

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 21

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>



ROLAND BÜCHEL / Der Direktor von Liechtenstein Tourismus über Gäste-einbussen, Klumpenrisiken und Dumpingpreise. SEITE 2



BRANCHENSITUATION / Mehr Schweizer Hotels als in den letzten Jahren werden bis an die Schwelle des Marktaustritts gedrückt. SEITE 5



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Keine leichte Aufgabe

CHRISTINE KÜNZLER

Der Schweizer Tourismus-Verband (STV) sorgt als Prüfstelle für Qualitäts-Gütesiegel dafür, dass alle Kriterien eingehalten werden. Das kann eine unangenehme Aufgabe sein, wie sich zum Beispiel im Fall des Gütesiegels «Familien willkommen» zeigt. Ist es beispielsweise auch okay, wenn das als Muss-Kriterium geforderte Spielzimmer im Hotel lediglich 17 Quadratmeter umfasst statt wie vorgeschrieben 20? Wenn die 17 Quadratmeter bei der Kontrollurin durchgehen, ist sie denn auch nachsichtig, wenn ein Familienort die – sowieso nie genutzte – Kinderbörse nicht mehr führt? Wann sperrt die Kontrollurin ihre Augen weit auf, wann drückt sie eins, wann drückt sie beide zu?

Qualitätskriterium versus gesunder Menschenverstand: eine heikle Gratwanderung, um die der STV nicht zu beneiden ist. Sicher, Prinzipienreiterei ist einfacher. Sie lässt sich klar belegen und schafft Argumente. Die Frage ist, wie sie sich auf die Qualität auswirkt. Hängt es vom 20 Quadratmeter grossen Spielzimmer ab, ob ein Ort familienfreundlich ist? Was, wenn ein Hotelier unter Druck gesetzt wird, ein Spielzimmer zu schaffen? Ob dieser Hotelier mit dem Ort dann noch am gleichen Strick zieht ...?

Keine leichte Aufgabe, die der STV da zu bewältigen hat.

Siehe Seite 9

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/8/9/11
Hotellerie	11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Marketing	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



2 1

9 771424 044000

EIBTM / Zum letzten Mal Weltmesse für Incentives, Business-Travel und Meetings in Genf: Schweizer Aussteller fordern gemeinsamen Effort zur Präsentation des eigenen USP – der Sicherheit. **KARL JOSEF VERDING**

Schweiz soll Sicherheit zeigen

Foto: Karl Josef Verding



VORERST DIE LETZTE GENFER EIBTM

Schweizer Aussteller stehen vor einem Richtungsentscheid: Die EIBTM verabschiedet sich heute von Genf für fünf Jahre in Richtung Barcelona. Dann wird sie neu ausgeschrieben. In Frankfurt wurde die Konkurrenzmesse IMEX lanciert.

KURZFRISTIGE MEETING-BUCHUNGEN

Was von der Krise zurückbleibt, dass sind – auch in diesem Segment des Tourismus – die kurzfristigen Buchungen. Das bedeutet hier: Kommerzielle Meetings und Seminare werden zurzeit gern drei bis vier Monate im Voraus gebucht. Diverse Veranstaltungen dieses Segments wurden wegen Krise und Krieg im Irak um einige Monate auf die zweite Hälfte dieses Jahres verschoben. Anders sieht es bei den Kongressen grosser internationaler Körperschaften aus. Sie werden auf längere Frist geplant. Hier gab und gibt es allenfalls Einschränkungen bei den Teilnehmerzahlen. Der Sektor des Business-Travel leidet unter der schwa-

chen Konjunktur und den personellen Einschränkungen in den Unternehmen, die den Spielraum und die Anzahl der Geschäftsreisen mindern. Annulationen von Incentive-Reisen waren bei den von der htr befragten Schweizer Ausstellern selten. Allerdings bevorzugten namentlich die US-amerikanischen Incentive-Operators während der Krisen-Unsicherheit das eigene Land.

IN BARCELONA ODER FRANKFURT AUSTELLEN?

Die EIBTM wechselt nach Barcelona und ändert ihren Termin: erstmals findet sie dort vom 30. November bis zum 2. Dezember 2004 statt. Sie soll jeweils im Zyklus von fünf Jahren neu für einen europäischen Veranstaltungsort ausgeschrieben werden. Es könnte auch wieder Genf sein.

Anfangs April dieses Jahres hat Ray Bloom, der Gründer der Genfer EIBTM, in Frankfurt am Main die Konkurrenzveranstaltung IMEX lanciert, die den traditionellen EIBTM-Termin besetzen wird: mit der nächsten Veranstaltung vom 12. bis 14. Mai 2004.

Heinz Moser, Managing Director des Basel Convention Bureaus und Vorstandsmitglied des Switzerland Convention & Incentive Bureaus (SCIB), sieht auf die Dauer keine Zukunft für zwei konkurrierende europäische Messen im MICE-Sektor (Meetings, Incentives, Congresses and Events). In der gleichen Richtung äusserten sich fast alle Schweizer Gesprächspartner der htr an dieser EIBTM. Laut Patricia Truffer, Product Managerin Meetings & Incentives des SCIB, ist aber noch kein definitiver Entscheid darüber gefallen, an welcher der beiden Messen – oder allen-

falls an beiden – das SCIB teilnehmen wird. Es trat an dieser letzten Genfer EIBTM wiederum mit einem grossen Schweizer Gemeinschaftsstand auf und hat im April mit seinem Auftritt auch die IMEX in Frankfurt getestet. Jetzt will das SCIB zusammen mit seinen Schweizer Partnern die Ergebnisse dieser EIBTM abwarten, um einen Entscheid vorzubereiten.

Das Luzerner Kultur- und Kongresszentrum KKL zum Beispiel wird gemäss seinem Leiter Kongresse, Daniel Buchmüller, an der IMEX in Frankfurt auftreten. Was die EIBTM in Barcelona betrifft, so sei noch kein definitiver Entscheid gefällt. Auf mittlere Frist erwartet Buchmüller, dass Frankfurt wegen der Kapazität und der Bandbreite der Direktflüge seines grossen internationalen Flughafen bei Ausstellern und Hosted Buyers das Rennen macht.

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

Micros Catering
Berchtold Catering, Basel

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

CHECK IN DATA

Miele
Wäscherei-Leasing
1,5%

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

Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

Schwob
GASTROTEXTIL

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

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

Black, sweet and beauty...

ILLYCAFE AG

8800 THALWIL, WIESENGRUNDSTR. 1
TEL. 01 723 10 20 FAX 01 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

htr IN KÜRZE

Sommergeschäft 2003 / Die Touristiker setzen zum Teil grosse Fragezeichen zur Sommersaison. Es sind neben dem spontanen Buchungsverhalten die nicht beeinflussbaren Faktoren, die ausgeprägt sind als in anderen Jahren. **Seite 4**

Alpenforum / Das Thema «Alpine Wellness» beschäftigt den Adelboden-Tourismus-Direktor Roland Huber vorab auf lokaler, aber auch auf nationaler und internationaler Ebene. Er ist der Initiator des ersten Alpenforums. **Seite 7**

Veloland Schweiz / Das Vorhaben «SchweizMobil integral» wird auf das «Basismodul HPM/OV/MobilCenter» redimensioniert. Auch einzelne Bereiche des «Basismoduls» werden aus finanziellen Gründen zurückgestutzt. **Seite 8**

Familienorte / Ab 2004 gibt es einen einheitlichen Auftritt für die Familienorte in der Schweiz. Die Kriterien für das Qualitätsgütesiegel «Familien willkommen» werden überarbeitet und die Schwächen ausgemerzt. **Seite 9**

Alain Ducasse / «Boulangerie», das jüngste Konzept des französischen Starkochs Alain Ducasse, ist eine Mischung aus Bäckerei, Feinkostgeschäft und Take-away-Outlet. In Anbetracht der Preise wurde «Be» wohl für gut verdienende Angestellte konzipiert. **Seite 13**

Beeren / In der Schweiz setzen die heutigen Beeren-Züchtungen den Geschmack an erste Stelle. Und der Beerenanbau wird professioneller. Viele Verbesserungen kommen der Qualität zugute. Bei den Schweizer Erdbeeren beginnt jetzt die Pflückzeit. **Seite 14**

Tessin / «Quattromani»: Die vier renommierten Tessiner Weinproduzenten Guido Brivio, Angelo Delea, Feliciano Gialdi und Claudio Tamborini kreierten gemeinsam einen Spitzenmerlot. Die Produktion umfasste 15 000 Flaschen und 444 Magnums. **Seite 15**

Allergien / Milben gibt es in jedem Haushalt – auch im Hotel. Jährlich steigt die Zahl jener, die auf Hausstaubmilben allergisch reagieren. Mit wenig Aufwand kann dem Milbenallergiker der Aufenthalt im Hotel angenehmer gemacht werden. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Drei-Seen-Land / Die Expo-Städte haben eine Vereinbarung «Konferenz vom 15. Mai» unterzeichnet. Sie wollen die im Rahmen der Expo im Drei-Seen-Land entstandenen Synergien und die Zusammenarbeit fördern. **CF Seite 1**

Camping / Die Campingbranche legt ungeachtet der Wirtschaftskrise, des teuren Schweizer Frankens und des schlechten Wetters Optimismus an den Tag. Angesagt sind Qualitätsverbesserungen und Innovationen. **CF Seite 2**

STM / Der Switzerland Travel Mart 2003 war noch professioneller als die vorangehenden Auflagen – trotz Absenz fernöstlicher Tour-Operators. Zum Knüpfen von Kontakten sollen ideale Voraussetzungen geherrscht haben. **CF Seite 3**

Waadtländer Hotellerie / Der Präsident der Waadtländer Hotellerie, Philippe Thuner, beleuchtete anlässlich der GV brandaktuelle Themen, wie der bevorstehende G-8-Gipfel, der der Waadtländer Hotellerie «nichts» bringe. **CF Seite 5**

FORUM

Naivität und Risikobereitschaft

HANSRUEDI MÜLLER*

Viktor Giacobbo brachte es am Ferientag in Zürich auf den Punkt: Eine genügend grosse Portion Naivität stehe am Anfang eines Innovationsprozesses. Hätte er alle Konsequenzen seines Theaterprojektes vorausgesehen – das Casino-Theater wäre nie zustande gekommen. Und die zweite zentrale Bemerkung machte er ganz am Schluss: «Innovationen bedingen eine hohe Risikobereitschaft!» Wenn es stimmt, dass vier von fünf Ideen nicht erfolgreich seien, dann müsse man auch bereit sein, vier von fünf Franken in den Sand zu setzen.



Die vielzitierte «Chance der Krise» trifft deshalb nicht zu, weil in ökonomisch angespannten Zeiten der Druck zu gross, die Geduld zu klein und die Risikobereitschaft zu gering ist.

Hoffen wir, dass Bundesrat Joseph Deiss dem letzten Votum von Viktor Giacobbo aufmerksam zuhörte. Eine hohe Bereitschaft zum Risiko würde nämlich heissen, dass der Bund über InnoTour nicht nur Projekte unterstützen sollte, die mit hoher Wahrscheinlichkeit erfolgreich umgesetzt werden können, sondern auch solche, bei denen der Ausgang ungewiss ist. Im Artikel sechs des soeben beschlossenen InnoTour-Beschlusses vorgesehene Evaluation müsste diese Risikobereitschaft auch honorieren. Und eigentlich müsste der ganze Artikel drei mit der Beschreibung der Voraussetzungen für förderungswürdige Innovationen relativiert werden: Vorhaben werden unterstützt, die «bei Gelingen» zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit beitragen, attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten sichern und Modellcharakter haben.

Die Zusammenarbeit mit Innovatoren ist zwar faszinierend, aber oft anstrengend, denn echte Innovatoren zeichnen sich – im Gegensatz zu Mainstream – durch folgende Merkmale aus: Sie sind ständig am Probieren und Experimentieren, sie zeigen Begeisterung für alles Neue, sie stehen fortlaufend im Wettbewerb für neue Ideen, sie werten neue Ideen sorgfältig aus und bereiten die Mitarbeitenden gezielt auf jede Neuerung vor. Auch wenn sich manche Erfolgsgeschichte hinterher so liest, als käme es nur auf die zündende Idee an und schon lief alles wie geschmiert, ist die Verwirklichung von Innovationsprojekten alles andere als ein Honiglecken.

* Professor an der Universität Bern und Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIT)

ROLAND BÜCHEL / Der Direktor von Liechtenstein Tourismus nimmt Stellung zu den massiven Gästeeinbussen im «Ländle» und erläutert künftige Strategien. INTERVIEW: ROBERT WILDI

«Es gibt brachliegendes Potenzial»

Herr Büchel, Liechtenstein musste 2002 einen Logiernächte-Einbruch von fast 10 Prozent hinnehmen. Warum dieser massive Rückgang?

Es gibt mehrere Gründe. Der Anteil von Geschäftstourismus im Verhältnis zum Gesamtanteil der Ankünfte und Logiernächte ist bei uns traditionell sehr hoch. Wenn die Weltwirtschaft Probleme hat, wirkt sich das entsprechend negativ auf die Ankünfte und Nächtigungen aus. Weitere Gründe für die rückläufigen Logiernächte im 2002 sind die vorsichtige Konsumentenstimmung und der starke Franken gegenüber dem Euro.

«Die Logiernächte von Schweizer Gästen haben um 3 Prozent zugenommen.»

Welche Quellmärkte sind besonders vom Rückgang betroffen?

Deutschland und die Schweiz sind mit zusammen rund 63 Prozent der Logiernächte unsere Hauptmärkte. Rückgänge verzeichneten die Beherbergungsbetriebe vor allem bei Gästen aus Deutschland, USA, Frankreich, Österreich und Grossbritannien. In der Parahotellerie sind die Übernachtungen von inländischen Gästen zurückgegangen. Grund dafür ist die kleinere Zahl an vermietbaren Wohnungen. Erfreulich ist, dass die Logiernächte von Gästen aus der Schweiz um 3 Prozent zugenommen haben.

«Wir können die Motivation für Geschäftsreisen nicht beeinflussen.»

Wie erheblich ist das Klumpenrisiko Geschäftstourismus für Liechtenstein?

Das Risiko ist uns bewusst. Auch deshalb, weil wir die Motivation für Geschäftsreisen nicht beeinflussen können. Hingegen können wir den Geschäftsgästen ermöglichen, ihren Aufenthalt so angenehm und attraktiv wie nur möglich zu erleben. Gast ist Gast. Die Erlebnisqualität der freien Stunden hat einen hohen Stellenwert. Gerade auch für Geschäftsreisende. Wer weiss, vielleicht entschliesst sich Herr und Frau X. den nächsten Familienurlaub oder das Kultur-Weekend dort zu verbringen, wo er/sie während des Geschäftsaufenthalts viele positive Eindrücke sammeln konnte.

Geht Ihre Strategie in diese Richtung?

Foto: zvg



ROLAND BÜCHEL

«Wir wollen das Liechtenstein-Bild im Ausland mit der Assoziation «Ferien- und Freizeitland Liechtenstein» ergänzen.»

In Bezug auf touristische Zielgruppen und Märkte wurden mit der Neuausrichtung im Jahr 2000 die Weichen entsprechend gestellt. Seither wurde viel Aufbauarbeit geleistet: Es sind neue attraktive Angebote entstanden, die Marketingarbeit wurde verstärkt und die Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern hat sich sehr positiv entwickelt.

Was wird Liechtenstein Tourismus gegen die momentane Misere unternehmen?

Die Ballung von Ereignissen wie Sars, Krieg und Wirtschaftskrise ist eine happe Herausforderung für die Tourismuswirtschaft allgemein. Eine unserer Massnahmen, die zeitlich genau richtig liegt, ist der Mitte Mai stattfindende Liechtenstein-Tourismus-Markt in.side. Die Anmeldungen von Reiseveranstaltern haben unsere Erwartungen bei weitem übertroffen. Das Interesse an Liechtenstein scheint also vorhanden zu sein.

«Wir haben viel Aufbauarbeit geleistet.»

Werden Sie die Kundschaft mit Dumpingpreisen wieder ins Ländle locken?

Nein, das wäre der völlig falsche Ansatz. Das Angebot muss inhaltlich überzeugen, das Preis-Leistungs-Verhältnis muss stimmen, wie auch die Qualität.

Welche generellen Strategien verfolgt Liechtenstein Tourismus in der Zukunft?

«Wir setzen uns dafür ein, dass das Tourismusbewusstsein in der Bevölkerung wächst.»

Eine Doppelstrategie. Wir wollen längerfristig das Liechtenstein-Bild im Ausland mit der Assoziation «Ferien- und Freizeitland Liechtenstein» ergänzen. Da haben wir noch ein Manko und brachliegendes Potenzial. Anders gesagt: Das Reiseziel Liechtenstein ist ein Geheimtipp. Dazu arbeiten wir auch mit anderen Image-trägern zusammen. Parallel dazu setzen wir uns dafür ein, dass das Tourismusbewusstsein in der Bevölkerung wächst. Beides sind zwar langfristige, aber sehr wichtige Aufgaben bzw. Investitionen in die Zukunft.

Zur Person

Roland Büchel (1953) ist Liechtensteiner und seit 2000 Geschäftsführer von Liechtenstein Tourismus. Von 1996 bis 2000 führte er ein Beratungsunternehmen für Gemeindeentwicklung, 1990 bis 1996 war er Leiter des Presse- und Informationsamtes des Fürstentums Liechtenstein. Internationale Berufserfahrung (Produktmanagement, Verkaufsförderung, Marketing) erwarb er sich in einem der grossen liechtensteinischen Industrieunternehmen (1975 bis 1990). Dazu führten ihn seine Wege auch für sechs Jahre nach Nordamerika. ROW

Inwiefern ist Liechtenstein Tourismus eigenständig und unabhängig von Ostschweiz Tourismus?

Wir sind zwar eigenständig, aber als kleine Destination sind gute Partner für uns wichtig. Die Partnerschaft mit Ostschweiz Tourismus und Schweiz Tourismus ist sehr eng und gegenseitig bereichernd. Wir sind auch Mitglied beim Internationalen Bodensee-Tourismus. Auch mit dem Heililand und Voralberg besteht eine gute Zusammenarbeit.

«Als kleine Destination sind gute Partner für uns wichtig.»

Was erwarten Sie für 2003 bezüglich Logiernächten?

In den ersten drei Monaten hatten wir einen Zuwachs bei den Ankünften um rund 7 Prozent bei gleichbleibenden Logiernächten. Die weitere Entwicklung wird massgeblich davon abhängen, wie sich die Rahmenbedingungen gestalten.

SWISS / Schweizer Tourismuswirtschaft

Vertrauen bekundet

«Ein Kontrapunkt» will die Tourismuswirtschaft setzen: In einer Medienmitteilung spricht sie der nationalen Airline Swiss «ihr volles Vertrauen» aus. Abseits des Schreibens sind Schweiz Tourismus, der Schweizerische Reisebüro-Verband sowie der Schweizer Tourismusverband. Die negativen Schlagzeilen der letzten Monate hätten die Touristen verunsichert, schreiben die Organisationen. Die Zusammenarbeit mit der

Swiss und mit den Schweizer Flughäfen sei jedoch «jederzeit hervorragend und professionell». Im Weiteren verweisen die Tourismusorganisationen auf die volkswirtschaftliche Bedeutung einer nationalen Airline und leistungsfähiger Flughäfen: Die Swiss bringe jährlich 1,6 Mio. Ferien- und Geschäftsreisende in die Schweiz. Zudem generiere die Airline 75 Prozent ihres CH-Umsatzes in lokalen Reisebüros. SST

BUCHUNGSSYSTEM / Accor, Hilton, Six Continents

EU-Ja zu Joint Venture

Die Hotelketten Accor, Hilton und Six Continents dürfen nach einem Entscheid der EU-Kommission gemeinsam ein Reservierungssystem über das Internet aufbauen. Das geplante Joint Venture verzerrt den Wettbewerb in Europa nicht, entschied die EU-Kommission.

Das neue Gemeinschaftsunternehmen namens WorldRes.Europe soll künftig Websites von Reisebüros betreiben und Callcentern oder Reiseagenturen

Buchungen per Mausclick ermöglichen. Insgesamt wird das zusammen mit dem US-Anbieter von E-Commerce-Lösungen WorldRes.Com geplante Joint Venture Buchungen für mehr als 7500 Hotels umfassen. Nach Ansicht der EU-Kommission werden andere Anbieter von Hotelreservierungen dadurch nicht benachteiligt. Die drei Hotelgruppen sind laut EU-Kommission die führenden in Europa. SST/sda

Rückgang der Logiernächte

Zentralschweiz. Die Logiernächte (LN) in der Stadt Luzern gingen im März im Vergleich zum Vorjahr um über 20% zurück. Dazu trug das Wegbleiben der Gäste aus Asien und USA (je rund -30% LN) massgeblich bei. Im Vergleich zum Vorjahr von Januar bis März liegen die LN um 10% zurück. Die Zentralschweiz registrierte im März ein Minus von 8% gegenüber dem Vorjahr, liegt jedoch immer noch im Bereich des Fünfjahresdurchschnitts. TRU

Lebensmittelkontrollen

Zürich. Gemäss dem soeben erschienenen Jahresbericht 2002 des Umwelt- und Gesundheitsschutzes Zürich (UGZ) mussten letztes Jahr in Zürich in 372 Betrieben (10% der kontrollpflichtigen Betriebe) Lebensmittel oder Gegenstände beschlagnahmt werden. In 66 Fällen (1,7%) kam es zu einem Benutzungsverbot oder zu einer Betriebsschliessung und in 58 Fällen (1,5%) zu einer Strafanzeige. MJP

DEUTSCHLAND / Viele Brauereien werden als nicht überlebensfähig beurteilt

Der Bierdurst nimmt deutlich ab

Trübe Aussichten für das deutsche Bier und die deutschen Brauereien sieht die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young. In ihrer Studie «Brauereien 2015» prognostiziert sie, dass von den derzeit mehr als 530 Brauereien, die 5000 Hektoliter und mehr herstellen, im Jahr 2015 «kaum mehr als 190» übrig bleiben werden. Denn der Bierdurst der Deutschen nimmt deutlich ab. Von heute noch 121 Liter pro Kopf, so Ernst & Young, werde der Konsum bis 2015 «unter die 100-Liter-Marke fallen». Dazu komme der «Strukturwandel in der Gastronomie»: Die Eckkneipe, in der traditionell viel Bier ausgeschenkt wird, macht mehr und mehr der System- und Erlebnisgastronomie Platz.

ATTRAKTIVE ÜBERNAHMEKANDIDATEN

Auf die deutschen Brauereien, so die Studie, «rollt eine Welle von Übernahmen zu». Viele kleine Brauereien mit Marken von genügend Potenzial würden zu attraktiven Übernahme-kandidaten von deutschen Grossbrauereien und internationalen Bierkonzernen. Von rund zehn grossen Brauereien in Deutschland, die 2015 noch erleben dürften, würden «sechs in ausländischen Händen sein», sagt Ernst & Young voraus. Der Trend ist bereits sichtbar: Die belgische Interbrew-Gruppe hat sich in jüngerer Vergangenheit traditionsreiche deutsche Biermarken wie Diebels, Becks sowie Gilde mit der Premiummarke Hasselröder einverleibt. Die Studie sagt denn auch voraus, dass vor allem die Biersorten im mittleren Preissegment unter Druck geraten werden. Weil «der preisbewusste Biertrinker weiss, dass es in Deutschland im Prinzip kein schlechtes Bier gibt», weichen immer mehr Biertrinker beim Bierkonsum zuhause auf Billigmarken aus.

ERLEBNISWELT RUND UM DIE BIERMARKE

Kleine Gasthofbrauereien dagegen müssen mehr und mehr ihr Angebot «mit interessanten gastronomischen Dienstleistungen oder Unterhaltung verknüpfen». Selbst die internationalen Bierkonzerne würden in Zukunft «zunehmend Erlebniswelten rund um die Biermarke kreieren» müssen.

Eine andere Möglichkeit, den trüben Aussichten beim Bier zu begegnen, sieht die Studie in dem – bereits begonnenen – Trend, auf Zukäufe von alkoholfreien Getränken zu setzen oder alkoholfreie neue Getränke-spezialitäten zu schaffen. Einen weiteren möglichen Weg zeigt die Studie ebenfalls auf: Dass sich nämlich etliche mittlere Brauereien «zu grösseren, konkurrenzfähigen Einheiten zusammenschliessen». Kommentierte die angeschene «Frankfurter Allgemeine» die Studie: «Viele mittlere Brauereien sind nicht überlebensfähig.» GU

MYSTERY PARK / Am Samstag wird der Interlakner Freizeitpark eröffnet. Die hotel+tourismus revue hat ihn virtuell bereits besucht und viele Vorschusslorbeeren gefunden. CHRISTINE KÜNZLER

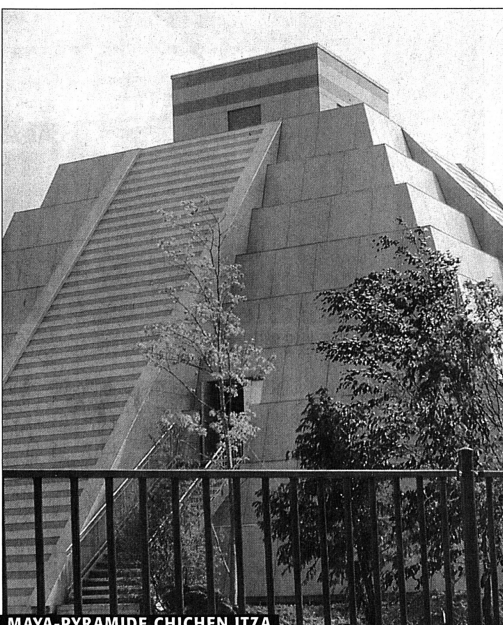
Er ist «ein wahres Wunder»

Am nächsten Samstag wird er eröffnet, Erich von Dänikens Mystery Park in Interlaken. Die hotel+tourismus revue hat den Themenpark in Interlaken bereits besucht: virtuell, im Internet. Und das tönt vielversprechend. Nicht nur, dass die Google-Suchmaschine 4590 mal den Begriff «Mystery Park Interlaken» findet, bevor er überhaupt eröffnet worden ist. Im Vergleich zum Europa Park in Rust, der es im 28. Jahr seines Bestehens erst auf 19 100 Erwähnungen gebracht hat, lässt sich das sehen. Vielleicht hatte der Journalist der deutschen Presseagentur Recht, den «Freunden alter Hotels» zu raten, «Interlaken am besten noch vor Ende Mai 2003 zu besuchen, bevor die Invasion der Däniken-Fans kommt».

«EIN WAHRES WUNDER AN TECHNOLOGIEN»

Der Redaktor des Magazins «WiM-Wirtschaft in Mainfranken» zeigt sich «verblüfft über die geplanten Dimensionen des Mystery Parks». Er sei «ein wahres Wunder modernster Technologie, das ein faszinierender Gegensatz zu den urweltlichen Beatus-Höhlen am Thuner See, sein wird», verkündet er. Das mag ja sein, doch eins ist sicher: Es ist nach wie vor «easy, in Interlaken die traditionellen Schweizer Kuckucksuhren, die Uhren und Schokolade zu finden», beruhigt www.ski-europe.com die Users ihrer Site.

Foto: Christine Künzler



DIE MAYA-PYRAMIDE CHICHEN ITZA

Warum der Kalender der Maya am 23. Dezember 2012 endet – das bleibt auch im Mystery Park ein Mysterium.

LOGIERNÄCHTESTATISTIK / Wenn der Tourismus 1,7 Mio. Franken zur Verfügung stellt, kann die Logiernächte-Erhebung fortgeführt werden, sagt das Bundesamt für Statistik. Der Tourismus kontert. SONIA STALDER

«Das gehört zum Grundauftrag»

«Wir werden uns voraussichtlich in der ersten Juni-Woche mit der Tourismusbranche treffen», sagt Felix Herzog, stellvertretender Direktor des Bundesamts für Statistik (BFS). «Wir befinden uns mitten in den Vorbereitungen.»

Was aber will das Amt jetzt noch beschreiben? Seit spätestens einer Woche weiss die Branche: Ab April 2004 ist Schluss mit der Erhebung der Logiernächte (siehe htr 20/2003). – Der BFS-Vizedirektor spricht von möglichen «Ersatzindikatoren», welche den Tourismusvertretern präsentiert werden sollen. Als Beispiele nennt er die Kreditkarten- oder die Einreisestatistik. Gleichzeitig gibt er zu: «Die können die Logiernächtestatistik nicht ersetzen.»

Im Weiteren deutet Herzog an, man wolle schauen, «was von der Branche her kommt». Im Klartext: Herzog kann sich vorstellen, dass die Branche die 1,7 Mio. Franken für die Erhebung der Hotellogiernächte in Zukunft selber berappt. Die Kosten für die Erhebung der Parahotellerie-Logiernächte (300 000 Franken) tragen bereits heute die

Kantone und der Tourismus. «Bei einer solchen Lösung würden wir mitmachen», sagt Herzog.

HOTELLERIESSUISSE IST «BRÜSKIERT»

Wäre aber auch der Tourismus zu einer solchen Lösung bereit? «Die Frage stellt sich anders», sagt Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismusverbands. Aus ihrer Sicht gehört die Logiernächtestatistik zum Grundauftrag des BFS. Ihr Argument: «Der Tourismus hat eine staatspolitische Bedeutung.» Sie weist auf die Land- und Forstwirtschaft, zu der das BFS ebenfalls Daten erhebt.

Nicht nur Judith Renner-Bach gehört zu den Kritikerinnen des BFS-Entschids. Auch hotellerieuisse hat diese Woche einen geharnischten Brief an den obersten Chef des BFS, an Bundesrat Pascal Couchepin geschickt. «Wir sind über diesen unverständlichen Beschluss brüskiert und können uns damit absolut nicht abfinden», heisst es darin. Der Verband

der Hoteliere verweist unter anderem darauf, dass sich die Schweiz gegenüber internationalen Organisationen verpflichtet habe, Daten zur Verfügung zu stellen. Zudem beraube sich der Staat selbst der Möglichkeit, die Wirkung der staatlichen Tourismusförderung zu überprüfen.

STV ARBEITET MIT KANTONEN ZUSAMMEN

«Wir haben diese Überlegungen durchaus in unseren Entscheid miteinbezogen», sagt Felix Herzog. Er gibt zu, dass «weder diese internationalen Organisationen noch das Staatssekretariat für Wirtschaft mit unserer Massnahme glücklich sein werden». Es gebe aber für das BFS keine abschliessende Verpflichtung, diese Daten erheben zu müssen. «Wir haben beispielsweise mit der EU kein entsprechendes bilaterales Abkommen.»

«De jure mag das BFS Recht haben», sagt Judith Renner-Bach. Letztlich sei es aber eine politische Frage, wie der Grundauftrag des BFS zu interpretieren sei. Sie jedenfalls hat den Kontakt zu

den Kantonen aufgenommen. «Damit wir gemeinsam gegen diesen Entscheid vorgehen können.»

Reklame

Die schönste Form von Service

Bei

• Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

SOMMERGESCHÄFT 2003 / Die Touristiker setzen zum Teil grosse Fragezeichen zur Sommersaison. Es sind – neben dem Trend zu einem spontanen Buchungsverhalten – die nicht beeinflussbare Faktoren, die ausgeprägter als in anderen Jahre sind. FLORENCE BOINAY

«Unsere grossen Hoffnungen ruhen dieses Jahr sicher auf dem Schweizer Markt»

«Sofern Sars nicht noch ein grösseres Problem wird, sollte sich die Situation für den Tourismus in der Zentralschweiz und in Luzern eigentlich verbessern», sagt Rolf Wild, Marketing Luzern Tourismus. «Der amerikanische Markt wird sich voraussichtlich beruhigen. Wir sind recht zuversichtlich», so Wild. So optimistisch wie man sich in der Zentralschweiz gibt, sind indes bei weitem nicht alle Touristiker der anderen Landesteile und Regionen.

Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus, erinnert daran, dass der Sommer ein sehr kurzfristiges Geschäft sei. Es scheint ihm deshalb etwas verfrüht, heute schon eine verbindliche Voraussage zum Sommergeschäft zu machen. Fest steht aber, dass man diesmal der Saison mit gemischten Gefühlen begegne. «Deutschland kämpft mit der schlechten Wirtschaftslage, und vom Überseemarkt erwarten wir aufgrund von Sars auch nicht gerade viele Gäste. Unsere grossen Hoffnungen ruhen dieses Jahr sicher auf dem Schweizer Markt, der aber selbst bei einer grösseren Zunahme die Einbussen aus Deutschland und Übersee nur abfedern, nicht aber wettmachen kann», sagt Zenhäusern.

Auch Bettina Stark, Verantwortliche für PR und Kommunikation bei Tessin Tourismus, konstatiert, dass die Gäste immer kurzfristiger verreisen. Deshalb sei es in der zweiten Hälfte Mai schwierig, für das Tessin bereits eine Prognose abzugeben. Wahrscheinlich könne man diesmal im Tessin viel weniger amerikanische Besucher verzeichnen als in anderen Jahren. Und die deutschen Gäste könnten sich wegen der schlechten Wirtschaftslage auch eher rar machen. «Wir versuchen aber, das Tessin mit Hilfe von Arrangements, Offerten und Events für verschiedene Zielgruppen attraktiv zu machen», sagt Bettina Stark.

GRAUBÜNDEN IST WENIGER BETROFFEN

«Die Einschränkung der weltweiten Flug- und Reisetätigkeit aufgrund von Sars ist in der ganzen Schweiz spürbar. Da der Grossteil unserer Gäste aber aus der Schweiz und aus Deutschland kommt, ist der Kanton Graubünden von dieser weltweiten Entwicklung nicht so stark betroffen wie andere Ferienregionen», sagt Gieri Spescha, Leiter PR/Corporate Communications und Pressesprecher von Graubünden Ferien. Erst wenn die starke Entwicklung des Euros konstant anhalte, sei es realistisch, davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung positiv auf die Buchungen auswirken werde. «Für diesen Sommer erwarten wir einen leichten Anstieg der Schweizer Gäste. Das Wetter wird si-

Foto: Swiss-Image



DER VIERWALDSTÄTTERSEE

Zuversichtlich für die Sommersaison gibt man sich bei Zentralschweiz Tourismus.

cher auch eine ganz wichtige Rolle», sagt Spescha.

TAGESAUSFLUG WIRD NOCHMAL ZULEGEN

Alberto Vonaesch, Direktor St. Gallen-Bodensee Tourismus und Ostschweiz Tourismus, rechnet damit, dass die Ankünfte in der Sommersaison in der Ostschweiz im Vergleich zum Vorjahr um etwa 5 Prozent in der Hotellerie und um 2 Prozent in der Parahotellerie zurückgehen. Der Tagesausflugverkehr werde indes nochmal zulegen. «Die schlechte Wirtschaftslage in Deutschland und die unsichere Konsumstimmung in der Schweiz sind sicherlich für diese Entwicklung verantwortlich. Am meisten wird der Businessstourismus leiden, da der Geschäftsverkehr generell zurückgehen wird und die Weiterbildungsaktivitäten und Kongresse den Sparanstrengungen zum Opfer fallen», sagt Alberto Vonaesch.

«Wir erwarten eine gute bis sehr gute Sommersaison, da wir einen sehr hohen Individualgastanteil haben und unsere Gäste vor allem aus der Schweiz und dem übrigen Europa kommen», sagt Eduardo Zwysig, Leiter Marketing/PR bei Gstaad Saanen-

land Tourismus. In diesem Teil des Berner Oberlands bestehe keine grosse Abhängigkeit von den interkontinentalen Märkten, was dem regionalen Tourismus sicherlich in dieser Saison zugute komme. «Sars wird auf unsere Region sicher eine negative

Einwirkung haben, da normalerweise viele asiatische Touristen nach Interlaken kommen», sagt demgegenüber Urs Zaugg, Direktor von Interlaken Tourismus. Die Buchungen seien bis jetzt äusserst verhalten eingegangen, vor allem jene der Reise-

gruppen. «Wir rechnen mit einem Verlust von 25 bis 30 Prozent im asiatischen Markt. Bei den amerikanischen Gästen sind wir etwas zuversichtlicher», sagt Urs Zaugg. Interlaken zähle vor allem auf die Schweizer Gäste, die dieses Jahr wahrscheinlich mehrheitlich im eigenen Land Ferien machen würden. «Ausserdem wird die Eröffnung des Mystery Parks den Tagesausflugstourismus ankurbeln», sagt Zaugg.

Katrin Lüthi, Tourismusdirektorin der Alpen Region Brienz-Meiringen-Hasliberg, ist grundsätzlich zuversichtlich für das Sommergeschäft, wobei allerdings das Wetter einen entscheidenden Einfluss haben werde. «Mit dem Trend Zurück zur Natur – Wunsch nach Authentizität liege die Alpen Region momentan genau richtig. Bei unseren Hauptmärkten Schweiz und Deutschland können wir glücklicherweise davon ausgehen, dass wir wegen Sars sowie weltpolitischen Problemen nicht mit massiven Einbrüchen rechnen müssen», sagt Katrin Lüthi. Anders sieht die Ausgangslage offenbar in Grindelwald aus, wo man befürchtet, dass die Nachwehen des Irak-Kriegs, Sars, die allgemeine Wirtschaftslage und der starke Franken Spuren hinterlassen werden. Die Gästezahlen aus Übersee, allen voran die aus dem südostasiatischen Raum, seien weiterhin rückläufig. Das Gruppengeschäft erlebe zurzeit einen massiven Rückgang. «Wir hoffen und vertrauen nun auf die Nahmärkte wie die Beneluxstaaten und das übrige Europa sowie auf den nationalen Markt. Auch vom Tagestourismus erwarten wir einiges», sagt die Direktionsassistentin von Grindelwald Tourismus, Jasmin Haslimeier.

Ein paar Beispiele von Sommerangeboten

Verschiedene Hotels der Region Gstaad warten mit Spezialangeboten auf. Zum Beispiel das «Soft-Adventure-Programm» des Drei-Sterne-Hauses «Alpine Lodge» in Saanen; dieses Angebot ist im Zimmerpreis inbegriffen. Das Hotel Steigenberger Gstaad-Saanen bietet seinen Gästen neu ein Aktivitätenprogramm «Sommer-Super-Plus». Familienwanderungen sind im Hotel Ermitage-Golf in Schönried angesagt – inklusive Wellness-Package und «Gstaad easy-access card».

Die Touristikabteilung der Bergbahnen Engadin/St. Moritz empfehlen unter dem Namen «Tophit» im Sommer 2003 (ausgenommen 12. Juli bis 22. August) Hotellerien zu Spezialkonditionen, wobei die unbeschränkte Benützung sämtlicher Bergbahnen

und des öffentlichen Verkehrs inbegriffen ist. Vom 3. Juli bis zum 21. August laden die Bergbahnen Muottas Muragl, Furtschellas, Diavolezza und Corvatsch abwechslungsweise jeweils am Donnerstag zum Familienplausch mit Mittagessen und Unterhaltungsprogramm ein. Ein «Bergtag» kostet die ganze Familie 99 Franken.

Das diesjährige Sommerprogramm der Zermatter Seiler-Hotels heisst «Fit Easy, Light – massgeschneiderte Erlebnisse in Zermatt». Aus sechs verschiedenen Angeboten kann sich jeder Gast sein eigenes Ferienprogramm aussuchen. Angeboten werden unter anderem das Besteigen eines Viertausenders, Biketouren, Helikopterflüge oder eine Wanderung zum Kräutergarten. Die Alpenarena Flims/Laax/Falera versteht sich als

«erste Adresse für Hiker und Biker». Laut Medieninformationen reicht ein Blick auf die Internetseite, um auf günstige Packages aufmerksam gemacht zu werden (<http://bikerworld.alpenarena.ch> oder <http://hikerworld.alpenarena.ch>). Kombiniert mit den Wellnessangeboten der Alpenarena-Hotels werden aber auch Anti-Stress-Weekends oder Anti-Aging-Wanderseminare nach der «Swiss-Walking-Methode» offeriert.

In Pontresina feiert vom 22. bis 29. Juni das Grand Hotel Kronenhof seinen 155. Geburtstag. Dazu gibt es Spezialangebote für Stammgäste. Das Hotel Garni Chesa Mulin, ebenfalls in Pontresina, feiert sein 20-jähriges Bestehen. Sowohl langjährige wie auch neue Gäste profitieren von 20-Jahre-Jubiläumspreisen. TRU

Die htr hat einige Hotels des oberen Segments nach Sommerangeboten und Buchungsstand befragt

Hotel	Packages	Buchungsstand für Sommer 2003
Eden Roc, fünf Sterne (QQ), Ascona	Golf- und Beauty-Packages im Vor- und Nachsommer	Schon fast zu 100 Prozent ausgebucht
Grand Hotel Villa Castagnola, fünf Sterne, Lugano	Einwöchiges Angebot für Pfingsten sowie Weekend-Arrangements	Mittlerer bis tiefer Buchungsstand
Esplanada Hotel Resort & Spa, vier Sterne (Q), Locarno	Wochentags ausserhalb Hochsaison: fünf Nächte zum Preis von vier	Deutlich besserer Buchungsstand als im 2002 (kurzfristige Buchungen)
Hotel Righof, vier Sterne (QQ), Zürich	Arrangement «Andiamo» mit ZürichCard und freiem Museumseintritt	Genereller Rückgang der Buchungen sowie Trend zu kurzfristigen Buchungen
Hotel Waldegg, vier Sterne, Engelberg	Arrangements «Biken», «Golfen und Schlemmen», «Sommerzauber» für Geniesser	Stark rückläufiger Gruppentourismus. Trend zu kurzfristigen Buchungen
Grand Hotel National, fünf Sterne (Q), Luzern	Package mit Golf, Casino und Spa-Erlebnis oder Package «Kulturpass»	Absagen von Gästen aus USA und Japan. Schwächerer Buchungsstand als zuvor
Regina Grindelwald Alpin Wellfit Hotel, fünf Sterne, Grindelwald	Specials für Pfingsten sowie «Jungfrau-Package» inkl. Jungfrau-Joch-Fahrt	Schlechterer Buchungsstand als 2002, weniger japanische Gäste sowie Absagen
Palace Hotel Gstaad, fünf Sterne (QQ), Gstaad	Golf-, Beauty- oder Tennis-Packages, auch mit Sportmassage und Training	Besserer Buchungsstand für August, minus 10% für Juni, minus 20% für Juli
Grand Hotel Quellenhof, fünf Sterne, Bad Ragaz	Golf-, Beauty-, Wellness- und Antiaging-Packages sowie «Marathon»-Package	Leichter Rückgang. Anhaltender Trend zu kurzfristigen Buchungen
Hotel Bristol, vier Sterne, Bad Ragaz	Keine speziellen Arrangements für Sommer 2003	Sehr guter Buchungsstand, besonders im Vergleich zum Vorjahr
Hotel Schweizerhof, vier Sterne, Saas-Fee	Verschiedene Golf-, Wellness- und Wander-Specials	Ungefähr gleich hoher Buchungsstand wie 2002, eher besser
Hotel La Margna, vier Sterne (QQ), St. Moritz	«Top Hit Packages» mit drei, fünf oder sieben Übernachtungen plus ÖV	Etwas im Umfang des letzten Jahres. Annullierungen von Gruppen erwartet

BRANCHENSITUATION / Mehr Schweizer Hotels als in den letzten Jahren haben gemäss einer Expertenmeinung die Vorstufe zum definitiven Marktaustritt erreicht. Aber von einem eigentlichen «Hotelsterben» sei noch nicht zu reden. **KARL JOSEF VERDING**

Belastungen erdrücken viele Hotels

Ein regelrechtes «Hotelsterben» gibt es in der Schweiz gemäss Liliane Rentsch, der Leiterin der Beratung von hotellesuisse, trotz der schwierigen Rahmenbedingungen und inneren Strukturproblemen noch nicht. Aber: Mehr Hotels als in den letzten Jahren haben die Vorstufe zum definitiven Marktaustritt erreicht. Laut Liliane Rentsch drehen manche Betriebe ihre letzte Runde auf dem Markt – sie werden zum zweiten oder dritten Mal angeboten – und die Nachfrage sei gering. Der Markt sei «überschwemmt», die Verkäuflichkeit sinke.

