

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 23

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>



JOHANN R. MEIER / Der Präsident leitete die DV der Vereinigung diplomierter Hoteliers und Restaurateure. **SEITE 3**



WANDERN / Wandern mit Genuss – ein Angebot, mit dem Hoteliers im Alpenraum neue Gäste generieren könnten. **SEITE 5**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

So hat alles seine Richtigkeit

MARIETTA DEDUAL

Was geschieht, wenn der Mensch von den vielen Reizen, die an ihn herangetragen werden, überschwemmt wird und er diese Reizflut nicht mehr verarbeiten kann? Der Mensch wird krank. Dies war eine der wichtigsten Erkenntnisse am ersten Tag des jährlichen «Kreativ-Symposiums für zukunftsgerichtete Unternehmensführung». Nicht umwerfend neu, meinen Sie. Sie haben damit Recht. Doch wie so viele Dinge, die wir eigentlich wissen könnten oder wissen müssten, sind sie im Alltag unserem Bewusstsein entrückt und damit auch unserem Zugriff.

Es tut gut, sich von Zeit zu Zeit zurückzulehnen und sich vor Augen führen zu lassen, wo es hapert. Sich die Frage zu stellen, ob eigentlich jemand anders am Steuer des eigenen Lebens hockt. Ob man vielleicht den Charme eines Zombies ausstrahlt. Genau zu beobachten, wo die eigenen Schwachstellen beinahe schon ganz durchscheuern sind und demnächst Probleme bereiten werden. Natürlich mit dem Ziel, da anzusetzen und korrektiv einzugreifen. Und Distanz zu schaffen, die Kraft zur Selbstbegrenzung zu finden und nur das zuzulassen, was getragen werden kann. Oder auch nur mal die Schultern zu zucken und überzeugt zu sagen: Das wird wohl seine Richtigkeit haben. **Siehe auch Seite 2**

KONJUNKTUR / «Deutschland stellt im Moment für den Schweizer Tourismus das grosse Problem dar», sagt Richard Kämpf, der Verfasser der BAK-Prognosen für den Tourismus. **SONJA STALDER**

«All inclusive» schafft Anreize

«Die Schweiz ist für die deutsche Mittelstands-Familie im Moment zu teuer.» Das sagt Richard Kämpf von der BAK Basel Economics im htr-Interview. Er empfiehlt der Tourismusbranche, gezielte All-inclusive-Pakete zu schnüren. «Damit wird eine preisliche Obergrenze festgelegt, die der Mittelstandstourist besser akzeptieren kann», so Kämpf. Weil der deutsche Markt im Moment sehr lethargisch sei, gehe es zudem darum, mit den Angebotsbündeln ein an sich vorhandenes Gäste-Potenzial wieder abzuholen. Im Weiteren rät Kämpf, die Zukunftsmärkte zu bearbeiten. Neben China und Indien hebt er die osteuropäischen Staaten hervor: «Die EU-Ost-Erweiterung stellt für die Schweiz eine grosse Chance dar. Wir haben dort das Image eines sehr attraktiven Ferienlands.»

DOLLAR: WECHSELKURS WENIGER WICHTIG

Als weniger problematisch schätzt Kämpf hingegen den gegenwärtigen Dollar-Sinkflug ein: Zum einen geht die BAK im Moment noch davon aus, dass der Dollar in der zweiten Jahreshälfte wieder an Wert gewinnen wird. Zum anderen spiele der Wechselkurs beim US-Dollar eine weniger wichtige Rolle als beim Euro. **Siehe Seite 7**



SEMINARTECHNIK / Ausrüstung und Investitionen Mieten oder kaufen?

Viele Seminarhotels investieren grosse Summen in die technische Infrastruktur ihrer Sitzungsräume. Soll die Seminarausrüstung nun gekauft oder gemietet werden?

Die temporäre Anmietung belastet das Investitionsbudget nicht und kann sofort weiterverrechnet werden. Dafür muss aber ein Spezialist kurzfristig zur Verfügung stehen, der wirklich «State-of-the-art»-Produkte innerhalb von wenigen Tagen installieren und während der Tagung auch warten kann. Die feste Installation kann viele Kunden bereits auf der Website oder im Prospekt anlocken, bindet aber

Geld, das der Hotelier möglicherweise auch für andere Zwecke ausgeben könnte. Die Mischrechnung, die in Berlin gemacht wird, scheint ebenfalls sinnvoll: Vorhandene Installationen als Standard anbieten, Zusatzgeräte kurzfristig mieten.

In einem Punkt sind sich die befragten Hoteliers alle einig: Die Technik überfordert schon mal das Wissen des Hoteliers und seiner Kaderleute. Es sind interne Techniker oder externe Spezialisten nötig, um mögliche technische Probleme vor und während eines Seminars zu beheben. **MJP/DOE**

Siehe Seite 16

CAMPING / Steigende Qualität begegnet Wetterabhängigkeit Prognose ist schwierig

Andreas Glättli weiss nicht so recht, was im Sommer auf ihn zukommt. Der Betreiber des Campingplatzes Seebuch in Zürich-Wollishofen erhält seit der Platzzeröffnung am 1. Mai zahlreiche Anrufe von interessierten Besuchern. «Das ist allerdings in jedem Jahr dasselbe», sagt Glättli. Auch im vergangenen Frühling sei der Draht nach der Eröffnung heiss gelaufen, das Geschäft habe letztendlich aber des Wetters wegen enttäuscht. Glättlis Anlage wird in Camping-Kreisen für eine der schönsten in der Schweiz befunden.

Wie kann die Camping-Branche die Qualität ihres Angebots sichern?

«Das ist primär Sache jedes einzelnen Betreibers», findet Hanspeter Hiltbrand, der Präsident des Schweizerischen Camping- und Caravaning-Verbands (SCCV). «Die 385 Plätze in unserem Handbuch werden nach diversen Qualitätsmerkmalen in die Kategorien Ein- bis Fünfsterne eingeteilt.» Das wichtigste Marketing-Mittel in der Camping-Branche ist die Mund-zu-Mund-Propaganda. «Die Besucher erzählen ihren Bekannten aus erster Hand von den Erfahrungen auf dem Camping», weiss der Präsident. **ROW/KTV**

Siehe Seite 4

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5
Tourismus	7/8/9
Hotellerie	10/11/12
Gastronomie/Technik	13/15/16/17
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



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 schützengarten
Restaurant netts, St. Gallen

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

MIRUS SOFTWARE
Ausgereifte Software hilft Zeit sparen. Ohne Kompromisse.
Bereits über 1500 Betriebe profitieren von den hervorragenden Funktionen unserer Mitarbeitermanagement-, Finanzbuchhaltungs-, Kreditoren- und Debitorensoftware sowie unserem überdurchschnittlichen Kundendienst. Und die stetig wachsende Anzahl der begeisterten Kunden ist nicht zu bremsen!

MIRUS Software
Weil Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.
MIRUS Software AG - Mattenstrasse 10 - 7270 Davos
Telefon 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.ch

SULCUS
HOSPITALITY (SCHWEIZ) AG

Führend in IT-Systemen und Dienstleistungen für Hotellerie und Gastronomie.

Infoline 041 766 68 68
welcome@sulcusag.ch
www.sulcusag.ch

Committed to Excellence in Hospitality

htr IN KÜRZE

Camping / Die Platzbetreiber hoffen nach einem enttäuschenden Vorjahr auf mehr Gäste in diesem Sommer. Die Plätze werden nach diversen Qualitätsmerkmalen in fünf Kategorien eingeteilt. **Seite 4**

Konjunktur / Richard Kämpf, Verfasser der BAK-Prognosen, bezeichnet sich selbst als Optimist. In Bezug auf die Reise-Lethargie in Deutschland sieht Kämpf aber trotzdem schwarz. Er empfiehlt deshalb, mit All-inclusive-Paketen Anreize zu schaffen. **Seite 7**

Spielcasinos / Die kleineren Berg-Casinos mit B-Konzessionen fühlen sich gegenüber den A-Konzessionären benachteiligt. Für Touristen sei das aktuelle Spielangebot zu wenig attraktiv, argumentieren sie. **Seite 8**

Low-Budget-Hotels / Der «easyJet»-Gründer Stelios Haji-Ioannou testet ein Hotel-Konzept. Es sieht ein rigoroses Yield-Management und «Outsourcing» des Service an die Gäste vor. Die Bettwäsche bringt der Gast selbst mit oder kauft sie im Hotel. **Seite 11**

Wasserfilter / Die Brita Wasserfilter AG in Neudorf bei Luzern will laut Geschäftsführer Werner Krähenbühl den Umsatz im laufenden Jahr nochmals um 10 Prozent steigern. Da die Preise nicht erhöht werden, ergeben sich dadurch Marktanteilsgewinne. **Seite 13**

Fleisch / Das Niedertemperatur-Garen bringt diverse Vorteile: Das Fleisch wird zarter und verliert weniger Saft. Der Braten kann zeitunabhängig vorproduziert und warmgehalten werden. Die NT-Garung hat aber auch Grenzen. Entscheidend ist die Fleischart. **Seite 15**

Seminartechnik / Das digitale Zeitalter hat auch in den Seminarräumlichkeiten Einzug gehalten. Viele Seminarhotels investieren grosse Summen in die technische Infrastruktur ihrer Sitzungsräume. Andere mieten das Equipment auf Wunsch des Gastes an. **Seite 16**

Internet / Mit oder ohne Internet-Partner: Die Mindestanforderung an die Website, ihre Aktualität, muss erfüllt sein. Dies gilt auch für Websites von Hotel- und Gastronomiebetrieben. Denn nur eine aktuelle Homepage ist eine gute Homepage. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Hotellerie / Die Hotellerie sieht sich mit vielen negativen Faktoren konfrontiert. Die Hoteliers der waadtländischen Riviera können davon ein Lied singen. Die Situation ist schwierig, da die Aktionsmittel limitiert sind. **CF Seite 1**

Sommerangebote / Ein Hauch von Abenteuer weht durch die Sommeraktivitäten, welche in den verschiedenen Tourismusorten angeboten werden. Viele sind speziell auf die Bedürfnisse der Kinder ausgerichtet worden. **CF Seite 2**

Ferien auf dem Land / Während die Beherbergung auf den Bauernhöfen sich einer grossen Nachfrage erfreut, haben die Winzer das Nachsehen. Ihnen fehlen die Räumlichkeiten, um Übernachtungen anbieten zu können. **CF Seite 3**

Charles-André Ramseier / Vor über vierzig Jahren hat der Patron des Waadtländer Tourismus' das Saanenland und seine Bewohner entdeckt. Dieses wurde zur Region, in welche Ramseier immer wieder zurückkehrt. **CF Seite 5**

FORUM

Golf und Tourismus

PATRIK WAGNER*

Der Golfsport boomt; der Golfismus steckt in der Schweiz jedoch noch in den Kinderschuhen. Allgemein bekannt ist, dass ein Golfplatz zur Grundausstattung eines grösseren Ferien- und Sportortes gehört und der Golfer zu einer überdurchschnittlichen



Wertschöpfung beiträgt. In der Vermarktung tun sich die Touristiker indes eher schwer. Gerade die einheitliche Hotellerie ist mit der Bewerbung des Golfers noch zu zurückhaltend. Auch fehlt es an Ideen, dem Golfer ein Package mit Übernachtung, Wellness und Golferlebnissen anzubieten, sei es im freien Spiel oder sei es mit Turniertagen bei umliegenden Golfclubs. Der Golfer wird als Feriengast noch allzu sehr als Exot betrachtet.

Auch die lokalen Golfclubs gehen noch zu wenig auf die speziellen Bedürfnisse des Gastspielers ein. Viele Mitglieder sind der Meinung, der Club dürfe sich nicht der Touristik öffnen, da ihnen sonst die Spielgelegenheiten nicht mehr voll zur Verfügung stünden.

In Österreich wurde zu Beginn der 90er-Jahre der Bau von Golfanlagen stark gefördert. Im Anbieten von massgeschneiderten Golf-Wellness-Hotel-Packages ist man dort ideenreicher als in der Schweiz. Zudem ziehen der dortige Tourismusverband, die Ferienregionen, die Hoteliers und die Golfclubs am selben Strick. Neuerdings werden in Deutschland und in der Ostschweiz von österreichischen Hoteliers Golfturniere veranstaltet: Mit einheimischen Spezialitäten, einem überregionalen Golfpass, einem Verbund von über 100 Hotels und über 40 Golfclubs sowie attraktiven Turnierpreisen (mit Übernachtungsgutscheinen) locken sie so Golfer nach Österreich.

Golfferien in unseren Bergen sind genauso attraktiv wie anderswo, und unser Land hat genauso viel zu bieten. Der individuell reisende Golfer findet auch bei uns ein Angebot, das seinen Qualitätsvorstellungen entspricht.

Da im Bündnerland ein Golfpass für Gäste auf sich warten lässt und da rund um Davos innerhalb von 50 Fahrminuten nicht weniger als sieben Golfplätze erreichbar sind, ist der Golf Club Davos zusammen mit fünf Davoser Golfhotels aktiv geworden: Sie lassen die Golfer von den regionalen Greenfee-Kooperationen mit Rabatten auf anderen Plätzen sowie von Turnierspauschen profitieren. Die Golfhotels offerieren ansprechende Übernachtungspauschen. Anfänger- und Intensivkurse können selbstverständlich auch gebucht werden.

* Präsident Golf Club Davos (www.golfdavos.ch)

BEAT KRIPPENDORF / An der ibk-Tagung, stand «Gesundheit» auf dem Programm. Im Interview erläutert der Organisator, wie die Branche den «Trend Gesundheit» und das Geschäft verbinden kann. **MARIETTA DEDUAL**

«Wir haben zu wenig Bildung»

Beat Krippendorf, Sie haben für die diesjährige ibk-Tagung das Thema «Megatrend Gesundheit» gewählt. Ist unsere Gesellschaft krank?

Natürlich. Massiv krank. Das ist ein Ausfluss dieser Hochgeschwindigkeitsgesellschaft. Unser wichtigster Bewusstseinsraum, nämlich der seelische, kann da nicht mithalten.

Wenn Sie jetzt korrektiv eingreifen könnten, was würden Sie zuerst ändern?

Zuerst würde ich mal entschleunigen. Die Mentalität müsste geändert werden. Viele Unternehmer denken nur ans Geld, nicht aber an den Kunden. Das habe ich auch bei den Banken gesehen.

Viele haben Dollarzeichen im Auge und das Gefühl, sie machen damit mehr Umsatz. Wenn sie jedoch die Dollarzeichen im Auge haben, haben sie weder den Dollar noch den Kunden. Wenn sie den Kunden im Auge hätten, dann hätten sie den Verdienst automatisch. Es geht um einen Wechsel des Fokus. Vom Materiellen weg auf den Kunden und dessen Bedürfnisse zu. Und dann läuft's. Dazu muss man sich die Frage stellen: was wollen der Markt und somit die Gäste heute? Diese wollen entschleunigen und sie wollen Lebensqualität. Sie wollen aus dem High-speed-Alltag ausbrechen, weil dieser krank macht.

«Viele haben Dollarzeichen im Auge.»

Wenn wir bei der Branche bleiben: Wer ist denn kränker, der Gast oder der Gastgeber?

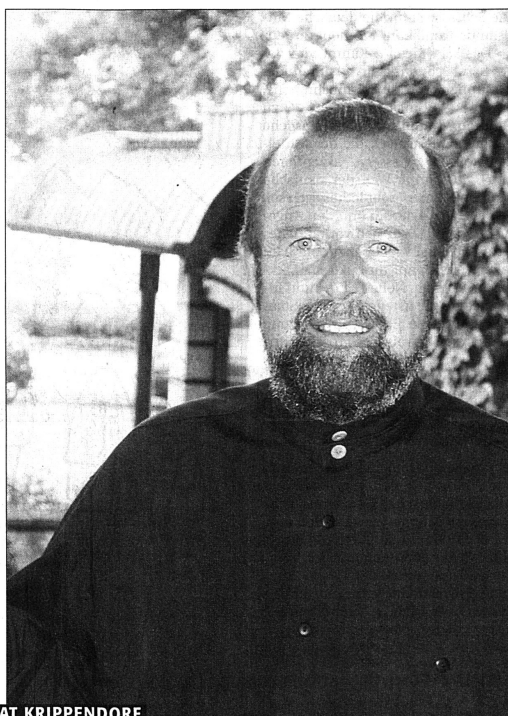
Das ist in etwa das Gleiche. Der Gastgeber hat Kunden, die bei ihm die Balanciergen suchen. Die kommen ja aus ihrem Alltag und wollen aus diesem Speed raus. Da haben Gastgeber einen grossen Auftrag, das ist eine ambitionierte Sache. Damit sie dem Gast das überhaupt bieten können, müssen sie sich zuerst mit sich selbst befassen. Denn sie sind genau gleich krank.

Ist Gesundheit also das grosse Geschäft der Zukunft?

Ja, das ist einer der wesentlichsten Märkte, die profitabel gestaltet werden können, wenn man es richtig macht. Wenn man es aus dem Herzen macht und wenn man nicht einfach das Gefühl hat, man könne damit nur Geld machen – Gastgeber müssen dem Menschen auch etwas Gutes tun wollen. Wir alle werden in Zukunft viel mehr Geld für unsere Gesundheit ausgeben. Auch präventiv.

Stichwort «richtig». Was genau muss denn die Branche tun, damit das Geschäft ein profitables wird?

Foto: Marietta Dedual



BEAT KRIPPENDORF

«Ich stelle eine mangelnde Kooperation auf allen Ebenen fest.»

Es kommt vor allem auf eine innere, mentale Haltung an. Man muss dazu stehen können, man muss es sehen, man muss es auch für sich selber erkennen. Es geht mir um die Einsicht. – «Richtig? Da gibt es nicht nur eine Version. Richtig ist das, was man selber für richtig erkennt. Es können ja nicht alle das Gleiche machen. Wichtig ist, dass der Einzelne selber vorangeht und dass er an sich selber die innere Ener-

gie entwickelt und die dann rüberbringt. Dies betrifft die Mitarbeiterführung, die Kundenführung, das Menschenbild – und da speziell das Frauenbild, das viele Männer haben. Weg von dem absoluten, katastrophalen Machogehabe in eine feinfühligere, empathische sensible Grundhaltung hinein. Damit wäre im Bereich Dienstleistung schon mal viel richtig gemacht. Wer da versagt, kann ein noch so grosses Spa haben, es nützt ihm nichts.

Was sagen Sie zu...

Sie sind viel unterwegs. Wo orten Sie die grössten Mankos?

Das grösste Manko ist, dass wir zu wenig Bildung haben. Nicht Auszubildung, ich meine Bildung im philosophischen Sinn, so dass man sich überlegt: Was will ich eigentlich mit meinem Job? Mit meinem Leben? Wie kann ich eine harmonische Spirale zwischen Familie, Freizeit und Beruf leben? Man kann das eine nicht vom anderen lösen. Wer zu Hause «Mais» hat, hat ihn auch im Betrieb.

Ein weiteres Manko ist die fehlende Kundenorientiertheit. Weil man vielleicht keine Zeit hat oder andere Interessen. Das ist im Tourismus oft so. Wenn man beispielsweise in Tourismusregionen 30 Prozent des Geldes, das man zur Verfügung hat, für den Markt ausgibt und 70 Prozent für In-

terna, um den Sessel als Präsident zu behalten und für die grosse Infrastruktur, dann ist das ineffizient. Man ist eigenbrötlerisch und viel zu sehr konkurrenzdenkend. Ich stelle eine mangelnde Kooperation auf allen Ebenen fest.

Sie predigen auch Leichtigkeit. Aber wo hole ich diese Leichtigkeit her bei diesem zurzeit schwierigen Umfeld?

Leichtigkeit erreicht man primär, indem man versucht, sich selber zu bilden, indem man seine Visionen und Lebensgestaltung aktiv in die Hand nimmt und seine Energien darin investiert und nicht in Miesepetrigkeit. Im Prinzip also antizyklisches Verhalten. Je schlechter es geht, desto mehr muss man locker sein, aber nicht locker lassen. Leichtigkeit hat nichts zu tun mit Larifari und so weiter. Man kann auch ganz locker extrem Gas geben.

«Wer zu Hause «Mais» hat, hat ihn auch im Betrieb.»

Eine wichtige Aufgabe des Individuums sei, sich selber zu gestalten. Wie soll denn das gehen?

Also rezeptiv kann ich das nicht sagen. Jeder gestaltet sich irgendwie anders. Sich selber gestalten heisst, sich klar darüber werden, was man eigentlich will auf diesem Planeten. Versuchen, die eigene begrenzte Lebenszeit in die Hand zu nehmen. Leider nimmt man sich hierfür viel zu wenig Zeit. Das ist der erste ganz fatale Fehler. Und nachher düstet man Unsicherheit aus, danach wird gejamert und dann Schuld zugewiesen, weil man gar keine Eigenverantwortung übernehmen kann, nicht einmal für das eigene Leben.

Sich selber gestalten ist eine Philosophie, die jeder für sich entwickeln muss. Das ist nicht Theorie, das ist der erste praktische Schritt in ein glückliches Dasein.

Zur Person

Beat Krippendorf, 55, war nach seiner Berufsausbildung zwei Jahre in New York für Schweiz Tourismus tätig. Danach arbeitete er 18 Jahre für den Schweizer Hotelier-Verein (7 Jahre Grundschulung, 11 Jahre Leitung des Unternehmerseminars). Im Jahr 1989 machte sich Krippendorf selbstständig. Der Dozent für Unternehmensführung hat Lehraufträge an den Universitäten von Innsbruck und Klagenfurt, in Bregenz und an der Technischen Universität in Bern. Ein grosser Teil seiner Tätigkeit wird durch Vorträge über kundenorientiertes Management ausgefüllt. Krippendorf hat zwei erwachsene Töchter und lebt in Bern. MD

Ski-WM nützte den Hotels

St. Moritz. Die Alpine Ski-WM 2003 im Februar hat den St. Moritzer Hotels im letzten Winter 16 000 Logiernächte mehr oder ein Plus von 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr gebracht. Insgesamt wurden knapp 488 000 Logiernächte verzeichnet. Die St. Moritzer Hotels verbuchten bei praktisch allen Herkunftsländern einen Logiernächte-Zuwachs, wie der Kur- und Verkehrsverein mitteilte. Einzig bei den Gästen aus Italien gab es Rückgänge. *KJV*

Ergebnis ist ausgeglichen

Berner Oberland Bahnen. Die Aktiengesellschaft schliesst das Geschäftsjahr 2002 mit einem Gewinn von 9000 Franken ab (Gewinn 2001: 512 000 Franken). Die weltweite Wirtschaftslaute sowie die Konkurrenz durch die Expo.02 machten den BOB zu schaffen. Im Jahr 2002 beförderten sie 3,53 Mio. Gäste. Das ist ein Rückgang von 3,2 Prozent gegenüber 2001. Die Schynige Platte-Bahn beförderte mit 170 000 Passagieren 14,8 Prozent weniger Gäste als 2001. *KJV*

Gewinn sank um die Hälfte

Säntis-Schwebbahn AG. Die Bahn hat im vergangenen Jahr 462 095 Gäste befördert. Dies sind sechs Prozent oder rund 27 000 Personen weniger als im Vorjahr. Ein Gewinn von 266 743 Franken ist ausgewiesen (2001: 503 548 Franken). Das gesamtschweizerische Minus deutscher Touristen von 12 Prozent wirkte sich aus. Dazu gesellten sich die Euro-Kursentwicklung und das Wetter. Leicht angestiegen ist die Eigenkapitalquote von 35,9 Prozent. *KJV*

WEINBAU / Treffen von Bundesrat Deiss mit Westschweizer Kantonen Geschmack hat sich verändert

Bundesrat Joseph Deiss hat am Dienstag die Landwirtschaftsdirektoren der Kantone Waadt, Wallis und Neuenburg empfangen und mit ihnen die aktuelle Situation des Weinsektors erörtert. Die Kantonsvertreter verlangen insbesondere, dass der Bund die Weiss- und Rotwein-Importkontingente wieder trennt, die Kontingente versteigert und auch die Importe von Industrielweinen sowie von Süss- und Schaumweinen kontingen-

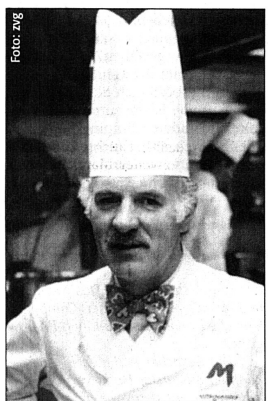
tiert. Der Chef des EVD teilt die Einschätzung der Kantone, wonach sich der Weinsektor in einer schwierigen Situation befindet. Allerdings sei die liberale Importregelung nicht alleine dafür verantwortlich. Vielmehr hätten sich auch die Präferenzen der Konsumenten geändert. Deiss erinnerte daran, dass der Bundesrat mit der Gewährung von Umstellungsbeiträgen bereits Massnahmen ergriffen habe. Diese sind wie

die Unterstützung der Absatzförderung im Inland und beim Export Teil der Agrarpolitik 2007. Zudem unterstütze der Bund die Weinbauern mit Direktzahlungen für Reben in Hanglagen und auf Terrassen. Bezüglich der Rückkehr zu einer Importregelung mit getrennten Zolllkontingenten für die weissen und roten Weine bestehe ein sehr geringer Handlungsspielraum, unterstrich Bundesrat Joseph Deiss. *DST*

OLTEN / Anton Mosimann schliesst seinen Memberclub

Aus für den Gourmetclub

Anton Mosimanns Plan, im «Château Mosimann» oberhalb von Olten einen Gourmet-Club nach dem Vorbild seines Londoner «Belfry» zu verwirklichen, ist endgültig gescheitert. Nachdem die Aktivitäten des im April 2001 eröffneten und für rund 2,8 Millionen Franken umgebauten «Château» seit Ende letzten Jahres praktisch nur noch auf die Wochenenden beschränkt waren, wird das Konzept Clubrestaurant im «Sälschlössli» jetzt endgültig begraben.



Anton Mosimann.

Das öffentliche Ausflugslokal «Schloss-Café» bleibt von Frühling bis Herbst geöffnet und das «Château» kann für Anlässe und Events genutzt werden.

«GEDRÜCKTE WIRTSCHAFTLICHE STIMMUNG»

Nach einer Konzeptanpassung wurde der Betrieb schon ab Januar 2003 zum «Schloss für Anlässe und Events». Die getroffenen Massnahmen, darunter die Entlassung der Hälfte der Belegschaft, reichten offenbar nicht aus. Gemäss Mitteilung «kann kein Club funktionieren, wenn die zur Verfügung stehenden Dienstleistungen nicht genutzt werden». Zudem spüre die Spitzengastronomie die negativen Auswirkungen der gedrückten wirtschaftlichen Stimmung, so dass «ein zufriedenstellender Geschäftsgang momentan fast unmöglich» sei. *MJP*

KURZ UND BÜNDIG

Berichtigung. Die htr bedauert einen Fehler bei der Angabe des Namens der neuen Präsidentin der bernhotels (des Stadthotels Hoteliers-Vereins) auf der Seite 3 ihrer letzten Ausgabe vom 29. Mai. Die neue Präsidentin heisst Susanne Hofer, und nicht, wie in jenem Artikel fälschlich angegeben, Susanne Koch. *KJV*

VDH / Die Mitglieder kamen zahlreich an die GV der Vereinigung diplomierter Hoteliers und Restaurateure SHV im Mystery Park in Interlaken, um sich mit ihren Branchenkollegen auszutauschen. **CHRISTINE KÜNZLER**

«Ich knüpfe hier gute Beziehungen»

Für die Mitglieder der Vereinigung diplomierter Hoteliers und Restaurateure (VDH) ist die Generalversammlung (siehe Kasten) eine gute Gelegenheit, am Netzwerk zu knüpfen. Entsprechend viele ehemalige Absolventen der Unternehmerseminare SHV (US) sind denn auch Mitglied. Von den letzten vier US-Zyklen sind fast alle Absolventen Mitglieder der VDH. Und es sind treue Mitglieder: An der Generalversammlung, die dieses Jahr im Mystery Park in Interlaken stattfand, waren gar Absolventen des 1. US, zum Beispiel Hans C. Leu, und des 2. US, zum Beispiel Emanuel Berger, anwesend.

Netzwerke sind in einer Zeit wie der jetzigen wichtiger denn je. Die VDH hat aus diesem Grund vor einem Jahr den «Tourism Pool» gegründet, an dem sich die Organisationen Food and Beverage Management Association (FBMA), Hospitality Sales & Marketing Association (HSMIA), Tourex und die Hotelfachschule Thun beteiligen. Der Tourism-Pool führt jedes Jahr eine Fachtagung durch.

«Wir wollen noch mehr Organisationen in den Tourism-Pool einbinden», sagt VDH-Präsident Johann Rudolf Meier. Er sieht ein Potenzial für 10 bis 12 Organisationen, Berufsvereinigungen und Ausbildungsstätten. Die Vereinigung sei bereits mit verschiedenen Interessen im Gespräch. «Unser Ziel ist es, wenige aber starke Anlässe durchzuführen», so Meier. Dank der Beteiligung verschiedener Organisationen, könnten bessere Events zu geringeren Kosten geboten werden. «Wenn jede Organisation ihre eigenen Anlässe durchführt, geht niemand mehr hin», hält Meier fest.

Von den 673 VDH-Mitgliedern sind 11 Kompetenzpartner, das heisst Firmenmitglieder. Auch sie profitieren vor allem vom Netzwerk. «Ich knüpfe hier viele gute Beziehungen», bestätigt Jörg Rickli von der Rivella AG. «Mit ihnen kann ich je nach Bedarf am Netzwerk weiterspinnen.» Die gleichen Erfahrungen macht auch Martin Eltschinger, früher Schweizerische Gesellschaft für



BEGEGNUNGEN VERTIEFEN DIE BEZIEHUNGEN

Sie tauschen sich aus und knüpfen so am Netzwerk (v.l.n.r.): Peter Rix, Leiter Marketing und Projekte des Gwatt-Zentrums, Richard Stöckli, Hotel und Restaurant Alpenblick in Wilderswil, André Mangold, F&B-Manager Casino Kursaal Interlaken, und Peter B. Grossholz, Leiter Weiterbildung und Leiter des Unternehmerseminars von hotellerieuisse.

Hotelkredite, heute Besitzer der Eltschinger Audit + Consulting AG.

UNTERNEHMERSEMINAR WIRD ERNEUERT

Peter B. Grossholz, Verantwortlicher für das Unternehmerseminar bei hotellerieuisse, präsentierte an der Generalversammlung die neue Broschüre für das US Zyklus 30. Die grösste Änderung ist wohl der Abschluss, beziehungsweise der zu erwerbende Titel: Künftig werden sich die Absolventen diplomierte Hotelmanager HF-NDS nennen dürfen. Trocken und technokratisch soll das neue US aber nicht werden. Grossholz versprach nämlich, dass das neue Nachdiplom-

studium mit «allen bisherigen Qualitäten wie Praxisnähe, Individualität und persönliche Betreuung» angeboten werde. Absolventen des 28. und 29. US können, falls sie Wert auf Titel legen, mit einem rund einwöchigen Kurs und einer Diplomarbeit den neuen Titel erwerben. Alle andern hätten sich längst als «diplomierter Hoteliers Restaurateure SHV» bestätigt, so Grossholz.

Das Interesse an dieser massgeschneiderten Weiterbildung sei nach wie vor gross. Für den neuen Zyklus seien bereits «eine ganze Menge Anmeldungen» eingetroffen, so Grossholz. Er benutzte die Gelegenheit, seine ehemaligen «Schüler» daran zu erinnern, ihren Nachwuchs in das neue US zu delegieren.

Ziele und Personen

Martin Studer (Hotel Ibis, Zürich) wird nach vier Jahren VDH-Vorstand abgelöst. Seine Nachfolgerin ist Therese Bernet, Hauswirtschaftliche Leiterin in der Psychiatrischen Universitätsklinik in Bern. Die VDH-Veranstaltungen in diesem Jahr: Small-Talk-Party mit Lucia Bleuler (Spätsommer), Besuch im Tessin (19./20. Oktober) und Messe-Party an der IGHÖ (24. November).

Ziele des VDH sind u.a. die berufliche und persönliche Qualifikation der Mitglieder und des Nachwuchses, die Förderung der Weiterbildung und der Forschung auf dem Gebiet der Unternehmungsführung in Hotellerie und Gastronomie. *CK*

TOURISMUS / Kuoni und Hotelplan stellen Verbesserung seit Anfang Mai fest

Hoffnung auf eine Trendwende wächst

Der Irak-Krieg ist vorbei: Die europäische Reisebranche erholt sich allmählich von ihrer schwersten Krise. Deutsche Experten sprechen bereits von einer Trendwende. Von einem «leichten Anziehen» der Buchungen seit Anfang Mai spricht Kuoni als Nummer eins der Schweizer Reisebranche. Hotelplan stellt ebenfalls eine Verbesserung fest. «Im Januar und Februar stellten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine Zunahme der Buchungen um vier Prozent fest. Wegen des Irakkriegs gingen die Buchungen im März und April wieder zurück, um dann seit Anfang Mai wieder anzusteigen», sagte Kuoni-Sprecher Stephan Wehrle der Nachrichtenagentur sda. Auch die Mi-

gros-Tochter Hotelplan verzeichnet seit Anfang Mai bessere Buchungszahlen. Wegen des Trends zu kurzfristigen Buchungen sei es aber schwierig, Voraussagen für das ganze Jahr zu machen, sagte ein Hotelplan-Sprecher. Es könne noch wenig zur wichtigsten Periode – die Monate Juni bis Oktober – gesagt werden.

ZWEISTELLIGE DEUTSCHE ZUWÄCHSE

Im grössten europäischen Reise-markt Deutschland zeichnete sich nach Angaben des Reservierungssystems Start Amadeus im Mai eine Trendwende mit hohen Zuwächsen

bei den Buchungseingängen ab. «Wir hatten in mehreren Wochen Zuwächse gegenüber dem Vorjahr im zweistelligen Prozentbereich», versichert Start-Sprecherin Dorothea Hohn.

