde **Peter Düben-dorfer** (40) aus Bassersdorf. Er ist Elektro-Ingenieur und hat das Nachdiplomstudium zum Executive MBA abgeschlossen. TRU

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hoteller-Verein
Morbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)

Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)
Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK)
Tourismus: Sonia Stalder (SS),
Dr. Karl Josef Verding (KV)

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

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

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK)

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

Layout: Roland Gerber (RG), Karin Gugger (KG),
Gilbert Perrot (GPE), Brigitte Spang (BS)

Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten: Katja Hasseknapp (HAS), Paris;
Gerhard Lob (GL), Tessin; Herbert Putschler (HP), Wien;
Mania Rütz-Willms (MP), München; Franziska Richard
(FR), Basel; Georg Ubenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser
(GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Stöbel
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci
Stellensinners: Matthias Beveler, Andrea Jakob, Marc Moser,
Geschäftsbelegungen: Markus Marchel (Verkauf/Leitung),
Roger Sternmetz, Brigitte Weber,
Innendienst: Patrick Stalder

Druck:
Fischer AG für Data und Print,
Druckzentrum Bern

Auflage:
11'209 Ex. WEMF-belegtauglich 2002,
22'000 Ex. Vertriebsauflage

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

Offizielles Organ für:
– Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen
und -Direktoren (VSTD)
– Schweizer Vereinigung
– diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplometrierter Hoteller-
Restaurateure SHV (VDH)
– Hospitality Sales & Marketing Association
(HSMA) Swiss Chapter
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Bustourismus
– Verband Schweizer Badkurorte (VSB)
– Schweizer Kurhäuser (VSK)
– Swiss International Hotels (SIH)
– Annuaire Internationale des Sous-Directeurs et
Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR)

Kontakte:
Adresse:
Morbijoustrasse 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
Stelleninserate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch
Geschäftsbelegungen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch
Internet: www.swisshotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.



INTERNET / Les sites hôteliers suisses font guère usage des nombreuses applications d'Internet. **PAGE 2**



EIBTM / Le plus important salon européen du tourisme d'affaires se tiendra pour la dernière fois à Genève, du 20 au 22 mai. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

TOURISME SUISSE / Stupéfaction et consternation dans la branche

Statistiques hôtelières à la trappe

Les milieux touristiques sont stupéfaits et consternés. Dans une lettre datée du 9 mai, le directrice de l'Office fédéral de la statistique (OFS), Adelheid Bürgi-Schmelz, a en effet informé les destinataires que son office a décidé de ne plus élaborer la statistique de l'hébergement qui présentent les nuitées et les arrivées dans l'hôtellerie et la parahôtellerie.

Cette mesure a été prise pour répondre «aux objectifs budgétaires restrictifs» qui ont été «récemment» assignés à l'OFS. Cette statistique ne figure plus au budget et devra être arrêté après le bouclage de l'exercice 2003 «si aucune autre solution ne peut être trouvée rapidement pour son financement». Adelheid Bürgi-Schmelz écrit: «Nous sommes conscients de l'importance de cette statistique et du vide de que pourrait laisser sa disparition».

DES RÉACTIONS UNANIMES

En début de semaine, peu de monde avait encore pris connaissance de cette information. C'est mardi au Swiss Travel Mart à Zurich qu'elle a surtout commencé à se répandre. Inutile de dire que son contenu a fait l'unanimité quant à la réaction qu'elle a provoqué. «C'est un pur scandale. Je suis outré», a lancé le directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud, Charles-André Ramseier. «C'est inacceptable. Cela démontre un manque de sensibilité aux besoins du tourisme», a dit son homologue valaisan Urs Zenhäusern. «Cela ressemble à une plaisanterie», «c'est absurde», a-t-on aussi entendu dire.

Ces réactions sont à la mesure de l'importance de cette statistique pour la branche touristique. «C'est notre seul baromètre. Nous n'avons rien d'autres», explique le directeur de Genève Tourisme, François Bryand. En effet, ces relevés sont largement utilisés car ils permettent d'apprécier en particulier le volume et les origines des hôtes. Ils servent d'instruments de marketing.

L'heure est maintenant «à la résistance à tout les niveaux», comme l'a dit Urs Zenhäusern. La directrice de la Fédération suisse du tourisme, Judith Renner-Bach, a notamment pris divers contacts dans ce but avec les intéressés. Cette question sera aussi mise à l'ordre du jour de la séance de la Conférence des directeurs d'offices régionaux du tourisme (RDK) prévue la semaine prochaine. **MH**

ZURICH / Le Switzerland Travel Mart (STM) souffre de la crise actuelle, mais la volonté de présenter les atouts touristiques de la Suisse sous un jour nouveau devrait s'avérer payante à long terme. **LAURENT MISSBAUER**

Le STM de 2003 devrait générer moins de nuitées que celui de 2001

«Nous voulons promouvoir le tourisme suisse en communiquant davantage sur les émotions.» Ces propos, tenus par Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, à la Journée suisse des vacances de la semaine passée, ont été parfaitement illustrés lundi soir, lors de la cérémonie d'ouverture du Switzerland Travel Mart (STM)*. Pour donner vraiment envie de commercialiser les offres touristiques suisses aux quelque 400 voyageurs étrangers invités au STM, Suisse Tourisme avait en effet concocté un spectacle qui n'a pas manqué de surprendre et, parfois aussi, d'émouvoir.

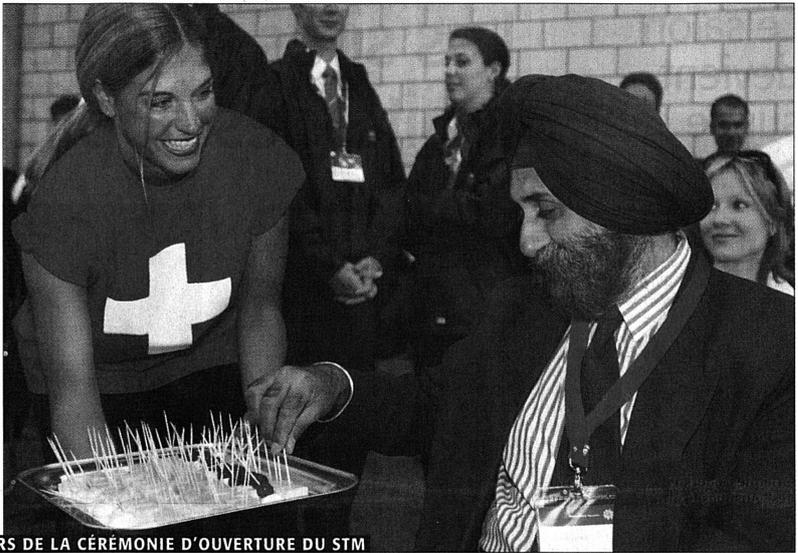
C'était notamment le cas lorsque Jürg Schmid est arrivé accompagné d'un chien Saint-Bernard ou lorsque de petites Heidi ont invité plusieurs tours-opérateurs étrangers à participer à une danse folklorique. Il en a été de même lorsqu'Alexandre Fricker, le responsable du département «Familles» de Suisse Tourisme, s'est présenté déguisé en fromager grüérien ou lorsque Claudia Iten, une chanteuse d'opéra mezzosoprano qui travaille chez Suisse Tourisme, a interprété un air classique longuement applaudi par les quelque mille personnes présentes à cette cérémonie d'ouverture.

GÉNÉRER 240 000 NUITÉES SUPPLÉMENTAIRES

En un mot comme en cent, cette présentation originale des différents atouts touristiques de la Suisse a été un succès et a très agréablement surpris les voyageurs étrangers. Il en a été de même pour les prestataires suisses. Plusieurs d'entre eux sont de l'avis que le fait de présenter la Suisse sous un tel jour nouveau devrait s'avérer payant à long terme. Cette présentation a en tout cas constitué un prélude idéal aux deux jours de «vente», le mardi et le mercredi, qui devraient engendrer des perspectives pour le moins réjouissantes pour le tourisme suisse. Selon Jürg Schmid, l'objectif de ce STM est de générer des «contrats directs portant sur 240 000 nuitées supplémentaires pour un chiffre d'affaires de 48 millions de francs suisses.»

On remarquera que Jürg Schmid avait parlé de 250 000 nuitées supplémentaires et 50 millions de chiffre d'affaires, il y a deux ans, lors du STM de Thonon. Les chiffres de 2003 ont donc été revus à la baisse et l'absence, cette année, des exposants de Chine, de Hong Kong et de Taïwan en raison de la

Photo: Swiss-Image



LORS DE LA CÉRÉMONIE D'OUVERTURE DU STM

Suisse Tourisme a présenté sous un jour résolument nouveau les différents atouts touristiques de la Suisse.

pneumonie atypique, n'y est pas étrangère. En ayant invité pour cette 12e édition du STM 50% de nouveaux tours-opérateurs, Suisse Tourisme espère toutefois quand même augmenter son volume d'affaires dans différentes régions du globe. Christine Lim, une

agente de voyages de Singapour invitée pour la première fois au STM, nous a ainsi avoué être en mesure de proposer différentes offres touristiques dans son pays, aussi bien pour la clientèle individuelle que pour les groupes: «Mes compatriotes ont une grande envie de voya-

ger et de découvrir la Suisse», a-t-elle relevé. «L'envie de voyager est bien présente, également dans les autres régions de l'Asie, mais elle ne reprendra pas avant quatre à huit mois», prophétise Federico Sommaruga, le responsable des marchés de l'Asie du Sud-Est auprès de Suisse Tourisme.

Le ralentissement actuel des affaires en Asie ne touche en revanche pas le Brésil, le Moyen-Orient et la Russie. Ricardo Pereira, Tatiana Grigorieva et Jamal Kleibo, représentants de Suisse Tourisme respectivement à Sao Paulo, à Moscou et à Dubaï, nous l'ont confirmé. Au sujet de Dubaï, les échos, obtenus la semaine passée sur place par les prestataires touristiques qui sont venus directement au STM depuis l'Arabian Travel Mart, ont été excellents. Il se confirme ainsi que de nombreux touristes des pays du Golfe viendront en Suisse cet été, plutôt que d'aller en Grande-Bretagne ou en Espagne.

* Le STM est le plus important salon du tourisme réceptif suisse. Il a lieu tous les deux ans et attire plus de 400 voyageurs du monde entier auprès de 400 prestataires suisses. La 12e édition du STM s'est déroulée à Zurich du 12 au 15 mai.

Un grand intérêt pour le luxe et le design

Dans quelle mesure le tourisme suisse intéresse-t-il les voyageurs invités au STM? Il apparaît que plus le marché est de proximité, plus les tours-opérateurs sont intéressés à des produits touristiques tels que le Glacier Express ou le Golden Pass, estiment les voyageurs italiens Giancarlo Sena et Enrico Monari. En revanche, outre-mer, la Suisse est englobée dans des offres de voyages en Europe de deux semaines avec seulement deux nuits dans notre pays, reconnaît le Brésilien Ricardo Pereira.

Pour de telles destinations, des séjours plus importants ou des offres moins courues ne peuvent être proposés qu'aux «repeaters», soit aux tou-

ristes qui sont déjà venus en Suisse. Ainsi, Anne-Marie Parent, de Montréal, estime que le Tessin possède un attrait indéniable pour des touristes qui connaissent déjà les régions francophones et germanophones de la Suisse. Pour Keiko Matthey, les circuits ferroviaires tels que le Glacier Express attireront toujours les Japonais.

Enfin, on relèvera que la nouvelle route thématique «Luxe & design» a suscité un grand intérêt auprès des tours-opérateurs que nous avons interrogés, qu'ils soient italiens, asiatiques, russes ou brésiliens. «Il s'agit d'un créneau pour une clientèle aisée et insensible à la crise économique», conclut Ricardo Pereira. **LM**

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

bienvenue
Le professionnel pour les détails et la gastronomie

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

noteljob LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hôtellerie suisse

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

happy4YOU

A présent, vous pouvez louer des lits happy.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit-happy.

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

prodega CASH+CARRY

Le professionnel pour les détails et la gastronomie

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

HÔTELLERIE VAUDOISE / L'assemblée générale dans une semaine à Nyon Avec le navigateur Bernard Stamm

Les membres d'Hôtellerie vaudoise accueilleront, dans une semaine à Nyon, un conférencier de marque lors de leur assemblée générale. Ils ont en effet invité le navigateur suisse Bernard Stamm, récent vainqueur de la course autour du monde en solitaire avec escales «Around Alone», qui leur fera une conférence et leur présentera un film.

Quelque 140 membres sont attendus pour cette manifes-

tation durant laquelle prendront également la parole le syndic de Nyon, Alain-Valéry Poitry, le président du Grand Conseil vaudois, Michel Renaud, et le président du Conseil d'Etat, Jean-Claude Mermoud.

Cette assemblée sera l'occasion d'évoquer une année 2002, «bien remplie», comme l'écrit dans le rapport de gestion le président de l'association, Philippe Thuner. Le Conseil de direction s'est notamment

penché, depuis l'été dernier, sur la nouvelle loi sur le tourisme. Il a souligné à ce sujet qu'Hôtellerie vaudoise souhaitait l'introduction d'une taxe de tourisme «généralisée» au canton et «équitable», basée sur la «proximité géographique et l'affinité économique de l'entreprise taxée avec le tourisme». L'association est, par ailleurs, opposée à une augmentation des taxes à la charge des membres. **MHI**

PAYS DE FRIBOURG / Introduction d'un règlement pour les produits agricoles Une charte des produits du terroir

Importante évolution dans le landerneau des produits du terroir en terre romande: l'introduction prochaine d'un règlement commun fixant notamment les critères d'admission que toutes les associations de promotion cantonales appliqueront pour l'accession d'un produit agricole, transformé ou non, au label «terroir».

Jean-Nicolas Philippona, président de l'Association Produits du Terroir du Pays de

Fribourg, nouvellement dirigée par Georges Magnin, se félicite de cette évolution. On salue également les démarches entreprises pour des demandes d'Appellation d'origine contrôlée (AOC) pour le jambon de la borne et d'Identification géographique de provenance (IGP) pour la chuchale.

En 2002, l'association friburgeoise s'est par ailleurs illustrée par sa participation, durant 150 journées, à l'exposi-

tion agricole de l'Expo.02, au Salon des goûts et terroirs de Bulle, ainsi qu'à de nombreux marchés régionaux.

Un budget de 700 000 francs lui permet d'être présente en 2003 à plusieurs occasions en Suisse et à l'étranger, de concert parfois avec les différents organismes touristiques, notamment au Salon international de l'agriculture de Paris, le rendez-vous annuel de l'élevage et des produits régionaux. **JS**

BULLE / Les produits et les goûts du terroir à l'honneur en juin à Espace Gruyère

Le salon devient suisse

Le 4e Salon des goûts et terroirs, qui aura lieu à Espace Gruyère du 18 au 22 juin, abandonne son appellation «de Suisse romande» pour devenir suisse à part entière. La nouvelle a été donnée lors de la présentation du prochain salon bullois qui s'est déroulée dans un endroit approprié: la ferme du Petit-Vivry, vouée à l'exploitation agricole et au tourisme rural, sous toutes ses formes, dans la commune lacoise de Barberêche. Celle-ci abrite le domicile du conseiller fédéral en charge de l'économie et son épouse, Elisabeth Deiss, nommée marraine de ce salon qui établit son envergure nationale.

PLUS QU'UNE OPÉRATION DE MARKETING

De nombreux cantons seront présents à Bulle, au Salon suisse des goûts et terroirs: «Cette nouvelle appellation n'est pas une simple opération de marketing, elle résulte du travail de fond entrepris auprès des instances agricoles, économiques et politiques de plusieurs cantons alémaniques», affirme Francis Maillard, président du Salon. Un «Marché du Bicentenaire» verra la participation de cinq des six cantons qui ont rallié la Confédération helvétique en 1803: Vaud, Tessin, St-Gall, Argovie et Thurgovie. Seuls les Grisons ont décliné leur invitation. Les cantons inscrits à la manifestation présenteront leurs produits du terroir aux côtés d'autres régions, comme celle de Rigi/Weggis/Vitznau avec le restaurant de la Rigi Hostellerie, et le «Markplatz Züribiet».

DES EXPOSANTS ET DES ATTRACTIONS DE CHOIX

L'événement de cette année sera la compétition fromagère «Swiss Cheese Awards», une distinction décernée par un jury international de 70 membres. Pour la première fois, le Salon abritera une présentation du «Slow Food Pays de Romandie» qui comprend 180 membres de l'organisation mondiale (76 000 membres dans 47 pays) vouée à la promotion des bons produits et du nécessaire au bien-manger.

Le Salon 2003 poursuivra son action en faveur de l'éducation et de la sensibilisation grâce à son école et ses ateliers du goût qui permettront à tous de mieux connaître, ou même de reconnaître, de nombreux produits sucrés et salés, des épices, des boissons, de déguster, de s'initier, d'apprécier... En expliquant la charte qui régit le Salon, Béat Kunz, directeur d'Espace Gruyère, a fait remarquer que celle-ci avait été «bien accueillie tant par les exposants que par les structures de promotion des produits du terroir, puisqu'elle écarte du Salon toutes les productions de caractère industriel n'ayant pas un lien avec l'histoire de la région de provenance.» Un nouveau Salon suisse dans l'esprit AOC. **JS**

SITES INTERNET DES HÔTELS / Une enquête de l'EHL et de l'Institut de tourisme de Lucerne a montré que les hôtels suisses pourraient tirer un meilleur parti des avantages offerts par Internet. **MIROSLAW HALABA**

Les sites hôteliers font un usage limité des applications d'Internet

L'utilisation d'Internet dans la branche hôtelière progresse. Sensiblement même puisqu'en l'espace de deux ans, soit de 2001 à 2003, la part des établissements membres d'hotelleriesuisse qui ont une présence sur le Net a progressé de 63 à 80%. C'est ce que relève l'enquête menée par Markus Jufer, de l'Institut de tourisme de Lucerne, et par Roland Schegg, de l'Institut de recherches de l'École hôtelière de Lausanne (EHL). Au total, ce sont 104 sites d'hôtels, constituant un échantillon représentatif, qui ont été évalués selon 45 critères dans le but d'en apprécier la qualité. Cette enquête, menée en février et dont les résultats ont été comparés avec ceux obtenus lors d'une étude similaire faite en avril 2001, montre cependant aussi que les hôtels ne font, pour l'heure, qu'un usage limité des nombreuses applications qu'offre Internet. Le potentiel est donc loin d'être épuisé.