Gemäss der jährlichen Aufstellung des Bundesamts für Statistik hat sich die Zahl der Schweizer Beherbergungsbetriebe seit 1999 um jeweils rund 1 Prozent verringert (1999: 5819, 2000: 5754, 2001: 5701, 2002: 5640 Betriebe). Die Zahl der Hotel-Konkurse ist gemäss der Crediteform-Statistik von 66 im 2001 auf 72 im 2002 gestiegen. Den Gerüchten von Branchen-Insidern, wonach in der Schweiz rund 600 Hotels zum Verkauf stehen, wird weder von Andreas Deuber, dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung der Schweizerischen Gesellschaft für Hoteldirektoren (SGH), noch von Liliane Rentsch widersprochen.

Foto: express



DIE LETZTE RUNDE?

Zurzeit stehen rund 600 Hotels zum Verkauf. Einige sind in der letzten Runde: Sie werden zum zweiten oder dritten Mal zum Verkauf angeboten.

STAU DES UNTERHALTS FÜHRT ZUM HOTEL-ENDE

Im Dezember 2002 zum Beispiel trat das Zwei-Sterne-Hotel Weisses Kreuz in Meiringen aus dem Hotelmarkt aus: Sein Restaurant wird zur Tanzbar, die Hotelzimmer werden für Wohn- und Büroräume umgenutzt. Auf den 1. April 2003 verabschiedete sich das Drei-Sterne-Hotel «Zunft-Haus Bären» in Einsiedeln von der Hotellerie. Ein Konditor kaufte die Liegenschaft; er richtet hier seinen Laden ein. Das Restaurant wird zum Café, die vier Obergeschosse werden für Wohnungen und Büros vermietet. Der Grund für den Abschied als Hotel war in beiden Fällen gemäss Liliane Rentsch ein «enormer aufgestauter Unterhalt»: Die Möbel und die Installationen stammten zum Teil noch aus den 50er- und 60er-Jahren des letzten Jahrhunderts.

Es gebe mehr denn je Hotels in «Lethargie», stellt Liliane Rentsch fest; das heisst: sie zeigen Bewegungsunfähigkeit in Richtung Erneuerung und Anpassung ihrer Standards an die neuen Ansprüche der Gäste, weil die Er-

satzinvestitionen nicht erwirtschaftet werden können.

Das Umfeld der allgemeinen Tourismus-Situation verlangsamt insgesamt die Erholung, auch für Betriebe, die bessere Voraussetzungen bieten:

Einen Businessplan für drei oder vier Jahre aufzustellen, sei wegen der unbestimmten touristischen Entwicklung «extrem schwierig». Und damit verschlechtern sich auch die Voraussetzungen für die Hotelfinanzierung.

Andreas Deuber: SGH-Engagement nur für zwei von vier Hotel-Kategorien

Am «Hotel Finance Forum» im Anschluss an die Generalversammlung der SGH in der letzten Woche sprach deren Vorsitzender der Geschäftsleitung Andreas Deuber über «Konzept und Umsetzung der neuen Hotelförderung in der Schweiz». Betreffend die Ertragskraft von Hotels unterschied er dabei vier Kategorien: «Problemlos», sagte Deuber, «sind Betriebe, die eine marktgerechte Rendite auf dem investierten Eigenkapital erzielen können.» Solche Unternehmungen hätten keine

Probleme, Kapital für Investitionen zu erarbeiten oder extern zu beschaffen. Eine Stufe tiefer angesiedelt seien jene Betriebe, «die ihren Eigentümern nicht ganz so viel Freude machen, weil das Eigenkapital keine genügende Rendite erzielt. Aber mit diesem Zustand kann man eigentlich schon recht gut leben, besonders in der heutigen Zeit, wo in der Vermögensverwaltung Substanzwahrung vor Rendite geht.»

In die dritte Kategorie ordnet Deuber die Betriebe ein, «die von ihrer Sub-

stanz leben.» «Dann wird es problematisch.» Es sei jeweils dann der Fall, wenn die betriebsnotwendigen Abschreibungen oder die am Hotel Finance Forum «oft erwähnten Ersatzinvestitionen» nicht erwirtschaftet werden können. «Selbst mit diesem Zustand», so Deuber, «lässt sich eine Zeit lang überleben, aber immer weniger lange, weil die Gästebedürfnisse laufend steigen.» Dramatisch seien jene Fälle – die vierte Kategorie –, bei denen nicht einmal die laufenden Kosten gedeckt sind, das

heisst: die Zinsen oder gar die Löhne oder Lieferantenforderungen können nicht mehr bezahlt werden.

«Die SGH», betonte Deuber am Hotel Finance Forum, «kann sich nur bei Unternehmungen in den beiden oberen Kategorien engagieren. Wir orientieren uns beim Kreditentscheid an einer Reihe von finanziellen Kennzahlen sowie an qualitativen Faktoren, die primär mit dem Management und den strategischen Potenzialen zusammenhängen.» **KJV**

JÜRIG STUCKI / Der Tourismusverantwortliche bei der UBS nimmt Stellung zu der jetzigen und künftigen Situation in der Hotellerie. Er gibt Tipps, wie sich schwierige wirtschaftliche Zeiten überbrücken lassen. **INTERVIEW: KARL JOSEF VERDING**

«Der Verkaufswille ist stark gestiegen»

Die Zahl der Schweizer Beherbergungsbetriebe hat sich seit 1999 um jeweils rund 1 Prozent verringert, die Zahl der Hotel-Konkurse ist gestiegen. Glauben Sie, dass in diesem Jahr mehr Hotels schliessen müssen?

Im heutigen Stadium ist es äusserst schwierig, eine vorausschauende Beurteilung abzugeben. Zurzeit werden die Jahresabschlüsse vom Geschäftsjahr 2002 verarbeitet und ein intensiver Dialog mit möglichen Massnahmen zum Kostenmanagement seitens der Hoteliers geführt. Gemäss Statistik des Bundesamts für Statistik BFS per Februar 2003 betrug die Zahl der erfassten Hotelbetriebe 5659, das sind 36 Betriebe mehr als im Vorjahr.

Können Sie sich vorstellen, dass in der Schweiz rund 600 Hotels zum Verkauf stehen?

Das BFS hat wie erwähnt 5659 Hotelbetriebe erfasst, davon waren im Februar dieses Jahres 4944 geöffnet. Obwohl sicher gewisse Sonderfaktoren mitspielen, kann die genannte Zahl eine gewisse Plausibilität haben.

Wie viele Hotels stehen bei der UBS zurzeit zum Verkauf?

Abgesehen von ausserordentlichen Restrukturierungs-Fällen ist nach wie vor der Hotel-Unternehmer verantwortlich für seine Eigenstrategie. Im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung entscheidet er über Besitz oder Verkauf. Die UBS unterstützt allfällige rechtzeitige Verkaufsbemühungen oder sinnvolle Kooperationen.

Wie viele Schweizer Hotels stehen Ihrer Ansicht nach vor der Schliessung?

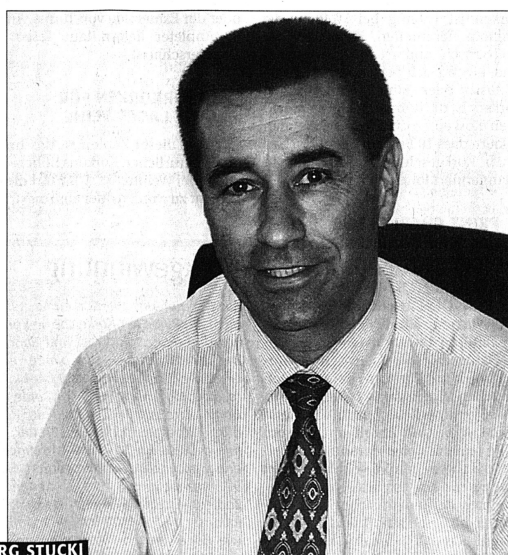
Hier ist eine Schätzung extrem schwierig. Sicher ist, dass auch unbeachtet der aktuellen Situation, der Verkaufs- oder Ausstiegswille aufgrund der Zukunftsperspektiven stark gestiegen ist.

Welche Kriterien gefährden ein Hotel am meisten?

Fehlende Rentabilität, um das Hotel Erfolg versprechend zu positionieren oder zumindest à jour zu halten, ungenügende Eigenkapitalbasis und fehlender Markterfolg.

Welche kurzfristigen Massnahmen könnte ein an und für sich gesundes Hotel ergreifen, um eine

Foto: hfr



JÜRIG STUCKI

«Es gibt in der Schweiz auch Hotels, die praktisch ausgebuht sind.»

Buchungs-Flaute in schwierigen Zeiten zu meistern?

Wenn aus nachhaltiger Sicht keine Existenzgefährdung vorliegt, hat der unternehmerisch denkende Hotelier einige Möglichkeiten, der aktuellen Frequenzflaute zu begegnen. Unter anderem durch gezieltes Kostenmanagement, wie zum Beispiel mittels Kapazitätsanpassungen durch reduzierte Bereitstellung von Zimmern, verbunden mit entsprechend angepasstem Personaleinsatz, intensives Marketing von Nahmärkten, kreative Angebote in Zusammenarbeit mit Tourismus-Organisationen. Zurzeit gibt es auch Hotels in der Schweiz die praktisch ausgebuht sind.

Haben Sie Kenntnis davon, wie viele Hotelzimmer in Eigentumswohnungen umgewandelt werden?

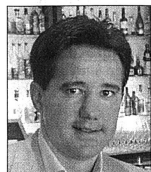
Es ist kein aussagekräftiges Zahlenmaterial vorhanden. Die Umwandlung ist vielfach sehr investitionsintensiv und muss über den künftigen Verkaufspreis der Wohnungen abgegolten werden. Ein markanter Trend in diese Richtung ist noch nicht feststellbar.

Das Interview erfolgte auf schriftlichem Weg

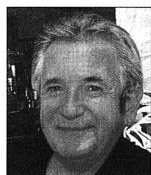
PRO UND CONTRA /
Synthetische Verschlüsse
spalten die «Weingeister»

Fortschritt versus Tradition

Die Meinungen sind vielfältig, wie die Aromen verschiedener Weine. Vier Gastronomen kommen zu Wort:



Markus Segmüller, «Carlton», Zürich: «Ich habe kein Problem mit synthetischen Zapfen. Mir ist es wichtiger, dass die Weine keinen Korkgeschmack haben, und dies hat man mit diesen neuen Korken natürlich nicht. Viele Leute haben auch Mühe, einen echten Korkengeruch zu erkennen und mit einem synthetischen Korken lassen sich Diskussionen vermeiden. Für mich sind sie daher absolut legitim und ich würde ihre Promotion auch unterstützen.»



Andi Stutz, Restaurant Seidenspinner, Zürich: «Pfui. Mit einem Seidengeschäft als Passion, kann man nicht ein Freund von Silikonzapfen sein. Natürliche Produkte gehören zusammen, wie Haut und Seide oder Wein und ein natürlicher Korken. Es würde mir nicht in den Sinn kommen, einen Wein mit Silikonzapfen aufzutischen.»



Beat Caduff, «Caduff's Wineloft», Zürich: «Bei günstigen Weinen, hat sich der Konsument bereits daran gewöhnt. Auch bei Trendweinen. Für mich ist das okay in der Kategorie dieser Abfüllungen. Ich würde jedoch nie einen mit synthetischen Korken verschlossenen Top-Wein oder Top-Bordeaux kaufen. Synthetischer Verschluss ist gut bei Weinen, die sehr jung entkorkt werden. Bei der diesjährigen Riesling-Verkostung ist mir zudem eine Neuerung im Wein von Dr. Loosen aufgefallen. Er hat seine Rieslinge mit normalen Korken verschlossen, die am unteren Ende ein kleines synthetisches Plättchen hatten. Wie er mir sagte, hat er dadurch 50 Prozent weniger Korkgeschmack in seinen Weinen.»



Carlo Bernasconi, «Cooperativo», Zürich: «Synthetische Korken finde ich gut, weil sie keine Diskussion mit den Gästen auslösen. Mancher Gastronom und Gast ist doch schlicht überfordert, wenn er erkennen muss, ob der Wein «einen Zapfen» hat oder nicht. Mich würde es nicht stören, wenn auch teurere Weine einen künstlichen Verschluss hätten. Ist auf jeden Fall besser, als wenn sie Zapfen haben.» **CHK**

Foto: Zug



ALTERNATIVE ZU NATURKORK

Weine, die zum raschen Konsum bestimmt sind, können ohne weiteres mit Kunststoffstopfen verschlossen werden.

WEIN / Korken versus Silikon- oder Drehverschluss. Auch wenn immer mehr Top-Winzer am synthetischen Verschluss Gefallen finden, schwören Traditionalisten auf den altbewährten Korken. **CHANDRA KURT**

Naturkork oder Kunststoff?

Wer regelmässig Wein geniesst, kennt diesen Frust: man freut sich ganz speziell auf einen bestimmten Wein und dann hat dieser einen Kork-Geschmack. Bei Weindegustationen von 10 bis 20 verschiedenen Weinen kann man in der Regel auch davon ausgehen, dass mindestens einer, wenn nicht zwei Weine «Korken» haben. Nichtsdestotrotz schwebt das Image eines natürlichen Korken nach wie vor weit über dem eines synthetischen oder gar eines Drehverschlusses. Es wird noch Jahre und viel Promotion brauchen, bis die künstlichen Weinverschlüsse breit akzeptiert werden. Allerdings machen sich die ersten Vortreiber für eine Akzeptanz bemerkbar.

So überraschte Weinpapst Hugh Johnson Anfang Jahr mit einem Abschnitt in der Neuauflage des «Pocket Wine Guide» («Kleiner Johnson»), der sich dem Gebrauch von künstlichen Korken widmete. Er riet Konsumentinnen und Konsumenten dringend, ihren Alltagswein von Anbietern zu kaufen, die den Mut hätten, künstlich verschlossene Weine anzubieten. «Ein Korken ist wichtig bei Weinen, die langsam heranreifen. Weine, die jedoch frisch und fruchtig ausgebaut sind, eignen sich perfekt für Drehverschlüsse oder einen synthetischen Korken. Ist die Romantik eines natürlichen Korkens so viel wert, dass man riskiert, dass 10 Prozent aller Flaschen einen Korkgeschmack bekommen?», argumentiert Johnson.

PRINZ CHARLES SORGT SICH UM DIE KORKEICHEN

Ganz anderer Ansicht ist der Natur liebende Prinz Charles. So meinte er kürzlich: «Die Entscheidung von einigen Winzern, Plastikorken anstelle von natürlichen zu verwenden, hat für die Natur schlechte Folgen. Die Baumpflanzungen in Portugal und Spanien brauchen einen garantierten Absatz, zumal sie auch Reservate für Flora und Fauna sind. Und überhaupt, warum sollte jemand Spass daran finden, einen synthetischen Verschluss in den Hals einer Weinflasche zu stecken?»

Einer, der darauf sicher viele Antworten hat, ist Kaliforniens Top-Produzent Randall Graham. Bereits ab 1998 liess er alle seine Flaschen mit synthetischen Korken verschliessen.

Inklusive seiner Rhône-Stil-Premium-Weine «Le Cigare volant» und «Old Telegraph». In seinen Augen war das damals die weltweit beste Verschlussmöglichkeit. Mittlerweile hat er diese Ansicht etwas korrigiert, zumal die modernen Verschlüsse seine Top-Weine zu schnell reifen liessen. Als Folge davon werden sie heute wieder mit Naturkorken verschlossen, während die süffigen und einfacheren Alltagsweine einen Drehverschluss haben (in Zahlen ausgedrückt: 200 000 Kisten jährlich).

Auch Australiens Weinriese Southcorp entschied, seine Riesling-Weine mit Drehverschluss auszustatten. Seit dem Jahrgang 2002 werden daher weltweit 200 000 Kisten mit Drehverschluss vertrieben. Absolut en vogue ist der Drehverschluss zum Beispiel auch in Englands Lebensmittelliste Tesco. Ende 2002 wurden alle vier Wochen an die 1,2 Millionen Weinflaschen mit diesem in der Schweiz heimischen Verschluss verkauft. Unter ihnen auch George Dubouff's Morgon und Juliéna, sowie Laroches Chablis oder der Esmeralda von Torres. An die 60 Anbieter liefern laut Tesco mit Drehverschluss.

NATURKORKEN FÜR GUTE LAGERWEINE

Trotz dieser Zahlen ist das Image eines natürlichen Korkens höher – vor allem bei Weinfreaks. Und um diesen gerecht zu werden oder aus Angst, von

der Weinpresse weniger ernst genommen zu werden, setzen nach wie vor zahlreiche Winzer auf natürliche Korken. Das macht wohl Sinn bei Lagerweinen oder Top-Weinen, für die man einen bestimmten Preis zahlen muss. Im Fall von günstigen Alltagsweinen, die innerhalb eines Jahres konsumiert werden, ist die Frage allerdings berechtigt, ob ein Drehverschluss nicht besser wäre. Und im Hinblick darauf, dass rund 98 Prozent aller Weine kurz nach dem Kauf getrunken werden, sicher ein Argument, das zu wirtschaftlichen Veränderungen führen kann. Angesichts der Tatsache, dass die Anzahl neuer Weine und die produzierte Weinmenge jährlich wächst, eine wichtige Diskussion sogar. Denn ein Korkbaum, wird nie so schnell produzieren wie ein Rebstock. An die neun Jahre dauert es, bis eine gute Korkrinde reif ist. Dass sie jedoch nicht für die in dieser Zeit vinifizierte Weinmenge reicht, liegt wohl auf der Hand.

ALLES HAT VOR- UND NACHTEILE

Nichtsdestotrotz hat nach wie vor jeder Verschlusstyp seine Achillessehne. Der Korken – auch wenn in den letzten Jahren viel sorgfältiger produziert worden ist, nachdem einige Klagen von Top-Winzern erfolgreich abgeschlossen haben – ist nach wie vor schuld, dass 5 bis 10 Prozent aller Weine «Zapfen» haben. Der Silikon-

zapfen beginnt laut neusten Untersuchungen rund nach 18 Monaten einen künstlichen Geschmack im Wein zu entwickeln und sorgt auch gerne dafür, dass die Weine etwas zu schnell reifen.

Und der Drehverschluss hat das Image eines Billigweins, weil zahlreiche Winzer in früheren Jahren tatsächlich ihren «Fusel» mit Drehverschluss verschlossen. Mittlerweile ist er jedoch die beste Verschlussmöglichkeit für frische, süffige Alltagsweine – die man meistens in Form eines Weissweins findet.

BEIM OFFENAUSSCHANK BEDEUTUNGSLOS

Ein Tipp für Gastronomen, die bereit sind, synthetisch verschlossene Weine (abgesehen von den Waadtländer Chasselas) auszuschenken oder einen Versuch starten wollen, wie diese Tropfen ankommen: Fragen Sie den Winzer, ob er Ihnen eine gewisse Anzahl dieser Weine reserviert und sie, während sie bei ihm lagern, mit echtem Korken verschliesst. So sind Sie sicher, dass sie unter «normalen» Umständen ruhen.

Die erste Tranche, die zum Beispiel mit einem Drehverschluss verschlossen ist, kann im Offenausschank angeboten werden. Denn wer nicht eine ganze Flasche am Tisch bestellt, achtet wohl kaum darauf, wie der Wein verschlossen war – vorausgesetzt die Qualität ist optimal.

Korkgewinnung

Als Rohmaterial zur Korkenherstellung dient die Rinde der Korkeiche, in Europa vorwiegend aus Portugal und Spanien. Die Nachwuchszeit der Rinde eines einzelnen Baumes beträgt 9 bis 11 Jahre. Nach dem Abnehmen der Rinde vom Baum wird die noch gewölbte Rinde durch Kochen in flache Bretter geformt. Diese Bretter werden danach in drei verschiedene Dicken sortiert. Rund 90 Prozent dieses Korkes dienen zur Zapfenherstellung. Weiter werden Isolations- und Dekorationsmaterial sowie Böden hergestellt. Aus der mindestens Qualität werden Schuhsohlen gefertigt. **DST**

Problematik: Korkgeschmack

Als Korkgeschmack oder Korkton wird der schimmelfähnliche, muffige Beigeschmack des Weins bezeichnet. Er macht den Wein in der Regel ungeniessbar und beruht auf Schimmelpilzen, die sich bei der Produktion des Korkens eingenistet haben. Verursacht wird der Korkgeschmack vor allem durch 2,4,6-Trichloranisol (TCA), das schon in einer Konzentration von 1,5 mg in 1 Million Liter Wein wahrnehmbar ist. Es ist damit die geruchaktivste Substanz im Wein. Die Wanderung von TCA vom Kork in den Wein oder Sekt ist vor allem von der Weintemperatur abhängig. Bei Lagertemperatur

von 25° C tritt der Korkton erheblich schneller auf als z.B. bei 10° C. Eine stehende oder liegende Lagerung hat dabei keinen Einfluss. Jedoch wandert TCA bei hohen Korkqualitäten langsamer in den Wein; d.h. ein guter Korken stellt eine gewisse Barriere für den Korkgeschmack dar. Interessanterweise sind die Scheiben vom Verbundkork keine Barriere für evtl. im Agglomerat vorhandenes TCA.

Neben diesem echten Korkgeschmack gibt es auch zahlreiche Fehler der Weinherstellung oder der Lagerung, die zu Unrecht dem Korken zugeschrieben werden. **DST**



FAMILIENFERIEN / Ab 2004 gibt es für die Gäste nur noch einen Ansprechpartner: Die «Familienorte Schweiz».

SEITE 9



ÖFFENTLICHER VERKEHR / Die Sparmassnahmen des Bundes wirken sich für die touristischen Regionen negativ aus.

SEITE 11

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

ROLAND HUBER / Das Thema «Alpine Wellness» beschäftigt den Adelboden-Tourismus-Direktor auf lokaler, aber auch auf nationaler und internationaler Ebene. Er ist der Initiant des ersten Alpenforums, das Ende Juni in Adelboden stattfindet. **INTERVIEW: SONJA STALDER**

«Adelboden braucht das Alpenbad»

■ Herr Huber, Sie haben der touristischen Marketingsprache einen neuen Ausdruck geschenkt: «alpine Wellness». Was verstehen Sie darunter?

Es muss doch einen speziellen Grund geben, weshalb eine Unterländer-Kuh im Sommer auf die Alp hinauf getrieben wird! Im Ernst: Die Ergebnisse der österreichischen AMAS-Studie zeigen klar, dass ein Aufenthalt in den Bergen positive medizinische Wirkungen hat. Mit diesem Wissen sind wir wieder dort, wo vor hundert Jahren unsere Bädergeschichte angefangen hat. Dort will ich den alpinen Tourismus abholen und ihn neu thematisieren.

■ Am Alpenforum wollen Sie über die Chancen für den Tourismus sprechen. Worin sehen Sie diese?

Grundsätzlich gehe ich davon aus, dass wir alle die Berge besser kennen lernen sollten: Wenn wir Touristiker vom Berg reden, denken wir immer nur an Schnee und Wintertourismus. Wir vergessen, dass der Berg auch im Sommer seinen Reiz hat. Es braucht dafür aber keine Lasershow, kein Mallorca in den Alpen. Das Einfache ist wieder gefragt, die Rückkehr zum Natürlichen. Als Bergler muss man das aber zuerst selber wieder spüren. Erst dann kann man es auch vermitteln.

■ Sprechen Sie jetzt auch von der Zukunft Adelbodens? Sie wollen den Ort ja zu einem «Kompetenzzentrum für Alpine Wellness» machen...

Richtig. Mein Grundauftrag hier in Adelboden ist es, abzuklären, ob ein Wellness-Center Sinn machen würde. Seit einem Jahr bin ich nun am Säen, um später ernten zu können. Ich muss der Bevölkerung aufzeigen, welche touristische Chance die alpine Wellness bieten könnte. Einige dafür geeignete Faktoren sind bereits vorhanden. Ich denke etwa an das Mineralwasser, an die sanfte Streusiedlung, an die ganze Wasserwelt und den Gesund-

heitsort Adelboden um die Jahrhundertwende. Die Summe all dieser Faktoren legitimiert Adelboden, von alpinen Wellness-Kompetenzen zu sprechen.

■ Aus Infrastruktursicht ist Wellness in Adelboden aber noch kaum ein Thema. Nur gerade das Hotel Bellevue setzt auf Wellness.

Hier kommen wir zum entscheidenden Punkt: Was heisst es, eine alpine Wellness-Destination zu sein? Sind es nur die Alpenbäder, die eine solche Destination prägen? Oder sind es die Hotels? Die Möglichkeiten zum Wandern? Die Wasserwelten? Genau diese Fragen wollen wir am Alpenforum diskutieren.

In Adelboden brauchen wir aber ganz klar das neue Alpenbad, um dem Zentrumsaspekt gerecht zu werden. Es ist unser absolutes Ziel, dieses Bad realisieren zu können.

«Im Herbst werden wir die Investoren bekannt geben.»

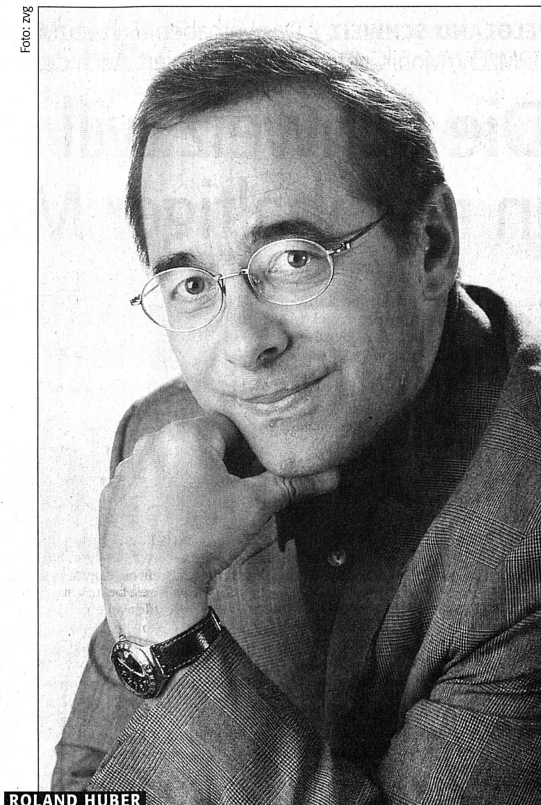
■ Im letzten Jahr wurden Abklärungen zum Standort gemacht. In welchen Stadium befindet sich das Projekt «Hot water» heute?

Wir haben das Projekt mit einer Zusatzschleife quasi demokratisiert. Bevor wir das Grossprojekt in Angriff nehmen, muss die Bevölkerung voll dahinter stehen. Deshalb haben wir den «Masterplan 2010» ausgelöst: Als Moderator im Auftrag der Gemeinde bin ich nun seit rund einem drei Viertel Jahr daran, alle betroffenen Vereine und Bevölkerungsgruppen zu interviewen. Dieser Prozess wird im Juli abgeschlossen sein. Als Endprodukt all dieser Vorarbeiten möchten wir bis Ende Jahr ein finanzierbares Projekt auf dem Tisch haben. Die Eröffnung ist in vier bis fünf Jahren vorgesehen.

■ Apropos Finanzen: Vor zwei Jahren war noch von einer deutschen Investorengruppe die Rede...

Die gibt es immer noch. Es ist ganz interessant: Seit ich das Thema «Alpine Wellness» kommuniziere und auf dem Investorenmarkt einige Platzierungen gemacht habe, melden sich Investoren, die mehr über das Thema wissen wollen.

■ Das Alpenforum soll also auch helfen, neue Investoren zu finden?



ROLAND HUBER

«Wenn wir Touristiker vom Berg reden, denken wir immer nur an Schnee und Wintertourismus. Wir vergessen, dass der Berg auch im Sommer seinen Reiz hat.»

Genau. Und es hat bereits Wirkung gezeigt. Im Moment darf ich aber noch keine Namen nennen. Die werden wir im Laufe des Herbsts bekannt geben. Fest steht aber: Es wird ganz sicher eine privatwirtschaftliche Lösung geben. Niemand muss Angst haben, dass dafür wieder die Gemeinden tief in die Tasche greifen müssen.

■ Bisher war von einem 30-Millionen-Franken-Projekt die Rede...

Da möchte ich mich im Moment nicht auf die Äste hinaus wagen. Diese Frage hängt davon ab, was die verschiedenen Bevölkerungsgruppen wollen. Ob beispielsweise eine Curling- oder eine Mehrzweckhalle in den Bau integriert wird.

■ Abgesehen von Ihrer Arbeit in Adelboden engagieren Sie sich – gemeinsam mit Jörg Krebs von Schweiz Tourismus – in einer länderübergreif-

fenden Arbeitsgruppe zum Thema «Alpine Wellness». Worum geht es?

Ich habe vor drei Jahren vom Land Tirol den Auftrag erhalten, ein Modell für «Alpine Wellness» zu erstellen. Inzwischen sind auch die Südtiroler aktiv geworden, und ich habe die Idee in die Schweiz hineingetragen und vor einem Jahr den Verein «Alpine Wellness Adelboden-Schweiz» gegründet. All diese Schritte zeigen: Das Thema betrifft den gesamten Alpenbogen.

In der Arbeitsgruppe wollen wir nun definieren, was eine alpine Wellness-Destination ausmacht. Wenn uns das gelingt, entsteht daraus ein EU-Projekt. Ziel ist unter anderem eine gemeinsame Dachmarke. Neben der Schweiz machen Tirol, Südtirol, Bayern und Liechtenstein mit.

«Ziel ist eine gemeinsame Dachmarke der Alpenländer.»

■ Wie erleben Sie die grenzüberschreitende Zusammenarbeit?

Aufgrund meiner beruflichen Erfahrungen habe ich keine Berührungsängste. Mit dem Produkt «Alpine Wellness» haben wir einen breiten Ansatz, der von Kitzbühel bis Vals, von Meran bis Malbun alle interessiert. Wir sprechen alle die gleiche Sprache.

■ Welche Punkte müssen erfüllt sein, damit Sie am Schluss des Alpenforums von einem Erfolg sprechen werden?

Wir alle müssen den Berg wirklich gespürt haben. Aus den Diskussionen und Begegnungen soll jeder mit konkreten Aufgaben und Lösungen nach Hause gehen können.

Alpenforum in Adelboden

Vom 26. bis 29. Juni findet in Adelboden das erste Alpenforum statt. Thema ist das «Alpine Wohlbefinden und dessen Chancen». Verschiedene Fachreferenten sprechen zu Wellnessqualität, Ernährung, Höhenstudie AMAS, Architektur, Ambiente und Ausbildung. Der Anlass richtet sich an Teilnehmer aus der Schweiz, aus Österreich, Italien und Liechtenstein. Das Alpenforum ist auf mehrere Jahre angelegt. In den Folge-

jahren sollen einzelne Aspekte aus dem Themenkreis «Alpine Wellness» herausgegriffen werden. Im 2004 wird beispielsweise das Thema «Sport» ins Zentrum gerückt. Die hotel+tourismus revue ist Medienpartner der Veranstaltung. SST

Information und Anmeldung bei: Verein alpenforum@adelboden.ch, Tel. 033 673 80 80, alpenforum@adelboden.ch.

Zur Person

Der gebürtige Davoser Roland Huber (52) ist seit Februar 2002 Direktor von Adelboden Tourismus. Das Thema «Wellness» beschäftigt ihn seit Jahren: Huber betreute als Berater verschiedene Projekte in diesem Bereich, er war acht Jahre lang Direktor von Scuol Tourismus und als Geschäftsführer hat er das Gesundheits- und Erlebnisbad «Engadin Bad Scuol» aufgebaut. SST

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

HUNKELER
GASTRO- UND HEIMTEXTILIEN

Ihr Fachgeschäft für:

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

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

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

happy4YOU

Know-how für
Schlafkultur im Hotel.

happy systems™

I welt i hett es happy-Bett.

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



HOTEL

SOMMERAKADEMIE / Thema Regionalmanagement

Strategien analysieren

Die «Europäische Sommerakademie für Regionalmanagement, Wirtschaftsförderung und Standortmarketing» findet dieses Jahr vom 8. bis zum 12. September in der Euregio Bodensee in Ravensburg/Weingarten statt. Sie richtet sich an Berufsleute, die in den Bereichen, Regionalentwicklung, Landes- und Regionalplanung, Wirtschaftsförderung oder Standortmarketing tätig sind. Die Sommerakademie soll auf der

Basis von Vorträgen und Seminararbeit einen Einblick in die neuesten Entwicklungen der betreffenden Bereiche geben. Laut Ausschreibung wird die Analyse von Strategien und Leitbildern im Zentrum stehen. Durchgeführt wird die Sommerakademie unter anderem vom Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen. TRU

www.bodensee-oberschwaben.de

JAHRBUCH DER TOURISMUSWIRTSCHAFT / 16. Band erschienen

Aktueller Stand der Diskussion

Mit Beiträgen von Branchenkennern versucht das diesjährige «Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft» die in der alpinen Tourismuswissenschaft relevanten Entwicklungen des vergangenen Jahres aufzuzeigen. Die Herausgeber Thomas Bieger und Christian Laesser wollen in diesem 16. Band einen Überblick über den aktuellen Stand der laufenden tourismuswissenschaftlichen und -wirtschaftlichen Diskussi-

on geben. Behandelt werden Themen wie «Perspektiven der Seilbahnwirtschaft», «Wertsteigerungspotenzial durch Kooperationen in der Hotellerie», «Qualitätsprogramm des Schweizer Tourismus – Wege zur Internationalisierung», «Statusbericht zum Markenmanagement – Aus Sicht eines nicht vertikal integrierten Tourismuskonzerns» sowie «Impact-Messung am Beispiel Österreichs». Weitere Beiträge

handeln von Tourismustrends, von den volkswirtschaftlichen Effekten von Sport-Events, von der touristischen Angebotsgestaltung in der so genannten Erlebnisökonomie und von der Preispolitik in der Hotellerie sowie vom Destinationsmanagement. TRU

Bezugsadresse: Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, St. Gallen, Tel. 071 224 25 25. Preis: 52 Franken plus Porto und Verpackung.

Dientigtal setzt auf Alleingang

Dientigtal. Mit 55 Nein zu 29 Ja und drei Enthaltungen fiel in der Frage nach dem Beitritt von Dientigtal Tourismus zur Destination Lenk-Simmmental Tourismus AG klar aus. Wäre es zu einer Annahme gekommen, hätte laut «Berner Zeitung» die Opposition die Zusammenarbeit erschwert. Vor einem Jahr hatte der Tourismusverein einen Beitritt favorisiert. Der Bedingung, Dientigtal in den Destinationsnamen einzufügen, wurde nämlich nicht entsprochen. TRU

EXPO.02-STÄDTE /

Vereinbarung «Konferenz vom 15. Mai»

Netzstadt Drei-Seen-Land

Die vier Expo.02-Städte Biel, Murten, Neuenburg und Yverdon-les-Bains wollen die mit der Landesausstellung entstandenen Synergien in der «Netzstadt Drei-Seen-Land» weiterentwickeln (siehe auch htr vom 15. Mai 2003). Am Jahrestag der Expo-Eröffnung gründeten sie mit der Unterzeichnung einer entsprechenden Vereinbarung die «Konferenz vom 15. Mai» als Plattform für die weitere Zusammenarbeit. Je nach Teilprojekten können weitere Partner beigezogen werden. Unterstützt wird die «Netzstadt» vom Bundesamt für Raumentwicklung beziehungsweise vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco).

Das erste Projekt des Aktionsprogramms, «Touristische Produkte Drei-Seen-Land» sieht die Entwicklung und Kommunikation von attraktiven regionalen Produkten vor. Das «Drei-Seen-Land» verstehe sich auch als Teil des gesamtschweizerisch und international operierenden Labels «Watch Valley», hiess es anlässlich der Unterzeichnung der Vereinbarung. Über ein gemeinsames PR- und Kommunikationskonzept soll ein «Drei-Seen-Pass» lanciert werden. Geplant ist ein gemeinsamer Verkauf nach dem Cross-Selling-Prinzip, bei dem Freizeit- und Kulturangebote offeriert werden, beispielsweise in Zusammenarbeit mit Partnern wie SwissCities, Cyclo-Trois-Lacs, Human Powered Mobility und Schiffahrtsgesellschaften. «Die touristischen Attraktionen im Gebiet des Drei-Seen-Landes und diejenigen des Arc Jurassien sollen sich ergänzen und gegenseitig fördern», sagte Hans Stöckli, Stadtpräsident von Biel.

ERSTES TEILPROJEKT
«DREI-SEEN-PASS»

Beim Teilprojekt «Drei-Seen-Pass» geht es um eine Ernährungskarte. Einerseits ist ein Jahrespass geplant, der zum Kulturaustausch, zur Mobilität und zum Entdecken touristischer Attraktionen anregen soll. Andererseits soll eine neue Gästekarte mit einer Gültigkeitsdauer von einem, drei oder sieben Tagen geschaffen werden. Die Pässe sollen mit einem Katalog der angebotenen Dienstleistungen abgegeben werden. «Es wird geprüft, das Teilprojekt Drei-Seen-Pass auf das ganze Watch Valley auszuweiten», sagte Stöckli.

Ziel des Projekts «Festivals» ist es, den Geist der Expo.02 durch ein jährliches Festival im Drei-Seen-Land weiterleben zu lassen. Festivals soll den Bekanntheitsgrad der Region erhöhen. Die vier Netzstädte sollen die treibende Kraft des Festivals sein.

Das Projekt Kulturlandschaft möchte die regionale Geschichte aufarbeiten und diese transparent machen. Diese Grundlage sei für die Identifikation der Region unabdingbar, erklärte Christiane Feldmann, Stadtpräsidentin von Murten und erste Präsidentin der «Netzstadt Drei-Seen-Land». TRU

VELOLAND SCHWEIZ / Das Vorhaben «SchweizMobil integral» wird auf das «Basismodul HPM/ÖV/MobilCenter» redimensioniert. Auch dessen einzelne Bereiche werden zurückgestutzt. TONI RÜTTI

Die Schweiz will noch immer Leader in nachhaltiger Mobilität werden

Einzelheiten zur bereits angekündigten Redimensionierung des Projektes «SchweizMobil» sind nun bekannt: Erstens wird das Vorhaben «SchweizMobil integral» auf das «Basismodul Human Powered Mobility (HPM)/Öffentlicher Verkehr (ÖV)/MobilCenter» redimensioniert und zweitens auch einzelne Bereiche dieses Basismoduls. Der neueste Budgetvorschlag für das «Basismodul HPM/ÖV/MobilCenter» sieht Kosten in der Höhe von 19,490 Mio. Franken vor; für das ursprünglich vorgesehene Modell «SchweizMobil integral» waren noch 50 Mio. Franken veranschlagt worden.

Der Bund und die Kantone sollen bis Frühjahr 2008 je 9 Mio. Franken – je 2,25 Mio. Franken pro Jahr – beisteuern; den Rest haben private Organisationen aufzubringen. «Der Bund und die Kantone haben ihr Okay zu den Kreditgesuchen noch nicht gegeben. Sollte es zu einer Abfuhr kommen, würde dies das Ende von «SchweizMobil» bedeuten», sagt Peter Anrig von der Stiftung Veloland Schweiz, die dem Schweizer Tourismusverband angeschlossen ist. Die Stiftung Veloland Schweiz müsste in diesem Falle fortan einzelne Projekte auf ganz kleinem Feuer im Alleingang beziehungsweise mit Partnern weiterverfolgen.

Das Marketing bleibt bei Schweiz Tourismus und seinen Partnern. Der Terminplan sieht planerische Vorarbeiten bis Ende 2003 und die Planung zwischen Anfang 2004 und Frühling 2006 vor. Die anschließende Realisierung soll im Frühjahr 2008 abgeschlossen werden, um dann den Betrieb vollumfänglich aufnehmen zu können.

5 STATT 11 NATIONALE
WANDERROUTEN

Das Basismodul HPM/ÖV/MobilCenter sieht ein «Wanderland», ein «Veloland», ein «Skatingland» und ein «Paddelland» vor. Im Bereich «Wanderland» sind nicht mehr elf, sondern bloss noch fünf nationale Routen mit 40 Highlights vorgesehen. Das «Veloland Regional» – heutiger Bestand zirka 4000 km, geplant 6000 km regionale Routen – soll ein wichtiger Bestandteil des Gesamtprojektes «Veloland» werden. «Wir wollen die regionalen Velorouten vollumfänglich ins Veloland Schweiz und dessen Angebot, Informationssystem und Marketing integrieren.» Schweizweit soll eine «einheitliche und dichte Verkehrsinfrastruktur fürs Velofahren» entstehen.

Im Bereich Skatingland ist noch nicht definiert, ob sich überhaupt eine nationale Skating-Route mit 15 Highlights realisieren lässt. Ungewissheit besteht auch im Bereich Paddelland; zurzeit ist von allenfalls einer nationalen Paddel-Route und von zehn Highlights die Rede.

Im Bereich MobilCenter sollen national einheitliche Informationen

Foto: Swiss-Image



ETAPPENHALT

Noch fehlen die Zusagen von Bund und Kanton zu den geforderten Krediten in der Höhe von je 9 Mio. Franken für das Vorhaben «Basismodul HPM/ÖV/MobilCenter».