Die deutschen Reiseveranstalter versuchen vor allem, mit Billigreisen die Nachfrage anzukurbeln. TUI gründete kürzlich einen neuen Veranstalter Discount Travel. Thomas Cook reagierte bei seiner Billigmarke Bucher-Reisen mit «Discount»-Wochen.

«Die deutlichsten Zeichen sind auf dem Nordatlantik zu sehen, aber auch in Asien – zum Beispiel Singapur – gibt es erste Zeichen der Normalisierung», sagt Lufthansa-Chef Jürgen Weber. *KJV*

Reklame

Linea gastronomica di posate

PINTINOX

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

CAMPING / Die Platzbetreiber hoffen nach einem enttäuschenden Vorjahr auf mehr Gäste in diesem Sommer. Entscheidend wird das Wetter sein. Die Plätze werden nach diversen Qualitätsmerkmalen in die Kategorien Ein- bis Fünfstern eingeteilt. **ROBERT WILDI**

Klare Prognosen sind kaum möglich

Andreas Glättli weiss nicht so recht, was im Sommer auf ihn zukommt. Der Betreiber des Campingplatzes Seebuch in Zürich-Wollishofen erhält seit der Platzöffnung am 1. Mai traditionsgemäss zahlreiche Anrufe von interessierten Besuchern. «Das ist allerdings in jedem Jahr dasselbe», sagt Glättli. Auch im vergangenen Frühjahr sei der Draht nach der Eröffnung heiss gelaufen, das Geschäft letztendlich aber enttäuschend gewesen. Vor allem die deutsche Kundschaft blieb weitgehend aus. «Das hatten wir dem miesen Wetter zu verdanken», weiss Glättli. Seine Anlage wird in Camping-Kreisen für eine der schönsten in der Schweiz befunden und ist laut Glättli dennoch ein typischer Durchgangsplatz. «Die Camper, die von Norden her kommen, bleiben meist nur eine oder zwei Nächte, ehe sie weiter Richtung Italien oder Frankreich ziehen», erklärt Glättli. Wenn das Wetter unfreundlich ist, dann verzichten sie in der Regel auf diesen Zwischenhalt. Wie viele andere Plätze nimmt Glättli keine Vorreservierungen entgegen und ist daher auf ein gutes Ad-hoc-Geschäft angewiesen. Anlässe wie Ironman, Marathon oder Streetparade sind für ihn die Sahnehäubchen des Jahres. «Dann sind wir immer total ausgebucht», so Glättli.

CAMPINGPLATZ MITTEN IN DER STADT LUZERN

Ähnlich wie in Zürich ist die Ausgangslage für den «Camping International Lido» in Luzern. Der Durchgangsplatz hat seine Tore bereits am 15. März geöffnet und hat auf die Flaute im Vorjahr reagiert. «Wir haben viel mehr Prospekte und Anmeldeformulare verschickt als in früheren Jahren», sagt Platzwart Joseph Lustenberger.

Der Luzerner Campingplatz kann nicht wie Zürich auf Mega-Anlässe zählen und ist noch mehr von einer durchschnittlich hohen Belegung abhängig. Für einen Aufenthalt ab drei Nächten nimmt Lustenberger auch Vorreservierungen entgegen. «Dieses Jahr ist bereits abzusehen, dass eher weniger Holländer zu uns kommen werden», hat Lustenberger festgestellt. Er hofft auf Kompensation durch deutsche und vor allem auch Schweizer Gäste. Um einen Anreiz zu schaffen, vertreibt der «Lido» Tickets

Foto: Robert Wildi



WETTERABHÄNGIG

Keine Sonne, wenig Camping-Gäste: Diese bittere Erfahrung mussten die Schweizer Plätze im Vorjahr machen.

mit ermässigten Preisen für die Bergbahnen auf den Rigi und den Pilatus. Als wichtiges Verkaufsargument benutzt der Platz auch seine Lage mitten in der Stadt Luzern. In wenigen Gehminuten können alle Sehenswürdigkeiten besucht werden. «Aber eben, wenn das Wetter nicht mitspielt, möchte doch keiner auch Sightseeing-Tour geschweige denn auf den Berg», beschreibt Lustenberger die Abhängigkeit von diesem nicht beeinflussbaren Faktor.

«DIE KUNDSCHAFT IST UNSICHERER GEWORDEN»

Eine noch intensivere Beziehung zum Regengott Petrus unterhalten die Campingplätze in Berggebieten. Bei

schlechtem Wetter ist das Unterhaltungsangebot sehr eingeschränkt. Umso wichtiger ist es für Plätze in Berggebieten, auch Schlechtwetter-Programme anzubieten. Dazu ge-

hören etwa geführte Besuche in Museen oder Spielnachmittage für Kinder.

Für Christiane Griessen vom Camping Verneille im Berner Oberländer

Zweisimmen sind auch wirtschaftliche Gründe für das derzeit «harzige Geschäft» verantwortlich. Das Ausbleiben der deutschen Gäste ordnet sie in erster Linie dem Umstand zu, dass diese zurzeit ein sehr geschrumpftes Ferienbudget hätten. «Die Kundschaft ist generell unsicherer geworden», hat Griessen festgestellt. Diese Zurückhaltung hat sich auch beim Flimsen Campingplatz Prau la Selva niedergeschlagen. Um 20 Prozent ist das Geschäft im vergangenen Jahr eingebrochen. «Wir sind zwar ein Ganzjahres-Platz, leben aber vor allem von den Wintergästen», sagt Platzchef Thomas Casanova. Fehlen die Skigäste, spürt dies auch der Campingplatz unmittelbar.

GEBUNDENE HÄNDE VERHINDERN AUSBAU

Christiane Griessen hat nun reagiert und im Raum Innerschweiz Insekte in Zeitungen geschaltet. Auch die aktive Suche nach neuen Gästegruppen ist für sie wichtig. Kürzlich hat sie die deutschen Kanuten als neue Klientel entdeckt. «Als mal eine Gruppe von ihnen zufällig zu uns kam, habe ich mich sofort schriftlich mit dem entsprechenden Verband in Deutschland in Verbindung gesetzt», so Griessen. Die Folge ist, dass die Sportler aus dem Nachbarland nun regelmässig auf dem Camping Verneille ein und aus gehen.

Thomas Casanova könnte sich durchaus vorstellen, das Angebot auf dem Campingplatz auszubauen und attraktiver zu gestalten. «Allerdings gehört der Platz der Gemeinde, weshalb mir diesbezüglich die Hände gebunden sind», ist er enttäuscht. Wie zahlreiche andere Camping-Betreiber in der Schweiz spielt auch er im Konzert der Tourismus-Anbieter nur die zweite Geige.

«Die Qualität ist die Sache des Platzbetreibers»

Wie kann die Camping-Branche die Qualität ihres Angebots sichern? «Das ist primär Sache jedes einzelnen Betreibers», findet Hanspeter Hiltbrand. Der Präsident des Schweizerischen Camping- und Caravaning-Verbands (SCCV) nimmt grundsätzlich alle Plätze in seinen Führer auf.

«Die 385 Plätze in unserem Handbuch werden natürlich nach diversen

Qualitätsmerkmalen in die Kategorien Ein- bis Fünfstern eingeteilt», so Hiltbrand. Regelmässig seien auch Kontrollpersonen des deutschen Verbandes ADAC sowie holländische Camping-Spezialisten in der Schweiz unterwegs, um die Plätze auf ihre Qualität zu prüfen. «Jeder Betreiber weiss das und schneidet sich ins eigene Fleisch, wenn er nichts in diese Richtung un-

ternimmt», so Hiltbrand. Das wichtigste Marketing-Mittel in der Camping-Branche ist die Mund-zu-Mund-Propaganda.

«Die Besucher erzählen ihren Bekannten aus erster Hand von den Erfahrungen auf dem Camping», weiss der Präsident. Qualitäts-Lecks wirken sich da für den einzelnen Platz verheerend aus. **ROW**

HANSPETER HILTBRAND / In den Augen des Präsidenten des Schweizerischen Camping- und Caravaning-Verbands (SCCV) wird das Potenzial von Camping unterschätzt. Seine Gäste tragen auf verschiedene Weise zur Wertschöpfung bei. **INTERVIEW: ROBERT WILDI**

«Wertschöpfung im Camping ist beachtlich»

■ Herr Hiltbrand, wie viele Campingplätze gibt es eigentlich schweizweit?

Insgesamt sind es 400 Plätze, die Touristen aufnehmen. Davon haben wir 385 in unseren Camping-Führer genommen. Diese Plätze bieten die erforderliche Mindestzahl von zehn Plätzen für Ferienreisende.

■ Welche weiteren Campingverbände gibt es in der Schweiz?

Der Verband Schweizerischer Campings (VSC) ist die Vereinigung der Campingplatz-Halter und deckt vor allem die Anbieterseite ab. Allerdings sind viele Campingclubs nicht im VSC, die dafür unserem Verband angeschlossen sind. Daneben existieren diverse kleinere und unabhängige Vereinigungen.

■ Können Sie schon erahnen, wie das Sommergeschäft auf den Schweizer Campings laufen wird?

Das ist schwierig zu beantworten, da die Camper Individualisten sind.

Will heissen, dass sie heute dorthin fahren möchten, morgen aber schon wieder ein neues Ziel anpeilen. Voraussagen sind deshalb fast unmöglich. Natürlich steigt die Zahl der Camper mit dem schönen Wetter. Davon ist unsere Branche auf Gedeih und Verderb abhängig, obschon sich ein echter Camper auch von Regenwetter nicht beirren lässt.

«Wer dieses Jahr keine Lust auf eine Flugreise hat, kauft sich nicht einfach ein neues Camping-Zelt.»

■ Glauben Sie, dass die Campingplätze von der Flugangst und generell Unlust für weite Reisen profitieren können?

Ich denke nicht. Camping ist ein sehr kostspieliges Hobby. Wer dieses Jahr keine Lust auf eine Flugreise hat, kauft sich nicht einfach einen Wohnwagen oder ein neues Zelt. Viele Leute unterschätzen die Kosten. Ein Wohnwagen ist heute für 25 000 Franken und mehr zu haben. Flugreise sind da schon um einiges billiger.

■ Camping ist also nicht die Ferienform für Sparsame?

Absolut nicht. Ein richtiger Camper hat diese Ferienform gewählt, weil sie sein Hobby ist. Und Hobbys kosten bekanntermassen auch Geld. In der Schweiz tauchen auf diversen Camping-Plätzen Wohnwagen im Wert von gegen 100 000 Franken auf. Und diese werden auch von den entsprechenden Autos gezogen.

■ Woher stammen denn die Camper, die in die Schweiz kommen?

Neben den vielen Schweizern sind es vor allem Holländer und Deutsche. Es gibt etliche Plätze, die praktisch



Hanspeter Hiltbrand.

ausschliesslich von den Holländern leben. Im letzten Jahr hatten wir weniger Deutsche. Aufgrund des schlechten Wetters sind viele direkt nach Italien oder Frankreich durchgefahren. Die Schweizer sind oft so genannte Residenten, die ihren Stellplatz übers ganze Jahr behalten. Ihre Mietzahlungen bilden für viele Platzbetreiber die existenzielle Grundlage.

■ Was kann denn ein Campingplatz unternehmen, um für neue Kundensegmente attraktiver zu sein?

Er muss die natürliche Umgebung in sein Ferienangebot miteinbeziehen. Ich rede von geführten Wanderungen, kulturellen Ausflügen aber auch gesellschaftlichen Anlässen auf dem Platzareal. Lagerfeuer-Romantik im Kreis der Camper-Gemeinschaft ist immer eine schöne Sache.

■ Inwiefern kann der Staat etwas für die Camping-Branche tun?

Indem er endlich erkennt, wie viel Potenzial Campingplätze für den Tourismus und die Wirtschaft generell bringen. Vor allem in den Stadtgebieten müsste man viel mehr Stellplätze mit Übernachtungsmöglichkeiten für Wohnwagen-Besitzer bereitstellen. Diese Leute wollen nur eine oder zwei Nächte bleiben, konsumieren dafür aber intensiv. Sie gehen in Restaurants, kaufen ein und bringen der Schweiz eine grosse Wertschöpfung.

RAINER BRÄMER* / Der deutsche Wanderforscher zu den Wandergästen. **INTERVIEW: OLIVER PICHLER**

«Wanderer sind keine Billigurlauber»

■ Gibt es Anzeichen für einen Wanderboom?

In der zweiten Hälfte der 90er Jahre dachten wir, dass ein neues Publikum wandert. Dass es einen Boom gibt, wurde erst in den letzten Jahren klar. Heute sind es 34 Millionen Deutsche, die sich zum Wandern bekennen – etwa 10% mehr als gegen Ende der 90er-Jahre.

Gleichzeitig geben mehr als die Hälfte der von uns befragten Wanderer an, mehr zu wandern als früher. Auch die Verkaufszahlen im Bereich leichter Outdoorbekleidung sowie -ausrüstung deuten massiv nach oben. Und im September gibt es in Düsseldorf eine erste eigene Wandermesse.

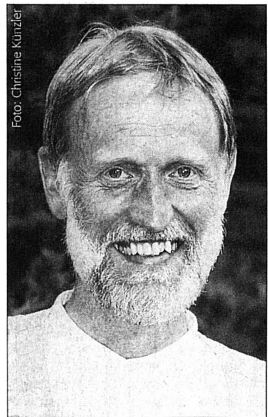
■ Was begünstigt diese Entwicklung?

Es gibt insgesamt in der Freizeit eine Zuwendung zur Natur. Dies hängt damit zusammen, dass der Mensch die aktuelle Beschleunigung und Belastung der Alltagswelt nicht dauerhaft erträgt und regelmässig aussteigen muss. Dieses fast schon zwanghafte Zurück zur Natur nennen Psychologen Regression und meinen damit das Rückbesinnen auf eigentliche menschliche Bedürfnisse, wie sich bewegen und alle Sinne anregen.

Nachweislich erfolgt der intensivste Naturkontakt beim Gehen. Der ständige Wechsel unterschiedlicher Natur-Szenarien, wie er beim Wandern stattfindet, hat eine positive, erfrischende Wirkung und regt vielseitig die Sinne an.

■ Wer sind nun die Wanderer von heute?

Wanderer sind keinesfalls Billigurlauber. Es sind vom Beruf gestresste Menschen mit einem weit überdurch-



Rainer Brämer: «Wander-Gäste sind sehr individualistisch und anspruchsvoll – ein ideales Publikum für die gehobene Hotellerie.»

schnittlichen Bildungsgrad. Vom Einkommen und der Ausgabenfreudigkeit her sind sie ebenfalls deutlich über dem Urlauber-Durchschnitt angesiedelt. Und sie sind sehr individualistisch und anspruchsvoll – ein ideales Publikum für die gehobene Hotellerie, wanderspezifische Qualität vorausgesetzt.

Tendenziell wandern immer mehr Frauen. Sie fühlen sich durch die Naturnähe, die Kommunikationsmöglichkeit beim Wandern und den geringen Leistungsanspruch besonders angezogen.

■ Wie charakterisiert die Marktforschung die Wanderer?

Wanderer sind aktive Wohlfühlgäste, die sich selbst zu 75% als Naturgeniesser einschätzen. Sie bevorzugen zu 80% individuelle Touren und bevorzugen zu 90% die Begleitung des Partners oder von Freunden. Immerhin 60% gehen es eher gemütlich an und starten erst am Vormittag. Sie machen gerne Wanderpausen, speziell um einzukehren (90%), und wollen vor allem danach richtig gut essen (50%). Als Unterkunft wünschen sie sich ein Hotel, einen Gasthof mit familiärer Atmosphäre (90%). All das wissen wir aus den regelmässigen «Profilstudien Wandern» der Universität Marburg.

■ Welche Chancen bringt diese Entwicklung für die Hotellerie?

Dass sich Hotels mit dem Wandertema profilieren können, zeigen die österreichischen Wanderhotels besonders eindrucksvoll. Insgesamt gilt für Hotels, die Wanderer begeistern wollen, nicht nur auf Gruppenwanderungen zu setzen. Vor allem individuelle Tipps für Wanderungen, die dann auf gut beschilderten Wegen führen, sind sehr wichtig. Die neuen Wanderer sind am liebsten auf eigene Faust unterwegs. Insgesamt bietet Wandern eine ausgezeichnete Profilierungschance für Hotels im mittleren und gehobenen Segment.

■ Wohin deutet die Wander-Zukunft?

Die Entwicklung geht ganz klar weiter in Richtung Genusswandern ohne Leistungsanspruch. Noch wichtiger werden sanfte, flache, horizontale Wandermöglichkeiten und Panoramatauren, denn das sportliche Rauf und Runter begeistert nur einen kleinen Teil der Gäste.

Gleichzeitig ist der Massenmarkt Wandern noch nicht systematisch bearbeitet und erschlossen worden. Zentral sind dabei engagierte Qualitätsbemühungen bei der Wegeinfrastruktur und den Beherbergungsbetrieben.

* Rainer Brämer ist Leiter der Forschungsgruppe Wandern an der Philipps-Universität Marburg in Deutschland. braemer@mail.uni-marburg.de

Foto: Swiss-Image



WANDERN JA, ABER MIT GENUSS

Familien mit – auch kleinen – Kindern sind eine neue Gästegruppe, die sich für sanftes Wandern interessiert.

WANDERBOOM / Anbieter im Alpenraum tun gut daran, sich dem veränderten, modern gewordenen Wandermarkt anzupassen. **OLIVER PICHLER**

Genuss-Wandern ist gefragt

Der Massenmarkt Wandern ist massiv im Umbruch. Und die Alpenländer laufen Gefahr, dass ihre Angebote den Wünschen der neuen Wanderer nicht mehr entsprechen. Dies ist umso bedrohlicher, weil Wandern im Alpenraum während der Sommermonate das wichtigste Ferienargument ist.

Viele Menschen frönen heute begeistert dem Hiking, Trekking oder Nordic Walking, sind viel lieber individuell, als in Gruppen unterwegs und streben gar nicht nach schweisstreibenden Gipfelsiegen. «Wir spüren, dass sich neue Gästegruppen für Bergferien und das Wandern interessieren, etwa Familien mit kleineren Kindern», hält Beat Anthamatten vom Hotel Waliserhof in Saas Fee fest. Und Andreas Ludwig vom Hotel Margna in Sils-Baselgia pflichtet dem bei: «Wandern hat das verstaubte Rote-Socken-Knickerbaker-Image verloren und ist ein Trendsport auch für die Jüngeren geworden – welches junge Paar wäre vor zwanzig Jahren wandern gegangen?»

Nur: Viele Angebote, in der Schweiz ebenso wie in Österreich und Bayern, folgen nach wie vor genau den alten Klischees von rot-weiss-karierten Hemden und Filzhüten. Und das, obwohl bekannt ist, in welche Richtung die Entwicklung geht und Wanderinnovationen nicht das grosse Geld kosten.

Wer engagiert ein attraktives Angebot bietet, kann steigendes Gästeinteresse verbuchen, wie etwa Peter Hotz in seinem Hotel Adula in Flims-Waldhaus: «Wir spüren in den letzten Jahren eine zunehmende Tendenz im Bereich Wandern. Dies dürfte auch auf das hervorragende Flims-Wanderwegenetz, für das uns Kollegen aus anderen Regionen beneiden, aber auch auf unsere Höhenlage von 1100 Meter, zurückzuführen sein.»

WANDERN ALS GENUSS ANBIETEN

Wandern nicht als Sport, sondern als genussvolles Entspannen und Naturgeniessen wünschen sich immer mehr Menschen. Gleichzeitig kommt Wandern der mangelnden Fitness vieler Menschen entgegen. «Von den Gästen werden hauptsächlich die lieblichen Wanderungen nachgefragt»,

weiss Laurenz Schmid, Inhaber des Hotels Ermitage Golf in Gstaad-Schönen und des Hotels Beatus in Merligen.

Die Natur hat auf den Menschen zahllose positive Effekte, wirkt beruhigend, ja meditativ entspannend und stressabbauend. «Wandern als Form von Naturgenuss und Wellness passen hervorragend zusammen, denn wir verstehen Wellness nicht nur als passives Geniessen, sondern als aktives Dasein. So gesehen sind Wandern und Wellness sich positiv verstärkende Elemente», beschreibt «Adula»-Chef Peter Hotz seine Strategie. «Wandern gehört untrennbar zu aktivem Wellness-Denken, wie wir es leben, denn es hat eine stark meditative Dimension, die alleine oder auch gemeinsam erlebt werden kann», ist Anthamatten überzeugt.

Mit eigenen Ideen und Überlegungen wird das Wandern zum harmonischen Teil der Wellness-Ferien. Das basiert auf der Erkenntnis, dass zu ganzheitlichen Wellness-Ferien auch bewusste Bewegung in der Natur gehört. Peter Hotz: «Eine interessante neue Komponente, die wir anbieten, ist Wandern und Meditation. Fasten-Wanderwochen mit dem Ziel der Entschlackung und des Gewichtsverlustes bieten wir bereits seit zehn Jahren an.»

Allerdings ist die Grenze zwischen intelligenter Einbeziehung der Natur und seichtem Banal-Marketing fließend. Wer «ein Picknick in den Bergen» oder eine «Sonnenaufgangswanderung» als grosse neue Ideen darstellt, der hat die Grenze mit Sicherheit überschritten.

HETEROGENE ZIELGRUPPE WANDERER

Den Wanderer – klar beschreibbar und kategorisierbar – gibt es nicht. Die Bandbreite reicht vom Berg-Spaziergänger bis zum sportlichen Wanderer an der Grenze zum Bergsteigen. Erfolgsentscheidend für die jeweiligen neuen betrieblichen Wander-Innovationen ist, dass in jedem Betrieb eigenständig klar überlegt wird, welche Typen von Wanderern angesprochen werden sollten. Die Betriebsstruktur und die Möglichkeiten, die die Region bietet, sind dabei wesentliche Kriterien.

Ein bestimmtes Mass an traditionellen Wanderungen wird immer die Grundqualität des Angebotes bleiben. Zu einer dynamischen Weiterentwicklung gehört aber auch, Neues anzubieten. «Wir versuchen neue Ideen zusätzlich zum bestehenden Angebot zu etablieren. Da sind wir noch am Probieren – beispielsweise arbeiten wir mit einem Wildnistrainer», verrät Anthamatten.

Auch Hilfestellungen, Informationen und Tipps, im Idealfall in Kombination mit preisattraktiven Arrangements für Bergbahnen und öffentlichen Verkehr werden immer wichtiger. Denn, so zeigt die Erfahrung von Laurenz Schmid, «es gibt eine grosse Gruppe von Gästen, die individuell auf eigene Faust wandern gehen wollen. Für sie haben wir gutes Kartenmaterial und Wandertipps bereit.» Bei diesen Gästen komme auch die Easy-Access-Card der Region sehr positiv an.

Der internationale Wandermarkt

Auch Deutschland und Österreich rüsten sich für den Wettbewerb um die «Neuen Wanderer». Der Rothaarsteig als «Weg der Sinne» durch das Deutsche Mittelgebirge zwischen dem Sauerland und Hessen ist aktuell das erfolgreichste und innovativste Leit-Wegeprojekt in Deutschland. Der zusätzliche Umsatz von Hotellerie und Gastronomie im Bereich des 220 Kilometer langen Steiges betrug im ersten Jahr 2,5 Millionen Euro, nachweislich erbracht durch Wanderer, die des Rothaarsteiges wegen gekommen waren (www.rothaarsteig.de).

Die vom Österreicher Eckart Mandler initiierten Europa-Wanderhotels sind mittlerweile zu einer beachtlichen Gruppe von 62 Hotels in Österreich (27), Italien (30), der Schweiz (3) und Deutschland (2) herangewachsen und behaupten sich sehr erfolgreich im Markt (www.wanderhotels.com).

Auch die Österreichischen Wanderdörfer als Zusammenschluss von 46 österreichischen Wanderregionen bemühen sich erfolgreich um Gäste (www.wanderdoerfer.at). OP

«Swiss Walking»: Tagung in Flims

«Swiss Walking – das Revival des Wanderns» lautet der Titel eines Projektes, dessen Ziel es ist, Impulse für den schweizerischen Sommertourismus zu liefern. Initiator ist der Luzerner Unternehmensberater Arnold Kappler. «Es ist verrückt, wie wenig das Produkt Wandern in der Schweiz genutzt wird. Wir haben ein grossartig ausgebauten Wanderwegenetz – insgesamt ist die Hardware perfekt», so Kappler. «Das Produkt Wandern wurde aber nicht weiterentwickelt, leider haben wir deshalb die notwendige Software nicht.» Mit dem Produkt «Swiss Walking» will er die Chancen, die das Wandern als touristisches Produkt bietet, für die Schweiz bestmöglich nutzen.

Kappler hat das Projekt zusammen mit Präventivmedizinern, dem Dichter-Institut Zürich, der Universität St. Gallen, einzelnen Pilotdestinationen (etwa Flims Laax Falera) und Schweiz Tourismus in Angriff genommen. 2004 sollte «Swiss Walking» dann auf breiter Basis nationales und internationales Angebots- und Kampagnenthema der Schweiz sein.

Zum Thema gibt es am 22. und 23. August 2003 eine Fach- und Trendtagung in Flims Waldhaus. Nähere Informationen und Anmeldung: «Swiss Walking», Ruth Fluder, Kappler Unternehmensberatung, Halldenstrasse 45/Postfach, CH-6000 Luzern 15, Telefon: 041-4105232, Fax: 041-4105343, E-Mail: ruth.fluder@kappler-consulting.ch OP

Aktion
-10 Rp.
auf Henniez
50cl Glas

Angebot gültig vom
2. bis 30. Juni 2003

Ihre Quelle seit 1905





HOTELLERIESUISSE / Der Verband hält vom 16. bis 18. Juni in Pontresina seine Delegiertenversammlung ab. **SEITE 10**



«EASYDORM» / Genf ist erster Schweizer Kandidat für das neue Hotel-Konzept von «easyJet»-Millionär Stelios Haji-Ioannou. **SEITE 11**

Tourismus Hotellerie

hotel+tourismus revue

RICHARD KÄMPF / Der Verfasser der BAK-Prognosen bezeichnet sich selbst als Optimist. In Bezug auf die Reise-Lethargie in Deutschland sieht er aber trotzdem schwarz. Er empfiehlt, mit All-inclusive-Paketen Anreize zu schaffen. **INTERVIEW: SONJA STALDER**

«Wir sind für deutschen Mittelstand zu teuer»

Herr Kämpf, sind Sie ein Optimist oder ein Pessimist?

Eher ein Optimist. Auch von unserer Geschäftsphilosophie her versuchen wir wenn möglich das Positive zu sehen.

Ihre letzten Halbjahres-Prognosen für den Schweizer Tourismus mussten Sie fortlaufend nach unten korrigieren. Waren Sie zu optimistisch?

sen für den Sommer deutlich nach unten korrigieren mussten.

«Im Moment sind die negativen Prognose-Risiken sicher stärker zu gewichten.»

Muss befürchtet werden, dass Ihre Prognosen, welche den Aufschwung für die nächste Wintersaison voraus-sagen, erneut zu optimistisch sind?

Das ist eine Frage der Prognose-Risiken: Eine weitere Verzögerung der konjunkturellen Erholung stellt sicher ein negatives Prognose-Risiko dar. Auch Sars ist ein noch nicht ausgestandenes Problem. Andererseits könnte die Schweiz dank der günstigen Wechselkursentwicklung in Bezug auf den Euro stärker als von uns erwartet vom Nähe-Effekt profitieren. Insgesamt sind im Moment die negativen Risiken aber sicher stärker zu gewichten als die positiven.

Stichwort Nähe-Effekt: Deutschland, der wichtigste ausländische Quellmarkt, befindet sich gegenwärtig in einer wirtschaftlichen und politischen Krise ...

In der Tat stellt Deutschland im Moment das grosse Problem für den Schweizer Tourismus dar. Auf den Überseemärkten ist ein Nachfragestau vorhanden. Sobald sich die geopolitische Lage verbessert, ist von dort ein markantes Wachstum zu erwarten. Im Gegensatz dazu ist der deutsche Markt sehr lethargisch. Es ist eine grosse Herausforderung, dort wieder mehr Nachfrage zu generieren.

Mit welchen Argumenten könnte der Schweizer Tourismus auf dem deutschen Markt punkten? Österreich-Ferien sind nun mal günstiger.

Es ist eine Tatsache, dass die Schweiz nicht nur mit dem Preis argumentieren kann. Gerade für die deutsche Mittelstands-Familie, die mit dem Auto anreist und alle Leistungen einzeln zahlt, ist die Schweiz im Moment zu teuer. Aus diesem Grund ist es sicher sinnvoll, All-inclusive-Pakete zu schnüren. Damit wird eine preisliche Obergrenze festgelegt, die der Mittelstands-Tourist besser akzeptieren kann. Obwohl die Ferien immer noch teurer sind als in Österreich ...

Wo liegt diese Obergrenze?
Das kann ich so nicht sagen. Schweiz Tourismus verfügt aber über

Foto: zvg



FAMILIEN ZURÜCKGEWINNEN

All-inclusive-Pakete legen eine preisliche Obergrenze fest, die von Mittelstands-Familien besser akzeptiert wird, betont Richard Kämpf.

sehr gute Kenntnisse, was Marktstrukturen und Kaufkraft in den einzelnen Märkten anbelangt. Wichtig ist, dass dieses Wissen bis zum einzelnen Anbieter gelangt.

«Der Wechselkurs ist beim Euro wichtiger als beim US-Dollar.»

Sie haben vorhin den Nachfragestau in den Überseemärkten angesprochen. Könnte der gegenwärtige Dollar-Sinkflug hier nicht einen Strich durch die Rechnung machen?

Nicht unbedingt. Wir gehen im Moment noch davon aus, dass der US-Dollar in der zweiten Jahreshälfte wieder an Wert gewinnen wird. Amerika hat nach wie vor eine überdurchschnittlich dynamische Wirtschaftsentwicklung. Der Aufschwung wird früher einsetzen als in Europa, dadurch werden Anlagen in US-Dollars für Investoren wieder an Attraktivität gewinnen.

Andere Ökonomen gehen allerdings davon aus, dass der Dollar-Sinkflug noch mindestens ein halbes Jahr andauern wird.

Wir werden diese Entwicklung sicher mitverfolgen und laufend analysieren.

Einige Touristiker schätzen den ungünstigen Dollar-Wechselkurs auch als weniger schlimm ein als die anhaltende Flugangst.

Ich teile diese Einschätzung. Der Wechselkurs ist beim Euro deutlich wichtiger als beim US-Dollar. Sicherheitsfragen spielen beim interkontinentalen Reiseverkehr eine viel grössere Rolle. Zudem sind die US-Gäste häufig relativ vermögend.

Sie beobachten sicherlich die Arbeit von Schweiz Tourismus (ST). Setzt die Marketingorganisation aus Ihrer Sicht die richtigen Akzente?

So wie ich es wahrnehme, macht ST eine gute Arbeit. Ihnen sind aber in einem gewissen Mass auch die Hände gebunden: Sie können das Angebot nur indirekt beeinflussen. Wenn ST eine Familienkampagne startet, steht und fällt die Nachhaltigkeit mit der Qualität des touristischen Angebots.

Eine Kampagne suggeriert ein Bild, das mit dem realen Angebot korrespondieren muss. Das Marketing darf nicht bloss Fassade sein. In diesem Bereich liesse sich bestimmt noch mehr machen. Die einzelnen touristischen Organisationen erbringen zwar gute Leistungen, sie integrieren diese aber zu wenig in ein gemeinsames Dienstleistungsbündel.

Welches sind im Moment die grössten Verlierer im Schweizer Tourismus?

Ich muss zwischen der kurz- und mittelfristigen Perspektive unterscheiden: Kurzfristig gehört sicher die Geschäftshotellerie und somit auch die Stadthotellerie zu den grossen Verlierern. Segmentspezifisch ist es die Vier- und Fünf-Sterne-Hotellerie. Mittelfristig wird vor allem das mittlere Segment verlieren. Dieser Bereich kann weder mit den Preisen von unten, noch mit dem Angebot von oben konkurrenzieren.

«Das Marketing darf nicht bloss Fassade sein.»

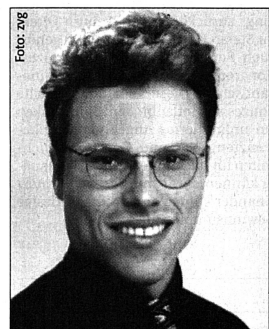
Welchen Ausweg sehen Sie?

Dieses Segment muss sich entweder nach unten oder nach oben anpassen – oder seitherwärts ausseren. Zum Beispiel mit einem Themenhotel. Das wird aber lange nicht allen möglich sein. Hier ist der Bedarf nach Strukturanpassung am grössten.

Ein optimistischer Tipp zum Schluss: Womit liegt der Schweizer Tourismus in seiner jetzigen Situation sicher nicht falsch?

Ich sehe zwei Stossrichtungen: Die Touristiker sollten auf ihren Stammmärkten, insbesondere in Deutschland, über gezielte und zielgruppenspezifische Angebotsbündel nachdenken. Dadurch könnte ein an sich vorhandenes Gästepotenzial wieder abgeholt werden. Zum anderen gilt es, das Feld auf potenziellen Zukunftsmärkten vorzubereiten. Ich denke an China, Indien, aber vor allem auch an Osteuropa. Die EU-Ost-Erweiterung stellt für die Schweiz eine grosse Chance dar. Wir haben dort das Image eines sehr attraktiven Ferienlands.

Richard Kämpf (33) ist Senior Economist bei der BAK Basel Economics in Basel. Er ist unter anderem für den Bereich Tourismus (Benchmarking und Prognosen) verantwortlich.