PRÉSENTATION SOUVENT INADAPTÉE

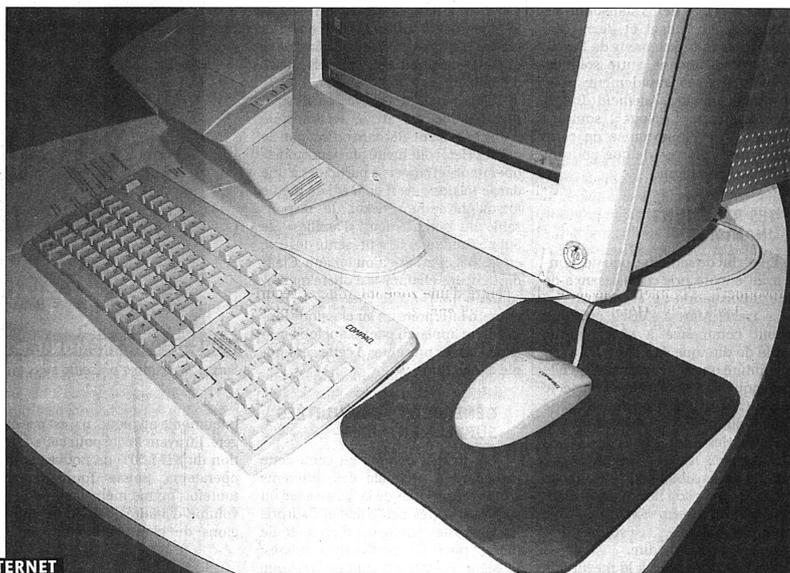
L'enquête a ainsi révélé que la plupart des sites examinés donnent des informations générales sur l'hôtel: sa situation géographique (88% des sites observés), son apparence extérieure et intérieure (95%), son caractère multilingue (62%), une adresse e-mail (96%). Les moyens multimédias (webcam, par exemple) sont en revanche peu utilisés et, «dans de nombreux cas», les informations ne sont guère adaptées à une présentation Internet. Les pages sont surchargées de texte ou le téléchargement des images est trop long. Pour les auteurs de l'enquête, peu de progrès ont été réalisés sur ces points depuis 2001.

LÉGER MIEUX POUR LES LIENS

Un léger mieux a en revanche été remarqué sur le plan des liens. Une part de 34% des sites analysés offre des liens avec des organisations touristiques régionales. Cette part est de 51% pour les organisations locales, mais de 20% seulement pour les organisations nationales. Important: les liens avec les autres prestataires (écoles de ski, remontées mécaniques, par exemple) se trouvent dans une proportion notable de 44%. Celle-ci est nettement plus faible pour les institutions culturelles (théâtres, musées, etc.), soit 19%. Les auteurs de l'étude suggèrent aux hôteliers d'utiliser ici la technique des cadres (frame) qui permet à l'internaute de conserver le site d'origine sur son écran.

L'interactivité entre le client et l'hôtel ne s'est, pour sa part, pas renforcée depuis 2001. Ainsi, 16% seulement des sites examinés offrent un livre d'hôtes et 5% donnent la possibilité de com-

Photo: Mirosław Halaba



INTERNET

Les sites Internet des hôtels suisses examinés pour l'enquête sont encore peu interactifs.

mander des prospectus en ligne. Pour les auteurs de l'étude, de nombreux hôteliers ne connaissent pas encore tous les moyens que propose Internet pour élaborer une base de données «clients», très utile, comme on le sait, pour les opérations de marketing.

LA CHAMBRE, LE PRIX, LA RÉSERVATION

La description des chambres d'hôtels figure aussi dans l'offre Internet des hôtels suisses. Seuls 60 des 104 sites visités donnent une classification détaillée des chambres. Sur la plupart des sites (72%), le client trouve des photos des chambres, mais six hôtels

seulement utilisent la vidéo et cinq des caméras fixes. Dans 91% des cas, les prix figurent dans un tableau. Les offres spéciales se trouvent sur 40% des sites et les offres de «dernière minute» sur 10% seulement. Enfin, pour ce qui est de la réservation, l'enquête a permis de constater que le client doit répondre à un formulaire (58% des cas) ou à un e-mail (52%). Environ 20% des sites seulement proposent un système de réservation «dynamique» qui permet de procéder à toutes les opérations par Internet, y compris la confirmation de la réservation.

On notera encore que 24% des sites visités fournissent des informations sur le processus de réservation (con-

ditions, annulations) et 5% sur la protection des données.

INTERNET SERAIT SOUS-ESTIMÉ

Les auteurs de l'enquête remarquent, en conclusion, que «la majorité» des hôtels suisses appliquent toujours une stratégie de marketing sur Internet «traditionnelle», caractérisée par une diffusion d'informations statiques et ne permettant guère d'avoir des échanges avec l'internaute. Ils voient là le risque que l'attention du client ne soit retenue que par les sites hôteliers attrayants ou les partenaires commerciaux intermédiaires. Ils voient cependant aussi une chance pour les hôteliers novateurs de se distinguer.

Le peu de changement constaté depuis 2001, date de la première étude, exprimerait, selon les auteurs, une sous-estimation de l'importance d'Internet, en particulier, depuis l'éclatement de la bulle spéculative qui avait entouré ce moyen de communication. Il semble que de nombreuses entreprises aient le sentiment que le développement des services en ligne sur le marché touristique est stagnant et qu'il n'est plus vraiment important de rester à la pointe de l'innovation. Ce qui, bien sûr, n'est pas le cas, estiment les auteurs de l'enquête. L'industrie du voyage, écrivent-ils, est le secteur où la lutte est la plus acharnée pour le commerce en ligne. **MHI**

Optimiser le site Internet

Auteurs de l'étude sur les sites Internet des hôtels, Markus Jufer et Roland Schegg ont formulé quelques recommandations qui permettent d'optimiser les pages du Net.

Ils suggèrent ainsi notamment:

- d'utiliser un système de navigation simple;
- de profiter de la notoriété des prestataires locaux ou régionaux en établissant un échange de liens entre sites;
- d'utiliser les diverses techniques de visualisation pour présenter l'établissement;
- de proposer des pages dont le

contenu est actuel et concis afin qu'il puisse facilement être saisi par les moteurs de recherche;

- d'établir un dialogue avec le client, notamment en lui envoyant régulièrement des lettres d'information;
- de mettre en place un système de réservation qui ne se limite pas seulement à la chambre, mais qui s'étend aussi à la réservation des salles, à la vente de produits dérivés ou de chèques «cadeau», par exemple;
- d'adapter la présentation du site à la clientèle cible en faisant, par exemple, figurer les prestations propres à cette clientèle. **MHI**

POLITIQUE TOURISTIQUE / hotelleriesuisse partiellement satisfaite

De meilleures conditions-cadres

Grâce aux décisions prises la semaine dernière au Parlement fédéral, le tourisme helvétique profitera de nouvelles améliorations des conditions-cadres. On sait en effet que le Conseil national a accepté, à l'instar du Conseil des Etats, en décembre, d'injecter 135 millions de francs en vue d'améliorer l'offre touristique.

Ce montant se compose de 35 millions de francs pour l'innovation (fonds Innotech) et

pour la formation et d'un prêt, sans intérêt, destiné à la Société suisse de crédit hôtelier. Il a également accepté de prolonger de trois ans, soit jusqu'à fin 2006, le taux préférentiel de TVA pour l'hôtellerie (3,6% au lieu de 7,6%).

Association faitière de la branche hôtelière, hotelleriesuisse a salué la décision du Conseil national concernant la promotion du tourisme et la prorogation du taux spécial de

TVA. Elle a cependant «vivement» regretté que l'octroi du prêt à la Société suisse de crédit hôtelier soit lié au frein sur les dépenses. Le déblocage de ce prêt sera toutefois à nouveau débattu au Conseil national lors d'une prochaine session car le vote sur l'application des règles sur la diminution des dépenses n'a pas obtenu la majorité de voix nécessaires. **MH**

Lire aussi en page 9 du Cahier allemand

ACCOR / Légère hausse des ventes en valeurs comparables

Un premier trimestre difficile

Le groupe hôtelier et touristique français Accor a enregistré au cours du premier trimestre de cette année un chiffre d'affaires consolidé de 1,6 milliard d'euro (2,4 milliards de francs suisses), en recul de 6,5% par rapport à 2002. En données comparables (unités de production et changes constants), ce chiffre est toutefois en progression d'un pour cent, indique le groupe qui relève le «contexte exceptionnellement

difficile» dans lequel s'est déroulé ce trimestre.

Principal secteur d'activité, l'hôtellerie a annoncé des ventes pour 1,1 milliard d'euros, en baisse de 2,9% (+0,2% en données comparables). Les ventes de l'hôtellerie d'affaires et de loisirs, en données comparables, ont progressé de 1,4% à 625 millions d'euros. L'hôtellerie économique, quant à elle, a augmenté ses recettes en Europe de 1,6% à

249 millions d'euros. Aux Etats-Unis, en revanche, les ventes ont reculé de 3,4% à 230 millions d'euros.

Sur le marché suisse, où le groupe exploite 2429 chambres, les affaires ont progressé. Ainsi, le taux d'occupation des chambres a augmenté de 4,8% à 63,5%, alors qu'il a baissé dans tous les principaux pays européens. Le revenu par chambre a, pour sa part, progressé de 2,8%. **MH**

GENÈVE / Les hôteliers n'enregistrent aucune nuitée supplémentaire pour le G8

Dans la crainte des émeutes

«Il ne faut pas céder à la psychose, martèle Charles Bertschy, vice-président de la Société des hôteliers de Genève, dès qu'on lui parle de G8. Pourtant, la plupart des hôteliers genevois redoute le début du mois de juin. En effet, à l'heure actuelle, les autorités ne sont pas en mesure de leur communiquer des informations fiables, comme le trajet emprunté par les manifestants, ni bien sûr leur nombre.

Et la mauvaise expérience subie par l'Hôtel Lausanne-Palace le 1er mai a impressionné toute la profession. De plus, les hôteliers genevois redoutent les casses tels ceux des manifestations anti-OMC en 1998. «Comment faire pour se protéger, sans provoquer?» s'inquiète Salvatore di Mare, directeur de l'Hôtel Bristol, un établissement situé entre la gare et le pont du Mont-Blanc, donc probablement sur le parcours des manifestants. Comme beaucoup d'autres hôteliers, il serait tenté de mettre des planches pour protéger ses vitres. «Nous disposons d'une assurance anti-émeute, mais elle ne couvre pas le bris de glace.»

NÉGOCIER AVEC LES ASSURANCES

D'autres professionnels se préoccupent maintenant de dénicher une assurance. Certains commerçants se sont vu refuser la prise en charge de dernière minute.

Le directeur de l'Hôtel Mon-Repos est, quant à lui, satisfait de ses contacts avec la Nationale Suisse. «Elle nous propose une bonne couverture à un prix acceptable. Seul défaut: nous devons nous assurer pour deux ans au minimum.»

Contrairement aux hôtels, la plupart des commerçants seront fermés le dimanche 1er juin, jour de la grande manifestation, y compris l'Office du tourisme de Genève. En effet, son ouverture dominicale débuttera à la mi-juin, comme de coutume.

TERNIR L'IMAGE DE LA RÉGION

«Les risques de dérapages nous causent de gros soucis», commente François Bryand, directeur de Genève Tourisme. Nous avons beaucoup investi pour profiler une image positive de Genève, une image sécuritaire. Et des émeutes ou de la casse pourrait réduire tous nos efforts à néant.»

Le comble, c'est que le G8 n'apportera pas de retombées hôtelières pour la cité de Calvin. En raison notamment de deux grandes conférences internationales, l'une organisée par le Bureau international du travail et l'autre par l'Organisation mondiale de la météorologie, la plupart des établissements sont, en effet, d'ores et déjà complets. **VT**

SOMMET D'EVIAN / A moins de deux semaines du «G8», le monde hôtelier lausannois est partagé. Sur les mesures de sécurité, mais également sur les retombées possibles sur la région. **JEAN-JACQUES ETHENOX**

Entre crainte et optimiste, les hôteliers attendent le «G8»

«Grille, panneaux de bois, agents de sécurité, quelles mesures seront les plus adéquates pour nous protéger au cas où il y aurait de la casse?» Encouragées par le commandant de la police lausannoise, les conversations allaient bon train, vendredi dernier à l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne. A une vingtaine de jours de ce week-end du 1er juin, les autorités y avaient convié un demi-millier de commerçants, restaurateurs et hôteliers lausannois pour évoquer les mesures à prendre durant le Sommet d'Evian, dont beaucoup d'invités seront hébergés à l'Hôtel Beau-Rivage Palace, à l'Hôtel Angleterre et Résidence, au centre d'une zone interdite et sécurisée qui englobe le Musée Olympique (fermé durant 5 jours). Dans une capitale vaudoise déjà «sur les dents», ils sont presque les seuls à ne rien craindre. En cause, les manifestations probables des altermondialistes. A Ouchy, tout d'abord, où à trois mètres de la zone interdite, Jean-Philippe Fleury, directeur de l'Hôtel Aulac, affirme rester serein. Dans cette zone intermédiaire toute manifestation sera interdite. Et même si le chiffre d'affaires restera faible, il ajoute: «Je crois qu'il est bon que la Suisse puisse montrer qu'elle sait maîtriser ce genre de situation.»

Plus haut, en remontant vers la ville, à l'Hôtel Royal Savoy, Jean-Claude Gétaz n'affiche guère plus de préoccupation. Même en bordure de la zone, sans limite d'accès, le parc et le parking font écran.

C'est hors de ces zones restrictives que l'inquiétude est plus importante. «Les défilés passeront certainement par la gare CFF et, avec nos baies vitrées donnant sur la place de la Gare, nous serons aux premières loges», déclare Yannis Gerassimidis, directeur de l'Hôtel Continental, qui a adressé une demande d'information à la police et en attend la réponse avant de prendre des mesures. «Mais il est bien évident que nous ne pourrions rien faire en deux ou trois jours», ajoute-t-il.

LA CONSÉQUENCE DE LA MÉDIATISATION

Moins de crainte pour Eric Fassbind, directeur de l'Hôtel Alpha-Palmiers: «Sans vouloir faire des prévisions, la rue du Petit-Chêne n'est guère propice à de grands rassemblements», estime-t-il. C'est plus haut, autour de la place Saint-François, que l'on s'inquiète le plus. «On ne peut pas avoir fait la une des journaux sans craindre aujourd'hui des répercussions», s'insurge Stefano Brunetti, directeur de l'Hôtel de la Paix. Un établissement qui, jusqu'à il y a une quinzaine de jours, était encore pressenti pour accueillir des délégations. «Or que se passera-t-il? Personne ne le sait et pire, hors des zones surveillées, au-

Photo: Keystone



LE SOMMET D'EVIAN

Pendant le «G8», le Sommet d'Evian prévu le week-end du 1er juin, certaines zones seront interdites aux manifestants.

cune mesure ne semble avoir été prise», remarque-t-il.

À l'Hôtel Lausanne-Palace & Spa, la réflexion de Jean-Yves Blatt, directeur du marketing est tout aussi virulente.

L'INQUIÉTUDE ET LE FATALISME

Et cela d'autant plus que lors de la «petite» manifestation du 1er mai, une dizaine de casseurs avaient saccagé les vitrines et l'entrée de l'établissement, même en présence des policiers. «Nous avons demandé une augmentation de la protection, mais que se passera-t-il?» s'interroge Jean-Yves Blatt. Ce dernier regrette qu'aucune mesure n'ait été prévue, ou annoncée, hors des périmètres réservés. A la direction du palace du centre-ville, on

est d'autant plus «fâché» que le battage médiatique n'est pas sans incidence au niveau de la fréquentation. Jean-Yves Blatt de poursuivre: «Les images de nos vitrines saccagées ont fait le tour de la Suisse, et même de l'Europe. Comment dès lors, voulez-vous que nos hôtes fassent confiance à la sécurité mise en place?» Quant à l'éventualité d'accueillir le grand «incentive» prévu de longue date à Ouchy et déplacé, il ne faut guère y compter, pour la même raison.

Stefano Brunetti se montre de son côté plus satisfait. «Les contrats étaient signés et l'agence du G8 a conservé son contingent», explique-t-il. Un contingent que Yannis Gerassimidis, lui, a annulé au Continental. «J'ai été successivement complet, vide, puis à nouveau complet et de nouveau vide.

Leur agence de voyage n'était pas à la hauteur, j'ai donc repris le contingent pour retourner à notre vocation d'accueillir les hommes d'affaires. Ils viendront», assure-t-il.

La remarque est la même à l'Hôtel Royal Savoy. Là, les réservations en matière de logement sont qualifiées de convenables.

À l'Hôtel Fleur du Lac à Morges, Rodolphe Schelbert est pour sa part plus pessimiste: «pas de réservation pour cette période», annonçait-il le 12 mai, à une quinzaine de jours du «G8», tout en se montrant positif pour la suite. Opinion que partage Nicola Tracchia, directeur de l'Hôtel Beau-Rivage à Nyon, en déclarant «ne rien pouvoir, ni prévoir», admettant subir le contre-coup, mais sans vouloir toutefois baisser les bras.

Le Musée olympique demandera un dédommagement

«Ce que nous savons, c'est que la frontière sera fermée.» A une quinzaine de jours du Sommet d'Evian, le G8, Pierre Hamant, directeur d'Aquaparc au Bouveret, restait dans le flou et admettait que le parc ne ferait certainement pas son meilleur week-end de la saison. Sans cependant que cela ne le mette en danger. D'ailleurs, tout le personnel, beaucoup de frontaliers, au bénéfice d'une autorisation, sera là.