übers Internet und über Info-Konsolen geboten werden, und zwar mit Auskünften zu HPM-Routen, ÖV-Fahrpläne, Mietfahrzeuge, Dienstleistungen der Schnittstellen HPM/ÖV/Mietfahrzeuge sowie Tourismusangeboten.

ZUFRIEDENERE KUNDEN
UND HÖHERE ERTRÄGE

«An der ursprünglichen Vision von SchweizMobil wollen wir trotz der Redimensionierung nicht rütteln», sagt Peter Anrig von der Stiftung Veloland Schweiz, die dem Schweizer Tourismusverband in Bern angeschlossen ist. «Die Schweiz ist ab 2008 weltweit Leader in nachhaltiger Mobilität und verfügt über entsprechende Angebote für Freizeit, Tourismus und Alltag. Bestehen bleibt auch der Name SchweizMobil», so Anrig. Auch das redimensionierte Basismodul bringt laut Anrig «mehr und zufriedeneren Kunden und damit höhere Erträge für die Tourismuswirtschaft und die öffentliche Hand». Einen qualitativen Nutzen des Basismoduls sieht er im Erlangen eines «Know-how-Vorsprungs» im Bereich der kombinierten Mobilität. Die Mobilität in Freizeit und Alltag müsse nachhaltiger als bislang werden.

«Wir wollen das Bewusstsein in der Bevölkerung über die Veloinfrastruktur und deren Qualität fördern und zur Benützung des Velos in Freizeit, Tourismus und Alltag anregen», sagt Anrig. Der quantitative Nutzen des Basismoduls HPM/ÖV/MobilCenter dürfte laut Stiftung Veloland Schweiz bei bis zu 10 Millionen Tagesausflügen pro Jahr, 400 000 Mehrtagesreisen und 1,1 Mio. Übernachtungen liegen. Zum Vergleich: Im Jahr 2002 hat Veloland Schweiz rund 600 000 Übernachtungen gezählt, nachdem es im Vorjahr

erst deren 530 000 waren. Im Jahre 2002 hat der Umsatz aus Tagesausflügen laut Anrig rund 130 Mio. Franken und der Umsatz aus Mehrtagesreisen 110 Mio. Franken erreicht. «Das Basismodul HPM/ÖV/MobilCenter kann einen Umsatz von 400 Mio. Franken generieren», prognostiziert Anrig. Derzeit zählt Veloland Schweiz 802 Partnerbetriebe, darunter 481 Hotels, Landgasthöfe und Pensionen. Es machen 24 Transportunternehmen mit. Die übrigen Mitglieder fallen unter «Diverse».

Informationsbeschaffung

Vom bereits überarbeiteten Internet-auftritt von www.veloland.ch gibt es neu auch eine italienische Version der «Flash-Karte (www.swizzera-in-bici.ch). Neu erschienen ist der «Swiss Active Voucher – Info Guide 2003», in dem man 150 Hotels findet, die alle ein und denselben Preis verlangen. Herausgegeben wird er von Minotel Suisse, Lausanne.

Für die neun Velorouten Rhone, Rhein, Nord-Süd, Alpenpanorama, Mittelland, Graubünden, Jura, Aare und Seen gibt es Routenführer mit

touristischen Angeboten. Die Herausgabe eines «Velo-Atlas» ist beschlossene Sache.

Zusammen mit dem Bundesamt für Strassen (ASTRA) hat die Stiftung Richtlinien für Velowegweisungen herausgegeben; diese Broschüre enthält Beispiele für eine vereinheitlichte Signalisation wie im übrigen Strassenverkehr.

Informationen sind jeweils in dem von der Stiftung Veloland herausgegebenen «Newsletter» zu finden (www.veloland.ch). TRU

MESSE SCHWEIZ / Beschwerde gegen BAG-Verfügung

Bezahlt der Bund den Schaden?

Die Messe Schweiz AG hat beim Eidgenössischen Departement des Innern Beschwerde gegen das Bundesamt für Gesundheit (BAG) eingereicht bezüglich dessen Entscheid, die asiatischen Aussteller von der Uhren- und Schmuckmesse in Basel auszuschliessen. Betroffen waren 394 von insgesamt 2163 Ausstellern. Das Beschäftigungsverbot hatte zur Folge, dass die Messe einen Besucherrückgang von 22 Prozent zu verzeichnen

hatte, heisst es in einer Pressemitteilung. Zudem sei der künftige Einbezug des Standorts Zürich in die Schmuckmesse in Frage gestellt. Die Messe Schweiz prüfe nun, ob und in welchem Umfang sie beim Bund eine Schadenersatzforderung – inklusive Kosten für die Umsetzung der verfügbaren Massnahmen – stellen werde. Im Hinblick auf die Durchführung künftiger Messen habe die Messe Schweiz ein Interesse daran,

dass eine übergeordnete Instanz prüfe, ob die BAG-Verfügung rechtmässig sei.

Die Verfügung des BAG sei unangemessen und unverhältnismässig, sagt die Messe Schweiz. Ein Gutachten des Instituts für Umweltmedizin und Krankenhaushygiene der Uniklinik Freiburg i.B. kommt zum gleichen Schluss: Die vom BAG empfohlenen Massnahmen seien «masslos übertrieben» und nicht notwendig. CK

SWISS KNIFE VALLEY / Der Förderverein ist gegründet worden

Weiterer Schritt in Richtung Marke

Der Förderverein Swiss Knife Valley ist vor wenigen Tagen gegründet worden. Er habe zum Ziel, die Swiss Knife Valley AG in Ibach ideell und finanziell zu unterstützen, heisst es in einer Pressemitteilung. Durch eine breite Abstimmung in der Bevölkerung erhoffen sich die Initianten, das Tourismusbewusstsein zu steigern.

Die Aktiengesellschaft Swiss Knife Valley AG mit einem Aktienkapital von 150 000 Fran-

ken ist im September 2002 gegründet worden. Geschäftsführer ist der ehemalige Tourismusdirektor von Beatenberg, Marcel Murri. Er wird seine Tätigkeit im August 2003 aufnehmen. Aktionäre sind praktisch alle Tourismusunternehmen und -Vereine der Region. Partnerverträge mit einer zusätzlichen jährlichen Gesamtsumme von 150 000 Franken für die nächsten fünf Jahre werden demnächst abgeschlossen

Mit dem Förderverein ist ein weiterer Schritt getan im Aufbau einer neuen touristischen Marke. Einige Aktivitäten haben unter diesem Label bereits stattgefunden. Jetzt werden weitere wichtige Schritte für die Schaffung moderner Strukturen eingeleitet. Die Marke Swiss Knife Valley soll in der Schwyzer Talschaft verankert werden und touristische Produkte gemeinsam vermarktet werden. CK

FAMILIENORTE / Ab 2004 gibt es einen einheitlichen Auftritt für die Familienorte in der Schweiz. Die Kriterien für das Qualitätsgütesiegel «Familien willkommen» werden überarbeitet und weitere Schwächen ausgemerzt. CHRISTINE KÜNZLER

An der Qualität wird nicht gerüttelt

Ab nächstem Jahr muss der Gast nicht mehr unterscheiden zwischen «Familienorte Schweiz» und «Familien willkommen». Die beiden Produkte fusionieren zu einem, und zwar zu «Familienorte Schweiz». In der Familienbrochure von Schweiz Tourismus sollen ab 2004 alle Familienorte einheitlich als «Familienorte Schweiz» kommuniziert werden. Heute sitzen Vertreter der Familienorte, von Schweiz Tourismus (ST) und dem Schweizer Tourismusverband (STV) an einem Tisch und brüten über die künftige Zusammenarbeit. Die jetzige Situation ist nämlich wenig transparent: Von 20 Familienorten, die mit dem Gütesiegel «Familien willkommen» ausgezeichnet sind, sind acht gleichzeitig Mitglied im Verein «Familienorte Schweiz» und treten auch unter diesem Label auf.

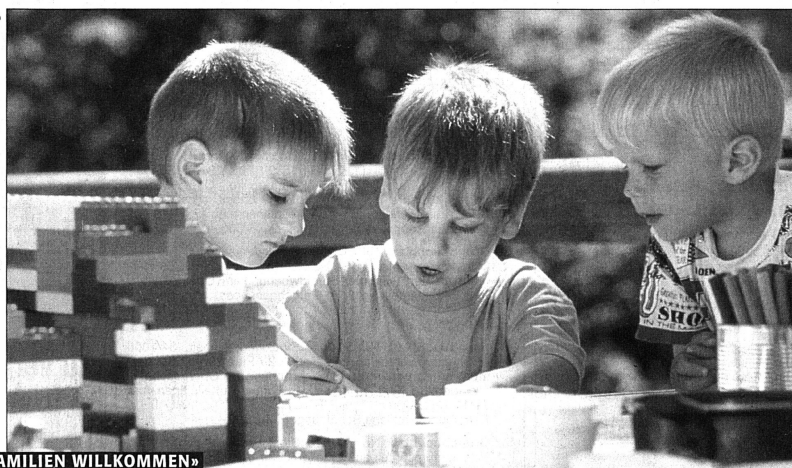
Geschäftsstelle wird es keine geben, «Schweiz Tourismus (ST) verhan-

delt direkt mit den 20 Orten», sagt Alexandre Fricker, bei ST zuständig für Partnermarketing und Familien. Der Verein «Familien Orte Schweiz» bleibt weiterhin bestehen. Er wird über die Qualität wachen und jährlich einen Qualitätsworkshop durchführen. Prüfstelle für das Gütesiegel, das auch künftig jeder Familienort erarbeiten muss, bleibt nach wie vor der STV.

DIE KRITERIEN WERDEN ÜBERARBEITET

Mit der Integration der Orte «Familien willkommen» in die «Familienorte Schweiz» werden auch die Kriterien für das Gütesiegel «Familien willkommen» überprüft. Dass sie flexibler gestaltet werden müssen, zeigt nicht nur eine Umfrage der hotel + tourismus revue bei Direktoren verschiedener Familienorte, das haben auch der

Foto: Swiss-Image



«FAMILIEN WILLKOMMEN»

Zurzeit haben 20 Orte das Gütesiegel. Neues Mitglied bei den Familienorten ist Emmetten.

Wer die Kriterien nicht einhält, fliegt raus

Riederalp ist das Gütesiegel «Familien willkommen» entzogen worden. Der Hauptgrund dafür ist, dass kein Hotel auf der Riederalp ein 20 m² grosses Spielzimmer eingerichtet hat. «Wir können dieses Must-Kriterium einfach nicht erfüllen», sagt Tourismusdirektor Mario Braide. Er verstehe nicht, weshalb die Riederalp sechs Jahre lang das Gütesiegel – ohne Spielzimmer – tragen durfte und jetzt plötzlich nicht mehr. Judith Renner-Bach, die Direktorin des Schweizer Tourismusverbands aber bleibt auf ihrem Standpunkt: «Wenn früher die Kontrolle schlechter war, heisst das nicht, dass dieser Status so beibehalten wird.»

Ein anderes Muss: die Kinderbörse, wo die Eltern Spiele und Geräte ausleihen können. «Wir haben zurzeit keine Börse mehr, weil uns die Räumlichkeiten gekündigt worden sind»,

sagt der Direktor eines anderen Familienorts. Notabene sei die Börse von den Gästen kaum genutzt worden. Für die nächste Erneuerung des Gütesiegels muss der Direktor einen Raum gefunden haben, sonst geht es ihm wie seinen Kollegen: Nebst Riederalp ist auch Crans-Montana und Engelberg das Gütesiegel entzogen worden. Dasjenige in Hasliberg ist situiert, weil die Tourismusorganisation das Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus nicht erneuert hat. «Wir haben die nötigen Massnahmen bereits ergriffen», versichert die Tourismusdirektorin Katrin Lüthi. «Dass wir ein Familienort sein wollen, steht ausser Frage.» Sistierte ist auch die Bettmeralp. Dort erfüllen die Hotels nicht alle Kriterien. Auch dort wolle man sich dafür einsetzen, das Gütesiegel «Familien willkommen» behalten zu können. CK

Schweizer Tourismusverband und Schweiz Tourismus erkannt (vgl. Kasten). «Wir müssen nochmals über die Bücher», bestätigt Fricker. Ein Kriterium aber stehe schon fest: Künftig müsse in jedem ausgezeichneten Familienort ein Kids-Hotel stehen. Sicher ist auch, dass die Parahotellerie miteinbezogen wird, wie Judith Renner-Bach sagt. «Wir werden die Muss- und Wunschkriterien hinterfragen, aber die Qualität nicht abbauen», stellt sie klar.

Möglicherweise ist die neue Kooperation ein Schritt dazu, die Familienorte bekannter zu machen (vgl. Umfrage). Eine Lizenzarbeit am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern hält nämlich fest, dass der Bekanntheitsgrad der Familienorte gering ist. Die Autorin

Sandra Messerli hat die aktuelle Ausgangslage und die Umsetzung des Gütesiegels in den drei Familienorten Beatenberg, Grächen und Toggenburg analysiert. Sie schlägt in ihrer Lizenzarbeit vor, das Gütesiegel besser zu profilieren und verstärkt zu propagieren. Zum Beispiel mit einer publikumswirksamen Verleihung an einer Messe.

DAS GÜTESIEGEL IST WENIG BEKANNT

Eine Schwäche sieht Sandra Messerli auch darin, dass die – bei Familien beliebten – Ferienwohnungen in den Gütesiegel-Kriterien fehlen. Die einzige Beherbergungsform, die erwähnt ist, ist die Hotellerie. Weiter zeigt ihre Analyse, dass der Informati-

onsfluss von der Qualitätskommission über die Tourismusorganisation zu den einzelnen Leistungsträgern verbessert werden muss. Sie schlägt vor, die involvierten Betriebe besser zu integrieren, zu betreuen, zu schulen und zu motivieren. Denn sie hat herausgefunden, dass sich die involvierten Leistungsträger punkto Erfolg und Qualität kaum von den nicht involvierten unterscheiden. Unter anderem auch deshalb, weil ein präzises Instrument zur Erfolgskontrolle fehlt.

Die von der htr befragten Direktoren der Familienorte bestätigen alle die Schwächen, die die Analyse an den Tag gebracht hat. Und auch bei ST und dem STV hat die Autorin Gehör gefunden: «Die Lizenzarbeit ist jetzt unsere Bibel, nach der wir vorgehen», sagt Alexandre Fricker.

STRASSENUMFRAGE

«Ein Qualitäts-Gütesiegel für familienfreundliche Orte sagt mir nichts»



Brigitte Gasser, Bern: «Ein Gütesiegel für familienfreundliche Orte sagt mir nichts. Wenn ich das jedoch höre, stelle ich mir Hotelanlagen mit Animation vor, was mich abschreckt. Wenn ich mit meinem Kind in die Ferien fahre, ist mir wichtig, dass am Zielort viel Natur vorhanden ist. Also denke ich nicht, dass ich bei der Auswahl meines Ferienziels auf das Gütesiegel achten werde.»



Nina Walter, Burgdorf: «Von einem Qualitätsgütesiegel «Familien willkommen» höre ich jetzt das erste Mal. Es hört sich jedoch sehr interessant an für mich. Wichtig wäre sicher ein vielfältiges Freizeitangebot für die Kinder, damit sie sich nicht langweilen. Wichtig ist mir auch, dass ich die Kinder für ein paar Stunden am Tag abgeben kann, und sie im Kinderhütendienst wohlbehütet weiss.»



Corina Frutschi, Heimberg: «Ich habe noch nie von einem Gütesiegel für besonders familienorientierte Orte gehört. Zurzeit kann ich mir nicht vorstellen, an einem solchen Ort Ferien zu verbringen, da mein Sohn noch zu klein ist, um davon profitieren zu können. Später werde ich jedoch sicher gerne von einem solchen Angebot Gebrauch machen. Wichtig wäre mir eine grosse Vielfalt an Dienstleistungen.»



Astrid Walker, Burgdorf: «Ein Gütesiegel für familienfreundliche Ferienorte kenne ich nicht, aber wenn ein Ort eine Auszeichnung verdient, dann sicher eines. Der Aufenthalt in Brienz war eines unserer tollsten Ferienerlebnisse mit den Kindern. Was wir als super erlebt haben, war, dass man sowohl die Kinder als auch die Eltern in das Freizeitangebot miteinbezogen hat.»



Sabine Rauch, Burgdorf: «Ich habe noch nie von einem Qualitätsgütesiegel für familienfreundliche Orte gehört. Spontan kommt mir jedoch die Bettmeralp in den Sinn. Ich habe dieses Skigebiet als sehr kinderfreundlich erlebt, die Preise waren in Ordnung und es gab einen Skispielfeld für die Kleinen. Für mich bedeutet familienfreundlich vor allem, dass es nicht zu teuer ist.» Umfrage: Fabienne Künzler

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

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

Lago di Lugano

Wir verkaufen an bester Lage,
direkt am See

stilvolles

***Hotel mit guter Rendite

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

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

155844/247804

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)
Eröffnung nach Vereinbarung.
Schriftliche Bewerbungen erbeten an:

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

156071/421067

Nach Vereinbarung zu vermieten
im Naherholungsgebiet
der Stadt Zürich

Ausflugsrestaurant

In autofreiem Wandergebiet,
140 Innenplätze, 200 Aussengänge,
Waldhütte für 80 Personen,
Aussenverkaufsstelle,
3-Zimmer-Studiowohnung,
Personalzimmer, zwei Garagen,
viele Nebenräume.

Miete Fr. 4500.- inkl. NK.
Inventar muss übernommen werden,
Fr. 80 000.-. Kein Bierliefervertrag.

Offerten unter Chiffre 156221,
hotel + tourismus revue,
Postfach 3001 Bern.

156221/424849

Wir verkaufen in der Kernzone von
Emmenbrücke (K6), nächst Maxx,
traditionsreiches und etabliertes

Hotel/Restaurant

mit 100 Plätzen, grosszügige Küche
in Top-Zustand, 3 bis 4 Säle, Garten-
terrasse, total 300 Plätze.

8 Gäste- und 6 Personalzimmer,
4-Zimmer-Wohnung mit Büro, 30
Parkplätze rund um das Haus auf
einer Parzelle von rund 2000 m².

Enorme Nutzungsreserve.

156246/386313

Kurt Grütter www.kurtgruetter.ch
Immobilien-Dienstleistungen
6002 Luzern ☎ 041 210 90 01

Baden/Ennetbaden
Zu verkaufen

Restaurant/Bar mit Terrasse

an zentraler Lage.

Telefon 076 308 23 44

156289/424924

Zu verkaufen in Laax/Films an schöner Aus-
sichtslage

RESTAURANT - PIZZERIA - BAR

- Pizzeria mit Holzofen 60 Plätze
- Restaurant mit 70 Plätzen
- Grosser unterteilbarer Saal mit 100 Plätzen
- Seminarraum mit 30 Plätzen
- Bar mit 60 Plätzen
- Küche mit Kühl-/Gefrierzelle, zwei Büros,
Personalräume
- Fitnessraum, Whirlpool, Squash, Sauna
(für Saunaclub geeignet)
- Kinderspielzimmer und genügend Park-
plätze

Interessanter Verkaufspreis. Solvente
Interessenten melden sich unter Telefon
081 927 20 00.

156200/14227

TRIN
zwischen Chur und Flims
zu verkaufen

RESTAURANT

Baujahr 1994 (neuer Zustand);
solide Ausstattung mit hochwertiger
Kücheneinrichtung; gute Abläufe;
zentrale Lage; 70 Plätze (inklusive
26 Plätze im Saal mit mobiler Trennwand);
ca. 25 bis 30 Plätze auf der Sonnenterrasse
und ca. 30 Plätze an der separaten Bar;
Nebenkosten ca. Fr. 600.- im Monat;
VP Fr. 385 000.-, INKLUSIVE Klein- und
Grossinventar, Waschküche (5 m²),
Lager 1 (6 m²), Lager 2 (15 m²) und
ein Wirt-Parkplatz in der offenen Garage.

081 284 00 24

www.degani.ch

156140/385500

NEL LUGANESE

fuori dal centro, isolato, nel verde
Causa pensionamento

VENDESI / AFFITASI RISTORANTE

AMBIENTE TIPICO, BEN CURATO
grande camino con griglia, parcheggi,
vista impareggiabile, ottima clientela,
importante cifra d'affari,
contratto d'affitto modico.
60 POSTI INTERNI IN 3 SALE
60 ESTERNI SULLA VERANDA
Tel. 079 429 60 90

156288/421066

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Profitieren Sie von
unseren Branchenkenntnissen!

Kauf & Verkauf

von Hotelliegenschaften.
Absolute Diskretion ist für
uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

Rössli Kempraten Rapperswil SG

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

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.
Gadola Bauberatung, Bergstrasse 8, 8712 Stäfa, Telefon 01 929 19 67

156137/424681

Gastrobetrieb an bester Lage

Zürichs zu verkaufen.

Dieses exklusive Angebot besteht einerseits aus
einer historisch wertvollen Liegenschaft, an aller-
besten Lage im Zentrum der Zürcher City, anderer-
seits aus einem voll eingerichteten, modernen
Gastrobetrieb. Wir verkaufen die Liegenschaft und/oder
den Gastrobetrieb. Gesamtanlagevo-
lumen Sfr. 7 Mio. Philippe Mueller, Tel. +41 43 344
65 02 gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte.

KM&P

KUONI-MUELLER & PARTNER

Kuoni Mueller and Partner Investment AG.

Schweizergasse 21, 8001 Zürich.

www.kmp.ch

Zu verpachten

Wir suchen auf Frühjahr 2004 ein Wirtespaar als neue
Pächter.

Das bestens gelegene Gasthaus liegt an der stark fre-
quentierten Kantonsstrasse Solothurn-Bern. Der ganze
Betrieb wurde kürzlich total saniert.

Er umfasst:

Gaststube mit Buffet-Bar	40 Plätze
Speisesaal	25 Plätze
Originelles Steinkeller-Grotto oder Pizzeria	35 Plätze
Bankettsaal im 1. Stock	60 Plätze
Gartenrestaurant	50 Plätze
Grosser Parkplatz für	50 PW

Wir offerieren sehr günstige Mietbedingungen (Umsatz
oder Festzins) und ermöglichen auch jungen
Fachkräften eine gute Existenzmöglichkeit.

Interessenten melden sich unter Chiffre 156134, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156134/22667

Unikat zu verkaufen

Lieben Sie die Herausforderung des Einzigen,
Ruhe und Abenteuer, umgeben von Natur und
lebendiger Geschichte?

Hotel Furkablick auf der Furkapasshöhe

Im geschützten Originalzustand auf der einen Seite,
zeitgenössisch umgebaut auf der anderen.

Interessiert? Gerne erfahren Sie mehr bei Stephan J.J. Maeder,
Beratung und Coaching, unter 079 616 07 48.

156258/424887

Kinder sind keine Ware.



Gerne erhalte ich weitere Informationen über:
☐ die Kampagne „Stoppt Kinderhandel“ ☐ Patenschaften ☐ Freiwilligenarbeit in meiner Region

PC-Konto: 10-11504-8

Name / Vorname

Straße

PLZ/Ort

Tel.

Datum

Unterschrift

Terre des hommes • Büro Deutschschweiz • Postfach • 8024 Zürich
Tel. 01/242 11 12 • Fax 01/242 11 18 • deutschschweiz@tdh.ch • www.tdh.ch

7434 Sufers, 12. Mai 2003

Betreibungsamt Avers

Ruth Luzi

156293/424936

St-Imier, BE

Schöne, ruhige, komfortable

3-Zimmer-Wohnung

zu verkaufen, 3 Stock, sehr gute
Wander- und Skimöglichkeiten, eige-
ner Garten, schöner Chasseralblick.

CHF 90 000.-

Telefon 079 648 21 94, ab 18 Uhr.

156293/424923

Von Privat zu verkaufen

Kleinhotel/Bar und Restaurant

Baden-Altstadt - Toplage

Nur wenige Schritte zum Grand Casino.
12 moderne Studios.
Anlageobjekt oder Selbstnutzung.

Offerten unter Chiffre 156259,
hotel + tourismus revue,
Postfach, 3001 Bern.

156259/419827

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

17-Zimmer-Villa

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

FES Immo. AG, Wald
Telefon 055 246 11 94

156353/421562

Süden Tenerife

Aus gesundheitlichen Gründen
zu verkaufen

Restaurant/Grill/Bar

in einer Urbanisation mit
über 500 Appartements.
Das Lokal hat 86 m² Eigentum.
Die Terrasse muss von den
Eigentümern gemietet werden.
Das Lokal wurde im Jahr 2000
total renoviert für ca. sFr. 60 000.-.
Steuervorteil des Lokales sFr. 185 000.-.
Verkaufspreis sFr. 120 000.-,
evtl. mit einer Hypothek.

Telefon 079 420 38 06

156293/397836

Wir bieten einem fachlich qualifizierten
und dynamischen Paar

DIE CHANCE

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

Restaurant

im Raum Limmattal

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

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

156127/411027

Immobilien:

Jeden Donnerstag
in der
hotel + tourismus revue.

FERIENWOHNUNGEN / Erste Kontrolleure ausgebildet

Die ersten 21 sind ausgebildet



Die 21 ersten Ferienwohnungs-Kontrolleurinnen und -Kontrolleure sind ausgebildet. Der Schweizer Tourismus-Verband führt diesen Kurs durch, um die Teilnehmenden zu befähigen, die Ferienwohnungen bezüglich ihrer Klassifizierung stichprobenweise zu kontrollieren. In Leukerbad (3.6.), Anzère (29.10.) und Davos (23.10.) finden weitere Kurse statt. CK

Infos: www.swisstourfeld.ch

Ja zum Feriendorf

Flims. Der Souverän befürwortet den Bau einer neuen Anlage mit Ferienwohnungen im Gebiet Plais. Mit der Zustimmung zu einem von der Gemeinde vorbereiteten Kaufrechtsvertrag gehen zwei Parzellen Land mit rund 20 000 Quadratmetern an einen privaten Initianten. Dieser beabsichtigt, ein Art kleines Feriendorf namens Crap Alpin mit Mietwohnungen zu bauen. Die Gemeinde erhält für den Boden 11,4 Millionen Franken. CK/sda

2% mehr Logiernächte

Lenzerheide. Die Ferienregion Lenzerheide-Valbella kann einen positiven Winterabschluss verbuchen: Zwischen November 2002 und April 2003 stieg die Zahl der Logiernächte um 2% auf 136 540 Übernachtungen. Die Anzahl der verfügbaren Betten ist mit 1617 gleich hoch wie im Vorjahr geblieben. Mit 84,4% (+1,4%) am besten ausgelastet waren die Hotels der Vier-Sterne-Kategorie. Die durchschnittliche Auslastung lag bei 67% (+1,3%). SST

Ein Minus fürs Heidiland

Tourismusverband Sarganserland-Walensee. In der Ferienregion Heidiland sind die Hotellögnächte im 2002 um 2,4 Prozent gesunken (total 413 912 Übernachtungen). Grund war das schwierige wirtschaftliche Umfeld. Vor allem deutsche Gäste (-4371) blieben aus. Dennoch: Seit der Gründung der Ferienregion Heidiland 1995 stiegen die Übernachtungen um 61 504 oder 17 Prozent, doppelt so stark wie im Landesdurchschnitt. CK/sda

ÖFFENTLICHER VERKEHR / Im Rahmen eines Sparpakets erwägt der Bund die Streichung eines Viertels der Postautolinien. Dies hätte auch für den Tourismus negative Folgen. Der VöV lud zu einer Krisensitzung. ROBERT WILDI

Der Abbau gefährdet den Tourismus

Für Peter Vollmer gehen die Sparmassnahmen des Bundes beim öffentlichen Verkehr in die falsche Richtung. «Mit der Ausdünnung von Streckennetzen bei Bahn und Postauto ist ein grosser Substanzverlust verbunden, der direkt auf die Kundschaft durchschlägt», hebt der Direktor des Verbands öffentlicher Verkehr (VöV) den Mahnfinger. Dies sei kontraproduktiv und verursache neue Kosten, da vielmehr Leute vom öffentlichen auf den privaten Verkehr umsteigen würden.

Alarmierende Wirkung auf Vollmer hatte die Ankündigung des Bundesamtes für Verkehr (BAV) im März, dass allein im Regionalverkehr jährlich 40 Millionen Franken eingespart werden müssten. Gemäss BAV-Direktor Max Friedli entspricht dies der Streichung eines Viertels aller Postautolinien, was auch auf die übrigen Bus- und Regionalbahnverbindungen nachhaltige Auswirkungen hätte. Die VöV-Verantwortlichen erarbeiteten auf diese Ankündigungen postwendend eine Liste mit Bahn- und Postautoverbindungen, die bei der konsequenten Umsetzung des rigiden Bundes-Sparprogramms zur Diskussion stünden. Konkret handelt es sich um 55 Bahnlinien mit einer Streckenlänge von insgesamt 1119 Kilometern sowie hunderte von Postautolinien, besonderes in Randregionen.

NEGATIVE FOLGEN FÜR TOURISMUS BEFÜRCHTET

Die Veröffentlichung dieser Liste durch den «Blick» vom letzten Samstag hatte in den betroffenen Regionen für viel Aufsehen gesorgt. Man dürfe die Liste zum jetzigen Zeitpunkt nicht überbewerten, relativiert indes Vollmer. Keine der darauf festgehaltenen Strecken sei im Moment in akuter Gefahr, demnächst dem Sparhammer zum Opfer zu fallen. Dennoch müsse die Sache ernst genommen werden.

Dass sich der bevorstehende massive Abbau im öffentlichen Verkehr auf das touristische Angebot in den verschiedenen Regionen negativ auswirken wird, ist die verbreitete Meinung in den Schweizer Ferienkantonen. Als verkehrstechnische Randregionen sind sie besonders vom drohenden Abbau betroffen. «Die Erschliessung unseres Kantons mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist bereits heute an der unteren Grenze», meint etwa der Walliser Tourismusdirektor Urs Zenhäusern. Eine weitere Ausdünnung würde dem kantonalen Tourismus Schaden zufügen, sagt er. Gerade die gelben Postautos seien bei ausländischen Gästen sehr gut zu vermarkten und nehmen gemäss Zenhäusern auch für die einheimische Bevölkerung des Kantons eine wichtige Verkehrsaufgabe wahr.

«Es mutet seltsam an, dass der gleiche Staat, der uns mit der Neat eine bessere Erschliessung an die nationalen und internationalen Zentren finanziert, handkehrum mit Streichungen im regionalen Verkehr Schaden zufügt», sagt er. Tatsächlich muss man sich fragen, was eine Schnellverbindung nach Brig nützt, wenn die Gäste danach nicht weiter kommen.

Ähnlich tönt es im Bündnerland. Die Rhätische Bahn (RhB) erwirtschaftet 80 Prozent ihres Umsatzes mit Tourismusverkehr. Der von Kanton und Bund verordnete Rotstift trifft die RhB gemäss Sprecher Peider Härtli empfindlich. «Es sieht schlecht aus, da die Zitrone auf der Aufwandsseite definitiv ausgepresst ist», sagt er. Nun seien auch Kündigungen kein Tabu mehr.

KRISENSITZUNG AM LETZTEN MONTAG

Der VöV hat am letzten Montag kurzerhand eine Krisensitzung einberufen. Dem Aufruf gefolgt sind die kan-

Foto: Swiss Travel System



DAS POSTAUTO FÄHRT AUCH IN RANDREGIONEN

Die Sparmassnahmen des Bundes würden solche Regionen besonders hart treffen.

tionalen Direktoren des öffentlichen Verkehrs, die SBB, der Schweizerische Eisenbahnpersonal-Verband SEV, der Verkehrsclub der Schweiz, die Interessengemeinschaft öffentlicher Verkehr, die Swissrail Export Association sowie die Vereinigung Schweizerischer Bahntechnik-Unternehmen.

Sie alle sind der Meinung, dass die geplanten Sparmassnahmen und damit verbundenen schmerzhaften Angebotskürzungen die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs gefährden und eine Zunahme von Verkehrsstaus auf der Strasse bewirken. Weiter wurde an der

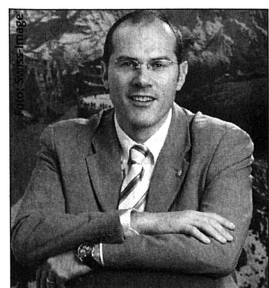
in Bern ausgetragenen Konferenz von den teilnehmenden Parteien festgehalten, dass die Kantone kaum in der Lage sein werden, die Kürzungen von 40 Millionen Franken im Regionalverkehr aufzufangen. Als Konsequenz seien ein Angebotsabbau, die Ausdünnung des Taktfahrplans, die Streichung von Abend- und Wochenendkursen oder gar die Stilllegung zu befürchten. «Allfällige Sparbeschlüsse des Parlaments, die noch über die Vorstellungen des Finanzdepartements hinausgingen, würden die Einmaligkeit des öffentlichen Verkehrs der Schweiz

zum Nachteil des Wirtschafts- und Tourismusstandortes Schweiz gefährden», heisst es in einem Communiqué.

Für Peter Vollmer ist klar, dass sich das Gremium in dieser Zusammensetzung wieder treffen wird. «Es liegt uns sehr viel daran, die Konsequenzen von solchen Sparmassnahmen schonungslos aufzuzeigen und damit die Sensibilität bei den Entscheidungsträgern zu schärfen», umschreibt der VöV-Direktor den Sinn dieser Aktivitäten. Es sei höchste Eisenbahn, den Bundesrat auf die realen Gefahren seiner Pläne aufmerksam zu machen.

BILANZ / Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid sieht für das Jahr 2004 eine Tendenz zum Wachstum. Denn: Der Switzerland Travel Mart 2003 hatte eine Rekordbeteiligung und sei erfolgreich verlaufen. KARL JOSEF VERDING

Das Timing war diesmal besonders glücklich



ST-Direktor Jürg Schmid.

Der 12. Switzerland Travel Mart 2003 mit einer Rekordbeteiligung von rund 1000 Einkäufern, Ausstellern, Medien und Organisatoren hat die Erwartungen von Jürg Schmid, dem Direktor von Schweiz Tourismus (ST) erfüllt. «Nach einer ersten Rücksprache mit unseren Landesleitern und den Ausstellern können wir von einem erfolgreichen STM 2003 sprechen. Neue Tour-Operatoren konnten gewonnen werden, bereits bestehende Beziehungen konnten durch Aufnahme von neuen Angeboten verstärkt werden. Und das Interesse von wachsenden Märkten wie die Russische Föderation oder Indien wurde von zusätzlichen

Schweizer Regionen wahrgenommen.»

Der STM 2003 wirkte wie ein Kick-off nach der Buchungs-Flaute. Der Switzerland Travel Mart findet zwar immer zum gleichen Zeitpunkt im Jahr statt, aber für 2003 könne sein Datum als besonders glückliches Timing angesehen werden. Es sei «die Vermutung berechtigt, dass für das Jahr 2004 eine positivere Tendenz zu erwarten ist.

Das STM-Einkaufsverhalten konnte durchaus positive Signale aussenden.» Beispielsweise hat Wallace Arnold – einer der grössten Bus-Operatoren aus Grossbritannien – Ver-

träge abgeschlossen, die 45 000 Logiernächte beinhalten.

ES WURDE PRIMÄR FÜR 2004 EINGEKAUFT

In welchen Märkten sich gemäss dem STM 2003 eine besonders positive Entwicklung abzeichnet, das werde «eine detaillierte Betrachtung» ergeben, «die erst in den kommenden drei bis vier Wochen möglich sein wird». «Indikatoren zeigen, dass auf breiter Front gute Resultate erzielt werden konnten. Besonders Einkäufer aus der Russischen Föderation und aus Indien haben starkes Interesse gezeigt, selbst

aus den USA ist ein Nachfrageplus zu verzeichnen», betont Schmid. Und: «Anhand einzelner Feedbacks von Tour-Operatoren sind wir zuversichtlich, das gesetzte Ziel von 240 000 zusätzlich generierten Logiernächten erreicht zu haben.»

Der ST-Direktor äusserte sich gegenüber der hotel+tourismus revue auch zu den kurzfristigen und mittelfristigen Saison-Prognosen aufgrund des STM: «Es wurde primär für das Jahr 2004 eingekauft. Erste Diskussionen über die aktuellen Buchungslagen bestätigten unsere Einschätzung: Das Jahr 2003 wird ein herausforderndes Jahr.»

VERBAND SCHWEIZER KURHÄUSER / Bereits vier Betriebe mit QQQ

Mindestens ein «Q» streben alle an

Die seit längerem angestrebte Namensänderung in «Wohlbeden Schweiz» mit der Unterzeile «Kur – Rehabilitation – Wellness» wurde an der 12. Generalversammlung des Verbands Schweizer Kurhäuser genehmigt. Das Qualitätsgütesiegel der Stufe drei haben bereits vier Kurbetriebe erlangt (siehe auch htr vom 8. Mai). Sechs weitere Kurhäuser verfügen über eine EFQM- oder ISO-Zertifizierung. Sie haben laut Max

Nadig, Präsident von «Wohlbeden Schweiz», ebenfalls beste Voraussetzung zum Erlangen des dritten Q. Laut Nadig streben alle anderen Kurhäuser mindestens ein Q an.

Das Kurhaus am Sarnersee wurde als Neumitglied willkommen geheissen. Die Geschäftsführerin des Verbands, Marianne Schiess, hofft weitere Neumitglieder rekrutieren zu können. Eine von Schweiz Tourismus durchgeführte Markt-

forschungsstudie hat bezüglich Buchungsverhalten die wachsende Bedeutung des Internets für Kurhäuser aufgezeigt: 60 Prozent der Gäste buchen ihren Kuraufenthalt erst im Monat vor Ferienbeginn.

Sorgen bereiten den Kurhäusern Unklarheiten über die Abrechnung von Pflegeleistungen. Der Verband steht in Verhandlung mit der Dachorganisation der Krankenversicherer santésuisse. TRU

+5,7% Winter-Logiernächte

Adelboden. Die Destination Adelboden-Frutigen blickt auf eine überdurchschnittlich gute Wintersaison zurück: Zwischen Dezember und März stieg die Zahl der Logiernächte um 5,67 Prozent. Dieser Wert liegt über dem Vergleichswert des Berner Oberlands (+1,65%) sowie der Schweiz (-2,5%). Laut Pressemitteilung lässt sich das Wachstum vor allem auf Anteilsgewinne bei Schweizer und süddeutschen Gästen zurückführen. SST

AUSLÄNDERGESETZ / Sonderstatut für Tourismus

Ost-Arbeitskräfte

Tourismus und Landwirtschaft sollen in den zehn neuen EU-Ländern im Osten vorübergehend unqualifizierte Arbeitskräfte rekrutieren können. Das hat die Staatspolitische Kommission des Nationalrates im Rahmen der Totalrevision des Ausländergesetzes entschieden.

Die Sonderbestimmung ist im Hinblick auf die Ost-Erweiterung am 1. Mai 2004 beschlossen worden: Arbeitskräfte aus den neuen EU-Staaten sollen ei-

ne Arbeitsbewilligung von sechs Monaten erhalten, falls Tourismus und Landwirtschaft einen entsprechenden Bedarf nachweisen können. Der Familiennachzug ist ausgeschlossen. Das Statut soll nur so lange gelten, bis die EU die Personenfreizügigkeit auf die neuen Mitglieder ausgedehnt hat. Die Übergangsregelung tritt allerdings nur dann in Kraft, wenn auch die beiden Räte ihren Segen dazu geben. SST/sda

QUINTO / Das neu eröffnete Motel Gottardo Sud bietet ein «Fern-Check-in»

Ein Bett für Transitgäste

Am letzten Samstag war offizieller Eröffnungstermin: Das Motel Gottardo Sud neben der Autobahn-Raststätte Quinto hat seine Tore geöffnet. Die Bauzeit dauerte ein Jahr, die Investitionen betrugen 7,8 Millionen Franken.

Das rollstuhlgängige und nach Feng-Shui-Kriterien konzipierte Haus zählt 60 Doppelzimmer auf zwei Etagen. In je einem Zimmer pro Stockwerk sind auch die Nasszellen behindertengerecht eingerichtet. Zur Innenausstattung gehört unter anderem der kabellose Internetzugang.

Eine Besonderheit ist das «Fern-Check-in»: In der benachbarten Autobahn-Raststätte können die Gäste rund um die Uhr ein Zimmer online reservieren und erhalten gegen Abgabe ihrer Kreditkarten-Daten den Zimmerschlüssel ausgehändigt. Den Meldeschein müssen die Gäste am Empfang aber trotzdem noch ausfüllen.

«RESTAURATION NICHT KONKURRENZIEREN»

Das «Gottardo Sud» ist als «Motel garni» eingerichtet, es bietet seinen Gästen nur Frühstück. «Wir wollen die lokale Restauration nicht konkurrenzieren», sagt Roland Walker von der mit der Projektleitung beauftragten Beratungsfirma. Laut Walker will das Motel in erster Linie Transitgäste ansprechen, sowohl individuell reisende als auch Gruppengäste. Mit den Konferenzräumen setzen die Verantwortlichen aber auch auf Veranstaltungen und Seminare.



60 Doppelzimmer auf 2 Etagen: das «Gottardo Sud» an der A2.

Das «Gottardo Sud» ist in diesem Jahr bereits in verschiedenen Reiseführern und Strassenkarten vermerkt: «Wir haben letzten August mit dem Marketing begonnen», so Walker. Beim letztjährigen RDA-Workshop in Köln sei es beispielsweise gelungen, mit mehreren Buisseesanebietern Verträge abzuschliessen.

Besitzer des Motels ist die Provaille SA. Hauptaktionäre dieser Gesellschaft sind der Treuhänder Romeo Maggi und der Rechtsanwalt Peter Niggli. Der Geschäftsführer des «Gottardo Sud» heisst Martin Furger. SST

SICHERHEIT IM HOTEL / Kommen prominente Gäste oder drohen Terroranschläge, müssen die Hotels ihre Sicherheitsvorkehrungen verstärken. Ein Hotel hat eine Bombendrohung durchgespielt. MARIA PÜTZ

Den Ernstfall üben: «Die Mitarbeiter schätzen solche Übungen»

Leuchtet in den Staarwood-Hotels die rote Lampe auf, wissen die Mitarbeiter, dass Gefahr droht. Starwoods Warnstufen-System folgt in seiner Farbgebung nämlich dem offiziellen der US-Regierung. Zum letzten Mal war in jener Nacht Alarmstufe Rot, in der der amerikanische Präsident George W. Bush die ersten Bomben auf den Irak werfen liess. Damals leuchtete auch in einigen deutschen ArabellaSheraton-Hotels diese höchste Warnstufe auf. Ein Grossteil der Massnahmen, die in solchen Zeiten zu treffen sind, greift auch dann, wenn beispielsweise Staatsgäste oder namhafte Wirtschaftsgrossen in einem Hotel absteigen.