Richard Kämpf

Hier gilt es zu differenzieren: Letzten Herbst gingen wir noch von einer Stabilisierung der Nachfrage im Verlauf der Sommersaison 2003 aus. Dies vor dem Hintergrund, dass sich die Erholung der Weltwirtschaft und somit auch des Tourismus im Verlauf des Jahres 2003 einstellen würde. Die zusätzlichen Faktoren, wie der Irak-Konflikt und die Sars-Epidemie, haben jedoch dazu geführt, dass wir unsere Prognose

«Unsere Modelle würden hinfällig»

Sowohl bei den Prognosen als auch beim Benchmarking stellen die Logiemärkte für die BAK eine zentrale Grösse dar. Was würde geschehen, wenn das Bundesamt für Statistik die Erhebung der Logiemärkte tatsächlich ab April 2004 einstellen würde (htr 21/2003)? «All unsere Tourismus-Modelle würden hinfällig bzw. müssten von Grund auf neu erarbeitet werden», sagt Richard Kämpf, Senior Economist bei der BAK. Er kann sich jedoch nicht vorstellen, dass dieses Vorhaben ein der angekündigten Radikalität umgesetzt wird. «Als privates Institut können wir aber nur bedingt Einfluss nehmen», so Kämpf. **SS**

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

eco bar
Die beste Adresse
für Minibars
und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise
Ecobar AG
5621 Zuffikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

alba
Berufsbekleidung à la carte
für Hotel und Gastronomie
www.alba-gruppe.ch
info@alba-creation.ch
alba Albin Breitenmoser AG
Zielstrasse 38
CH-9050 Appenzell
Tel. 071 788 91 11
Fax 071 787 46 58

happy YOU
Komplettes Schlaf-
sortiment für Hotels.
happysystems™
I want it, heit es happy-Bett.
happy AG, Fabrikstrasse 7
CH-9201 Gossau SG
Tel. +41 (0) 71 387 44 44

Gemeinsam
HOTELA

SPIELCASINOS / Die kleineren Berg-Casinos mit B-Konzessionen fühlen sich gegenüber den A-Konzessionären benachteiligt. Für Touristen sei das aktuelle Spielangebot zu wenig attraktiv, argumentieren sie. **ROBERT WILDI**

Arosa hat bereits die Konzession deponiert

Das Casino Arosa hat am Montag seine Konzession bis auf weiteres deponieren müssen. Erst wenn mindestens zwei Millionen Franken Eigenkapital zur Verfügung stehen, kann der Betrieb wieder aufgenommen werden. Laut der «Südostschweiz» ist das Geld vorhanden. Neue Investoren seien bereit, 2,75 Millionen Franken in das Casino zu investieren. Casino-Direktor Pasquale Cunti sei damit aber noch nicht zufrieden. Er wolle nun die Gemeinde Arosa, die Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus für eine Beteiligung am Casino gewinnen.

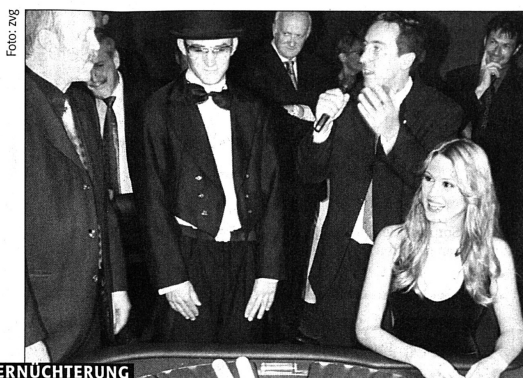
Cunti kann dem neuen Spielbankengesetz nicht viel Gutes abgewinnen. Er fühlt sich durch die strengen Auflagen, die er als B-Konzessionär einhalten muss, benachteiligt. Anders als Spielbanken mit A-Konzessionen in grossen Agglomerationen sei er auf den Tourismus und deshalb die Hochsaison im Winter angewiesen, so der

Direktor. «Es ist nötig, dass wir zumindest für diese Monate den Status von A-Konzessionären erhalten», fordert Cunti.

Für viele Touristen in Arosa ist das aktuelle Spielangebot offenbar zu unattraktiv. Denn die Umsätze sind seit der Einführung des neuen Spielbankengesetzes rückläufig. «Ich komme mir vor wie ein Luxushotel, das aber nur über Einzelzimmer mit Drei-Sterne-Standard verfügt», so Cunti. Mit den gleichen Problemen kämpfen die Casinos in St. Moritz, Zermatt, Crans-Montana und Interlaken. In letzterem scheinen die Probleme so akut, dass sogar jegliche Aussagen zum Geschäftsgang verweigert wurden.

ERFOLGREICHER START IN BADEN UND BERN

Ganz anders tönt es bei Casinos mit A-Konzessionen. In Baden ist man mit



ERNÜCHTERUNG

Bei der Eröffnung im letzten August strahlten die Gesichter im Casino Arosa noch. Inzwischen ist auch in anderen Berg-Casinos die Hoffnung der Ernüchterung gewichen.

dem ersten Halbjahr nach der Eröffnung am 4. Juli 2002 sehr zufrieden. «Wir haben unsere Umsatzziele um 20 Prozent übertroffen», sagt CEO Detlef Brose. 1220 Eintritte hat er bis Ende 2002 gezählt. Für das laufende Jahr rechnet Brose mit einem Umsatz von 100 Millionen Franken. Darin enthalten sind auch Erträge aus Gastronomie und weiteren Dienstleistungen im Casino-Areal. Hier möchte Brose noch ausbauen. «Mein Ziel ist es, dass die Gäste bei uns ein umfassendes Angebot mit kulinarischen Höhepunkten, Disco und weiteren Attraktionen geniessen können», so seine Vorstellung. Gefahr droht Baden von neuer Konkurrenz. Brose kann derzeit noch nicht abschätzen, inwiefern die für den Herbst anberaumte Eröffnung des neuen Casinos in Basel negativ auf die Besucherzahlen in Baden schlagen wird.

Auf Budgetkurs befindet sich auch das Casino in Bern. Die Ziele im ersten Halbjahr wurden erreicht. «In diesem Jahr ist der Kundenzuspruch allerdings zurückgegangen», räumt Direktor Stefan Harra ein. Wie Baden gehört auch Bern zu den sieben A-Konzessionären in der Schweizer Casinolandchaft. Diese vom Bund erteilte Konzession erlaubt den Spielbanken ein unlimitiertes Angebot mit unbegrenzten Setz- und Gewinnmöglichkeiten für die Kunden. A-Konzessionäre können sogar ihre Jackpots untereinander vernetzen und damit riesige Gewinnsummen ausschütten.

Casino-Landschaft Schweiz: Es gibt noch keine transparenten Zahlen

Eine Beurteilung der ganzen Branche fällt ihr derzeit sehr schwer, sagt Jolanda Moser. Die Leiterin der Geschäftsstelle des Schweizer Casino Verbands (SCV) begründet dies mit der Tatsache, dass 15 der heute 17 in Betrieb stehenden Casinos erst in der zweiten Jahreshälfte ihre Tore geöffnet hätten. «Es liegen uns noch keine

Vergleichszahlen vor», so Moser. Der negative Einfluss der wirtschaftlichen Flaute auf die Erträge der Casinos ist somit kaum messbar. Doch die Geschäftsleiterin räumt ein, dass die normalerweise krisenresistente Spielbanken-Branche von der schwindenden Kaufkraft der Konsumenten vermutlich nicht unverschont geblieben

sei. «Von diversen Betrieben in Deutschland haben wir Signale erhalten, dass die Geschäfte schlechter laufen», so Moser.

Die Zahlen im Geschäftsbericht schaffen noch keine Transparenz. Der Bruttospielertrag der im letzten Jahr 16 operativ tätigen Schweizer Spielbanken betrug 227,8 Millionen Franken.

Davon fällt ein guter Drittel auf das erste Halbjahr, in dem lediglich zehn alte rechtliche Kursäle mit provisorischen Konzessionen in Betrieb standen. Ein erster Richtwert für die neue Grösse der Branche liefert das laufende Betriebsjahr. Moser erwartet einen Bruttospielertrag zwischen 500 und 550 Millionen Franken.

ROW

Anzeigen

Pferde-Steak

Nüss, Huft
total ausdresst
Herkunft: Kanada

17⁹⁰
kg



Markerbsen DITZLER

fein
tiefgekühlt
Karton 5 kg

2⁷⁹
kg



12⁹⁵
5 kg

Mascarpone Sterilgarda

4⁵⁵
500 g



33 cl
-69

Toilettenpapier weiss

3-lagig
160 Blatt/Rolle
Pack zu 6 x 10 Rollen

4⁹⁵
10 Rollen

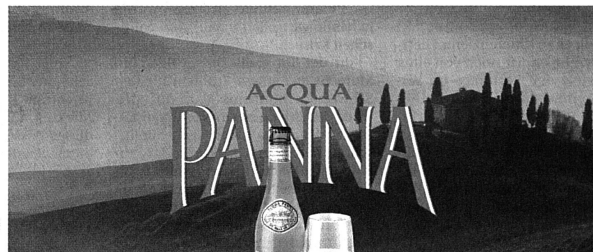


Aktionen gültig vom 10.06. bis 14.06.2003
Alle Angebote exklusive MwSt

Holen bringit's!

prodega CASH+CARRY

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



PASSEND ZU JEDER MAHLZEIT
POUR ACCOMPAGNER CHAQUE REPAS

ACQUA PANNA ist das natürliche, stille Mineralwasser von Sanpellegrino. Das 1300 Hektaren grosse Quellgebiet war einst das bevorzugte Jagdgebiet der Medici, der nachmaligen Florentiner und Toskaner Herzöge. Die Medici liessen die Ursprungsregion Panna 1564 unter Naturschutz stellen und schöpften das Wasser für ihren eigenen Gebrauch. Heute garantiert eine der modernsten Abfüllanlagen Europas für die Reinheit des stillen Wassers von Acqua Panna, die es durch die dreizehnjährige Läuterung im toskanischen Boden erhält.

Acqua Panna ist mit einem sehr tiefen Mineralgehalt von 137 mg pro Liter eines der leichtesten Mineralwasser überhaupt. Es ist natriumarm, was sich positiv auf seinen Geschmack auswirkt: Acqua Panna ist seidig und geschmacksneutral und passt zu jeder Mahlzeit und zu jedem Wein. Durch seine ausgewogene Zusammensetzung unterstützt Acqua Panna die Verdauung, was besonders bei schweren Mahlzeiten willkommen ist.

Die optimale Trinktemperatur beträgt 15° bis 18° C. Erhältlich ist es in den handelsüblichen Grössen von 25-cl-, 50-cl- oder 1-l-Mehrwegflaschen oder als 50-cl- und 1,5-l-PET-Flaschen. Das stille Wasser Acqua Panna ersetzt Limpia von Sanpellegrino.

ACQUA PANNA est l'eau plate et naturelle de Sanpellegrino. Les 1300 hectares de la zone de la source étaient jadis le territoire de chasse préféré des Médicis, la puissante famille florentine qui a régné sur le duché de Toscane. En 1564, les Médicis érigèrent la région d'origine de Panna en réserve naturelle et captèrent l'eau pour leurs propres besoins. Aujourd'hui, une des installations d'emouteillage parmi les plus modernes d'Europe garantit à l'eau plate d'Acqua Panna sa pureté obtenue par 13 ans de décantation dans le sol de Toscane.

Avec une très faible teneur en minéraux de 137 mg par litre, l'Acqua Panna compte parmi les eaux minérales les plus légères qui existent. Elle est pauvre en sodium, ce qui se répercute de façon positive sur son goût: veloutée et de sapidité neutre, l'Acqua Panna accompagne admirablement chaque repas et chaque vin. Par sa composition équilibrée, l'Acqua Panna favorise la digestion, ce qui est particulièrement apprécié lors de repas copieux.

On la sert de préférence à une température comprise entre 15 et 18° C. Elle est vendue en verre consigné de 25 cl, 50 cl et 1 litre, ainsi qu'en bouteilles PET de 50 cl et 1,5 litre. L'eau plate d'Acqua Panna remplace Limpia de Sanpellegrino.

das stille Mineralwasser

SANPELLEGRINO

l'eau minérale sans gaz

EUROPA / Vier Länder werben gemeinsam in Amerika

Sieben Städte spannen zusammen

Als Premiere ist die Kampagne «Seven Stars of Central Europe» angelaufen: erstmals haben sich sieben Tourismusmetropolen aus vier europäischen Ländern bei der Werbung um Gäste aus den USA zusammengetan. Die Bündelung ihrer Kräfte soll Berlin, Budapest, Dresden, München, Prag, Salzburg und Wien einen noch stärkeren Werbe-Impact sichern. Ihr erster gemeinsamer Auftritt war eine Serie von Workshops für Reiseveranstalter in Los Angeles, Chicago und New York.

Gemeinsames Werbemedium ist eine Broschüre, in der sich die Städte von ihrer klassischen Seite präsentieren. Im Juli werden sich die Repräsentanten der «Seven Stars» in Prag treffen, um die nächsten Schritte der ungewöhnlichen Aktion zu besprechen. Zur Diskussion steht eine Ausweitung der Aktivitäten nach Asien, insbesondere nach China.

Direct Mailings ergänzen die Kampagne ebenso wie Veranstaltungen, die im Herbst in New York und Los Angeles über die Bühne gehen werden. Daneben läuft eine Publikumskampagne unter dem Motto «cool capitals», der sich zusätzlich Amsterdam angeschlossen hat. Auf der eigens eingerichteten Website (www.coolcapitals.com) wird über klassische und «coole» Angebote der beteiligten Städte informiert. Mit Firmen ausserhalb der Tourismusbranche, wie zum Beispiel Ketel, Pioneer oder American Express, wurden Partnerschaften eingegangen. Die Kampagne soll bis 2005 laufen. HP

HOTELVERBAND DEUTSCHLAND / Er führt ein eigenes Buchungssystem ein. Der Verband hat dazu eine eigene Gesellschaft, die «Hotel Deutschland GmbH», gegründet. MARIA PÜTZ

Nur fünf Prozent Provision

Der Hotelverband Deutschland (IHA) kündigte auf seiner Jahrestagung in Wiesbaden ein eigenes Buchungssystem an. Unter dem Namen «hotellerie.de» entsteht ein Internetportal, über das der Endverbraucher ab 1. Oktober 2003 Hotelzimmer aller Kategorien online buchen können soll. Parallel dazu wird der Gast künftig über die Telefonauskunft unter der Nummer 11880 und mit Nennung des Stichwortes «Kennwort Hotel» Zimmer buchen können. Der Hotelverband hat dazu eine eigene Gesellschaft, die «Hotel Deutschland GmbH», gegründet. Die Mehrheit darin hält der Verband, weitere Partner sind das Reservierungssystem Worldres und das Startup-Unternehmen CallDomain aus dem Taunus, das unter anderem Ideengeber der neuen Branchenplattform ist.

EINE PLATTFORM FÜR ALLE HOTELS

An der Plattform hotellerie.de sollen sich alle Pensionen, kleinen und grossen, Privat- wie Ketten-Hotels beteiligen können. Sie zahlen, gestaffelt nach Zimmern, einen Jahresbeitrag zwischen 100 und 300 Euro und müssen auf jede Buchung lediglich fünf Prozent Provision zahlen. Bei anderen Hotelvermittlern liegt dieser Satz im Schnitt bei 10 bis 13 Prozent.

Die Plattform hotellerie.de stützt sich auf die Hoteldatenbank von Worldres. Parallel dazu wird eine weitere Datenbank aufgebaut, in der die Neuzugänge unter den Hotels er-

Foto: Gilbert Perrot



BEI ANRUF HOTEL

Unter «Kennwort Hotel» kann sich der Gast über den Auskunftsdienst direkt mit dem Hoteloperator verbinden lassen und so sein Zimmer buchen.

fasst wie auch die Reisebüros umgeschaltet werden. Hotellerie.de hat das Firmenreisegeschäft ebenfalls fest im Visier.

Die telefonische Zimmerbuchung erfolgt über den Auskunftsservice Telegate mit Sitz in Martinsried bei München. Er gibt unter der Nummer 11880

Auskünfte über Telefonnummern oder Adressen, bietet aber auch weitere Dienstleistungen in fünf Sparten an. Zum Beispiel erhält man dort Auskünfte über Wetter, über einen bundesweiten Apothekennotdienst, oder man kann sich auch von Telegate wecken lassen. Schon heute betreffen 40 Prozent aller telefonischen Anfragen ausserhalb der klassischen Telefonauskunft den Reisebereich; allein 30 Prozent entfallen auf die Kategorie Hotels.

DAS KERNGESCHÄFT ZURÜCKERÖFFERN

Der Anrufer, der nun telefonisch ein Hotel buchen möchte, zahlt den regulären Tarif von 1,19 Euro pro Minute. Bei Nennung des Begriffes «Kennwort Hotel» wird er an den zuständigen Hoteloperator weiterverleitet. Die Rechnung über die Anruferkosten stellt Telegate dem Anrufer, die Hotelrechnung erhält dieser wie gewohnt vom Hotel.

Hotellerie.de ist, so Markus Luthé vom Hotelverband Deutschland (IHA), eine Plattform «von Hoteliers für Hoteliers». Es sei an der Zeit, das Kerngeschäft, das momentan noch bei den Mittlern liege, «wieder in die eigenen Hände zu bekommen».

Der IHA ist ein Zusammenschluss von fast 1000 Hotels der gehobenen Kategorien; er bündelt sowohl Ketten- wie auch Privathotels. Mit diesem Projekt sagt er dem grössten deutschen Hotelvermittler, dem Hotel Reservation Services (HRS) in Köln, den Kampf an.

Anzeige

Web-Dienstleister: orange8 interactive ag, Biel

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

Kein KMU ist wie das andere. Unsere Lösungen auch nicht.

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

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

swisscom fixnet

Einfach verbunden.

BASEL / Hotel-Reservation bis Elsass und Baden System am Oberrhein

Baselland Tourismus wird sich ab dem 1. September am neuen, zentralen Internet-Hotel-reservationssystem von Basel Tourismus beteiligen. Diese Zusammenarbeit sei der erste Schritt für gemeinsame Projekte, teilen die Organisationen mit.

In einem nächsten Ausbauschritt sollen auch das Elsass und die badische Nachbarschaft an das Hotelreservationssystem angeschlossen werden, kündigten die beiden Tourismus-Organisationen an. Dieses ist mit der Hotelreservation von Schweiz Tourismus verbunden.

Baselland Tourismus will zudem die Einführung des im Stadtkanton schon lancierten «Mobility Ticket» prüfen. Mit diesem Ausweis könnten auch Baselbieter Hotelgäste die öffentlichen Verkehrsmittel auf dem Kantonsgebiet unentgeltlich benutzen.

KJV

«Schlafsystem» im Energiefeld

Hotel Europa, Champfèr / St. Moritz. Seit dem letzten Winter konnten die Gäste des Hotels in 16 von dessen 220 Betten ein «Schlafsystem» testen. Es besteht aus einer mit Magneten bestückten und mit genoppter Oberfläche versehenen Matratze, einem Kopfkissen sowie einer Decke mit Infrarot-Technologie. Sie sollen den erholsamen Tiefschlaf ermöglichen. «Europa»-Direktor Armin Bützberger: «Seitdem schlafe ich die ganze Nacht tief und fest.»

KJV

PREFERRED – SUMMIT / Gemeinsame Kollektion Globale Meeting-Marke

Nach der – wie es in einer Medienmitteilung heisst – «erfolgreichen Einführung von 'The Conference Collection' in den USA» bringen Preferred Hotels & Resorts und Summit Hotels & Resorts die Marke jetzt auch nach Europa. 47 Preferred- und Summit-Hotels weltweit – darunter vorläufig noch kein schweizerisches – sind unter einer Marke und einem Service-Netzwerk «Conference Collection» zusammengefasst. Laut

Christopher Lovejoy, Marketing Manager von «The Conference Collection», wurde diese Verbindung «aufgrund der hohen Nachfrage nach einer globalen Meetings- und Konferenzmarke gegründet». Nach einer detaillierten Umfrage mit Konferenz-Entscheidungsträgern, Branchenberatern und Konferenzteilnehmern sei ein Anforderungsprofil erstellt worden. KJV

www.theconferencecollection.com

«Source-of-Life»- Wasser aus der Leitung

München. Das Münchner Hotel Prinzessin Elisabeth bietet künftig seinen Gästen einen besonderen, kostenfreien Tropfen an. Ein Regenerator namens «Source of Life» (Lebensquell) versorgt das gesamte Haus der Gruppe Derag Hotel und Living. Das Gerät wird an die Hauptleitung angebracht und liefert für sämtliche Anschlüsse im Haus «ein durch Mineralien, Edelmetalle und Edelsteine gereinigtes Wasser».

KJV

HOTELLERIESUISSE / Die ordentliche Delegiertenversammlung vom 16. bis 18. Juni in Pontresina stellt die wirtschaftliche Lage ins Zentrum. **KARL JOSEF VERDING**

Delegiertenversammlung findet in schwierigem Umfeld statt

Vom 16. bis 18. Juni findet in Pontresina die ordentliche Delegiertenversammlung von hotelleriesuisse mit einem attraktiven Rahmenprogramm statt. Die eigentlichen Verbandsgeschäfte werden an der Delegiertenversammlung vom Vormittag des 17. Juni im Kongresszentrum Rondo behandelt. «Die statutarisch üblichen Traktanden», so hat es der Direktor von hotelleriesuisse, Christoph Juen angekündigt, «werden durch zwei Fragestellungen überlagert sein: Einerseits die unerfreuliche wirtschaftliche Lage mit einem Rückgang an Übernachtungen, der einige unserer Mitglieder in ihrer Existenz zu gefährden droht. Andererseits stehen schwierige und für das Branchen-Image delikate Verhandlungen mit den Gewerkschaften im Zusammenhang mit unserem L-GAV an». Angesagt sei also ein intensiver Dialog, der erfahrungsgemäss von der aktiven Beteiligung der Delegierten getragen sein werde.

RAHMENPROGRAMM IM «FESTSAAL DER ALPEN»

Und was das Rahmenprogramm der Delegiertenversammlung betrifft: «Die DV ist ganz bewusst auch ein festlicher Grossanlass, der neben den

Foto: zvg



KONGRESSZENTRUM RONDO

Hier treffen die Delegierten zur Beratung der Verbandsgeschäfte zusammen.

Delegierten möglichst viele Hoteliers und Freunde der Hotellerie zusammenführen möchte», unterstreicht der Direktor von hotelleriesuisse. Das Get-together im Hotel Walther vom Montagabend wird den Auftakt des festlichen Rahmenprogramms machen, gefolgt vom Gala-Abend im Grand Hotel Kronenhof am Dienstag. Der Mittwoch bietet dann noch

mals Gelegenheit, bei einem Alp-Brunch auf dem Gelände der Schaukäserei Morteratsch nahe der als «Festsaal der Alpen» berühmten Bernina-Berggruppe in lockerer Stimmung zusammenzukommen. «Neben den Delegierten hoffen wir deshalb auf eine grosse Teilnahme von Hoteliers aus allen Landesteilen», betont Juen.

GOLDEN ARCH HOTELS / Rezidor SAS übernimmt Management Neues Budget-Hotel-Modell

Das Management der beiden Golden Arch Hotels am Zürcher Flughafen und im freiburgischen Lully/Estavayer-le-Lac ist am 1. Juni 2003 von der Rezidor SAS Hospitality übernommen worden. Das Zürcher Golden Arch Hotel war im Frühjahr 2001 das weltweit erste Hotel von McDonald's. Die beiden Häuser werden in die Park-Inn-Gruppe von Rezidor SAS integriert und unter dieser Marke weitergeführt. Während den nächsten Monaten werden Rezidor SAS und Urs Hammer, der das Golden-Arch-Konzept entwickelt hat, den Aufbau einer internationalen, im Segment der Budget-Hotels angesiedelten Kette von Golden Arch Hotels prüfen.

Die «innovative Golden-Arch-Formel eines neuartigen Hotelkonzeptes, das vor allem auf die Bedürfnisse mobiler Familien und einer unkompliziert reisenden jüngeren Generation ausgerichtet ist», habe grosses Aufsehen erregt, heisst es in einer Medienmitteilung von Rezidor SAS Hospitality. Allerdings war das ursprüngliche Golden-Arch-Konzept in der ersten Klasse und auch für Geschäftsreisende positioniert worden: Beide Häuser, in Zürich und in Lully, sind als Vier-Sterne-Hotels klassifiziert.

«INTERNATIONALES PREISWERTES MODELL»

Die mit den beiden Prototypen gemachten ersten Erfahrungen – ein zweites Golden Arch Hotel ist seit 2001 in Lully (FR) in Betrieb – haben gemäss Einschätzung von Rezidor SAS Hospi-

talität «das attraktive Potenzial des Golden-Arch-Konzeptes im Bereich des wachstumsstarken Budget-Hotel-Segments bestätigt». Die Rezidor-SAS-Gruppe und Urs Hammer, so heisst es in der Medienmitteilung, «prüfen deshalb ein Geschäftsmodell, mit dem das Konzept international in dieser preiswerten Hotelkategorie realisiert werden könnte».

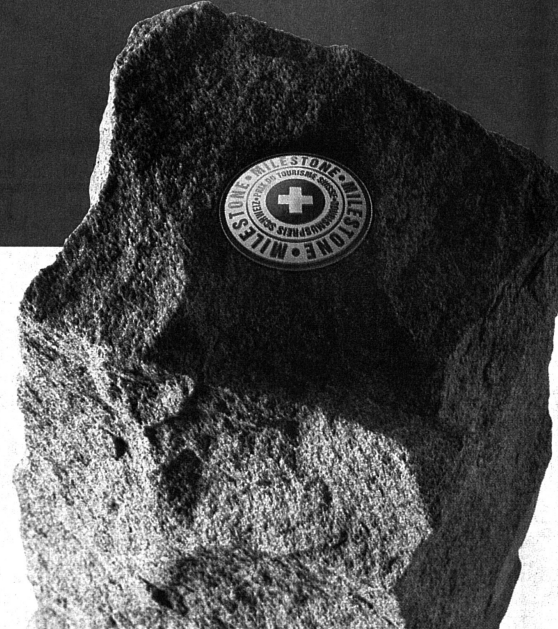
Als ersten Schritt in der Umsetzung dieser Vorwärtsstrategie übernehme Rezidor SAS die Führung der beiden heutigen Golden Arch Hotels in der Schweiz. Die internationale erfolgreiche skandinavische Hotelunternehmung wird die beiden Hotels in ihre Park-Inn-Gruppe integrieren und sie zukünftig unter dieser Marke betreiben und international vermarkten.

«Die Golden Arch Hotels passen hervorragend in unser Park-Inn-Portfolio», sagt Kurt Ritter, Präsident & CEO von Rezidor SAS Hospitality. Sein Interesse an einer internationalen Weiterentwicklung der ursprünglichen Golden-Arch-Marke begründet Ritter mit den Worten: «Damit könnten wir im Segment der Budget-Convenience-Hotels eine enorm starke Position einnehmen.»

«Rezidor SAS mit seinem Know-how in der Führung und Vermarktung von Hotels und seinem globalen Reservationssystem ist das ideale Unternehmen, um die Golden-Arch-Hotellerie weiterzuentwickeln und zu internationalisieren», sagt Urs Hammer, Präsident des Verwaltungsrates der Golden Arch Hotels Suisse SA. KJV

Anzeige

www.htr-milestone.ch



Ihre Erfolgsgeschichte zählt. Bewerben Sie sich jetzt!

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

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

Einsendeschluss: ab sofort bis 31. Juli 2003



s e c o

Staatsekretariat für Wirtschaft
Secretariat d'Etat à l'Economie
Segretariato di Stato dell'economia
Stato Secretariat for Economic Affairs



Erstes Kulturfest im «Laudinella»

St. Moritz. Vom 8. bis 15. Juni findet im Hotel Laudinella das erste internationale Kulturfest «Resonanzen» statt. Graziella Contratto führt durch vier Konzerte, Martin Brinkmann liest aus seinem Buch «Heute gehen alle spazieren» und der einheimische Filmemacher Urs Frey zeigt den Film «Aria». In den fünf neu gebauten Restaurants werden Köstlichkeiten aus verschiedenen Ländern serviert. (www.laudinella.ch). CK

Ausgeglichene Saisonbilanz

Davos. Die Destination schloss mit einer ausgeglichenen Saisonbilanz ab. Die Wintersaison 2002/2003 wurde mit einem leichten Rückgang (um 400 Logiernächte, -0,06%) abgeschlossen. Aus dem deutschen Markt musste Davos ein Minus von 6,6% hinnehmen, dafür legte der Hausmarkt Schweiz um 6,2% zu. Weiter konnten aus den Oststaaten, Frankreich, Österreich, Grossbritannien, den USA und Belgien Zuwächse verzeichnet werden. CK

«Harte Hotel-Schicksale»

Jürg Schmid. Der Direktor von Schweiz Tourismus erwartet einen Umsatzrückgang von 300 Mio. Franken im Sommer und «harte Einzelschicksale». Es werde Hotels geben, die den Sommer nicht überleben, sagte Schmid der «Sonntags-Zeitung». Viele Leute sind laut Schmid unsicher und wollen für ihre Ferien nicht mehr weit reisen. Die ST-Kampagne unter dem Motto «Kurze Reise, lange Ferien» beginne in Deutschland bereits zu greifen. KJV

«BEAU-RIVAGE PALACE» / Erfolgsjahr in Lausanne Gewinn gesteigert

Das Luxushotel «Beau-Rivage Palace» in Lausanne hat letztes Jahr Umsatz und Ertrag gesteigert. Der Umsatz stieg von 44,7 Mio. Franken im Vorjahr auf 52,4 Mio. Franken, während das Betriebsergebnis von 12,5 Mio. auf 15 Mio. Franken zulegte. Wie das Hotel-Unternehmen weiter verbesserte, nahm der Reingewinn von 790 000 Franken auf 2,06 Mio. Franken zu. «Unser Erfolg ist nicht ein Zufallsresultat. Wir führen ihn auf unsere Investi-

onspolitik sowie auf die straffe Verwaltung zurück», wird Verwaltungsratspräsident François Carrard im Communiqué zitiert. Für das laufende Jahr spricht Carrard von einem «vorsichtigen Optimismus». Er gibt sich aber überzeugt, die Rentabilität des Unternehmens weiter verbessern zu können. Eine der wichtigsten Herausforderungen im Jahr 2003 sei der Abschluss der Integration des Hotels «Angleterre & Résidence». KJV

Ende der Ökosteuern für Hotelgäste

Mallorca. Die Ökosteuern für Touristen auf Mallorca und den anderen Balearen-Inseln wird wieder abgeschafft. Die Abgabe von einem Euro pro Tag und Gast werde zurückgenommen, erklärte der Präsident der Regionalregierung, Jaume Matas. Ziel sei es, «die Reisesaison zu retten». Mallorca, einst Lieblingsziel vieler Deutscher und Briten, leidet unter einem massiven Besucherrückgang. KJV

LOW-BUDGET-HOTELS / Der Gründer von «easyJet», Stelios Haji-Ioannou, testet ein Hotel-Konzept. Es sieht ein rigoroses Yield-Management und «Outsourcing» des Service an die Gäste vor. KARL JOSEF VERDING

«easyDorm»: Gäste putzen selber

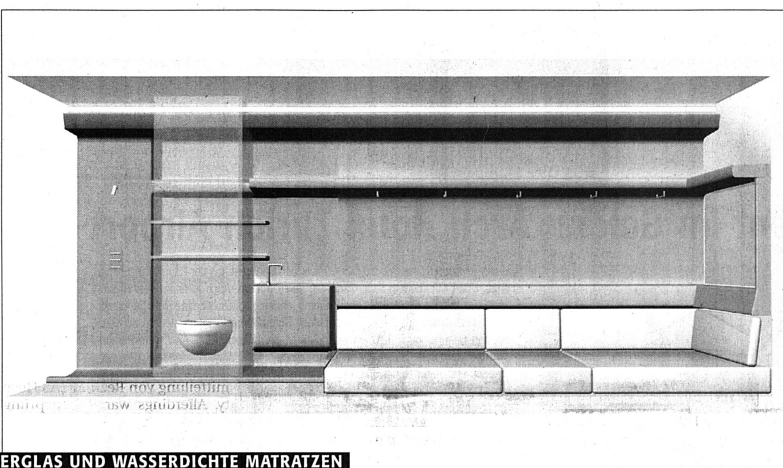
Der «easyJet»-Gründer Stelios Haji-Ioannou, Präsident der «easyGroup» mit diversen Low-Budget-Brands vom Mietauto bis zum Kinobesuch, will seine nächste Low-Budget-Attacke auf dem Gebiet der Hotellerie führen. «Mein Kick», sagt er dazu, «ist es, mit einem Konzept bei Null anzufangen, auf einem leeren Blatt Papier. Auf dieser Basis bin ich am besten.» Haji-Ioannou arbeitet an einem Beherbergungskonzept mit bisher ungekannten Angeboten und Gebühren: Sein Übernachtungspreis in Central London beginnt mit 5 Pfund Sterling (Fr. 10.60) pro Zimmer bei rechtzeitiger Buchung dieses Preises; angepasst an die Nachfrage und den Zeitpunkt der Buchung wird er teurer. Der Breakeven-Point (die Gewinnschwelle) des Konzepts liegt bei einem Durchschnittspreis von 20 Pfund Sterling (Fr. 42.40). Das ist wesentlich billiger als die bisher billigsten Hotelübernachtungen in Central London, deren Preis bei etwa 35 Pfund Sterling liegt (Fr. 74.20).

Der «easyDorm»-Gast kauft die Bettwäsche im Hotel oder bringt sie selber mit. Er ist für die Reinigung des aus Fiberglas mit abgerundeten Ecken konstruierten Zimmers am Ende seines Aufenthalts verantwortlich – oder er zahlt 20 Pfund Sterling mehr.