Responsable du Swiss Vapeur Parc, Charles-André Couitaz est plus inquiet. Pour le parc, saisonnier rap-

pelons-le, le week-end de l'Ascension est traditionnellement l'occasion d'une grosse affluence. Et le constat du responsable est clair: les réservations de groupes ne démarrent pas. Pour limiter les frais, ce ne sont que les bénévoles qui assureront la marche du parc.

Au Château de Chillon, autre forteresse touristique de la région, l'intendant Robert Herren reste serein. Pour lui, «pneumonie atypique, situation géo-politique, conjoncture, le mal est fait et il faut faire avec.» Le Sommet

d'Evian ne fait qu'aggraver la situation privant le château des visiteurs séjournant en France. Toujours sur la rive vaudoise, situé dans le périmètre de sécurité, «le Musée olympique sera tout simplement fermé entre le 29 mai et le 3 juin», indique Michel Progin, sous-directeur en charge du dossier sécurité. Si l'institution ne fournit pas d'estimation sur ce que pourrait être son manque à gagner, elle demandera un dédommagement, «une mesure qui est prévue par les autorités», précise-t-il. **JJE**

ZÜRICH / La 12e édition du Switzerland Travel Mart a permis aux prestataires touristiques suisses de s'entretenir, de façon formelle et informelle, avec de nombreux tours-opérateurs, journalistes et représentants de Suisse Tourisme du monde entier. LAURENT MISSBAUER

Le tour du monde en neuf photos

Photos: Laurent Missbauer



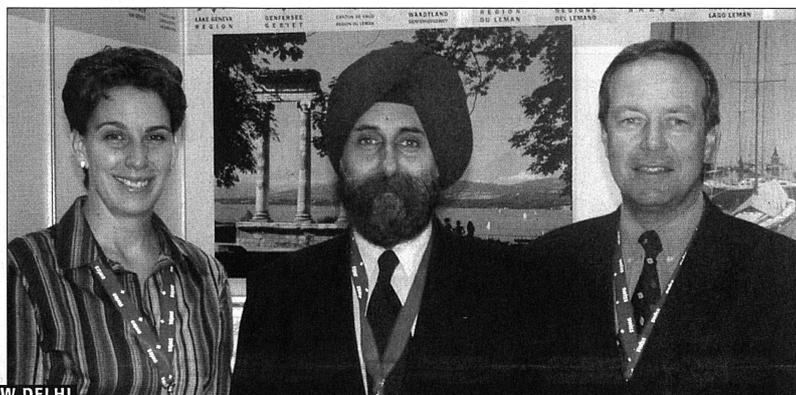
MOSCOU

Tatiana Grigorevia (à g.) et Elena Bondarenko, toutes deux de Suisse Tourisme Moscou, entourent Niklaus Mani (Goldenpass-MOB à Montreux).



DUBAÏ

Jamal Kleibo, responsable de l'antenne de Suisse Tourisme à Dubaï, avec Sylvia Fournier (à g.), du Mont-Blanc et Grand-Saint-Bernard Express, et Sina Schröther, de l'Hôtel et Centre de congrès du Parc à Martigny.



NEW DELHI

Véronique Schulz, directrice de Nyon Tourisme, et Marcel Valloton, directeur de l'Office du tourisme et du thermalisme d'Yverdon-les-Bains, en compagnie du journaliste indien Inder Raj Ahluwalia.



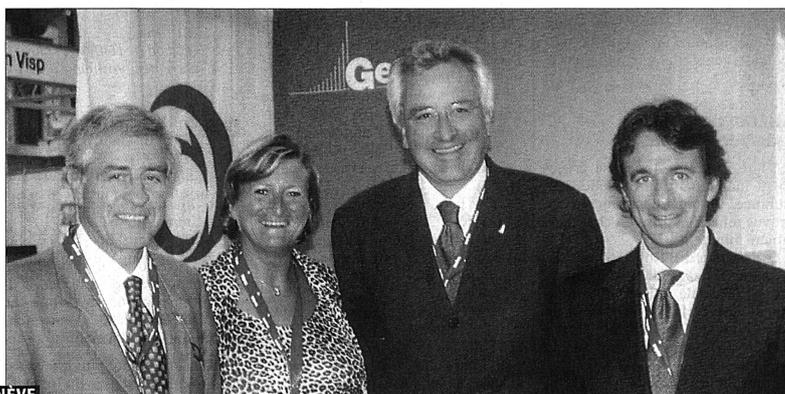
SINGAPOUR

Nicolas Zapf (à g.), directeur de Fribourg Tourisme, avec Christine Lim (Chan Bros. Singapour) et Claudio Casanova, directeur de l'Hôtel Beaugreg'Art à Montana.



NEW YORK

De g. à dr.: Beat Dreier, directeur-adjoint de Genève Tourisme, Susan Lynch (Swiss New York) et Stephan Bernhard (Suisse Tourisme New York).



GENÈVE

De g. à dr.: Giancarlo Carrera (SM Travel), Michèle Liechti (Hôtel Drake-Longchamp), François Bryand (Genève Tourisme) et François Hutter, le nouveau directeur commercial du groupe hôtelier Manotel.



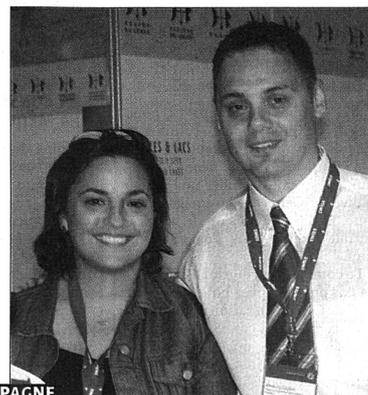
SÃO PAULO

Ricardo Pereira, représentant de Suisse Tourisme à Sao Paulo, et Susanne Gehrig (SCIB Zurich).



TOKYO

Keiko Matthey (Swingtour), entourée d'Edwin Imsand (à g.) et de Christoph Anderegg, tous deux du Matterhorn Gotthard Bahn à Brigue.



ESPAGNE

La journaliste espagnole Blanca Armenteros (Business Travel Time) et Ermanno Castelli, directeur de l'OT de Morges.

CHAMPÉRY-LES CROSETS / Un nouveau challenge Cinq étapes sportives

«Events Manager» pour les stations de Champéry et de Val d'Illeaz-les Crosets, depuis le 1er mars, l'ancien triathlète olympique Jean-Christophe Guinchard a annoncé, début mai, le lancement d'une nouvelle épreuve sportive. Elle est la première initiative d'animation communale aux deux stations. Karting, VTT, défi artistique, luge et ski constituent les épreuves de ce nouveau challenge ouvert à des équipes de trois. Plus

de 45 équipes se sont déjà inscrites pour y participer. Elles sont notamment composées d'entreprises et de clubs sportifs ou culturels, situés entre Zurich et Genève. Au programme dès le début juillet (une épreuve de karting), le nouveau Challenge utilisera les installations du «Bike Parc» (pistes et remontées mécaniques) qui sera inauguré à Champéry le 15 juin. JJE

www.champery.ch

«Suisse en direct», du nouveau

GastroSuisse. L'édition 2003 du magazine annuel «Suisse en direct», publié par GastroSuisse, vient de sortir de presse avec plusieurs nouveautés. Il comporte différents articles consacrés au thème de l'eau et sept bons de réduction de 5 francs à faire valoir sur le prix d'une nuitée dans un des 300 hôtels recensés dans le magazine. Autre nouveauté, le format du magazine est désormais plus petit. LM

BROYE / Gérer l'après-Expo.02 sous le signe de la nature et de ses atouts Une image forte pour l'avenir

La sensibilisation auprès des prestataires «logement chez l'habitant» et la mise en valeur de l'offre régionale auront été les points positifs issus des actions entreprises par l'Association touristique de la Broye (ATB), présidée par Roland Dapples, en vue de l'Expo.02.

En dépit d'un fort engagement des offices du tourisme membres (Avenches, Estavayer-le-Lac, Payerne, Moudon et Oron), pour accroître l'offre

d'hébergement et d'animation (passeport 3 jours / 2 nuits, repas thématiques, activités sportives, ludiques et culturelles), le bilan est mitigé.

Les ventes de forfaits et les réservations n'ont pas atteint les objectifs fixés. Mais pour lancer l'après-Expo, un document d'appel vient d'être édité. Il est destiné à éveiller l'intérêt de l'hôte potentiel sur la diversité de l'offre régionale. «Nous avons besoin

d'une image forte qui permette d'identifier la région à la nature», affirme Michel Doireles, le directeur avenchois de l'ATB.

Il estime qu'il faut positionner la Broye comme une région propice aux activités en relation avec cette thématique et de préparer des offres forfaitaires comprenant au moins une nuit chez l'habitant, couplée avec une ou plusieurs activités «nature». JS

VACANCES DE CARNAVAL / Vaste enquête lancée par le département de l'éducation, de la culture et du sport

Un pas en avant attendu

Début mai, les communes, ainsi que les instances scolaires et touristiques du canton, ont reçu un questionnaire sur la problématique de l'étalement des vacances. Bien décidé à trouver une solution, Claude Roch, le conseiller d'Etat en charge de l'éducation, a créé cette année un groupe de travail école-tourisme, qui a lancé une enquête. Faut-il continuer à concentrer sur le boom de Carnaval les vacances de quasiment tous les élèves du canton? Faut-il échelonner ces relâches d'hiver sur plusieurs semaines, comme le demandent les milieux du tourisme? Mais, est-ce seulement imaginable, dans certaines régions du Valais, d'aller à l'école quand Carnaval bat son plein? «Nous voulons connaître la position des différents milieux concernés. Nous attendons des arguments précis et chiffrés», explique le chef de service de l'enseignement primaire du Département de l'éducation, de la culture et du sport (DECS), Michel Beytrison, qui préside également le groupe de travail. Le dépouillement aura lieu en juin. «Espérons que ce sondage nous permettra de trouver un accord, qui devrait être appliqué dès 2005, les vacances d'hiver 2004 étant déjà planifiées», ajoute-t-il.

UN TABOU A PRÉSENT LEVÉ

Président du groupe Tourisme au Grand Conseil et membre du groupe de travail, Eric Balet salue cette initiative: «C'est la première fois que l'on ose ouvertement lancer le débat.» Pour lui, les vacances d'hiver devraient s'échelonner sur un mois en tout cas, dès la fin janvier. Mais les milieux de l'enseignement avancent des arguments pédagogiques: périodes de classe et de relâche doivent alterner de façon équilibrée et il ne faudrait pas que les vacances d'hiver soient trop proches de celles de Pâques ou de Noël/Nouvel An. «Les vacances de fin d'année n'ont qu'à commencer avant Noël et se terminer plus tôt, rétorque Eric Balet. Les enseignants doivent être moins nombrilistes!» Il déplore le fait que les remontées mécaniques et les hôtels accusent une perte de 10% du chiffre d'affaires annuel, lorsque les touristes et les indigènes prennent tous en même temps, leurs vacances. «Une conséquence grave pour le Valais», regrette-t-il.

Tant Claude Roch qu'Eric Balet sont unanimes sur un point: un compromis entre l'école et le tourisme doit maintenant être trouvé en Valais, ne serait-ce qu'à titre d'exemple. Comment demander en effet aux écoles vaudoises et genevoises de tenir compte des intérêts du tourisme valaisain, si, à l'intérieur même du canton, une solution ne voit pas le jour?

GENÈVE / A l'occasion du prochain EIBTM, le SCIB redoublera d'efforts pour vanter une dernière fois à domicile les atouts de la Suisse en matière de tourisme d'affaires. LAURENT MISSBAUER

Une page se tourne avec le dernier EIBTM mis sur pied à Genève

Le prochain EIBTM (European Incentive & Business Travel Meeting), le plus important salon européen du tourisme d'affaires qui se tiendra au Palexpo de Genève du 20 au 22 mai et qui réunira 2000 exposants de plus de 100 pays, sera le dernier à être organisé en Suisse. Après seize éditions, mises sur pied tout d'abord par Ray Bloom, puis par le groupe Reed, l'EIBTM se déplacera en effet à Barcelone à partir de 2004. Ce déplacement, on s'en doute, se traduira par un manque à gagner certain, non seulement pour les hôteliers genevois, mais également pour les différents prestataires touristiques suisses spécialisés dans l'organisation de voyages d'affaires, de congrès et de voyages de motivation, plus communément appelés «incentives».

L'IMMENSE AVANTAGE DE SE PRÉSENTER À DOMICILE

Avec l'EIBTM à Genève, les destinations suisses spécialisées dans le tourisme d'affaires avaient en effet l'habitude d'inviter des «acheteurs de congrès» en provenance avant tout des Etats-Unis, ainsi que de Grande-Bretagne, d'Allemagne, des Pays-Bas, de France, de Scandinavie et de Belgique, à participer à des voyages d'information avant et après l'EIBTM. Inutile donc de préciser que cette 16e et dernière édition mise sur pied à Genève a incité le SCIB, le Switzerland Convention & Incentive Bureau de Suisse Tourisme, à redoubler d'efforts afin de vanter une dernière fois à domicile les atouts de la Suisse en tant que «destination idéale pour l'organisation de congrès et de voyages de motivation. Le



PHOTOS: EIBTM

La 16e édition de l'EIBTM, le plus important salon européen du tourisme d'affaires, sera la dernière à être organisée à Genève. L'année prochaine, il aura lieu à Barcelone, du 30 novembre au 2 décembre.

SCIB sera ainsi présent cette année à Genève avec un stand de 476 m² contre 434 m² l'année passée et, pour la première fois, le service de restauration sera assuré, tout comme à l'ITB de Berlin, par l'Ecole hôtelière de Thoune. En outre, 72 clients nord-américains et européens seront invités à participer à des «pre-» et «post-conventions» tours. L'année passée, le nombre de clients invités était plus important, à savoir 87, mais il n'y avait eu ni guerre en Irak, ni pneumonie atypique. Un autre point sur lequel le SCIB redoublera d'efforts cette année sera la traditionnelle «Red

and white night», une soirée au cours de laquelle il invite tous les participants de l'EIBTM à faire plus ample connaissance avec la Suisse, notamment avec sa gastronomie, avant de les convier à une soirée dansante. Cette année le thème de la soirée sera «It's time to...». «Un thème que l'on peut interpréter de différentes manières, notamment d't's time to remember 16 years in Geneva, mais aussi d't's time to meet, to dance, to party», etc., explique Susanne Gehrig, responsable du produit «Meetings & Incentives» auprès du SCIB. Pour Adrian Ott, responsable du «Conven-

tion Bureau» de Genève Tourisme, cette dernière «Red and white night» devrait permettre aux participants de l'EIBTM de garder un excellent souvenir de Genève. C'est d'ailleurs un édifice prestigieux, en l'occurrence le théâtre Pitoëff qui servira de cadre à cette «soirée d'adieux». Inauguré en 1909 avec des décors «exceptionnels» marqués par l'Art nouveau et restauré de 1998 à 2000, il est, au même titre que l'ancien bâtiment des forces motrices, une des pièces-maîtresses de Genève Tourisme lors d'organisation de congrès.

GENÈVE / Les hôtels n'affichent pas encore complet pour le salon Telecom 2003 qui aura lieu du 12 au 18 octobre. Ils s'en tirent cependant mieux que les logements chez l'habitant. VÉRONIQUE TANERG

La crise affecte aussi Telecom

Telecom 2003, le «méga-salon» des télécommunications, se réduit comme une peau de chagrin. Actuellement, l'Union internationale des télécommunications (UIT) table sur une baisse de 30% des réservations des surfaces d'expositions à Palexpo par rapport à 1999, année de tous les sommets. Malgré ses nombreux participants asiatiques, ce salon réservé aux professionnels est plus affecté par la crise économique que par la pneumonie atypique. En effet, ni les organisateurs, ni les hôteliers, ni Genève Tourisme n'ont pour l'instant enregistré de défection au nom de la pneumonie atypique. Pourtant, la décision du Département fédéral des affaires étrangères interdisant aux ex-

posants de Hong Kong, de Chine et de Singapour de participer à la Foire de Bâle est encore dans toutes les mémoires. Mais les Asiatiques n'ont pas exprimé de craintes à l'égard de Telecom. Aucun dispositif de prévention n'est encore envisagé.

ERICSSON A ANNULÉ À L'HÔTEL MON-REPOS

Les défections se multiplient: après Alcatel, Global Crossing, KPN Qwest et Siemens, c'est au tour du géant suédois Ericsson d'annoncer son retrait de World Telecom 2003. Ericsson avait pourtant pris une option pour une surface de 526 m². Et en 1999, elle avait ré-

servé 800 chambres sur le bassin lémanique. Quant à l'Hôtel Mon-Repos, à Genève, il était intégralement réservé par la société suédoise. «J'en ai été informé le 29 mars, aussitôt après l'UIT», explique Charles Bertschy, le directeur de l'établissement. Depuis lors, il recherche des remplaçants. «Je n'ai aucun doute, Genève fera le plein lors du salon Telecom», affirme Charles Bertschy. «En revanche, ce sera plus difficile au-delà des frontières du canton.» Une analyse confirmée par François Bryand, directeur de Genève Tourisme. «Il y a quatre ans, il avait fallu trouver 35 000 chambres dans un rayon de 100 kilomètres autour de Palexpo. Les 3000 chambres genevoises trouveront

certainement preneur sans trop de problème.»

AUCUNE DURÉE MINIMUM DE SÉJOUR N'A ÉTÉ EXIGÉE

Actuellement, moins de 80% des chambres sont réservées à Genève du 12 au 18 octobre 2003. «Nous sommes complets pendant dix jours», déclare ainsi Salvatore di Mare, le directeur de l'Hôtel Bristol. «Nous n'avons jamais imposé à nos clients une durée de séjour minimum.» Cette année, aucun hôtelier ne le fera. Quant aux logements chez l'habitant, ils sont au point mort. Très peu des 2000 appartements en location ont trouvé preneur.