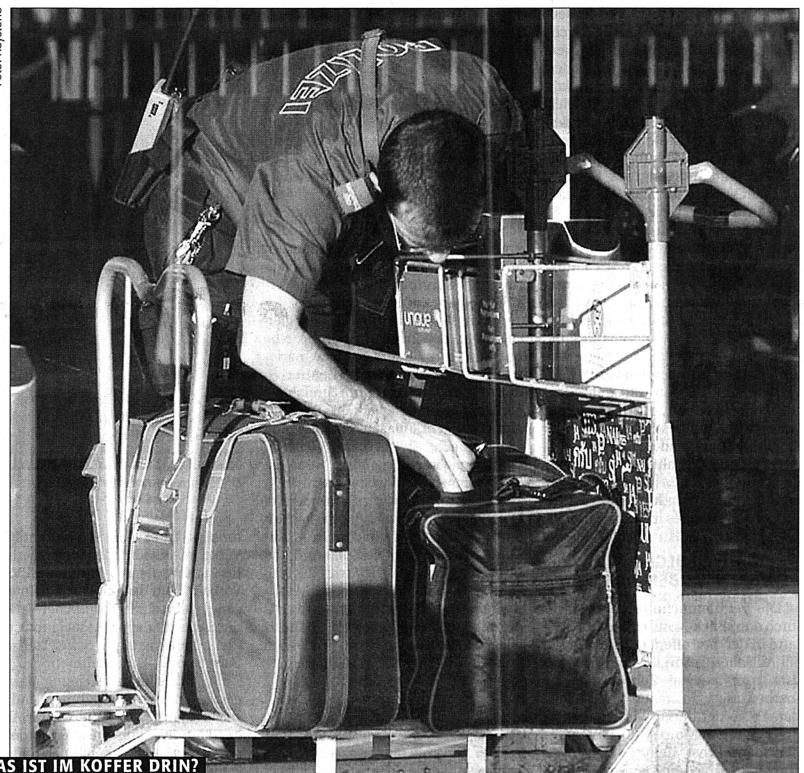
Abteilungsleiter wie Mitarbeiter achten in solchen Zeiten noch ein wenig sensibler als sonst auf Vorgänge im Hotel und um das Hotel herum. Herrscht im «ArabellaSheraton Grand Hotel» München höchste Warnstufe, müssen beispielsweise Gäste, die ihr Gepäck nach dem Auschecken noch im Koffer-Raum aufbewahrt haben möchten, eine Vorsichtsmassnahme erdulden: Der Security-Manager bittet den Gast, ihm den Kofferinhalt diskret zu zeigen. Hinter den Kulissen werden in den ArabellaSheraton-Häusern Brandmelde- und Videoanlage, Notruftaster und Notstromgeneratoren überprüft. Parallel sensibilisieren Abteilungsleiter ihre Mitarbeiter, auf offen stehende Türen, einsame Gepäckstücke und merkwürdige Vorgänge zu achten.

«BOMBENDROHUNG» DURCHGESPIELT

Erwin Heidemann, der Sicherheitsverantwortliche für das «ArabellaSheraton Grand Hotel» und für das benachbarte «ArabellaSheraton Bogenhausen» in München hat eine «Bombendrohung» durchspielen lassen und vorgegeben, nach dem versteckten Kofferchen im Hause zu suchen. Von dieser Übung waren vorab nur die Direktoren der beiden ArabellaSheraton-Hotels unterrichtet. Ziel war es, die Mitarbeiter eine «silent search», eine diskrete, von den Gästen unbemerkte Hoteldurchsuchung, durchführen zu lassen. «Die Mitarbeiter schätzen solche Übungen», resümiert Heidemann, schliesslich reduzieren sie im Ernstfall die Aufregung.

Die letzte echte Bombendrohung hatte das Grand Hotel kurz nach dem 11. September erhalten. Der schnelle Schulterschluss mit der Polizei ergab: Sie hatte am gleichen Tag schon zehn Bombendrohungen erhalten. Trotzdem folgte das ArabellaSheraton seinem Sicherheitsprozedere. Denn der Partner des amerikanischen Bettenkonzerns Starwood hat sich auch verpflichtet, dessen strenge «Security Standards» einzuhalten.

Foto: Keystone



WAS IST IM KOFFER DRIN?

Was auf dem Flughafen bereits üblich ist, wird teilweise auch in Hotels angewandt: im «ArabellaSheraton» in München werden in sensiblen Zeiten die Gepäckstücke kontrolliert.

Einmal jährlich trifft sich Heidemann mit seinen europäischen Starwood-Kollegen. Dieses «Safety & Security Council» des Konzerns erarbeitet für Gäste wie Mitarbeiter Empfehlungen zu sicherheitsrelevanten Fragen und Vorkommnissen in den Starwood Hotels.

SICHERHEIT FÜR PROMINENTE GÄSTE

Das «Inter-Continental Berlin» wird als eines der sichersten Hotels überhaupt eingestuft. Das Hotel beherbergt viele Prominente aus Politik, Wirtschaft und Showbusiness. Deren Sicherheitsteams bevorzugen das «Inter-Conti», weil das Gebäude völlig frei steht und damit kontrollierbar ist. Auto- und Fussgängerverkehr vor dem Haus sind ebenfalls überschaubar, zudem installierte das Hotel letztes Jahr eine hochmoderne Feuerschutzanlage mit Brandmeldezentrale.

Im vergangenen Jahr hat das Hotel seine Broschüre «Sicherheit auf

höchstem Niveau» neu herausgegeben – unter anderem aufgrund der Nachfrage amerikanischer Institutionen, die für die Sicherheit hochrangiger Gäste während ihres Aufenthaltes zuständig sind. In der siebten und achten Etage entstand der neue «Club Inter-Continental», zu dem man nur mit separater Kontrolle Zugang hat. Die Präsidenten-Suite, die Staatsoberhäupter in der Regel nutzen, verfügt über spezielle Merkmale, die CIA-Vorgaben entsprechen müssen: Zum Beispiel projektilsichere Fensterscheiben, stahlplattenverstärkte Türen, eine vom Hotelbetrieb getrennte Klima- und Telefonanlage, eine interne Videoüberwachung und ein «Bodyguard-Room» in der Suite.

Sicherheitskonzepte gehören heute zu fast jeder Veranstaltungsbesprechung; bei so genannten «gefährdeten Personen» werden sie massgeschneidert. Sicherheitspersonal ist permanent im Hotel zugegen; in sensiblen Zeiten wird der Stab verstärkt. Darüber hinaus gehört das «Inter-

Continental» zu den Berliner Häusern, die im polizeilichen Katastrophenschutzplan enthalten sind. Der Kripo sind damit Details des Hotels und seiner Infrastruktur vertraut, um so im Ernstfall schneller handeln zu können.

Schweizer Hotels sichern sich ab

Das Zürcher Hotel Dolder hat ebenfalls permanent einen Sicherheitsdienst verpflichtet. «Das wäre ansonsten am falschen Ende gespart», sagt Direktor Beat Sigg. Für ihn sind selbst unspektakuläre Anlässe wie zum Beispiel die 1.-Mai-Feier in Zürich eine latente Bedrohung – wenn etwa gewaltbereite Protestierende auf die Strasse ziehen. Auch Dominik Schmid, Sicherheitsverantwortlicher im «Baur au Lac», teilt die Auffassung, permanent «sicherheitsbereit» sein zu müssen. map



BEEREN / Die heutigen Züchtungen setzen den Geschmack an erste Stelle. Die Qualität verbessern viele Optimierungen. **SEITE 14**



TESSIN / «Quattromani»: Vier renommierte Tessiner Produzenten haben gemeinsam einen Spitzenwein kreiert. **SEITE 15**

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

WEIN / Allergische Reaktion auf bestimmte Inhaltsstoffe

Wenn die Nase trieft

Immer mehr Menschen leiden an Allergien. Ähnlich wie der Blütenstaub wirken auch bestimmte Weininhaltsstoffe auf Menschen, die unter einer so genannten Wein-Intoleranz leiden. Triftnasen, Hautausschläge und Enggefühl im Brustkorb sind die Symptome, wie dem Pressedienst der Schweizerischen Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme SFA in Lausanne zu entnehmen ist. So befinden sich im Rotwein – und dies besonders im Bordeaux und im Chianti – Histamine und andere biogene Amine, die unangenehme Symptome auslösen können. Beim Genuss von Weisswein können laut SFA ebenfalls Intoleranzen auftreten. Verantwortlich dafür seien die im Wein befindlichen Salze der schwefeligen Säure, die im Magen allergischer Weinkonsumenten zu Auslösern von Atembeschwerden werden können. **DST**

BERLIN / Swissôtel Berlin ändert das Restaurantkonzept

«Regionale Küche, faire Preise»

Nachdem der Vertrag mit Anton Mosimann über die Zusammenarbeit betreffend das Restaurant «Mosimann» ausgelaufen ist, wechselt im Swissôtel Berlin nun der Restaurantname wie auch die Küchenleitung. Das Restaurant im direkt am Kurfürstendamm, Berlins bekannter Einkaufsstrasse gelegenen Hotel heisst neu «Restaurant 44».

Der neue Küchenchef ist der junge Berliner Tim Raue, ein Mitglied der «Jeunes Restaurateurs d'Europe». Gemäss Mitteilung von Raffles International soll sich die Küchenausrichtung im «Restaurant 44» vor allem auf die «regionalen Gerichte mit Einflüssen aus der avantgardistischen Küche» konzentrieren. Und laut Gerhard Struger, General Manager des Swissôtel Berlin soll im 120-plätzigem Restaurant eine «junge, legerere Küche zu fairen Preisen» angeboten werden.

Mittags wird zusätzlich zur regulären Karte ein Businesslunch mit zwei leichten Gängen für 13 Euro angeboten, die den Gästen innerhalb von 44 Minuten serviert werden. **MJP**

KURZ UND BÜNDIG

Auflagen für McDonald's in Lenzburg. Die rot-gelben Markenzeichen von McDonald's passen optisch nicht zum Schloss Lenzburg. Der Lenzburger Stadtrat hat ein Baugesuch des Hamburger-Riesen aus denkmalpflegerischen Gründen abgewiesen. Der Regierungsrat stützt diesen Entscheid. Das in Sichtdistanz zum Schloss geplante McDrive-Restaurant sei zwar zonenkonform, so der Regierungsrat. Angesichts der denkmalpflegerischen Bedeutung des Schlosses brauche das Projekt aber Nachbesserungen. Gestört hatte sich die Denkmalpflege am Dach, dem Material und Farbe des Gebäudes, der Höhe des Mastes mit dem Firmenlogo sowie den Fahnen und der Logogrösse. **DST/sda**

Fotos: zsg



«BOULANGÉPICIER»

Alain Ducasse hat in Paris im 8. Arrondissement ein Multiserviceangebot lanciert – eher für gut verdienende Angestellte.

PARIS / «Boulangépicien», das jüngste Konzept des französischen Starkochs Alain Ducasse, ist eine Mischung aus Bäckerei, Feinkostgeschäft und Take-away-Outlet. **KATJA HASSENKAMP**

Ducasse: To «Be» or not to be

Wohl ausschliesslich in urbanem Umfeld denkbar, wurde «Be» – englisch ausgesprochen, also Bi – für die arbeitende Stadtbevölkerung erdacht, die es stets eilig hat. Dabei steht «B» für Boulangerie und «E» für Epicerie.

In Zusammenarbeit mit dem Bäcker in dritter Generation Eric Kayser, der in Frankreich über elf Bäckereien gebietet, hat sich Ducasse eine französische Antwort auf amerikanische Food-Tendenzen ausgedacht. Herausgekommen ist ein Multiserviceangebot, das je nach Bedarf von einer schnellen Kientel abgerufen wird: Café, Take-away-Laden, Sandwicherie, Bäckerei, Imbiss-Stube und Feinkostgeschäft.

In Anbetracht der Preise – das Sandwich kostet immerhin stolze sechs Euro und mehr – wurde «Be» wohl eher für gut verdienende Angestellte denn für Jedermann und Jedefrau konzipiert. Sie können entweder Kleinigkeiten mit ins Büro nehmen oder vor Ort an schmalen Esstresen verzehren. Platz gibt es für rund ein Dutzend Stehgäste, die teilweise sogar auf einem Lederhocker Platz nehmen können. Und wer keine Zeit hat, seine Einkäufe fürs Abendessen zu tätigen,

findet hier ausgewählte Feinkostwaren, mit denen allemal ein italienisch angehauchtes Menu gezaubert werden kann.

VON TARTUFO BIS SCHWEIZER WASSER

«Be» ist ein Eckgeschäft im Pariser 8. Arrondissement mit gesicherter Geschäftskundschaft. Glas und Metall haben eine alte Bäckereifassade ersetzt und geben den Blick auf voll gefüllte Regale frei: Olivenöl und verschiedene Essigsorten, ausgefallene Nudelarten, Reismischungen – Curry, Milanese, Porcini und al Tartufo Nero – Fertigsaucen und unterschiedliche Pickles und Condiments. Aber auch Süßes: Marmeladen, Honig, Bonbons, Lutscher und Schokolade, glacierte Maronen und ausgefallene Teesorten.

Die Getränkeregale bieten Schweizer Mineralwasser (Alpenrose), französische Weine und verschiedene Digestifs – Williams, Mirabelle, Calvados und Cognac. Dazu gesellen sich einige Frischprodukte wie Eier, Butter, Joghurt und Salat. Insgesamt hat die Feinkostabteilung 350 Artikel im Angebot, die alle sorgfältigst ausgesucht wurden. Es dominieren italienische und südfranzösische Produkte, was zum derzeitigen Küchentrend in Frankreich passt, wo alle Welt auf leichte mediterrane Kost schwört.

ZUTATEN AUS EIGENER KÜCHE

Alle Waren sind in Regalen aus Eichenholz gut sichtbar angeordnet. Auch der Fussboden ist aus Eichenholz, während die Theke aus Glas und poliertem Metall ist. Hinter der Theke stehen hohe Korbregale mit unterschiedlichen Brotsorten: Graubrot, Rosinenbrot, Algenbrot, Käsebrod, Nussbrot ..., insgesamt zehn Sorten, alle hausgemacht und für den Kunden sichtbar im eigenen Ofen gebacken – pro Tag achtmal.

Die Theke ist selbstverständlich gekühlt und hat vom Croissant, über die Suppe und den Salat, bis zu den verschiedenen belegten Broten alles in der Auslage, was am Tag verfügbar ist. Dabei wird in Ducasse's Informationsschrift betont, dass alle Zutaten aus eigener Küche und frisch vom Tag sind.

Konkret wechselt das Angebot viermal im Jahr, je nach Saison. Derzeit sind zehn kalte und drei warme Sandwiches im Angebot: Olivenbrot mit Sardinen, Basilikum und eingelegten Tomaten, Nussbrot mit Ibaiona-Schinken, Steinpilzmarmelade und Parmesan, Wiener Laugenbrot vegetarisch gefüllt mit Fenchel, Karotten, Radieschen und Quark, und als warme Variante gibt es Käsebrod mit Schinken, Gruyère und Béchamelsauce oder einen traditionellen Croque-monsieur mit Weissbrot, Käse und Schinken. Dazu gesellen sich warme und kalte Suppen – Champignoncremesuppe, Erbsen-Velouté und Karotten-Kümmel-Suppe – und mehrere Salate: Grüne Bohnen, Nudelsalat mit Muscheln, Kopfsalat mit Thunfisch und Mango, Frühlingsalat; und natürlich gibt es auch Desserts.

Das Getränkeangebot umfasst Hauswein in allen drei Farben, Cidre, Bier, Champagner und Obstsaft. Aber auch Milch, Sodas, Sirupmischgetränke und natürlich Kaffee, Tee und Kakao.

EINZELPORTIONEN FÜR ZU HAUSE

Das «Be» ist ein Selbstbedienungsladen, in dem es keine Teller gibt und die Ware auf einem relativ schweren kleinen Metalltablett zu den Stehtheken transportiert wird. Kaffee und Tee werden in Plastikschäumbechern serviert und nur für den Wein gibt es ein richtiges Glas.

Damit die Kunden auch zu Hause möglichst stressfrei ihren Feierabend verbringen können, hat «Be» ausserdem so genannte «PAC-Gerichte» parat – Prêt à cuisiner – die als Einzelportionen eingeschweisst sind. Wahlweise als Hauptgang: Geröstetes Lamm mit Kräutern, gebratenes Hühnchen, oder Thunfischherz kurz angebraten. Dazu gibt es sechs verschiedene Beilagen – Gemüsegratin, Wok-Gemüse, Nudeln, Reis – und verschiedene Pickles und Saucen. Ein Menu à la carte gibt's für 18,50 Euro pro Person.

Facts and Figures

Lage: Im Pariser 8. Arrondissement, einem Geschäftsviertel unweit der Champs-Élysées.

Adresse: 73, boulevard de Courcelles, 75008 Paris, Tel. 0033 1 46 22 20 20

Öffnungszeiten: Von Montag bis Samstag von 8 bis 21 Uhr.

Konzept: Kombination aus einer Bäckerei, einem Feinkostladen und einem Stehimbiss.

Investitionsvolumen: 1,5 Mio. Euro

Angestellte: 15, davon 7 in Küche und Bäckerei

Grösse: 100 m² Ladenfläche mit eingebautem Backofen und Imbiss-theken. 130 m² Küchenraum und

Bäckereitrakt im Untergeschoss mit Salamander, Induktionsherd, gemischtem Ofen, Kühlraum und Kühlschränken, Gemüseposten, Salatposten, Knetmaschine, Fermentierungskammer 8–10°C und Rührmaschine.

Preise: Sandwich: 6/8 Euro; Belegtes Brot (Graubrot): 8 Euro; Suppen: 4 Euro; Salate: 5/7 Euro; Hauswein «Bodega»: 2,85 Euro (12 cl); Kaffee: 2 Euro; Fertiggerichte «PAC»: 18,50 Euro

Feinkostangebot: 350 Produkte

Brotangebot: zehn Sorten

Sandwichangebot: 14 Sorten **HAS**



Zehn kalte und drei warme Sandwichs im Angebot.

«Pasta Express» auf dem Berg

Pilatus. Das Selbstbedienungs-Restaurant Pasta Express im Hotel Bellevue auf dem Luzerner Hausberg ist mit einem neuen Food-Konzept in die 115. Sommersaison gestartet. Das Konzept wurde zusammen mit der Pasta Röthlin AG (Kernser Teigwaren) erarbeitet und umgesetzt. Durch die Menükarte führen Metallfiguren der Luzerner Künstlerin Gabi Kopp. Hauptgerichte kosten im «Pasta Express» zwischen 15 und 17 Franken. *DST*

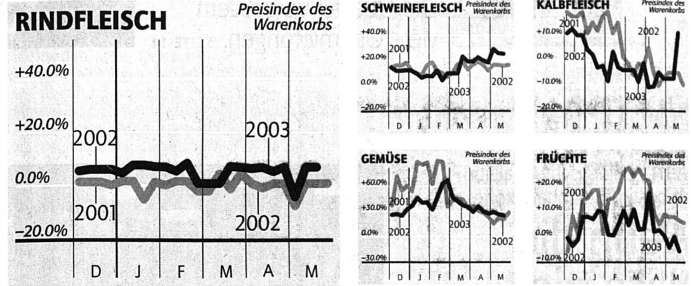
Im Sommer immer beliebter

Raclette. Die Nachfrage nach Raclette ist seit 1994 um 36 Prozent oder durchschnittlich 4,5 Prozent pro Jahr gestiegen. In der wärmsten Jahreszeit, von Juli bis September, stieg sie sogar um zwei Drittel, wie die Branchenorganisation Raclette Suisse bekannt gab. Für diese positive Entwicklung werden das gemeinsame Marketing der Mitglieder sowie Absatzfördermassnahmen des Handels verantwortlich gemacht. *DST*

Erfolgreich mit Weintourismus

Italien. Mit dem Weintourismus sind die italienischen Winzer bereits seit dem Jahr 1993 erfolgreich. Ein Kellereibesuch könne ebenso ein touristisches Ziel sein wie ein Museum, erklärte der Präsident der Weintourismus-Bewegung der Region Lombardei, Carlo Pietrasanta, wie dem LID zu entnehmen ist. Am 25. Mai werden wieder über tausend Weikellereien in ganz Italien ihre Tore für in- ausländische Touristen öffnen. *DST*

PRODINDEX 19. 5. BIS 24. 5. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



AROMA / Warmes Wetter fördert den Geschmack

Hitze und Dauerregen schaden

Die Schweizer Produzenten haben in den letzten Jahren neue aromatische Sorten gepflanzt und professionalisieren den Anbau. Die meisten pflanzen heute einjährige Erdbeer-Kulturen, die zwar mehr kosten, aber bessere Qualität und weniger Krankheitsprobleme ergeben. Einige Profis verwenden sogar einjährige Himbeerkulturen. Der Geschmack hängt von der Sorte und der so genannten Temperatursumme beim Wachstum ab: jeder warme Tag fördert die Zuckerbildung.

AM BESTEN BEDECKTER HIMMEL

Frost, Regen aber auch Hitze schaden der Qualität. Ist es während mehrerer Tage 30° heiss, reifen die Beeren zu schnell und bilden zu wenig Zucker. Den intensivsten Geschmack entwickeln Erdbeeren bei bedecktem Himmel und leichtem Regen zwischendurch. «Ideal sind Temperaturen von 20° bis 25°», so Reto Neuweiler von der Eidg. Forschungsanstalt Wädenswil, «darüber wachsen die Erdbeeren kleiner und bringen weniger Ertrag.» Aber einer Hitzeperiode stehen die Bauern machtlos gegenüber.

BESSERE QUALITÄT UNTER DACH

Im Plastiktunnel kann man zwar das Wetter steuern, aber bei hohen Temperaturen wird der Hitzestress stärker. «Um die Ernte zu verfrühen oder verspäten, sind Tunnels aber gut», so Neuweiler. Auch wenn es regnet, können die Pflücker im Tunnel arbeiten – die Beeren werden nicht nass, haben keine Wuchsstoffrisse und sind länger haltbar. Und der Hagel kann ihnen nichts anhaben. Auf dem Vormarsch sind auch Substrat-Kulturen, vor allem im Thurgau. Diese Methode bietet auch den Pflückern Vorteile: Die Erdbeeren wachsen ergonomisch ideal auf Brusthöhe: man kann sie rascher und ohne Rückenschmerzen ablesen. Und sie benötigen weniger Pestizide.

MAKELLOSE BEEREN OHNE CHEMIE?

Obwohl die Ängste vor Rückständen selten berechtigt sind, wollen die Konsumenten makellose Früchte ohne Pestizide. Eine Stichprobe des Konsummagazins «Saldo» Mitte April bestätigte die Erfahrung, dass importierte Erdbeeren oft Rückstände von Pflanzenschutzmitteln enthalten. «Je weiter her die Früchte kommen, desto mehr», zitiert «Saldo» die kantonalen Laboratorien. Schweizer Bauern spritzen weniger: acht von zehn produzieren «integriert». Bei dieser Methode darf man nur so viel wie nötig zur chemischen Keule greifen. Bei Bio-Beeren sind Agrochemikalien tabu, für Rückstände gilt die Nulltoleranz. Und laut Niederer werden Bio-Erdbeeren primär auf Aroma und Pflanzengesundheit gezüchtet. *GB*

BEEREN / In der Schweiz setzen die heutigen Beeren-Züchtungen den Geschmack an erste Stelle. Und der Beerenanbau wird professioneller. Viele Verbesserungen kommen der Qualität zugute. GUIDO BÖHLER

Jetzt hiesige Erdbeeren verwenden

Bei den Schweizer Erdbeeren beginnt die Pflückzeit: Gourmets greifen erst jetzt zu. Im Gegensatz zu den importierten, werden die hiesigen essreif gepflückt, kommen frischer auf den Markt und sind viel aromatischer. Reto Neuweiler, Beerenexperte der Eidg. Forschungsanstalt Wädenswil: «Neue Schweizer Sorten werden aufgrund des Geschmacks ausgewählt, erst an zweiter Stelle kommt der Flächenertrag. Bei der Grösse zielt man auf mittlere Kaliber.» Im Gegensatz dazu spielen in Exportländern Haltbarkeit und Transportfähigkeit eine grosse Rolle, dafür macht man Kompromisse bei der Qualität.

Die Schweizer Erdbeer-Hauptsorte «Elsanta» ist aromatisch, intensiv rot und hat eine regelmässige Form. Der Handel schätzt sie dank der guten Haltbarkeit, im Anbau ist sie allerdings krankheitsanfällig. Zurückgegangen sind die Sorten «Elvira» und die geschmacklich schwache «Marmolada». Auf dem Vormarsch ist dagegen die hocharomatische und festfleischige «Darselect».

Sehr aromatisch sind Walderdbeeren, die «man zwar züchten kann», so Neuweiler, «aber ihren Geschmack auf Gartenerdbeeren zu übertragen ist schwierig». Wer auf dem Wochenmarkt einkauft, kann «die Sorte Lambada suchen», rät der Experte, «geschmacklich top, zart schmelzend und kleinvüchsig. Ähnlich die sehr aromatische aber schlecht haltbare Spätsorte Pedrina: Der Handel meidet sie, weil ihre dunkelrote Farbe den Eindruck von Überreife erweckt. Die Bauern vermarkten die Rarität daher direkt».

WIE GUT SCHMECKEN HORS-SOL-BEEREN?

Der Anbau wird in der Schweiz immer professioneller: Einige Produzenten machen gute Erfahrungen mit Substrat-Kulturen (früher «Hors-sol» genannt), wie zum Beispiel der Thurgauer Bauer Anton Wieland in Märstetten: Seine Erdbeeren wachsen im Plastiktunnel im bewässerten Kompost-Substrat. «Dadurch sind wir kontinuierlich lieferbereit», so Wieland. Aber wie steht es mit dem Geschmack? «Bei idealem Wetter wird die Qualität

Foto: Guido Böhler



SCHWEIZER ERDBEER-SAISON

Dank geschütztem Anbau im Plastiktunnel ist der Produzent kontinuierlich lieferbereit. Die moderne Substrat-Kultur auf Brusthöhe erlaubt Pflücken ohne Bücken.

im Freiland ein wenig besser», räumt Wieland ein. Aber wie oft herrscht schon ideales Beerenwetter. Auch Reto Neuweiler bestätigt: «Im Durchschnitt ist der Substrat-Anbau im Tunnel nicht schlechter. Ob Tunnel-Stauden im Bio-

den oder Substrat wachsen, hat kaum Einfluss auf die Qualität».

HIMBEEREN AUF DEM VORMARSCH

Bei den Himbeeren startet laut Obstverband die Schweizer Pflückzeit Mitte Juni. Die grosswüchsige Sommerhimbeere «Meeker» ist die

Schweizer Hauptsorte und «die schmackhafteste», so Neuweiler, «aber auch die neue Züchtung «Tulameen» liefert ein gutes Aroma, festes Fleisch und grosse Beeren. Für Händler und Konsumenten ist sie zwar ideal, aber im Anbau heikel. Eine neue Herbsthimbeere heisst «Autumn Bliss»: mechanisch robust, aber von geringer Haltbarkeit.

DAUER DER SAISON MEHR ALS VERDOPPELT

Auch bei Himbeeren sind je nach Wetter und Reifegrad die Geschmacksunterschiede gross. Und das Aussehen kann täuschen: Die Sorte Rusilva ist eher hellrot, aber sehr aromatisch. Früher wurden fast nur Sommerhimbeeren angebaut, die Mitte Juni bis Ende Juli reif sind. Vor einigen Jahren kamen Herbsthimbeeren auf den Markt, deren Periode von Anfang August bis Ende September reicht. Diese machen nun rund die Hälfte der Anbaufläche aus. Damit wurde die Saison der einheimischen Himbeeren mehr als verdoppelt und der Absatz stieg.

BROMBEEREN: KAUM AUSWAHL

Bei Brombeeren besteht kaum Sortenauswahl: Nur noch «die stachellose und wohlschmeckende «Loch Ness» wird angebaut», so Reto Neuweiler. Mehr als verdoppelt hat sich der Holunderanbau als Folge von neuen Anlagen. Zugelegt haben auch Johannisbeeren, Heidelbeeren und Stachelbeeren. Bei Heidelbeeren ist «Blue Crop» die Hauptsorte und qualitativ gut.

«Prix Bio» an Erdbeerzüchter

Im März dieses Jahres verlieh die Gesellschaft für biologischen Anbau «Bioterra» erstmals den «Prix Bio». Damit ausgezeichnet wurde der Biobauer Ernst Niederer in Berneck SG. Er ist in der Schweiz der einzige, der neue Erdbeersorten im Biolandbau züchtet. Sein Aufwand ist enorm: von rund 20000 Sorten haben sich seit 1969 zehn bewährt. *GB*

Bioerdbeeren: www.bioterra.ch

Beeren richtig behandeln

Beeren kann man nicht nachreifen, sie sind vollreif gepflückt am besten. Je reifer desto kürzer haltbar, überreif sind sie oft schon an der Staude verdorben. Wenn man sie ess- aber nicht vollreif pflückt, kann man sie einen bis zwei Tage lagern. Himbeeren sind bei 10° bis dreimal länger haltbar als bei 20°. Aus dem Kühlschrank genommen, entsteht aber Kondenswasser, das Fäulnis fördert und die Erdbeeren den Glanz zerstört. «Ideal ist die Lagerung bei 8°-10°, um einen Wärmeschock zu vermeiden», rät Reto Neuweiler, Beerenexperte der Eidg. Forschungsanstalt Wädenswil.

«Im Keller kann man sie langsam auf Raumtemperatur bringen». Die Kühlraum-Luft sollte nicht zu feucht sein, sonst vermehren sich Schimmelpilze rascher. Zu gering ist auch schlecht, weil die Beeren dabei austrocknen. Ideal ist 90% Feuchte im Kühlraum und ein maximaler Temperaturunterschied von 10° zwischen Lagern und Verarbeiten. Ob man sie waschen soll, ist Ermessenssache. Neuweiler rät, «nur wenn sie schmutzig sind. Die grünen Kelchblätter dazu nicht entfernen, sonst dringt Wasser ins Innere und verwässert das Aroma. Zum Trocknen auf Küchenpapier ausrollen». *GB*

Von Beeren-Bestseller bis Raritäten

	Bei Cash+Carry Anghelm	Bei Prodega/Growa
Bestseller	Erdbeeren	Erdbeeren 200 t, Himbeeren 1,2 t, Brombeeren 1,0 t (im 2002)
Aufsteiger	Himbeeren, Heidelbeeren	Beerenmischung, Himbeeren, Heidelbeeren
Absteiger	Brombeeren, Stachelbeeren	Brombeeren
Spezialitäten, Raritäten	Weisse Johannisbeeren, Cassis, Preiselbeeren, echte Wald-Heidelbeeren und Wald-Erdbeeren	Stachelbeeren, Cassis, Jostabeeren, Preiselbeeren, Cranberrys
Degustation	möglich	Sehr geringe Nachfrage nach Holunder. möglich

SV-GROUP / 2002 im Ausland gewachsen

In der Schweiz harzt es

Die SV-Group, Branchenleaderin in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie, hat im Geschäftsjahr 2002 den Nettoumsatz um 1,1 Prozent auf 516,8 Mio. Franken gesteigert. Der konsolidierte Gewinn erhöhte sich um 70 Prozent auf 4,3 Mio. Franken. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, eine von 2 auf 4 Prozent erhöhte Dividende auszuschütten.

STELLENABBAU BEI KUNDEN WIRKT SICH AUS

In der Schweiz sank der Nettoumsatz im Berichtsjahr um 2,1 Prozent auf 382,3 Mio. Franken. Im Geschäftsfeld Business Catering sei es bei zahlreichen Kunden zu Umstrukturierungen und Stellenabbau gekommen, teilte die SV-Group mit. Dies habe zu einem rückläufigen Gästepotenzial geführt. Gleichzeitig hätten die verbleibenden Mitarbeitenden aber häufiger das Personalrestaurant besucht, was leicht höhere Frequenzen zur Folge hatte. Durch die Abgabe nicht rentabler Betriebe, die Optimierung der Prozesse und die Fokussierung auf ausgewählte Lieferanten habe die Ertragslage optimiert werden können, so die SV-Group weiter.

Im Geschäftsfeld Messe & Event Catering generierte die Zunahme von Veranstaltungen in der Messe Zürich mehr Umsatz und machte die rückläufige Zahl der Messebesucher wett. Im Geschäftsfeld Care Catering, dem Markt, dem die SV-Group in der Schweiz ein grosses Wachstumspotenzial attestiert, erfolge die Marktdiffusion langsamer als erwartet.

WESTSCHWEIZ SOLL VOLUMEN BRINGEN

Für das laufende Jahr erwartet die SV-Group wiederum eine leichte Umsatzsteigerung. Das Wachstum dürfte wieder in erster Linie in Deutschland und in Österreich generiert werden. Mittelfristig erwartet die SV-Group allerdings auch ein Umsatzwachstum in der Schweiz dank der Erhöhung des Marktanteils in der Westschweiz, wo im März 2003 eine Vertretung eröffnet wurde. Erwartet werden auch eine Öffnung des Gesundheitsmarkts und Mandatsergebnisse im Geschäftsfeld Care Catering.

Der Gewinn dürfte infolge von grösseren zweijährigen Projekten, zu denen die Verlegung des Konzernsitzes von Zürich nach Dübendorf auf Herbst 2004 und die Modernisierung der Hardware gehören, in etwa auf Vorjahresniveau ausfallen. *DST*

KURZ UND BÜNDIG

Gastromagazin für Zürich und Umgebung. «Delikatessen» präsentiert mit Kurzbeschrieben und -kritiken 70 Restaurants Zürichs und 30 weitere in der Umgebung. Neben diesen gastronomischen Erlebnisberichten bietet das Magazin weitere themenspezifische Artikel und Berichte. Neben Empfehlungen und Kritik gibt es auch Lob. So wurde dieses Jahr die Goldene Gabel an die sieben besten Kellnerinnen und Kellner vergeben. Blanche Nievergelt (70), seit 21 Jahren im Restaurant Zum Weissen Kreuz in Zürich, wurde zur «Kellnerin des Jahres» erkoren. *DST*

Starbucks neu auch in Luzern. An der Zürichstrasse in Luzern hat Starbucks sein 15. Coffeehouse in der Schweiz eröffnet. Verteilt auf zwei Stockwerke stehen den Gästen auf 200 m² 60 Sitzplätze zur Verfügung. Geführt wird das Luzerner Outlet von Gabriela May, zuvor Geschäftsführerin des Coffeehouses in Zürich-Altstetten. *DST*

TESSIN / «Quattromani»: Vom Feinsten aus vier Weinkellern. Vier renommierte Tessiner Weinproduzenten kreierten gemeinsam einen Spitzenmerlot. **MARTIN J. PETRAS**

Vier Tessiner Weinbauregionen in einer Flasche vereint

Nicht nur Weine gedeihen im Tessin prächtig, sondern auch gute Ideen: Mit «Quattromani» haben die vier Weinproduzenten Guido Brivio, Angelo Delea, Feliciano Gialdi sowie Claudio Tamborini gemeinsam einen Wein der besonderen Art kreiert. Dank des bei der Herstellung der «Cuvée Quattromani» vereinten Know-hows, und der Erfahrungen der vier Kellereien entstand aus sorgfältig ausgesuchten Merlots des Spitzenjahrgangs 2000 ein Wein mit einem aussergewöhnlichen Charakter.

Diese Assemblage aus vier unterschiedlichen Merlots, der bevorzugten Rebsorte des Tessins, repräsentiert gleichzeitig auch eine Verschmelzung der vier Tessiner Weinbauregionen Mendrisiotto (Brivio), Locarnese (Delea), Tre Valli im nördlichen Tessin (Gialdi) und Luganese (Tamborini) in einer Weinflasche.

GEMEINSAME DEGUSTATIONEN

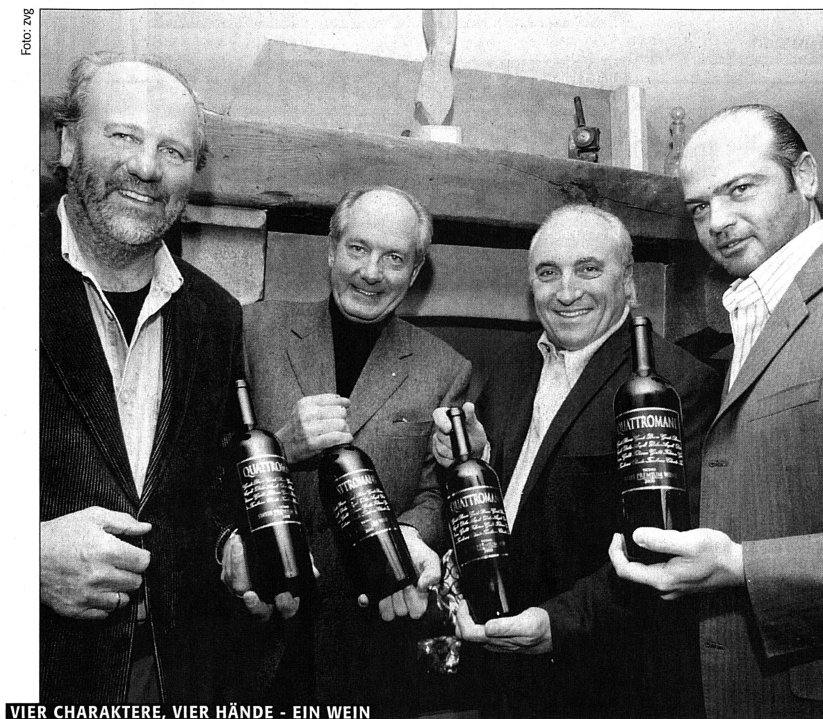
Gemäss Guido Brivio entstand die Idee «Quattromani» anlässlich eines gemeinsamen Dinners der vier befreundeten Weinproduzenten. Man habe nach neuen Wegen gesucht, Werbung für die Tessiner Weine und die Region Tessin zu machen. Doch ausschlaggebend sei die Lust gewesen, gemeinsam einen Wein zu kreieren.

«Es ging uns nicht einfach darum, eine Assemblage aus den vier besten Merlots zu machen», sagt Guido Brivio, «sondern wir wollten die Weine aussuchen, die am besten zusammen passen würden.»

Gemäss Brivio präsentierte jeder der vier Weinproduzenten je drei seiner besten Merlots an den ausgedehnten gemeinsamen Degustationssitzungen. Gemeinsam im Team wurde dann entschieden, welcher der drei Weine, in den «Quattromani» kommen würde: «Wir mussten immer einen Schritt voraus denken und uns überlegen, wie die Merlots der verschiedenen Regionen am besten harmonisieren könnten.»

15 000 FLASCHEN, 444 MAGNUMS

Nicht nur die vier Weine, sondern auch die vier befreundeten Produzenten harmonisierten offenbar ausgezeichnet: «Ohne unsere gemeinsame Leidenschaft, die absolute Professionalität und unser freundschaftliches



VIER CHARAKTERE, VIER HÄNDE - EIN WEIN

«Quattromani»: Vier Tessiner Weinproduzenten kreierten gemeinsam einen Spitzenwein. Im Bild von links: Angelo Delea, Claudio Tamborini, Feliciano Gialdi und Guido Brivio.

Verhältnis unter einander wäre die Realisierung der Idee «Quattromani» nicht möglich gewesen», betont Guido Brivio.

Es sei sehr gut möglich, dass er gemeinsam mit seinen Kollegen wieder eine «Cuvée Quattromani» machen werde, so Brivio weiter: «aber nur mit hervorragenden Jahrgängen.»

SPENDE FÜR WOHLTÄTIGE ZWECKE

Nach einer Gärung von zwanzig Monaten in Holzfässern und einer Reifung von weiteren sechs Monaten in Flaschen kommt jetzt ein Wein auf den Markt, der zu den interessantesten und grössten je im Tessin produzierten Merlots zählen dürfte.

Die ganze Produktion umfasste insgesamt 15 000 Flaschen und 444 Magnum. Die «Quattromani»-Flasche wird zum Preis von fünfzig Franken verkauft.

Um die Besonderheit dieses einmaligen Tessiner Merlots zu unterstreichen, werden 30 000 Franken aus dem «Quattromani»-Ertrag für wohltätige Zwecke gestiftet.

«Cantine Aperte»: 7. und 8. Juni 2003

Bereits zum dritten Mal organisiert die Tessiner Wein-Marketing-Organisation «Ticinowine» in diesem Jahr die Veranstaltung «Cantine Aperte». Am kommenden 7. und 8. Juni öffnen die Tessiner Weinkeller unter dem Motto «Offene Weinkeller und blühende Weinberge» ihre Türen für die interessierten Besucher. Die «Offenen Keller» sind eine gute Gelegenheit,

hinter die Kulissen der Tessiner Produktionsbetriebe und in die Weinkeller zu schauen. Jeweils von 10 bis 18 Uhr können die Besucher 35 Betriebe im ganzen Kanton Tessin besichtigen und auch deren Weinerzeugnisse degustieren. *MJP*

Weitere Informationen: Ticinowine, Tel. 091 690 13 53

SEMAINE DU GOÛT / Das Westschweizer Projekt will dieses Jahr auch die Deutschschweiz erobern. Bewerbungen können noch bis am 6. Juni eingereicht werden. **DANIEL STAMPFELI**

Geschmackswoche für alle

Die Aktion «Semaine du goût» expandiert dieses Jahr erstmals in die Deutschschweiz, und findet vom 18. bis 28. September 2003 statt. Die beiden ersten Veranstaltungen in den Jahren 2001 und 2002 hatten in der Westschweiz stattgefunden.

Die Geschmackswoche verfolgt verschiedene Ziele, wie die Organisatoren an einer Medienkonferenz in Bern erklärten: einerseits sollen die Berufe bekannt gemacht werden, die mit kulinarischen Köstlichkeiten arbeiten und andererseits soll die Verständigung zwischen Konsumenten und Produzenten gefördert werden. Gleichzeitig sollen aber auch die Jüngeren an die Vielfalt des Geschmacks herangeführt werden. In diesem Sinne wollen die Organisatoren am 18. Sep-

tember zusammen mit den Schulen den Nationalen Tag des Geschmacks durchführen.

SPEZIALITÄTEN ZUM FREUNDSCHAFTSPREIS

Wer an der «Semaine du goût» teilnehmen und eine Veranstaltung durchführen möchte, kann sich noch bis am 6. Juni anmelden. Unter insgesamt 15 Kategorien stehen u.a. folgende auf dem Programm:

- Kindermenu 10 Franken; Eine Gelegenheit, den Kindern andere Speisen als das Schnitzel mit Pommes frites schmackhaft zu machen.
- Feinschmeckerteller 15 Franken: Eine Hauptspeise, bei der besondere Produkte oder eine originelle Zubereitungsart zum Freundschaftspreis angeboten werden.

reitungsart zum Freundschaftspreis angeboten werden.