EXTRAS ZAHLT DER GAST ODER BRINGT SIE MIT

Der Sohn eines griechischen Schiffreeders und Multimillionär Stelios Haji-Ioannou lässt das «easyDorm»-Konzept in kleinen, gegenwärtig für Tests ausgewählten Hotels in Central London ausarbeiten. Er wendet wieder das an, was er generell über seine «easy»-Marken sagt: «The easy brand is all about outsourcing to the customer – if you want extras, you will have to supply them or pay for them.»

Illustration: zvg



FIBERGLAS UND WASSERDICHTHE MATRATZEN

Das vom New Yorker Architekten Joel Sanders entworfene «easyDorm»-Zimmer, mit (v.l.n.r.) Dusche, WC, Waschbecken, und einem Fiberglas-Element als Ablage zwischen zwei breiten Matratzen im japanischen Tatami-Stil.

(Alle «easy»-Marken gründen auf der Auslagerung von Leistungen auf die Seite des Kunden – wer Extras will, der muss sie selber mitbringen oder dafür zahlen.)

Der offizielle Marktauftritt von «easyDorm» ist für 2004 geplant. Wie jede Gesellschaft der easyGroup wird auch «easyDorm» einen eigenen Auftritt am Aktienmarkt haben. Sobald diese Aktiengesellschaft lanciert ist, wird sie von ihrem eigenen Aufsichtsrat kontrolliert, der die Aktionäre repräsentiert – so wie es auch bei der von Haji-Ioannou gegründeten Fluggesellschaft «easyJet» unterdessen der Fall ist.

Gemäss der Ankündigung von James Rothnie, Director of Corporate

Affairs der easyGroup, gegenüber der htr wäre Genf die erste Schweizer Location für ein «easyDorm», weil es «die am meisten internationale Schweizer Stadt» sei. Man darf hinzufügen, dass Genf auch die Stadt ist, wo «easyJet» mehr als eine halbe Million von Fluggpassagieren pro Jahr erreicht hat. Die Swiss versuchte dies mit der Namens-Anlehnung eines Billigflug-Angebotes zu kontern (siehe Kasten).

Die Preise werden gemäss Rothnie wahrscheinlich pro Zimmer gelten – «wir werden allerdings Gesundheits- und Sicherheits-Bestimmungen mit Bezug auf die Zahl der Personen beachten müssen, die ein Zimmer teilen». Über die obere Preislimite wurde laut Rothnie noch nicht ent-

schieden, «aber die Preisbestimmung wird immer nachfrageabhängig sein».

Telefon-Bücher zahlen einen «Premium-Preis»; «die billigste Buchungsart», so Rothnie, «wird immer diejenige über www.easyDorm.com sein». Wird es eine Réception geben, und für wie viele Stunden pro Tag? «Es wird im «easyDorm» einen «resident manager» geben, aber die Details sind noch nicht definiert», antwortet Rothnie. Das Gleiche gelte für die Zahl der Mitarbeiter pro Betrieb.

ZIMMER-KONZEPT VOM TREND-ARCHITEKTEN

Die «easyDorm»-Zimmer werden mit vorgefertigten Fiberglas-Elementen für Wände, Dusche, WC und Waschtisch ausgekleidet und für das Schlafen mit wasserdichten Matratzen im japanischen Tatami-Stil ausgelegt. Der Entwurf stammt vom New Yorker Architekten Joel Sanders. Sein Hotel-Design für andere Auftraggeber wurde mit dem Einbezug in die Ausstellung «New Hotels for Global Nomads» des «Cooper-Hewitt National Design Museum» in New York gewürdigt, die vom Oktober 2002 bis März 2003 gezeigt wurde (Website: <http://ndm.si.edu/EXHIBITIONS>, dort «Past Exhibitions».)

«PARADIGMA-WECHSEL IN DER BEHERBERGUNG»

Besseren Gewinn als die Konkurrenz will der Low-Budget-Strategie Haji-Ioannou machen, indem er das «Outsourcing» der Service- und Reinigungsleistungen an die Gäste zum Zentrum des Konzepts macht. «easyDorm», sagt Haji-Ioannou, «bedeutet einen Paradigma-Wechsel im Beherbergungs-Sektor. Indem wir die Gäste veranlassen, die Zimmer zu säubern, minimieren wir die Housekeeping-Kosten.»

KURZ UND BÜNDIG

Event-Tickets zu Hause drucken.

Eine neue Option für Event-Veranstalter: Ihre Kunden können über das neue Portal Ticketfactory.ch Tickets online buchen und direkt bei sich zu Hause drucken. Die Basis dazu bildet die von der ETH Lausanne entwickelte und mit dem Swiss Technology Award ausgezeichnete Software Secutix. KJV

Reklame

KLAFS

Die Wellnessspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Planung

Sauna / Sanarium



Dampfbad

Whirlpool



Thermen

Eisgrotten

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

Name

Vorname

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

KLAFS

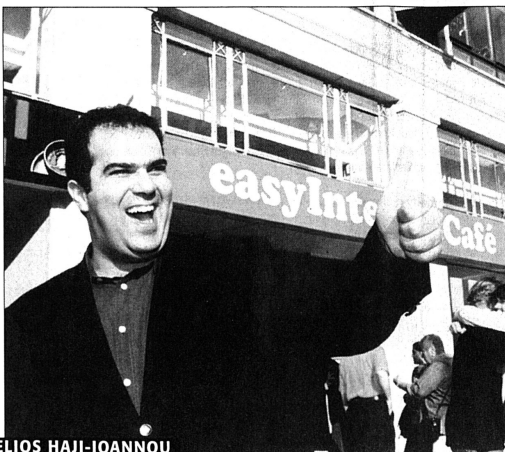
Klaf's Saunabau AG
Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar
Telefon 041 760 22 42, Telefax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch

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

Swiss verlor «Easy»

Nähere Bekanntheit mit der rigorosen Markenschutz-Strategie der «easyGroup» hat Anfang dieses Jahres die Swiss gemacht. «Das ist unsere Antwort auf die Aktivitäten von «easyJet» im Westschweizer Markt», so erläuterte Swiss-Sprecher Jean-Claude Donzel die am 15. Januar 2003 ab Genf lancierten «Swiss Easy Savers». Stelios Haji-Ioannou, der Präsident, CEO und Mehrheitsaktionär der easyGroup, drohte gemäss einem Bericht in der Wochenzeitung «Cash» im Februar mit gerichtlichen Schritten, weil die Swiss ihr Genfer Billigflug-Angebot mit dem «Easy»-Namen versah. Die Drohung genügt. Das Angebot hiess danach «Swiss Europe Savers». «easyJet» hatte der Jahresbilanz des Genfer Flughafens 500 000 neue Passagiere zugeführt. Die Billig-Airline verbindet Genf mit acht europäischen Flug-Destinationen. Sie machte im Jahr 2002 insgesamt 860 Mio. Euro Umsatz (1,3 Mrd. Franken), eine Steigerung gegenüber 2001 von 55 Prozent. KJV

Foto: vvg



STELIOS HAJI-IOANNOU

1995 gründete der Sohn eines griechischen Tanker-Reeders die Fluggesellschaft «easyJet», 1999 lancierte er die Café-Kette «easyEverything», die unterdessen in «easyInternetCafé» umbenannt wurde. Jetzt arbeitet er am Konzept «easyDorm».

LUGANO/ Um in Krisenzeiten «den Konsum wieder anzutreiben», druckt der Tessiner Hotelier-Präsident Corrado Kneschaurek Geld. Ein Belegexemplar wurde an die Nationalbank geschickt. **KARL JOSEF VERDING**

Hotelier-Präsident druckt Geld

Corrado Kneschaurek, Präsident der Tessiner Hoteliers, wurde Anfang dieser Woche von der Tessiner «Tageschau»-Regionalredaktion gefragt, wie die Hotellerie auf das schwierige wirtschaftliche Umfeld reagiere. Seine erste – schmunzelnde – Antwort lautete: «Ich drucke Geld.» Die Noten im Wert von 10 Franken wurden zuerst Mitte Mai an zwei Tagen der offenen Tür von Kneschaureks Luganeser Hotel Du Lac in Umlauf gebracht: einlösbar ist ein Geldschein pro Person für Übernachtung, Essen, Sport oder Schwimmbad im Hotel Du Lac. Kneschaurek amtierte auf dem Geldschein nur als Vize, seine Frau Cristina als Notenbank-Präsidentin, «da die Frau für die Finanzen zuständig ist».



EIGENFINANZIERUNG TREIBT BLÜTEN DL 03 Cristina und Corrado Kneschaurek als Präsidentin und Vizepräsident der «Du-Lac»-Notenbank.

Anzeige

SULCUS
HOSPITALITY (SCHWEIZ) AG

Infotainment im Golden Arch Hotel Zurich Airport



Höchste Funktionalität für die Benutzer und den Betrieb und die Konsequenz Ausrichtung auf die hohen Ansprüche einer modernen Klientel – dieses Pflichtenheft stand im Mittelpunkt bei der Konzeption des Golden Arch Hotels Zurich Airport. Unter dem zunehmend bekannten Begriff Infotainment sollte den Gästen die modernste Informationstechnologie für Information und Unterhaltung zur Verfügung stehen.



Das Informationszeitalter hat den Gebrauch von elektronischen Datenverarbeitungs- und Kommunikationsgeräten zur Selbstverständlichkeit werden lassen. Laptops, Handys, mobile Datenspeicher und die damit zugänglichen Systeme wie E-Mail und Internet gehören heute zur Standardausrüstung von Geschäfts- und mehr und mehr auch von Privatreisenden. Mit dem Anspruch, den Gästen in diesem Bereich eine optimale Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, fiel die Wahl bei der Konzeption des Hotels nach einer umfassenden Evaluation auf die Produkte der Firma OTRUM, die seit kürzerer Zeit in der Schweiz durch das Unternehmen Sulcus Hospitality (Schweiz) AG vertreten wird. Ausschlaggebend für den Entscheid war nicht in erster Linie der Preis sondern die Funktionalität, die Ausgereiftheit und die angebotenen Dienstleistungen.

Die im Golden Arch Hotel installierte IT-Lösung entspricht dem höchsten Stand der aktuellen Technik, wobei die Vollversion zusätzlich mit kundenspezifischen Anpassungen ergänzt wurde. Neben den universellen Anschlussmöglichkeiten für tragbare Personal Computer stehen den Gästen in allen Zimmern ein Fernseher/Monitor mit einer Infrarot-Tastatur zur Verfügung. Die dadurch zugänglichen Informationen und Unterhaltungsmöglichkeiten sind umfassend: Abrufen von sämtlichen Informationen über das Hotel und dessen Dienstleistungen, Empfang von persönlichen Nachrichten, Pay-TV, Spiele, Kontrolle des aufgelaufenen Rechnungsbetrages, Zugang zu Internet und persönlichem E-Mail, Unterhaltungsangebote in der näheren Umgebung und vieles mehr. Die Erfahrungen mit dem System haben gezeigt, dass das Angebot von den Gästen mit grosser Begeisterung genutzt wird. Attraktiv ist auch die kundenfreundliche Tagespauschale für die externen Kommunikationsdienste von zehn Franken pro Tag, unabhängig von der Nutzungsdauer und der übermittelten Datenmenge.

Aber auch für den Hotelbetrieb bieten sich zahlreiche Vorteile. Anstelle von abgenutzten und überholten Papierunterlagen kann der Gast mit stets aktuellen Informationen

versorgt werden. Dies und die Möglichkeit, den Servicestatus der Räume einzusehen, erspart den Mitarbeitern viele Gänge zu den Zimmern. Auch in finanzieller Hinsicht kann sich die Investition in solche Systeme lohnen, schliesslich sind sie eine attraktive Werbepattform für angebotsbegleitende Unternehmen. Zudem steuern die Gäste mit den Benutzungspauschalen einen Teil an die Unkosten bei. Auch vom Personal sind die Vorteile der neuen Infrastruktur rasch erkannt und genutzt worden. Bereits nach einer kurzen Einführung wurde der Umgang mit dem System zur täglichen Routine.

Um seinen Führungsanspruch bezüglich der modernen Infrastruktur zu unterstreichen, wurde die OTRUM-Lösung in die Sulcus WinnLodge Enterprise Solution integriert. Mit WinnLodge werden die Bereiche Front Office, Back Office, Bankettverwaltung, Sales und Marketing, Housekeeping, Gruppen- und Karteverwaltung abgedeckt. Alle Anwendungen greifen auf eine zentrale Datenbank auf der Basis von Sybase SQL zu, was den Aufwand für die Datenverwaltung massiv reduziert. Das System wird durch hoteleigenes Personal gepflegt, die periodischen Unterhaltsarbeiten sowie Updates und Upgrades werden durch Sulcus sicher gestellt, wodurch die gesamten externen Leistungen aus einer Hand bezogen werden können.

Golden Arch Hotel Zurich Airport

Das im Jahre 2001 gebaute Hotel liegt direkt am Flughafen und verfügt über 211 modern und komfortabel ausgestattete Zimmer mit insgesamt 406 Betten, die elektrisch bis zur Sitzposition verstellbar sind. Die Räume sind grosszügig konzipiert, hell und mit angenehmen Farbönen ausgestattet, die Einrichtung bietet höchste Funktionalität. Die komplette Ausstattung umfasst Restaurant, Bar, diverse Sitzungszimmer, Fitnessraum und Businesscorner. Golden Arch Hotel Zurich Airport, Flughafenstrasse 75, 8153 Rümlang Tel. +41 01 828 86 86, info@goldenarchhotel.ch, www.goldenarchhotel.ch



Markus Conzelmann, Hotel Manager

«Nach einer kurzen Einführung hat sich das System bestens bewährt. Die Gäste wie auch die Mitarbeiter möchten den zusätzlichen Komfort nicht mehr missen. Die Zuverlässigkeit und Wartung des Systems übertrifft unsere Erwartungen bei weitem.»

OTRUM

Das in Oslo ansässige Unternehmen ist europäischer Marktführer im Bereich der digitalen interaktiven Hotel-TV-Kommunikations-Systemen. Das modular konzipierte Kommunikationssystem basiert auf neuester Technik und deckt höchste Anforderungen ab. In der 15-jährigen Firmengeschichte wurden über 400'000 Hotelzimmer ausgestattet, zu den Kunden des Unternehmens gehören namhafte Hotelketten und Kreuzfahrtgesellschaften. Die Systeme von OTRUM lassen sich auf einfache Weise in die Sulcus WinnLodge Enterprise Solution integrieren und bieten als Verbund weitere Vorteile.

Sulcus Hospitality (Schweiz) AG

Sulcus Hospitality (Schweiz) AG ist einer der führenden Anbieter von zukunftsgerichteten Informatiklösungen für die Hotellerie und Gastronomie in der Schweiz. Software und Dienstleistungen sind so konzipiert, dass sie praxisorientiert auf die Anforderungen und Bedürfnisse der unterschiedlichsten Betriebe abgestimmt werden können. Ob als Gesamtlösung oder integrierte Teillösung – Wirtschaftlichkeit und Zuverlässigkeit sind überdurchschnittlich.

Sulcus Hospitality (Schweiz) AG, Bleigasse 11a, 6340 Baar Tel. +41 41 766 68 68, www.sulcusag.ch, welcome@sulcusag

Bleigasse 11a
CH-6340 Baar
Telefon +41 41 766 68 68
Fax +41 41 766 68 69
sales@sulcusag.ch
www.sulcusag.ch

Committed to Excellence in Hospitality

RELAIS DU SILENCE / GV verabschiedete Marketing-Programm 2003/2004

Mitglieder-Workshop für das Marketing

Die Generalversammlung der Hotelkooperation Relais du Silence in Brütisellen bestätigte die im Jahr 2002 eingeschlagene Kooperations- und Marketing-Strategie. Zwei neue Hotels sind Anwärter auf die Mitgliedschaft.

Die Generalversammlung wurde von 70 Prozent der Mitglieder-Hotels aktiv besucht. Anlässlich eines Tages-Workshops stellte der Leiter der Marketing-Zentrale der Relais du Silence, Lorenz A. Aries von der optimas AG in Brütisellen, die Resultate des vergangenen Geschäftsjahres dar. «Nach intensiven Diskussionen und aktivem Mitarbeiten», wie die Medienmitteilung vermerkt, wurde das Marketing-Programm 2003/2004 verabschiedet.

MARKETING SETZT AUF PARTNERSCHAFTEN

Auch für das nächste Jahr bilden Partnerschaften das Rückgrat des Marketing-Programmes. So werde auch in diesem Jahr die Zusammenarbeit mit der Bonus-Card «intensiv weitergeführt». Neue Partnerschaften auf neuen Wegen werden mit Mineral- und Weinhandlern begonnen. Mit Etiketten-Marketing wird die Marke von Relais du Silence auf mehr als einer Million Mineralwasserflaschen und über 60 000 Weinflaschen den Konsumenten nahe gebracht.

WIEDERWAHL DER VORSTANDSMITGLIEDER

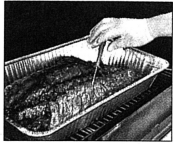
Als Präsident der Hotelkooperation Relais du Silence wurde Patrick Zettler vom Hotel Schloss Ragaz für eine weitere Amtszeit bestätigt. Die anderen Vorstandsmitglieder sind Peter Kuhn vom Hotel Edelweiss, Engelberg (Finanzen), Lukas Kalbermatten vom Hotel Edelweiss, Blatten (Hotel-Koordination), und Jan Mol vom Hotel Mille Etoiles, Les Marécottes (Internationaler Delegierter). **KJV**

BAD RAGAZ / Abwicklung von Zusatzleistungen

Reservation für Spa und Sport

Die Grand Hotels Quellenhof und Hof Ragaz in Bad Ragaz haben sich kürzlich für die Spa&Sport-Software «Reservation Assistant» entschieden. Entwickler ist der österreichische Software-Produzent TAC – The Assistant Company. Die Software antwortet auf die wachsende Bedeutung von hochwertigen Zusatzleistungen – von Wellness über Beauty bis Sport – in der gehobenen Hotellerie. Diese Zusatzleistungen sollen möglichst gästeorientiert und effizient abgewickelt werden. Markus Müller, Rooms-Division-Manager der Grand Hotels Bad Ragaz, äussert sich zu der Akquisition: «Um eine objektive Entscheidung zu treffen, haben wir uns zu einer Ausschreibung entschieden. Die Integration mit der PMS-Lösung von Hogatec hat uns die Entscheidung für den Reservation Assistant leicht gemacht.» Müller ergänzt: «Wir haben uns mehrere Anbieter angesehen. Aber nur beim Reservation Assistant hatten wir das Gefühl, dass es sich nicht um ein Verwaltungsprogramm handelt. Jede seiner Funktionen zeigt die Absicht, den Gäste- und Unternehmensnutzen zu erhöhen. Wir waren verblüfft, wie viele gute Ideen alleine für den Gästeservice in dieser Software versammelt sind. Genau darum geht es uns.» **KJV**

www.reservationassistant.com



FLEISCH / Das Niedertemperatur-Garen bringt diverse Vorteile: Das Fleisch wird zarter und verliert weniger Saft. **SEITE 15**



SEMINARTECHNIK / Das digitale Zeitalter hat in Seminarräumlichkeiten Einzug gehalten. Kauf oder Miete? Einige Beispiele. **SEITE 16**

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

BON APPÉTIT GROUP / Abholgrosshandel im Fokus

1 Milliarde Franken im Jahr 2005

Die Bon appétit Group will das Wachstum ihrer Gastro-Division weiter vorantreiben. Die Umsätze des Abholgrosshandels sollen bis im Jahre 2005 um 20 Prozent auf 1 Mrd. Franken anwachsen, wie am Journalistentag vom vergangenen Montag erklärt wurde. Die Anzahl Verkaufspunkte (Prodega und Growa) will Bon appétit von 19 auf 26 erhöhen. Dabei würden in der Expansionsphase 2003-2006 die neuen Growa-Standorte prioritär realisiert, wie Hans-Peter Gilgen, Direktor Prodega Cash&Carry, erklärte.

RESTRUKTURISIERUNG VON HOWEG

Mit der im Belieferungsgrosshandel tätigen Howeg hat Bon appétit bekanntlich Rentabilitätsprobleme. Ziel ist es, durch Reorganisation und Restrukturierung in die Gewinnzone zurückzukehren. Diese sei so weit fortgeschritten, «dass positive Auswirkungen spürbar sind», wie Unternehmenssprecher René Kalt erläuterte. Das «Licht am Horizont» sei sichtbar.

Die Zusammenarbeit von Howeg und der französischen Aldis Service Plus (ASP) soll intensiviert werden. ASP ist ein 50:50-Joint-Venture mit Metro und in Frankreich mit 900 Mio. Franken Marktführer in der Gastronomiebelieferung. In Frankreich soll im laufenden Jahr erstmals Gewinn erwirtschaftet werden.

Im ersten Quartal 2003 ging der Umsatz der Gastro-Division der Bon appétit Group um 5,3 Prozent zurück. Bon appétit führt dies auf das verschobene Ostergeschäft zurück. **DST**

KURZ UND BÜNDIG

Henniez mit guten Geschäftszahlen. Die Henniez-Gruppe steigerte den konsolidierten Umsatz im Geschäftsjahr 2002 um 6,2 Prozent auf 184,4 Mio. Franken. Das Betriebsergebnis (EBIT) konnte um 25,4 Prozent verbessert werden. Der Nettogewinn der Gruppe wird mit 5,7 Mio. Franken (+26,7%) ausgewiesen. Es soll eine unveränderte Dividende von 55 Franken je Aktie ausgeschüttet werden. Das Mutterhaus, die Sources Minérales Henniez SA, steigerte die Verkäufe im Berichtsjahr um 5,2 Prozent auf 156,1 Mio. Franken. Der ausgewiesene Nettogewinn nahm um 4,8 Prozent auf 2,6 Mio. Franken zu. **DST**

Rauchverbot ohne Einfluss auf Rentabilität. Rauchfreie Restaurants sind nach Ansicht der Lungenglia des Kantons Zürich erstens ein Bedürfnis und zweitens gleich rentabel wie andere Gastrobetriebe. Die Organisation stützt sich dabei auf eine Studie über die Basler Kaffee-Bar «fumar non fumare», durchgeführt durch zwei Forscher der ETH Zürich und der Uni Basel. Das Lokal weist zwei gleich grosse Räume auf, die bezüglich Angebot, Preise und Einrichtung nahezu identisch sind. In einen ist Rauchen erlaubt, im anderen nicht. Laut der Studie ist der Umsatz pro Person in beiden Teilen etwa gleich hoch. Die Gesamtumsätze sind im Nichtraucher-Teil aber leicht höher und die Besucherzahlen liegen rund 10 Prozent über demjenigen des Raucher-Bereichs. **DST/lda**

BRITA AG / Der Wasserfilter-Hersteller will im laufenden Jahr laut Geschäftsführer Werner Krähenbühl den Umsatz nochmals um 10 Prozent steigern – ohne die Preise zu erhöhen. **INTERVIEW: DANIEL STAMPFIL**

«Wir gewinnen mehr Marktanteile»

Das Jahr 2003 wurde von der UNO zum Jahr des Wassers erklärt. Ist dies für die Branche der Wasserfilterhersteller bzw. -anbieter von besonderer Bedeutung?

Dies ist sicher lobenswert, aber für uns in der Schweiz ist das relativ unbedeutend. Wir produzieren und verkaufen unsere Wasserfilter im gleichen Rahmen wie schon zuvor.

Aber dass die Konsumenten heuer bezüglich Wasser sensibilisiert wären und somit die Nachfrage nach Wasserfiltern gestiegen wäre...

Schön wäre es, aber wir stellen effektiv keinen Zusammenhang fest. Es ist denkbar, dass Asien dadurch einen Input erhält. Für die Haushalte in Asien stellen wir neu einen Aktivkohle-Filter her, mit welchem verunreinigtes Wasser trinkbar gemacht werden kann. Wir glauben, dass Asien ein grosser Markt für unsere Produkte ist.

«Wir glauben, dass Asien ein grosser Markt für unsere Produkte ist.»

In der Schweiz haben wir sauberes Trinkwasser. Somit brauchen wir doch keine Wasserfilter.

Wir haben tatsächlich gutes Trinkwasser. Es ist jedoch relativ stark kalkhaltig. Mit unseren Produkten wird dieser herausfiltriert. Somit werden zum Beispiel die automatischen Kaffeemaschinen, von denen in der Schweiz sehr viele im Einsatz stehen, vor Störungen aufgrund des Kalkes geschützt. Dies wiederum führt dazu, dass die Serviceleistungen und deren Kosten auf ein Minimum reduziert werden können. Ebenso wird aber mit sauber aufbereitetem Wasser auch das Aroma des Kaffees verbessert.

Handelt es sich dabei nicht eher um ein künstlich geschaffenes Bedürfnis?

Nein. Dass das Trinkwasser in der Schweiz kalkhaltig ist, ist unbestritten. Daneben gibt es auch so genannte Weichwasser-Gebiete mit Oberflächen-Seewasser, zum Beispiel in der Westschweiz. Der Gastronomie bieten wir Produkte an, mit welchen dem Wasser Härte zugeführt wird. Denn eine gewisse Härte braucht das Wasser, damit der Kaffee gut schmeckt.

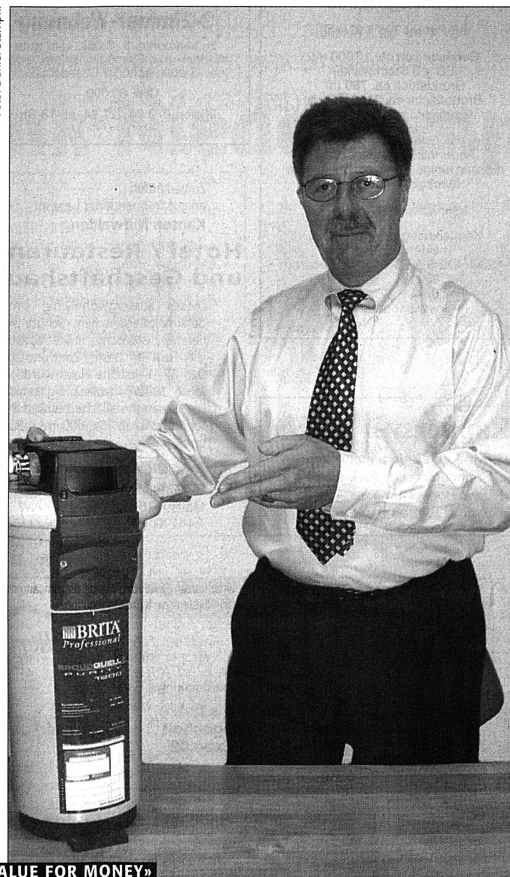
In welchen Gebieten der Schweiz ist es am sinnvollsten, Wasserfilter einzusetzen?

Seit 15 Jahren in der Schweiz

Dieses Jahr feiert die Brita Wasserfilter AG in Neudorf bei Luzern ihr 15-jähriges Bestehen. Sie lädt deshalb alle Interessierten am Samstag, 14. Juni 2003 zu einem Tag der offenen Tür ein.

Die Brita Wasserfilter AG ist eine Tochtergesellschaft der deutschen Brita GmbH mit Sitz in Taunusstein bei Wiesbaden, welche wiederum 1966 durch Heinz Hankammer gegründet wurde und heute 750 Mitarbeiter be-

Foto: Daniel Stampfli



«VALUE FOR MONEY»

Brita-Geschäftsführer Werner Krähenbühl – hier mit dem Wasserfilter Aquaquell Purity – will «marktgerechte Produkte zu vernünftigen Preisen» anbieten.

Im Hartwasserbereich mit viel Kalk sind es die Jurakette und das Mittelland, beim Weichwasser sind es die Westschweiz, das Wallis und das Tessin.

In den übrigen Gebieten der Schweiz erübrigt sich somit die Anwendung von Wasserfiltern.

Je nach Gemeinde variiert die Wasserqualität aufgrund der unterschiedlichen Wasserversorgung. Mit Wasserfiltern kann die Wasserqualität ganz allgemein optimiert werden.

Wie schneidet die Schweiz im internationalen Vergleich punkto Wasserqualität ab?

In der Schweiz haben wir einen relativ hohen Kalkgehalt. Seewasser

muss bei Verunreinigungen gechlort oder mit Ultraviolettstrahlen behandelt und filtriert werden. Grundwasser ist nicht verkeimt und muss nicht durch die Wasserwerke behandelt werden. Unsere Nachbarn haben ähnliche Wasserqualitäten. Italien hat teils weiches, teils hartes Wasser. Frankreich hat bezüglich Wasserqualität mehr Probleme. Die Benelux-Staaten haben verstärkt weiches Wasser. In den EU-Ländern entspricht jedoch das Wasser qualitativ den Gesundheitsvorschriften der EU.

Wie hoch ist Ihr Marktanteil im Schweizer und im europäischen Markt?

In der Schweiz decken wir 70 bis 80 Prozent des Marktes ab. Wir sind sowohl beim Haushalt- als auch beim Profibereich Marktführer. Auch im europäischen Markt ist Brita mit 60 Prozent Marktanteil Marktführer. Weltweit werden rund 70 Länder beliefert.

Kann dieser Marktanteil noch weiter gesteigert werden?

Im laufenden Jahr wollen wir unseren Umsatz nochmals um 10 Prozent steigern. Da der Markt zurzeit nicht gross wächst und wir unsere Preise nicht erhöhen, werden wir weiter Marktanteile gewinnen.

Wie wollen Sie dies konkret bewerkstelligen?

Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt. Wir bieten ihm marktgerechte Produkte zu einem vernünftigen Preis an, unter dem Motto «value for money».

Aber die Konkurrenz schläft auch nicht und das Rezept «marktgerechte Produkte zu vernünftigen Preisen» ist doch heute eine Grundvoraussetzung, um überhaupt etwas verkaufen zu können.

Konkurrenz ist vorhanden, das stimmt. Unsere Mitbewerber versuchen, im Markt Fuss zu fassen. Grossvertrieber wie Coop und Migros führen im Haushalt-Bereich neben unseren Erzeugnissen auch Eigenprodukte.

Die Schweiz ist bekanntlich ein Hochlohnland. Die Filterkartuschen, die Sie herstellen, liessen sich doch ganz gut in einem Billiglohnland zu deutlich tieferen Kosten produzieren. Befürchten Sie nicht, dass der deutsche Eigentümer die Produktion plötzlich von der Schweiz nach Asien oder Osteuropa verlegt?

Das war immer wieder ein Thema. Die Familie Hankammer hat sich sehr wohl überlegt, wo produziert werden soll. Der Gründer und Besitzer der Brita-Gruppe, Heinz Hankammer, hat immer wieder betont, dass er dort produzieren will, wo sich der Markt befindet. Damit soll die Nähe zum Kunden demonstriert werden. Bisher hatte Hankammer mit diesem Prinzip Erfolg. Es ist ganz klar, dass wir hier in der Schweiz die Kosten im Griff haben müssen.

«Unsere Mitbewerber versuchen, im Markt Fuss zu fassen.»

Wenn die Firma trotz Produktion in der Schweiz noch daran verdient, könnte man den Eindruck erhalten, dass die Kartuschen für den Kunden zu teuer sind. Bei den Computerdruckern wird regelmässig Kritik laut, dass die Hersteller die Drucker sehr günstig abgeben und das eigentliche Geschäft danach mit den teuren Tintenpatronen machen. Betreiben Sie Ihr Geschäft nach der gleichen Philosophie?

Ein gutes Produkt darf auch seinen Preis haben. Unsere Wiederverkäufer müssen genügend Marge erhalten, damit sie auch gewillt sind, das Produkt zu verkaufen. Gleichzeitig müssen wir aber darauf achten, dass unser Preis-Leistungs-Verhältnis gegenüber unseren Mitbewerbern stimmt. Wir sind überzeugt, dass der Kunde für sein investiertes Geld einen grossen Gegenwert erhält.

Zur Person

Werner Krähenbühl (57) ist gelernter Mechaniker. Drei Jahre nach Abschluss seiner Lehre ging Krähenbühl nach Kanada, wo er bis Ende 1971 in verschiedenen Firmen tätig war. Seit dem 1. März 1993 ist er Geschäftsführer der Brita AG. Krähenbühl ist verheiratet und Vater von vier Kindern. Skifahren, Faustball, Haus und Garten sowie die Familie sind seine Hobbys. **DST**

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

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

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Profitieren Sie von
unseren Branchenkenntnissen!

Kauf & Verkauf

von Hotelliegenschaften.
Absolute Diskretion ist für
uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

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.

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

AARBERG

zu vermieten evtl. zu verkaufen
Sommer/Herbst 03

HOTEL FALKEN RESTAURANT + BAR

- erste Lage im idyllischen Städtli
- Rest. mit BAR 35 Plätze
- Speiserestaurant 45 Plätze
- Städtlitterasse mit 50 Plätzen
- div. Sali bis 70 Plätze
- 15 Gästezimmer, 26 Betten
- gute Infrastruktur + Küche
- Inventarübernahme

Schriftliche Bewerbungen von
ernsthaften Interessenten bitte an
Postfach 34, 3270 Aarberg

13556/156411

Churwalden GR

Zu vermieten auf Herbst 2003

Restaurant Löwenhof

ca. 35 Sitzplätze, mit Wirtswohnung.

Günstige Bedingungen.

Interessenten wenden sich bitte

schriftlich an:

Frau A. Pool-Hemmi

Arnikaweg 11, 7000 Chur

425130/156392

Süden Teneriffa

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.-.
Steuerwert des Lokales sFr. 120 000.-.
Verkaufspreis sFr. 120 000.-,
evtl. mit einer Hypothek.