RIVAZ / Lancement d'un concept pour le caveau Un bar des vigneron

Le concept du bar à vins s'était jusqu'à présent essentiellement développé en ville. Les vigneron de Rivaz l'ont transposé dans leur village de Lavaux. Le temps des tables et des bancs de bois dans un sous-sol humide est révolu. Les vigneron ont abandonné le traditionnel caveau (l'ancien reste cependant ouvert sur réservation pour les groupes) pour s'installer au milieu du village dans un bâtiment com-

munal aménagé en bar avec terrasse ouverte sur les vignes. Mieux, c'est avec un verre que l'on peut déguster leurs crus et non plus à la bouteille. Tout cela sur les itinéraires des Sentiers viticoles de Lavaux, balisés entre Chexbres et Rivaz ou Cully. Une initiative que Robert Crüll, directeur de l'Office des vins vaudois a salué, souhaitant une vingtaine d'autres initiatives du genre. **JJE**

THIERRENS / Nouveau site sur le Chemin des blés La campagne informe

Inauguration à Thierrens, dans le Gros-de-Vaud, du quatrième pavillon thématique du Chemin des blés. Consacré à la maison rurale, il décrit en douze panneaux didactiques, conçus par l'ethnologue Daniel Glauser, l'habitat agricole de la région. D'ici fin 2004, neuf sites d'information de ce genre devraient jaloner les 80 kilomètres du Chemin des blés entre Granges-Marnand et Echallens, où se trouvent 35 lo-

calités, un véritable microcosme de la campagne romande. Sous la houlette de sa fondatrice et coordinatrice, Anne Quillet Razali, ce circuit, à parcourir de préférence à pied ou à vélo, est truffé de fermes modèles, de maisons rurales, d'ateliers d'artisanat et d'auberges typiques servant des produits du terroir. Ce patrimoine authentique et vivant fait aussi l'objet de visites guidées. **JS**

LAVEY-LES-BAINS / Le centre médical est sauvé Ebrard aux commandes

Le 5 mai, les actionnaires de la société du Centre médical de Lavey-les-Bains (CML SA), en situation de faillite depuis que le canton de Vaud n'a pas souhaité consentir les sommes nécessaires à son sauvetage, ont accepté une convention qui permettra le sauvetage du centre. La totalité des actions a été transférée au groupe français Ebrard, propriétaire du parc ludo-aquatique et de l'hôtel (3 étoiles) du complexe dont

il est actuellement l'unique propriétaire.

Une nouvelle société doit maintenant se constituer. «Toutes les personnes au bénéfice d'un statut médical ou paramédical devraient pouvoir poursuivre leurs activités», déclare Gérard André, directeur-administrateur de Lavey-les-Bains. Mais, aucune indication n'a encore été donnée sur le statut du nouveau centre (conventionnement, etc.) **JJE**

TOURISME SUISSE / Pas de reprise avant l'hiver 2003/04, estime le BAK à Bâle

Prévisions estivales défavorables

L'été s'annonce sous de mauvais auspices pour le tourisme suisse. C'est ce qui ressort, en tout cas, des dernières prévisions pour la branche, présentées mardi, par la société BAK Recherches économiques Bâle SA.

Selon cet institut, les nuitées hôtelières devraient reculer de 3,2% durant la période de mai à octobre et atteindre 17,1 millions. La demande étrangère (9,9 millions en 2002) devrait se réduire de 3,9% et la demande indigène (7,8 millions) de 2,4%.

Pour l'ensemble de l'année touristique 2003 (à octobre 2002 à octobre 2003), le BAK prévoit une baisse des nuitées de 2,8%, soit quelque 900 000 nuitées à 31,1 millions. En novembre, il parlait d'un recul de 0,9% seulement.

MOROSITÉ CONJONCTURELLE

Qu'est-ce qui a conduit les experts du BAK à revoir ainsi leurs prévisions à la baisse? La raison principale est la situation défavorable de l'économie mondiale. Les signes d'une reprise de l'activité font défaut et ni l'Europe, ni le Japon ne semblent être en mesure de jouer un rôle moteur. L'Allemagne, le marché émetteur le plus important, souffre d'une économie en quasi stagnation.

La force du franc, les incertitudes liées à la situation géopolitique au Moyen-Orient, les craintes persistantes d'attentats terroristes, ainsi que la pneumonie atypique ont renforcé la morosité ambiante. Les prévisions pour l'été font état d'un recul des nuitées étrangères (-3,9%), mais aussi des nuitées indigènes (-2,4%). En raison d'une diminution du tourisme d'affaires, l'hôtellerie de ville devrait, par ailleurs, davantage souffrir que les hôtels de villégiature, estime le BAK.

DÉTENTE PROBABLE SUR LE FRONT MONÉTAIRE

Des éclaircies devraient toutefois apparaître à partir de la saison d'hiver 2003/04. Le BAK s'attend en effet à une augmentation des nuitées hôtelières de 1,3%. Le mouvement devrait même s'accroître durant l'été avec une progression des nuitées de 1,7%.

Cette amélioration des performances s'expliquerait, d'une part, par la reprise de l'activité économique mondiale, aux Etats-Unis en particulier, et d'autre part, par une détente sur le front monétaire. Le franc suisse devrait perdre de la vigueur face à la livre britannique et au dollar et conserver, face à l'euro, le niveau atteint ces dernières semaines.

Les experts du BAK estiment en effet que le rôle de monnaie refuge que joue traditionnellement le franc suisse devrait être moins grand grâce à la détente sur le plan géopolitique. Ils parlent même d'une «nette amélioration des rapports de change» durant la deuxième moitié de l'année. **MH**

Photo: Arcadées/DR



DÎNER DE GALA

Lors de la soirée, le *sautoir de la profession* a été remis à trois nouveaux membres. (De g. à dr.) Ferdinando Mambriani, qui officie comme maître de cérémonie, Raphaël Gross, Umberto Timmoneri, président de l'association, José Cochicho, Stéphane Besnard et Teresa Genovese-Chinappi, secrétaire.

MONTREUX / Soirée de gala, récréative et gastronomique, de la section romande de l'Union suisse des maîtres d'hôtel au Montreux Palace. JEAN-JACQUES ETHENOZ

Une profession à préserver pour améliorer l'accueil

La section romande de l'Union suisse des maîtres d'hôtel et cadres de la restauration tenait dîner de gala, le 4 mai dernier au Montreux Palace. Une soirée essentiellement récréative et gastronomique, qui fut quand même l'occasion pour le président de l'association, Umberto Timmoneri d'évoquer l'avenir de la profession.

Car, comme d'autres «anciens» métiers de l'hôtellerie – on pense aux gouvernantes, par exemple – celui de maître d'hôtel a malheureusement perdu de son utilité. Et pourtant, «si la Suisse a mal à son tourisme, c'est aussi, un peu, parce que le service a beaucoup perdu en qualité», rappelle Umberto Timmoneri.

Selon lui, seul un maître d'hôtel créatif et accueillant peut revaloriser l'accueil, non seulement par son atti-

tude envers le client, par ses conseils, mais aussi en encourageant ses équipes de service et en formant de futurs cadres.

UNE FONCTION SOUS-ESTIMÉE

La faute, si faute il y a, est à mettre sur le compte de tous les professionnels. De l'hôtelier ou du restaurateur qui, hors des grands établissements, ne prête plus assez d'importance à cette fonction, lui substituant un chef de rang ou un premier commis comme assistant du directeur F & B. Mais aussi aux maîtres d'hôtels eux-mêmes.

«Au sortir d'une école professionnelle, il faut encore compter sept à huit ans de formation en entreprise», insiste le président. Passée la trentaine

l'envie de fonder une famille se fait plus forte, et les spécialistes se tournent vers d'autres activités, moins contraignantes au niveau des horaires. L'exemple le plus flagrant: deux des trois nouveaux membres à avoir reçu le *sautoir de membres* à Montreux, travaillent dans l'enseignement hôtelier.

Restent donc des améliorations à apporter à ce statut particulier. On le comprend bien, elles passent par de bonnes filières de formation. «Mais aussi, souligne Umberto Timmoneri, les conditions sont plus difficiles à réunir, de meilleures conditions de travail et un personnel suffisant pour justifier le rôle du maître d'hôtel.» Mais c'est certainement à ce prix que, toutes catégories confondues, on pourra maintenir et revaloriser l'accueil. **JJE**

IMPRESSUM

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

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

Responsable des médias: Christian Hodler

Rédaction: Rédacteur en chef: Marietta Dedual (MD), Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miralava Halaba (MH)

Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM), Valérie Mierchand (VM), secrétaire de rédaction: Correspondants: Jean-Jacques Ethenoz (JJE), Vévey, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais, Véronique Tanguy (VT), Genève, José Seydoux (JS), Fribourg

Flora Thomas (FT), Lausanne, Geneviève Zuber (GZ), Valais, Milestone: Dr. Peter Käbler (PK)

Edition: Cheffe d'édition: Iris Stabel, Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casalici, Annonces: Mathias Beyeler, Andras Jakob, Marc Moser, Publicité: Markus Marchel (Chef de vente), Roger Slemmer, Brigitte Weber, Administration: Patrick Stalder

Impression: Fischer AG, für Data und Print, Druckzentrum Berne, Trage: 11'209 Ex. contrôlés REMIP 2002, 27'000 Ex. imprimés, Prix de vente: (TVA incl.) Vente au numéro Fr. 4.50, Abonnement 1 an Fr. 145.-, ISSN: 1424-0440

Organe officiel de: - Verband Schweizer Tourismus-Direktoren und -Direktionen (VSTD) - Schweizer Vereinigung -Ekonominer Tourismus-Experten (TCUREX) - Vereinigung Diplomatier Hoteliers - Restaurateurs SHV (VDH) - Swiss Partner für den Bustourismus (HSM) Swiss Chapter - Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB) - Hospitality Sales & Marketing Association (HSM) Swiss Chapter - Schweizer Kulturhaus (VSK) - Swiss International Hotels (SIH) - Annuaire International des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AIGR)

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

Abonnements: Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Annonces: Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch

Publicité: Tél. 031 370 42 45, Fax 031 370 42 23, E-Mail: patrick.stalder@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.ch

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

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

L'initiateur du «Mystery Park» exprime sa pensée. Evveiller la curiosité du public. Tel est un des objectifs que l'ancien hôtelier, Erich von Däniken, veut atteindre avec le parc d'attraction «Mystery Park» qui s'apprête à ouvrir ses portes à Interlaken et dont il est l'initiateur. S'exprimant dans une interview qu'il a accordée à notre hebdomadaire, Erich von Däniken indique qu'il a fallu vingt ans pour que ce projet voit le jour. «Il faut avoir atteint un certain âge pour être pris au sérieux», dit-il, philosophe. **Page 7**

Palaces bernois et lucernois: optimisme prudent. Les hôtels cinq étoiles Victoria-Jungfrau à Interlaken et Palace à Lucerne, qui appartiennent au même groupe, ont réalisé ensemble en 2002 un chiffre d'affaires de 55,5 millions, ce qui représente un recul de 9,1% par rapport à 2001. Pour 2003, les directeurs des établissements font état d'un optimisme prudent. Le mois de mars a notamment été concluant. Plusieurs activités devraient attirer de nouveaux clients, comme le récent agrandissement du Spa de l'Hôtel Victoria-Jungfrau. Par ailleurs, les deux établissements comptent aussi sur l'organisation de plusieurs séminaires durant cette année. **Page 9**

Une participante du cours proposé par hotellerieuisse s'exprime. Brigitte Märki a suivi un cours organisé par hotellerieuisse destiné aux professionnels. Après cette expérience, Brigitte Märki se sent mieux à même d'analyser les fluctuations du marché, de déléguer différentes tâches ou de bien sélectionner du personnel. Cette jeune femme a choisi cette formation complémentaire dans le but d'ouvrir un jour son propre restaurant. Elle a déjà fait auparavant ses armes en cuisine où elle a effectué un apprentissage, ainsi qu'en salle, où elle a travaillé comme sommelière. **Page 10**

Investir dans l'hôtellerie: un cycle de séminaires. La Société suisse de crédit hôtelier (SCH) veut contribuer au renouveau de l'hôtellerie suisse, caractérisé par une collaboration plus étroite entre les hôteliers et les bailleurs de fonds. A cet effet, elle a lancé un cycle de séminaires consacrés aux investissements dans l'hôtellerie et destinés aux professionnels de la branche et aux financiers. Deux manifestations ont déjà eu lieu. Trois sont encore prévues dont une se déroulera le 26 juin, en langue française, à Montreux. **Page 11**

L'eau minérale est «in», notamment l'eau minérale gazeuse. L'eau à le vent en poupe, plus particulièrement l'eau minérale légèrement gazéifiée. Sa consommation est en augmentation. Elle correspond certainement à un mode de vie qui se veut très «sain». D'ailleurs, les publicitaires ne manquent pas d'idées pour le démonter. Mais, toutes les variétés d'eau en bouteilles sont-elles réellement si bénéfiques pour la santé? Si le calcium et le magnésium sont souvent présents dans l'eau gazeuse, leur quantité est parfois si infime qu'ils n'apportent presque rien à l'organisme. **Page 14**

stellen revue marché de l'emploi

NR. 20/15. MAI/15 MAI 2003



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

hotel-tourismus revue

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 gästerorientiert 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 Wirtewohnung

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.



GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35 • Fax 01 371 89 09
E-Mail: jobservice@gastrouisse.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 kelogener 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



Unsere 300jährige Tradition hindert uns nicht daran modern zu arbeiten, professionell aufzutreten, den Gast willkommen zu heissen und... Gastfreundschaft zu zelebrieren.

Das aussergewöhnliche Viersternhotel Sonne besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant Sunnegalerie mit bedienter Terrasse, Gaststuben und Selbstbedienungs-Sunnegarten, 4 Bankett- und Konferenzräume mit bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Unsere neuen

Küchenchef

stellen wir uns so vor:

kreativ, organisationsfreudig, mit Herzblut für die Gastronomie, führungs- erfahren in Grossbrigade (bis zu 20 Köchen inkl. Lehrlingen), kommunikativ, mit gutem Durchsetzungsvermögen und nicht zuletzt humorvoll.

Diese herausfordernde Kaderposition richtet sich an einen engagierten und qualitätsbewussten Küchenchef im Alter zwischen 28 und 45 Jahren, der sich sowohl in der modernen Bankett- als auch in der à la carte-Küche auf hohem Niveau (14 Punkte Gault Millau) behaupten kann. Eintritt nach Vereinbarung.

In unserem vielseitigen, stark F&B-lastigen Betrieb mit flachen Hierarchien verfügen die Abteilungsleiter über grosse Freiräume und Selbstständigkeit, was wiederum ein starkes Verantwortungsbewusstsein erfordert.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen per Post oder e-mail an

SEEHOTEL SONNE KÜSNACHT

Persönlich/Vertraulich René Grüter & Catherine Julien
Seestrasse 120, 8700 Küsnacht, Telefon 01 914 18 18
e-mail: c.julien@sonne.ch, www.sonne.ch

Selbstverständlich stehen wir Ihnen für erste Fragen auch telefonisch zur Verfügung.

155942/17841

Die **Wirtschaft Adlisberg** liegt oberhalb des Dolders in Zürich. Wir kochen mit besten regionalen Produkten und suchen einen engagierten **KOCH w/m** der Freude an einer gehobenen einheimischen Küche hat. Unsere Küchenchefin Linda Gilomen gibt Ihnen gerne nähere Informationen. Adlisbergstr.75 8044 Zürich 043-268 55 55



Wir suchen per 1. Juli oder nach Vereinbarung
einen kreativen

Chef de Partie

mit Flair für das Feine

Haben Sie bereits Erfahrung in der gehobenen Gastronomie?
Sind Sie ein Koch aus Leidenschaft? Dann sind Sie unser/e Mann/Frau!

Wir bieten Ihnen einen tollen Lohn sowie **Samstag und Sonntag frei**

Restaurant Schlossgarten
Philipp Thoma
CH-4310 Rheinfelden
Tel: 0041 61 836 90 10

156171/415865



Das Riff Raff an der Neugasse in Zürich umfasst 4 Kinosäle mit einem anspruchsvollen Filmangebot. Mit dazu gehören Bistro und Bar, stadtbekanntes In-Places und pulsierende Treffpunkte für Kinoliebhaber, Geniesser und Quartierleute. Mehr dazu erfahren Sie auf unserer Homepage www.riffraff.ch. Wir suchen

eine/n Gastgeber/in für die Leitung von Bistro und Bar

Sie sind eine qualifizierte Fachperson mit Erfahrung in der Leitung von ähnlichen Betrieben und freuen sich auf einen Arbeitsplatz mitten im lebendigen Zürcher Kreis 5. Sie sind an Kultur interessiert, belastbar, zahlensicher und haben Lust aktiv im Betrieb mitzuarbeiten. Bei der Entwicklung und Umsetzung von neuen Angebotsschwerpunkten tatkräftig mitzuwirken, empfinden Sie als Bereicherung.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Neugass Kino AG, Gasometerstrasse 9, 8005 Zürich
Geschäftsleitung Kaspar Winkler, Telefon 01 440 48 30, mail@riffraff.ch

Als Stütze des Wirt-Ehepaars suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Servicemitarbeiter/in für den gepflegten Speiseservice

Wenn Sie ein/e Gastgeber/in mit viel Herz sind, dann finden Sie in unserem Gasthof Rössli eine Chance, die Gäste kompetent zu verwöhnen.

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.



Gasthof Rössli
9524 Zuzwil SG bei Wil
071 944 11 33
079 674 46 43

156203/202304

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Segeln Sie
auf gutem Kurs
www.horega.ch

Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt



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

...haben Sie schon unsere Annonce
in dieser Ausgabe im
Liegenchaftenteil auf Seite 8 gelesen?

Terminia Consulting

Die etwas andere Herausforderung!

Für unsere Hotelbetriebe im Tessin (Sommer) und im Graubünden (Winter) suchen wir:

Betriebsleiter/in-Paar

Sind Sie die neuen Gastgeber/in für unsere 3- und 4-Sterne-Hotels? Wenn Sie auch über Erfahrungen in der Tourismus- und Marketing-Branche verfügen und eine ganzjährige Herausforderung suchen, haben wir Ihnen einiges zu bieten! Keine F&B-Verantwortung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung inkl. Foto.