- Probier-Teller: Eine Hauptspeise zu einem höheren Preis.
- Menu: Mindestens eine Vorspeise und eine Hauptspeise.
- Rabatt 25% für junge Leute unter 25 Jahren.
- Feinschmeckerlektion: Eine Verkostung mit Erklärungen, Rezepten, Präsentationen.
- Themenabende: Abende zu einem Produkt oder einer Zusammenstellung von Produkten. Beispiel: Koch & Winzer bereiten gemeinsam ein Menu zu.

Ein Fachausschuss, zu welchem auch die Gastronomen Annagret Schlumpf, Armin Amrein, Oskar Marti und Horst Petermann gehören, wird

über die Zulassung der eingereichten Projekte entscheiden. Die Teilnahmegebühr beträgt 200 Franken.

Erfunden wurde die «Semaine du goût» ursprünglich von drei guten Westschweizer Freunden: Nationalrat Josef Zisvadiis (PdA/VD), Pierre Berger und Marc Rosset. Das Ziel war, die Freude am guten Essen und Trinken und am kameradschaftlichen Zusammensein zu verbreiten. Im Jahr 2001 konnte das Publikum im Rahmen der ersten Veranstaltungsreihe mehr als 149 verschiedene Ereignisse entdecken. Ein Jahr später waren es schon 294, davon zwei in Biel und eines in Zürich. Im Jahre 2002 hatte der Fachausschuss nur zwei Bewerbungen zurückweisen müssen.

Informationen: www.gout.ch



Mitarbeiter Empowerment Die Kursfolge mit positiven Folgen 6 x 3 Tage

Die aktuellen Kursdaten

25.-27. Juni 2003 Zyklus 02 / 2003 Zyklus 03 / 2003
Modul 2A / Unit 2 Modul 1A / Unit 1

Zielgruppe

Mitarbeitende – der zukünftige Führungsnachwuchs
Führungskräfte – die einen Refresher gebrauchen können

Themen

Unit 1 Führung A / B

Teambildung, Zeitmanagement, Arbeitstechnik, Selektion, interne Schulung, Führungspersönlichkeit, Delegation, Zielformulierung, Rückmeldung, Auftreten.

Unit 2 Marketing A / B

Marketinggrundlagen, Kunden und Gäste, Information, Verkauf, Sales, Aktionen und Events planen, Werbung, Briefe und Mailings.

Unit 3 Finanzen A / B

Grundlagen des Finanz- und Rechnungswesens I und II, Controlling und Reporting, Profit-Centerrechnung, Budgetierung, Grundwissen Businessplan

Organisation

Durchführungsort

Hotelfachschule Thun, Mönchstrasse 37, 3602 Thun
Telefon 033 227 77 77, www.hfthun.ch

Kursdauer

3 Tage pro Modul A oder B

Kosten

Modul 3 Tage Fr. 900.–, Unit 6 Tage Fr. 1750.–, Zyklus 18 Tage, Fr. 4500.–, zuzüglich Prüfungsgebühr von Fr. 50.– pro Modul, exkl. Kursgeldpauschale für Unterkunft, Verpflegung, Getränke und Infrastruktur.

ReferentInnen

Unit 1 Peter Brandenberger, Peter B. Grossholz
Unit 2 Liliane Ingold

Weitere Kursdaten

06.-08. August 2003 Zyklus 02 / 2003 Zyklus 03 / 2003 Zyklus 04 / 2003
10.-12. September 2003 Modul 2B / Unit 2 Modul 1B / Unit 1 Modul 1A / Unit 1
12.-14. November 2003 Modul 3A / Unit 3 Modul 2A / Unit 2 Modul 1B / Unit 1
Modul 3B / Unit 3 Modul 2B / Unit 2

Weiter-
bildung
SHV
Ein
Erfolgs-
faktor

GASTRO SUISSE
WEITERBILDUNG

DER BARKURS!
Cooler Drinks - heiss geliebt.

Ziel Sie lernen die Grundlagen der Waren-, Material- und Barmixkunde kennen, um in der Praxis die diversen Bargehörigkeiten herzustellen, zu verkaufen und zu servieren. Im Anschluss des Seminars erhalten Sie einen Attest.

Daten Montag bis Samstag, 24. bis 29. März, 30. Juni bis 5. Juli, 1. bis 7. September 2003

Preis Fr. 1'100.- inkl. 6 Tage Seminar, Seminardokumentation, Mittagessen und Pausenverpflegung

Weitere Informationen unter
www.gastrouisse.ch/weiterbildung • Tel. 01/377 55 30 • Fax 01/372 14 92 • weiterbildung@gastrouisse.ch



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch anwendbares **FRANZÖSISCH**
COIEL, Négociation
F-9370 CEILLES-BELLE
Telefon: 0033-5-49-279-275
Fax: 0033-5-49-272-179
E-Mail: coiel@mellecom.fr
<http://www.mellecom.fr/coiel>

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

145391/362204

Anzeigenschluss über die Feiertage

Termine für die Ausgabe 22/2003 (Auffahrt):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 21. Mai 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:

Freitag, 23. Mai 2003, 12 Uhr

Termine für die Ausgabe 24/2003 (Pfingsten):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 4. Juni 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:

Freitag, 6. Juni 2003, 12 Uhr

ANZEIGEN



Machen Sie Ferien
in der Schweiz mit

Last
Minute
CH



www.swisshotels.ch

Zu verkaufen
**Whirlpools zu
100% WIR**
auf den ganzen Betrag.
Telefon 041 630 30 31

156290/424937

htr

Über den Röstigraben
und Wienerschnitzel.

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

Spring
SWITZERLAND

**OUTLET SHOP
GASTRO**

Aktuelle Aktionen

Diverse Chafing Dishes
und Weinkühler



2.-Wahl-Produkte / Auslaufmodelle
bis zu 60% Rabatt

Montag bis Freitag:
9.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.30 Uhr

Samstag:
9.00 bis 12.00 Uhr

Hörnlistrasse 14, 8360 Eschlikon
Telefon 071 973 76 08, shop@all-clad.ch

156296/424939

BAHNHOF ZÜRICH / Neueröffnung der Candrian Catering AG

Vom «Stars» zum «Imagine»

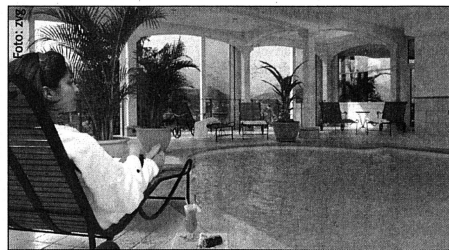
Der Zürcher Hauptbahnhof beheimatet ein neues Lifestyle-Restaurant mit Namen «Imagine». Die Betreiberin und Pächterin, die Candrian Catering AG, liess sich den Umbau des ehemaligen «Stars» 3 Mio. Franken kosten, wovon 20 Prozent von der SBB AG als Besitzerin übernommen wurden. Das «Imagine» verfügt über 180 Innensitzplätze sowie rund 120 Sitzplätze im Garten und 36 Sitzplätze in der Bahnhofshalle. **DST**



PARCO PARADISO LUGANO / Suitenhotel mit zahlreichen Neuerungen

Antizyklische Investition

Die Lugarosa Management AG hat 4,5 Mio. Franken in den Um- und Erweiterungsbau des Suitenhotels Parco Paradiso in Lugano investiert. Während der Umbauphase von 2002 bis 2003 wurden unter anderem mit dem neuen Restaurant La Favola und der Japan-Insel Tsukumi-Tei die Terrasse neu konzipiert. Die kubanische «Havana Deck Bar» wurde infolge grosser Nachfrage vergrössert. Das Schwimmbad ist neu wintersicher. **DST**



LESEBAR

Schweizer Küche. Gastfreundschaft und gepflegtes Essen waren schon immer ein unzertrennliches Paar. So ist denn die «Schweizer Küche» vor allem unseren Freunden in aller Welt gewid-



met. Aber auch Liebhaber einfacher, ländlicher Gerichte werden nicht enttäuscht. Das Buch führt den Leser auf einer kulinarischen Reise mit Rezepten durch die Schweiz. **DST**

112 Seiten, ISBN 3-03780-136-0, 19,90 Franken, Edition Fona GmbH, Lenzburg.

Verdura Italiana. Catalogna (Zichorie), Cardo (Kardy), Cima di rapa (Stängelkohl) – noch werden sie als Raritäten wahrgenommen, die ursprünglichen Gemüsesorten, die in Italien



nebst uns längst bekannten mediterranen Gemüsen seit Generationen zur Alltagsküche gehören. Teils regional geprägt, gehören sie zu den typischen Gerichten bestimmter Gebiete Italiens. Aus diesem Grund hat die Autorin diesen köstlichen Gaben der Natur ein nicht alltägliches Buch mit köstlichen originalen Rezepten gewidmet. **DST**

128 Seiten, ISBN 3-03780-120-4, 34 Franken, Edition Fona GmbH, Lenzburg.

Thai Street Food. Garküchen sind ein wesentlicher Bestandteil im Leben der Thailänder. Vatcharin Bhumichitr spannt den Bogen von Gerichten mit Fleisch, Fisch und Meeresfrüchten



über vegetarische Zubereitungen bis hin zu süssen Gerichten. Suppen, Nudel-Gerichte, Salate, pfannengerührte und gegrillte Gerichte. Currys und Desserts. Der Autor lädt seine Leser ein, an der thailändischen Küche teilzuhaben und stellt typische Gerichte aus ganz Thailand vor, die sich leicht nachkochen lassen. **DST**

148 Seiten; 100 Farbbilder, davon zwei Drittel Food- und ein Drittel Reportagebilder; ISBN 3-03780-141-7, 36 Franken; Edition Fona GmbH, Lenzburg.

ALLERGIEN / Milben gibt es in jedem Haushalt – auch im Hotel. Mit wenig Aufwand kann dem Milbenallergiker der Aufenthalt im Hotel angenehmer gemacht werden. **JULIA KONSTANTINIDIS**

Den Milben an den Kragen gehen

Wo Menschen leben, leben auch sie: Hausstaubmilben lieben es warm und feucht, sind lichtempfindlich und ernähren sich von Hautschuppen. Die besten Lebensbedingungen finden sie dort, wo wir auch gerne sind – in unserem Bett. Die Existenz der Hausstaubmilben bemerken wir normalerweise nicht. Bei sensibilisierten Menschen jedoch löst vor allem der Kot der Milben eine allergische Überreaktion aus – sie manifestiert sich in Form von Asthma, Reizung der Atemwege oder Hautausschlägen. Die Hausstaubmilbe ist weltweit die Hauptursache für diese allergischen Symptome. Ganz ausrotten lassen sich die Milben nicht. Aber man kann ihnen das Leben erschweren. Einige Massnahmen sind nicht aufwändig und können auch in Hotels eingeführt werden. Denn Hotelbetriebe beherbergen immer wieder Gäste, die eine Allergie haben und denen man den Aufenthalt im Hotel mit einem spezifischen Angebot erleichtern kann.

Foto: Julia Konstantinidis



ZIMMEREINRICHTUNG ANPASSEN

«Es gibt verschiedene Wege, das Problem anzugehen», so Christiane Pilcher. Die Allergologin am Inselspital Bern empfiehlt, die Luftfeuchtigkeit in den Zimmern zu reduzieren und damit das Klima für die Milben zu verschlechtern. Am besten ist häufiges Lüften, drei- bis fünfmal am Tag für ungefähr drei Minuten. Grünpflanzen erhöhen die Luftfeuchtigkeit, darum ist es besser, auf Pflanzen in den Zimmern zu verzichten. Mit einem Hygrometer lässt sich der Feuchtigkeitsgehalt bestimmen und kontrollieren. Günstigerweise sollte er nie über 50 Prozent liegen. Je kälter ein Zimmer ist, desto schlechter sind die Lebensbedingungen für die Milben. Pilcher empfiehlt rund 20 Grad für Wohnräume und 18 Grad für Schlafzimmer. «Polstermöbel mit Stoffbezügen und dicke Teppiche sind oft voller Milben», sagt Pilcher zur Zimmerausstattung.

Renoviert ein Hotel seine Zimmer, kann darauf geachtet werden, dass in den neuen Zimmern Möbel mit glatter Oberfläche stehen. Macht sich ein Hotelbetrieb bei der Renovation Gedanken über geeignete Bodenbeläge, stehen Parkettböden, Korkplatten oder Novilonbeläge an erster Stelle. «Eine Alternative zu blankem Boden sind Kunstfaserteppiche mit kurzem Flor», schlägt Pilcher vor. Umstritten ist jedoch deren Behandlung mit milbentötenden Mitteln, denn ihre Wirkung ist nicht erwiesen.

WENIG AUFWAND, GROSSE WIRKUNG

Die wichtigste Massnahme, die auch Hotels einfach bewerkstelligen können, ist die Reduktion der Milbenallergene in den Matratzen. Am besten bewahren sich spezielle Matratzen- und Duvetüberzüge, die einerseits allergendicht, andererseits aber wasserdampfdurchlässig sind. Steht die Erneuerung von Matratzen an, sollten

ZIMMER FÜR ALLERGIKER

Im «Hilton Basel» sind die Duvets mit den speziellen Allergiker-Hüllen geschützt.

diese in Allergiker-Zimmern von Beginn weg mit den Überzügen ausgestattet werden, damit sich die Milben gar nicht erst einnisten können. Die Überzüge sind waschbar und können in Fachgeschäften bezogen werden. «Für uns bedeutet das Beziehen der Betten mit den Überzügen keinen grossen Aufwand», versichert Susanna Firl, Geschäftsführerin des Hotels Central Plaza in Zürich.

Seit der Wiedereröffnung des Hotels vor 20 Jahren können Gäste Allergiker-Bettwäsche bestellen. «Normalerweise melden das die Kunden an», meint Susanna Firl. Kurzfristig das Zimmer den Bedürfnissen anzupassen, sei aber auch kein Problem. Bei der Renovation des Hotels wählte sie für alle Zimmer aus Hygienegründen Parkettböden aus. Denn schon beim Putzen kann einiges gegen zu viel Hausstaub getan werden. «Feuchtes Abstauben

und gründliches Aufnehmen der Böden ist besser als tägliche oberflächliche Reinigung», erklärt Pilcher.

BETROFFENE HELFEN SICH SELBST

Zweischneidig ist der Einsatz von Staubsaugern. Zum einen kann der Staubsauger nur die toten Tiere und den allergenhaltigen Staub beseitigen. Zum andern erhöhen undichte Staubsauger die Milbenallergene in der Luft. Sauer, die mit einem speziellen HEPA-Filter ausgestattet sind, halten Allergene zurück. Einen mikrobiologischen Staubsauger hat das Hotel Utoring in Luzern. Geschäftsführer Roger Rüde: «Matratzen sind empfindlich und schwierig zu putzen, darum reinigen wir sie regelmässig mit dem Staubsauger.» Speziell auf Allergiker ausgerichtet sei diese Massnahme aber nicht. Die

Nachfrage sei sehr gering und darum werde nicht mehr unternommen. Eine ähnliche Situation ist im Hotel Allegro Grand Casino Kursaal in Bern anzutreffen. Dort können Hausstaub-Allergiker synthetische Bettwäsche beziehen. Die Nachfrage ist aber auch dort sehr bescheiden, bestätigt Reservationsmitarbeiterin Janine Bütikofer. Möglicherweise liegt es daran, dass sich die Betroffenen selber zu helfen wissen und Risiken umgehen. «Wir empfehlen den Leuten, ihre eigenen Überzüge mitzunehmen», sagt Monika von Ballmoos, Beraterin im Zentrum für Allergie, Haut und Asthma (aha!). Es komme auch vor, dass Personen mit Hausstauballergie vor den Ferien Antihistaminika einnehmen und sich so gegen böse Überraschungen schützen.

Berghotels haben gegenüber den Gasthäusern im Flachland diesbezüglich einen Vorteil: In unseren Breitengraden ist das trockene und kühle Klima ab 1200 Metern über Meer von Natur aus milbenarm.

Wo auch immer das Hotel steht, es gibt einiges, das für allergiegeplagte Gäste getan werden kann. Ein Pionierbetrieb in Sachen Allergie-Angebot ist das Hilton Basel, das Zimmer für Allergiker anbietet. Die Zimmer sind auf Nichtraucheretagen gelegen und mit Parkettboden und Ledermöbeln ausgestattet. Die Duvets sind mit Antiallergiker-Hüllen bezogen und nach Gebrauch werden sie in einer separaten Waschmaschine mit speziellem Waschmittel gewaschen. «Es kommt vor, dass auch Gäste, die nicht an einer Allergie leiden, diese Zimmer reservieren, einfach weil sie sich dort besonders wohl fühlen», meint Urs Kläy, Leiter Technik und Sicherheit.

Tipps und Tricks von Fachleuten

Das Zentrum für Allergie, Haut und Asthma (aha!) in Bern bietet Beratung und Information über verschiedenste Allergien. Es gibt praktische Tipps zur Alltagsbewältigung, die für interessierte Hotelbetriebe als Einstieg in das Thema genutzt werden können.

In der Broschüre über Hausstaubmilbenallergie, die von der Berner Allergologin Christiane Pilcher verfasst wurde, sind Ursache und Beschwerdebild der Allergie beschrieben. Bekämpfungsstrategien, wie den Milben das Leben schwer gemacht werden kann, sind anschaulich und praktisch erklärt. Welche Matratzen-

überzüge am besten schützen, erfährt der Leser genauso wie das Pflegen von milbenbefallenen Plüschtieren. Für Hoteliers interessant sind die detaillierten Angaben über die optimale Raumausrüstung und Raumpflege. Das Messen der Luftfeuchtigkeit wird erklärt, weiter sind Bezugsadressen für Matratzen- und Duvetüberzüge in der Broschüre zu finden – zusammen mit Waschanleitungen und Empfehlungen von geeigneten Waschmitteln. **JUK**

Mehr Informationen und Bestellung der Broschüre bei: www.ahaswiss.ch.

LUZERN HOTELS / Motivationsveranstaltung des Berufsverbands

Freundlichkeit bringt Gäste

Wie wichtig die Freundlichkeit in der Hotellerie ist, erfahren Hotelmitarbeiter anlässlich einer Motivationsveranstaltung im Casino Luzern vom Touristik-Beat Krippendorf. Eingeladen hatte der Berufsverband Luzern Hotels. «Nicht gegen oder für den Kunden sollen Sie arbeiten, sondern mit ihm», sagte Krippendorf. Für den Gast könnten motivierte Hotelmitarbeiter ein Grund sein, nach Luzern zu kommen. TRU



«Bonnie Prince Pub» wird 30

Zürich. Eins der ältesten Schweizer Pubs öffnete wieder seine Türen: Das 1973 eröffnete «Bonnie Prince Pub» wurde nach einer viermonatigen Komplettrenovierung der gesamten Liegenschaft an der Zähringerstrasse neu eröffnet. Das «Bonnie Prince Pub» verfügt neu über 60 Sitz- und 20 Stehlplätze. Zeiten ändern sich: Bezahlte man 1973 für eine Stange Bier noch Fr. 2.30, muss man heute Fr. 4.40 dafür über die Theke schieben. MJP

Accor expandiert in der Schweiz

Franchisevertrag. Die französische Accor-Gruppe fasst in der Schweiz im mittleren und oberen Segment Fuss und hat den ersten entsprechenden Franchisevertrag unterzeichnet. Das 79 Zimmer grosse Zürcher Vier-Sterne-Haus Hotel Stoller des Gastronomieunternehmens Stoller wird zum ersten «Mercure» der Schweiz. Das Le Mercure Hotel Stoller Zürich wird bis zur Eröffnung am 1. Juli 2003 den neuen Voraussetzungen angepasst. TRU

ZITAT DER WOCHE

«Die Gäste sind unser Hotelprospekt.»

Thomas Frei, Direktor des Hotels Bernerhof in Gstaad, am Samstag zu den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Seminars für Unternehmensführung von hoteliersuisse.

PEOPLE



Der Aargauer **Werner Knechtli** wurde von der Handelskammer Schweiz-Österreich und Liechtenstein in Zürich zum Ehrenmitglied auf Lebenszeit ernannt. Knechtli erhielt die Auszeichnung für seine ehrenamtliche Funktion als Direktionsrat dieser Handelskammer. Knechtli ist Generaldirektor des Radisson SAS Portman Hotels in London. TRU

Der Geschäftsführer von Bellwald Tourismus und den Sportbahnen Bellwald-Goms AG, **Marcel Gständtner**, sucht nach über 5-jährigem Einsatz eine neue berufliche Herausforderung. Er hat seine Kündigung per Ende November 2003 eingereicht. TRU

Der neue Schulleiter der Höheren Fachschule für Tourismus HFT an der Hochschule für Wirtschaft HSW Luzern heisst **Patrick Rüedi** (33). Der Betriebswirtschaftler wirkte seit 2001 an der HSW Luzern, zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Tourismuswirtschaft ITW, dann als Dozent für Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Unternehmensführung an der HSW und der HFT. Rüedi tritt die Nachfolge von **Sibylla Degiacomi** an, die nach vier Jahren Leitung zusammen mit ihrem Ehemann das Hotel Chesa Salis im Engadin führen will. TRU

Die Aktionäre des Grand Hotels Bad Ragaz AG wählten **Michel M. Favre** neu in den Verwaltungsrat. Favre war zuvor für verschiedene Hotelkonzerne sowie die TA Media AG tätig und verfügt laut Pressemitteilung über umfangreiches Know-how im Tourismus- und Verlagsgeschäft. Der 63-jährige Unternehmensberater ergänzt den nun achtköpfigen Verwaltungsrat. TRU

Zur Verstärkung des Verkaufsteams ist **Marc Zehnder** (26) neu als Sales-Manager ins Mövenpick Hotel Zürich-Airport eingetreten. Zehnder arbeitete zwei Jahre als Assistent F&B-Manager im Hotel Verenhof Baden. Neuer F&B-Assistent im Mövenpick Hotel Zürich-Airport ist **Benoît Fleisch** (26). Beide sind diplomierte Hoteliers. TRU



World Barbecue Gold Cup. «Salzburger Barbecue Bull» aus Österreich (Bild) heissen die Gewinner des World Barbecue Gold Cups in Interlaken vom vergangenen Wochenende. Das Team mit dem Metzgermeister Helmut Karl als Teamleader überzeugte die Fachjury mit einer kreativen und geschmacklich hervorragenden Menüfolge. Dazu gewannen sie drei der sechs prämierten Menügänge. Den zweiten Platz belegte das «World Barbecue Team» aus der Schweiz vor dem «Mariott-Danone Grill Team» aus Polen. Zwanzig vier- bis achtköpfige Teams aus Europa und Südafrika hatten sich in der hohen Kunst des Barbecue gemessen. DST

HOTELFACHSCHULE LUZERN / Diplome für Hoteliers und Restaurateure

38 von 44 haben bestanden

Von 44 Studierenden der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern (SHL) schlossen 25 Frauen und 13 Männer den Diplomlehrgang zum Hotelier/Restaurateur HF/SHL erfolgreich ab. Sechs haben nun noch die Möglichkeit, in einem bzw. zwei Fächern eine Nachprüfung zu machen.

Folgenden Studierenden wurde das eidgenössisch anerkannte Diplom Hotelier/Restaurateur HF/SHL verliehen: Markus Aldin, Zug; Désirée Ammann, St. Gallen; Mélanie Beer, Bure; Reto Beutler, Wildhaus; Fiona Christina Döring, Grebenau; Madeleine Dudli, Flawil; Stephan Erni, Neuenkirch; Patricia Graber, Weggis; Katharina Hasler, Thierachern; Dorothee Humziker, Baden; Yvonne Ineichen, Wohlen; Ursula Kiefer, Reinach; Björn Kirchhof, Saas Fee; Janine Kräuchi, Wettingen; Oliver Kunz, Aarau; Serge Loretan, Bremgarten; Claudia Meier, Muttens; Astrid Mock, Therwil; Kerstin Ott, Luzern; Karin Ottinger, Geroltingen; Irene Rudolf von Rohr, Wettingen; Walter Sanchez, Unterehdingen; Tania Schmidli, Baden; Vanessa Schwarzmann, Luzern; Denise Seeholzer, Regensdorf; Franz Joseph Spersien, Zürich; Dagmar Stader, Insel Reichenau; Carmen Thaddey, Zürich; Sarah Tobler, Kindhausen; Marlen Untermährer, Sempach Stadt;

Foto: zsg



FRISCH DIPLOMIERT

Sie haben die besten Prüfungen abgelegt: **Peter Weber** (Bildmitte) erzielte mit einem Notendurchschnitt von 5,47 den 1. Rang. **Irene Rudolf von Rohr** (rechts), erreichte mit 5,46 den 2. und **Serge Loretan** (links mit 5,24 den 3. Rang.

Tanja Vogt, Niederdorf; Stefan von Däniken, Stüsslingen; Franziska Wagner, Luzern; Alexandra Walpen, Bolligen; Peter Weber,

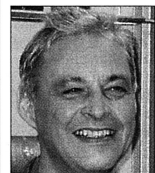
Wolhusen; André Widmer, Davos; Wolfgang, Paul K. Zünd, Oberriet; und Dominic Zurbügg, Wil. TRU

GLOSSE

Kontingentierte

HANSPETER GSELL*

Die Westschweizer Chasselas-Produzenten fühlen einmal mehr den Druck des freien Wettbewerbs. Mit Wehmut erinnern sie sich an die weinkontingentierte Zeiten und fordern sie gleich auch wieder zurück. Noch lieber aber würden sie den Import von ausländischen Weinen wieder generell einschränken.



Vielleicht könnten solche Schutzklausele aber auch die Strukturprobleme der schweizerischen Gastronomie lösen. Wir fordern deshalb Kontingente für anatolische Kebap-Bräter und amerikanische Coffeshops! Es kann ja nicht angehen, dass die Schweiz von Billig-Importen überschwemmt wird. Zukünftig werden deshalb jährlich die Lizenzen für fremdländische Ethnokonzerte, ausländische Hotelgruppen und ranzösische Skiflits meistbietend und kontingentiert versteigert. Anschliessend wirft der Bund im Windhundverfahren die Gäste auf den Markt. Eingeteilt in Interessengruppen wie Kiffen & Kaffee, Käse & Kultur sowie Golf & Geld, werden sie den touristisch interessierten Kommunen freibleibend angeboten.

Vielleicht sollte die Gastronomie ganz einfach die guten alten Weine auf ihren Angebotskarten kontingentieren. Den Gästen werden nur noch Chasselas-Weine angeboten, die wenigstens in den Grundzügen erahnen lassen, dass es sich auch tatsächlich um Wein handelt. Oder aber, die Westschweizer Winzer kontingentieren endlich sich selbst und ihre Produktion. Das Problem der minderwertigen Überproduktion wäre für immer gelöst und höchstens ein paar unverbesserliche Rebläuse würden noch den guten alten Zeiten nachtrauern.

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

IMPRESSUM

ht hotel + tourismus revue Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hotelier-Veren
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)
Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK)
Toni Rütt (TRU), Sonja Stadler (SS),
Dr. Karl Josef Verding (KV)

Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM),
Martin J. Petrus (MJP), Daniel Stampfli (DST),
Cahier français: Miroslav Halaba (MH),
Laurent Müssbauer (LM), Valérie Marchand (VM),
Milestone: Dr. Peter Köhler (PK)

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

Layout: Roland Gerber (RG), Karin Guggler (KG),
Gilbert Perrot (GP), Brigitte Spring (BS)

Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris;
Gerhard Lob (GL), Tessen; Herbert Purtscher (HP), Wien;
Mania Füz-Willems (MF), München; Franziska Richard
(FR), Basel; Georg Uebauer (GU), Frankfurt; Gregor Waser
(GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich.

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Strehel
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casalschi,
Stelleninserate: Matthias Beyeler, Andreas Jakob, Marc Moser.
Geschäftsbezogen: Markus Marchel (Verkaufsleitung),
Roger Stemmer, Brigitte Weber.
Innendienst: Patrick Stadler.

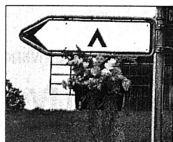
Druck:
Fischer AG für Data und Print,
Druckzentrum Bern.

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

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

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

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



CAMPINGS / Malgré la crise, les responsables des campings suisses restent positifs et améliorent leurs prestations. **PAGE 2**



HÔTELIERS VAUDOIS / Philippe Thuner, le président d'Hôtellerie vaudoise, fait le point de l'actualité hôtelière. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

CYCLOTOURISME / La Fondation «La Suisse à vélo» fait le bilan 2002

Excursions en nette hausse

L'usage du vélo à des fins touristiques connaît dans notre pays un succès croissant. Du moins si l'on mesure ce dernier aux estimations fournies par la Fondation «La Suisse à vélo». Comme chaque année depuis la mise en place du réseau cyclotouristique national en 1998, cette institution a fait des comptages sur la fréquentation de ce réseau en 2002. Il est apparu que le nombre estimé de kilomètres parcourus lors d'une excursion d'un jour a passé de 97 millions à 170 millions, soit une hausse de 75,3%. Les excursions de plusieurs jours, en revanche, qui sont souvent l'apanage des touristes étrangers, ont diminué. Le nombre de kilomètres qu'elles auraient généré a reculé de 36 millions à 28 millions.

CHIFFRE D'AFFAIRES AUSSI EN PROGRESSION

Cette progression de la fréquentation s'est traduite par une hausse, notable également, des chiffres d'affaires enregistrés par les quelque 800 prestataires touristiques, restaurateurs et hôteliers principalement. Les recettes globales ont atteint 240 millions de francs contre 170 millions en 2002 (+41,2%). Ce résultat est, bien sûr, surtout dû aux excursions d'un jour, les dépenses faites à cette occasion par les cyclistes ayant bondi de 78 millions à 130 millions de francs. A noter que les nuitées hôtelières ont aussi été plus nombreuses: 600 000 contre 530 000 en 2001. Coordinateur de la Fondation «La Suisse à vélo», Peter Anrig ne s'explique pas encore cette hausse de fréquentation. Deux explications pourraient s'avérer plausibles: la promotion de la locomotion douce faite dans le cadre de l'Expo.02 et la tendance manifestée par les Suisses pour les vacances dans leur pays.

INTÉGRATION DES RÉSEAUX RÉGIONAUX

En matière de cyclotourisme, l'année 2003 sera marquée par l'organisation de trois «journées-découvertes», type «Slow Up». Une quatrième était prévue en Gruyère, mais elle a été reportée en 2004, en principe. Les responsables de la Fondation «La Suisse à vélo» par ailleurs poursuivront les travaux d'intégration au réseau national des réseaux cyclotouristiques régionaux. Celui de la zone de l'Expo.02 l'est déjà. Ceux des cantons d'Argovie et de Lucerne devraient suivre. Le potentiel de tous les réseaux régionaux est de 3000 km.

MH

Photo: Laurent Missbauer



LA CONFÉRENCE DU 15 MAI

Les représentants des villes de l'Expo.02 à l'heure de la signature de la convention en présence, à droite, de Nelly Wenger.

TROIS-LACS / Les villes de l'Expo.02 ont signé le 15 mai une convention afin de développer des synergies, aussi au niveau touristique. **LAURENT MISSBAUER**

Plusieurs projets à l'étude

Les villes de l'Expo.02, à savoir Bienne, Morat, Neuchâtel et Yverdon, ont signé le 15 mai, soit exactement une année après l'ouverture de l'Expo.02, une convention de collaboration. Celle-ci devrait leur permettre d'affirmer le «Pays des Trois-Lacs tant au niveau de son identité vers l'intérieur que de son image vers l'extérieur à travers des projets décidés d'un commun accord».

DES PROJETS TOURISTIQUES

Plusieurs de ces projets concernent le tourisme. C'est notamment le cas de celui intitulé «Produits touristiques du Pays des Trois-Lacs». «Ce projet s'entend comme partie du label national Watch Valley», a relevé Hans Stöckli, le maire de Bienne. Il devrait être basé sur un concept commun de communication et sur la création d'un «Passeport Trois-lacs». Qualifié de «projet partiel», le «Passeport Trois-Lacs» comporterait une carte de réduction, notamment pour des spectacles. «Il s'agit, d'une part, de réaliser un passeport d'une année pour les habitants de la région afin de les inciter à découvrir les atouts touristiques des Trois-Lacs», a expliqué Hans Stöckli. «D'autre part, il devrait aussi avoir une carte d'hôte valable un, trois ou sept jours pour les touristes suisses et étrangers. Cette

carte accorderait des rabais sur les bateaux ou dans les musées. On examine encore si ce projet ne pourrait pas être étendu à toute la Watch Valley», a ajouté Hans Stöckli.

Le conditionnel est de mise car ces projets seront débattus le 20 octobre, soit une année exactement après la fermeture de l'Expo.02. Ils ne pourront donc pas être réalisés avant 2004. Et pour cette année? Pas grand chose si ce n'est une «Journée de découverte», le samedi 24 mai, qui proposera à la population de la région des Trois-Lacs de se retrouver au Vully.

En plus des projets touristiques évoqués plus haut, on relèvera que la Conférence du 15 mai devrait donner lieu à des échanges scolaires et à un projet intitulé Festilacs. Celui-ci vise à «perpétuer l'esprit Expo.02 en proposant chaque année, à partir de 2004, une manifestation rassemblant les Trois-Lacs autour d'événements culturels. Présente lors de la conférence, Nelly Wenger, la directrice générale d'Expo.02, a souhaité bon vent aux signataires: «Pour nous, c'est une fin. Pour vous, un commencement», a-t-elle déclaré.

COMMENTAIRE

Un espoir nommé Festilacs

LAURENT MISSBAUER

Ceux qui s'attendaient à découvrir de grands projets touristiques lors de la conférence du 15 mai auront été déçus. Seuls de vagues produits touristiques et un «Passeport Trois-Lacs» y ont en effet été évoqués. D'ailleurs, aucun directeur d'office du tourisme n'était présent. Pour davantage de projets concrets, il faudra attendre l'assemblée générale de Tourisme neuchâtois, le 3 juin. Il y sera notamment

question d'une campagne promotionnelle «post-expo», du 2 au 15 juin, et de l'urgence de mettre sur pied une manifestation majeure dans la région des Trois-Lacs. Et là, tous les espoirs sont encore permis car la Conférence du 15 mai semble bien partie avec son projet Festilacs. Celui-ci n'aura cependant pas lieu cet été, mais en 2004 au plus tôt. Sera-ce trop tard? L'avenir, certainement, nous le dira.

NELLY WENGER / La directrice générale de l'Expo.02 évoque des pistes pour faire revenir les touristes au Pays des Trois-Lacs

INTERVIEW: LAURENT MISSBAUER

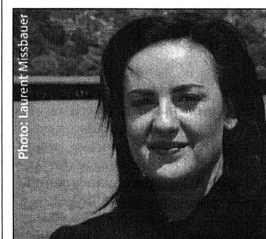
«Cultiver un tourisme du beau»

■ Quelles offres touristiques devrait-on proposer pour faire revenir les visiteurs de l'Expo.02?

On devrait cultiver un tourisme du beau: beauté du paysage, beauté des lacs. Une beauté qui se marie très bien avec la notion de haute qualité, notamment au niveau des restaurants. Il y en a de très bons dans la région. Les responsables touristiques devraient aussi élaborer des offres liées au thème de l'eau ou de la population. Une population très conviviale qui a été un atout majeur dans la réussite de l'Expo.

■ Personnellement, qu'avez-vous découvert dans la région et que conseillerez-vous de visiter?

Il y a beaucoup de choses. La ville de Bienne, par exemple, est extraordinaire au niveau architectural et mérite d'être découverte. Il y a des maisons anciennes et des bâtiments modernes de toute beauté. C'est une ville qui bouge, la gare y a d'ailleurs changé trois fois d'emplacement.



Nelly Wenger, jeudi passé, devant ce qu'il reste de l'artéplage de Bienne.

■ Les visiteurs de l'Expo.02 reviendront-ils cet été?

Seul l'avenir le dira. A l'approche de l'anniversaire de l'ouverture de l'Expo.02, on a cependant senti qu'ils avaient envie de revenir. On a même perçu une certaine nostalgie.

■ Le fait que l'Hôtel Palafitte n'ait pas été démonté a dû vous réjouir?

Absolument! Je trouve qu'il devrait rester ad aeternam. Il s'agit d'un hôtel magnifique qui ne ressemble à aucun autre et où, malheureusement, je n'ai que très peu dormi pendant l'Expo.02 étant donné que je rentrais souvent à Lausanne pour revoir mes enfants.

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

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vaisselle Cuisine Textile Engers Ambiance

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

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hôtellerie suisse

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

HÔTEL • FIDELIO
DU GOLF DE LA GRUYÈRE

L'Hôtel du Golf de Pont-la-Ville, Gruyère

Produits Micros-Fidelio de
Check-In Data 021 632 91 00.
Chez eux chez les meilleurs.

CHECK IN DATA

SWISS PARTNER / L'assemblée générale aura lieu le 27 mai à Saillon

Onze membres candidats

Swiss Partner, l'association pour le tourisme de groupes et les voyages en autocars, a le vent en poupe. Lors de la prochaine assemblée générale, qui se tiendra le mardi 27 mai à Saillon (VS), ce sont onze nouveaux membres qui seront proposés, dont, côté romand, l'Hôtel Alpes et Rhône à Martigny. S'ils sont acceptés, l'effectif de l'association sera de 88 membres. «Nous nous étions fixés un objectif de progression

nette de trois membres par an et cette année nous l'avons donc largement dépassé», s'est réjoui l'administrateur de Swiss Partner, Toni Semadeni. A moyen terme, l'association aimait atteindre le chiffre de 120 membres.

Lors de cette assemblée, les membres seront appelés à se prononcer sur les comptes de la société de tourisme réceptif Swiss Partner Service GmbH. En activité depuis trois ans,

cette société a connu un développement notable. Son chiffre d'affaires a passé de 37 906 francs en 2000, à 110 696 francs en 2001 et à 182 345 francs en 2002. Les perspectives 2003 étant favorables pour le tourisme de proximité – domaine dans lequel travaillent les membres de l'association –, Swiss Partner Service a mis au budget de cette année un chiffre d'affaires de 220 000 francs. MH

Bonne note pour le Palexpo

Genève. L'infrastructure de Palexpo à Genève rencontre les faveurs du public. Les 918 personnes interrogées dans le cadre d'un sondage effectué cette année par les organisateurs du Salon international de l'automobile de Genève, ont attribué à cette infrastructure une note de 8,2 sur un maximum de 10. La Halle 6, récemment ouverte, a même obtenu une note de 8,7. Le parking, en revanche, a été crédité d'une note de 6,4. MH

MORAT / Collaboration CFF, Railway et Minotel

«SlowUp» très ouvert

En présence d'Yves Christen, président du Conseil national et de la Fondation «La Suisse à vélo», la quatrième édition de «SlowUp Lac de Morat» se déroulera le dimanche 1er juin sur un parcours de 30 kilomètres, libre de tout trafic motorisé.

L'an dernier, plus de 30 000 personnes avaient participé à cette grande fête placée sous le signe de la mobilité humaine (HPM), à vélo, en roller, en trot-

tinette ou à pied. Une partie du parcours peut se faire à bord des bateaux de la Navigation qui relient le Vully à Morat. Cette année, des offres forfaitaires sont proposées par Railway, avec réduction de 20%, à réserver dans les gares CFF. En outre, des offres combinées pour le week-end de l'Ascension, avec hébergement dans des établissements Minotel et transport des bagages, sont également proposés. JS

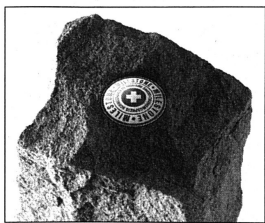
MILESTONE / Utiliser le Prix du tourisme suisse comme outil de marketing

Un sésame pour «Valais Excellence»

Le Prix du tourisme suisse, le Milestone, qui sera remis cette année pour la 4e fois, déploie ses effets positifs. Notamment pour Valais Tourisme qui avait présenté en 2001 son concept «Valais Excellence» et avait gagné le premier prix récompensant son projet qualitatif de remarquable et de novateur. «Valais Excellence» est un système de gestion de la qualité destiné aux petites et moyennes entreprises. Il inclut non seulement le niveau II du Label de qualité pour le tourisme suisse, mais aussi les normes ISO de protection de l'environnement et de la sécurité. «Aujourd'hui, le Milestone est identique au crocodile cousu sur un polo», déclare Yvan Aymon, responsable «marketing-partenaires» à Valais Tourisme.

Avoir une plus grande crédibilité

Ainsi, le concept «Valais Excellence» a plus de crédibilité. Il est considéré comme un projet très sérieux. «Le premier Prix du tourisme suisse nous a ouvert de nombreuses portes», ajoute Yvan Aymon. Le concept a suscité l'intérêt de nombreux partenaires, comme la Société de la télécabine de Vercorin qui a ainsi pu être certifiée ISO 9001 et 14 001 en 2002, devenant la première entreprise suisse à obtenir cette double certification. Au niveau international, la Wallonie (région du Sud de la Belgique) a été éblouie par le professionnalisme du projet et désire l'appliquer à ses structures touristiques.