Telefon 079 420 38 06

156293/397836

AUS- UND WEITERBILDUNG

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Grundlagen zum Erfolg

Réceptionskurs 1

4-wöchiger Intensiv Ein-/Umsteigerkurs mit FIDELIO Software

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

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

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



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch
anwendbares FRANZÖSISCH
COIEL, Négessauve
F-79370 CELLES/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, Aostertaler etc.)
- * Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe
- * Menu-Übersetzungen für Hotelbetriebe

145391/362204

Sprachausbildung

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

ANZEIGEN

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

156298/424939

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



Superpreis
Stück nur
Fr. 2000.-
exkl.

Pavillon 5x5 m, winterfest, Gestell Stahl ver-
zinkt, Dachfarbe weiss, St. Fr. 4200.- neu,
jetzt nur Fr. 2000.-, z.B. für 2 Autos, Gar-
tenpavillon, Lager, Restaurant, Aussenver-
kauf, Weidezeit. Seitenwände erhältlich.

Sofort abholbereit oder lieferbar

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

155862/383866

Zu verkaufen

Whirlpools zu 100% WIR

auf den ganzen Betrag.

Telefon 041 630 30 31

156290/424937

LIEGENSCHAFT

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



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

Zyklus 02 / 2003	Zyklus 03 / 2003	Zyklus 04 / 2003
Modul 2B / Unit 2	Modul 1B / Unit 1	Modul 1A / Unit 1
Modul 3A / Unit 3	Modul 2A / Unit 2	Modul 1B / Unit 1
Modul 3B / Unit 3	Modul 2B / Unit 2	

06. - 08. August 2003
10. - 12. September 2003
12. - 14. November 2003

GASTROSUISSE / Mehrwertsteuer im Visier

Anpassung verlangt

GastroSuisse fordert, dass die Mehrwertsteuer auf gastgewerblichen Dienstleistungen (exkl. alkoholische Getränke) derjenigen im Lebensmittelhandel gleichgestellt wird. Das beschlossen die rund 240 Delegierten in Lausanne. Während das Gastgewerbe für Dienstleistungen der Grundversorgung den vollen Mehrwertsteuersatz von 7,6 Prozent abliefern muss, werden gleichartige Leistungen im Detailhan-

del mit nur 2,4 Prozent belegt. Diese Wettbewerbsverzerrung schaffe für das Gastgewerbe einen existenziellen Wettbewerbsnachteil, schreibt GastroSuisse. Der Verband sei nicht länger bereit, die stossende Ungleichbehandlung in Sachen Mehrwertsteuer hinzunehmen. In einer Resolution wird der Gesetzgeber aufgefordert, die Ungleichbehandlung des Gastgewerbes gegenüber dem Detailhandel zu eliminieren. DST/sda

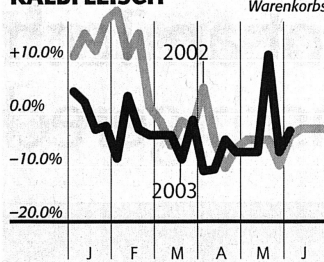
Bier-Absatz im 1. Halbjahr stabil

Eichhof. In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2002/03 setzte Eichhof 12,8 Mio. Liter Bier ab (Vorjahr: 12,9 Mio. Liter). Die Handelsprodukte entwickelten sich hingegen rückläufig. Dies aufgrund der Sortimentsstraffung und der Aufgabe weniger rentabler Absatzkanäle, wie Eichhof mitteilte. Der Bruttoumsatz der Getränkeabteilung ging in der Berichtsperiode um 2,5 Prozent auf 90 Mio. Franken zurück. DST

PRODINDEX 2. 6. BIS 7. 6. 2003

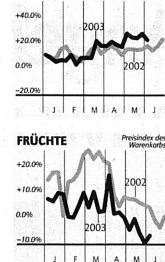
Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

KALBFLEISCH

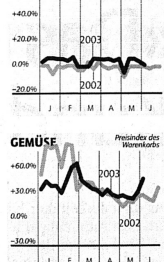


Preisindex des Warenkorbs

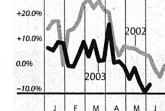
SCHWEINFLEISCH



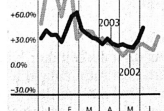
RINDFLEISCH



FRÜCHTE



GEMÜSE



EIGNUNG / Fleischart ist entscheidend

Grenzen der NT-Garung

Für mageres Rindfleisch ist NT-Garen am besten geeignet, sowohl für Edelfleisch als für Ragout. Anders beim echten (geschossenen) Wild: Hans-Peter Soltermann von der Kochschule «la Cucina» in Gümligen berichtet, dass Rehpfleger «weich wie Püree wird und nur noch im Altersheim serviert werden kann». Auch Valerie Plüss von Plüss & Partners in Zürich räumt ein, dass «Reh heikel ist. Aber sonst kann man Wild durchaus NT-garen, sofern man es frisch vom Schuss erhält».

FISCH: KEIN EIWEISS-AUSTRITT

Geflügel kann man zwar NT-garen, aber Soltermann rät, die Haut wegzuschneiden, da sie schlapper wird. Stark durchgezogenes Fleisch wie Schweinshals ist weniger für NT geeignet, weil das Fett bei der tiefen Temperatur kaum abtropft. Beim Fisch hingegen bietet die NT-Methode «den Vorteil, dass unter 68°C Ofentemperatur kein Eiweiss austritt», betont Daniel Haldimann von der Hugentobler AG in Schönbühl.

Mit der NT-Methode kann man bindegewebreiches Fleisch «upgraden»: Haldimann empfiehlt dies für Gulasch: «auf diese Weise wird es zart, aber nicht breiig oder faserig. Die Gelatine bleibt im Fleisch, wogegen sie beim Druckkochen in die Sauce übergeht». Dabei hängt die Garzeit-Regel vom Fleischtyp ab. Daniel Horisberger von der FCC Food Equipment AG in Glattbrugg: «Beim Erreichen der Kerntemperatur ist edles Fleisch servierbereit, man rechnet dafür mit 90 Min./kg. Schmorfleisch dagegen muss 8 bis 14 Stunden weitergaren, damit es zart wird».

SCHNELLREIFUNG BEIM GAREN

Bei der NT-Garung läuft die Fleischreifung im Schnellgang ab. Ungereiftes Fleisch wird zart und schmackhaft, weil die Kerntemperatur nur langsam ansteigt. Die Enzyme erhalten dadurch Zeit für ihre Tätigkeit. Vollreifes Fleisch kann bei dieser Methode jedoch säuerlich und mehlig werden. Eine Stunde NT-Garen entspricht einem Tag Fleischreifung im Kühlraum, lautet die Regel.

Fleischreifung heisst Eiweissabbau durch die fleischeigenen Enzyme – ein Vorgang, welcher nach der Schlachtung einsetzt und umso schneller läuft, je höher die Temperatur steigt. Die Reifung findet normalerweise bei tiefen Temperaturen statt, da sich oberhalb von 5°C auch Bakterien vermehren. Je nach Sorte und Fleischstück dauert sie Tage bis Wochen. Grundsätzlich kann man ungereiftes Fleisch NT-garen, aber Ueli Bernold, Geschäftsführer der Grossmetzgerei Keller, rät ab: «Es würde zwar zart, hätte aber wenig Geschmack. Während des Kalt-Reifens entstehen Aromastoffe, die sonst fehlen.» Auch die Amerikaner, die mehr Wert auf Zartheit als auf natürliche Aromabildung legen, lassen es drei Tage reifen. GB

FLEISCH / Beim Niedertemperatur-Garen wird das Fleisch zarter und verliert weniger Saft. Der Braten kann zeitunabhängig vorproduziert und warmgehalten werden. GUIDO BÖHLER

Zarter dank Niedertemperatur

Wenn man Fleisch bei 65 bis 120°C, sprich bei Niedertemperatur (NT) gart, wird es zarter, und die Garverluste sind geringer, weil mehr Saft im Fleisch bleibt. Dies war das Fazit einer Tagung der Fleischbranchenorganisation Proviande. Hans-Peter Soltermann, Inhaber der Kochschule La Cucina in Gümligen, erläuterte die Original-NT-Barbecue-Methode aus den USA: «Kurzgereiftes Fleisch wird roh in den Ofen geschoben und bei max. 120°C Ofentemperatur gegart. Die Kerntemperatur lässt man je nach Produkt auf 50° bis 70°C ansteigen»

GRENZE DER WASSERBINDUNG

Hierzulande gibt es Varianten dieser Methode, aber generell wenden Schweizer Köche eher die konventionelle Bratmethode mit Ofentemperatur bis 200°C an: die Kerntemperatur steigt schneller an, und die Oberfläche erfährt mehr Hitze. Dadurch entsteht zwar die gewünschte Kruste, aber auch ein hoher Garverlust. Daniel Horisberger, Kochinstruktor der Gerätefirma FCC Food Equipment (früher Hobart), erklärt warum: «Über 72°C nimmt die Wasserbindung des Eiweisses ab». Umgekehrt besteht ein «Nachteil» bei NT: Jus steht kaum zur Verfügung – er bleibt im Fleisch.

GERÄTEAUWAHL WIRD GRÖßER

NT-Öfen benötigen eine gradgenaue Temperaturregelung. Vor kurzem wurden zu den bisherigen Geräten «Alto-Shaam» und «Hold-o-mat» zwei neue lanciert: «Garomat» von «FCC» sowie «Thermomat» von «Rieber». Allen gemeinsam ist die stille Hitze ohne forcierte Luftbewegung. Speziell für die «Nieder-Garung» konstruiert ist die amerikanische «Alto-Shaam»-Geräte-Reihe mit programmierbarem Garverlauf. Valerie Plüss von Plüss & Partners erklärt, wie sich die NT-Geräte dank Einsparungen amortisieren: «Bei NT liegen die Garverluste nur bei 5 bis 12%

verglichen mit 12 bis 24% bei der konventionellen Methode.

Eine Investition von 20 000 Franken wird bei täglichem Gerätegebrauch durch jährliche Einsparungen bis 10 000 Franken in ein bis zwei Jahren amortisiert. Mit Eigenproduktion von Räucher Spezialitäten geht es schneller. Der «Hold-o-mat» der Firma Hugentobler AG ist ebenfalls ein gradgenauer NT-Ofen, aber kleiner und tiefer im Preis. Bisher musste man einen externen Kernfühler verwenden, aber laut Marketingleiter Daniel Haldimann entwickelt die Firma derzeit ein programmierbares Modell mit integriertem Fühler.

AUCH IM STEAMER UND BARBECUEOFEN

Auch in einigen Combisteamern kann man mit integriertem Kernfühler NT-garen, obwohl Steamer die Wärme durch forcierte Luftbewegung übertragen. Moderne Geräte bieten ein Programm, das die Ventilator-Drehzahl verringert bzw. ausschaltet, wenn die Heizung pausiert. Der Vorteil des Combisteamers: man kann ein Temperaturprofil programmieren.

Auch Barbecue-Öfen, die man mit Holz oder besser Holzkohle beheizt, eignen sich und besitzen Spezialeffekte: Solche «Smoker» mit Feuerbox, Garkammer und Kamin sehen aus wie Lokomotiven und wirken auf der Terrasse als Publikumsmagnet. Das Fleisch bildet durch dezenten Rauch den exklusiven roten Barbecuearand. Auch Beilagen kann man darin garen, und beim neu lancierten Schweizer Gerät «Bison» gleichzeitig 60 kg Fleisch NT-garen und Würste grillen.

Eine ökonomisch interessante NT-Variante ist Langzeit- bzw. Nachtgaren über zehn Stunden. Dazu eignen sich Alto-Shaam-Cook- oder Hold-Geräte: Laut Haldimann wird «der Hold-o-mat immer öfter dazu eingesetzt, vor allem

Foto: Guido Böhrer


BARBECUEOFEN

Ueli Bernold, Gewinner des World Barbecue Gold Cups 2002, rät, Langzeit-Garstücke in Alufolie verpackt in den Barbecue-Ofen zu legen.

für Saucenfleisch». Auch in einigen Kombi-Steammern geht es: «Rational» hat zu diesem Thema eine «Nachtgar-Fibel» herausgegeben (www.rational-lag.ch). Man beschildert den Steamer am Abend und programmiert Anbrat-

sowie Soll-Kerntemperatur bzw. man startet das Programm «NT-Garen». Nach dem Anbraten wechselt es automatisch auf NT. Profi-Geräte speichern oder drucken die Daten für HACCP.

Spezialgeräte zum Niedertemperatur-Garen

Lieferant, Marke, Internet

Gerätebeschreibung, Preis

FCC Food Equipment
«fero»
www.fccchobart.ch
Hugentobler AG
www.hugentobler.ch
Klötli & Garçete
www.bisongrill.ch
«Bison»
Vertrieb:
Erich Zwahlen
Telefon 01 813 88 87
Alto-Shaam
Schweiz
Plüss & Partners
01 462 35 50
«Alto-Shaam»
www.alto-shaam.com
Rieber AG
www.riber.ch
«Rieber»

«Garomat»: bis 120°C, elektronisch, 3 GN-Schalen 1/1, brutto Fr. 3050.–
«Hold-o-mat»: bis 120°C, 3 GN-Schalen 1/1, Fr. 3390.–, 7 GN-Schalen 1/1, Fr. 5490.–
Option ab Herbst: programmierbar, integrierter Kernfühler, unter Fr. 4000.–
Neu: Barbecue-Ofen mit Feuerbox
«Roto 8»: für bis zu 120 kg Fleisch, vier rotierende Gendeln für 8 GN-Schalen 1/1, mit Elektromotor 220 V, Direktgrill, Backofen, Wärmeschrank für 5 GN-Schalen 1/1, Rauchkammer, Dampfgraten, Fr. 19 800.–
«Forte»: Minimalgerät mit Garkammer, Fr. 2250.–
«Halo Heat»: Cook, Smoke + Hold-Ofen, elektronisch mit integriertem Kernfühler und/oder Timerfunktion, bis 163°C. 5 GN-Schalen 2/1, PC-Schnittstelle für HACCP, inkl. 2 Tage Schulung und Rezepte, Fr. 17 500.–
Cook + Hold-Gerät ab Fr. 8500.–
Exklusiv: Halo-Heat-Warmhaltegeräte mit Schubladen, bis 93°C, Digitalanzeige, GN-Schalen 1/1, ab Fr. 4500.–
Neu: Thermomat, elektronisch, mit integriertem Kernfühler, bis 140°C
«TM 3-65»: für 3 GN-Schalen 1/1, Fr. 3950.–
«TM 7-65»: für 7 GN-Schalen 1/1, Fr. 5410.–

Seminare zum NT-Garen: FCC in Zusammenarbeit mit Traitaflina, Telefon 043 211 56 56, sowie Alto-Shaam und «Rational», www.rational-lag.ch

Anbraten oder nicht?

Daniel Horisberger, Metzger und Koch, ist der Ansicht, dass es Ermessenssache ist, ob man für die NT das Fleisch anbratet oder roh in den Ofen schiebt: «Wenn man genug Zeit hat, soll man es roh schieben. Andernfalls soll man es nach dem Anbraten entspannen lassen». Für die hygienische Sicherheit ist Anbraten ein Vorteil, und mit Butter entsteht dabei die schönste Farbe. Aber Ueli Bernold, Gewinner des World Barbecue Gold Cups 2002, betont, dass durch scharfes Anbraten die Garverluste höher seien. Nicht nur vor, sondern auch nach dem NT-Garen hat kurzes Braten Vorteile: Kruste und Röstaroma entstehen, ferner erhöht man die allenfalls zu tiefe Serviertemperatur. GB

SEMINARTECHNIK / Viele Seminarhotels investieren grosse Summen in die technische Infrastruktur ihrer Sitzungsräume. Andere mieten das digitale Equipment auf Wunsch des Gastes an. Drei unterschiedliche Beispiele. **PETER DOEBEL**

«Das Angebot an Technik muss jedem Kundenwunsch gerecht werden»

Das digitale Zeitalter hat auch in den Seminarräumlichkeiten Einzug gehalten. Hoteliers werden zunehmend mit speziellen Kundenwünschen konfrontiert, die schnell einmal zur Kostenfalle werden können: Einerseits «muss der Hotelier jedem Kundenwunsch gerecht werden», wie das Iris Kovic, Marketingleiterin im «Waldstätterhof» (Brunnen) festhält, andererseits sind die Ansprüche des Kunden sehr oft mit den installierten Geräten nicht kompatibel.

Das weiss auch Josef Inderbitzin, Direktor im Seehotel Kronenhof in Berlin. «Wir merken und sehen, dass die Kunden immer häufiger ihre eigenen Projektoren mitbringen. Die sind dann auch mit dem Laptop kompatibel und passen inzwischen in jeden Pilotenkoffer.»

AUSSTATTUNG: KAUF ODER MIETE?

Patrick Mächler, Leiter Marketing und Administration im Hotel Seemann Plaza, Pfäffikon/SZ, ist der Meinung, dass ein grosses, umfassendes Standardangebot an technischer Ausstattung vorhanden sein müsse. «Wir haben einige hunderttausend Franken in die technischen Geräte der Seminarräume gesteckt und können so derzeit nahezu alle Kundenwünsche erfüllen. Und wenn unser Equipment nicht ausreicht, mieten wir weitere Geräte kurzfristig an.»

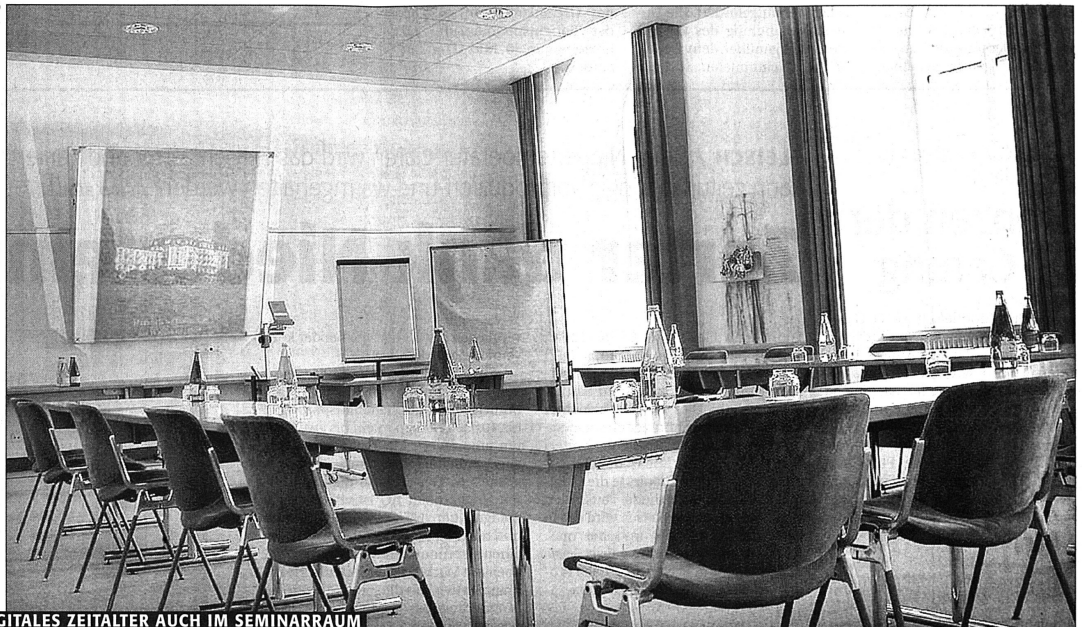
Im «Waldstätterhof» sieht man das anders. «Um stets «state-of-the-art» zu bleiben, haben wir eine relativ schlechte Standardausrüstung für unsere Sitzungssäle. Alles andere mieten wir auf Wunsch des Gastes an, damit sparen wir Investitionen in Geräte, die nach einem Jahr bereits wieder als alt gelten», sagt Iris Kovic. Aus diesem Grund will auch Inderbitzin nicht sehr viel in neue digitale Infrastruktur investieren: «Seltsamerweise werden wir neue Flipcharts brauchen, die werden wieder immer häufiger verlangt. Bei den Projektoren werden wir unsere Standardausrüstung erst abtöten, wenn ein Gerät definitiv ausfällt.»

Auch Inderbitzin denkt eher an Anmietung als an einen Neukauf und auch er verweist auf die kurzen Lebenszyklen der Geräte: «Auch wenn die Projektoren deutlich billiger geworden sind, muss sich eine Neuananschaffung rechnen.»

HINWEISE AUF DER WEBSITE

Auf den Websites der drei Hotels finden sich die einzelnen Angebote an technischem Gerät sauberlich aufgelistet samt den dazugehörigen Preisen. Der Kunde kann sich also noch vor

FOTOS: ZYG



DIGITALES ZEITALTER AUCH IM SEMINARRAUM

Die Technik überfordert oft das Wissen des Hoteliers und seiner Kaderleute. Es sind interne Techniker oder externe Spezialisten nötig, um mögliche technische Probleme vor und während eines Seminars zu beheben.

der Saalreservierung ein Bild machen, was vorhanden ist, was er selbst mitbringen oder was er zusätzlich anmieten lassen muss. Für Mächler ist klar. «Je grösser das Angebot ist, desto weniger Zusatzarbeit benötigt der Kunde. Wir haben daher Festinstallationen in den mittleren und grossen Räumen, die beliebig ergänzt werden können. Dazu haben wir für die kleineren Sitzungsräume mobile Stationen, die auf Wunsch um weitere Module erweitert werden.»

Auch die beiden anderen Hotels setzen auf diese beweglichen Kompaktanlagen. Mächler: «Wir arbeiten nur mit Epson-Geräten, der Anbieter ist bei uns in der Nähe, wir haben einen erstklassigen Service.» Da der Geschmack bekanntlich unterschiedlich ist, setzt der «Waldstätterhof» auf Sharp und am Bodensee sagt Inderbitzin: «Bei unseren Geräten steht überall Panasonic drauf.»

Lässt sich also Standard über Markenamen definieren? «Nein», sagt Kovic. Da sie aber die meisten Geräte bei ihrem «local dealer» anmietet und mit dem Service voll zufrieden ist, zählt sie auf die Kompatibilität der Geräte untereinander. Inderbitzin sieht das etwas anders: «Es passiert re-

lativ oft, dass der Laptop des Kunden mit seinen Seminarunterlagen nicht mit der installierten Hardware im Hotel kompatibel ist, deshalb bieten wir auch technische Unterstützung an.» Und der Kommunikationsleiter bei Excom, Jörg Wyler, ist der Meinung, dass heutige «State-of-the-art»-Projektoren eigentlich mit jedem Laptop zusammenarbeiten müssen, dafür gebe es ganz klare Industriestandards.

ERHOLTER BUCHUNGSEINGANG

Das lobt auch Mächler: «Wir haben eigentlich nie Probleme, die auf Standardfragen zurückzuführen sind.» Gibt es wenigstens einen einheitlichen Standard für die Lichtstärke des Pro-

jektors, der zum Einsatz kommt? Inderbitzin lacht: «Das kommt auf die Grösse des Saals an. Manchmal reichen 1200 Lumen, manchmal braucht es 3000 Lumen.»

Die beste Infrastruktur nützt nichts, wenn die Kunden keine Seminare abhalten. Das haben alle drei Hotels gespürt. Während Mächler von einem schwachen Winter und einem deutlich erhöhten Buchungseingang im Frühling und Sommer spricht, meldet Inderbitzin eine Verlagerung der Raumbelegung in Bezug auf die Teilnehmerzahlen. «Wir haben bisher bewusst nie überbucht und dann die Teilnehmer an andere Hotels weitergeleitet. Heute ist es aber so, dass ein Seminar für 60 Leute reserviert wird und am Ende sind es dann nur 45 Personen, die

kommen. Das fangen wir mit Überbuchungen ab.» Kovic erzählt, dass eine Grossbank, die regelmässig Mitarbeiterseminare in Brunnen durchgeführt hat, die Buchungen um 90 Prozent reduziert habe, sie sagt aber auch: «Zuerst waren wir erschrocken, denn das Seminargeschäft ist unser Standbein, Feriengäste haben wir eher weniger.» Für Kovic gibt es aber keine Seminar-Krise. «Wir fanden innert kurzer Zeit neue Kunden, unsere Seminarbuchungen sind nicht gefährdet.» Einig sind sich alle Befragten: Die Technik überfordert das Wissen des Hoteliers und seiner Kaderleute. Es sind interne Techniker oder externe Spezialisten nötig, um mögliche technische Probleme vor und während eines Seminars zu beheben.

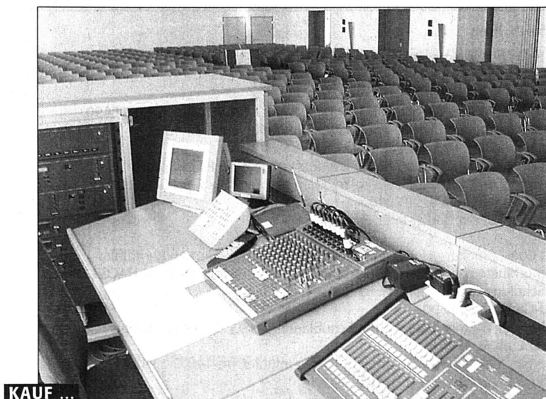
Einige Geräte: kompakt und mobil

Hersteller	Typ	ANSI Lumen/Auflösung	Gewicht	Preis*
Epson	EMP-S20	2500/1024x768	4.2 kg	8800.—
Panasonic	PT-L750E	2500/1600x1280	5.8 kg	k. A.
Sharp	PG-C45X	2500/1024x768	5.1 kg	8000.—
Sanyo	PLC-XU46	2500/1024x768	4.2 kg	9200.—
Sony	VPL-CX5	2000/1024x768	2.7 kg	5900.—

* Preis: empf. Listenpreis, Strassenpreise deutlich tiefer

Projektoren: Worauf achten?

Das Preis-Leistungs-Verhältnis bei den Projektoren wandelt sich nahezu jeden Monat. Die Preise sinken, die Leistung steigt. Neben der stets höheren ANSI-Lumenzahl, die für die Qualität der projizierten Bilder, Daten und Filme sorgt, ist inzwischen auch das Gewicht des Projektors zu einem Massstab geworden. Vorbei sind die Zeiten, da für einen Beamer drei Packer angestellt werden mussten, die diesen transportieren und aufstellen. Heutige High-End-Projektoren mit bis zu 4000 ANSI Lumen wiegen höchstens noch fünf Kilo – sind also durchaus auch mobil und nicht nur festinstalliert einsetzbar. Die Auflösung und der Kontrast der Bildabstrahlung sind ebenfalls Qualitätsfaktoren, auf die geachtet werden muss. Die Fernbedienung ist inzwischen auch kein Luxus mehr und gehört meist zum Lieferumfang. Integrierte Lautsprecher gehören inzwischen ebenfalls zum Standard, USB oder Firewire als Verbindung zum Laptop entwickeln sich in der gleichen Richtung, sind aber noch nicht überall implementiert. Neueste Modelle haben bereits Wireless-LAN-Cards und können so kabellos mit entsprechenden Laptops Verbindung aufnehmen. **DOE**



KAUF ...

Die feste Installation kann viele Kunden bereits auf der Website oder im Prospekt anlocken.



... ODER MIETE?

Die temporäre Anmietung belastet das Investitionsbudget nicht und kann sofort weiterverrechnet werden.

INTERNET / Nur eine aktuelle Homepage ist eine gute Homepage: Die Websites in Hotel- und Gastronomiebetrieben werden immer schneller aktualisiert, denn ein verstaubter Internet-Auftritt bringt nichts. **MARTIN J. PETRAS**

Aktualität ist eine Mindestanforderung

Die Hoteliers sowie Gastronomen verbindet mit dem Internet nur eine Liebe auf den zweiten Blick. Früher wurde die Web-Präsenz schon mal als ein notwendiges Übel bezeichnet, heute verzeichnen dank Internet selbst die kleinsten Landgasthöfe zusätzliche Gäste ausserhalb des angestammten Kundenkreises. Auch der Ton hat sich geändert: Sprach man früher in Sachen Internet überwiegend von sich eröffnenden Chancen und Möglichkeiten, wird heute nüchtern nach dem Nutzen gefragt. Und eine verstaubte Homepage bringt bekanntlich nichts.

Haben bis vor wenigen Jahren noch zahlreiche Verantwortliche die Website ihrer Betriebe als eine Art elektronischen Prospekt betrachtet, ist heute den meisten klar, dass sich der Internet-Auftritt in einigen wesentlichen Punkten vom Papier unterscheidet: Die wichtigsten sind Geschäftsorientierung und vor allem Aktualität.

«HEUTE SIND DIE KUNDEN ANSPRUCHSVOLLER»

Der Aktualisierungsrhythmus der Sites wird zwar immer schneller, da die Anpassungen aber mit Arbeit und Kosten verbunden sind, hinkt so manche Hotel- oder Restaurantsite der Gegenwart hinterher.

«Früher wurde meistens erst nach einer Saison oder einer Jahreszeit der Internetauftritt aktualisiert», sagt Andrea Schultheiss, Geschäftsführerin des Web-Dienstleistungsunternehmens Forum für Telematik AG überzeugt. Als Internet-Provider zählt das Luzerner

Unternehmen rund 600 Hotel- und Gastronomiebetriebe zu seinen Kunden, für welche es als Internet-Partner auch das Site-Management übernimmt.

«Heute sind die Kunden anspruchsvoller, durchschnittlich werden einmal im Monat Änderungen gewünscht, manchmal sogar wöchentlich.» Für ein Site-Management-Package verlangt beispielsweise die Forum AG 1800 Franken (wenig bis gelegentlich) bis 4000 Franken (regelmässig bis häufig) pro Jahr. «Das Package beinhaltet neben dem Hosting die Bewirtschaftung und Aktualisierung der Website, die Anmeldung bei den Suchmaschinen sowie den Einbau verschiedener Tools», ergänzt Andrea Schultheiss.

«ES SIND KEINE VORKENNTNISSE NÖTIG»

Mit «ihotel Webmaster» bietet die Davoser Mirus Software AG ein selbst entwickeltes Programm an, das den Hoteliers und Gastronomen mit zahlreichen Vorlagen die Gestaltung und Aktualisierung ihrer Webpage erleichtern soll. «Die Bediener sind absolut unabhängig und brauchen keinerlei technische Vorkenntnisse», schreibt Patrick Petzold die Philosophie des Software-Tools, «weder muss ein Programm installiert, noch müssen Schulungen besucht werden.»

Die Kosten der Mirus-Branchen-Internetlösung belaufen sich auf 1280 Franken für die Grobgestaltung und Aufschaltung der Website (bestehende Contents können übernom-

The screenshot shows the website of Cresta Palace Celerina. The top navigation bar includes links for Ambiente, Zimmer, Restauration, Wellness, Kleine Gäste, Tarife, Reservation, and Seminare. Below this is a table of events with columns for Datum, Zeit, Was, Wo, and Wer. The table lists various events such as Schlemmertage, Wohlfühltag, Wellness-Special, and others, all taking place at Hotel Cresta Palace.

Datum	Zeit	Was	Wo	Wer
14.06.2003 - 12.07.2003		Schlemmertage	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
14.06.2003 - 12.07.2003		Wohlfühltag	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
14.06.2003 - 19.10.2003		Wellness-Special	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
22.06.2003 - 27.06.2003		Golfplatz	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
28.06.2003 - 05.07.2003		Berufshilf & Botanik	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
22.08.2003 - 24.08.2003		New Orleans Jazz Weekend	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
07.09.2003 - 14.09.2003		Herbstgolfwoche	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
20.09.2003 - 27.09.2003		Bergherbst	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
27.09.2003 - 04.10.2003		Hofwart Trainingswoche	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace
05.10.2003 - 10.10.2003		Kinderplausch im Herbst	Hotel Cresta Palace	Hotel Cresta Palace

AKTUELLE INFORMATIONEN UND ANGEBOTE

Je öfter Neuigkeiten sowie aktuelle Angebote aufs Netz kommen, desto besser.

men werden) sowie 990 Franken für eine einmalige Lizenzgebühr. Monatlich kommen dann 150 Franken für das Hosting der Website sowie Hotline, Wartung, Updates und Datensicherung dazu.

Mit oder ohne Internet-Partner: Die Mindestanforderung an die Web-

site, ihre Aktualität, muss erfüllt werden. Und ob intern oder extern gemacht, je schneller und öfter beispielsweise Neuigkeiten, Speisekartenwechsel, gastronomische Aktionen, aktuelle Angebote oder Last-Minute-Preise aufs Netz kommen, desto besser.

Dass das Thema Internet durchaus Chefsache im wahrsten Sinne des Wortes sein kann, demonstriert Andrea Kracht, Mitinhaber und Delegierter des Verwaltungsrates des «Baur au Lac», der seit rund acht Jahren die Website des Zürcher Hotels selber gestaltet, managt und aktualisiert.

PUBLI-REPORTAGE

Module von Mirus generieren Mehrwert

Wie Mirus zur idealen Software für Hotellerie und Gastronomie wurde.

Wer weiss am besten, wie eine Software beschaffen sein muss, um Hoteliers und Gastronomen das Leben zu erleichtern? Natürlich ein mit EDV vertrauter Branchenkenner. Paul Petzold führte 25 Jahre lang den «Davoserhof», bevor er gemeinsam mit seinem Partner Oliver Hunziker in Davos die Mirus Software AG gründete.

Der Davoser Ex-Hotelier und Unternehmer Paul Petzold entschied sich für die Entwicklung erstklassiger Produkte, als er vor zehn Jahren die Mirus Software AG gründete. Denn «mirus» ist eine lateinische Vokabel und heisst soviel wie «wundervoll».

Vom Start-up zum Leader

Das Programm des Profis für Profis machte in der Branche rasch Furore. Für immer mehr Anwender wurde das Modul Mitarbeiter-Management zum Glücksfall. Es ist auch heute noch das Kerngeschäft von Mirus. Doch die Angebotspalette umfasst bereits neun Positionen. Und Mirus ist in der Branche schweizweit zum Software-Leader avanciert. «Praktisch alle, in unserem Land ansässigen Vier- und Fünf-Sterne-Häuser als auch viele Ein- bis Drei-Sterne-Betriebe arbeiten mit unseren Tools», freut sich Paul Petzold: «Bis heute haben wir in der Schweiz über 2000 Installationen realisiert.» Mit Software-Entwicklung befasst er sich

bereits seit 1982. Für ihn ist es Ehrensache, der Kundschaft ausgereifte, auf Herz und Nieren geprüfte Programme anzubieten: Werkzeuge, die an renommierten Hotelfachschulen als Lehrmittel dienen.