Ho-Hotel GmbH
Riedgrabenstrasse 26,
8153 Rümlang

156173/420936

Société hôtelière cherche

RESTAURATEUR

homme, femme ou couple de terrain, qui assurera la responsabilité de deux restaurants et d'un centre de congrès (une vingtaine de collaborateurs).

Âge idéale 30 à 40 ans. La patente n'est pas requise.

L'établissement est situé dans une ville de la Riviera vaudoise.

Si vous possédez de solides connaissances d'organisation et un sens affirmé des contacts clients, nous vous prions d'adresser votre offre sous chiffre 156189 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

156189/1864

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle. htr

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

CTS Congrès, Tourisme et Sport SA

Die CTS – Congrès, Tourisme et Sport SA ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Stadt Biel. Neben diversen Anlagen im Veranstaltungs-, Kongress-, Gastronomie- sowie Sport- und Freizeitbereich betreiben wir das Kongresshaus in Biel mit seinen vielfältigen Aktivitäten.

Der Bereich Gastronomie beinhaltet im Kongresshaus ein Tagesrestaurant mit Terrasse, eine Foyer-Bar sowie den gesamten Kongress- und Bankettbereich mit einer Kapazität von 1000 Gästen sowie zusätzlich das Restaurant Strandbad.

Für diese abwechslungsreiche Aufgabe sucht die CTS SA eine/n, kreative/n

Leiter/in Gastronomie

Ihre Aufgaben

Sie sind verantwortlich für die Führung der Restaurants, die Gestaltung eines segment-spezifischen Angebots, die Gästebetreuung, die Mitarbeiterführung sowie für ein dem Budget entsprechendes Betriebsergebnis und die laufende Rechnungsüberwachung. Zur Wahrnehmung Ihrer Aufgaben steht Ihnen ein eingespieltes Team sowie ein Gastro-Coach zur Seite.

Was Sie mitbringen

Sie verfügen über eine entsprechende Ausbildung im Gastronomiebereich, bringen Erfahrung im Aufbau von Restaurants sowie in der Durchführung von grossen Banketten mit und sprechen sowohl deutsch als auch französisch. Sie sind eine engagierte Führungspersönlichkeit mit hoher sozialer und wirtschaftlicher Kompetenz.

Was wir Ihnen bieten

Als Divisionsleiter sind Sie direkt dem Direktor CTS unterstellt. In einem jungen Team bieten wir Ihnen eine interessante Aufgabe mit Gestaltungsmöglichkeiten.

Interessiert?

Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen.

Ihre schriftliche Bewerbung mit CV und Zeugnissen senden Sie bitte an Frau Christine Treutner, CTS SA, Zentralstrasse 60, 2502 Biel.

AKADEMIKER, HANDWERKER, ANWOHNER...



...alle fühlen sich wohl in Ihrem
typischen Quartierrestaurant,

das Sie als engagierte/r

Mieter/in

professionell, mit Ideen und Herz führen.

Die Lage ist gut: ein historisches Gebäude im Hochschulviertel von Zürich am Fuss des Wohngebiets Zürichberg. Die Dimensionen sind überschaubar, der Betrieb von zwei Personen (Paar oder Einzelpersonen) gut zu bewältigen:

- Restaurant 40 Plätze
- Saal 4–50 Plätze
- Hofgarten ca. 30 Plätze

...selbstverständlich mit Küche und der nötigen gastgewerblichen Infrastruktur.

Ihr Einsatz lohnt sich. Die Besitzerin (Hochschulverbindung) hat Interesse an einer langfristigen Lösung, unterstützt Ihren Betrieb durch häufige Präsenz (Stamm, Veranstaltungen) und durch faire Bedingungen für Miete und Kleininventar.

H.P. Fuchs, Tel. 01 377 52 07 – ich erwarte gern Ihre Fragen und Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

GASTROSUISSE
JOB SERVICE

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35 • Fax 01 371 89 09
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

Ochsen Zug

Für unser lebhaftes Stadthotel suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft eine aufgestellte

GOVERNANTE

Haben Sie Berufserfahrung und Freude, unser kleines Team zu führen? Wir erwarten eine flexible und fröhliche Mitarbeiterin, die weiss, wie man Mitarbeiter motiviert.

Mitarbeiterzimmer mit eigener Dusche oder Mithilfe bei der Wohnungssuche ist selbstverständlich.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, senden Sie uns Ihre Unterlagen per Post oder E-Mail.

Eveline Hegglin
City-Hotel Ochsen Zug
Postfach 252, 6301 Zug
Telefon 041 729 32 32
info@ochsen-zug.ch

156204/41926



Zuger Kantonsspital

Ihr Kompetenzzentrum

Auf den 1. September 2003 oder nach Übereinkunft suchen wir eine

Hotelfachangestellte/ Servicefachangestellte

(80%-Pensum, evtl. später 100%)
als stellvertretende Leiterin der Restaurantbetriebe
(Cafeteria/Kiosk und Personalrestaurant)

In dieser Funktion führen Sie ein Team von 8 Mitarbeiterinnen und sind für einen reibungslosen Betriebsablauf in den Restaurantbetrieben verantwortlich. Nebst der Einsatzplanung erledigen Sie die anfallenden administrativen Aufgaben (Inkasso, Bestellwesen etc.) und unterstützen das Team bei sämtlichen Arbeiten im täglichen Restaurantbetrieb. Zudem werden Sie zusammen mit dem Leiter Hotellerie Caterings und Anlässe organisieren sowie zusätzliche gastronomische Dienstleistungen im Patientenbereich entwickeln und umsetzen.

Das durchschnittliche Arbeitspensum von ca. 33 Stunden pro Woche ist von Montag bis Sonntag in der Regel zwischen 7.00 und 18.15 Uhr, während 4–5 Tagen pro Woche, zu leisten.

Von unserer zukünftigen Mitarbeiterin erwarten wir nebst einer fundierten Ausbildung im Gastgewerbe mehrjährige Erfahrung im Service oder Verkauf, angenehme Umgangsformen, Erfahrung mit elektronischen Datenbanken sowie sehr gute Deutschkenntnisse (in Wort und Schrift). Im weiteren sollten Sie überdurchschnittliche Organisationsfähigkeiten, Initiative, Flexibilität und Durchhaltevermögen mitbringen.

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Anstellungsbedingungen (GAV) mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen sowie angenehme Arbeitsbedingungen.

Wenn Sie an dieser anspruchsvollen Aufgabe interessiert sind, laden wir Sie ein, Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an die Personalabteilung einzureichen.

Spitalbetriebe Baar-Zug AG, Artherstrasse 27, 6300 Zug
Tel. 041 709 77 99, Fax 041 709 88 79
www.zugerkantonsspital.ch

156197/316571

Über Internet und nette Gäste.

htr

Abonnieren und inserieren:
Tel. 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
Lintheschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

Über Marketing und Dumping.

htr

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



www.gastrosuisse-jobservice.ch

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

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35
Fax 01 371 89 09
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

Pausencafé mit Blick aufs Bundeshaus?

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hotellerie
suisse

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

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!
4849 offene Stellen,
3158 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!

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

Küchenchef

Als führungs- und charakterstarke Persönlichkeit streben Sie nach konstanter Qualität auf höchstem Niveau und gehen dabei keine Kompromisse ein. Souveränität, Kalkulations-sicherheit und unternehmerisches Denken bringen Sie mit. Ihre Brigade und Lehrlinge führen Sie zielstrebig und kompetent zum Erfolg. Für diese spannende Stelle in einem organisierten Haus in der Region Zürich sollten Sie mich bald anrufen.
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Macher/in

Sie sind unabhängig, voller Tatendrang, extrovertiert, unkompliziert, wissen anzupacken und wollen nichts anderes als Erfolg. Sie schätzen eine selbstständige Tätigkeit im Team und suchen für Ihre Ideen und Visionen eine Plattform im Dienstleistungsbereich, bei der Sie Menschen aller Art begeistern können. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen für diese aussergewöhnliche Position im Raum Zürich.
Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79

Managerin

Sie sind eine Frau, die entscheidet, plant, konsequent handelt und Lösungen findet, wenn es die Situation verlangt. Sie lieben die Hektik an der Gastronomiefront genau so wie freie Abende und möchten beides verbinden. Eine anspruchsvolle Stelle in Zürich – rufen Sie mich an, ich erzähle Ihnen gern mehr.
Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Bar-Profi

Für ein exklusives VIP-Restaurant in Zürich suchen wir eine erfahrene Barfrau. Ein sicheres Auftreten, ein gepflegtes Erscheinungsbild und gute Umgangsformen bringen Sie mit, zudem sind Sie fachlich versiert, sehr kreativ und arbeiten gern allein. Sie wohnen in der Stadt oder sind mobil. Hier erwarten Sie die schönste Aussicht der Stadt, interessante Gäste und eine Position, die eine Top-Referenz sein wird. Rufen Sie mich heute noch an, ich freue mich darauf.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Servicefachangestellte Sommermonate

Für Kunden in den Regionen Bern und Burgdorf suchen wir – per sofort oder nach Vereinbarung – motivierte, zuverlässige und aufgestellte Persönlichkeiten mit «Power». Sie haben idealerweise einen Abschluss als Servicefachangestellter gemacht oder bringen Erfahrung im à la carte- und Getränke-service mit. Es erwarten Sie interessante Restaurationsbetriebe vom gehobenen Tellerservice bis zum trendigen Barbetrieb. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Bern, Dominique Wild 031 310 10 10



NEW YORK - MALLORCA - MÜNCHEN - ADRIA - KRETA - ALGARVE - WIEN
SCHWARZWALD - PARIS - TENERIFFA - ATHEN
TOSKANA - A - KRETA
BA - N - BERLIN
FLOR - LONDON
NE - VE - WIEN
SCH - KRETA
TOS - BERLIN
BAD - NONDON
FLOR - WIEN
NEW - ATHEN
SCH - ATHEN
TOSK - KRETA
BAD G - BERLIN
FLORID - NONDON
NEW Y - WIEN
SCHWA - HEN
TOSKAN - KRETA
BAD GA - RLIN
FLORIDA - ON
NEW YO - EN
SCHWAR - TA
TOSKANA - IN
BAD GAST - IN
FLORIDA - N
NEW YORK - KRETA - ALGARVE - WIEN
SCHWARZ - PARIS - TENERIFFA - COTE D'AZUR - SYLT - ATHEN

Hapimag

Ihre eigene Ferienwelt

Wir sind eines der führenden europäischen Unternehmen der Touristikbranche mit gegenwärtig über 55 Ferienanlagen an sehr attraktiven Feriorten. Für unser bestehendes Resort in Sörenberg/Kanton Luzern suchen wir per 1. Juli 2003 oder nach Vereinbarung eine(n) Gastgeber(in) als

Resort Manager(in)

In dieser Position sind Sie gesamtverantwortlich für das Wohlbefinden unserer grossen und kleinen Gäste im Resort mit 75 Appartements und tragen die Verantwortung für unser Restaurant Rothornblick mit 55 Sitzplätzen.

Sie bringen mit:

- abgeschlossene Hotelfachschule oder langjährige Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie
- deutsche Muttersprache
- weitere Sprachkenntnisse von Vorteil
- Freude am Umgang mit Kindern

Wir bieten Ihnen:

- eine interessante Herausforderung in einem nicht alltäglichen Umfeld
- ein hohes Mass an Selbstständigkeit
- Dienstwohnung
- attraktive Mitarbeitervergünstigungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Unser Personalverantwortlicher, Herr Thomas Roost (Tel. 041 767 87 05), steht Ihnen für weitere Informationen gerne zur Verfügung. Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Hapimag / Havag, Personalabteilung, Neuhofstrasse 8 / 12, CH - 6349 Baar
www.hapimag.com

Hotel Terrace
Engelberg

Sie fehlen uns noch!

Als eine der führenden Bergbahnunternehmen der Schweiz sind wir Pächtern des Hotel Terrace. Wir betreiben es - organisatorisch und marketingmässig eng mit uns verbunden - je nach Jahreszeit als Sport- bzw. Gruppenhotel. Das Hotel Terrace liegt am Südhang von Engelberg, ist ein ****-Hotel und verfügt über 380 Betten sowie entsprechend grosszügige Nebenräume.

Auf September 2003 suchen wir einen engagierten und kompetenten

Hotel Direktor (m/w oder Direktions-Paar)

- Als Hotel-Profi kombinieren Sie Ihre ausgezeichneten Kenntnisse im Hotel-Management mit Ihrer herzlichen, proaktiven Gastfreundschaft.
- Die Herausforderung unserer unterschiedlichen multikulturellen Gastesegmente nehmen Sie gemeinsam mit Ihrem Team mit Freude an und geben jeden Tag Ihr Bestes.
- Selbständiges und konzentriertes Arbeiten macht Ihnen Spass. Trotzdem sind Sie teamorientiert und schätzen die Einbindung Ihres Hotels in eine grosse und doch nicht anonyme Tourismusunternehmung.
- Sie fühlen sich wohl in den Bergen und geniessen die vielen Facetten unseres Sommer- und Wintersportortes genauso wie die Nähe zu See und Stadt.

Wir freuen uns auf Sie! Gerne gibt Ihnen Kordula Tanner, Leiterin Personal, persönlich weitere Details bekannt. Sie erreichen sie unter 041 639 50 53 oder via ktaemer@titlis.ch. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte direkt an den Geschäftsführer von Titlis Rotair.

Titlis Rotair
Albert X. Wylter
Postfach 88, 6391 Engelberg
Tel. 041 639 50 50
www.titlis.ch

Kempinski
Grand Hôtel des Bains
ST. MORITZ

Das Kempinski Grand Hôtel des Bains ist das erste Ski-Resort-Hotel der ältesten Luxus-Hotelgruppe Europas. Nach der erfolgreichen Eröffnung im Dezember 2002 suchen wir eine/n

Director of Sales & Marketing

In dieser Position sind Sie zusammen mit Ihrem Team verantwortlich für sämtliche Verkaufs- und Marketing-Tätigkeiten in unserem *****-Hotel mit 184 Zimmern.

Haben Sie eine entsprechende Ausbildung absolviert und schon einige Jahre Berufserfahrung in einer ähnlichen Position? Dank ihrem unternehmerischen Denken sowie dem nötigen Flair für Zahlen ist auch die Budgetverantwortung für Sie kein Fremdwort. Beherrschen Sie zudem Deutsch sowie Englisch in Wort und Schrift und sprechen vielleicht auch noch Italienisch? – Dann sollten wir uns raschmöglichst kennenlernen.

Wir bieten Ihnen die einmalige Chance, ein einzigartiges Produkt auf den Markt zu bringen - eine spannende und verantwortungsvolle Herausforderung in einer einmaligen Umgebung! Im weiteren erwartet Sie ein junges, motiviertes Team sowie fortschrittliche Anstellungsbedingungen.

Wenn Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Zur Beantwortung erster Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Die kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an untenstehende Adresse.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter
www.kempinski-jobs.de

Kempinski Grand Hôtel des Bains
Ursula Scherrer
CH-7500 St. Moritz • Switzerland
Tel: +41 81 838 38 38 • Fax: +41 81 838 30 29
Email: ursula.scherrer@kempinski.com • www.kempinski.com

Kempinski
HOTELS & RESORTS

htr

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.

hotel-tourismus revue

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



Savognin Tourismus im Surses

sucht per September 2003 oder nach Übereinkunft eine/n

GeschäftsführerIn/TourismudirektorIn

Ihre Aufgaben

- Entwicklung und Betreuung der Marketing- & Sales Aktivitäten für die Region
- Führung der Tourismusorganisation
- Finanzbuchhaltung/Budgetierung und Finanzplanung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Führen eines Teams

Sie bringen mit

- abgeschlossene Höhere Fachschule im Tourismus oder entsprechende Weiterbildung
- Marketingenerfahrung
- ausgeprägtes Kommunikations- und Organisationstalent
- Fähigkeit ein Team zu führen
- gute EDV Kenntnisse
- Flexibilität und Selbständigkeit

Wir bieten

- interessanten Aufgabenbereich
- angemessene Entlohnung
- anforderungsreichen Arbeitsplatz in einer sehr schönen Tourismusregion

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Luzi Thomann, Präsident, Savognin Tourismus im Surses,
Eulenburg, 7464 Parsonz, Tel. 079 223 42 42, Fax 081 637 15 16,
Mail: luzi.thomann@la-motta.com

Für unseren Kunden, ein erstklassiges und wunderschönes Restaurant in unmittelbarer Nähe von Zürich, suchen wir einen passionierten

Küchenchef

Sie sind ein sehr gut qualifizierter Berufsmann (Gastronomiekoch o.ä.) mit mehreren Jahren Erfahrung in der qualitativ hochstehenden Küche. Sie jonglieren mit Zahlen genauso gut wie mit dem Kochlöffel und wissen, dass das Resultat der erbrachten Qualität und das Erzielen einer guten Rendite in der Küche keine Widersprüche sind.

Sie verstehen es, sowohl anspruchsvolle Hochzeitsgäste als auch à-la-carte Geniesser mit regionalen und innovativen Spezialitäten zu verwöhnen.

Sie überzeugen mit einem teamorientierten Arbeitsstil und Ihrer hohen Sozialkompetenz in der Führung Ihrer Mitarbeiter. Sie tragen die volle Verantwortung für eine zehnköpfige Brigade, die gesamte Lehrlingsausbildung und -betreuung sowie die Einsatzplanung.

Ein Kaderteam, welches im Besitz dieses Bijoux ist, freut sich schon darauf Sie kennenzulernen. Nehmen Sie die Chance wahr und stellen Sie Ihr Fachwissen und Ihren Elan diesem dynamischen Team zur Verfügung.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Géraldine McLellan gerne telefonisch zur Verfügung!