Mais est-ce «Valais Excellence» ou le «Prix du tourisme suisse» qui a eu le plus d'influence dans ces nouveaux contacts? Pour le responsable «marketing-partenaires» à Valais Tourisme le prix et le concept forment un tout: «Soudain, le Valais a pu démontrer qu'il est capable d'innovation, même s'il ne fait pas partie du triangle d'or de Zurich – Saint-Gall – Berne», se réjouit-il. D'où un attrait grandissant pour la région. Par ailleurs, pour profiter de l'effet positif du Milestone, Valais Tourisme utilise la photo de «la borne» à des fins marketing, notamment sur le site de «Valais Excellence». «Nous avons maintenant la chance d'avoir une marque!» conclut Yvan Aymon. VM

www.milestone.htr.ch

CAMPINGS / L'Association suisse des campings fait preuve d'un certain optimisme face à la crise économique, à la cherté du franc suisse et aux mauvaises conditions météorologiques. VALÉRIE MARCHAND

Améliorer la qualité et innover, deux priorités pour l'association

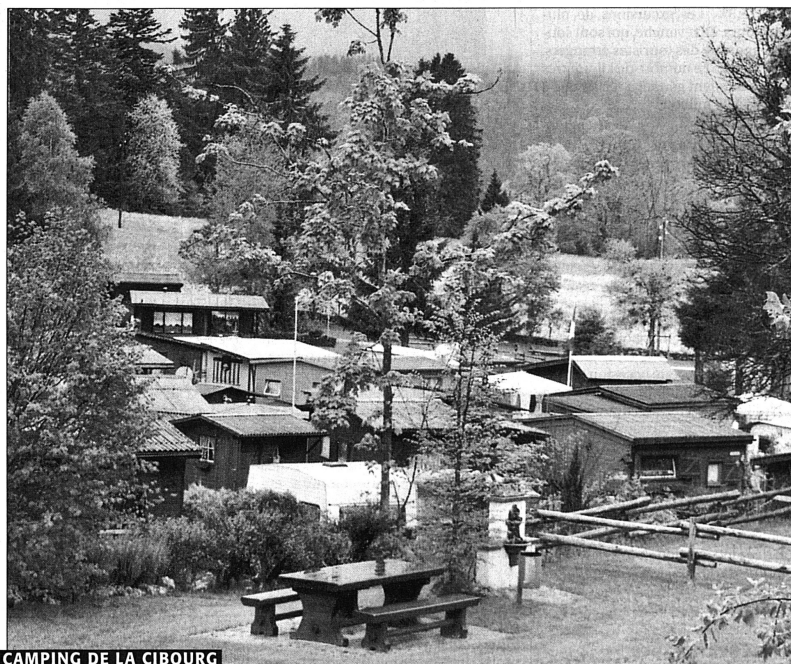
Les campings, eux aussi, ont souffert de la morosité en 2002. Comme les autres secteurs du tourisme, ils n'ont pas été épargnés par la crise. «Les campings n'ont pas seulement été touchés par les problèmes économiques, mais aussi par les mauvaises conditions météorologiques», a déclaré Franco Zanetti, le président de l'Association suisse des campings (ASC), qui a tenu sa deuxième assemblée des délégués la semaine dernière au Landern (NE). «La Suisse conserve toujours son image de beauté, de propreté et de sécurité, mais on la considère actuellement comme trop chère», précise le président. L'année dernière, les touristes allemands, hollandais, anglais et espagnols qui se rendent habituellement dans les campings suisses ont été bien moins nombreux qu'en 2001.

UNE FUSION ENTRE LE JURA ET NEUCHÂTEL

La seule région qui n'a pas souffert de la crise en 2002 est bien évidemment celle des Trois-Lacs. Grâce à Expo.02, elle a en effet pu boucler son année avec un nombre de nuitées satisfaisantes. Autre événement réjouissant, au début de cette année, l'association Neuchâteloise a fusionné avec les campings jurassiens sous l'appellation «Watch Valley Campings».

Malgré les incertitudes face à l'avenir, l'Association suisse des campings, forte aujourd'hui de 199 membres, veut innover et offrir de bonnes prestations à ses clients. Ainsi, avec l'aide d'une évaluation vaste de chaque camping, l'association s'efforce de maintenir et d'améliorer la qualité. Une classification est établie pour tous les campings. Même, si elle a déjà été lancée depuis plusieurs années, une remise à jour est effectuée tous les six ans. La prochaine remise à jour est prévue en Valais du 24 au 27 juin. Après le Vieux-Pays, la classification sera notamment poursuivie

Photo: Valérie Marchand



LE CAMPING DE LA CIBOURG

Situé à quelques minutes de La Chaux-de-Fonds, le camping de La Cibourg est intégré dans le concept «Watch Valley Campings» nouvellement créé au début de cette année.

dans le Jura, dans le canton de Vaud et de Neuchâtel. «Le travail est assez conséquent», souligne Käthi Sommer, la directrice de l'ASC. Il est donc difficile d'établir un calendrier précis pour les prochaines régions concernées.

Pour pouvoir mettre en place la classification, plusieurs critères sont pris en compte: l'aménagement de la réception, la qualité des services, l'em-

placement du camping, les activités proposées, la présence d'un magasin et d'un restaurant, ainsi que les sanitaires.

LES SANITAIRES SOUS LA LOUPE

«Ce dernier critère est le plus important lors de l'élaboration de la classification», précise Käthi Sommer.

Autre innovation, déjà utilisée par des campings affiliés au Touring Club Suisse, le programme de gestion commerciale «Unicamp», bilingue français-allemand. Le programme peut traiter les réservations, la facturation des séjours, la gestion des tours-opérateurs, la gestion financière, ainsi que l'établissement de statistiques. «Unicamp» peut être complété par différents modules comme le contrôle des accès (Udi-access) ou le contrôle de la centrale de réservation en ligne (Resanet). Lancée par une compagnie française, Unicamp a aussi équipé des campings en France, en Espagne et au Québec.

Enfin, pour prolonger la saison d'été, de nombreux campings proposent des offres spéciales pour attirer les touristes, plus particulièrement aux retraités qui peuvent choisir aisément les dates de leurs vacances. VM

Ainsi, les prestations des campings deviennent de plus en plus flexibles, de meilleure qualité et suivent les nouvelles technologies.

Les tentes n'ont plus la cote

Sur les différents terrains de campings en Suisse, on observe beaucoup de caravanes, de bungalows, éventuellement de petits chalets, mais très peu de tentes. Apparemment, les touristes ont besoin de plus de confort qu'autrefois. «Camper sous tente n'est plus à la mode», estime Franco Zanetti le président de l'Association suisse des campings. Selon lui, seuls les motards ou les cyclistes optent encore pour ce mode d'hébergement. En effet, une tente est peu encombrante et peut être rapidement démontée. Un atout également pour les touristes qui se déplacent chaque jour. «Mais, les campeurs dépensent tout de même beaucoup d'argent», considère le président. En effet, quel que soit leur mode d'hébergement, ils visitent «plusieurs musées» ou s'inscrivent à de «nombreuses excursions». Pour le tourisme, ils restent des clients «très intéressants». VM

Le «Road Atlas», une nouvelle brochure

L'Association suisse des campings (ASC) vient d'éditer un nouveau guide, intitulé «Road Atlas». On y retrouve diverses cartes routières, divisées en plusieurs secteurs, sur lesquels l'emplacement des campings est bien mis en évidence. De même, tous les campings sont illustrés et classés par régions. Cette brochure est l'un des nombreux services que propose l'ASC. Fondée en 1974, elle représente les intérêts des propriétaires et gérants de campings. L'association s'occupe de la coordination des activités marketing, à savoir la participation aux foires touristiques dans toute l'Europe, notamment à Stuttgart, Fribourg

en Brisgau, Anvers, Munich ou encore Barcelone.

L'ASC a aussi pour but de promouvoir la formation professionnelle des membres et de leur personnel, ainsi que le cas échéant, de contribuer à l'établissement d'une réglementation adéquate des terrains de camping au niveau cantonal et fédéral. Un autre rôle de l'ASC est de veiller à la fiabilité des installations. Ainsi, pour assurer un maximum de sécurité sur les terrains de camping, les gérants se sont déclarés prêts, en octobre 2002, à faire contrôler, par un professionnel, au moins tous les cinq ans, les installations à gaz des unités des locataires permanents. VM

FRIBOURG / Se positionner et s'affirmer comme une ville de congrès

Plusieurs bonnes cartes à jouer

Au centre de sa région, qui regroupe également les sociétés de développement de Marly et d'Hauterive (900 lits d'hôtel, 111 369 nuitées en 2002), Fribourg multiplie ses efforts pour s'affirmer comme une ville d'affaires et de congrès.

Ce segment représente sept à huit touristes sur dix et fera à nouveau l'objet, en 2003, d'un workshop intitulé «Fribourg, ville de congrès» à Forum Fribourg et, en 2004, d'une nou-

velle opération à Zurich, conjointement avec Pays de Fribourg Marketing et le Groupement des hôteliers de Fribourg et environs. Lors de son assemblée générale, qui s'est tenue à Forum Fribourg, Nicolas Zapf, directeur de Fribourg Tourisme et nouveau membre du comité des Swisscities, a notamment relevé que le tourisme urbain axé sur les loisirs faisait également l'objet d'une attention tout à fait particulière: «L'ana-

lyse réalisée par l'Ecole suisse de tourisme, à Sierre, pour disposer de critères d'admission stricts, démontre que Fribourg se situe en excellente position dans le classement des 28 villes membres.»

La cité a donc des cartes à jouer dans le tourisme suisse, comme ont dû s'en convaincre les 85 professionnels du tourisme qui l'ont visitée dans le programme post-congrès du dernier STM. JS

VALAIS TOURISME / Un demi-million de francs seront investis

Une grande campagne en Suisse

Valais Tourisme lancera à la fin du mois une «importante» campagne d'annonces et d'affichage dans toute la Suisse. Le budget de cette campagne, d'un demi-million de francs, a été bouclé avec le soutien notamment de la Loterie romande et de dix entreprises de remontées mécaniques. Ces dernières sont appelées à jouer un rôle important dans cette opération.

Les touristes qui emprunteront, de fin mai à fin octobre, les

remontées mécaniques des entreprises partenaires afin d'entreprendre une excursion, par exemple au Mont-Fort, recevront un billet de loterie. Celui-ci leur permettra de remporter des prix d'une valeur totale de 100 000 francs, dont cinq bons pour des vacances en Valais d'une valeur de 10 000 francs et 90 cartes hebdomadaires pour deux personnes.

Avec cette campagne, qui a été qualifiée de «première», Val-

lais Tourisme entend attirer de nouveaux hôtes tout en favorisant l'utilisation des remontées mécaniques.

Par ce biais, il entend aussi faire front aux prévisions qui ne s'annoncent pas très encourageantes pour cet été «avec l'insécurité liée à la récession économique, aux problèmes du secteur aérien, ainsi qu'aux séquelles de la guerre en Irak et de la pneumonie atypique». LM

ARABIAN TRAVEL MARKET / La présence de ST n'avait jamais été aussi importante

Un marché à très fort potentiel

L'Arabian Travel Market (ATM), le plus important salon touristique du Moyen-Orient qui s'est déroulé à Dubaï du 6 au 9 mai, a été qualifié de «très positif» par les prestataires touristiques suisses que nous avons interrogés. «C'était vraiment une excellente édition», a ainsi relevé Harry John, le directeur de Montreux-Vevy Tourisme. «J'étais présent à l'Arabian Travel Market pour la sixième fois consécutive et je peux vous assurer que l'intérêt pour la Suisse n'avait jamais été aussi important que cette année.»

«LE MARCHÉ S'EST RÉTABLI TRÈS RAPIDEMENT»

«Après la guerre en Irak, les touristes des pays du Golfe ont vraiment envie de partir en vacances et je suis vraiment étonné de la rapidité avec laquelle ce marché s'est rétabli», a remarqué Walter Loser, le directeur de Crans-Montana Tourisme. Harry John a en outre ajouté qu'il n'avait jamais vu autant de visiteurs que cette année. «Les représentants du Royal Plaza et du Montreux Palace avec lesquels je m'étais déplacé m'ont ainsi annoncé qu'ils avaient eu des demandes très concrètes, déjà pour cet été», a-t-il encore précisé. «Avec 15 000 nuitées hôtelières par année, il s'agit d'une clientèle très intéressante pour nous. Elle engendre en outre le plus de valeur ajoutée et reste dans notre région pendant au moins une dizaine de jours.»

Il s'agit d'un marché à très fort potentiel ont estimé, pour leur part, Beat Dreier, le directeur-adjoint de Genève Tourisme, Guy Chanel, le responsable de la promotion et du marketing de Villars Tourisme, et Michèle Liechti, la directrice de l'Hôtel Drake-Longchamp à Genève. «Un potentiel d'autant plus important pour la Suisse que la France et l'Italie ne se sont pas déplacées à l'ATM cette année», a relevé Bernard Lavanchy, propriétaire et directeur de l'Hôtel Grand-Pré à Genève.

INTERLAKEN PRÉSENT POUR LA PREMIÈRE FOIS À DUBAÏ

Enfin, on remarquera que Suisse Tourisme (ST) n'avait jamais eu un stand aussi important à l'ATM. Il réunissait en effet 43 exposants suisses sur un total de 130 mètres carrés. L'année passée, le stand de Suisse Tourisme avait accueilli 36 prestataires touristiques sur un total de 90 mètres carrés.

«Suisse Tourisme a pris conscience que ce marché à très forte valeur ajoutée n'était pas seulement intéressant pour Genève, ainsi que pour Montreux et les Alpes vaudoises, mais également pour la Suisse alémanique. Interlaken était d'ailleurs présent pour la première fois cette année à Dubaï», conclut Harry John. LM

Photos: Swiss-Image



À L'HEURE DES NÉGOCIATIONS

Le STM, ici une vue générale des stands vaudois, a permis aux prestataires suisses de nouer de précieux contacts avec les tours-opérateurs étrangers.

STM / L'édition de cette année a été encore plus internationale et professionnelle que les précédentes. Les demandes y sont tellement pointues que les OT doivent venir avec des hôteliers. LAURENT MISSBAUER

Le «meilleur» STM pour les contacts

Malgré l'absence des tours-opérateurs de Chine, de Hong-Kong et de Taïwan, le Switzerland Travel Mart (STM)*, qui s'est déroulé la semaine passée à Zurich, a été qualifié par la plupart des exposants que nous avons interrogés de «meilleur» des douze STM organisés jusqu'ici. «Meilleur en tout cas au niveau de la qualité des contacts», a relevé Harry John, le directeur de Montreux-Vevy Tourisme, à la fermeture du salon, mercredi passé. «Les demandes des tours-opérateurs ont été beaucoup plus concrètes qu'il y a deux ans et leur provenance nettement plus internationale que par le passé.»

DE L'INTÉRÊT DE LA PART DES BRÉSILIENS

Patrick Messeiller, le directeur de Verbier Tourisme, confirme lui aussi que ce STM a été plus international que jamais: «J'ai participé à onze éditions et celle-ci a été une des

meilleures, si ce n'est la meilleure. Je connaissais certes déjà les trois-quarts des tours-opérateurs américains de cette année, mais j'ai pu nouer de nouveaux contacts avec des Australiens et des Brésiliens.» Au niveau des contacts, ce STM a aussi été qualifié de «meilleur» par Walter Loser (Crans-Montana Tourisme) et Patrick Henry (Villars Tourisme).

«Les contacts avec les Brésiliens ont été très intéressants», poursuit Patrick Messeiller. «Pour le ski, ils constitueraient le deuxième marché aux Etats-Unis. Or, après les événements du 11 septembre, ils auraient tendance à préférer les stations de ski européennes. Courchevel, Méribel et Val d'Isère en auraient déjà profité cet hiver et les tours-opérateurs brésiliens, avec qui nous sommes entrés en contact ici, souhaitent désormais vendre aussi Verbier.» S'il est encore trop tôt pour savoir le nombre de Brésiliens qui se déplaceront dans le val de

Bagnes, Patrick Messeiller précise en revanche que son déplacement au STM de Thonon, il y a deux ans, s'était notamment traduit par l'arrivée à Verbier de 54 Japonais l'hiver dernier.

PEU DE CRITIQUES NÉGATIVES

«On entend partout que l'économie va mal, mais nous ne travaillons pas à court terme au STM», ajoute le directeur de Verbier Tourisme. «Ainsi, à un journaliste de la télévision romande qui m'a demandé au STM si le cours actuel du dollar nous pénalisait, je lui ai répondu que nous ne proposons pas seulement des offres pour l'hiver prochain, mais aussi pour les hivers suivants et que le cours peut encore beaucoup changer d'ici-là.» Présent pour la première fois au STM, Marcus Bratter, hôtelier à Verbier, était enchanté: «J'ai rencontré des tours-opérateurs russes, scandinaves, néer-

landais et australiens et je pense que plusieurs affaires se concrétiseront. Surtout avec les Australiens qui ont leurs vacances scolaires en janvier.»

Enfin, on relèvera que nous n'avons recueilli que peu de critiques négatives. Certains auraient souhaité rencontrer davantage de tours-opérateurs français ou italiens. D'autres ont déploré que les badges ne permettaient pas, cette année, de distinguer tout de suite la fonction de l'interlocuteur. On ajoutera encore que les offices du tourisme (OT) qui s'étaient déplacés sans hôteliers ont juré qu'ils ne viendraient plus seuls. Au STM, les demandes sont en effet tellement pointues (contingents, prix) qu'il est indispensable de venir avec des hôteliers.

* Le STM est le plus important salon du tourisme réceptif suisse. Il a lieu tous les deux ans et attire plus de 400 voyageurs étrangers auprès de 400 prestataires suisses. La 12e édition du STM s'est déroulée du 12 au 14 mai.

Un final très réussi

La cérémonie de clôture du 12e STM a eu lieu le mercredi soir 14 mai, à l'aéroport de Zurich, dans la nouvelle «Halle E». Très réussie, elle a notamment utilisé des escaliers roulants en tant que scène de spectacle mobile et a donné une image innovatrice et professionnelle de la Suisse. Une image qui, selon Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, devrait contribuer à ce que les 408 tours-opérateurs invités la semaine passée dans notre pays proposent à l'avenir encore plus d'offres touristiques suisses dans leurs catalogues. Jürg Schmid a déjà annoncé qu'un contrat signé au STM avec Wallace Arnold, un des plus grands autocaristes de Grande-Bretagne, se traduira par 45 000 nuitées supplémentaires pour le tourisme suisse. LM



DANS LA NOUVELLE HALLE DE L'AÉROPORT DE ZÜRICH

La cérémonie de clôture a été très professionnelle. Elle a notamment été marquée par l'utilisation d'escaliers roulants en tant que scène de spectacle mobile.

Publicité

Die Klassiker in Porzellan

KPM

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch



Ecole Hôtelière de Genève "ES"

ECOLE SUPERIEURE «ES» DE MANAGEMENT
RECONNUE PAR LA CONFEDERATION SUISSE

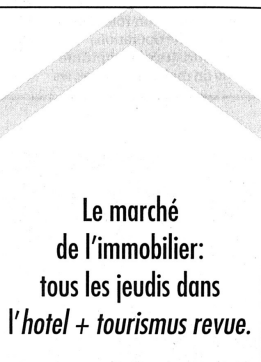
Une institution de GASTRO-SUISSE depuis 1914

1^{er} cycle (18 mois)**Diplôme de Cadre
en gestion hôtelière
et en restauration****2^{ème} cycle (12 mois)****Diplôme de Cadre
supérieur en restauration
et hôtellerie «ES»**

Début des sessions: fin avril et fin octobre

Av. de la Paix 12 • CH-1202 Genève
Tél. 022 919 24 24 • Fax 022 919 24 28
info@ehg.ch • www.ehg.ch**MONTREUX
A VENDRE DE PARTICULIER
HOTEL 3 ETOILES**36 CHAMBRES (70 LITS)
AVEC DOUCHE/WC
TELEPHONE
CABLE TV, INTERNET
RESTAURANT 90 PLACES
CAFE 40 PLACES
BAR 30 PLACES
GRAND APPARTEMENT
Tél. 021 963 49 73
Fax 021 963 23 11

156209/46612

**Le marché
de l'immobilier:
tous les jeudis dans
l'hotel + tourismus revue.****Clôture des annonces
pendant les jours fériés****Les dates pour l'édition 22/2003 (Ascension):**La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales
ainsi que pour les réclames est fixée au
mercredi, 21 mai 2003, 15 heuresClôture des annonces pour le *marché de l'emploi*:
vendredi, 23 mai 2003, 12 heures

★★★

Les dates pour l'édition 24/2003 (Pentecôte):La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales
ainsi que pour les réclames est fixée au
mercredi, 4 juin 2003, 15 heuresClôture des annonces pour le *marché de l'emploi*:
vendredi, 6 juin 2003, 12 heures**ANNONNCES****www.hoteljobswiss.com**

156234/424850

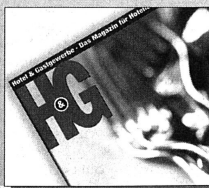
**Tout sur l'actualité et la crème fouettée.**

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

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

Plaisir de lire et de conduire**hotel+tourismus revue**L'Hebdomadaire pour l'hôtellerie,
restauration et le tourisme sou-
lève des sujets qui vous permet-
tront d'actualiser votre savoir.

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

**Hotel & Gastgewerbe**Le magazine pour l'hôtellerie et la
restauration publie des comptes ren-
dus sur des thèmes d'actualité dans
le management et le marketing.

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

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

Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no Publication Prix

**Pour chaque abonnement annuel et abonnement cobiné,
nous vous offrons un Guide suisse des hôtels 2003 sur CD-ROM!**Renvoyez de suite la carte:
hotellerieuisse, Service des abonnements,
Monbijoustrasse 130, Case postale, CH-3001 BerneVous participerez ainsi automatiquement au tirage au
sort d'un smart city-coupé & pure d'une valeur de Fr. 13'490.-

Appelez-nous (031 370 42 22)

ou envoyez-nous un e-mail (abo@swiss-hotels.ch).

Conditions de participation:

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

Détacher ici

Prénom:

Nom:

Entreprise:

Fonction:

Rue/no:

NPA/lieu:

Téléphone (la journée)

E-Mail:

☐ Je participe uniquement au tirage au sort.

VINS / Production de l'Etat de Fribourg dans la région du Vully et de Lavaux

Cuvées 2002 qualifiées de bonnes

Le 31 mars, l'Etat de Fribourg a présenté les vins du millésime 2002 produits dans la région de Lavaux (VD). Il s'agit des Faverges Saint-Saphorin et du Domaine d'Ogoz dont l'Etat est le propriétaire responsable depuis 1848 et 1773.

Les blancs, tout d'abord, sont caractérisés par une belle structure, un bon équilibre entre alcool et acidité. Les rouges confirment, ensuite, l'orientation qualitative prise

durant ces derniers millésimes: à savoir de beaux tanins, du gras et également de la complexité en bouche.

La récolte 2002 a produit au total 1390 hectolitres. Seuls les vins de qualité bouteille seront mis en bouteilles et porteront donc l'étiquette Faverges ou Ogoz.

Le 3 avril, c'était au tour des vins du Vully FR d'être présentés officiellement par l'Etat de Fribourg. Il s'agit des vins

blancs et rouges Vully Etat de Fribourg et Château de Mur.

La finesse et la typicité des Chasselas du Vully caractérisent les rouges, alors qu'on souligne le beau fruit du Pinot noir.

La production 2002 s'est élevée à 380 hectolitres pour l'ensemble de ces vignes vulviennes. Par ailleurs, l'Etat de Fribourg est propriétaire de 2,2 hectares, ainsi que locataire de 1,2 hectare au Château de Mur. JS

ECOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE / Etude d'impact sur la pneumonie atypique

Nuitées asiatiques: recul de 60%?

Professeur au Lausanne Institute for Hospitality Research, Miriam Scaglione a réalisé une étude démontrant l'impact de la pneumonie atypique sur les nuitées en Suisse d'hôtes venant de Chine, de Hong-Kong, de Corée et de Singapour. L'étude se base sur l'analyse de séries chronologiques des nuitées mensuelles de janvier 1999 à mars 2003, fournies par l'Office fédéral de la statistique. Pour la période étudiée, les

pourcentages mensuels des nuitées en Suisse des citoyens de ces pays par rapport aux nuitées étrangères, autres qu'européennes et américaines, sont en moyenne de 10,4% et répartis comme suit: Chine 3,5%, Hong Kong 2,4%, Corée 2,7% et Singapour 1,8%. Si la tendance observée pendant le mois de mars se maintient, la perte mensuelle des nuitées devrait se chiffrer ainsi: Chine 19%, Hong-Kong 53,6%,

Corée 64,4% et Singapour 33,7%. Par ailleurs, le conflit irakien a également eu une influence négative sur l'évolution des nuitées sur ces marchés durant la période de référence. Ces pourcentages ont été calculés sur la base de la différence entre les valeurs observées pour le mois de mars et les prédictions obtenues sur la base du modèle pour la période de janvier 1999 à janvier 2003. JJE

SV-GROUP / Croissance réjouissante durant l'exercice 2002

Miser sur la Suisse romande

Leader de la restauration collective en Suisse, SV-Group a annoncé, la semaine dernière, avoir réalisé, au terme de l'exercice 2002, un chiffre d'affaires de 516,8 millions de francs (en hausse de 1%), pour un bénéfice de 4,3 millions. Alors que les sociétés allemandes et autrichiennes progressaient fortement, le développement des affaires en Suisse est resté plus modéré (moins 2,2% à 382,3 millions). «Nous avons réussi à nous imposer dans un environnement économique difficile. La pression constante sur les coûts a pu être réduite grâce à des structures efficaces et des concepts novateurs et cela, sans qu'aucune concession n'ait été faite sur la qualité», s'est réjouie Susy Bruschweiler, directrice générale du groupe.

DIFFICULTÉS AVEC LE «BUSINESS CATERING»

C'est essentiellement dans le secteur du «business catering» que SV-Group a dû affronter une situation difficile. Restructurations d'entreprises et licenciements ont entraîné une diminution du nombre potentiel d'hôtes. En revanche, les incertitudes liées à la conjoncture ont eu pour conséquence l'augmentation des fréquences de visites. Côté «events catering», l'augmentation du nombre de manifestations au Centre d'expositions de Zürich a généré une hausse des activités. En revanche, pas plus que son concurrent romand, DSR, SV-Services n'a réussi réellement à s'implanter dans le marché du «care catering», qui inclut notamment les hôpitaux et les EMS.

DES PERSPECTIVES RÉJOISSANTES

Pour 2003, le groupe projette une légère augmentation du chiffre d'affaires, la croissance globale devant surtout provenir d'Allemagne et d'Autriche. A moyen terme, SV-Group s'attend toutefois à une croissance en Suisse, grâce à l'augmentation espérée de sa part de marché en Suisse romande où il a ouvert une représentation en mars dernier. Directeur de cette représentation romande basée à Gland, Pascal Despraz annonce «d'excellents contacts» de ce côté-ci de la Sarine, notamment avec de grandes entreprises. Selon lui, deux de ces contacts devraient se concrétiser cette année encore. Actuellement, SV-Service compte cinq exploitations en Suisse romande. Ses dirigeants ont fixé l'objectif à 50 exploitations à fin 2005 dans le secteur «business catering». Lors de la présentation de ces résultats, Philippe Echehard, directeur pour la Suisse, a enfin précisé attendre pour 2003 l'ouverture du marché de la santé. C'est là que le groupe compte sur son savoir-faire puisqu'il est déjà très actif dans ce domaine en Allemagne, ainsi qu'en Autriche. JJE

HÔTELLERIE VAUDOISE / Président d'Hôtellerie vaudoise depuis deux ans, Philippe Thuner, fait le point sur l'actualité hôtelière à l'occasion de l'assemblée générale de l'association à Nyon. INTERVIEW: MIROSLAW HALABA

«Le cours élevé du franc suisse nous coupe de nos clients»

Quels projets êtes-vous parvenus à mener à bien durant ces deux premières années de présidence?

Un des projets importants a été la création d'un site Internet, un site qui est aujourd'hui presque complet. Nous nous sommes ensuite attelés au regroupement des sections. Celui-ci a eu lieu sur la Côte et sur la Riviera. Il est en passe d'être conclu dans le Nord vaudois et à la Vallée de Joux. Il reste les Alpes vaudoises où le mouvement a été amorcé, mais où il est aussi plus lent.

Vu les réalités du marché, cette lenteur n'est-elle pas un handicap?

Non, ce n'est pas trop grave. La fusion ne doit pas être imposée d'en haut, mais elle doit venir de la base. Notre but, rappelons-le, est ici de créer des sociétés d'hôteliers cohérentes avec la région touristique dans laquelle elles travaillent. Il est souhaitable, qu'à long terme, les offices du tourisme en fassent de même.

«La nouvelle loi sur le tourisme devrait dégager des fonds pour la promotion.»

Et qu'est-ce qui vous a le moins bien réussi durant cette période?

Ce que nous avons eu plus de peine à faire, c'est d'être actifs plutôt que réactifs face aux événements.

A quoi cela tient-il?

Je crois que c'est une question de disponibilité et de volume de travail. Un exemple: selon notre nouvelle organisation, le président devrait consacrer environ 80 jours de travail par an à l'association. En fait, j'en ai fait 134 en 2002, en raison notamment des différents projets gouvernementaux qu'il a fallu traiter, comme la loi sur les auberges ou la loi sur le tourisme. Et malgré le travail de nos quatre vice-présidents, beaucoup de tâches restent dévolues au président.

Selon vos estimations, l'hôtellerie vaudoise devrait investir environ 400 millions de francs ces prochaines années. A quelles fins cette somme serait-elle destinée?

Ces investissements devraient être principalement consacrés à des rénovations et à des adaptations aux besoins de la clientèle.

La situation économique étant difficile, ces hôtels parviendront-ils à trouver les fonds nécessaires?

Grâce à leur excellente structure de financement, certains hôtels n'auront

Photo: Mirosław Halaba



PHILIPPE THUNER

Le groupement des sections se poursuivra cette année, a indiqué le président d'Hôtellerie vaudoise.

aucune peine à les trouver. D'autres y arriveront seulement si l'on parvient à mettre sur pied une forme d'aide à l'investissement. Enfin, certains n'y parviendront pas et, à long terme, devront sans doute fermer leurs portes.

L'hôtellerie aspire à une amélioration des conditions-cadres. Quel est le domaine où cette amélioration est la plus attendue?

Un grand problème est avant tout le cours élevé du franc suisse car il nous coupe de nos clients. Cela pose la question de notre appartenance ou non à l'Europe. Nous souffrons ensuite d'une taxation excessive. Ainsi, nos membres doivent s'acquitter de trente-neuf taxes, ce qui représente annuellement 100 000 francs en moyenne par hôtel. Enfin, ce qui pénalise toutes les PME, c'est le volume important de travail administratif qui leur est échu.

Avez-vous les moyens de changer cet état de fait?

Nous essayons de faire du lobbying au niveau cantonal. Nous sommes

ainsi parvenus à certains résultats pour la loi sur les auberges. Malheureusement, nous n'avons qu'un représentant de la branche au Grand Conseil, notre profession n'étant pas très portuse sur le plan électoral. Pour ce qui est du niveau fédéral, nous travaillons en parallèle avec l'hôtellerie suisse en approchant les parlementaires vaudois.

Quelle est la principale amélioration que la branche hôtelière aimerait voir introduite dans la future loi sur le tourisme vaudois?

Nous attendons que cette loi permette de dégager de nouveaux fonds pour la promotion touristique, mais sans que les hôteliers soient appelés à augmenter leur contribution. En d'autres termes, nous souhaitons que les bénéficiaires indirects du tourisme prennent aussi part au financement de cette promotion par le biais d'une taxe sur le tourisme.

«Le G8 n'apportera rien à l'hôtellerie vaudoise, au contraire.»

Et quel écho cette idée a-t-elle rencontré jusqu'ici?

Il semblerait que les milieux économiques ne soient pas absolument opposés à une telle taxe.

Quels sont les objectifs de l'association pour l'année en cours?

Nous chercherons surtout à guider le projet de loi sur le tourisme dans la bonne direction, car c'est une des deux lois, avec la loi sur les auberges, qui régit la profession. Nous poursuivrons, d'autre part, la régionalisation et nous surveillerons aussi de près l'évolution des affaires qui nous cause, cette année, passablement d'inquiétudes.

Qu'apportera, à votre avis, le G8 à l'hôtellerie vaudoise et lémanique en particulier?

Il n'apportera rien du tout, au contraire. Nous craignons que les hôtels de l'Arc lémanique soient vides une semaine avant et une semaine après la réunion. Ce qui nous pénalisera durant une des meilleures périodes de l'année. Des chutes de réservation nous ont, d'ailleurs, déjà été signalées.

Philippe Thuner en quelques mots

Président d'Hôtellerie vaudoise depuis deux ans, Philippe Thuner est âgé de 48 ans. Il est diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne et du Séminaire pour chefs d'entreprise d'hôtellerie suisse. Depuis 1985, il est propriétaire et directeur de l'Hôtel de la Couronne, à Morges, sa ville natale. Actif sur le plan politique, il a été conseiller communal et a présidé le pouvoir législatif de sa ville en 1989. Philippe Thuner a aussi occupé diverses fonctions dans le domaine

sportif, telle que la présidence du Morges Basket-Club. Son engagement dans la vie associative de l'hôtellerie comporte plusieurs étapes.

On note ainsi qu'il a été président de la Société des hôteliers de Morges, membre du comité directeur de l'Office du tourisme de Morges. Il est devenu trésorier de l'Association cantonale vaudoise des hôteliers (maintenant Hôtellerie vaudoise) en 1989 et vice-président en 1994. MH

NEUCHÂTEL / «Maison du vin suisse» en vue

Bon pour le tourisme

Neuchâtel pourrait disposer d'ici trois ans d'un nouvel atout touristique de portée internationale. En effet, la ville de Neuchâtel envisage d'acquiescer, par voie d'échange immobilier, les anciennes «Caves du Palais» afin de les transformer en «Maison du vin suisse». Une demande de crédit pour la rénovation et la transformation de l'immeuble sera présentée le 2 juin au Conseil général de la ville.

Pour l'association fondée il y a un an pour soutenir le projet, la Maison du vin suisse deviendrait un «centre pour les professionnels et les amateurs de vins, ainsi que pour les touristes viticoles suisses et étrangers». Elle serait ouverte à «toutes les régions viticoles» du pays. L'association s'est fixé comme objectif de recruter dix mille membres jusqu'en 2006, année d'ouverture de la maison. MH

GRYON / Le président de l'OT a donné sa démission

La fusion a été refusée

Président de l'Office du tourisme (OT) de Gryon depuis quatre ans, Guido Guidetti a remis son mandat, lors de l'assemblée générale des membres, la semaine dernière. Il est remplacé par un comité directeur de quatre membres dont Sandra Joye, la directrice de l'OT. C'est surtout le refus des membres d'envisager une fusion avec l'OT de Villars qui est la cause de ce départ. Guido Guidetti, qui avait déjà été l'un

des artisans du rapprochement entrepris, il y a cinq ans, a estimé, en effet, que le temps de cette fusion était venu.

Lors de cette assemblée, les membres ont par ailleurs pris connaissance du recul des nuitées (diminution de 1,2%) au terme de l'année écoulée. De même, ils ont noté que le budget 2003 permettrait la création d'un parcours VTT balisé et la rénovation du petit Vapeur Parc. JJE

SWISS KNIFE VALLEY / Le projet va de l'avant

Société de promotion

Le projet de Swiss Knife Valley dans le canton de Schwytz va de l'avant. La semaine dernière, ses responsables ont créé une société chargée de promouvoir et de soutenir financièrement Swiss Knife Valley SA.

Fondée en 2002, cette dernière société est détenue par les entreprises et les associations touristiques de la région. Elle dispose d'un capital-actions de 150 000 francs. Elle devrait bénéficier durant les cinq pro-

chaines années de 150 000 francs supplémentaires provenant de contrats de partenariat. Elle sera dirigée, à partir du mois d'août, par un expert en tourisme, choisi en la personne de Marcel Murri.

La société de promotion cherchera notamment à assurer le soutien de la population pour ce projet et, partant, à renforcer les dispositions de cette dernière pour la cause touristique. MH

STATISTIQUES / hotelleriesuisse réclame le maintien des relevés hôteliers

Lettre au Conseil fédéral

L'annonce, la semaine dernière, de la suppression, à partir de 2004, de la statistique de l'hébergement, a provoqué une vive réaction dans la branche touristique et, en particulier, auprès d'hotelleriesuisse.

Dans une lettre adressée au président de la Confédération et chef du Département fédéral de l'intérieur, Pascal Couchepin, l'association faitière de la branche hôtelière fait part de sa surprise et de son incompréhension. Elle se dit «brusquée» par cette décision tombée sans concertation préalable. La statistique de l'hébergement étant considérée comme un instrument de première importance pour le tourisme et l'économie helvétiques, hotelleriesuisse demande, par conséquent, son maintien impératif sous sa forme actuelle. Dans son argumentation, l'association fait notamment remarquer que la Suisse s'est engagée auprès des organisations économiques internationales à mettre ses données statistiques à leur disposition, dont les relevés touristiques. MH

Lire aussi en page 3 du *Cahier allemand*

Photo: Laurent Missbauer



DEVANT LE CHÂTEAU DE CHILLON

Un groupe de journalistes d'Asie du Sud-Est en voyage d'étude à Montreux avec, tout à droite, Evelyn Jeannerat de ST.

SUISSE TOURISME / Les tours-opérateurs invités au STM ont participé à différents «post-tours», aussi en Suisse romande. LAURENT MISSBAUER

Divers voyages d'étude

Comme cela est le cas lors de chaque Switzerland Travel Mart (STM)*, les tours-opérateurs invités se voient offrir la possibilité de participer à divers voyages d'étude, appelés post-tours dans le jargon touristique. Le 12e STM, qui s'est déroulé les 13 et 14 mai à Zurich, n'a pas failli à la règle. Après deux jours d'entretiens et de négociations, les voyageurs étrangers ont été invités à découvrir de visu plusieurs atouts du tourisme suisse. Cela, jusqu'au lundi 18 mai.

L'AVANTAGE DE LA SUISSE SUR LA NOUVELLE-ZÉLANDE

L'Union fribourgeoise du tourisme, l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) et Genève Tourisme se sont réunis pour proposer aux tours-opérateurs des vols en hélicoptère au-dessus des Alpes, à partir de Gruyères, avant de les inviter dans leurs régions respectives. Quant à Valais Tourisme, il avait affrété un avion spécial de Zurich à Sion. Le château de Chillon, à Montreux, a notamment reçu la visite, samedi après-midi, d'une douzaine de

tours-opérateurs de Malaisie, de Singapour et de Thaïlande, en provenance d'Interlaken. La veille, ils avaient notamment visité le Schilthorn (BE). «Ce voyage d'étude m'a notamment permis de constater que les montagnes suisses possèdent un avantage considérable par rapport aux montagnes de Nouvelle-Zélande, par exemple», nous a confié un voyageur de Singapour. «Dans notre pays, la Nouvelle-Zélande est présentée comme la Suisse de l'hémisphère sud, mais les montagnes suisses sont accessibles avec le train, alors que celles de Nouvelle-Zélande ne le sont que par hélicoptère.»

«Ces post-tours me permettent aussi de mieux connaître les besoins des différents marchés», reconnaît Evelyn Jeannerat, de Suisse Tourisme (ST) Hong-Kong. «Si je connais très bien le marché chinois, il en va différemment pour les marchés de Malaisie ou de Thaïlande et le fait que j'accompagne pendant plusieurs jours les tours-opérateurs de ces pays me permet de combler certaines lacunes.»

«Lors de tels post-tours, on apprend, par exemple, que certains mar-

chés de l'Asie du Sud-Est mûrissent et que leurs touristes, lorsqu'ils reviennent en Suisse pour la deuxième fois, louent une voiture et visitent le pays individuellement», remarque François Michel, sous-directeur de l'OTV.

UNE ENVIE DE SORTIR DES SENTIERS BATTS

Cette envie de découvrir de nouvelles destinations a aussi été constatée par Vincent Bornet, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme: «Lors du post-tour organisé par Valais Tourisme, nous avons reçu un tours-opérateur japonais qui proposera deux nuits à Grimentz dans ses brochures. Avant, ce genre de voyageurs mettait sur pied des offres avec des séjours uniquement à Zermatt et à Chamonix. Aujourd'hui, entre Zermatt et Chamonix, ils tiennent aussi à sortir des sentiers battus.»

* Le STM est le plus important salon du tourisme réceptif suisse. Il a lieu tous les deux ans et attire plus de 400 tours-opérateurs du monde entier.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Les perspectives estivales pour le marché suisse. La plupart des prestataires touristiques s'attendent à une baisse de nuitées pour la saison estivale. Par ailleurs, selon la tendance, les réservations devraient se faire à la dernière minute. Au Tessin, on estime déjà que les Allemands seront bien moins nombreux que l'année précédente en raison de la situation économique de leur pays. Avec encore d'autres facteurs dissuasifs comme la pneumonie atypique, on table surtout sur une clientèle suisse. Une clientèle qui aura choisi de passer des vacances à la montagne pour se ressourcer. Page 4

Vins: quels bouchons choisir? Lors d'une dégustation, il est fréquent que sur une vingtaine de bouteilles ouvertes, l'une ait le goût de bouchon. Si le liège est bien plus naturel et plus romantique que les matières plastiques, certains professionnels admettent que pour des vins très jeunes et très fruités, elles suffisent amplement. Par ailleurs, le risque de découvrir le goût de bouchon avec ce type de couvercle est ainsi écarté. Autre argument, lorsqu'un client ne commande pas une bouteille entière, il ne remarque pas de quelle façon elle a été fermée et ne sera pas déçu par son goût. Page 6

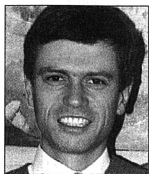
Plus de distinction entre «Stations familiales suisses» et «Familles bienvenues». Créé en 1996, le label «Familles bienvenues» correspond aux lieux de vacances convenant particulièrement bien aux familles. Actuellement, 21 stations suisses bénéficient de ce label. Cette identité, existe aussi, depuis plusieurs années, sous le nom de «Stations familiales suisses». Mais, il a été décidé, d'un commun accord entre Suisse Tourisme et la Fédération suisse du tourisme, de n'utiliser plus qu'une seule appellation, à savoir «Stations familiales suisses» pour des raisons de simplification. Page 9

MÉLI-MÉLO

Accor implante sa marque Mercure en Suisse. Le groupe hôtelier et touristique français Accor sera désormais présent en Suisse avec sa marque Mercure. Etablissement quatre étoiles, l'Hôtel Stoller à Zurich deviendra, le 1er juillet, «Le Mercure Hôtel Stoller Zurich», à l'indiquée mercredi le groupe Accor. Cet hôtel sera un «Mercure MMM», soit un établissement «de grand confort». MH

LES GENS

Claude Buchs (photo), directeur du Grand Hôtel Bella-Tola à Saint-Luc (VS), vient d'être nommé à la présidence de Sierre-Anniviers Tourisme. Déjà membre du comité directeur de



Sierre-Anniviers Tourisme et président de la Société de développement de Saint-Luc, Claude Buchs succède à Eric Balet, le directeur des remontées mécaniques de Vercorin qui a été nommé à la tête de Téléverbier. LM

ABONNEMENTS

Je désire recevoir l'*hotel+tourismus revue htr* chaque jeudi dans ma boîte aux lettres.
Je souhaite le mode de paiement suivant:
☐ 24 mois Fr. 250.-*
☐ 12 mois Fr. 145.-*
☐ 6 mois Fr. 87.-*
☐ abonnement d'essai Fr. 25.-*
Pour l'étranger, tarifs sur demande. * TVA comprise

Nom/Prénom:
Entreprise:
Rue/No:
NPA/Localté:
Téléphone:
E-Mail:
Veuillez renvoyer le coupon complété à:
hotel+tourismus revue htr, abonnements,
Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne,
abo@swiss-hotels.ch.