Zeitersparnis

Was macht Mirus in Nobelherbergen und Häusern führender Hotelketten ebenso beliebt wie im heimeligen Pindeln um die Ecke? «Ganz einfach», meint Petzold: «Wir respektieren die Besonderheiten der Branche. Wir gehen intensiv auf den Kunden ein. Er muss sich nicht an unsere Software anpassen – wir passen uns seinen spezifischen Bedürfnissen an.» Und indem die bedienerfreundliche Datenerfassung den Anwender zeitlich entlastet, gewinnt dieser Zeit für die Kundenbetreuung und für strategische Überlegungen. Zeit ist Mehrwert: Zeit ist Geld.

Top Hosting und Hotline

Weitere Vorteile kommen hinzu: Erfahrene Kursleiter schulen die Anwender. Für Hotelgruppen können die Programme auch auf dem Server der Mirus Software AG installiert werden – im Computer der User beanspruchen sie keinen Speicherplatz. Die Module können indivi-

duell mit Passwörtern geschützt werden. Im Rahmen eines Wartungs- und Hotlinevertrages werden dem Kunden regelmässig Updates zugestellt. Bereits wurde zum Beispiel die am 1. August 2003 in Kraft tretende Nachtzulage-Regelung in das Mitarbeiter-Management-Programm installiert.

Neue geniale Module

Intelligente, von Praktikern für Praktiker erstellte Mirus Software gibt es in allen administrativen Bereichen. Das modular beziehbare Angebot umfasst neben dem umfassenden Programm Mitarbeiter Management die Module Zeiterfassung und Einsatzplanung, Finanzbuchhaltung (inklusive Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung), Kostenstellenrechnung und Budgetierung, Archivierung, Veranstaltungsplaner, ADD-ON Schnittstellen in die wichtigsten Reservationssysteme und Lagerverwaltung sowie ihotel Webmaster. Alle Eingaben werden nur einmal erfasst und können vielseitig genutzt werden. Professionell ausgewertet, dienen sie als zuverlässige Entscheidungsgrundlagen für die Betriebsführung.

Ein erfolgreiches Quartett: (von links) Patrick Petzold und Andy Flury von Mirus Media AG sowie Oliver Hunziker und Paul Petzold von Mirus Software AG.

Webauftritt im Do-it-yourself-Modus

Dank Mirus Media AG, Zürich, einer Tochterfirma von Mirus Software AG, Davos, kann jetzt jeder Betrieb seine Homepage selber gestalten, modifizieren und aktualisieren: Der ihotel Webmaster macht es möglich.

Wünsche werden Wirklichkeit: ihotel Webmaster erfüllt den Traum von einem Tool, das null Kenntnisse im Programmieren voraussetzt und völlige Unabhängigkeit von fremder Hilfe garantiert. Der ihotel Webmaster wird über den Internetbrowser bedient. Es muss weder ein Programm installiert werden, noch müssen die Nutzer eine Schulung absolvieren. Verwalten und updaten wird zum Vergnügen: Das Design und der Inhalt der Homepage können jederzeit vom Arbeitsplatz aus verändert werden. Bereits bestehende Homepages können wahlweise mit flexiblen ihotel Webmaster-Modulen ergänzt werden.

Der modular aufgebaute Webmaster verfügt über beliebig wählbare, branchenspezifische Module und Packages, die mit dem eigenen Logo sowie mit Bildern und Grafiken ergänzbar sind. Mit der Standardversion können zu einem moderaten Pauschalpreis eigenhändig zwölf Module aktualisiert werden: Navigation, Bildverwaltung, Textverwaltung, Homepage, Newsletter, Newsbar, Packages und Specials, Zimmer, Restaurants, Gästebuch, Slogan, Yellowpages. Erhältlich sind neun Zusatzmodule: Lageplan, Newsletter, Preisliste, Teamseite, Jobs, Events, Virtual Tours (virtuelle Hausbesichtigungen), Startseiten in Flash und Zusatzseiten.



In Zusammenarbeit mit:

Mirus Software AG, Mattastrasse 10, 7270 Davos-Platz, Telefon 081 415 66 88, Fax 081 415 66 78, www.mirus.ch, info@mirus.ch

GSTAAD / Spitzentreffen an der «Genusswoche»

Köche der Top-Liga

Mit den Spitzenköchen Roland Jöhri, «Jöhri Talvo», St. Moritz, Jean-Claude Wicky, «Bruderholz», Basel, Beat Bolliger, «Walserhof», Klosters sowie Lothar Speth, «Chesery», Gstaad soll die bevorstehende Gstaad Davidoff-Saveurs ihrem Ruf als «Genusswoche» gerecht werden. Das diesjährige Gstaad Starkochtreffen wird vom kommenden 13. bis 20. Juli über die Bühne gehen, genau zwischen dem «Allianz Suisse

Tennis Open» und dem «Menuhin Festival Gstaad».

«Ein Festival des authentischen Genusses aus Küche, Keller und Humidor», kündigt Mitorganisator Thomas Frei vom «Berlinerhof» in Gstaad an, «ein Stelldichein des Echten, auf hohem Niveau zubereitet und in stilvoller Umgebung estimer». **MJP**

Informationen: gstaad.ch

www.saveurs-

Spanisch und Russisch im Web

Bern Tourismus. Ab sofort stehen für den Internet-Auftritt von Bern Tourismus eine spanische und eine russische Version zur Verfügung. Der Inhalt ist den Bedürfnissen der Ländermärkte angepasst worden. Die russische Ausgabe berücksichtigt erstmals einen bedeutenden Zukunftsmarkt. Die Website ist damit – nebst den neuen Sprachen – in Deutsch, Englisch, Französisch sowie in Japanisch und Koreanisch (als Kurzversionen) aufgeschaltet. **KJV**

KOCHVERBAND / Fit für internationalen Wettbewerb

Neue Kochnati gekürt

Nun ist sie bekannt, die neue Koch-Nationalmannschaft. Bei der Kochnati 2003–2005 handelt es sich um das Team des Cercle des Chefs de cuisine Zürich. Dazu gehören Teamchef Stephan Marolf, Restaurant Mille Sens, Bern; Daniel Sennrich, Hotel Baur au Lac, Zürich; Andrea Sennrich, Patisserie Hotel Baur au Lac, Zürich; Thomas Marti, Hotel zum Storch, Zürich; Daniel Lehmann, Hotel Moosegg, Emmenmatt.

Die abtretende Kochnati unter der Teamleitung von Armin Fuchs musste sich beim ersten Auftritt an der Olympiade der Köche in Erfurt mit dem fünften Platz begnügen.

Am Culinary World Cup in Luxemburg erreichte das Team hinter Schweden den zweiten Platz. Für seine Leistungen wurde die Kochnati mit der Verdienstmedaille des Schweizer Kochverbandes ausgezeichnet. **DST**

ZITAT DER WOCHE

«Die Kraft zur Gestaltung des eigenen Lebens nannte man früher Bildung»

Beat Krippendorf an der ibk-Tagung in Interlaken. *Siehe auch Seite 2*

PEOPLE

Thomas Sojak (32) hat die Geschäftsleitung der KGS AG, der auf Care-Catering spezialisierten Konzerngesellschaft der SV-Group, übernommen. In dieser



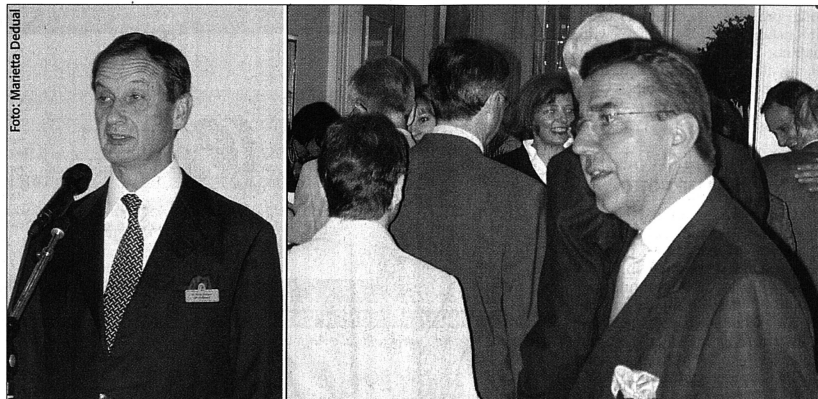
Funktion hat er Einsitz in die Geschäftsleitung der SV-Group Land Schweiz. Sojak kehrte von Wien in die Schweiz zurück, wo er in den letzten dreieinhalb Jahren die österreichische SV-Group Konzerngesellschaft KGS Catering GmbH auf- und ausgebaut hat. **DST**

Grosser Tag für **Michael Gähler**, Ex-Vize von Hans C. Leu im «Giardino» und zwei Jahre lang Direktor des «Le Vieux Manoir au Lac»: Auf einem Hügel in der



Maremma zwischen Massa Marittima und dem Meer konnte er Ende Mai die «Villa Il Tesoro» eröffnen. Das Luxusresort mit rund zwei Dutzend Suiten besteht aus fünf restaurierten toscanischen Bauernhäusern. Clown Dimitri lieferte die Idee für den Bau einer kleinen Arena, und Reiter, Golfer oder (Fasanen-)Jäger kommen gleichermassen auf ihre Kosten wie Faulenzer und Gourmets. Erbauer des Resorts ist der Zürcher **Roberto Guldener**, der vor 15 Jahren in die Toscana auswanderte und dort zu einem der grössten und erfolgreichsten Weinbauern wurde. **KW**

Anders als vorgesehen und gemeldet, wird **Anton Küng** nun doch nicht der neue Direktor des Park Hotels Vitznau. Nach der kürzlichen Übernahme des «Ritz» in Madrid durch die Oriental Express Hotels wurde ihm von der Gruppe vorgeschlagen, dieses Hotel zu leiten. Küng nahm das Angebot an. Er führt zugleich seinen bisherigen Betrieb, das Hotel Reid's Palace in Funchal/Madeira. **KJV**



«If you can dream it, you can do it», sagte Verwaltungsratspräsident Peter Bratschi (links) am Freitag an der 108. Generalversammlung der Grand Hotel Victoria-Jungfrau AG. Und Oskar Schärz und Erich von Däniken hätten geträumt, daher sei Interlaken mit dem Mystery Park nun um eine Attraktion reicher. Ihre Wertschätzung für die Initianten des Parks zeigten die Verantwortlichen der Grand Hotel Victoria-Jungfrau AG, indem sie ihre GV im Mystery Park abhielten. Die statutarischen Geschäfte (über den Geschäftsgang berichtete die htr in ihrer Ausgabe vom 15. Mai) gingen speditiv über die Bühne. Die Grand Hotel Victoria Jungfrau AG verlieh zum zweiten Mal einen Award für Spitzenleistungen im Tourismus. Der diesjährige Award ging an Heinz Schild, den Erfinder des Jungfraumarathons. – Nach dem Aperitif hatten die Gäste Gelegenheit, den Mystery Park zu besichtigen. Am traditionellen Mittagessen vor der GV nahmen – vom Berner Regierungsrat Urs Gasche bis zur Kunstsammlerin Angela Rosengart – zahlreiche Prominente aus Wirtschaft und Politik sowie Freunde des Hauses teil. Im Bild rechts begrüsst Emanuel Berger, Direktor und Delegierter des Verwaltungsrates der Hotel Victoria Jungfrau AG, die Gäste. **MD**

ZÜRICH / Besuch aus Anlass des Jubiläums von Green Cross International.

Michael Gorbatschow im «Wellenberg»

Hoher Besuch im Hotel Wellenberg in der Altstadt von Zürich: Besitzer Christian Scotoni und Direktor René Hälgi hatten das – wie sie betonen – «besondere Vergnügen», den Ex-Präsidenten der früheren Sowjetunion, Michael Gorbatschow, in ihrem Hotel begrüßen zu dürfen. Mit einer Entourage von 20 Personen traf Gorbatschow am letzten Sonntag spätnachmittags am Hauptbahnhof in Zürich ein und wurde mit den Hotel-Limousinen in die Altstadt gefahren. Der Grund für seinen Besuch in Zürich waren die Jubiläums-Feierlichkeiten von Green Cross International. Gorbatschow blieb für eine Nacht und reiste am Montag weiter nach Moskau.

Das Hotel Wellenberg ist für seine russischen Verbindungen bekannt. So war sein Direktor René Hälgi von 1995 bis 1999 in Russland und der Ukraine tätig, und spricht Russisch. Seine Ehefrau Alice stammt aus Odessa. Regelmässig stattfindende Kunstausstellungen mit Künstlern aus Osteuropa verwandeln die Räumlichkeiten des Hotels Wellenberg in eine Galerie. **KJV**



BERÜHMTER BESUCH

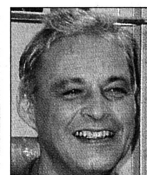
Vor dem Hotel Wellenberg (v.l.n.r.): Christian Scotoni, Besitzer des Hotels, Alice Hälgi, Michael Gorbatschow, und René Hälgi, der Direktor.

GLOSSE

Just in time

HANSPETER GSELL

Die Weinkarte war in feinstes Kalbsleder gebunden und ein güldener Bacchus versprach höchstes Trinkvergnügen. Hunderte von «sorgfältig ausgesuchten Tropfen» warteten nur darauf, meine dürstende Kehle zu entzücken. Noch ahnte ich nichts vom Grauen der einbrechenden Nacht, entschied mich



für einen leichten Roten und lief damit direkt in die gestellte Falle. «Leider ausverkauft!» Als erfahrener Gast hatte ich natürlich bereits eine Alternative vorgeschlagen und so bestellte ich – immer noch lächelnd – den schweren Roten. Ich hätte es besser nicht getan! Inzwischen etwas vorsichtiger geworden, verlegte ich mich auf das Zufallsprinzip. Mit geschlossenen Augen erripte ich mir einen mittelschweren Roten. Der im Trunk ergraute Sommelier zog seine linke Augenbraue in die Höhe und erstarrte zur Sprechblase. Bevor auch nur eine weitere Worthülse seine geschürzten Lippen verlassen konnte, ergab ich mich feierlich, warf sinnbildlich ein imaginäres Handtuch und überliess die weitere Auswahl dem befreiten Herrscher über Tausend Weine.

Als ich mich kurz darauf umdrehte, sah ich, wie sich im Fenster ein dunkler Schatten spiegelte. Gebückt, in Eile und mit Schlapphut schlich sich eine sonderbare Gestalt durch den unordentlichen Vorgarten zum benachbarten Gasthof. Böses ahnend, versteckte ich mich konspirativ unter den hängenden Zweigen einer Trauerweide und wartete ab. Da! Da war er wieder, der schwarze Schatten! Mit zwei Flaschen in der linken Hand turnte er über die Feuerleiter zurück in die Küche. Die Frackspitzen flatterten dabei lustig im Wind.

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

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber: Schweizer Hoteller-Verein
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien: Christian Holder

Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).
Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH).

Hotellerie und Tourismus: Christine Kündler (CK),
Tom Rüm (TR), Sonia Stalder (SS),
Dr. Karl Josef Verding (KV).

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

Cahier Français: Miroslaw Halaba (MH),
Laurent Missbauer (LM), Valérie Marchand (VM).

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK).

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

Layout: Roland Gerber (RG), Karin Guenger (KG),
Gilbert Perrot (GPE), Brigitte Spring (BS).

Korrektur: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris;
Gerhard Lob (GL), Tessen; Heribert Putschner (HP), Wien;
Maria Putz-Villiers (MP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Georg Uebachs (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich.

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Stiebel,
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaldi,
Stelleninserate: Matthias Beyerle, Andreas Jakob, Marc Moser.
Geschäftsbezüge: Markus Marchel (Verkaufsleitung),
Roger Stemmer, Brigitte Weber.
Innendienst: Patrick Stalder.

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

Auflage: 11'200 Ex. WEMF-begabte 2002,
22'000 Ex. Vertiebsauflage

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

Offizielles Organ für:

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

Kontakte:

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



OFFRES ESTIVALES / Tout est mis en œuvre pour le plaisir des enfants. Des activités très diversifiées les attendent. **PAGE 2**



CHARLES-A. RAMSEIER / Portait du directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud, un Bernois «très vaudois». **PAGE 5**



hotel+tourismus revue

G8 / Les hôteliers brossent le bilan des violences

Hôtels genevois épargnés

On attendait le pire, à Genève, côté «casse». Ce pire s'est produit. «Le cœur de la ville est ravagé», a déclaré lundi Eric Kühne, directeur de l'Hôtel Noga Hilton et président de la Société des hôteliers de Genève, mais pour ce qui est des hôtels, hormis les palissades souillées, aucun dégât important n'est à signaler. Sur le quai du Mont-Blanc, chemin naturel en direction des institutions internationales en venant de la rive gauche, tous les grands établissements genevois s'étaient solidement barricadés.

PAS DE BARRICADES À L'HÔTEL DES BERGUES

Tous, sauf un, distant de quelques mètres de ce chemin vers l'ONU et l'OMC, l'Hôtel des Bergues. «Nous avions pris le risque de ne pas nous barricader, déclare Alexandra Bernhard, chargée de la communication, et nos terrasses sont même restées ouvertes jusque vers 22 heures tous les soirs.» Inutile de préciser qu'elles étaient pleines. Seul incident, le dimanche soir, une des fenêtres de la réception a volé en éclats, fracassée par une plaque de cuivre arrachée à la façade.

En revanche, il n'en a pas été de même à Lausanne. Après les incidents du 1er mai, on sait que le Lausanne Palace avait demandé une protection renforcée. «La police n'a pas eu à intervenir. Nous n'avons vu personne... hormis nos clients», a dit lundi Jean-Jacques Gauer, le directeur.

INCIDENTS À L'HÔTEL ROYAL SAVOY

C'est plus bas en ville qu'un hôtel a subi les assauts des casseurs: le Royal Savoy. Écoutons Samuel König, chef de la réception: «Tout a commencé le dimanche matin vers 8 heures. Masqués, les casseurs ont d'abord déplacé les lourds sacs à fleurs que nous avions disposés aux entrées. Après quelques danses au milieu du carrefour, ils sont entrés dans le parc, avant de s'en prendre à l'entrée et aux fenêtres à coup de pierres et même de fusées. Une belle montée d'adrénaline et quelques coups de téléphone plus tard la police intervenait par le jardin et les dispersait.» Mais les clients – deux délégations du G8 – n'ont pas eu à pâtir de la situation. Bilan: quelques dizaines de milliers de francs de dégâts. A moins d'une centaine de mètres de là, l'Hôtel Melia Carlton était épargné alors qu'il se trouvait sur le chemin de la cible suivante des casseurs, un super-marché, qui fut lui saccagé. **JJE**

HÔTELLERIE / L'hôtellerie doit faire face à de nombreux facteurs négatifs. Les hôteliers de la Riviera vaudoise en témoignent. La situation est d'autant plus difficile que les moyens d'agir sont limités. **MIROSLAW HALABA**

Dans l'attente de jours meilleurs

Le tourisme suisse et l'hôtellerie, en particulier, traversent, on ne le sait que trop, une situation difficile et relativement unique. Comme l'ont, en effet, souligné les auteurs du test conjoncturel vaudois dans leur commentaire pour la branche livré à l'issue du premier trimestre, les causes expliquant les mauvais résultats et les perspectives pessimistes «n'ont jamais été aussi nombreuses». L'énumération de ces causes est longue: fort ralentissement de la conjoncture économique, conséquences de la guerre en Irak, menaces persistantes d'attentats terroristes, pneumonie atypique, force du franc suisse, et, pour la région lémanique, G8 et le redimensionnement de Télécom 2003. Pas étonnant donc que l'institut bâlois de recherches conjoncturelles BAK Basel Economics ait prévu pour cet été et pour l'ensemble du pays, un recul des nuitées hôtelières de 3,2% (cf. htr du 15 et du 29 mai), une amélioration n'étant attendue qu'à partir de l'hiver prochain.

Cette situation est particulièrement ressentie par les hôtels citadins dont les affaires dépendent en bonne partie du tourisme d'affaires. Un tour d'horizon auprès de quelques grands établissements de la Riviera vaudoise permet d'illustrer ce phénomène.

TAUX D'OCCUPATION EN NETTE BAISSE

«C'est la plus mauvaise période que j'aie vécue en trente-six ans d'activité», indique le directeur de l'Eurotel Riviera, à Montreux, Karlheinz Lukey. Si, jusqu'à Pâques, les affaires sont restées au niveau de 2002, celles-ci se sont fortement ralenties depuis. Ainsi, pour le week-end de Pentecôte, le taux d'occupation attendu est de 20 à 30%, alors qu'il est habituellement de 70 à 80%.

Éloquents sont aussi les propos du directeur de l'Hôtel du Lac à Vevey, Peter Ehrensperger. «En trente-trois ans, c'est une des saisons les plus difficiles que j'aie connues», dit-il. Le premier trimestre s'est soldé par une baisse des nuitées de 30 à 40% par rapport à 2002, année particulièrement favorable toutefois grâce aux participants du programme de formation Globe de Nestlé. Les mois d'avril et de mai ont été meilleurs, encore que le week-end dernier le taux d'occupation n'a atteint que 25% au lieu de 40 à 50% habituellement, souligne le directeur de l'Hôtel du Lac.

Bernard Tschopp, directeur de l'Hôtel Eden au Lac, à Montreux, signale, pour sa part, un recul moyen des affaires de 12%. Quant à Thomas Brunatelli, directeur de l'Hôtel des Trois

Photo: Mirosław Halaba



UN JEU DIFFICILE

Les entreprises hôtelières jouent une partie difficile où les parades sont peu nombreuses.

Couronnes à Vevey, il note qu'en dépit d'un recul du taux d'occupation de 15% environ, mais grâce à la restauration, le chiffre d'affaires a pu être maintenu au niveau de l'an dernier.

LE G8 A FAIT FUIR LA CLIENTÈLE

Si les raisons politiques et économiques expliquent en grande partie ces résultats, le tenue du G8 a eu une influence non négligeable sur le taux l'occupation des hôtels durant ces dernières semaines. A quelques exceptions près, les hôteliers interrogés ont été unanimes à reconnaître que la crainte des manifestations «a fait fuir la clientèle», la clientèle privée ou la clientèle d'affaires. «Alors que nous avions, en général, un taux d'occupation pendant cette période de 75 à 80%, nous sommes actuellement à 30 à 40% seulement», explique Bernard Tschopp. Certains hôtels n'ont pourtant pas eu à se plaindre de cet événement. C'est, par exemple, le cas de l'Hôtel des Trois Couronnes, de la Villa Toscane, à Montreux, où la directrice Kathe Krähenbühl affiche une situation «satisfaisante», et du Montreux Palace qui a affiché complet, selon son nouveau directeur, Michael Smithuis. Situation analogue à l'Hôtel Le Mirador, au Mont-Pèlerin, où le directeur Eric Favre a indiqué au quotidien «La

Presse Riviera Chablais» que l'événement n'avait pas eu «de conséquence négative» pour son établissement.

DONNER CONGÉ AU PERSONNEL

Cette morosité rend la situation difficile à gérer pour les responsables hôteliers car, comme le souligne Jacques Pernet, vice-président d'Hôtellerie vaudoise, leur «marge de manœuvre est petite». Dans le pire des

cas, il faut licencier du personnel, indique Nicolas Ming, directeur de l'Hôtel Pavillon à Vevey, avant d'ajouter qu'il y a d'autres mesures à prendre pour passer ce cap, comme proposer au personnel de prendre des vacances ou procéder à des travaux d'entretien. Certains frais – achats de matériel, par exemple – peuvent aussi être réduits, mais l'effet sur les coûts reste limité. On comprend, dès lors, que plus d'un sont dans l'attente de jours meilleurs.

Quelques lueurs d'espoir

En dépit des perspectives économiques moroses pour l'année 2003, plusieurs hôteliers de la Riviera vaudoise perçoivent, ici et là, quelques lueurs d'espoir.

Directeur de l'Hôtel Pavillon à Vevey, Nicolas Ming est d'avis qu'une fois le G8 passé, les affaires devraient «plus ou moins retrouver un rythme normal». «Les facteurs négatifs devraient aussi quelque peu s'atténuer», dit-il. Il espère notamment que les Suisses privilégieront leur pays pour passer leurs vacances.

Une campagne de publicité, lancée ce printemps à cet effet en Suisse alémanique et à laquelle se sont associés les hôteliers de la Riviera, a déjà ap-

porté quelques fruits. Directrice de la Villa Toscane à Montreux, Kathe Krähenbühl affiche aussi un certain optimisme. Plusieurs réservations provenant de groupes ont été enregistrées pour les mois de septembre et octobre. «J'ai l'impression que les Américains reviennent peu à peu», indique également le responsable de l'établissement.

L'optimisme est aussi de mise au Montreux Palace. Le nouveau directeur, Michael Smithuis, est d'avis que le tourisme d'affaires reprendra bientôt de la vigueur. Il en veut pour preuve le bon taux de réservation constaté pour les mois d'août à décembre. **MH**

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!

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

noteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

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

ROLAND PIERROZ

MICROS

Restaurant Roland Pierroz, Verbier

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

CHECK IN DATA

PARAHÔTELLERIE /
Swissapartments lance ses
sections régionales

Premiers pas en Valais

Principal pilier de la parahôtellerie avec, l'an passé, 18,1 millions de nuitées, le secteur «maisons et appartements de vacances» poursuit ses efforts pour se structurer afin d'offrir notamment aux clients un produit homogène sur le plan de la qualité. Aujourd'hui, quelque 12 000 objets sont ainsi classifiés selon un système mis en place depuis 1994 par la Fédération suisse du tourisme.

Ce secteur des appartements de vacances s'apprête à renforcer sa présence dans le paysage touristique avec la création de sections régionales de Swissapartments. Association faitière, créée il y a un an et demi, celle-ci entend affirmer ce secteur sur le plan politique et proposer, à Suisse Tourisme notamment, un produit touristique à commercialiser concurrentiel, indique son président, Marcus Waldmeier.

D'ICI LA SAISON HIVERNALE

La première section régionale de Swissapartments devrait voir le jour en Valais. En effet, il y a quelques jours, le Gouvernement valaisan a donné son accord pour un soutien financier à la création de «Valaisapartments». Pour Daniel Schmutz, un des initiateurs de ce projet, cette section devrait se mettre en place d'ici la prochaine saison d'hiver. Actuellement, quelque 6000 à 7000 objets sur 18 000 sont classifiés en Valais. Cette section devrait porter ce chiffre à 15 000 objets au moins. Cette fondation sera suivie par d'autres, puisque l'idée est de calquer la structure de Swissapartments sur celle des régions touristiques du pays. C'est ainsi que les Grisons, l'Oberland bernois, le Tessin, le canton de Vaud devraient emboîter le pas au Valais.

Swissapartments est pourtant déjà actif, puisqu'elle a pris en main, en collaboration avec la Fédération suisse du tourisme, la formation des contrôleurs de qualité des appartements de vacances. A mi-mai, une première volée de contrôleurs ont été formés à Engelberg. Un cours similaire a été organisé mardi à Loèche-les-Bains et deux autres sont prévus cet automne: le premier le 29 octobre à Anzère pour les francophones, le second le 23 octobre à Davos.

MH

OFFRES ESTIVALES / Un parfum d'aventure flotte dans les activités estivales proposées par les diverses stations touristiques. Beaucoup ont été conçues spécialement pour les enfants. **VALÉRIE MARCHAND**

Cet été, les enfants seront rois!

Dormir dans des tipis, découvrir un sentier des sens, assister à des tours de magie étonnants, pour la préparation de la saison estivale en station, tout est mis en œuvre pour le plaisir des plus jeunes, accompagnés de leurs parents ou encadrés par des moniteurs dans une ambiance «Club Med».

Les Diablerets proposent notamment, pour la première fois, cet été, un hébergement sous des tipis et pas n'importe lesquels: ils ont été rachetés par la société des Diablerets «Mountain Evasion» à Expo.02. Ce type de vacances permet aux familles (ou à des groupes) de ne pas déboursier trop d'argent, avec des prix oscillant de 25 francs à 35 francs la nuitée, en offrant un parfum d'aventure à leurs enfants et sans manquer toutefois de commodités. En effet, les lits installés à l'intérieur des tipis, sont relativement confortables. De même, barbecues, petits-déjeuners continents servis à table, douches et toilettes font aussi partie du séjour qui s'annonce pour le moins hors du commun. En tout, 108 lits sont à disposition des hôtes.

Un tel type d'hébergement existe aussi à Leysin depuis quelques années déjà. Il a été lancé par l'ex-champion d'Europe et du monde de bob à quatre, Silvio Giobellina. Ce dernier a quitté le monde de la compétition pour retourner dans ses montagnes, en quête d'un cadre de vie plus naturel, loin des relations publiques. Ainsi, il a choisi de proposer des activités – pas trop conventionnelles – aux touristes, venus en famille ou entre amis.

UN NOUVEAU PARCOURS DIDACTIQUE ET LUDIQUE

A Villars-sur-Ollon, l'office du tourisme (OT) organise des journées portes ouvertes au mois d'août durant le week-end du 2 et 3 août, avec gratuitement pour les familles. «Ainsi, elles pourront pratiquer le golf, se rendre à la piscine, jouer du tennis ou participer à des randonnées accompagnées, sans aucun frais», précise Emmanuel Estoppey, le responsable de l'animation. De même, l'OT a mis sur pied, un nouveau parcours didactique et ludique, à la découverte de la faune et de la flore, autour du lac des Chavannes, spécialement destiné aux enfants. «Tout en effectuant une balade et en suivant diffé-

Photo: Swiss-Image



VACANCES D'ÉTÉ

Pour cette saison estivale, tout est mis en œuvre pour le plaisir des plus jeunes, accompagnés de leurs parents ou non.

rents postes, ils pourront également participer à un concours», explique le responsable de l'animation.

Les parcours didactiques semblent rencontrer beaucoup de succès ces dernières années et fleurissent un peu partout. Les Diablerets ont inauguré leur parcours didactique, prévu notamment pour les familles, l'année dernière. Intitulé «Les Diablerets d'hier à aujourd'hui», il traverse tout le village et retrace son histoire. Château-d'Œx, pour sa part, propose le sentier des fourmis. Il débute par une exposition permanente au restaurant d'altitude, au sommet du télésiège de Télé-Château-d'Œx. Puis, des panneaux échelonnés sur 3,5 kilomètres de chemin dévoilent la vie de ces petites créatures surprenantes.

UNE CLEF QUI MÈNE À L'ÉNIGME FINALE

Dans la même région, sur la pente de la Braye, le parcours Mike Horn Family, long de 4 kilomètres, propose de nouveaux postes. Ainsi, les familles pourront découvrir le monde de Mike

Horn et de ses expéditions. Différents jeux et une exposition permettront aux aventuriers d'un jour de découvrir la clef qui les conduira à l'énigme finale.

A Verbier, c'est un véritable Sentier des sens qui est proposé. On y accède par les télécabines de Savoyres/La Tzoumaz. Le parcours privilégie l'approche de la nature par l'odorat, le toucher et l'ouïe. Il a été développé en collaboration avec le Centre pédagogique pour handicapés de la vue à Lausanne et a été conçu pour constituer un pont communicatif entre aveugles, malvoyants et les personnes qui ne souffrent pas de ce type d'handicap. Tout d'abord, un premier chalet intitulé «Musée des sens» permet aux familles de découvrir la faune et la flore de la région. Un deuxième chalet présente une exposition sur les plantes médicinales. Les promeneurs peuvent ensuite longer le Bisse de Saxon jusqu'aux pâturages. Puis, une dernière boucle traverse la forêt, les pâturages et rejoint le lit de la Fare. Durant cette promenade de 3 kilomètres environ, les randonneurs peuvent se laisser imprégner par les odeurs ou les bruits, de la forêt,

de la flore, du sol, de l'eau ou encore des oiseaux.

Pour proposer une balade différente aux familles, à 2200 mètres d'altitude cette fois-ci, Téléverbier a choisi cette année d'acquiescer son propre train panoramique. «Nous avons décidé de ne plus louer le véhicule comme l'été dernier, mais d'en acheter un, plus moderne et plus confortable», déclare Eric Piguet, directeur commercial de Téléverbier. Reliant les Ruinettes à la Chaux et offrant une large vue sur la vallée de Bagnes et sur le massif des Combins, le train a déjà été particulièrement apprécié par les familles l'année passée. Le nouvel engin, moins bruyant, peut circuler par tous les temps, car les wagons pourront, cette fois-ci être fermés.

LES ENFANTS EN SPECTACLE

A Nendaz, ce n'est pas la «Star Academy», mais bien la «Kids Academy» qui est ouverte pour la saison estivale. «Il s'agit d'un nouveau concept d'animation pour les enfants, leur permettant de vivre une expérience de club de vacances, tout en offrant une totale liberté aux parents», signale Marek Moos, le responsable du marketing. Un programme à la semaine est prévu avec prise en charge des enfants toute la journée par des professionnels. Une large palette d'activités leur est proposée: escalade, sports d'équipe, promenades, journée aventure, piscine ou encore tennis. Puis, Champéry vient d'ouvrir, au centre du village, un «bike park» qui a été conçu comme un terrain de jeu ou d'entraînement. Enfants et adultes pourront ainsi s'exercer gratuitement dans un espace (avec sauts, virages relevés, etc.) destiné tout autant aux débutants qu'aux plus chevronnés.