KELLY MEHR ALS EIN JOB
CATERING Löwenstr. 29
8023 Zürich-City
01/225 40 30

Vom Bistro bis zum Luxushotel

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

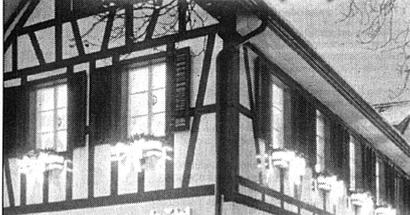
Vom Chauffeur bis zum Chasseur.



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

DEUTSCHE SCHWEIZ

Geschäftsführer-Assistent(in)



Wir schicken Ihnen gerne Informations-Unterlagen.
Marianne Faes, Gaststube Muggenbühl,
Muggenbühlstrasse 15, 8038 Zürich
Telefon 01 482 11 45



Willkommen an Bord

In der herrlichen Umgebung des Untersees bieten wir Ihnen traumhafte Aussichten - auch im Beruf

In Jahresstelle suchen wir einen motivierten und gut ausgebildeten

Direktionsassistenten m/w

Das Aufgabengebiet umfasst die Bereiche Sales und Marketing, insbesondere das selbständige Planen und durchführen von Sales Aktivitäten, den Bankett- und Qualitätsbereich, die Aus- und Weiterbildung sowie die Stellvertretung und Unterstützung der Direktion.

Wollen Sie Ihre Gäste durch Freundlichkeit und Qualität begeistern? Dann bewerben Sie sich bitte bei unserem Direktor, Herrn Josef Inderbitzin



3. Platz Focus Seminarhotel 2002

Seehotel **KRONENHOF**
Bildungs- und Tagungszentrum

CH-8267 Berlingen • Tel 052 762 54 00 • Fax 052 762 54 81
www.seehotel-kronenhof.ch 156150/932085



Sie müssen ja nicht gleich den Eiger bezwingen, fangen Sie doch erst mal im Eiger an!

Wir suchen ab Sommersaison 2003 oder nach Übereinkunft eine Réceptionistin / Réceptionist mit Erfahrung in Jahresstelle

Genauere Auskünfte geben wir Ihnen gerne persönlich. Schreiben Sie uns oder rufen Sie Conny Kaufmann direkt an. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Ein toller Teamgeist wartet auf Sie!



Hotel Eiger
3818 Grindelwald
Tel. 033 854 31 31
Fax 033 854 31 30
hotel@eiger-grindelwald.ch
www.eiger-grindelwald.ch

TOURISMUS



Die Engelberg-Titlis Tourismus AG koordiniert die touristischen Aktivitäten und verkauft die Angebote der Feriendestination Engelberg-Titlis weltweit. Mit rund 750 000 Logiernächten pro Jahr und einem facettenreichen Freizeit- und Ausflugs-Angebot ist Engelberg der bedeutendste Ferienort der Zentralschweiz.

Zur Ergänzung unseres Marketing-Teams suchen wir eine fachlich kompetente und teamfähige Persönlichkeit für die Übernahme der vielseitigen Aufgabe im Bereich

Marketing Groups
Gruppenreisen, Incentives, Meetings, Seminare

per 1. Juli oder nach Vereinbarung

Ihre Aufgaben

Sie sind verantwortlich für die Abwicklung und Organisation von Gruppen- und Studienreisen, Incentives, Meetings und Seminaren von A bis Z. Für diese anspruchsvolle Aufgabe ist Ihr Organisationstalent täglich gefragt. Dank Ihrer Freude am aktiven Verkauf und einer starken Identifikation mit der Destination Engelberg-Titlis fällt es Ihnen leicht, das facettenreiche Angebot freundlich und kompetent zu verkaufen sowie Offerten individuell und bedürfnisorientiert aufzubereiten.

Ihr Profil

Es erwartet Sie über einen touristischen und/oder kaufmännischen Background und haben bereits einige Jahre an Berufserfahrung hinter sich. Dank Ihrer starken Persönlichkeit verfügen Sie über Durchsetzungsvermögen, sind flexibel, belastbar und verlieren auch in hektischen Momenten nicht den Überblick. Englisch beherrschen Sie in Wort und Schrift, der Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln und Software bereitet Ihnen keine Mühe.

Unser Angebot

Es erwartet Sie eine herausfordernde Tätigkeit mit viel Eigenkompetenz in einem modernen, teamorientierten Umfeld. Sie haben die Gelegenheit, Ihr Know-how in der Tourismusbranche umzusetzen und massgeblich zum Erfolg beizutragen. In unserem jungen, dynamischen Team erhalten Sie den nötigen Rückhalt, um sich schnell in die Tourismuswelt in Engelberg einzuleben.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung bis 15. Mai 2003. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Frédéric Füsserich oder Frau Carla Schibig gerne zur Verfügung.

Engelberg-Titlis Tourismus AG
Marketing, CH-6390 Engelberg
Telefon 041 639 77 99, Fax 041 639 77 66
www.engelberg.ch, marketing@engelberg.ch

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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

htr





SEEHOTEL BELVÉDÈRE

Zur Verstärkung unseres jungen, dynamischen Teams suchen wir für den Sommer **per sofort oder nach Vereinbarung**

Chef de Service Restaurant Chupferpfanne
Offenheit, selbständiges, organisiertes Arbeiten sind Ihre Stärken. Sie kommunizieren gerne in D, E und F. Jahresstelle

Servicemitarbeiter/in
Fachkenntnisse, Eigeninitiative und Lebensfreude bringen Sie mit, Sie lieben den à la carte Service und selbständiges Arbeiten. Jahres- oder Saisonstelle

Commis de Cuisine
Sie arbeiten gerne in einem jungen motivierten Team. Wollen neues lernen und sind voller Tatendrang. Kochen ist Ihre Leidenschaft. Jahres- oder Saisonstelle

Bewerbung senden Sie bitte an:
Seehotel Belvédère, Daniel Leuenberger
Seestrasse 18, 6052 Hergiswil
www.hotel-belvedere.ch
E-mail: d.leuenberger@hotel-belvedere.ch

Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

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

CASINO ZÜRICHHORN



Restaurant | Bankette | Café | Bar | Lounge

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir **per sofort** oder nach Vereinbarung:
DEMI-CHEF SAUCIER UND DEMI-CHEF ENTREMETIER

Sie bringen vorzugsweise zwei bis drei Jahre Berufserfahrung mit, haben Freude am Beruf, zeigen Durchhaltevermögen und behalten auch in hektischen Zeiten die Übersicht. Unsere unkomplizierte, auf hohem Niveau umgesetzte, euro-asiatische Küche, wird Sie auch in Ihrem beruflichen Umfeld weiterbringen.

SERVICEFACHGESTELLE 100 %

Für diese Stelle suchen wir einen loyalen und zuverlässigen Menschen. Verfügen Sie über eine fundierte Ausbildung und sprechen Sie einwandfrei Deutsch? Bereitet es Ihnen Freude unsere internationale Kundschaft mit Charme, Humor und dem gewissen etwas zu verwöhnen? Wenn ja, sind Sie in unserem jungen und engagierten Team genau richtig!

Wir bieten Ihnen im Gegenzug:
• ein interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld
• eine vielseitige und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem motivierten Team
• moderne Anstellungsbedingungen

...und einer der schönsten Arbeitsplätze in Zürich – direkt am See!
Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

LAKE SIDE Casino Zürichhorn, Frau Mirjam Stamm, Human Resources
Bellerivestrasse 170, 8008 Zürich
www.lake-side.ch / hr@lake-side.ch

RESTAURANT HOTEL EIGENTHALER HOF

Zur Verstärkung unseres aufgestellten Teams suchen wir **per sofort** oder nach Vereinbarung

Küchenchef m/w
Koch m/w

sowie
Serviceangestellte

Auf eine schriftliche oder telefonische Bewerbung freuen sich

L. + P. Bühler
6013 Eigenthal
041 497 33 11

Kochendörfer's HOTEL ALBRIS PONTRESINA

Wir suchen für die kommende Sommersaison noch folgende Mitarbeiter:

Service-Mitarbeiter/in
Koch/Köchin
Bäcker/Hilfsbäcker

Haben Sie Interesse an einer dieser Stellen? Dann rufen Sie uns doch einfach an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Fam. O. Kochendörfer
Kochendörfer's Hotel Albris
7504 Pontresina
Tel. 081 838 80 40, Fax 081 838 80 50
E-mail: hotel@albris.ch
Internet: www.albris.ch



Haben Sie schon gekündigt?

Warten Sie noch damit. Wir stellen hohe Anforderungen!

Für das beste Viersternhotel in der Schweiz, inmitten der herrlichen Bergwelt des Engadins, mit 25 exklusiven Zimmern, einem Gourmet-Restaurant, ausgezeichnet mit 2 Michelin-Sternen und 18 Punkten im Gault Millau, einer gemütlichen Engadiner Stüwa und einer anspruchsvollen Hotelbar suchen wir für die kommende Sommersaison oder länger folgende hochmotivierte Mitarbeiter:

speziell für unser 2-Sterne-Restaurant «La Bellezza»
Sommelier/-ère

für unsere Küche, in der Kreativabteilung von Eduard Hitzberger
Chef de pâtisseries

Ein harmonisches Arbeitsklima und ein toller Teamgeist warten auf Sie. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild oder auf Ihren neugierigen Anruf:

Eduard und Waltraud Hitzberger
HOTEL HAUS PARADIES
CH-7551 Ftan
Tel. 0041 81 861 08 08
Fax 0041 81 861 08 09
www.relaischateaux.ch/paradies
E-Mail: info@hotelhausparadies.ch

Über Marketing und Dumping.

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

Geschäftsführer w/m Unser Mandant ist einer der federführenden Gastronomen in der Schweiz. Einer der prominentesten und grössten Lokale sucht seinen neuen Kapitän.

Aufgabe: Als talentierter Gastroprofi und Manager verstehen Sie es, in kulinarischer und gesellschaftlicher Hinsicht Akzente im Betrieb zu setzen. Sie verfügen über entsprechende Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie. Neben einer motivierten und interessierten persönlichen Grundhaltung verfügen Sie über einen verantwortungsbewussten und teamorientierten Arbeitsstil; kurzum: Sie sind ein Unternehmer.

Arbeitsort: Stadt Bern

Angebot: Interessieren Sie sich für diese anspruchsvolle Position? Dann nehmen Sie die Chance wahr und stellen Sie Ihr Fachwissen und Ihren Elan einem dynamischen Team zur Verfügung. **Judith Lanker** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme! **031 313 26 26** oder per mail an judith.lanker@kellyservices.ch

Geschäftsführer w/m Auch für Zürich wird eine unternehmerische Persönlichkeit für ein umsatzstarkes Restaurant mit rund 300 Sitzplätzen gesucht! Diskretion garantiert. Für weitere Auskünfte steht Ihnen **Géraldine McLellan** gerne zur Verfügung. **01 225 40 30**

Sous-chef w/m Verschiedene anspruchsvolle Restaurants suchen Unterstützung im Küchenkader.

Aufgabe: Servicedenken und fachliches Denken; Know how verbunden mit Umsetzungsstärke sind in diesen anspruchsvollen und vielseitigen Wirkungsfelder gleichermaßen gefragt. Sie überwachen die Hygienevorschriften, kümmern sich um das Bestellwesen und sind aktiv am Herd tätig.

Arbeitsort: Thun und Bern

Angebot: Unsere Kunden bieten Ihnen ein attraktives Salär und moderne Sozialleistungen. Begeistert Sie das? Für telefonische Vorabklärungen steht Ihnen **Judith Lanker** sehr gerne zur Verfügung. **031 313 26 26**

Lebensmittelfachperson Ein renommiertes privates Hygieneunternehmen betreut einen breiten Kundenkreis von Industrie bis Gastronomie. Ein Team von Spezialisten holt bei diesen Kunden zahlreiche Proben ab, bearbeitet diese speitativ im Labor, erarbeitet und vermittelt effiziente Hygienevorschriften.

Ihre Aufgabe: Wir richten uns an eine Persönlichkeit mit einem starken Durchsetzungsvermögen, analytischen Fähigkeiten (Laborkenntnisse erwünscht) und einem hohen Qualitätsdenken. Führerausweis und abgeschlossene Berufslehre im Lebensmittelumfeld sind erforderlich.

Arbeitsort: Stadt Zürich

Angebot: Geboten wird eine längerfristige Perspektive, eine selbstständige Tätigkeit und attraktive Bedingungen. Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Géraldine McLellan**, **01 225 40 30**

Chef de service w/m Ein bedeutendes Stadthotel mit mehreren Restaurationen sucht eine verantwortungsvolle Persönlichkeit mit Humor.

Aufgabe: Freude an der Front etwas zu bewirken und Leute zu begeistern hilft Ihnen, Ihr junges Team zu führen und Lehrlinge auszubilden. Deutsch und Englisch ist ein Muss. Eine abgeschlossene Berufslehre, einige Jahre Serviceerfahrung und ein erprobter Führungsstil bilden Ihre Grundlage.

Arbeitsort: Stadt Zürich

Angebot: Unsere Kundin bietet Ihnen eine Anstellung die Sie grundsätzlich von Montag bis Freitag beansprucht. Es erwartet Sie eine Zukunft, die Sie aktiv mitgestalten können. Alles Weitere würden wir gerne persönlich mit Ihnen besprechen. **Géraldine McLellan** freut sich auf Ihren Anruf: **01 225 40 30** oder ein e-mail geraldine.mclellan@kellyservices.ch

Service, Buffet, Küche Verschiedenste Restaurants und Tagesbetriebe suchen konstant Unterstützung. Feststellen, Teilzeitstellen und temporäre Anstellungen ab sofort.

Arbeitsort: Zürich und Umgebung

Angebot: Faire Löhne, verschiedenste Arbeitszeiten und zum Teil auch Personalzimmer. **Victoria Castangia** informiert gerne telefonisch. **01 225 40 30**, victoria.castangia@kellyservices.ch

Barfrau Frisches Bar- und Restaurantkonzept; American Bar mit karibischem Feel, spannende Events und Konzerte (Meine bevorzugte "Freitagsbar"), seit Jahren erfolgreich. Dem jungen Besitzer gehen die Ideen nie aus, er packt immer mit an und hat immer ein offenes Ohr für sein Team.

Aufgabe: Was fehlt, ist die attraktive Lady mit Power, um selbstständig und humorvoll die Bar zu schmeissen. "Unabhängige" Transportmöglichkeit ist eine Voraussetzung da die Blockarbeitszeiten sich nicht nach den Fahrplänen der VBZ richten.

Arbeitsort: Stadtgrenze Zürich

Angebot: Die Anstellungsbedingungen sind sehr attraktiv. Der Chef lässt mit sich reden; möglich ist auch eine 60 % Anstellung (inkl. Wochenende). Sind Sie neugierig? Nehmen Sie mit mir in der von Ihnen gewünschten Form Kontakt auf. **Victoria Castangia**, **01 225 40 30** oder e-mail: victoria.castangia@kellyservices.ch

Geschäftsführerassistent/in Ein führendes Gastronomieunternehmen hat uns beauftragt, für zwei hochfrequentierte Restaurants, mit ihren ganz individuellen Charakteren, je ein kompetentes und dienstleistungsorientiertes Nachwuchstalent zu suchen.

Aufgabe: Sie überzeugen durch Ihre gewinnende Art, können auf Menschen zugehen und arbeiten gerne im Team. Sie haben eine Hotelfachschule oder eine entsprechende Weiterbildung abgeschlossen und verfügen über erste Führungserfahrungen. Es ist Ihre Hauptaufgabe, zusammen mit Ihrem Team die Gäste zu verwöhnen. Administrative Tätigkeiten (Einsatzplanung, Tagesabrechnungen, Personal- und Bestellwesen) runden Ihre Aufgaben im "daily business" ab.

Arbeitsort: 1 x Luzern 1 x Zürich

Angebot: Hinter Ihnen steht eine gut strukturierte Organisation, welche Ihnen breite Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Sind Sie bereit für diese neue Herausforderung? **Géraldine McLellan** freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. **Kelly Catering**, Löwenstrasse 29, 8023 Zürich, **01 225 40 30**, geraldine.mclellan@kellyservices.ch

Chef de partie w/m Unsere Mandant ist ein prominentes Unternehmen mit unterschiedlichsten Anlassmöglichkeiten. Bankettküche und fine dining werden unter der Führung von einem innovativen und humorvollen Küchenchef ein spannendes Abenteuer.

Ihre Aufgabe: Erwartet wird eine berufbegeisterte Fachperson mit einigen Jahren Erfahrung in der Gastronomie. Kreatives Denken sowie Organisationstalent runden das ideale Profil ab.

Arbeitsort: Stadt Zürich

Angebot: Gearbeitet wird in einem unkomplizierten und motivierten Team. Schichtbetrieb. Der 13. Monatslohn steht Ihnen ab dem ersten Arbeitstag zu. Rufen Sie **Victoria Castangia** für weitere Informationen an. **01 225 40 30**

Springer Unsere Kundin ist ein Unternehmen der Gemeinschaftsgastronomie und führt verschiedene Personalrestaurants.

Ihre Aufgabe: Als gelernter Koch (zwischen 25 und 35 Jahre alt) verfügen Sie über das nötige Fachwissen, die Berufskollegen in den verschiedenen Betrieben bei deren Abwesenheit zu vertreten. Ein eigenes Fahrzeug ist erforderlich.

Arbeitsort: Region Bern/Biel

Angebot: Wir bieten Ihnen freie Abende und Wochenende, den 13. Monatslohn ab dem ersten Arbeitstag und 5 Wochen Ferien. **Judith Lanker** informiert Sie gerne über diese Position. **031 313 26 26**

Lehrabschluss Das Ende in Sicht? Schön! Wir haben verschiedenste Angebote: Von cool & trendy bis gutbürgerlich; von Stadt und Land bis Berg und See; Systemgastronomie oder Gourmettetapel; Neueröffnung oder bereits etabliert; temporär oder fix.