IMPRESSUM

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

Editeur:
Société suisse des Hôtels
Monbijoustrasse 130
case postale
3001 Berne

Responsable des médias:
Christian Hodler

Rédaction:
Rédacteur en chef: Marietta Deslud (MD)
Rédacteur du *Cahier Français* et
rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halaba (MH)

Rédacteurs: Laurent Missbauer (LM),
Valérie Marchand (VM), secrétaire de rédaction:
Correspondants:
Jean-Jacques Efferoz (JJE), Vevy,
Danielle Emery Mayer (DEM), Valais,
Hans Jeannerat (HJ), Neuchâtel,
Joël Seydoux (JS), Fribourg.

Perne Thomas (PT), Lacourne,
Nicolas Michélin (NM), Genève.
Milestone: Dr. Peter Kübler (PK)

Édition:
Cheffe d'édition: Iris Stebel
Abonnés: Nadine Blum, Anna-Lisa Cavallini,
Annonces: Matthias Beyerle, André Jakob, Marc Moser.
Publicité: Markus Marchel (Chef de vente),
Roger Steiner, Brigitte Weller.
Administration: Patrick Stalder

Impression:
Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Berne.
Tirage: 112 000 ex. contrôlés REMP 2002.
22'000 Ex. imprimés.
Prix de vente (TVA inclue):
Vente au numéro (N): 4.50, Abonnement 1 an
Fr. 145.-
ISSN: 1424-0440

Organe officiel de:
Verband Schweizer Tourismus-Direktionen
und -Direktoren (VSTD)
Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismus-
experten (TOUREX)
Vereinigung Diplomierter Hoteliers-
Restaurateurs SHH (VDH)
Hospitality Sales & Marketing Association
(HSMA) Swiss Chapter
Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
Swiss Partner für den Business-Tourismus
Verband Schweizer Badelokale (VSB)
Schweizer Kurhäuser (SKH)
Swiss International Hotels (SIH)
Annuaire International des Sous-Directeurs et
Chefs de Réception des Grands Hôtels (ACR)

Contacts:
Adresse: Monbijoustrasse 130,
case postale, 3001 Berne.
Rédaction: Lettres de lecteurs, People, etc.)
Tel: 051 370 42 16, Fax 051 370 42 24,
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch
Abonnements:
Tel: 051 370 42 41, Fax 051 370 42 23,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Annonces:
Tel: 051 370 42 42, Fax 051 370 42 23,
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch
Publicité:
Tel: 051 370 42 43, Fax 051 370 42 23,
E-Mail: patrick.stalder@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch

Nous déclinons toute responsabilité pour les
documents envoyés sans concertation préalable

stellen revue marché de l'emploi

NR. 21/22. MAI/22 MAI 2003



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

hotel+tourismus revue



Wir sind ein dynamisches Gastronomie-Unternehmen mit zehn Restaurants im Raum Zentralschweiz/Zürich. Für die zentrale Verwaltung in Rothenburg (LU) suchen wir den Verkaufsplaner «Wein» (w/m).

Weinfachmann

Wem kann ich unsere 1'000 Weine anvertrauen? Einkauf, Lagerung, Belieferung der Betriebe, Auftragsbearbeitung/Lagerbuchhaltung mit VinX, Wine&Dine, Weinkurse, Degustationen...

Ich suche einen jüngeren Weinfreak, den es reizt, sein Hobby zum Beruf zu machen, der das ganze Arbeitsspektrum einer Weinhandlung selbst in die Hand nehmen will.

Ueli Genner, Remimag Gastronomie AG
Buzibachring 3, CH-6023 Rothenburg
www.remimag.ch

Der Berg ruft!

Titlis Gastroland umfasst alle von den Bergbahnen Titlis Rotair im Erlebnis- und Erholungsgebiet Engelberg Titlis geführten Restaurants- und Kiosketriebe. Auf Herbst 2003 suchen wir nun einen neuen

Leiter (m/w oder Paar) Titlis Gastroland

Als unser Bergrestaurant sind Sie zusammen mit Ihrem Team (80 Mitarbeiter im Winter, 40 im Sommer) für die selbständige Führung unserer Gastronomiebetriebe verantwortlich. Nebst der **organisatorischen Gesamtführung** (gegen 7 Mio. Franken Jahresumsatz) konzentrieren Sie sich auf die **Aufgabe als Gastgeber** und das Erreichen der gesteckten Qualitäts- und Quantitätsziele. Dabei bieten wir Ihnen grossen Freiraum für Eigeninitiative, Kreativität und unternehmerischem Handeln.

Sie sind ein frontorientierter Gastro-Profi, der es versteht, seinen Verantwortungsbereich aktiv und proaktiv zu gestalten und zu steuern. Idealerweise kommen Sie bereits aus der Erlebnisgastronomie und verstehen es teamorientiert zu führen.

Bei uns haben Sie täglich die Chance, in einem vielseitigen, sich stetig wandelnden internationalen Tätigkeitsfeld Ihre umfassende Handlungskompetenz einzubringen. Nebst Deutsch und Englisch sprechen Sie deshalb noch weitere Fremdsprachen, und sind bereit, Ihren Wohnsitz nach Engelberg zu verlegen.

Wir freuen uns auf Sie! Gerne informiert Sie Kordula Tanner, Leiterin Personal, über weitere Details - 041 639 50 53, ktanner@titlis.ch. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte direkt an den Geschäftsführer von Titlis Rotair.

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

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Kader & Karriere

Franchise-nehmer/in

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

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

Amriswil TG

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

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

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

BAHNHOF UND VIEL MEHR

avec

Making people successful

kornhaus keller und -café

Unsere Unternehmung führt in Bern das historische Kornhaus, ein selten schöner Zeuge des einheimischen Hochbarocks. Die Gastronomiebetriebe befinden sich im Erdgeschoss (Café und Bar, 120 SP) und Keller (Restaurant, 150 SP; Galerie mit Bar und Lounge, 150 SP) und präsentieren sich in einzigartiger Anmut und Grosszügigkeit.

Wir suchen eine(n)

GeschäftsführerIn

zur **Betreuung und Weiterentwicklung des wunderschönen und grossen Gastronomiebetriebes**. Sie arbeiten selbstständig und übernehmen **Verantwortung**. Ihre Aufgabe umfasst die **Gastgeberfunktion** an der Front und das **Führen von 80 MitarbeiterInnen** im Rahmen unserer Unternehmenspolitik. Dabei erhalten Sie die erforderliche Unterstützung der Verwaltung in Zürich.

Mit fundierter Gastronomie-Ausbildung und operativer Erfahrung als GeschäftsführerIn mit Erfolgsausweis erfüllen Sie diese herausfordernde Aufgabe. Das Treiben in der Berner Gastronomie kennen Sie und suchen eine spezielle Herausforderung.

Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung:

Nicole Kreyenbühl, Human Resources
BINDELLA terra vite vita SA
Hönggerstrasse 115, 8037 Zürich
Telefon 01 276 62 24
nicole.kreyenbuehl@bindella.ch www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

INHALT: Kader 2-4 / Deutsche Schweiz 4-9 / Svizzera Italiana 10 / Stellengesuche 12 / HRC / Image 12

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Segeln Sie
auf gutem Kurs
www.horega.ch

Der direkte Link zum Arbeitsmarkt

Beratung
Selektion
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emplois
en page 3.



Making people successful

Roche

Pharma

Leiter/in Roche Forum Buonas

Unser Profil

Das 2001 erstellte Roche Forum Buonas, auf der Halbinsel Buonas am Zugersee gelegen, ist das firmeninterne Konferenzzentrum mit 50 Gästezimmern, Restaurant, Seminarräumen und Auditorium für 250 Personen. Zur grandiosen Parkanlage gehört der historische Schlossbereich mit einem als Clublokal umgestalteten ehemaligen Pferdestall. Landschaftsbezogen bietet das einzigartige Zentrum ein inspirierendes Umfeld und modernste Einrichtungen von höchstem Qualitätsstandard.

Die Aufgabe

Als initiative Führungspersönlichkeit mit viel Freude am Detail, führen Sie das Zentrum mit ca. 25 qualifizierten Mitarbeitenden selbständig und nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen im Rahmen der Konzernvorgaben. Das Ziel Ihrer Tätigkeit ist die Zufriedenheit von qualitätsbewussten Kunden.

Ihr Profil

Wir wenden uns an eine engagierte, begeisterungsfähige und flexible Persönlichkeit mit ausgesprochenen Kommunikations- und Teamfähigkeit. Sie bringen viel Enthusiasmus und ein hohes Qualitätsdenken mit, haben eine Hotelfachschule abgeschlossen und verfügen über mehrjährige Führungserfahrung in der gehobenen Hotellerie. Ausserdem kommunizieren Sie in Deutsch und Englisch und suchen eine Herausforderung, die Sie zu den Gästen an die Front bringt. Idealerweise sind Sie bereits im Raum Zugersee wohnhaft, oder Sie sind bereit, Ihren Wohnsitz dorthin zu verlegen.

Kontaktadresse

Interessiert Sie diese vielseitige Herausforderung? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Ihre vollständigen Unterlagen richten Sie bitte an: F. Hoffmann-La Roche AG, Herrn Dr. Daniel Blom, PSPB-3, Bau 52/408, Postfach, CH-4070 Basel, Kennwort: db7227.

Gesucht per 1. November 2003

Betriebs-LeiterIn (Ehepaar)

Unser Betrieb gehört zu dem bekannten Winter- und Sommerkurort Melchsee-Frutt OW

Restaurant Waldhaus Stöckalp

Sie erwarten ein interessanter vielseitiger 2-Saison-Betrieb mit:

- Ca. 180 Sitzplätze
- Restaurant/Gartenwirtschaft
- 30 Hotel-Betten
- 55 Touristenlager
- Im Winter Schneebau
- Kleiner Kiosk
- Grosse Handlungsfreiheit und Entscheidungsbefugnis
- Grösstmögliche Selbstständigkeit
- Grundsalar
- Ergebnisabhängige Provision
- Sie bestimmen Ihr Einkommen

Wir erwarten von Ihnen:

- Motivierte innovative und kontaktfreudige Persönlichkeit
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Natürliche Führungseigenschaften
- Bereitschaft, mehr zu leisten und omnipräsent zu sein

Fühlen Sie sich angesprochen und Sie möchten neue Ideen und Ihre Erfahrung in diesen Betrieb einbringen, dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen.

Sie erhalten auch weitere Auskünfte unter Tel. 041 660 34 70 (Durrer).

Die schriftlichen Bewerbungsunterlagen sind an Rest. Waldhaus AG, Herr Toni Durrer, Treuhand, Fliederweg 5, 6064 Kerns zu senden.

Diskretion ist zugesichert.

156255/219480

Select Service Partner

Select Service Partner (SSP) ist der global führende Spezialist von Flughafengastronomie. SSP ist in über 100 Flughäfen in 34 Ländern tätig. Unsere Restaurants, Bars, Cafés, Fast Food Outlets, Shops und Flughafen Lounges bieten einen einzigartigen Service Standard, welcher auf einer über 40-jährigen Erfahrung in der Gästebetreuung in Flughäfen basiert. SSP ist eine Division der Compass Group.

Für unsere neuen Verkaufsstellen im Dock E des Flughafens Zürich suchen wir je einen

Küchenchef/Betriebsleiter Free-Flow Restaurant (m/w) Betriebsleiter Bars (m/w) Betriebsleiter Cafés (m/w)

welcher es versteht mit viel Elan und zusammen mit seinem neuen Team die Konzepte der Betriebe umzusetzen. Frontorientiertes Denken und Handeln, Freude am Gästekontakt sowie die Bereitschaft selber mitanzupacken sind Voraussetzungen für diese anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgabe.

Zu Ihren Stärken gehören Kontaktfreudigkeit, Motivations- und Durchsetzungsvermögen sowie unternehmerisches Denken. Ihre langjährige gastronomischen Erfahrungen helfen Ihnen die Qualität auf einem hohen Niveau zu halten.

Wenn Sie sich dieser herausfordernden Aufgabe stellen möchten, senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto an die folgende Adresse:

Compass Group (Schweiz) AG
Division Select Service Partner – Herr Patrick Grzinic
Oberfeldstrasse 14 – 8302 Kloten



Grindelwald Sports

Schweizer Schnee- und Bergsportschule

Grindelwald Sports ist eine junge Unternehmung, welche aus dem Zusammenschluss der Schweizer Schneeschportschule und dem Bergsteigerzentrum Grindelwald hervorgegangen ist, und bietet ein umfassendes, ganzjähriges Freizeitangebot für die Gäste der Region.

Für unsere Unternehmung suchen wir per 1. Oktober 2003 oder nach Vereinbarung eine/-n

Geschäftsführer/-in (Leiter/-in Schneesport)

In dieser Funktion tragen Sie die Gesamtverantwortung für eine Unternehmung mit bis zu 100 Mitarbeitern (Hochsaison Winter). Zu Ihren Hauptaufgaben gehören dabei unter anderem der Aufbau und die Umsetzung eines aktiven Marketings und Verkaufs. In der Wintersaison führen Sie zudem unsere Schweizer Schneeschportschule, welche zu den grössten der Schweiz zählt.

Neben einer kaufmännischen Grundausbildung bringen Sie auch Führungserfahrung mit. Sie sind innovativ und zielorientiert und pflegen eine aktive, offene Kommunikation mit Gästen und Mitarbeitern. Ihre Liebe für den Winter- und Bergsport bringt Ihnen die notwendigen Marktkenntnisse. Praxiserfahrung in einer Skischule ist das Tüpfchen auf dem i.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung an:
Christoph Egger, Chalet Brunella, 3818 Grindelwald

htr

Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren:

Tel. 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

merkur

Für unser Buffet Espresso in Langnau suchen wir per Mitte Juni 2003 eine/n

GeschäftsführerIn

Sie sind UnternehmerIn mit fundierter Ausbildung im Gastgewerbe und besitzen den Fähigkeitsausweis. Sie haben Führungs- und Küchenerfahrung, sind innovativ und durchsetzungsstark, haben Freude am Verkauf und sind es gewohnt, in allen Bereichen aktiv mitzuarbeiten und unsere zahlreichen Stammgäste zu verwöhnen.

Wir bieten Ihnen eine weitgehend selbständige Position innerhalb unserer gut organisierten Merkur Gastronomie, interessante Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie diverse Einkaufsvergünstigungen. Selbstverständlich werden Sie sorgfältig in Ihre neuen Aufgaben eingeführt.

Im weiteren suchen wir in unserem Buffet Espresso in Solothurn West per Juni/Juli 2003 eine/n

GeschäftsführerIn-AssistentIn

In dieser verantwortungsvollen Position unterstützen und vertreten Sie den Geschäftsführer, überwachen den Ablauf und erledigen administrative Arbeiten.

Sie haben Erfahrung im Gastgewerbe, Freude am Führen eines Teams und Sinn für Verkaufsförderung, dann zögern Sie nicht weiter.

Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

k Kiosk AG, Herr A. Pasquinelli, Kennwort 418, Postfach 461, 3052 Zollikofen

Tel. 031 910 68 00

mailto: alessandro.pasquinelli@kiosk.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

www.valoraretail.com

htr

Über Gastfreundschaft und Seilschaften.

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

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

www.hotelstaff.com

Personalienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

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

Gastro Express



Stellen suchen
Stellen anbieten
Kostenlos

www.gastro-express.ch



GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



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

New Challenge

Personalberatung & Vermittlung

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

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

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



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

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

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Geschäftsführer

Für einen gut eingeführten Restaurationsbetrieb in Bern suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung den neuen Teamleader. Der Betrieb wird in absehbarer Zeit ein «Facelift» erfahren und mit einem neuen, sehr attraktiven Konzept aufwarten. Wenn Sie eine frontorientierte, führungsstarke Persönlichkeit sind, die einen ausgesprochenen Sinn für Dienstleistung hat und einen guten Leistungsausweis mitbringt, dann bietet sich hier die Möglichkeit, aktiv bei der Neuausrichtung des Betriebs mitzuarbeiten – eine spannende und interessante Herausforderung. Ich freue mich auf Sie.
Bern, Andreas Schenk 031 310 10 10

Stv. Geschäftsführer/in

Für ein Restaurant mit viel Stil und Charme in Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine verkaufsstarke und frontorientierte Persönlichkeit mit ausgewiesener Gastronomieerfahrung und Führungsqualitäten. Sie führen Sie das motivierte Team an der Front, beraten die Gäste in allen Belangen und sind mitverantwortlich für einen reibungslosen Arbeitsablauf. Wenn Sie eine Herausforderung mit viel Gästekontakt und Verantwortung suchen, dann sind Sie die richtige Person. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Verkaufsberater/in

Sie sind eine gepflegte, extravertierte und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit, die gern eine gehobene Kundschaft betreut? Eine abgeschlossene Kochlehre oder Erfahrungen im Detailhandel (Lebensmittel) bringen Sie mit. Wenn der Bereich Fisch/Meeresfrüchte/Krustentiere Sie schon immer interessiert hat, dann sind Sie die richtige Person. Geregelter Arbeitszeiten, freie Sonntage und ein gepflegter Arbeitsplatz sind Pluspunkte dieser Position in einem renommierten Delikatessengeschäft mitten in Zürich. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79

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

Jungkoch/Chef de partie

Für ein gepflegtes à la carte-Restaurant an der Zürcher Stadtgrenze suchen wir einen teamfähigen Koch. Sie bringen Erfahrungen in der gepflegten, gutbürgerlichen Küche mit, sind absolut zuverlässig, detailorientiert, ehrgeizig und per sofort verfügbar. Zudem fühlen Sie sich wohl in einer mittelgrossen Küchenbrigade und arbeiten gern mit Frischprodukten. Falls gewünscht, ist auch eine Zimmer vorhanden. Melden Sie sich noch heute bei mir.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Making
people successful



CS College Suisse is inviting applications for the semester beginning 14th July for part-time lecturing positions for the following subjects:

Master of Business Management Program

- Strategic Aviation Management
- Financial Management for Tourism and Hospitality Managers
- Project and Consultancy Based Management

Undergraduate Program

Hospitality Management subjects

Applications addresses to:
College Suisse
Administrative Assistant
Ilgenweidstrasse 6
8840 Einsiedeln

Closing date for application: 30. 5. 2003

156297/424925

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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



SORELL HOTELS

Als expandierende Hotelkette beschäftigen wir in 7 Hotels in Zürich, Wetzikon, Bern und Schaffhausen über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir haben Entspannung und Gaumenfreuden zu bieten: Im stilvollen ***-Komfort verwöhnen wir unsere Gäste mit Speisen aus frischen Produkten und einem herzlichen Service.

ALS VERTRAUENSWÜRDIGER

CHEF DE BAR (M/W)

SIND SIE UNSER ERSTER FRONTMANN!

Deshalb suchen wir Sie zur kompetenten Unterstützung unseres Direktors sowie zur Verstärkung des bestehenden Teams in unserem

HOTEL SEEFELD ZÜRICH

PER SOFORT ODER NACH VEREINBARUNG

IHR PROFIL:

Sie bringen eine entsprechende Ausbildung und Berufspraxis, Führungserfahrung, ein grosses Mass an Selbstständigkeit und Kreativität mit. Sie sind sprachgewandt, pflichtbewusst, motiviert und interessiert an einem abwechslungsreichen Arbeitsumfeld. Sie haben Freude am Umgang mit internationalen Gästen und bewahren auch in hektischen Zeiten Ruhe.

IHR PROFIT:

Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem lebhaften Hotelbetrieb, fünf Wochen Ferien, faire und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen, zeitgemässe Entlohnung und fortschrittliche Sozialleistungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennen lernen! Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an: Frau Nina Longhi, Mühlebachstrasse 86, 8032 Zürich.

SORELL HOTELS • MÜHLEBACHSTRASSE 86 • POSTFACH
CH-8032 ZÜRICH • FON +41 1 388 35 35
INFO@SORELLHOTELS.COM • WWW.SORELLHOTELS.COM
HOTELS DER ZFV-UNTERNEHMUNGEN

management zentrum st.gallen team synergy®

Team Syntegrity ist ein Anbieter von qualitativ hochstehenden Managementworkshops. Mit grossem Erfolg arbeiten wir für unsere Kunden im deutschsprachigen Raum und für unsere europaweiten Lizenznehmer.

Für unsere Geschäftsleitung in Zürich-Glattbrugg suchen wir eine/n erfahrene/n, engagierte/n

Assistentin

Sie sind eine unkomplizierte, kontaktfreudige und selbständig arbeitende Persönlichkeit, die flexibel und mobil ist, zupacken kann und auch in anspruchsvollen Situationen die Übersicht bewahrt. Sie haben eine kaufmännische Ausbildung oder Hotelfachschule erfolgreich absolviert und sind ein Organisationstalent.

Neben den klassischen Sekretariatstätigkeiten, die Sie perfekt beherrschen, übernehmen Sie vielseitige Sachbearbeitungs- und Assistenzaufgaben. Nach entsprechender Einarbeitung übernehmen Sie Teilverantwortung für workshops beim Kunden vor Ort.

Sie beherrschen den PC (MS-Office und Lotus Notes), haben mindestens 3 Jahre Berufserfahrung und sind stilsicher in der deutschen Sprache. Sehr gute Englischkenntnisse setzen wir voraus, Französisch ist erwünscht. Sie erwarten einen modernen Arbeitsplatz in einem jungen, internationalen Team sowie attraktive Fortbildungsmöglichkeiten und zeitgemässe Anstellungsbedingungen.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen an Marianne Dau, Management Zentrum St. Gallen, Rittmeyerstrasse 13, 9014 St. Gallen. Tel. 071 274 3 - 417
E-mail: recruiting@mzsg.ch

ein unternehmen des
malik management institute

Über Investitionen und Bergstationen.

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

htr



Hotel Chesa Salis

Direktionsassistentin

ALLEGRA steht über der Eingangstür des Hotel Chesa Salis als Symbol fröhlicher und behaglicher Gastlichkeit. Die Chesa Salis ist eine traditionsreiche, elegante Patriziervilla, die heute mit historischem Charme ihre Gäste beherbergt. Das Ferienhotel – wunderschön ruhig gelegen in Bever (8 km nach St. Moritz) – mit 17 Zimmern, dem Restaurants «Il Capitan» (14 Gault-Millau Punkte) ist ein 2 Saisonbetrieb. Wir starten die Wintersaison 2003/2004 am 19. Dezember. Sie beginnen Ihre neue Aufgabe als Jahresstelle am 1. November 2003.

- Sie überzeugen durch Ihr herzliches Auftreten
- Sie arbeiten verantwortungsbewusst und selbständig
- Sie sprechen Deutsch, Italienisch und Französisch

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an Herrn Jürg Degiacomi, Präsident des Verwaltungsrates und ab 1. November 2003 auch Direktor der Chesa Salis. www.chesa-salis.ch

Jürg Degiacomi
In der Appenhalten 9, 8706 Meilen

156252/33790



Für unser Jugend- und Bildungszentrum im Herzen der Zentralschweiz, mit 227 Betten und grosszügiger Infrastruktur, inmitten eines grossen Parks, zwischen Kloster und Sihlsee, suchen wir zur Unterstützung unseres Teams eine

Hauswirtschaftsleiterin

Termin: 1. August 2003 oder nach Vereinbarung
Pensum: ca. 60% in Job sharing

Sie verfügen über eine Ausbildung im hauswirtschaftlichen Bereich und haben einige Jahre Berufserfahrung. Sie suchen eine vielseitige und herausfordernde Aufgabe, sind flexibel und anpassungsfähig.

Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören:

Die Hotellerie mit Jugendhäuser, Restauration ohne à la carte Service, Wäscherei, Unterhalt und Bereitstellung der Tagungsräume, Personalplanung, Einkauf.

Unterstützt werden Sie durch ein gut eingespieltes, kompetentes Team.

Sie sind verantwortlich einen dynamischen Grosshaushalt gepflegt zu gestalten und nach betriebswirtschaftlichen Richtlinien optimal zu führen. Als Mitglied des Kaders tragen Sie die Mitverantwortung für den Betrieb. Wir bieten Ihnen eine selbstständige, vielseitige Tätigkeit. Fachliche Unterstützung und aufgeschlossene Arbeitsbedingungen. Für weitere Auskünfte steht Ihnen die bisherige Stelleninhaberin Frau Theresia Widmer zur Verfügung. Bewerbungen bitte an die Betriebsleitung zu Händen Frau Karin Schmitt.

Schweizer Jugend- und Bildungszentrum
Lincolnweg 23, 8840 Einsiedeln
Telefon 055 418 88 88 / Fax 055 418 88 89
info@sjbz-online.com / www.sjbz-online.com

156318/290009

Über Internet und nette Gäste.

htr

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

eine saubere Sache

Wir sind eines der führenden europäischen Unternehmen der Reinigungs- und Facility-Service-Branche. Unser Qualitätsmanagement nach ISO 9001 / 14001 erfüllt höchste Ansprüche.

Zur Ergänzung unseres jungen, erfolgreichen Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung am Messeplatz Basel für das

Swissôtel**** und Sorat Hotel****

Anfangs-Etagengouvernanten

und/oder

Officegouvernante oder Tournante

(Teilpensum möglich)

Sie arbeiten gerne selbstständig und haben eine abgeschlossene Hotelfach- Ausbildung. Sie haben schon Erfahrungen gesammelt und scheuen sich nicht davor, mitanzupacken und eigene Ideen einzubringen.

Deutsch- und Englischkenntnisse sind von Vorteil.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung an

Swissôtel Basel
z.Hd. Melanie Erne
Messeplatz 25
4005 Basel
061 555 39 73

Sorat Hotel Basel
z.Hd. Martina Hodel
Messeplatz 12
4005 Basel
079 473 73 43

VEBEGO SERVICES

Amberg Hospach AG Reinigungen

156303/283031



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

TSCHUGGEN GRAND HOTEL
AROSA



Das Tschuggen Grand Hotel in Arosa gehört zu den führenden Schweizer Luxushäusern und ist ein Mitglied der Leading Hotels of the World.

Als Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Juli oder nach Vereinbarung eine/n

Personalleiter/in in Jahresstelle

(Direktionsassistent/in mit Schwerpunkt Personalwesen)

Sie haben eine abgeschlossene Hotelfachschule oder eine gleichwertige Ausbildung und Erfahrung in der gehobenen Hotellerie. Ihr Flair für das Mitarbeiterwesen und die Lohnbuchhaltung konnten Sie bereits unter Beweis stellen. Für die vielseitige Tätigkeit sind Sprachkenntnisse in D/F/E wichtige Voraussetzungen (Italienisch von Vorteil). Als kommunikative und belastbare Persönlichkeit wissen Sie mit Menschen aus unterschiedlichsten Kulturen umzugehen.

Neben Ihren Hauptaufgaben im Personalwesen sind Sie für die Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung zuständig. Während der Wintersaison übernehmen Sie zusätzliche Verantwortung im Tagesgeschäft.

Wir bieten Ihnen eine vielseitige, attraktive Stellung in einem jungen, motivierten Team, das sich grosse Ziele gesteckt hat. Des Weiteren haben Sie die Chance, bei der stetigen Entwicklung des Produktes aktiv mitzuwirken.

Über Ihre schriftliche Bewerbung (Vermerk "Vertraulich") mit Foto freut sich Frau Béatrice Ritz.

Sie steht Ihnen für allfällige Fragen oder weitere Informationen gerne zur Verfügung.



Tschuggen Grand Hotel • CH-7050 Arosa

Tel. +41(0)81 378 99 99 • +41(0)81 378 99 90
E-Mail: team@tschuggen.ch / Homepage: www.tschuggen.ch



Das Bellevue Palace Hotel in Bern verbindet moderne, zeitgemässe Fünfsternhotellerie mit nostalgischem Charme. Ein Arbeitsplatz, der viel von Ihnen fordert, aber auch viel vermittelt. Eine Chance für Sie!

Nach einem Jahr der Erneuerung strahlen unsere Zimmer sowie die Réception in neuem Glanz!

Nach Vereinbarung suchen wir eine

ETAGENGOUVERNANTE

in Jahresstelle

Folgende Voraussetzungen sollten Sie mitbringen:

- HOFA- oder GAFA-Ausbildung
- Ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein
- Initiativ und kommunikativ
- Gute mündliche Sprachkenntnisse (D/E/F)

Haben Sie Freude, in einem renommierten Hotelbetrieb zu arbeiten? Dann bieten wir Ihnen eine interessante und vielseitige Tätigkeit an.

Frau Simone Licari-Tobler freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet erste Fragen gerne telefonisch. Telefon 031 320 45 45

HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN *****

Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43



156260/4081



Wir sind der Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotelserie, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Kongress- und Seminarforum.

Zur Ergänzung unserer Servicebrigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Chef de Service

Wir stellen uns eine kommunikative, frontorientierte Persönlichkeit vor, die unserem jungen Team kompetent vorsteht.

Sind Sie zudem ein Organisationstalent, verkaufsfähig, führungsstark und verfügen über eine grosse Fachkompetenz? Dann sind Sie bei uns genau richtig um sich dieser Herausforderung zu stellen.

Wir bieten Ihnen in einem interessanten Umfeld eine vielseitige Herausforderung sowie diverse Mitarbeitervergünstigungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Claudia Zwahlen, Leiterin Personalabteilung +41 41 825 50 20 claudia.zwahlen@shp.ch

156332/384837

SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG - CH-6443 Morschach - Telefon +41 41 825 50 50
info@shp.ch - www.swissholidaypark.ch

City Weissenstein

Das Stadthotel mit Charme

- modern, gepflegt, qualitätsbewusst, kommunikativ, vernetzt, komfortabel, kompetent, ruhig, nett, zentral, einflussreich, unterhaltsam, kulturell, grosszügig - sucht:

HOTEL-KAUFFRAU

Unsere anspruchsvollen Gäste freuen sich, bald von Ihnen begrüsst zu werden.

Sie sind sympathisch, gepflegt, selbstbewusst, verfügen über sehr gute Fremdsprachenkenntnisse, sind belastbar, haben Organisationstalent und ganz einfach... Freude am Umgang mit Menschen. Ihr Alter ist uns weniger wichtig, dafür aber Ihre Zuverlässigkeit und das Interesse, einen kleinen Hotelbetrieb wie den eigenen mitzuführen.

Bestimmt werden Sie sich bei uns mit dem freundlichen, motivierten Hotelteam sehr wohl fühlen. Sie sind gut entlohnt und arbeiten völlig selbstständig. Eintritt 1. September 2003 oder nach Übereinkunft.

Fühlen Sie sich angesprochen? Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier und freuen uns, Sie bald kennen lernen zu dürfen.

Ursula + Klaus Frei, Hotel City Weissenstein
Davidstrasse 22, 9000 St. Gallen
Tel. +41 71 228 06 28
www.cityweissenstein.ch
info@cityweissenstein.ch

156324/33316

La Ginabelle

ZERMATT

...ein Haus mit einem Hauch von Eleganz und einem jungen Team an motivierten Mitarbeitern. Sie lieben die Berge, frische Luft und sportliche Betätigung. Dann sind Sie die künftige Mitarbeiterin in unserem Team.

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir folgende Mitarbeiterin:

Réceptionistin (mit Erfahrung)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Familie Abgotzpon-Schell

CH-3920 Zermatt

Tel. 027 966 50 00 / Fax 027 966 50 10

e-mail: info@la.ginabelle.ch

Internet: http://www.la.ginabelle.ch



156309/124699



Im Auftrag der Besitzerschaft suchen wir für ein einzigartiges und renommiertes Restaurant an bester Lage in BASEL ein/en

PÄCHTER / PÄCHTERPAAR

Der modern konzipierte Betrieb in seiner historischen und kulturellen Umgebung verbindet auf einmalige Weise Tradition und ein gastronomisches Angebot auf hohem Niveau. Seine Räumlichkeiten strahlen ein stimmungsvolles und besonderes Ambiente aus.

Die vielseitigen Nutzungsmöglichkeiten (Restaurant, Bistro/Café, Boulevard, Bankettsaal, Foyer für Apéros mit insgesamt zirka 160 Plätzen) ermöglichen ein breites Publikum anzusprechen; andererseits steht eine moderne, betriebliche Infrastruktur zur Verfügung.

Wir stellen uns ein Pächter/Pächterpaar vor, welcher es versteht, in gastronomischer Hinsicht als auch im Frontbereich als Gastgeber Akzente zu setzen und die Einzigartigkeit dieses Betriebes mit Kreativität und hoher Professionalität weiterführt.

Die Pachtbedingungen sind interessant; für Kaufinventar und Warenlager ist Eigenkapital notwendig. Übernahme nach Vereinbarung.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann erwarten wir gerne Ihre vollständige Bewerbung und sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

HoReGa Select AG Pachtabteilung

Frau Sarah Meyer / Herr Rolf Reutener
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91 / Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

156312/208191



Für ein 4*-Hotel und renommierten Gastronomiebetrieb am Vierwaldstättersee suchen wir per Juni oder n. V. einen

Küchenchef

Das Haus - an schönster Lage direkt am See - offeriert ein vielfältiges, gastronomisches Angebot im à-la-carte-Restaurant mit 70, auf der Seeterrasse mit 120 Plätzen und im Bankettsaal bis 100 Personen, um den Wünschen der Ferien-, Seminar- und Tagungskundschaft zu entsprechen.

Die kulinarische Ausrichtung als Frischküche ist sowohl klassisch-französisch als auch erlebnisorientiert und lässt neben der traditionellen Fischkarte viel Raum für Kreativität und Neues.

Sie sind ein ausgewiesener Küchenchef, der eine neue Herausforderung sucht und mit Kreativität, Qualitäts- und Kostenbewusstsein eine mittelgrosse Brigade führt. Flexibilität in der Angebotsplanung und Organisation, Belastbarkeit sowie motivierende Führungsstärke sind weitere Stichworte zur Position.

Die Anstellung ist längerfristig gedacht und schliesst interessante Bedingungen ein.

Fühlen Sie sich angesprochen? Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung oder stehen Ihnen für telefonische Auskünfte zur Verfügung.

HoReGa Select AG Kaderberatung

Frau Sarah Meyer / Herr Rolf Reutener
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91 / Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

156328/208191

Ochsen Zug

Wir sind ein Stadthotel mit ausgezeichneter Küche und fantastischer Weinkarte.

Chef de service w/m

Sind Sie jung, zuverlässig, selbstsicher, umsichtig, ausgeglichen, offen und fröhlich? Wir erwarten eine flexible und freundliche Person, die sich freut, Mitarbeiter und Lehrlinge zu führen und zu motivieren.

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.

City-Hotel Ochsen Zug, Matthias Hegglin
Kolinplatz 11, Postfach 252, 6301 Zug
Telefon 041 729 32 32
mh@ochsen-zug.ch

156326/41629

HOTEL ADLER

Für unsere Hotel mit dem gehörendem Restaurant Swiss Chuchi am Hirschenplatz, mitten in der trendigen Altstadt Zürichs, welches 1997 aufwendig renoviert wurde, suchen wir für unser junges und aufgestelltes Team einen

Team leader Front Office (m/w)

Anforderungsprofil ist:

Erfahrung mit Fidelio Front Office Programm, Sprachkenntnisse in D/E/F ev. I, sowie Word & Excel Anwenderkenntnisse.

Mehr über uns finden man unter

www.hotel-adler.ch

Wir freuen uns, Sie bald bei uns antreffen zu können.

Bewerbungen sind zu richten an:

Hotel Adler, zvh, Hans Peter Kaiser
Rosengasse 10 / am Hirschenplatz, 8001 Zürich

156333/39799

Gesucht ab sofort:

Koch

der (fluss)tüchtig ist

in Festanstellung. Die Basler Personenschiffahrt betreibt vier Schiffe im Fahrgebiet zwischen Basel und Rheinfelden sowie das Restaurant Dreiländereck. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Roger Mühlethaler, Telefon 061 639 95 50 gerne zur Verfügung.

Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Basler Personenschiffahrt, Postfach 4019 Basel.



Basler Personenschiffahrt



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für Innere Medizin mit integrierter Rehabilitation

In grossem Park, direkt am Untersee (Bodensee) gelegen, 125 Betten und 200 Mitarbeiter

Zur Verstärkung unseres Réceptionsteams suchen wir per 1. Juli 2003 oder nach Übereinkunft eine freundliche

Réceptionistin

Wenn Sie eine neue Herausforderung mit vielseitigem Tätigkeitsgebiet reizt und Sie es schätzen in einer prachtvollen Umgebung in der Nähe von Kreuzlingen, Schaffhausen und Frauenfeld zu arbeiten, dann lesen Sie weiter.

Das Aufgabengebiet beinhaltet den Empfang und die Verabschiedung unserer Patienten, Mithilfe bei der Bedienung der Telefonzentrale (Zentrale: DeTeWe) und der Personensuchanlage, Erstellen der Patientenrechnungen bei deren Abreise, Tagesabschluss und diverse Sekretariatsarbeiten auf PC (Microsoft Word/Excel und Misa).

Ein moderner und heller Arbeitsplatz im Schlossstil erwartet Sie. Internes Personalrestaurant, grosszügige Anstellungsbedingungen, schöne Dienstwohnungen ca. 5 Gehminuten von der Klinik entfernt. Möglichkeit zur Weiterbildung und Sportangebot für alle Mitarbeiter.

Die besten Voraussetzungen sind eine Hotelfachausbildung oder eine kaufmännische Grundausbildung, gute Fremdsprachenkenntnisse, gepflegte Erscheinung, angenehme Umgangsformen, Bereitschaft für eine längere Zusammenarbeit.

Sollten wir Sie neugierig gemacht haben, so senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf, Passfoto und Zeugnissen zu. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen selbstverständlich telefonisch jederzeit zur Verfügung, garantieren Ihnen absolute Diskretion. Auf Ihre interessante Bewerbung freuen wir uns.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG

Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG, Tel. 0041 52 742 11 11

fsy@klinik-schloss-mammern.ch

www.klinik-schloss-mammern.ch



Kempinski
Grand Hôtel des Bains
ST. MORITZ

Suchen Sie eine neue spannende Herausforderung?

Für das im Dezember 2002 neu eröffnete Kempinski Grand Hôtel des Bains (*****) suchen wir für kommende Sommersaison:

Barchef
BarmitarbeiterIn

2. Concierge
Night-Auditor
Chasseur / Chauffeur

Macht es Ihnen Spass, zusammen mit einem jungen begeisterten Team unsere anspruchsvollen Gäste aus der ganzen Welt verwöhnen zu dürfen? Sind Ihnen zudem die Wörter «selbständig, flexibel, freundlich und diskret» nicht fremd? – Dann sollten wir uns raschmöglichst kennenlernen und erwarten deshalb gerne Ihre Bewerbungsunterlagen.

Zur Beantwortung erster Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.
Die kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an untenstehende Adresse.
Weitere Stellenangebote finden Sie unter
www.kempinski-jobs.de

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



156206/33820

In herrschaftliches Landgut in der Nähe von Zürich wird ein

Ehepaar

gesucht. Der Mann ist von Vorteil Handwerker oder Gärtner, die Frau mit Hausarbeiten inklusive Kochen vertraut.

Geboten werden ein guter Lohn, eine schöne 4-Zimmer-Wohnung und eine sichere Dauerstelle.

Angebote bitte schriftlich an:

Dr. Robert Alex Korach, Seehofstrasse 4, Postfach, 8032 Zürich

156263/424899



Für unser italienisches Ristorante Totò im Zürcher Seefeld suchen wir per Mitte Juli 2003 einen:

Sous-Chef

Sie lieben die italienische Küche, sind flexibel in den Arbeitszeiten (Zi-Std.) sind zwischen 25 und 35 Jahre jung, haben Teamgeist und Berufserfahrung und viel Freude am Beruf.

Im Weiteren suchen wir zwecks Ferienablösung von Mitte August bis Mitte Oktober 2003 einen versierten Koch.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Höschgass Gastro AG, Bea Zanolli,
Seefeldstrasse 124, 8008 Zürich
Bea.zanolli@gastroag.ch

156290/39804



www.seeblick.ch
033 655 60 80

Unser junges Team braucht noch Verstärkung! Für die Sommersaison 03 ist bei uns folgende Stelle frei:

• Koch Saucier

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

Der Betrieb befindet sich **direkt am Thunersee**. Weitere Infos finden Sie auf der Homepage **www.seeblick.ch**

Bewerbungsunterlagen an:
Familie Habegger, Hotel Seeblick,
3705 Faulensee.

155079/10863



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

156149/37141



Hotel-Restaurant
Mohren

Das freundliche Seminar- und Ferienhotel im Herzen der Schweiz

Wir suchen auf August oder nach Vereinbarung eine jüngere

Köchin

auf den Entremetier-Posten.

Ein junges, 5-köpfiges Küchenteam freut sich auf eine nette Kollegin.

Rufen Sie uns an und verlangen Sie Herrn oder Frau Graber, oder schicken Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Hotel Mohren
Fam Graber
4950 Huttwil
Tel 062 962 20 10
www.mohren-huttwil.com

156312/139432



Innovation und Tradition unter einem Dach.

Unser Unternehmen bietet ein vielfältiges Gastronomieangebot im HB Zürich: Restaurants, Bars, Verkaufsstände, Catering-Service sowie Konferenz- und Banketträume machen uns zum grössten Bahnhofbuffet Europas.

Für unseren Hausdienst inkl. Lingerie suchen wir eine fröhliche, jüngere

LEITERIN HAUSWIRTSCHAFT

Sie organisieren und koordinieren sämtliche Reinigungsarbeiten, die im Housekeeping anfallen. Ihre natürliche Autorität hilft Ihnen beim Führen und Motivieren von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller Nationen. Dazu übernehmen Sie mit Freude die Verantwortung über die Wäsche wie auch über die gesamte Pflanzendekoration. Damit Sie das vielseitige Aufgabenfeld bewältigen, verfügen Sie idealerweise über eine abgeschlossene HOFA- oder GAFA-Ausbildung. Einige Jahre Berufserfahrung wären ideal, sind jedoch nicht Bedingung, denn Sie werden von Ihrem Vorgesetzten im organisatorischen Bereich unterstützt. Viel wichtiger sind für uns Ihre Freude am Beruf, Ihren guten Fachkenntnisse und dass Sie auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf behalten.

Oder wir können Ihnen eine Stelle als

LEITER/IN TAKE AWAY

in unserem «Panini» anbieten. Hier verkaufen wir an die zahlreichen Passanten des HB Zürich gluschtige Brötchen, wunderbare Brezel und Getränke in verschiedensten Variationen. Sie verfügen über Gastronomie- oder Verkaufserfahrung, sind qualitätsbewusst, dienstleistungsorientiert und haben bereits Führungsaufgaben übernommen und Durchsetzungsvermögen bewiesen. Dank Ihren guten Umgangsformen sind Sie gerne das Bindeglied zwischen Gästen und Mitarbeitern. Von Vorteil ist es, wenn Sie bereits in einer ähnlichen Position tätig waren.