Enfin à Crans-Montana, lors de la Semaine Internationale de magie qui se déroulera du 15 au 19 juillet dans les hôtels et les restaurants, des ateliers seront spécialement prévus pour les enfants des 7 ans. Ils pourront ainsi développer leur talent de prestidigitateurs. Puis, ils pourront montrer leurs meilleurs tours et numéros au public lors d'une soirée où leur sera spécialement dédiée. Tous les ingrédients sont ainsi réunis pour que les plus jeunes vivent leurs vacances comme une grande aventure!

Annonce

www.htr-milestone.ch



Votre succès compte. Inscrivez-vous maintenant!

En 2003, le MILESTONE. PRIX DU TOURISME SUISSE, en est déjà à sa quatrième édition. Le prix récompense l'innovation dans le tourisme dans les catégories: «Projet remarquable», «Promotion de la relève» et «Œuvre d'une personnalité».

La documentation de candidature se trouve dans l'internet sur www.htr-milestone.ch ou peut être commandée au 031 370 42 16

Délai d'envoi: à partir de maintenant et jusqu'au 31 juillet 2003



Staatsekretariat für Wirtschaft
Secretariat d'Etat à l'économie
Segreteria di Stato dell'economia
Stato Secretariat for Economic Affairs

seco

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

HÔTELLERIE FRIBOURGEOISE / Journée politico-touristique à Charmey

Première section à obtenir le label

Grande réunion des milieux hôteliers, touristiques et politiques à l'Hôtel Cailler et au Minotel du Sapin, à Charmey, à l'occasion de l'assemblée générale de la section fribourgeoise d'hôtellerie suisse qui s'est déroulée sous la souriante présidence de Dino Demola. Outre les questions d'actualité présentées à l'intention des nombreux invités, on a souligné l'importance économique du secteur touristique

et hôtelier pour le Pays de Fribourg. La section cantonale SSH compte 78 membres, ceux-ci ont payé 41,1 millions de francs de salaires bruts en 2002 auprès de 1677 collaborateurs/trices. L'an dernier, l'hôtellerie fribourgeoise a dénombré 351 711 nuitées (+12,2%), en raison de l'Expo.02 qui a stimulé le mouvement à Morat, mais désavantagé toutes les autres régions du canton. L'heure est pourtant à

l'optimisme pour les hôteliers fribourgeois. En effet, leur association cantonale est la première de Suisse à avoir obtenu le label de qualité I pour le tourisme suisse. A l'occasion de cette assemblée générale, deux bourses d'études de 2500 francs chacune ont été remises à deux Fribourgeoises, Valérie Leuenberger (Ecole hôtelière de Thoune) et Sabine Pythoud (Ecole hôtelière de Lausanne). JS

MONTREUX / L'Hôtel des Alpes vaudoises a un nouveau propriétaire

Hôtel voué à la clientèle indienne

Le groupe «Golden Pass Services» ou Compagnie du chemin de fer Montreux-Oberland-Bernois (MOB), a vendu l'Hôtel des Alpes Vaudoises de Glion à la société Madras Curry SA. Cette dernière a repris l'exploitation de l'établissement au 1er juin. Après la transformation du «Terminus» à Montreux, en centre administratif, l'opération est le dernier acte de désengagement du groupe «Golden Pass

Services» dans l'hôtellerie. Mais, il reste propriétaire des restaurants d'altitude des Rochers-de-Naye et des Pléiades, ainsi que des buffets de gare de Glion, Caux et Château-d'Ex. Le MOB avait acheté cet hôtel trois étoiles de 50 chambres en 1974 et l'avait exploité comme lieu de villégiature pour une clientèle de groupe. Directeur de l'établissement qui faisait partie des Relais du Silence depuis 2001, Jacques

Bettex a quitté l'entreprise. Sans le communiquer, les deux parties qualifient toutefois le prix de la transaction de «satisfaisant». Déjà propriétaire de l'Hôtel Balzac à Genève et de deux restaurants à Lausanne, la société Madras Curry a précisé qu'elle souhaite développer l'accueil d'une clientèle indienne. Ce dont le MOB compte profiter, notamment pour sa promotion sur ce marché particulier. JJE

SWISS GOLF HOTELS / Lancement d'un voyage promotionnel en Allemagne

Sensibiliser les marchés de proximité

L'association Swiss Golf Hotels, qui regroupe 46 hôtels dont huit en Suisse romande*, participera cet été à un voyage promotionnel qui fera halte dans cinq clubs de golf de l'Allemagne du Sud, soit ceux d'Eschenried 21 juin, d'Ulm 22 juin, du Schloss Langenstein 29 juin, de Starnberg le 10 juillet et de l'Allgäuer Golf- und Landclub le 15 août.

Le but de cette opération, organisée pour la première fois par les Swiss Golf Hotels, sera de sensibiliser un marché de proximité au fait que la Suisse dispose de «quelques-uns des plus beaux parcours de golf d'Europe» et que les 46 membres des Swiss Golf Hotels ne se trouvent qu'à «vingt-trente minutes» au maximum de 84 parcours de golf «remarquables», a indiqué l'association Swiss Golf Hotels.

AVEC LE GRAND HÔTEL DES BAINS D'YVERDON

Ce voyage de promotion bénéficiera du soutien de six hôtels membres des Swiss Golf Hotels, à savoir le Grand Hôtel des Bains d'Yverdon (VD), le Relais & Châteaux Albergo Giardino à Ascona, l'Hôtel Valsana à Arosa, le Design-Hotel Saratz à Pontresina, ainsi que le Zermatterhof et l'Alpenhof, tous deux à Zermatt. Les responsables de ces six établissements effectueront le déplacement en Allemagne du Sud et leur présence ira de pair avec l'organisation, dans chacun des cinq clubs visités, d'un tournoi de golf où tous les participants recevront un bon de 100 francs à faire valoir dans «plus de trente» Swiss Golf Hotels. Une telle opération devrait être reconduite ces prochaines années en France et en Italie.

DEUX NOUVEAUX HÔTELS EN SUISSE ROMANDE

Au chapitre des nouveautés, outre ce premier voyage de promotion en Allemagne, on remarquera que les Swiss Golf Hotels regroupent désormais 46 hôtels contre 42 l'année passée. Parmi les nouveaux membres, on relève deux hôtels de Suisse romande: l'Hôtel Palafitte à Neuchâtel et l'Hôtel Mont-Paisible à Crans-Montana.

Enfin, on notera que la «Journée annuelle» des Swiss Golf Hotels, initialement agendée au mardi 17 juin sur les parcours de golf de Loèche en collaboration avec l'Hôtel Lindner de Loèche-Bains, a été reportée au mardi 30 septembre. Le 17 juin, elle aurait en effet eu lieu le même jour que l'assemblée des délégués d'hôtellerie suisse à Pontresina, dans le canton des Grisons. LM

* Hôtel Le Mont-Paisible et Lindner Golf Hotel Rhodania (tous deux à Crans-Montana), Le Vieux-Manoir au Lac (Meyriez-Morat), Le Montreux Palace (Montreux), l'Hôtel Palafitte (Neuchâtel), Golf Country House de la Gruyère (Pont-la-Ville), l'Hôtel du Signal (Chevres) et Grand Hôtel des Bains (Yverdon).

TOURISME VERT / Si l'hébergement dans les fermes et autres exploitations agricoles prend son essor en Romandie, les vignerons, eux, sont à la traîne, par manque de locaux disponibles. GENEVIÈVE ZUBER

Déguster oui, mais dormir non!

Prenez le catalogue romand des vacances à la campagne paru tout récemment: sur 450 adresses répertoriées, les offres d'hébergement chez des viticulteurs n'arrivent même pas à dix! Les deux grandes régions viticoles, l'arc lémanique vaudois et la plaine valaisanne du Rhône, brillent par leur quasi absence d'offres.

UN PROBLÈME DE LOCAUX

Les milieux de la viticulture interrogés le reconnaissent pourtant, une telle activité permettrait de faire d'une pierre deux coups: toucher des revenus accessoires précieux, par ces temps difficiles, pour le secteur et promouvoir les produits du cru.

Le problème, c'est que les exploitations viti-vinicoles n'ont pas les mêmes disponibilités en locaux que les fermes agricoles, où les espaces sont moins comptés.

Cette question de locaux explique en partie que dans le vignoble genevois, ce type d'offre soit relativement plus étoffé: «A Genève, bien souvent, nous ne sommes pas des vignerons seulement, nous avons une structure de polyculture et ainsi davantage de locaux disponibles», explique Fernand Pittet qui loue dix chambres d'hôtes dans sa ferme viticole de Russin.

UN PIONNIER DANS LE CANTON DE GENÈVE

Et puis le bout du lac est influencé par l'exemple de la France, qui a une grande longueur d'avance sur la Suisse en matière de tourisme vert.

Pionnier à Genève, confronté à la crise viticole, Fernand Pittet a opté pour cette diversification il y a quinze ans. Aujourd'hui, ses chambres

Photo: Daniel Stampfli


TOURISME VERT

Si beaucoup de fermes accueillent les touristes pour plusieurs nuitées, peu nombreux sont les vignerons qui offrent un tel type d'hébergement.

affichent régulièrement complet, mais les débuts ont été difficiles. «Les hôtels faisaient pression sur l'office du tourisme, qui ne proposait pas mes offres. Mais maintenant, cela se passe bien», précise-t-il. Président des viticulteurs genevois, Louis Serex s'en fait l'écho, plaçant pour davantage de collaboration «comme en Alsace, où j'ai vu des hôtels travailler avec des vignerons proposant des chambres d'hôtes».

LES VIGNERONS Y CROIENT POURTANT

Pour sa part, le président des vignerons vaudois, Gérard von Tobel estime que les normes doivent être moins drastiques. «Il faut que ce soit simple, propre et évitons trop de règlements. Laissons le client potentiel décider», estime-t-il.

En Valais, le député Narcisse Crettenand a déposé une motion dans le cadre de la révision de la loi cantonale sur l'agriculture, demandant des aides à fonds perdus pour l'aménagement de locaux d'hébergement.

Et puis il y a les différents projets régionaux de route du vin dans ces deux cantons ainsi que la route thématique «Gastronomie et vin» qui sera lancée cet été par Suisse Tourisme.

Cette route, rappelés-le, fera, quasiment, un tour de Suisse et fera la part belle à la Suisse romande. Elle partira de Schaffhouse, longera les coteaux des Grisons, passera par le Tessin, avant de rejoindre le Valais et les rives du lac Léman. Elle ne manquera de faire également un passage dans les vignobles neuchâtelois.

Ces divers projets contribueront-ils au développement de l'hébergement chez les vignerons? L'avenir le dira.

TOURISME VERT / «Mountain Wilderness» s'adresse aux promeneurs en attirant leur attention sur les producteurs et commerçants locaux, en éditant une brochure et un site Internet. DANIELLE EMERY MAYOR

«Butiner au Pays du Mont-Blanc»

«Mountain Wilderness» édite une brochure proposant différents itinéraires aux touristes-randonneurs dans l'Entremont, le Val Ferret et Val du Trient, en Valais. Son titre: «Butiner au Pays du Mont-Blanc». Alina Darbellay, cheffe du projet, rappelle que l'organisation internationale poursuit la recherche des offres enracinées dans le patrimoine naturel et culturel d'une région. «Nous ne faisons pas seulement la promotion des produits du terroir, ajoutée-elle, nous valorisons aussi un hébergement proche de la nature.»

Douze mille exemplaires ont été édités, la moitié en français, l'autre en allemand. En plus des membres de l'organisation, des offices du tourisme, la brochure a été envoyée à 2000 per-

sonnes de Valrando, l'association valaisanne de tourisme pédestre.

DONNER UNE IMAGE DIFFÉRENTE DU VALAIS

Un site Internet a aussi été créé: www.butiner.ch/fr. Dans une deuxième phase, confie Alina Darbellay, il s'agira de développer des forfaits pour des séjours de 4 ou 5 jours. Le tout basé sur une notion basique: l'accueil et le contact personnel entre le touriste, le producteur et l'hébergeur.

Pour Valais Tourisme, ce nouveau dépliant est une pierre supplémentaire à l'édifice du tourisme doux et estival. «Il ne faut surtout pas freiner ces démarches. Ce sont des produits à dé-

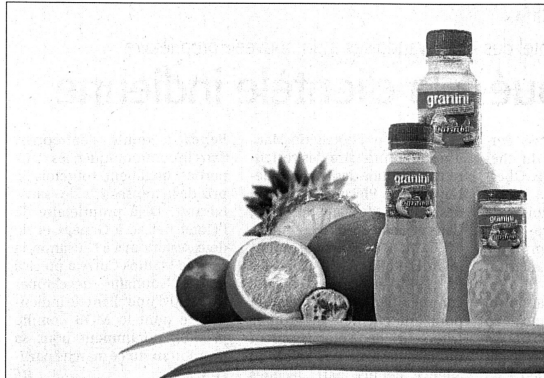
velopper», note Yvan Aymon, directeur-adjoint. Ceci dans le but de changer l'image du Valais encore trop associée au ski et aux sports de glisse. Mais d'ici là, il faudra du temps. Du temps pendant lequel ces initiatives souvent individuelles, rarement rentables, doivent pouvoir émerger.

REGROUPER LA COMMUNICATION

Certains regrettent la dispersion des énergies, voire les doublons. L'Espace Mont-Blanc, coopération transfrontalière, fait par exemple la promotion des produits des alpages et du tourisme intégré. Alina Darbellay rétorque que si les buts poursuivis par

l'Espace Mont-Blanc sont excellents, l'organisation ne s'active pas assez sur le terrain. «Mais nous espérons pouvoir bientôt travailler en réseau», ajoute-t-elle.

Pour Yvan Aymon, il est indispensable que les initiateurs de ces produits touristiques ne se lancent pas individuellement dans les opérations de promotion. «Il faut arrêter de rajouter des couches, et plutôt privilégier la communication et le marketing au niveau régional.» Un discours que continue de marteler Yvan Aymon auprès de toutes les organisations touristiques valaisannes. «Il faut dépasser les individualismes pour aller au bout des choses et travailler avec professionnalisme.»



Granini lance le Cocktail Caraïba

Granini vient de créer le Cocktail Caraïba et élargit ainsi sa gamme qui compte désormais 17 jus et nectars de fruits et légumes.

Le Cocktail Caraïba est une combinaison de différents fruits, cueillis à leur maturité optimale. La nouvelle boisson est ainsi composée de fruits de la passion, de mangues, de pêches, d'ananas, de bananes et de citrons. Elle se différencie des autres boissons de la gamme par son emballage bleu (bouchon

et étiquette). Elle est actuellement disponible en bouteilles en verre de 20 cl et en bouteilles PET de 33 cl et 100 cl, tant pour la gastronomie que pour le commerce de détail et les marchés d'impulsion (kiosques, stations-services, lieux de sports et de loisirs).

Eckes-Granini (Suisse) SA
1225 Henniez
Tél. 026 668 68 68
Fax 026 668 68 20
martine.haymoz@henniez.ch

Bico au pays du sommeil et des rêves

Selon l'entreprise Bico, les nouveaux Bico-Flex et Swing-Flex donnent au dormeur l'impression unique de flotter comme s'il se trouvait sur un nuage. Ceci notamment grâce à plusieurs innovations. Le confort d'un soutien individuel aux niveaux dorsal et lombaire, une zone de confort pour les épaules et une paire de ressorts supplémentaires pour un meilleur soutien du corps. Par ailleurs, le swing-flex, doté de charnières flexibles et d'une zone de renforcement centrale réglable, par exemple au niveau des épaules, fait partie, selon l'entreprise Bico, des modèles les plus appréciés. De même, le sommier avec suspension en matière synthétique, renforcé de fibres de verre, résistant à l'usure, dispose aussi d'un grand allongement du ressort. Ce qui signifie également que l'encombrement en hauteur est minimal.

BICO AG
8718 Schänis
Tél. 055 619 66 00
Fax 055 619 66 01
info@bico.ch
www.bico.ch



Nouveau terminal mobile de paiement

La société vaudoise Jeronimo vient de lancer un nouveau terminal mobile de paiement conçu pour accepter aussi bien les cartes de crédit que celles de débit. Il s'agit du Smash GSM (Global System for Mobile communication). Selon l'entreprise vaudoise, ce nouveau terminal électronique répond à une véritable attente de la part des cafetiers et restaurateurs.

L'appareil, est muni d'un module GSM et d'une partie «intelligente», plus puissante que celles des modèles précé-

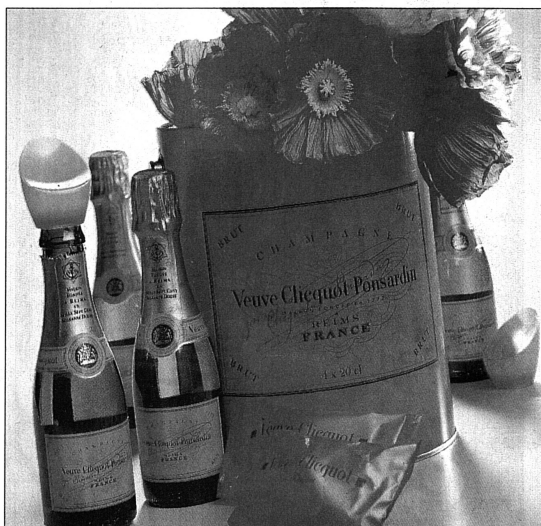
dents. Le terminal portable peut ainsi traiter discrètement, «à la table», les cartes de débit, comme ec/Maestro et Postcard, comme les cartes de crédit. La transaction s'effectue «on-line».

Jeronimo SA
Ch. de la Vuarpillière 31
1260 Nyon 2
Tél. 022 365 04 04
Fax 022 365 04 05
info@jeronimo.ch
www.jeronimo.ch

«Paint box» de Veuve Clicquot

A offrir en cadeau, le champagne Veuve Clicquot Brut Carte Jaune sous la forme d'un seau coloré appelé «paint box» contenant quatre mini-bouteilles de 20 cl. Et, oh surprise! Le champagne peut être bu directement à la bouteille grâce à un bec spécial appelé «Clicq». Ce bec jaune, réalisé par l'artiste Pablo Reinoso, se fixe sur la mini-bouteille pour une dégustation qui se veut non conventionnelle. Cet accessoire breveté a été conçu de manière à ne pas altérer les arômes du champagne Brut Carte Jaune. Celui-ci est composé de Pinot Noir, de Pinot Meunier de Chardonnay, ainsi que de vins de réserve.

LVMH Wines & Spirits (Suisse) SA
Veuve Clicquot
Case postale 871
1215 Genève 15
Tél. 022 939 37 00
Fax 022 939 37 38
www.clicquot.com



FORMATION



Ecole Supérieure 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



Tout sur Internet et les bénéfices nets.

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

Les vins de La Côte,

Mont-sur-Rolle Féchy Morges
Vinzell
Luins
Nyon

un bouquet de qualité!

La Côte, das ist vor allem ein Weinbaugebiet in aussergewöhnlicher Lage. Die La Côte-Parzellen mit ihrem markanten Erdgut sonnen sich in der sanften Hügellandschaft am herrlichen Genfer See, zwischen Lausanne und Genéve, und bieten somit eine hervorragende Palette an typisierten Weiss-, Rose- und Rotweinen. La Côte steht ebenfalls für Innovation unter Berücksichtigung der Tradition. Tatsächlich entwickeln die Winzer der Region ständig und mit Leidenschaft zahlreiche Neuheiten, die sowohl Gourmets als auch Weinliebhaber, bzw. Weinkenner, gleichermaßen entzücken.

TROIS-LACS / Collaboration promotionnelle des compagnies de navigation

Identifier et mobiliser la région

Réunis au Mont Vully, les dirigeants des deux compagnies de navigation sur les lacs de Neuchâtel, de Morat et de Bienne ont présenté leur projet de collaboration sur le plan promotionnel. Dans la foulée d'Expo.02, bien sûr, et de la récente convention passée entre les quatre villes artep-lages, il s'agit de faire des deux entreprises de transports publics lacustres le fer de lance d'une politique de collabora-

tion intercantonale concrète dont l'objet à terme est triple: permettre au public d'identifier le Pays des Trois-Lacs, donner une légitimité à toute cette région et en mobiliser les principaux acteurs.

Une charte fera office de document de référence pour mener à bien les projets prévus; ceux-ci, de nature essentiellement promotionnelle, devraient concerner les quarante communes riveraines des trois

lacs et se caractériser par leur souplesse quant à leur utilisation dans diverses configurations. L'élément rassembleur unique que représentent les infrastructures de navigation publique au sein de l'Espace Mittelland doit favoriser la cohésion de cette vaste destination; dans cet esprit, celle-ci organisera d'ailleurs dès 2004 les Festivals, festival de manifestations culturelles. JS

Les Suisses aiment le train

Berne. Les Suisses aiment voyager en train. Ainsi, en 2001, chaque habitant du pays a utilisé en moyenne 45 fois ce moyen de transport, a révélé une statistique de l'Union internationale des chemins de fer, reprise par le Service d'information pour les transports publics. Notre pays est en tête des utilisateurs européens et en deuxième place sur le plan mondial, après le Japon où chaque habitant prend en moyenne 68 fois le train par an. MH

SIERRE / Le financement en discussion

«Innover ou disparaître»

C'est sous le titre «Le financement du tourisme: innover ou disparaître» que le Club EST-STF une émanation de l'Ecole suisse de tourisme à Sierre, organisera le vendredi 13 juin à Sierre une journée d'information. Cette journée s'annonce prometteuse. En effet, plusieurs éminents spécialistes seront de la partie. On relèvera notamment la présence du professeur de l'Institut de tourisme de l'Université de Saint-Gall,

Christian Lässer, ainsi que celle du directeur de la Société suisse de crédit hôtelier, Andreas Deuber. Tous deux s'exprimeront le matin, en séance plénière. L'après-midi sera, quant à lui consacré à quatre ateliers. L'un d'eux sera animé par le vice-directeur de Valais Tourisme, Yvan Aymon, qui s'exprimera sur la stratégie des destinations. MH

Inscription: <http://est-stf.hevs.ch/ffclub>

VALAIS / 2e Journées valaisannes du tourisme en vue

L'excellence au programme

Les deuxièmes Journées valaisannes du tourisme se tiendront à Crans-Montana les 10 et 11 juin prochains avec pour thème principal, l'excellence. Faire avancer la cause du tourisme, trouver de nouvelles idées, offrir une plate-forme où peuvent s'échanger les expériences du terrain, voilà la philosophie de cette rencontre organisée par Valais Tourisme. «Plutôt que d'insidieuses théories, les sujets seront traités sous la forme d'exemples extérieurs à notre canton», note le directeur Urs Zenhäusern

LE PARTAGE DES EXPÉRIENCES

Après l'assemblée générale de Valais Tourisme qui aura lieu le mardi, la parole sera donnée à Sepp Blatter, président de la FIFA. Il s'exprimera sur le thème du chemin qui mène vers l'excellence. Le mercredi, ce sera le vice-président de Swiss International Air Lines qui parlera de la «Destination excellence».

Mais ce sont surtout les workshops qui permettront un échange d'idées. On essaiera de comprendre avec Urs Kamber, directeur de Lerch Tourisme, quelles sont les clés du succès autrichien; on découvrira grâce à la présence du Dr Christoph Engl, directeur de Südtirol Tourisme, comment fonctionne le Sud Tyrol qui dispose de moyens financiers nettement supérieurs à ceux du Valais. On entendra deux spécialistes du tourisme et du développement durable qui conduiront chacun un atelier: Javier Bustamante rapportera l'expérience de la région balnéaire de Calvià Mallorca; Nico Visser, de la société néerlandaise TUI, parlera de l'intérêt du consommateur pour les produits durables, et ce que cela signifie pour un tours-opérateur. Klaus Oegerli, directeur du «marché Europe» à Suisse Tourisme animera une discussion sur la politique de prix pratiquée en Suisse.

DES SYNERGIES TOURISTIQUES

La question de la survie des remontées mécaniques sera abordée par Louis Moix, président des Remontées mécaniques suisses. Le président des hôteliers valaisans Joseph Bonvin traitera la question de la nouvelle loi sur l'hôtellerie et la restauration, à quelques jours de la présentation du texte au Parlement valaisan par le Conseil d'Etat. Il sera question aussi de parahôtellerie avec Carsten Jochem, responsable des ventes chez Interhome Suisse.

Pour Yvan Aymon, directeur adjoint de Valais Tourisme, «ces Journées sont l'occasion de fournir des pistes de réflexions aux leaders de la branche.» Les organisateurs attendent environ deux cents personnes. DEM

Renseignement et inscription de dernière minute: www.valais-tourism.net

CHARLES-ANDRÉ RAMSEIER / Il y a plus de quarante ans, qu'enfant, le patron du tourisme vaudois découvrait le Pays-d'Enhaut. Il en a fait le pays où il revient toujours. JEAN-JACQUES ETHENOZ

«J'ai fait un choix: le Pays-d'Enhaut et ses habitants»

Les Vaudois, c'est bien connu, sont les plus Alémaniques des Romands. Et les Damounais – les habitants du Pays-d'Enhaut – les plus Bernois des Vaudois. Etonnez-vous dès lors! Directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Charles-André Ramseier vient d'une famille d'origine bernoise. Il habite Château-d'Ex, il se dit «très vaudois». Et il est considéré par ses pairs de la RDK – la Conférence des directeurs régionaux d'office du tourisme, qu'il a présidée – comme le Romand le plus «sérieux», c'est-à-dire moins «léger» que les autres.

Portrait

Les Vaudois, c'est bien connu aussi, aiment les montagnes vues d'en-bas. C'est là que commence le parcours peu commun de ce Bernois «très vaudois». Grâce à une grand-mère. Alors que le fils du fromager de Corcelles-sur-Chavornay rêvait d'en-bas – à la ligne bleue des crêtes du Jura, elle l'a emmené... au Pays-d'Enhaut. Il avait cinq ou six ans. Depuis, il y est toujours retourné – il dit même «revenu», comme pour marquer une identification –, travaillant en plaine, bûcheronnant dans le Jura pour financer ses vacances d'écologie. Puis adolescent, comme stagiaire à l'hôpital régional, animateur de stages de sport, «prof» de français et «prof» de ski.

QUATRE MOIS POUR CHOISIR

Vint le temps de l'infidélité, toute passagère, du côté des Rocheuses américaines, sillonnées trois hivers

Charles-André Ramseier et...

La Suisse: le plus beau pays du monde, dommage que les Suisses ne le sachent pas et qu'ils en montrent un visage égoïste.

Le Pays de Vaud: un condensé de Suisse, une position de carrefour et des gens réceptifs.

Le Pays-d'Enhaut: ma plus belle émotion fut quand ma fille l'a appelé «chez nous».

Expo.02: malheureusement, elle n'a que trop peu servi le tourisme romand.

Une émotion: une merveilleuse coïncidence: lorsque au-dessus de l'Inde, en voyage de promotion, j'ai croisé par hasard le Breitling-Orbiter que j'avais vu décoller de Château-d'Ex quelques jours plus tôt. JJE

Photo: Jean-Jacques Ethenoz



CHARLES-ANDRÉ RAMSEIER

«Je sais déléguer, mais mon job est de tout savoir, de comprendre, d'analyser, d'avoir un avis», dit le directeur de l'OTV.

durant pour enseigner le ski et maîtriser l'anglais. Et ce fut l'heure du choix. Ecoutez-le: «C'était le temps où les Américains se rendaient compte qu'ils devaient également développer leurs stations pour l'été. Je pouvais y mettre en place des infrastructures. Il y avait un esprit pionnier qui m'intéressait. J'ai mis près de quatre mois à choisir...». Choisir, car on l'appela aussi du côté de Château-d'Ex, pour diriger d'autres équipements, plus modestes. «Ce fut un choix de vie: la montagne d'ici, mais aussi ses habitants», dit-il.

On peut imaginer que c'est là que s'est forgée la personnalité actuelle du directeur de l'OTV. Car être confronté, à l'âge de vingt ans, aux après-montagnards damounais, alors qu'on vient d'en-bas, n'est pas tâche facile. Est-ce la lointaine origine bernoise? L'intégration s'est parfaitement accomplie chez les plus Bernois des Vaudois. Au

point qu'il y a aujourd'hui un amalgame. Questionnez autour de vous: Charles-André Ramseier est du Pays-d'Enhaut.

REGARD D'AIGLE, SILHOUETTE ALTIÈRE

Regard d'aigle, silhouette altière, maintenant un peu rigide, l'impressionne – c'est prouvé – ceux qui sont pour la première fois confrontés à ses analyses et à ses argumentations imparables. «C'est surtout de la timidité, celle qui fait que je sais écouter», assure-t-il. Comme il a su le faire, jeune directeur de l'Office du tourisme de Château-d'Ex (il avait entre-temps pris la succession d'Olivier Chevallaz), conseiller communal, puis «municipal», soit conseiller exécutif, responsable de la police, de la sécurité, du tourisme et des écoles, l'expérience

la plus enrichissante. Mais qu'on ne se y trompe pas, il n'est pas pour autant «raide comme la justice de Berne», comme disent les Vaudois. Bien au contraire, il suffit de l'entendre évoquer les expéditions européennes de trois jeunes directeurs d'OT des Alpes vaudoises (les deux autres étaient Claude Petitpierre, pour Leysin, et Patrick Messeiller pour Les Diablerets) pour s'en convaincre. C'était, il y a plus de vingt ans, quand il lançait ce qui allait devenir la Semaine internationale des ballons à air chaud et rencontrait un adolescent déjà fasciné par «tout ce qui volait», Bertrand Piccard.

UNE BRÈVE ESCALE À GENÈVE

Vint le temps d'une autre infidélité à sa région puisqu'il fut appelé à second Georges Tauxe à l'OTV, avant de faire une escale à l'Office du tourisme de Genève qui a fait du bruit. L'homme ne vit pas de promesses. Ecoutez-le, en substance: «J'avais pris le temps d'analyser, j'avais demandé des moyens, on ne m'a donné que des réunions, des tergiversations, des discussions et la gestion d'un acquis.» Il n'ajoute pas «il fallait choisir», mais cette fois le choix du retour – au Pays-d'Enhaut, bien sûr – fut plus rapide que vingt ans plus tôt. C'est Jacques Martin, le «président-complice», qui est à l'origine du dernier retour en date, à la tête de l'OTV. Un retour moins déchirant celui-là puisqu'il n'impliquait pas un nouveau départ de ce qui était aussi devenu le pays de Marlyse, son épouse, et d'Alexandra, sa fille, qu'il quitte «trop souvent».

Depuis, dans les bureaux de l'avenue d'Ouchy à Lausanne, on a l'impression qu'il «règne». Le passage de la grande silhouette, un peu rigide, fait inmanquablement se lever les regards, attentifs, interrogateurs. Mais qu'on ne se trompe pas, si Charles-André Ramseier règne, ce n'est pas en despotisme; plutôt en patron très éclairé, l'œil à tout. Et pourtant, «je sais déléguer, insiste-t-il, mais mon job est de tout savoir, de comprendre, d'analyser, d'avoir un avis». Que voilà un Bernois «très vaudois» peu commun!

Charles-André Ramseier Digest

Né le 3 mai 1949.
Marié à Marlyse, une fille, Alexandra (10 ans).
Un met: du fromage de l'Eti-vaz.
Une boisson: le café.
Un sport: le ski.
Une passion: sa famille.
Des vacances: faire découvrir la Suisse à sa fille. JJE

GOLDEN ARCH HOTELS / McDonald's s'est retiré

Repris par Rezidor

Lancés en 2001 par le groupe McDonald's, les deux établissements Golden Arch Hotels à Zurich et à Lully, près d'Estavayer-le-Lac, appartiennent depuis le 1er juin à la société hôtelière scandinave Rezidor SAS Hospitality. Ces hôtels, a précisé cette dernière, seront intégrés à son groupe Park Inn. Ils continueront leur activité sous cette marque.

Durant ces prochains mois, Rezidor SAS et le concepteur et

ancien responsable de McDonald's Suisse, Urs Hammer, examineront l'opportunité de créer une «chaîne d'hôtels internationale de Golden Arch Hotels», chaîne qui serait active dans le segment de l'hébergement bon marché, a précisé la société scandinave.

Rezidor SAS travaille avec les marques hôtelières Radisson SAS, Regent, Country Inn, Park Inn et, depuis peu, avec Lifestyle-Hotels Cerruti. MH

BEAU-RIVAGE PALACE / Demande du Moyen-Orient

Exercice très favorable

En 2002, la société Beau-Rivage Palace SA, à Lausanne, a connu «le meilleur exercice de son existence», lit-on dans le rapport de gestion.

Cet exercice a été notamment marqué par le fait que le Beau-Rivage Palace a profité «plus que tout autre établissement de luxe en Suisse d'un flux important de clientèle du Moyen-Orient». Le prix moyen par chambre a progressé de 498 à 612 francs, a souligné la société.

Et d'ajouter: «Une telle valeur est très rare en Suisse».

Le palace et La Résidence, devenue en octobre Hôtel Angleterre et Résidence, ont enregistré 68 334 nuitées (+3,9%) et un taux d'occupation de 64,5% contre 65,2%. Le chiffre d'affaires total a passé de 44 millions à 52 millions de francs (+18,1%) et le résultat d'exploitation de 12,5 millions à 15,1 millions de francs (+20,8%). MH

VULLY / Il n'y aura pas de 5 étoiles à Bellerive

Un projet abandonné

L'hôtel thermal de luxe, dont on projetait la réalisation à Bellerive, dans le Vully vaudois, ne sera pas construit. Son promoteur, l'architecte Jean-Michel Stotzer, pourrait éventuellement concrétiser son projet ailleurs en Suisse.

C'est le Service vaudois de l'aménagement du territoire (SAT) qui, après avoir examiné diverses variantes, la dernière en date étant celle d'un établissement de 150 chambres dévisé

à 50 millions de francs, a refusé son feu vert.