Arbeitsort: Ganze Schweiz

Angebot: Faire Löhne, moderne Sozialleistungen und vorbildliche Chefs erwarten Euch. **Victoria Castangia** informiert Euch gerne über die aktuellsten Jobs unter der folgenden Telefonnummer: **01 225 40 30**, oder via e-mail: victoria.castangia@kellyservices.ch

KELLY MEHR ALS EIN JOB! Get online: www.kellyservices.ch 0800 109 109

CATERING

Löwenstrasse 29
8023 Zürich-City
Tel. 01 225 40 30

Schaffhauerstrasse 358
8050 Zürich-Ortikon
Tel. 01 319 66 69

Marktgasse 6/8
3011 Bern
Tel. 031 313 26 26

Rue du Simplon 48
1800 Vevey
Tel. 021 925 40 60

Place Cornavin 10
1211 Genéve
Tel. 022 906 92 92

DOMINO GASTRO

Planen Sie frühzeitig
Wir helfen Ihnen gerne dabei

Service (m/w)

Wenn Sie Freude am Umgang mit Menschen haben, etwas Erfahrung und gute Fachkenntnisse mitbringen, eine unkomplizierte Person sind und mit Ihrem Kleinen Team an einem Strick ziehen möchten dann sind Sie die richtige Person. Es erwartet Sie eine klassische Bar mit modernen Einflüssen im Zentrum von Zürich mit geregelten Arbeitszeiten.

Barmitarbeiter (w/m)

Gehobene Tendenzgastronomie mit exklusiver Bar im absoluten In-Quartier von Zürich sucht Sie! Aufgestellt, charmant und pfiflig! Sie servieren den Moët & Chandon genau so gekostet wie den Sex on the Beach und empfehlen dazu das passende Happchen. Ein junges Bar-Team wartet auf Sie.

Chef de Service (w/m)

Wir suchen einen routinierten Serviceprofi mit Führungserfahrung, der mit Charme und Durchsetzungsvermögen sein Team leitet und jeden Tag wieder aufs Neue motiviert. Die Arbeit an der Front und der tägliche Kontakt mit den Gästen bereitet Ihnen Vergnügen. Wenn Sie jung, dynamisch, gepflegt und verlässlich sind, dann sind Sie genau die richtige Person für dieses traditionelle Restaurant mitten in der Stadt Zürich.

Betriebsassistentin (w)

Sie lieben und schätzen die Front und genießen den Kontakt zu den Gästen in vollen Zügen. Eifer, Einsatzfreude und Flexibilität zählen zu Ihren Stärken. Ein gute Chance für den Einstieg in die Kaderwelt. Trendiger Restaurationsbetrieb in der City von Zürich.

Kongressleiter (w/m)

Als Kongressleiter sind Sie verantwortlich für die Akquisition von Neukunden, Absprache jedes Anlasses, Betreuung jedes einzelnen Kunden sowie diverse administrative Arbeiten. Sie verfügen über eine abgeschlossene Hotelfachschule und mehrere Jahre Erfahrung in ähnlicher Kaderposition. Es erwartet Sie ein grosser, einmaliger Restaurantbetrieb ausserhalb von Zürich mit einem Top-Speiserestaurant, Sommerterrasse, Bankettmöglichkeiten und einem Kongresszentrum.

Jungkoch / Chef de partie (m/w)

Für einen Trendbetrieb am Rande des Zentrums von Zürich suchen wir junge Köchchen, die mit Passion und Freude für das leibliche Wohl der Gäste sorgen. Sie bringen mit Ihrem Ideenreichtum und Ihrer Phantasie Kreativität auf den Teller. Voraussetzung sind einerseits, dass Sie die Kochlehre erfolgreich abgeschlossen haben, andererseits dass unregelmässige Arbeitszeiten kein Problem für Sie sind.

Küchenchef (Tagesdienst, MO – FR)

Grosser Restaurationsbetrieb in der Gemeinschaftsgastronomie sucht einen engagierten und qualitätsbewussten Küchenchef, der sich sowohl in der Bankettküche als auch in der à la carte-Küche auf hohem Niveau behaupten kann. Ausserdem verfügen Sie über ein ausgeprägtes Organisationsinstinkt und einen fairen Führungsstil. Sie bringen die nötige Erfahrung mit und haben sich zum gastronomisch weitergebildet und den Lehrmeistertests absolviert. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

01-432 73 73

DOMINO GASTRO, Segnesstr. 1, 8048 Zürich,
E-Mail: reng@dgjobs.ch / www.dgjobs.ch

156179/27168

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 Auffassungsgabe und Ihre Muttersprache ist Deutsch oder Französisch. Sie sind motiviert. 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

Outback Lodge

Unsere Küchenteam braucht Verstärkung!

Für unser einzigartiges australisches Restaurant in Zürich beim Bahnhof Stadelhofen suchen wir nach Vereinbarung eine/n topmotivierte/n Koch/Köchin (mit Abschluss) als

Sous Chef

Du liebst die Erlebnisgastronomie, arbeitest gerne im Team, Qualität und aussergewöhnliche Präsentation der Speisen, Hygiene und Sauberkeit sind für dich eine Selbstverständlichkeit. Ausserdem bist du interessiert, Neues zu lernen und Gelerntes umzusetzen. Dann bist du vielleicht unser Mann/unsere Frau. Idealerweise: 25–35 Jahre.

Für mehr Infos zu deinem neuen Job ruf doch einfach an oder sende deine Bewerbungsunterlagen an

Outback Company AG, Anita Wiesner, Industriest. 42, 8117 Fällanden, Tel. 01 826 02 30

156164/383407



OPTIONS Materialvermietung für Events, Dekoration

Die Gruppe OPTIONS ist Marktleader in Materialvermietung für Events. OPTIONS zeichnet für ein hohes Mass an Qualität, erstklassige Dienstleistungen und Innovation.

Für unsere Niederlassung in Zürich-Schlieren suchen wir per 1. Juni 2003 oder nach Vereinbarung einen jungen Mitarbeiter (25–30) für

Beratung und Verkauf

In dieser anspruchsvollen Tätigkeit beraten und betreuen Sie unsere Kunden bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen in den Bereichen Logistik, Mobilizer, Table Top und Dekoration. Die aktive Akquisition von potentiellen Kunden sowie die Planung von Verkaufsaktivitäten gehören ebenfalls zu Ihrem Aufgabenbereich.

Wenn Sie über Kreativität, Berufserfahrung (F&B) im Hotel- oder Gastgewerbe, Verkauf, D und F, Organisation von Veranstaltungen und Events, Word- und Excel-Kenntnis verfügen, haben Sie die besten Chancen in unser Beratungs- und Verkaufsteam aufgenommen zu werden.

Karl Studhalter und sein Team freuen sich auf Ihre handschriftliche Bewerbung mit CV!

OPTIONS (Suisse) SA
Ilfangstrasse 6 – 8952 Schlieren ZH
Telefon +41 1 738 20 30
Fax +41 1 738 20 39 –
options.zurich@options.net
www.options.net

156218/19656

Hotel ★★★★★ Restaurant

Krebs Interlaken

Für lange Sommersaison (ab Mai 2003) suchen wir noch folgende Mitarbeiter/innen:

GADEMANGER/PATISSIER (M/W)

Schriftliche Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen inkl. Passfoto bitte an

Peter Koschak, Dir.
Hotel Krebs
CH-3800 Interlaken

156142/16403

Ab Mai 2003 suchen wir eine

Bardame

Jahresstelle (60–80%)

Sie führen selbständig eine kleine, persönliche Bar im Zürcher Unterland. Sie sind routiniert und motiviert, im Idealfall ab 30 Jahren.

Lernen Sie uns näher kennen! Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Angebote unter Chiffre 155632 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

BEREST AG

Beratung Restaurationsbetriebe
Treuhand

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für Gastronomiebetriebe in der gesamten Schweiz.
Per 1. Juli 2003 suchen wir eine/n junge/n motivierte/n

kfm. Mitarbeiter/in

der/die bereits erste Erfahrungen bei allgemeinen Sekretariatsaufgaben sammeln konnte und Kenntnisse in der Buchhaltung mitbringt. In dieser Position helfen Sie mit, unsere verschiedenen Gastronomie- und Hotelbetriebe administrativ zu unterstützen. Gute PC-Kenntnisse sind für diese Position ausserdem erforderlich.

Für diese vielseitige Aufgabe erwarten wir Eigenverantwortung und Engagement. Gerne informieren wir Sie über alles Weitere zu dieser Position persönlich.

Barbara Kochendörfer
www.berest.com
b.kochendoerfer@berest.com

Gartenstrasse 120, 4002 Basel
Telefon 061 228 95 95
Fax 061 228 95 99



Wir, ein junges, innovatives und äusserst ambitioniertes Gastgeber-Team, suchen für unseren dynamischen und zielstrebigem Betrieb per 1. Juni 2003 eine/n top motivierte/n

Servicefachmitarbeiter/in

Für diese Position stellen wir uns eine kontaktfreudige und teamfähige Persönlichkeit vor, die die Kunst des Servierens und die Rolle des Gastgebers im Herzen trägt.

Wir bieten Ihnen ein fachorientiertes und exklusives Arbeitsumfeld sowie eine luxuriöse 5-Tage-Woche, 5 Wochen Ferien und vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten.

Auf Ihre schriftliche oder persönliche Bewerbung freut sich

Tina Soltermann
Gasthof zum Bären
Alle Winterthurstrasse 45
8309 Nürensdorf
01 838 36 36



CHALET-HOTEL 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

sowie

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

156094/14273



Altersheim der Gemeinde Horgen

Unser Heim mit Platz für ca. 75 Gäste, an schönster Aussichtslage mit Blick auf den Zürichsee, bietet Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz.

Macht es Ihnen Freude, Gäste zu verwöhnen? Möchten Sie unser Hauswirtschaftsteam kompetent ergänzen? Suchen Sie eine neue Herausforderung? Mit Ihrem Fachwissen sowie Ihrem freundlichen Umgang mit Menschen sind Sie bei uns herzlich willkommen.

Wir suchen per 1. 8. 03 oder nach Vereinbarung eine ausgebildete und versierte

Hotelfachassistentin

(Arbeitspensum 100%)

zur Mitarbeit und Mitverantwortung in der Lingerie, Reinigung der BewohnerInnenzimmer, Cafeteria-/Serviceleistungen sowie Mithilfe bei Spezialanlässen.

Es erwartet Sie:

- ein junges, motiviertes und kompetentes Team, das sich auf Sie freut
- eine abwechslungsreiche Arbeitsstelle mit attraktiven Arbeitsbedingungen
- geregelte Arbeitszeit (jedes zweite Wochenende frei)
- ein gutes Gehalt, das den Anforderungen entspricht
- auf Wunsch Zimmer im Haus

Wenn Sie noch mehr wissen möchten, zögern Sie nicht, rufen Sie Frau Nicole Schmid, Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin, oder Herrn Robert Zwahlen, Heimleiter, an (Tel. 01 718 11 00).

Über Ihre schriftliche Bewerbung würden wir uns sehr freuen. Richten Sie diese bitte an die Heimleitung, Altersheim der Gemeinde Horgen, Tödisstrasse 20, 8810 Horgen. E-Mail: robert.zwahlen@horgen.ch

156122/202452

Wir sind ein kreativer Betrieb in der Region Flughafen Zürich. Unser Leitbild ist, einheimische Produkte und Weine der heutigen vielfältigen, modernen Schweiz dem Gast zu präsentieren. Neu: mit 13 Gault-Millau-Punkten

Lieben Sie eine neue Herausforderung? Dann sind Sie sicher unser/e neue/r

Servicefachangestellte/r

- Sie bringen mit:
- gute Serviceerfahrung
- ein freundliches Lächeln
- Pünktlichkeit und Teamfähigkeit
- Stellenantritt per Mitte Juni 2003

Bewerbungen an:
Gabriele Eggenberger
Gasthaus Blauer Fasan
8172 Niederglatt
01 850 37 19



GASTHAUS BLAUER FASAN
FAMILIE EGGENBERGER
KAISERSTUHLSTRASSE 54
8172 NIEDERGLATT

TELEFON 01 / 850 37 19

BLAUER FASAN

156166/385446

LSG Sky Chefs

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 multi-kulturellen Belegschaft suchen wir Verstärkung. Als

Koch/Tournant

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 Menurepräsentationen 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 international 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
Hofwiesenstrasse 48, 8153 Rümlang
manuela.mahnig@lsgzrh.com
Tel. Nr. ++41-1-818 75 34

156124/417490

EXPRESS-Stellenvermittlung

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Eine Dienstleistung von

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

Table with 8 columns (1-8) listing job openings in the kitchen sector, including positions like Küchchef, Commis de cuisine, and various kitchen staff roles with their respective qualifications and locations.

Service / Service

Table with 8 columns (1-8) listing job openings in the service sector, including positions like Kellner, Bardame, and various service staff roles.

Hauswirtschaft / Ménage

Table with 8 columns (1-8) listing job openings in the household sector, including positions like Gouvernante, Zimmerfrau, and various domestic staff roles.

Administration / Administration

Table with 8 columns (1-8) listing job openings in the administration sector, including positions like Aide du patron, Receptionist, and various administrative roles.

- 1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
3 Alter - Age
4 Nationalität - Nationalité
5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Application form with fields for: Gewünschte Stelle / Emploi souhaité, Eintrittsdatum / Date d'entrée, Arbeitsbewilligung / Permis de travail, Jahresstelle / Place à l'année, Saisonstelle / saison, Art des Betriebes / Type d'établissement, Bevorzugte Region / Région souhaitée, Name / Nom, Vorname / Prénom, Strasse / Rue, PLZ/Ort: / NPA/Lieu, Geburtsdatum / Date de naissance, Nationalität / Nationalité, Telefon privat / No de téléphone privé, Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel, Bemerkungen / Remarques, Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques, Deutsch/ Allemand, Französisch / Français, Italienisch / Italien, Englisch / Anglais, Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois, Betrieb / Etablissement, Ort / Lieu, Funktion / Fonction, Dauer (von/bis) / Durée(de/à).

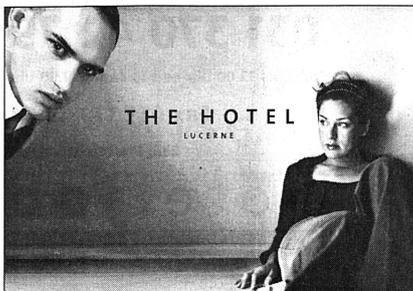
Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

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

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an: Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:

hotellerieuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotellerieuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



THE HOTEL
LUCERNE

Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Welcome to THE HOTEL. Das vom französischen Stararchitekten Jean Nouvel erbaute Deluxe Boutique Hotel setzt neue Massstäbe in der Hotellerie: 25 atemberaubende Zimmer und Suiten, Restaurant BAM BOU (14 Punkte Gault Millau) mit euroasiatischer Küche und Loungebar.

Wir suchen für dieses aussergewöhnliche Hotelierlebnis aussergewöhnliche MitarbeiterInnen:

Chef de partie

Unser amerikanischer Küchenchef Andrew kocht nach französischer Tradition und benutzt die Vielfalt der asiatischen Gewürze für seine unerwartete Fusion Cuisine. Er sucht junge Berufsleute, die hohe Anforderungen an sich selbst und an ihren Beruf stellen.

Melden Sie sich bei Urs Langenegger oder senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto (Tel. 041 226 86 86 / ulangenegger@the-hotel.ch).

THE HOTEL, Sempacherstrasse 14, CH-6002 Luzern
www.the-hotel.ch

153519/142643



life & business in Luzern

Das ****Individual- und Seminarhotel in Luzern
92 Zimmer, Tagungs- und Banketräume für bis zu 260 Gäste.
Ristoranti Locanda Ticinese – Bellini – Giardino

Für unser dynamisches Küchenteam suchen wir nach Vereinbarung qualifizierten und motivierten

Chef de partie m/w

Wir kochen im à la carte und Bankett Bereich marktfrisch, leicht und kreativ nach der Italienischen Küche. Beste Umgebung, sich beruflich weiter zu entfalten. Jahresstelle.

Für unser Ristorante BELLINI suchen wir

Servicefach-MitarbeiterInnen

mit Erfahrung und Freude am Verkauf unserer feinen Gerichte und Weine. Deutsche Muttersprache oder sehr gute Deutschkenntnisse. Jahresstelle.

Wir freuen uns auf Ihre telefonische oder schriftliche Kontaktaufnahme. Ihre Unterlagen schicken Sie bitte an

Hotel Continental-Park, Gabriele Pedrazzetti (Hr.) und Patrik Bucher, Murbacherstr.4, 6002 Luzern Tel. 041/228 90 50
www.continental.ch/hotel@continental.ch

156213/2167



People on the move.

Sind Sie Gastgeber/-in aus Überzeugung?

Für unser neues à la carte Restaurant «Italian» (ca. 120 Sitzplätze) an einmaliger Lage am Flughafen Zürich suchen wir per Mitte Juni 2003 SIE als

Chef de partie/ Junior Sous Chef

Bereitet es Ihnen Freude, unsere Gäste auf eine kulinarische Reise durch Italien mitzunehmen? Sind Sie ein gelernter Koch und haben mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Chef de partie? Möchten Sie mit Ihrer begeisterungsfähigen und professionellen Art unser Küchenteam unterstützen?

Sind Sie bereit, mit Zimmerstunde zu arbeiten? Ein spannendes Arbeitsumfeld und motivierte Arbeitskolleginnen und -kollegen erwarten Sie. Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an Frau Beatrice Schweighauser, Autogrill Schweiz AG, Postfach 2136, 8058 Zürich-Flughafen. Oder rufen Sie uns an: Telefon 043 816 60 34.

Bei Autogrill Schweiz sind täglich über 1800 Kolleginnen und Kollegen im Einsatz. Gemeinsam, stark und erfolgreich. Autogrill – Das Beste für Menschen unterwegs. www.autogrill.ch



Für unser lebhaftes X-TRA-Restaurant/Bar/Lounge mit grosser Gartenterrasse im Trendzentrum von Zürich suchen wir nach Vereinbarung per Juni/Juli 2003

Chef de partie oder Jungkoch (w/m)

zur Unterstützung unseres jungen und motivierten Küchen-Teams im Tagesgeschäft (Mittag- und Abendservice) und an Catering-Events bei uns im Haus. Sie arbeiten gerne selbstständig, haben eine abgeschlossene Kochausbildung, bereits Erfahrung gesammelt und scheuen sich nicht davor, eigene Ideen einzubringen. Sie sind Schweizer oder besitzen eine B- oder C-Bewilligung.