In unserem Selbstbedienungs-Personalrestaurant wird die Stelle als

CHEF DE PARTIE w/m

frei. Sie haben eine abgeschlossene Kochlehre und bereits ein paar Jahre Erfahrung. Dass Sie Ideen mitbringen, kostenbewusst sind und eine zeitgemässe Küche lieben setzen wir voraus. Sie können Mitarbeiter aller Nationalitäten führen, anlernen und Ihnen die Freude am Kochen vermitteln. Dazu schätzen Sie den Gästekontakt und eine vielseitige Tätigkeit mit flexiblen Arbeitszeiten macht Ihnen noch mehr Freude an der Arbeit!

Zur Verstärkung von unserem jungen Team suchen wir eine/n

PÂTISSIER/PÂTISSIÈRE

Unsere hauseigene Pâtisserie bietet unseren Gästen täglich frische Süßwaren und Desserts. Alle Kreationen werden nach eigenen Rezepturen und in aufwändiger Handarbeit selbst hergestellt. Als junge/r, gelernte/r Fachfrau/mann mit Koch oder Konditor-Ausbildung und Freude am Süßen sind Sie bei uns genau richtig!

Vielleicht möchten Sie aber lieber als

COMMIS DE CUISINE w/m

in unserem Gault Millau dotiertem Restaurant «Au Premier» Berufserfahrung sammeln und dabei erst noch Samstag/Sonntag frei haben? Auch dann können wir Ihnen die passende, attraktive Stelle anbieten! Zögern Sie nicht, uns Ihre Unterlagen zukommen zu lassen!

Ist Ihre Traumstelle dabei? Dann sollten Sie keinen Moment zögern und uns Ihre Bewerbung zuschicken! Kathrin Siegenthaler und Jann Hess freuen sich auf ihr vollständiges Dossier!

Candrian Catering AG
Restaurants Bahnhofbuffet Zürich HB
Postfach, 8023 Zürich
Tel. 01 217 15 38
www.bahnhofbuffet.ch



Wir suchen in unsere schöne Stadt-Bar eine aufgestellte, pflichtbewusste

Barmaid (Voll- oder Teilzeit)

mit Berufserfahrung. Eintritt nach Vereinbarung. Senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie Herrn Roger Lang an um weitere Details zu erfahren:

Rathskeller Olten AG
Klosterplatz 5, Telefon 062 212 21 60

CityNightLine

CityNightLine, Europas moderner und komfortabler Nachtseizug, verbindet täglich die Städte Zürich – Berlin, Zürich – Hamburg, Zürich – Dortmund, Zürich – Dresden, Zürich – Amsterdam, München – Amsterdam und Dortmund – Wien. Mit einem hohen Anspruch an Qualität und Service werden die Reisenden von Abfahrt bis Ankunft durch die eigene CityNightLine Crew betreut.

Wir suchen per sofort

Bahnstewardessen und Bahnstewards,

welche in Vollzeit eine abwechslungsreiche, vielseitige und verantwortungsvolle Arbeit selbstständig erledigen, vertrauensvoll und diskret Kontakt zu unseren Kunden pflegen und für deren Sicherheit, Wohl und Betreuung sorgen.

Ihr Profil:

Sie haben persönliche Ausstrahlung, ein gepflegtes Äusseres, perfekte Umgangsformen, eine abgeschlossene Lehre (vorzugsweise in der Gastronomie oder im Dienstleistungsbereich) und verfügen über gute Sprachkenntnisse (Deutsch, Englisch, Französisch, Niederländisch von Vorteil). Nachdienstleistungen, mehrtägige Einsätze (zwei Nächte und einen Aufenthaltstag) und unregelmässige Arbeitszeiten machen Ihnen nichts aus. Sie verfügen über einen CH- oder EU-Pass und/oder eine Niederlassungsbewilligung B/C.

Unser Angebot:

Wir bieten Ihnen eine nicht alltägliche Arbeit in einem Umfeld, in dem Initiative und Erfolge honoriert werden. Es erwarten Sie ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer jungen und dynamischen Unternehmung, eine den Anforderungen entsprechende Entlohnung sowie gute Sozialleistungen.

haben wir Sie angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre vollständige und schriftliche Bewerbung mit Foto.

CityNightLine CNL AG
Ana-Maria Andrussek, Leiterin Personaldienst
Müllstrasse 36, Postfach 3718, 8002 Zürich
Tel. 01 247 75 35, www.citynightline.ch



HOTEL - RESTAURANT
Zunft Haus zu Wirthen

Für die neue Brasserie des Zunfthauses zu Wirthen in Solothurn suchen wir:

Sous-chef saucier

Garde-manger/Pâtissier

Entremetier

Chef de service

Servicemitarbeiter

Serviceaushilfen

Sie sind stark im à la carte- und Bankettbereich, können sich in einem jungen Team identifizieren, sind flexibel und eine starke Persönlichkeit. Sie können Eigenverantwortung übernehmen und helfen mit, den Betrieb zum Erfolg zu führen.

Wir bieten Ihnen eine faire Anstellung nach L-GAV und einen Arbeitsplatz in einem traditionsreichen Betrieb in der schönsten Barockstadt der Schweiz.

Schriftliche Bewerbung an:
Urs Leuenberger, Florastrasse 3, 4500 Solothurn.

156334/31917

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
6990	Alleinkoch/Kü/chef	53	CH	n. Ver.	D/E/F/I	Inner-CH	
6991	Köchin	55	CH	n. Ver.	D/F/I	SO/Zentral-CH	
6992	Alleinkoch	43	DE	B-EG	Juli	D	Deutsch-CH/BS/ZH
6993	Koch	24	CU	B	sofort	D/E	Bern-Thun
7004	Küchenprakt./w	20	AT	L-EG	Juli	D/E	Zürich/zus. m. 7003
7009	Küchenchef	49	GB	B	Juli	D/E/F	ZG/LU/TI/BE
7010	Commis de cuisine	20	CH	Juli	D	3*-4*-Hotel/TI	
7011	Sous-chef/Kü/chef	35	DE	B-EG	sofort	D/E	LU/BS/ZH/GR
7019	Koch	56	DE	C	sofort	D/F/I	Zentralwallis
7021	Kü/chef/Alleinkoch	37	IT	L-EG	Juni/Juli	D/F/I	
7022	Koch	32	CH	Juni	D	Bern	
7031	Koch/Küchenchef	52	CH	sofort	D/F	R'wil-Zürich, Kantine	
7033	Chef Pâtissier	47	CH	Juli	D/E/F	ZH/Rapperswil/Uster	
7047	Koch	48	CH/CA	sofort	D/E/F/I		
7052	Alleinkoch	46	CH	n. Ver.	D/E/F/I	BE/GR	
7059	Chef de partie	40	DE	L-EG	sofort	D	zus. mit 7058

Service / Service

1	2	3	4	5	6	7	8
6994	Kellner	42	DE	B-EG	sofort	D/E	
6996	Chef de bar	52	DE	B-EG	sofort	D/E/F/I	Zürich
6997	Chef de rang/Barman	43	ES	B-EG	Juni	D/E/F/I	5*-Hotel/Bern/Interlaken
6999	Kellner/Barman	23	AT	C	Juni	D/E	LU/GR/ZH
7001	Service/Bufet/w	59	CH	sofort	D/E/F	Zentral-CH/ZH/BS/BE	
7002	Service/w	32	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	
7003	Serviceprakt./w	18	AT	L-EG	Juli	D/E/F	Zürich/zus. m. 7004
7016	Barman/Service	31	EG	B	sofort	D/E	Bern
7023	Chef de rang	32	DE	L-EG	Juni	D/E	4*-5*-Hotel
7025	Service/Allrounderin	42	AT	C	Juli	D/E/F/I	Tessin
7028	Kellner	23	GB	B/L-EG	sofort	D/E/F	

7034	Barman/Chef de bar	41	GB	C	sofort	D/E	Deutsch-CH
7036	Barman	36	AT	L-EG	sofort	D/E	Deutsch-CH
7043	Bardame/Sefa	24	DE	L-EG	sofort	D/E	
7048	Bufet/Bar	33	IR	B	sofort	D/E	Bern/Zürich
7049	Barman	23	CH	sofort	D/E/F	ZH/ZG/LU/AG	
7054	Serv./Réceptionspr/w	22	DE	L-EG	Juli	D/E/F	
7057	Sefa/Chef de service	44	CH	Juli	D/E/F	BE-Seeland	
7058	Sefa	35	DE	L-EG	sofort	D	zus. mit 7059
7060	Service/w	28	CH	sofort	D		
7061	Kellner	23	MK	C	sofort	D/E	Bern

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
7000	Réceptionsprakt./w	20	CH	sofort	D/E/F/I	4*-Hotel/SO/BL/BS	
7005	Réceptionsprakt./w	20	IT	L-EG	Juli	4*-5*-Hotel/BE/VS	
7018	Récept./Backoffice/w	41	DE	L-EG	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH
7020	Gesch.führer/Koch	48	CH	sofort	D/E/F/I	West-CH	
7032	Sekretärin/Réc.	24	CH	Juli	D/E/F/I	Oberengadin	
7035	Back office/w	33	CH	n. Ver.	D/E/F		
7037	Gesch.führer/Cerant	52	CH	sofort	D/E	Inner-CH	
7038	Anfangsrecept/w	25	CH	sofort	D/E/F/I	Ti/Locarno	
7039	Anfangsrecept.	22	CH	Juni	D/E/F	Deutsch-CH	
7044	Réceptionistin	48	CH	n. Ver.	D/E/F	Bern/Zürich	
7045	Récept./Service/w	28	CH	Juni	D/E/F	3*-4*-Hotel	
7046	Anfangsrecept/w	23	CH	Juli/n.V.	D/E/F	AG/Lenzburg	
7050	Réceptionistin	30	DE	L-EG	sofort	D/E	3*-4*-Hotel/Bodensee
7051	Réceptionistin	21	CH	Juni	D/E/F	Deutsch-CH	
7053	Chef de réception	41	CH	sofort	D/E/F/I	5*-Hotel	

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
6995	Gouvernante	36	CH	n. Ver.	D/F/I	4*-Hotel/Zürich + Umgeb.	
6998	Haushilfe/Küchenhilfe	36	PT	B	Juni	D/I	LU/ZG/Bad Ragaz/Thun
7006	Portier	28	SO	B	Juli	D/E	Bern + Umgeb.
7013	Küchenhilfe/w	48	DE	L-EG	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH
7015	Haushilfe/Zimmerfrau	42	VN	B	sofort	D	Zürich
7024	Office/Service/w	40	PT	L-EG	Juli	F/I	West-CH
7026	Küchenhilfe/w	41	GM	sofort	D/E	ZH/GR	
7050	Zimmerfrau/Haushilfe	54	PT	C	sofort	D/I	Bern/Thun
7040	Allrounder	38	PT	L-EG	sofort	F/I	Biel/Neuchâtel
7041	Portier	26	PT	L-EG	Juni	E	zus. mit 7042
7042	Zimmerfrau	22	PT	L-EG	Juni	E	zus. mit 7041
7055	Hilfskraft	34	PT	L-EG	n. Ver.	E/I	Hotel
7056	Hilfsgouvernante	22	AL	C	sofort	D/E	ZH/AG

1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
3 Alter - Age
4 Nationalität - Nationalité
5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.



Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	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:
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement: Ort / Lieu: Funktion / Fonction: Dauer (von/bis) / Durée(de/à):

1.	
2.	
3.	

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: ☐ Ja - ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui - ☐ Non
Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:

hotelleriesuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotelleriesuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne

Réceptionist/in 100 %

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

Im Zurich Development Center, dem Ausbildungs- und Entwicklungszentrum der Zürich Versicherungs-Gesellschaft mit 83 Zimmern und einem gastronomischen Angebot bis zu 200 Personen, ist per **1. Juli 2003** die Stelle als Réceptionist/in zu besetzen.

Was wir von Ihnen erwarten:

- Mindestens zwei Jahre Berufserfahrung an einer Hotelréception
- Offenheit für Neues (da wir ein Seminarzentrum sind, weichen verschiedene Abläufe von denen eines Hotels ab)
- Dienstleistungsbereitschaft sowohl den Gästen als auch den Mitarbeitenden gegenüber
- Teamfähigkeit und Verantwortungsbewusstsein
- Flexibilität (wir sind ein 7-Tage-Betrieb. Früh- und Spätschicht, wenige Nachtschichten)
- Sehr gute mündliche und schriftliche Deutsch-, gute mündliche Englischkenntnisse

Was wir Ihnen bieten:

- Attraktive Infrastruktur
- Kurs- und Weiterbildungsmöglichkeiten (SV-Service AG intern)
- 5 Wochen Ferien und 13. Monatslohn
- Möglichkeit, zu interessanten Konditionen ein Mitarbeiterzimmer zu mieten
- Benützung des Fitness- und Wellnessbereiches

Möchten Sie die Begeisterung mit uns teilen? Dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an SV-Service AG, Zurich Development Center, Frau Muriel Hofer, Betriebsleiterin, Keltenstrasse 48, 8044 Zürich. Tel. 01 625 75 88

Weitere Stellen unter
www.sv-group.com

SV
service

156251/178098



ERMITAGE

RELAIS & CHATEAUX HOTEL AM ZÜRICHSEE

Dass wir zur Hotelkette «Relais & Châteaux» und zu den «Les Grandes Tables de Suisse» gehören, dass die exzellente, mediterrane Küche mit 17 Gault & Millau-Punkten ausgezeichnet ist, verdanken wir dem steten und professionellen Einsatz all unserer Mitarbeiter.

Zur tatkräftigen Unterstützung unseres hervorragenden Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung motivierte Berufslute.

• für unser Gourmetrestaurant «Le Pavillon»

Chef de rang
Commis de rang
Chef pâtissier
Chef de partie
Demi-chef de partie
Commis de cuisine

• für unser Restaurant Barometer in der Stadt Zürich (MO-FR) Chef de rang

Haben Sie Freude an der Gastronomie und steht bei Ihnen die Teamarbeit an erster Stelle, dann haben Sie bei uns die Möglichkeit, in stilvoller Umgebung und einzigartiger Ambiente wertvolle Erfahrungen zu sammeln und ihre Fähigkeiten anzuwenden.

Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbungsunterlagen an



Gabriele Raffener
Hotel Ermitage am See AG
Seestrasse 80
8700 Küsnacht



156319/17809

Zur Ergänzung unseres Teams in Schüpfen suchen wir nach Vereinbarung

Allrounder als Assistent

Zum Aufgabenbereich gehören:
Verkauf von SBB-Fahrscheinen, Betreuung der Kaffeebar sowie Mithilfe im gesamten Betrieb.

Sie bringen mit:

- KV-, Handelsschule oder Hotelfachschule
- EDV-Kenntnisse
- kontaktfreudig, aufgestellt, belastbar
- Freude am Umgang mit Menschen
- flexibel, offen für Neues
- Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre alt

Wir bieten:

- aufgestelltes, dynamisches Team in modernem Betrieb
- abwechslungsreicher Tätigkeitsbereich
- flexible, interessante Arbeitszeiten
- zeitgemässe Entlohnung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Informationen unter 031 872 01 30, direkt 031 872 02 66
Schriftliche Bewerbungen mit Foto an:
Daniel Meier
avec. Schüpfen, Bernstrasse 10
in 3054 Schüpfen
E-Mail: daniel.meier@avec.ch

avec.
BAHNHOF UND VIEL MEHR

156264/424888



SEEHOTEL HALLWIL

direkt am See, zum Schiffssteg
gepflegter anspruchsvoller A-la-carte-Service

Mit jungen, «ufgestellte» MitarbeiterInnen wollen wir unser Team verstärken.

Darum suchen wir einen erfahrenen flexiblen und qualitätsbewussten

Sous-chef
sowie

Koch/Chef de partie
in Jahres- oder Saisonstelle

Wir legen Wert auf ein tolles
«Preis-Leistungs-Verhältnis»,
Teamgeist, Kreativität
und Qualitätsbewusstsein!

Auf Sie freuen sich nette Kollegen,
viele Gäste und Fam. Nyffenegger,
Tel. 062 765 80 30
www.seehotel-hallwil.ch
hotel@seehotel-hallwil.ch

156261/55077



Pflegeheim Rehalp

Hotelfachassistentin

Sie sind dynamisch, teamorientiert und haben Freude am Umgang mit älteren Menschen. Als Hofa kennen Sie sich u.a. aus mit Zimmerservice und Reinigung und sind bereit zu Wochenenddienst. Interessiert? 01 387 55 60, Frau Barkai.

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.ch, Postfach, 3001 Bern.
155632/390982



Von der
Brasserie
bis zur
Hotellerie.



Nirgendwo gibts mehr
Stellenangebote.

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



kunsthausrestaurant

ESSEN · BAR · WEINE

Der pulsierende Betrieb im Zentrum des Zürcher Kulturlbens sucht Sie.

Ihr nächster Karriereschritt:

Koch Sous Chef (m/w)

kreativ, mit Freude am Beruf,
belastbar, Teamplayer

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Othmar Gruber, Geschäftsführer
Daniel Meyerhans, Küchenchef
Restaurant Kunsthaus
Heimplatz 1, 8001 Zürich, 01 251 53 53
othmar.gruber@remimag.ch
www.kunsthausrestaurant.ch

156338/390982

Hotel Schlössli

3812 Wilderswil/Interlaken

Ab sofort oder nach Vereinbarung

junger Koch

für gepflegte Küche
in kleines Team gesucht.

Tel. 033 822 12 16
Hrn. Steinmetz oder
Hrn. Tschanz verlangen
156338/39113

Wir suchen wir per sofort motivierten

KOCH für mediterrane Küche

mit Erfahrung, welcher Freude an der
Gastronomie und am ital. Ambiente
hat.

Ausländer mit Bewilligung/Jahres-
stelle

Rist. Pizzeria Nettuno
Schwyzerstrasse 30, 6440 Brunnen
Auskunft unter Tel. 041 822 07 87
156338/425029

Restaurant Alpstubi 6375 Klewenalp Innerschweiz

Wir suchen für Sommersaison, ca. 15.
Juni 2003

2 Service m. o. w.
eventuell Kurzaufenthalter
für ca. 4 Monate

Koch, Hilfskoch, Küchenbursche

Büffetochter
für allgemeine Mithilfe

Bitte schriftlich melden:
E. Amstad, Restaurant Alpstubi
6375 Klewenalp Kt. Nidwalden
Tel. 041/620 31 44
155414/71889

Sie suchen einfach eine Stelle als
Koch? Dann weiterhin viel Glück!
Suchen Sie aber eine Stelle wo Sie
Ihre Kreativität umsetzen, eigene
Ideen einbringen und selbstständig
arbeiten können?
Kurz gesagt, Sie sind

KOCH

mit Leib und Seele! Dann möchten
wir Sie unbedingt kennen lernen.
Für unser Gourmet-Restaurant sind
Sie genau der/die Richtige.



Daniel & Luzia Rindisbacher
3703 Aeschiried ob Spiez
Tel. 033 654 29 73
www.restaurantpanorama.ch
156269/384538



Hotel-Restaurant
Wetterhorn
3818 Grindelwald

Zur Ergänzung von unserem Team
suchen wir per sofort oder nach Verein-
barung einsatzfreudige und aufgestellte

Servicefachangestellte
(Saison- oder Jahresstelle)

Sehr guter Verdienst. Zimmer oder Studio
vorhanden.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf
Frau Lohner, Tel. 033 / 853 12 18
156308/14788



GRAND CIRCLE CRUISE LINE DO YOU STRIVE FOR EXCELLENCE? WE DO!

Grand Circle Cruise Line is one of the fastest growing River Cruise companies, operating a fleet of twelve 4* and 5* ships on the Rhine, Main, Danube, Seine and Rhône sailing with American passengers only.

From the season 2004 on we are looking for the ideal candidate for the position:

PRODUCT ADMINISTRATOR

Skills:

Completing templates and worksheets with product data supplied by Product Team.
Correcting marketing material for promotions/training/other.
Checking costing calculations and sequences.
Communicating above to Boston Office.

Ideal Profile:

Age 19–25
Either solid work experience or well educated (but not university).
Preferably wanting to start a career.
Detailed/Accurate work with reservations systems or booking systems
Microsoft Office – Word, Excel the usual
Adequate written/spoken English – can understand native and non-native speakers
Not necessarily travel industry experience
Patient
Teamwork

We offer highly competitive salaries as well as an excellent benefits package.

If you are interested in this exciting career opportunity, then send your complete application (including photo) to:

GRAND CIRCLE CRUISE LINE
Dorothee Lindeman, P.O. Box 542
CH-4001 Basel
Phone: 0041-61-260 26 60
Fax: 0041-61-260 26 00
Mail: dlindeman@gct.com

156184/416027

Remimag



Wir sind ein dynamisches Gastronomie-Unternehmen mit zehn Restaurants im Raum Zentralschweiz/Zürich. Für die Zentral-Verwaltung in Rothenburg (LU) suchen wir einen jungen, flexiblen und lernbereiten

Assistent der Geschäftsleitung

Sie kommen aus der Gastrobranche, sind zwischen 23 und 27 Jahre alt, Ihre Stärken sind selbstständiges administratives Arbeiten, analytisches Denken und Flexibilität.

Es erwartet Sie ein anspruchsvoller, abwechslungsreicher Aufgabenbereich mit den Schwerpunkten: Non-Food Einkauf + Lagerhaltung, Planung Bau und Unterhalt, Verwaltungs- + Verwaltungsaufgaben, Korrespondenzwesen der Geschäftsleitung.

Wenn Sie stillschweigend auftreten, mit EDV und PC vertraut sind und für den nächsten Karriereschritt bereit, freuen wir uns, Sie schon bald kennen zu lernen.

Remimag Gastronomie AG, Regine Bartsch, Personalchefin
Buzibachring 3, 6023 Rothenburg
041 289 02 11, regine.bartsch@remimag.ch, www.remimag.ch



Infolge Wirtwechsel und Wiedereröffnung unter neuer Leitung suchen wir auf den 1. August 2003 in das beim Sportzentrum Wallisellen gelegene attraktive Restaurant "Spöde"

selbstständigen Koch

Wenn Sie in einem dynamischen Team für das Wohl unserer Gäste sorgen wollen und auch in hektischen Zeiten den Kopf nicht verlieren, dann sind Sie unsere Verstärkung.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit den üblichen Unterlagen und Foto bis 6. Juni 2003 an:

Sportanlagen AG Wallisellen
alte Winterthurerstrasse 62, Postfach 133
8304 Wallisellen

Für Fragen steht Ihnen Frau Hildegard Wunderlin
(Tel. 01 8304 340) gerne zur Verfügung.

Koch oder Jungkoch
(m/w) 100 %

Ab Juni 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir im Coop Restaurant Engelberg zur Ergänzung unseres Teams einen engagierten und flexiblen Koch oder Jungkoch (m/w).

Diese vielseitige Aufgabe erfordert eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie gute Deutschkenntnisse. Zudem sind Sie es gewohnt, selbstständig, exakt und sauber zu arbeiten, haben Freude daran unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen und schätzen die Arbeit in einem aufgestellten Team.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem lebhaften Betrieb sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Bei Fragen rufen Sie an, Tel. 01/275 42 02.

Coop, Region Zentralschweiz-Zürich, Personal/Ausbildung,
Frau C. Fuglistaler, Postfach Sihlpost, 8021 Zürich.

Über Internet
und nette Gäste.

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

PARKHOTEL
BELLEVUE

**** Parkhotel Bellevue & Spa (Ferien- und Wellnesshotel mit 53 Zimmern und einzigartiger Wellness-Anlage auf mehr als 1300 m²)

Wir suchen ab Juni 2003 in Jahresstelle eine qualifizierte, motivierte

Kosmetikerin

mit Berufserfahrung, 80 - 100%

Es handelt sich um eine sehr selbstständige, vielseitige und herausfordernde Tätigkeit (Pflegelinien Kanebo & Yon-Ka).

Wir bitten um schriftliche Bewerbung mit Foto.

**** Parkhotel Bellevue & Spa,

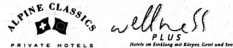
3715 Adelboden

www.parkhotel-bellevue.ch

info@parkhotel-bellevue.ch

Tel. 033 673 80 00

Fax 033 673 80 01



156299/205

Das junge, motivierte Team des neu eröffneten Restaurant II Casale in Wetzikon, sucht deine

Verstärkung im Servicebereich

Was wir brauchen ist...

- ...eine abgeschlossene Servicelehre
- ...uneingeschränkte Fachkompetenz
- ...persönliches Interesse an Weinen
- ...viel Liebe zum Detail
- ...sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- ...Menschlichkeit.

Was wir haben ist...

- ...freie Sonntage
- ...freie Montage
- ...lockeres aber trotzdem professionelles Arbeitsklima
- ...einmaliges Ambiente
- ...Menschlichkeit.

Solltest du dich angesprochen fühlen, freuen wir uns sehr auf deinen Anruf, deinen Fax, dein e-mail oder deine schriftliche Bewerbung an Antonio Colaanni.

Restaurant II Casale

Leutholdstrasse 5

8620 Wetzikon

Tel. 043 477 57 37

Fax 043 477 57 38

E-Mail: info@il-casale.ch

156302/424949

DG
DOMINO GASTRO

Vielleicht Ihre Traumstelle...

Chef de rang (m/w)

Wir suchen einen Servicefachprofi, der es liebt eine anspruchsvolle Kundschaft zu verwöhnen. Wenn Sie eine herausfordernde Arbeitsstelle suchen bei der Sie Ihre Kenntnisse, welche Sie in der Servicefachlehre erworben haben, weiterentwickeln möchten, haben wir genau das Richtige für Sie. Ihr neuer Arbeitsplatz befindet sich in einem modernen 4*-Hotel im Geschäftsviertel von Zürich.

Chef de Service (w/m)

Sie sind eine starke Persönlichkeit mit der Fähigkeit Entscheidungen zu fällen und Verantwortung zu übernehmen. Sie koordinieren den Serviceablauf, schulen und führen Ihre Service-Crew und wissen Ihre Gäste zu verwöhnen. Es erwartet Sie ein neu eröffnetes 4*-Hotel im Grünen mit Sicht auf die Stadt Zürich.

Betriebsassistent (w/m)

"Young and Fun" ist das Motto dieses trendigen Restaurantsbetriebes in der City von Zürich. Sie lieben und schätzen die Arbeit 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.

Barmitarbeiter (w/m)

Gehobene Trendgastronomie mit exklusiver Bar im absoluten In-Quartier von Zürich sucht Sie! Aufgestellt, charmant und pfiffig! Sie servieren den Moe! & Chandon genau so geknallt wie den Sex on the Beach und empfehlen dazu das passende Hoppchen. Ein junges Barteam wartet auf Sie.

Jungkoch / Chef de partie (m/w)

Ein "schmeckes" Restaurant im Zentrum von Zürich sucht einen motivierten Jungkoch/Chef de partie, welcher mit der hochstehenden Küche bestens vertraut ist und mit Begeisterung bei der Sache ist. Sie haben die Kochlehre absolviert und suchen eine neue Herausforderung?

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: r.eng@dg-jobs.ch / www.dg-jobs.ch

156307/257168

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Koch für libanesische Spezialitätenküche

Wir erwarten:

- hervorragende Kenntnisse und Praxis der libanesischen Küche
- Muttersprache arabisch, Franz.- u. Englischkenntnisse
- gute Teamfähigkeit

Wir bieten interessante und vielseitige Tätigkeit und guten Lohn.

Bewerbungsunterlagen an:
Casino Ausser Sihl/Cédre, M. Maurice, Badenerstr. 78,
8004 Zürich

156335/180785

Anzeigenschluss über die Feiertage



Termine für die Ausgabe 22/2003 (Auffahrt):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 21. Mai 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:

Freitag, 23. Mai 2003, 12 Uhr

Termine für die Ausgabe 24/2003 (Pfingsten):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 4. Juni 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:

Freitag, 6. Juni 2003, 12 Uhr

Termine für die Ausgabe 31/2003 (1. August):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 23. Juli 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:

Freitag, 25. Juli 2003, 12 Uhr



DÉPARTEMENT COMMERCIAL

Felchlin®

Switzerland

La société **Max Felchlin SA**, leader dans la production de couvertures et de composants fins, recherche un/une

Conseiller/ère de vente

pour la Suisse Romande

Max Felchlin SA est reconnue pour sa créativité, sa flexibilité ainsi que pour la qualité de son service. Sa clientèle est principalement composée de sociétés actives dans la confiserie, la pâtisserie et la boulangerie commerciale.

En qualité de conseiller/ère de vente, vous êtes au bénéfice d'une formation de base, de préférence dans le domaine de l'alimentation et des biens de consommation, ainsi que d'une spécialisation dans la vente.

Vous êtes une personne ambitieuse et créative qui apprécie le travail individuel et en équipe. Votre expérience dans la vente vous facilite l'élaboration de solutions adaptées aux exigences du marché.

Vous êtes parfaitement bilingue français-allemand et résidez idéalement dans la région lausannoise.

Nous offrons une activité indépendante et variée, d'excellentes conditions d'engagement dans un climat de travail agréable.

Merci d'adresser votre dossier complet avec photo à notre partenaire de recrutement, Madame Eliane Ottolini, qui traitera confidentiellement votre dossier.

156320/327492

KELLY BIEN PLUS QU'UN JOB!

Appelez-nous au
021 321 10 30

Rue Saint-Martin 22
1000 Lausanne 17
www.kellyservices.ch

Au bénéfice d'une solide formation hôtelière, vous êtes prêt(e) à mettre votre enthousiasme et votre dynamisme au service de l'un des fleurons de l'hôtellerie genevoise de 5 étoiles.

Alors, contactez-nous!

Car, nous cherchons pour entrée immédiate ou à convenir:

Un Concierge

Homme ou Femme

- Expérience confirmée au poste de concierge au sein d'un hôtel de luxe international
- Parfaite connaissance parlée et écrite du français et de l'anglais, autre langue un atout.

Veillez envoyer au journal, votre dossier de candidature avec lettre de motivation, CV et une photographie sous chiffe 156327 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

156327/12599



RESTAURANT LA MALVOISIE

LEUKERBAD

LOCHRE-LES-BAINS

Traditionsreiches**** Relais & Châteaux Hotel mit 30 Zimmern und Suiten, Restaurant "La Malvoisie", Bar, eigene Thermalbäder, grosszügiges Wellness-Angebot.

Wir suchen ab Juni oder nach Vereinbarung noch folgende, motivierte Fachkräfte:

RéceptionistIn / SekretärIn

Berufserfahrung in der 4/5* -Hotellerie, sicheres und freundliches Auftreten, Fließdeutsch-Kenntnisse, sprachgewandt (D/F/E).

Sous-chef m/v

Kreativer und ambitionierter Berufsmann, fundierte Ausbildung.

Bitte schicken Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Relais & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes

3954 Leukerbad

Tel. 027 472 20 00

Fax 027 472 20 01

M. und M. Colombo, Direktion



156331/20303



Dans le cadre de l'expansion de nos restaurants de spécialités en Suisse Romande, nous cherchons un

Gérant

d'origine et de langue italienne

Jusqu'à la propre gérance d'un restaurant, vous jouissiez comme gérant remplaçant une introduction dans le concept et les tâches de Molino.

Vous voulez élargir votre expérience professionnelle et vous engager pour notre clientèle et nos employés? Vous êtes libre/flexible, ouvert pour du nouveau et vous possédez un certificat cantonal de capacité A.

Nous offrons un poste de travail attractif avec tous les avantages d'une grande entreprise. Les conditions de travail attirantes et les assurances sociales excellentes sont bien entendu chez nous.

Madame Jacqueline Rhinow se réjouit de votre candidature que vous soumettez par écrit à Jelmoli AG, Service personnel, Case postale 3020, 8021 Zurich.

MOLINO-Gastronomie déjà renommée à: Berne, Brigue, Dietikon, Fribourg, Genève, La Praille (Genève), Lucerne, Montreux, St-Gall, Thônex, Uster, Wallisellen, Winterthour, Zurich (Limmatquai), Zurich (Stauffacher).



LES BAINS D'OVRONNAZ

1911 Ovronnaz/Valais

Tél. 027 305 11 19

Fax 027 305 11 93

proprietevacances@thermalp.ch

Centre thermal de bien-être avec complexe hôtelier cherche pour sa réception principale

Réceptionniste**Stagiaire réceptionniste**

Nous demandons:

- maîtrise des langues fr. / all. (autres langues un atout),
- connaissances FIDELIO et bases en hôtellerie souhaitées,
- disponibilité, souplesse et sens de l'accueil,
- possibilité de place à l'année,
- date d'entrée dès mi-août ou à convenir.

Dossier à envoyer à
Mme Jacinthe d'Andrés, cheffe de réception.

156243/317071

SVIZZERA ITALIANA

aL LIDO
ristorante • bar • beach lounge



Are you ready?
Welcome to Lugano, Southern Switzerland!

Per Anfang Juni suchen wir ein motivierten

Commis de cuisine (M/W)

Sie haben bereits die Kochlehre absolviert und suchen eine neue Herausforderung in einer der coolsten Tessiner Hot Spot!

Haben wir Ihre Interesse geweckt?

Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Al Lido sagl - Att. Sig. Roberto Rusca -
Viale Castagnola 6 - CH 6906 Lugano
+41.(0)91.971 55 00

Oder per E-mail: info@allidobar.com

Mehr über uns finden Sie im Internet unter
www.allidobar.com

156287/382204

Gesucht sportlicher, naturverbundener

COMMIS/JUNGKÖCH

In Gourmet Knospen-Küche, hauptsächlich vegetarisch. Haben Sie Lust, in idyllischer, 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 Grüm

«Unique»

6575 San Nazzaro

091 785 21 71

www.sassdagruem.ch

156191/592238

Ristorante - PIAZZA - Albergo
sul Lungolago di Ascona

A partire da subito cerchiamo

- 1 **Cameriere/a con esperienza**
in grado di sostituire il caposervizio
(Italiano-Tedesco)

Siamo un team giovane e dinamico con creatività, iniziativa e flessibilità.
Inviare Curriculum con foto e certificati a: Direzione
Albergo Piazza, Lungolago Motta 29, 6612 Ascona
Tel. 091 791 11 81.

156311/2178

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

htr

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

**Tout sur la bière et
les brasseurs d'affaires.**

htr

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

Vom Genfersee bis zum Bodensee.

htr

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

Sonderseite

für Lehrabgänger/-innen

hôtellerie
suisse

Page spéciale pour jeunes sortant d'apprentissage

Suchen Sie gut ausgebildete Fachkräfte?

Die Ausbildungszeit von verschiedenen Berufen in der Hotellerie/Gastronomie ist bald zu Ende.

Auf einer speziell gestalteten Seite offerieren wir Ihnen in 5 Ausgaben je 1 Sonderseite «Lehrabgänger/-innen». Diese ist speziell für Betriebe reserviert, welche gerne junge, qualifizierte MitarbeiterInnen einstellen.

Geben Sie jungen MitarbeiterInnen eine Chance, sich ins Berufsleben einarbeiten zu können.

Etes-vous à la recherche d'une main-d'œuvre qualifiée bien formée?

La durée de formation dans différentes professions de l'hôtellerie et de la restauration touche bientôt à sa fin.

Nous avons conçu tout exprès à votre intention une page spéciale «Jeunes sortant d'apprentissage» à paraître dans 5 numéros. Cette page est réservée aux établissements qui souhaitent engager de jeunes collaboratrices et collaborateurs qualifiés.

Offrez à ces jeunes une chance de pouvoir se familiariser avec la vie professionnelle.

Fr. 204.40*

2spaltig

Fr. 394.20*

3spaltig

Bestellschein für die Sonderseite «Lehrabgänger/-innen» der hotel+tourismus revue

- Dieses Inserat soll in folgender Ausgabe erscheinen:
☐ Nr. 24 (12. 6. 2003) ☐ Nr. 25 (19. 6. 2003) ☐ Nr. 26 (26. 6. 2003) ☐ Nr. 27 (3. 7. 2003) ☐ Nr. 28 (10. 7. 2003)
- Gewünschte Grösse: Breite _____ spaltig x Höhe _____ mm (alle Grössen möglich)
- Millimeterpreis: 1.46*
- Verdoppeln Sie den Beachtungsgrad Ihres Inserates mit Farbe (Zusatzkosten Fr. 655.-* pro Druckfarbe)

• **Inseratenschluss: Montag, 12 Uhr, mit «Gut zum Druck» Freitag der Vorwoche, 12 Uhr**

Senden oder faxen (031 370 42 23) Sie den ausgefüllten Bestellschein für die Sonderseite «Lehrabgänger/-innen» mit Ihrem Inseratetext an die hotel+tourismus revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, marc.moser@swisshotels.ch

• **Profitieren Sie!!!**

* Alle Preise verstehen sich exkl. 7,6% MWSt.

Talon de commande pour la page spéciale de l'hotel+tourismus revue «Jeunes sortant d'apprentissage»

- Cette annonce doit paraître dans l'édition:
☐ no 24 (12. 6. 2003) ☐ no 25 (19. 6. 2003) ☐ no 26 (26. 6. 2003) ☐ no 27 (3. 7. 2003) ☐ no 28 (10. 7. 2003)
- Grandeur souhaitée: largeur _____ colonnes x hauteur _____ mm (toutes les grandeurs sont possibles)
- Prix du millimètre: 1.46*
- Doubles vos chances de retenir l'attention grâce à une annonce en couleurs (supplément Fr. 655.-* par couleur)

• **Clôture des annonces: lundi, 12 h, avec «Bon à tirer» vendredi de la semaine précédente, 12 h**

Envoyez ou faxez (031 370 42 23) le talon de commande dûment rempli avec votre texte d'insertion pour la page spéciale «Jeunes sortant d'apprentissage» à l'hotel+tourismus revue, Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Bern, marc.moser@swisshotels.ch

• **Ne laissez pas passer l'occasion!!!**

* Tous les prix s'entendent hors 7,6% TVA.

«Ambitionen»

Personalrekrutierung und -beratung seit 1990.

Maître d'Hôtel

– 5* Hotel: Gästebetreuung, Rekrutierung von Mitarbeitern, Hoteladministration, Verantwortung übernehmen, Sprachen D/E/F, Eintritt 08/2003

Sommelier

– 3* Romantikhotel; neu eröffnete Vinothek, 250 Weine, Leitung, selbständige Führung, Eintritt 09/2003

Night Auditor

– 4* Kongresshotel; Hauptverantwortung für 3 Personen im Nachtdienst, Abrechnungen, 09/2003

– 4* Flusskreuzfahrtschiff; Check in, Check out, 180 Gäste, Eintritt 06/2003

Chef/in de Partie /
Commis de cuisine

– 4* Hotellerie; gutbürgerlich Küche, Frischprodukte, Menüauswahl, Dessertbuffet, Eintritt 06/2003

– à-la-carte Restaurant; anspruchsvolle Küche, 18 G&M / 1* Michelin, Gardemanger / Entremetier, Eintritt 06/07/2003

Chef/in de Service

– 4* Stadthotel; hauptsächlich Tellerservice, 14 G&M, gehobener Service, Eintritt ab sofort

Gouvernante

– 4* Geschäftshotel; 79 Zimmer, 142 Betten, Konferenzräume, Eintritt 06/2003

– Diverse weitere Angebote für alle Positionen in der ganzen Schweiz

«Rufen Sie uns an wir freuen uns Sie kennen zu lernen»



gastro S Haus Howald
XL-Zentrum/Bahnhofstr.8, 5080 Laufenburg
Tel. 062-869 40 40 / Fax 062-869 40 44
e-mail: jobs@gastro-S.ch

156304/326224

www.gastro-S.ch

www.luzern-hotels.ch



Der Online-Stellenmarkt
der Luzerner Hotellerie

LUZERN
HOTELS

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

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

DOMINO GASTRO

Wer glaubt 30 % PK seien zu knapp?
Wir haben die richtigen!

Tel. 055 415 52 80

STELLENGESUCHE

Dienstleistungsorientierter und leidenschaftlicher Hoteller sucht ab Sommer 2003 neue Herausforderung als

Hoteller oder Leiter eines Gastrobetriebes

Berner, 40jährig; D, F, I, E; Marketingmensch mit sozialer Kompetenz und Lebensfreude; Lehre; Hotellachschule CH & GB; Managementabschluss der Hochschule St. Gallen. **Renommierete Häuser in CH, F, D erfolgreich geleitet.**

Ich bin...

- ein Unternehmer, der es versteht, überdurchschnittliche Ergebnisse zu erzielen
- ein Spitzen-Kommunikator nach aussen und innen
- international orientiert und habe Mut für neue Ideen
- humorvoll und kann die besten MitarbeiterInnen auf allen Stufen gewinnen und halten

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

fleischmann@beatfleischmann.com oder 079 218 47 33

156306/326518

Vom Nachtportier
bis zum Sales Manager.

htr

Abonnieren und inserieren:

Tel. 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

Erfahrener
Küchenchef/Alleinkoch

mit Patent und Erfahrung als Betriebsleiter sucht Jahres- oder Saisonstelle, auch als Alleinkoch/Koch oder Aushilfschef. Auch Temporär oder Aushilfe. Ganze Schweiz und Ausland.

079 320 34 16

e-mail: wstrazzer@yahoo.com

156253/424880

Geschäftsmann/Wirt 55 j.

NR mit eigenem Gasthof, Kt. ZH, wünscht fröhliche, tüchtige Partnerin kennen zu lernen.

Hast Du Freude an der Gastronomie, fühlst Du Dich angesprochen, bitte schreibe mit Foto unter Chiffre 156323 an *hotel+tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

156323/405631

Personal-Vermittlungen

Tel. 081 382 21 57 / 079 475 11 33, Fax 081 382 21 56
Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison und Jahresstellen
www.gastro.ch

140906/1403443

Über
Internet
und nette
Gäste.

htr

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

Anzeigenschluss über die Feiertage

htr

Termine für die Ausgabe 22/2003 (Auffahrt):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 21. Mai 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:**Freitag, 23. Mai 2003, 12 Uhr**

Termine für die Ausgabe 24/2003 (Pfingsten):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 4. Juni 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:**Freitag, 6. Juni 2003, 12 Uhr**

Termine für die Ausgabe 31/2003 (1. August):

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 23. Juli 2003, 15 Uhr

Anzeigenschluss für die *stellen revue*:**Freitag, 25. Juli 2003, 12 Uhr**

WIRTEPRÜFUNG!

Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Leitung. Interessiert? Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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 / Édition 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

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe Nr. 22/2003
– Erscheint 28. 5. 2003
– Anzeigenschluss 23. 5., 12.00
– Wiederholungen 23. 5., 12.00

Nr. 23/2003
5. 6. 2003
2. 6., 12.00
2. 6., 12.00

Nr. 24/2003
12. 6. 2003
6. 6., 12.00
6. 6., 12.00

Nr. 25/2003
19. 6. 2003
16. 6., 12.00
16. 6., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REM

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.