Des Weiteren suchen wir per 1. Juni 2003 oder nach Vereinbarung einen

Service-/Barmitarbeiter (w/m) 100%.

Sie haben Freude am Umgang mit unseren Gästen und an der Gastgeberrolle und bringen Erfahrung im Servicebereich mit. Wir bieten eine abwechslungsreiche Stelle (Mittag- und Abendservice) und eine angenehme Arbeitsatmosphäre in einem engagierten Team.

Interessiert? Bitte richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

X-TRA Production AG, Personalabteilung
Limmatstrasse 119, 8005 Zürich. 155936/419545



Oberhalb Pfäffikon SZ an schönster Aussichtslage

suchen wir per sofort:

aufgestellte, motivierte und erfahrene

Service- und BarmitarbeiterInnen 100%

sowie

Service-Aushilfen

Haben wir Ihr Interesse geweckt ??

dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

RISEWI Gastro AG

Etzelstr. 97

8808 Pfäffikon

Weitere Informationen unter

Tel. 01/325.27.72

Herr M. Degiacomi

Restaurant Alpstubi 6375 Klewenalp Innerschweiz

Wir suchen für Sommersaison,
ca. 15. Juni 2003

1-Service m. o. w.

eventuell Kurzaufenthalter
für ca. 4 Monate

Koch oder Hilfskoch

Bitte schriftlich melden:

E. Amstad, Restaurant Alpstubi

6375 Klewenalp Kt. Nidwalden

Telefon 041 620 31 44

155414/1789



Zur Wiedereröffnung

suchen wir per sofort:

aufgestellte und motivierte

Hilfsküche 100%

Mit fundierten Kenntnissen der italienischen Küche

Service- und BarmitarbeiterInnen 100%

Vinothek – Kenntnisse von Vortell

Office- & Reinigungskräfte 100%

Haben wir Ihr Interesse geweckt ??

dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen

Bewerbungsunterlagen mit Foto.

RISEWI Gastro AG

Etzelstr. 97

8808 Pfäffikon

Weitere Informationen unter

Tel. 01/325.27.72

Herr M. Degiacomi



Hotel Chalet Swiss Interlaken-Unterseen
... möchten Sie an einem der schönsten Orte
in der Schweiz arbeiten? Bei uns ist eine
Stelle frei als

Réceptionistin

60-80% Ganzjahresstelle

Haben Sie:

- Erfahrung im Tourismus
- Gute Englischkenntnisse
- Freude im Umgang mit Gästen aus aller Welt

Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Marianne Zbinden

HOTEL CHALET SWISS

Seestrasse 22

3800 Interlaken-Unterseen

Tel. 033 826 78 78

156192/35130

Gesucht sportlicher, naturverbundener

COMMIS/JUNGCOCHE

in Gourmet Knospfen-Küche, hauptsächlich vegetarisch. Haben Sie Lust, in ideenreicher, frischer, fröhlicher Küche mitzuwirken und im Einklang mit der Natur zu kochen? Dann sind Sie die richtige Stütze in unserer Küche. Die Stelle ist frei ab ca. Mitte Juni bis November.

Fühlen Sie sich angesprochen, wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung.

Hotel Sass da Grün

«Unique»

6575 San Nazzaro

091 785 21 71

www.sassdagruem.ch



156191/359238

Gesucht per sofort für 4 Monate fröhliche/r, aufgestellte/r

Koch / Köchin

in modernes Berggasthaus in der Ostschweiz.

Gasthaus Richisau

8750 Klönthal

Telefon 055 640 10 85

156207/273821

Restaurant in Zürich

Wir suchen einen

Koch

für spanisch-italienische Küche

per sofort oder nach Vereinbarung

Tel. 01 461 22 15, Frau Dos Santos

156159/128333

Sie brauchen nur ein Telefon! Für unsere 0901er- und 0906er-Linien suchen wir clevere, gut gelaunte

Unterhalterinnen

welche gerne telefonieren. Flexible Arbeitszeiten, ganze Schweiz, SUPERVERDIENST!

Interesse? Rufen Sie einfach an, wir informieren Sie gerne ganz unverbindlich. 0878 60 60 60

155941/424560

Restaurant Brauerei

Langgasse 41, 6340 Baar

Tel. 041 761 15 85

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

freundliche Serviertochter

und

erfahrenen Koch

(beides Jahresstellen).

Wenn Sie Freude an Ihrem Beruf haben und in stressigen Situationen ruhig bleiben können, rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Unterlagen. Wir freuen uns schon Sie kennen zu lernen!

384090/156202



etlich besser

Wir sind ein gesamtschweizerisch führendes Unternehmen in der Lebensmittelbranche und suchen für die Niederlassung Emmen per sofort oder nach Vereinbarung einen motivierten selbständigen

Verkaufschaffeur

Das Aufgabengebiet umfasst die Lieferung sowie den Verkauf unserer Produkte an unsere Kunden. Zu Ihrem Kundenkreis gehören das Hotel- und Gastgewerbe sowie der Detailhandel.

Um unser bestehendes Team tatkräftig zu unterstützen, bringen Sie idealerweise folgende Voraussetzungen mit:

- Ausbildung als Koch, Metzger oder Bäcker
- Verkaufserfahrung
- Freude am Umgang mit Menschen
- gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- Führerausweis der Kat. B

Es erwartet Sie eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem jungen dynamischen Team.

Herr Dominik Jost, Niederlassungsleiter, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Lüchinger + Schmid AG

Dominik Jost

Hasling 9, 6032 Emmen

Telefon 041 260 57 57

156143/389200



Alte Winterthurerstrasse 16

8304 Wallisellen-Zürich

Telefon +41 1 839 55 55

Fax +41 1 839 55 65

E-Mail: info@belair-hotel.ch

www.belair-hotel.ch

Wir sind ein modernes ***Stern plus Businesshotel mit 47 Zimmern, Restauration, Bankett- und Seminarräumlichkeiten.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort eine aufgestellte

Réceptionistin

Sie verfügen über Berufserfahrung an der Réception, evtl. Hotelfachschule, sprechen D/E/F und besitzen gute PC- Kenntnisse.

Wir bieten Ihnen eine vielseitige, ausbaufähige und verantwortungsvolle Tätigkeit mit allen Kompetenzen in einem kleinen Team.

Senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an.

P. K. Jörg, Inhaber, Tel. +41 1 839 55 55

156148/37141

Sonne, Erde, Luft und Wasser – Gastfreundschaft in natürlicher, lebendiger Atmosphäre pflegen wir. Im Speiserestaurant, im Garten am See, im Hotel, in der Seerestaurant und im Saal.

Chef de Service

Sie sind warmherzig und mit grosser Freude GastgeberIn. Sie haben ein Gespür für Stimmungen und Menschen. Sie verstehen Ihr Handwerk und wissen, 4 bis 8 MitarbeiterInnen verantwortungsbewusst zu führen und unsere Gäste zu begeistern.

Ein wunderschöner Ort, eine anspruchsvolle Aufgabe, ein junges Team und Unterstützung erwarten Sie. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Caesar Huber

Hotel Restaurant Schiff

8808 Pfäffikon SZ

Telefon 055/416 17 18

156194/74780

htr

Vom Koch bis zur Gouvernante.

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

CADUFF'S WINE LOFT ZÜRICH

In unser Restaurant mit 14 Gault-Millau-Punkten suchen wir in unser Küchenteam per 1. August 2003 oder nach Vereinbarung mitreisende, motivierte und innovative «Lofter/innen» als

Stv. Küchenchef Chef de partie Commis de cuisine

Möchtest Du die einmalige Atmosphäre der «Loft» als Mitarbeiter erleben? Hast Du Erfahrung und Freude an Deinem Beruf? Sende noch heute Deine Unterlagen! Wir freuen uns, Dich kennenzulernen.

Caduff's Wine Loft und Team, Beat Caduff

Kanzleistrasse 126, 8004 Zürich

Telefon 01 240 22 55

E-Mail: Caduff@wineloft.ch

www.wineloft.ch

124013/95570

EDEN-LAC
Montreux

11, rue du Théâtre
CH-1820 Montreux
Tél. 021 966 0 800
Fax 021 966 0 900
E-mail: eden@montreux.ch

105 chambres, 10 salles de séminaires, 3 restaurants, bar, Wellness Center
cherche pour entrée immédiate

Chef de partie entremétier
Nous nous réjouissons de recevoir votre dossier complet avec photo adressé à :

Hôtel Eden au Lac
A l'att. des ressources humaines
11, rue du Théâtre
1820 Montreux
Tel. 021 / 966 08 00

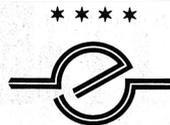
cdm
Hôtels et Restaurants

1502162306

Tout sur la bière et les brasseurs d'affaires.

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

htr



Nous cherchons

Un portier de nuit Une femme de chambre

Notre hôtel de 42 chambres et différentes salles de restaurant de 20 à 300 places accueille surtout des clients d'affaires et de séminaires, des mariages et des sociétés.

Nous sommes une équipe jeune et dynamique et nous offrons des horaires agréables. Possibilités de logement sur place.

GRAND HÔTEL DES ENDROITS
Famille J.-P. Vogt-Dürri
2300 La Chaux-de-Fonds
Tél. 032 9 250 250

156150/96764

SVIZZERA ITALIANA

WELLNESSHOTEL
KURHAUS
CADMARIO

aperto tutto l'anno a 12 km da Lugano
cerca dal 1.7.03 o data da convenire

Segretaria/o d'albergo

Si richiede:

- ottima conoscenza del tedesco (ev. madrelingua)
- alcuni anni d'esperienza in analoga posizione
- conoscenze del marketing e tecniche di vendita
- personalità dinamica e socievole
- capacità nel collaborare in un team
- ottime conoscenze PC (Fidelio e Windows)

Si offre:

- ambiente giovane e dinamico
- possibilità di avanzamento professionale
- luogo immerso nella natura
- salario commisurato alle capacità

Si prega di inviare Curriculum Vitae, foto e certificati usuali alla Direzione presso

WellnessHotel Kurhaus Cademario
6936 Cademario
tel. 091 610 51 1
www.swisswellnesshotel.com

156205/6629

SERPIANO

Renommieries 3*** Ferien- und Wellness-Resort im Tessin, der Sonnestube der Schweiz, mit einem der grössten Angebote an Beauty und Wellness sucht ab sofort bis November 2003 oder nach Vereinbarung

fachlich kompetente Kosmetikerin

Wenn Sie Freude am Umgang mit Gästen haben, belastbar sind und die italienische Sprache lernen oder auffrischen wollen, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an

Hotel Serpiano - 6867 Serpiano
091/866 20 00 www.serpiano.ch

CLUB HOTEL TIRRENO
(642 Betten)
in Sardinien / Italien

Für unser Club Hotel in Sardinien suchen wir per sofort

PIZZAIOLO

Interessenten melden sich per Telefon oder Fax bei Küchenchef Maurizio Panicci

Club Hotel Tirreno, Loc. Cala Liberotto
08028 Orosei (NU)
Sardinien / Italien
Tel. 0039 0784 9900, Fax 0039 0784 91132

15018840/407

TRESA BAY HOTEL
HOSPITALITY TRADITION SINCE 1976

Per il nostro albergo appena rinnovato ed ampliato con 80 posti letto, un centro seminariale, un'Oasi Wellness, Bar e Ristorante con una stupenda terrazza panoramica al lago (160 posti), cerchiamo

1 Segretaria/Ricezionista
con buone conoscenze di FIDELIO-FO e MS-Office, competente e responsabile, motivata e precisa, lingue D,I,F,E, per un impiego annuale al 100% con inizio da subito o data d.c.

1 Tournant/Night-Portier
motivato e responsabile per un lavoro variato ed indipendente ev. conoscenze minime PC, lingue D,I, (+E,F) per un impiego annuale al 100% con inizio da subito o data d.c.

Le offriamo un posto di lavoro interessante e creativo in un ambiente moderno, con un team giovane e motivato, in una struttura di qualità a gestione familiare, al Lago di Lugano, a pochi passi dall'Italia. Attendiamo volentieri la sua candidatura con foto.

Tresa Bay Hotel
Famiglia Iseli
Via Lugano 18
CH-6988 Ponte Tresa (Malcantone / Ticino)

Tel: 091 / 611 2700
Fax: 091 / 611 2709
Iseli@tresabay.ch
www.tresabay.ch

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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

Vom Genfersee bis zum Bodensee.



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



JAHRESSTELLEN

Aide du Patron ital. Restaurant am Zürichsee sofort
Maitre d'hôtel Erstklasshotel im Berner Oberland Jun 03
Küchenchef ital. Spezialitätenrestaurant Bern n. V.
Chef de partie div. Betriebe Stadt Bern n. V.
Pizzaiolo ital. Restaurant zwischen Bern und Murten sofort
Sous-Chef Kongresszentrum Nähe Zürich sofort
Chef de partie gehobene Gastronomie BeO und Murten n. V.
Koch/Köchin Restaurant/Pizzeria Chur sofort
Commis de cuisine 4*-Hotel Kt AG, exquise Küche Winterthur, gutbürgerliche Küche Stadt Bern n. V.

SOMMERSAISONSTELLEN

Zimmermädchen Familienhotel Raum Biel sofort
Chef pâtissier/ère Luxushotel Zermatt Jun 03
Chef de partie 3*-5*-Betriebe Davos, Montana, Zermatt, Region Biel n. V./Jun 03
Commis de cuisine 3*-Hotel Nähe Flims/Laax Jun 03
Pâtissier/ère elegantes Berghotel Zermatt Jun 03
Barmitarbeiter/in Hotelbar Raum Flims Jun 03
Servicefachangestellte/r 3*-5*-Betriebe Klosters, Raum Biel, Riederalp/VS, Nähe Flims/Laax, Zermatt Mai/Jun 03

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
 Frau Annelies Kranz gibt Ihnen gerne weitere Auskunft.

Weitere interessante Stellen auf www.gastrohelp.net

Bahnhofplatz 10
 8853 Lachen

Tel. 055 462 35 25
 Fax 055 462 35 27
www.gastrohelp.net
 info@gastrohelp.net

156187/411927



In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich 01 432 73 73
 Basel 061 261 56 50
 Luzern, Zug, SZ 055 415 52 84
 Bern, Solothurn 055 415 52 84
 St. Gallen, Bodensee 055 415 52 83
 Zürichsee, Rapperswil 055 415 52 84
 Aargau, Baden 055 415 52 84
 Graubünden, Davos 055 415 52 83
 Engadin, St. Moritz 055 415 52 83
 Interlaken, BE-Oberl. 033 823 32 32
 Wallis, Zermatt 027 945 17 45
 Romandie, Lausanne 027 945 17 45

www.dominogastro.ch
 personal@dominogastro.ch



Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für qualifiziertes **Hotelpersonal**.
 Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia
 A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
 134930/401646



Personal-Vermittlungen

Tel. 081 382 21 57 / 079 415 11 33, Fax 081382 21 56
 Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison und Jahresstellen
www.gastro.ch



www.luzern-hotels.ch

Der Online-Stellenmarkt der Luzerner Hotellerie

LUZERN HOTELS

DOMINO GASTRO

Ich empfehle Ihnen sofort, das Personal auf die Umsatzgrösse zu reduzieren – mit uns!

Tel. 055 415 52 80

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

Wir bieten Ihnen mehr als einen 0815 Lebenslauf, der schwarz auf weiss immer im selben Format daher kommt. Wir kreieren für sie moderne Bewerbungsunterlagen mit raffinierten Texten und dezenten Grafiken, mit denen Sie Ihrem zukünftigen Arbeitgeber sofort ins Auge stechen.

Bewerben Sie sich professionell
 Mit erstklassigen Bewerbungsunterlagen haben Sie garantiert bessere Chancen den Job zubekommen
 Für mehr Informationen besuchen Sie unsere Homepage:
www.lebenslauf.ch.tt

156167/42474

STELLENGESUCHE

Suche Hotel-Teilzeitjob 50-100%.
 Region Stadt Zürich oder rechtes Zürichsee-Gebiet.
 Topausbildung. Réception, Banktätwesen, 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.**

Deutscher, versierter **Küchenchef, Alleinkoch** und Spanierin

Allrounderin

Küche, Zimmermädchen, Lingerie, suchen neuen Arbeitsplatz mit kleinem Appartement. Tel. 0049 71 415 66 52

156217/416522

Mit Begeisterung und Lebensfreude zum Erfolg.
 Dynamisches und innovatives

Direktionspaar

mit sehr guten Referenzen sucht in der Deutschschweiz einen mittelgrossen Hotel- und Restaurantbetrieb als Geschäftsführer und/oder Pächter.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf. Tel. 043 399 54 86 / 079 749 12 31

156181/442799

Dipl. Bewegungspädagogin BGB (D, F, E, I)

sucht **neue Herausforderung** in einem Hotel, Wellnesszentrum, Kurhotel.

Jetztiger Arbeitsbereich: Gymnastik allg., Seniorengym, Rückengym, Atmung, Entspannung, Yoga.

Ich freue mich auf Ihre Antwort: gyrmdanse@hotmail.com

156195/424831

Über Internet und nette Gäste.



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

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
 Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
 Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler, Andres Jakob

E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, matthias.beyeler@swiss-hotels.ch

Anzeigenart (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):
 - Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
 - Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
 - Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
 - Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
 - Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:	Nr. 21/2003	Nr. 22/2003	Nr. 23/2003	Nr. 24/2003
- Ausgabe	22. 5. 2003	28. 5. 2003	5. 6. 2003	12. 6. 2003
- Erscheint	19. 5., 12.00	23. 5., 12.00	2. 6., 12.00	6. 6., 12.00
- Anzeigenchluss	19. 5., 12.00	23. 5., 12.00	2. 6., 12.00	6. 6., 12.00
- Wiederholungen	19. 5., 12.00	23. 5., 12.00	2. 6., 12.00	6. 6., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen
 Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-begläubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.