Jugé dès le départ trop imposant pour être intégré harmonieusement dans l'environnement vallétois et sujet à un problème de faisabilité économique, l'hôtel de Bellerive n'a pas eu l'heur de plaire à l'administration vaudoise. Réduire encore le projet aurait affecté sa rentabilité, ce qui a incité son promoteur à finalement jeter l'éponge. JS

LES GENS

Depuis quelques jours, la Brasserie-Restaurant du Petit Marly, à Marly (impassée Nouveau Marché 1), près de Fribourg, est placée sous la direction d'un chef émérite, déjà bien connu des gourmets de Suisse romande, puisqu'il s'agit de Jacques Zurbuchen qui, en compagnie de son épouse Erika, a repris cet établissement de la banlieue fribourgeoise. Dans un cadre entièrement redécoré, l'ex-tenancier de l'Hostellerie du Vignier propose des menus gastronomiques, des plats de cuisine traditionnelle et l'assiette du jour, le tout sous l'emblème de la toque monogrammée EJZ. JS

C'est Eric Barberet-Girardin, un spécialiste du tourisme de loisirs qui a pris la direction d'Aquaparc, le parc de loisirs aquatiques du Bouveret, racheté par Grévin et Cie au début de cette année. Eric Barberet-Girardin, qui a remplacé Blaise Carroz, est fort d'une expérience de onze ans dans la gestion des sites de loisirs. Avant de prendre la direction d'Aquaparc, il a notamment été à la tête d'un parc de loisirs dans le Val de Loire. Il a également travaillé au Parc Astérix et a été moniteur de ski à Wengen et Saint-Moritz. Il se déclare séduit par l'ancrage régional du parc et a annoncé son souhait de coopération avec les acteurs des loisirs de la région. JJE

La direction de Jura Tourisme est assurée depuis mi-mai par Philippe Flotriant, responsable du marketing nommé directeur suppléant. Il remplace Nicole Houriet, en congé de maladie pour une «durée indéterminée», comme l'a rapporté la presse locale. On rappellera que le Gouvernement jurassien a commandé un audit sur le fonctionnement de Jura Tourisme. MH

Le groupement Choice Hotels Europe a nommé un directeur de ventes pour la France, la Suisse et la Belgique en la personne de Philippe Clément. Agé de 52 ans, ce dernier a occupé des fonctions dirigeantes chez Pierre & Vacances, chez Chorus Tours, chez Hôtels et résidences Adagio et, durant les sept dernières années, chez P&O Ferries. Dans les trois pays dont le nouveau directeur devra s'occuper, Choice Hotels compte au total 180 établissements. MH

MÉLI-MÉLO

«La carte aux trésors» avec l'OTV. Produit dérivé du jeu télévisé la «chasse aux trésors», «La carte aux trésors» sera réalisée cet été par la Télévision suisse romande en collaboration avec l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV). L'émission, qui sera présentée par Sylvain Augier, sera diffusée tous les mercredis à 20 h. 05, sur TSR1 dès le 25 juin. Dix émissions figurent ainsi au programme. Lancée en 1996, cette émission repose sur quatre piliers: aventure, action, évasion et découverte. Deux candidats doivent résoudre des énigmes liées aux faits historiques, aux personnages célèbres ou encore aux particularismes d'une région. Ils se déplacent chacun à bord d'un hélicoptère, ce qui permet aux téléspectateurs de découvrir des paysages. MH

TOURISME NEUCHÂTELOIS / Une étude l'a montré: le canton de Neuchâtel est très peu connu. Il faut donc le promouvoir. MIROSLAW HALABA

Un impératif, la promotion

«Les gens n'ont rien contre notre région, bien au contraire, mais très peu nombreuses sont les personnes qui y pensent lorsqu'il s'agit de choisir un endroit où passer quelques jours de vacances.» Ces quelques mots, prononcés mardi soir, à La Chaux-Fonds, par le directeur de Tourisme neuchâtelois, Yann Engel, lors de l'assemblée générale, résumait les résultats du sondage fait ce printemps à Zurich et dans le Nord-Est de la Suisse pour cerner l'image du canton de Neuchâtel sur son principal marché touristique. Soucieux, en effet, de faire revenir les visiteurs de l'Expo.02 dans leur région, les responsables touristiques neuchâtelois se devaient de mieux connaître les aspirations de ces derniers.

Outre le manque de notoriété, le sondage de l'institut M.I.S. Trend, à Lausanne, a montré que ceux qui connaissent le canton aiment particulièrement son lac, son accueil, ses possibilités de randonnées pédestres ou la vieille ville de Neuchâtel. L'Expo.02 a, bien sûr, laissé des traces, puisque 20% des 588 personnes interrogées y songeaient lorsqu'elles entendaient le nom de Neuchâtel.

UNE PROMOTION D'ENVERGURE

Pour Tourisme neuchâtelois, le message de ce sondage est clair: la promotion doit être accrue. Joignant la parole à la pratique, l'association a lancé lundi une campagne de promotion

Photo: Swiss-Image



PROMOTION NEUCHÂTELOISE

Tourisme neuchâtelois vient de lancer une campagne de publicité à Zurich et dans le Nord-Est de la Suisse pour faire revenir les visiteurs d'Expo.02 dans le canton.

d'envergure – à son échelle, s'entend – à Zurich et dans les cantons du Nord-Est de la Suisse, qui tient compte dans sa conception des résultats du sondage. Un montant record de 600 000 francs, obtenu grâce notamment à l'excellent exercice 2002, a été ainsi investi dans cette opération. Cinq cents affiches seront apposées, 250 spots radiophoniques seront diffusés et diverses annonces publicitaires seront publiées

dans les principaux quotidiens locaux. D'autre part, 2500 personnes ayant participé à une action durant l'Expo.02 viennent de recevoir des bons touristiques à faire valoir jusqu'à fin 2004. Ces efforts ne seront pas de trop, car l'année en cours sera difficile. Pour Yann Engel, l'objectif sera de maintenir les nuitées, non pas au niveau de 2002, année de l'Expo.02, mais de 2001 où elles s'étaient élevées à 211 800.



Lauréats de la Bourse Evian. Six écoles ont participé à la 13e édition de la Bourse Evian des jeunes talents: l'Ecole hôtelière de Lausanne, Glion Hotel School à Glion et Bulle, l'Ecole hôtelière ES de Genève, HIM à Montreux, University Center à Brigue et l'Institut Hôtelière César Ritz au Bouveret, où s'est déroulée la cérémonie de proclamation des résultats. Trois prix de 5000, 2000 et 1500 francs ont été remis aux lauréats, la palme a été remportée par un étudiant de l'Ecole hôtelière de Genève ES, Vitorino de Almeida, pour son travail intitulé «The Mystery Employee», devant Charlotte Ekdahl, Maria Funes et Hanlin Li (Institut César Ritz), 2e prix, et Marie Bersou et Esther Boudara (Ecole hôtelière de Lausanne), 3e prix. Sur notre photo, (de g. à dr.): le lauréat 2003 Vitorino de Almeida, Jean-Daniel Perret, administrateur-délégué de la société Evian Volvic Suisse SA, André Winckler, président du jury, et Eric Favre, directeur général de l'Hôtel Le Mirador Kempinski, au Mont-Pèlerin, parrain de la Bourse Evian 2003. JS

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Parahôtellerie: un marché d'avenir.

Pour Carsten Jochem, responsable des ventes auprès de la chaîne suisse d'Interhome, la parahôtellerie est un marché qui ne peut que progresser dans le futur. En effet, le besoin de passer des vacances de manière individuelle, sans se préoccuper d'aucune planification, se fait de plus en plus ressentir. Ce sont plus particulièrement les jeunes qui cherchent à se loger dans des appartements pour être libres de se lever tard le matin et pour ne pas avoir à s'attabler avec des inconnus. page 2

Les vacances en Suisse coûtent trop cher.

Selon une récente étude du BAK, la Suisse est trop chère pour les Allemands. L'auteur de cette analyse, Richard Kämpf, signale que ce sont plus particulièrement les Allemands de «classe moyenne» qui sont touchés par la cherté du franc suisse. Notamment pour les familles qui se déplacent en voiture, ce qui implique déjà de nombreux frais, jusqu'au lieu de vacances. Richard Kämpf estime que Suisse Tourisme devrait proposer des forfaits adéquats pour cette clientèle. page 7

Un nouveau type d'hôtels pour petits budgets.

Le fondateur d'«easyJet», Stelios Haji-Ioannou, lance un nouveau concept d'hébergement, pour les personnes disposant d'un petit budget, intitulé «easyDorm». Ainsi, le client peut choisir une chambre selon une échelle de prix variant de 10 à environ 40 francs suisses. Mais, il doit apporter ses draps ou les acheter à l'hôtel. A la fin de son séjour, il nettoie lui-même sa chambre. En Suisse, Genève pourrait être la première ville à proposer le concept «easyDorm», une ville qui accueille d'ailleurs plus d'un demi-million de passagers «easyJet» chaque année. page 11

IMPRESSUM

ht hotel+tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des Hôtels Montbéliard 130, case postale, 3001 Berne

Responsable des médias: Christian Hodler

Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD)

Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Mirosław Halaba (MH)

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

Correspondants: Jean-Jacques Ethenz (JE), Verney, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne

Edition:

Chiefs d'édition: Iris Strabel

Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casali

Annonces: Matthias Beyerle, Andreas Jakob, Marc Moser

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

Administration: Patrick Stalder

Impression:

Fischer AG, für Data und Print, Druckzentrum Berne

Tirage: 11'209 Ex. contrôlés REMF 2002, 22'000 Ex. imprimés

Prix de vente: (TVA incl.)

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

ISSN: 1424-0440

Contacts:

Adresse: Montbéliard 130, case postale, 3001 Berne

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

Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24

E-Mail: ht@swissotel.ch

Abonnements:

Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23

E-Mail: abo@swissotel.ch

Annonces:

Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23

E-Mail: marcos@swissotel.ch

Publicité:

Tél. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23

E-Mail: pmc@swissotel.ch

Internet: www.swissotel.ch

stellen revue marché de l'emploi

NR. 23/5. JUNI/5 JUIN 2003



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

hotel+tourismus revue

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Im Mandat suchen wir auf die kommende
Wintersaison 2003/2004

ein junges Gastgeberpaar mit Drive und Charme

als Pächter für ein einzigartiges
Boutique Hotel mit ca. 30 Zimmern im
Oberengadin. Der neu renovierte Betrieb
ist mit vielen "Extras" ausgestattet und
bietet innovativen und engagierten
Hoteliern den idealen Einstieg in
die berufliche Selbstständigkeit.

Die Besitzer sind bereit, geeigneten Kandidaten
eine sehr weit gehende Unterstützung für die
Betriebsübernahme anzubieten.

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

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

156472/412706

swissôtel BASEL

A Raffles INTERNATIONAL HOTEL

Für die Betreuung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbei-
ter suchen wir eine integriere und engagierte Persönlich-
keit als meine Nachfolgerin.

Als

Human Resources & Training Manager (Mitglied der Geschäftsleitung)

sind Sie für folgende Aufgabengebiete verantwortlich:

- Personalselektion sowie die Führung von Interviews
- Coaching der Linienvorgesetzten in personal-
technischen Belangen
- Betreuung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Organisation der Aus- und Weiterbildung, teilweise
auch die Durchführung von Schulungen
- Selektion und Betreuung unserer Lehrlinge
- Verschiedene Reporting-Aufgaben
- Motivationsanlässe
- Managing des Zeiterfassungssystems

Unser Anforderungsprofil:

- Kaufm. Grundausbildung oder Hotelfachschul-
abschluss
- Einige Jahre Berufspraxis im HR-Bereich,
personalspezifische Weiterbildung erwünscht
- Sprachkenntnisse in D/E/F
- Vertrauenswürdig, reife und kompetente
Persönlichkeit

In dieser Funktion werden Sie unterstützt von einer Per-
sonalassistentin, welche für alle personal-administrativen
Tätigkeiten zuständig ist. Eine weitere Person ist für die
gesamte Lohnadministration zuständig.

Wollen Sie uns kennenlernen? Dann freue ich mich auf
Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Nicole Scherrer, Human Resources & Training Manager,
nicole.scherrer@swissotel.com, Tel. 061 555 37 16

**Swissôtel Basel, Messeplatz 25,
CH-4005 Basel
www.swissotel.com**

156432/3387

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Wir sind eine aussergewöhnliche Hotelmanagement-"Gsell & Partner" - G&P Hotels -
Cruises - und betreiben verschiedene 4*-Hotels in der Schweiz und in Süddeutschland
im Management, als Mieter, Betreuer oder als Besitzer. Ausserdem führen wir zwei top-
moderne 4*-Flusskreuzfahrtschiffe als Hotelbetreiber.

Die Liegenschaftsverwaltung der **Gemeinde Spiez** sucht per 1. Januar 2004

ein GESCHÄFTSFÜHRER-PAAR

(evtl. GeschäftsführerIn)

als **PÄCHTER** für das gemeindeeigene **Hotel-Restaurant LÖTSCHBERG**, mitten in
Spiez an sehr guter Geschäftslage. Der Betrieb verfügt über ca. 120 Restaurantplätze, ein-
nem Strassencafé und einer Gartenwirtschaft mit insgesamt ca. 70 Plätzen sowie über 8
Hotelzimmer. Die Infrastruktur ist in tadellosem Zustand. Dem Hotel-Restaurant angeglied-
ert und von der Liegenschaftsverwaltung administrativ betreut sind der Gemeindesaal
(sehr grosses Buchungsvolumen durch Konzerte, Veranstaltungen, Seminare etc.) mit 500
Bankett- oder 770 Konzertplätzen sowie verschiedene weitere Sitzungs- und Mehr-
zweckräume. Eine schöne Wirtwohnung befindet sich im Gebäudekomplex und kann auf
Wunsch mit gemietet werden.

Es sind begeisterte Gastgeber mit einiger Erfahrung, neuen Ideen und Innovationsgeist ge-
sucht, welche in der Lage sind, den Betrieb selbstständig und nachhaltig erfolgreich zu
führen. Unternehmerisches Denken und Handeln sind daher genau so gefragt, wie die
Freude am täglichen Mittun.

Fachleute aus der Erlebnis- und/oder Systemgastronomie sind ebenso willkommen wie
Restaurateure mit kreativer Ader, welche an diesem Standort durch eine lebendige, far-
bige und inspirierende Gastkultur positive Akzente setzen möchten.

Erfolgsversprechende Konzepte werden von der Gemeinde geprüft und es ist vorgese-
hen, Mittel für allenfalls notwendige innenarchitektonische Konzeptanpassungen in einem
zu verhandelnden Rahmen bereit zu stellen.

Die Mietkonditionen sind **attraktiv**.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen inkl. Foto per Post!
(Bitte an Gsell & Partner GmbH, Luzern schicken) **Anmeldeschluss ist der 30. Juni 2003.**

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

156474/412706

Für das Piu-Restaurant & Bar - am Paradeplatz, umgeben von weltweit
führenden Boutiquen im Bereich von Mode- und Schmuckdesign - suchen wir
per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Service Servicefachangestellte Bartender

Für unser zentral gelegenes Strozzi's Enge suchen wir Verstärkung unserer
jungen, dynamischen Teams ab August 2003 oder nach Vereinbarung eine/n
Betriebsassistentin/Betriebsassistenten

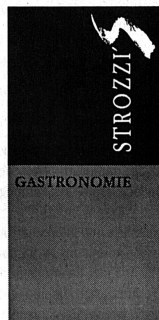
Sind Sie jung, kommunikativ, frontorientiert und lieben zudem den Kontakt
zu Ihren Gästen und Mitarbeitern?

Sind Sie aus Berufung in der Topgastronomie tätig und verfügen über ein
ausgeprägtes Charisma, Stilvermögen sowie ein hohes Mass an sozialer Kom-
petenz, dann freuen wir uns sehr, Sie kennenzulernen.

Wir bieten ein attraktives und kreatives Arbeitsumfeld unter guten Arbeits-
bedingungen sowie die Möglichkeit, mit Ihrem persönlichen Engagement
weiterhin massgeblich am Erfolg der Strozzi's Gastronomie teilzuhaben.

Haben wir Ihr Interesse geweckt und sind Sie langfristig bereit, mit uns
einen gastronomischen Weg der etwas andern Art zu gehen, dann freuen wir
uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Strozzi's Gastronomie, U. Strozzezza / Ch. Wettstein, Münchhaldenstrasse 19,
8008 Zürich, E-Mail: strozzi's@strozzi's.ch



INHALT: Kader 2 / Deutsche Schweiz 3-8 / Svizzera Italiana 9 / International 9 / Stellengesuche 10 / HRC / Image 10

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Segeln Sie
auf gutem Kurs
www.horega.ch

Der direkte Link zum Arbeitsmarkt

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

Im schönen Berner Jura auf dem Mont Soleil, 1200 m.ü.M. befindet sich eine Oase, wo man Gäste noch verwöhnen kann. Die



Auberge L'Assesseur

der gepflegte Gasthof, mitten in einem typischen Jura-Bauernhof, sucht per sofort initiative, kreative Gastgeber, welche gerne Gäste mit gutbürgerlicher Küche und Spezialitäten aus dem Jura verwöhnen. Sie finden eine perfekte Infrastruktur mit moderner, neu eingerichteter Küche, Apéro-Weinkeller, Gartenterrasse, Restaurant mit 50 Plätzen, Säli für 10 Personen, 14 Doppelzimmer mit Komfort, Dachausbau mit weiteren acht Schlafplätzen.

Zum Gasthof gehören eine Wirt-Whonung, acht Pferdeboxen und genügend Parkplätze. Der angrenzende Landwirtschaftsbetrieb mit Galloway-Rindern und Pferdezucht wird autonom und selbstständig durch unseren langjährigen Mitarbeiter geleitet.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Paul und Priska
Erni-Sühner

Egglwilerstrasse
6244 Nebikon
Telefon 062 756 18 66



Stadt Luzern

Gesucht nach Vereinbarung selbstständiges

Pächter- oder Geschäftsführerehepaar

für modernes Restaurant
Restaurant 90 Sitzplätze
Saal 45 Sitzplätze
Gartenwirtschaft 40 Sitzplätze
15 eigene Parkplätze

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen und Foto an Chiffre X 025-3500653, an Publicitas AG, Postfach 4070, 6002 Luzern.

156485/382708

Ich suche meinen Nachfolger als

Küchenchef

in einen schönen Vierstern-Hotel/Restaurationsbetrieb direkt am Vierwaldstättersee, Schweiz, ab Oktober oder nach Vereinbarung.

- Wir stellen Sie uns wie folgt vor:
- zwischen 30 und 40, flexibel, teamorientiert und frontbezogen
- Anhänger der feinen Küche im "A la carte"-Bereich bis 70 Personen
- kleinere Bankette bis 80 Personen sind eine Herausforderung für Sie
- selbstständiges Arbeiten und freie Gestaltung des kulinarischen Angebots
- spornen Ihren Ehrgeiz an
- Sie verstehen es, eine Brigade von bis zu fünf Mitarbeitern souverän zu führen
- Kalkulieren am PC ist für Sie selbstverständlich
- Bestell- und Renditenwesen sind keine Fremdwörter.

Ihre Bewerbung unter Chiffre 156484 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern, wird uns freuen.

156484/95669

Wir suchen für ein erfolgreiches italienische Restaurant in der Zentralschweiz nach Überkumft eine dynamische + kreative Persönlichkeit als

Küchenchef

Sie sind ein engagierter und zielstrebiges Berufsmann, wollen ein sehr erfolgreiches Konzept übernehmen und können es weiterentwickeln. Sie haben Freude an anspruchsvollen, aber unkomplizierten Gästen.

Auch wenn es manchmal stressig wird – Sie bleiben cool und führen Ihre 4–6 Mitarbeiterinnen ruhig und effizient. Mit Ihren 25–35 Jahren haben Sie bereits interessante Berufserfahrungen gemacht als Koch oder Sous-Chef. Dann sind Sie vielleicht idealer Partner für uns und der ideale Chef für unsere junge Crew.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen, welche wir selbstverständlich absolut vertraulich behandeln werden. Zuschriften unter Chiffre 156473 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156473/22667



HOTEL SCHWEIZERHOF ZÜRICH

Ja gerne!

Jugendlich und modern führen wir unser traditionsreiches 4-Stern-Hotel an bester Lage im Herzen von Zürich. Das freundliche Arbeitsklima bekommen auch unsere Gäste in den 115 Zimmern, in unserem Spezialitätenrestaurant, in der Hotel-Bar und im Café Gourmet zu spüren.

Sind Sie bereit durch Ihr unermüdliches Engagement uns zu helfen unser einzigartiges Produkt stetig zu verbessern sowie es weltweit zu vermarkten?

Per Mitte Juli 2003 oder nach Überkumft suchen wir

eine(n) Director of Sales & Marketing

- Aufgabenbereich
- Koordination und Überwachung von sämtlichen Marketingaktivitäten des gesamten Unternehmens
 - Leitung der Verkaufsabteilung und verantwortlich für den internationalen Verkauf sowie die Betreuung der Verkaufsassistenten (tätig auf dem nationalen Markt) und der Gästebetreuerinnen
 - Betreuung der Top Key Accounts

- Sie haben:
- mehrjährige internationale Sales-Erfahrung
 - sehr gute Kenntnisse der englischen und guten der französischen Sprache
 - Weiterbildung im Verkauf und Marketing
 - die Fähigkeit, unermüdlich am Ball zu bleiben bis die gesteckten Ziele erreicht werden

Interessiert? Dann senden Sie bitte ihre Bewerbungsunterlagen inkl. Foto an Martin Widmer, Personalchef.

Hotel Schweizerhof Zürich Bahnhofplatz 7, 8001 Zürich, Telefon: 01 218 88 88 mwidmer@hotelschweizerhof.com

156490/41068

Über Internet und nette Gäste.



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

Unser Dienstleistungsbetrieb in der Zentralschweiz mit verschiedenen Restaurationen im Tagbetrieb sucht nach Vereinbarung im Bereich Küche einen ideenreichen und innovativen

Küchenchef

In enger Zusammenarbeit mit einem Gastronomieleiter nehmen Sie aktive Einflussnahme auf die Angebotsplanung und -gestaltung für die verschiedenen Konsumationsstellen.

Für diese anspruchsvolle und vielseitige Aufgabe eignet sich ein Küchenchef mit Freude zum Beruf, Führungserfahrung und einem Flair für Organisation und Verkaufsplanung. Daneben sollten Sie eine ausgesprochene Fähigkeit haben, Leute in ihren Beruf einzuführen und zu motivieren.

Im Gegenzug bieten wir Ihnen eine entwicklungsfähige Position und einen entsprechenden Freiraum.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Ihre Bewerbung behandeln wir selbstverständlich diskret und orientieren Sie gerne über weitere Einzelheiten.

T 185-26172, an Publicitas AG, Postfach 991, 6371 Stans

156494/382708



Wir sind der Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotellerie, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Kongress- und Seminarforum.

Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir im Bereich Hauswirtschaft eine motivierte und initiative

Leiterin Hauswirtschaft

Ihre Aufgaben:

Verantwortlich für den reibungslosen und effizienten Ablauf der Hauswirtschaftsabteilung, Mitarbeiterführung und -einsatzplanung sowie Sicherstellung der Sauberkeit im ganzen Haus.

Ihr Anforderungsprofil:

Eine hauswirtschaftliche Ausbildung sowie Erfahrung in einer ähnlichen Position. Weiter verfügen Sie über Durchsetzungsvermögen, Führungserfahrung, ein gepflegtes und sicheres Auftreten sowie Fremdsprachenkenntnisse.

Unser Angebot:

Wir bieten Ihnen eine vielseitige und abwechslungsreiche Aufgabe in einem innovativen Unternehmen.

Fühlen Sie sich angesprochen und möchten Sie Ihr Wissen in unser Unternehmen einbringen, dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Claudia Zwahlen, Leiterin Personal, Tel. +41 81 825 50 20, claudia.zwahlen@shp.ch.

156497/384837

SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG - CH-6443 Morschach - Telefon +41 81 825 50 50
info@shp.ch - www.swissholidaypark.ch

Kantonsspital Münsterlingen

Spital Thurgau AG

Für den Küchenbetrieb am Spitalplatz Münsterlingen (Patienten-, Veranstaltungs- und Mitarbeiterverpflegung des Kantonsspitals und der Psychiatrischen Dienste) suchen wir nach Vereinbarung eine/einen

2. Sous-chef

(Arbeitspensum 100%)

Aufgaben Nach der Einführungsphase im Küchenbetrieb arbeiten Sie als Kadernmitglied und unterstützen dabei den Leiter Küche und seinen Stellvertreter in sämtlichen Führungsaufgaben.

Profil Dieses vielseitige und interessante Aufgabengebiet erfordert eine abgeschlossene Ausbildung als Gastronomie- oder Spital-/Heimkoch und mehrjährige Berufserfahrung, mit Vorteil in verschiedenen Fachbereichen. Sie sind routiniert in Führungs- und Organisationsfragen und verfügen über eine kooperative und motivierende sowie ergebnis- und kundenorientierte Arbeitsweise. Sie haben ein administratives Flair und gute PC-Kenntnisse (Microsoft-Produkte). Ihre Bereitschaft zu Abend- und Wochenenddiensten wird vorausgesetzt.

Auskünfte erteilt Ihnen gerne Christoph Lisser, Leiter Küche Psychiatrische Dienste, Tel. 071 686 43 08.

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen senden Sie an: Kantonsspital Münsterlingen, Personaldienst, Postfach, 8596 Münsterlingen.

Das Kantonsspital Münsterlingen ist ein Unternehmen der Spital Thurgau AG. Unsere Spitäler und Kliniken zeichnen sich durch ein umfassendes Gesundheitsangebot aus. Fortschrittliche Arbeitsbedingungen, hohe Professionalität und interdisziplinäres Denken prägen unsere Unternehmenskultur.

155994/312126

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

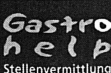
Lintheschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

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.be@swissnet.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere

Einloggen!
5088 offene Stellen,
3145 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch

Leiter/in Sales & Marketing

Für ein führendes Vier-Sterne-Hotel in Zürich suchen wir einen Verkaufs- und Marketingleiter mit einem entsprechenden Leistungsausweis. Mit Ihrer fundierten Ausbildung in der Hotellerie, Ihrer internationalen Verkaufserfahrung und den perfekten Sprachkenntnissen in Deutsch und Englisch bringen Sie das nötige Rüstzeug für diese Herausforderung mit. Wenn Sie zudem unabhängig, flexibel und belastbar sind, zielorientiert denken und durch Ihr gepflegtes Erscheinungsbild sowie Ihre kompetente Persönlichkeit beeindrucken, dann sind Sie der richtige Kandidat. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Kaufmännische Assistentin

60%
Für ein modern geführtes Altersheim in der Region Zürich suchen wir zur Unterstützung der Leitung eine effiziente, sehr flexible und vertrauenswürdige Assistentin im Alter von 25 bis 28 Jahren. Eine abgeschlossene KV-Ausbildung, gute EDV-Kenntnisse (Word, Excel, PowerPoint) und fundierte Buchhaltungskenntnisse sind hier bei der Betreuung des Empfangs und das Erledigen allgemeiner Verwaltungsaufgaben gefragt. Wenn Sie zudem gute Kenntnisse im Bereich Gesundheitswesen mitbringen ist das ein Vorteil. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Reiseberater/in

Für ein Dienstleistungsunternehmen in Zürich suchen wir extravertierte und kundenorientierte Persönlichkeiten. Sie zeichnen sich durch ausgesprochenes Verkaufsfair aus und bringen gute Kenntnisse in der EDV und der Administration mit. Deutsch, Englisch und Französisch sind für Sie eine Selbstverständlichkeit; ein Vorteil sind Italienisch- oder/und Spanischkenntnisse. Wenn Sie eine Stelle mit regelmässigen Arbeitszeiten in einem eingespielten Team suchen, dann sollten Sie mich heute noch anrufen.

Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79

Personalsachbearbeiter/in

Für ein bekanntes Hotel in Zürich suchen wir eine erfahrene Personaladministratorin, die sich mit Bewilligungen, Arbeitszeugnissen und Sozialversicherungen auskennt. Die die damit zusammenhängende Administration und Korrespondenz sowie der Kontakt mit dem Arbeitsamt macht Ihnen Spass. Loyalität, Zuverlässigkeit und Diskretion sind hier ein Muss. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Zürich, Petra Wicki 01 297 79 79

Jungskoch / Chef de partie

Für ein gepflegtes à la carte-Restaurant an der Zürcher Stadtgrenze suchen wir den teamfähigen Koch. Sie haben bereits Erfahrungen in der gepflegten, gutbürgerlichen Küche gesammelt, sind absolut zuverlässig, detailorientiert und ehrgeizig. Eine Position in einer mittelgrossen Küchenbrigade, die mit Frischprodukten arbeitet ist genau das, was Sie suchen. Wenn Sie zudem per sofort verfügbar sind – Zimmer ist vorhanden –, sollten Sie mich heute noch anrufen.

Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Making
people successful

Lindner Grand Hotel BEAU RIVAGE

Interlaken

Grande Dame –
zwischen Bergwelt und Tradition.

Das Lindner Grand Hotel Beau Rivage ist ein traditionsreiches ****-Hotel mit 101 Gästezimmern, einem Gourmetrestaurant, diversen Seminar- und Banketträumlichkeiten, einem Ballsaal und einer Hotelbar. Unsere Gäste sind internationaler Herkunft, und je nach Saison beherbergen wir mehr Privat-, Seminar- oder Kongressgäste.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir folgende Mitarbeiter zur Ergänzung unseres Teams:

2. Etagegouvernante

(Ital.-Kenntnisse Bedingung)

Commiss de cuisine

Sind Sie interessiert?
Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

Lindner Grand Hotel
BEAU RIVAGE
Pia Grossniklaus
3800 Interlaken
Telefon 033 826 70 07
Telefax 033 826 70 09
pia.grossniklaus@linderhotels.ch
www.linderhotels.ch

156457/16110



Pedrazzoli

Unternehmungen

Wir suchen für unsere Betriebe in der Stadt Bern + Region Bern per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Küchenchef/-in

Koch/Köchin

Pizzaiolo

Serviceangestellte

Bardame/Barmitarbeiter

Wir bieten gute Entlohnung, Sozialleistungen und angenehme Arbeitsbedingungen in einem unserer modern eingerichteten Betriebe. Bewilligungen vorhanden.

Ihre schriftlichen
Bewerbungsunterlagen
(Lebenslauf, Bild, Zeugnisse)
senden Sie bitte an:

Pedrazzoli Unternehmungen GmbH
Felsenegg 6
CH-3184 Wünnewil
Tel. 026 497 55 10
Fax 026 496 33 85

156505/418658



Das Widenmoos Resort ist ein exklusiver Wirtschaftsclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern.

Haben Sie Lust auf eine neue Herausforderung in speziellem Ambiente? Dann haben wir für Sie den Traumjob in der gehobenen Gastronomie.

Per 1. Juli 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

• ServicemitarbeiterIn/-PraktikantIn

Wir bieten Ihnen ein angenehmes Betriebsklima in einem jungen, dynamischen Team mit Möglichkeiten zur eigenen Entfaltung. Eine anspruchsvolle Tätigkeit in einem renommierten Umfeld, wo sich Unternehmerpersönlichkeiten treffen.

Wir erwarten von Ihnen eine abgeschlossene Berufslehre oder Interesse an einem Praktikum im Rahmen Ihrer Ausbildung an einer Hotelfachschule. Wir wünschen uns, dass Sie gerne für à la carte- und Bankettgäste arbeiten, Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf übernehmen, an vielseitigen Arbeiten interessiert sind und den hohen Standard unseres Hauses kreativ mitfordern und gestalten. Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

WIDENMOOS RESORT
Herr Marcus Ahrens
Postfach 72
CH-5057 Reitnau
Tel. 062 726 20 02

156430/393677

JAKOB

HOTEL AM HAUPTPLATZ
8640 RAPPERSWIL

Für unseren gut gehenden Hotel- und Restaurationsbetrieb suchen wir per 1. Juli oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter/innen

– Jungkoch mit Flair für Bistro-Küche

– Hilfskoch und Office-Mitarbeiter

Das historische und jung konzipierte Hotel JAKOB befindet sich in der touristisch interessanten Kleinstadt Rapperswil am oberen Zürichsee. Der Betrieb liegt an bester Lage; er verfügt über 20 Hotelzimmer, ein Restaurant mit Bistro und attraktiver Bar, einen Saal und eine Terrasse. Mehr über uns unter www.jakob-hotel.ch

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an:
Martin Klöti, JAKOB – Hotel am Hauptplatz
Hauptplatz 11, 8640 Rapperswil. Besten Dank

156488/099307



Romantik Hotels und Restaurants

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams

Koch oder Köchin

in Saisonstelle bis Ende September.

Eintritt baldmöglichst oder nach Übereinkunft.

Bewerbungen richten Sie bitte an:
Romantik Hotel Krone, Georg Schraner
Seestrasse 11, 8274 Gottlieben
Tel. 071 666 80 60

156462/13900

Persönliche Gastlichkeit
in historischen Häusern



Bar/Dancing Tanzboden in der Ferien- und Sportregion Hoch-Ybrig

Jeden Mittwoch Oldies-Night mit Partydancern und Gratisverlosung!

Jeden Mittwoch, Freitag und Samstag geht bei uns die Post ab!
Damit dies auch weiterhin so bleibt, suchen wir aushilfsweise für diese Abende geniale DJs!

... und eine zuverlässige, freundliche und aufgestellte
Barmaid (100%)

als auch Aushilfen für Mittwochabend!

Denn bei uns kannst du Arbeit mit Vergnügen verbinden. Gute Musik, Spass und eine tolle Atmosphäre sind garantiert!
Wir bieten geregelte Frei- und Arbeitszeiten sowie attraktive Arbeitsbedingungen.

Wir freuen uns, auf Ihren Anruf!
Telefon 055 414 62 00
www.sporthotel-minster.ch

156487/35092



Wo der Sonnenuntergang
zum Schauspiel wird

Eine aussichtsreiche Stelle mit Blick über den Vierwaldstättersee!

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort

Servicefachangestellte (f/m)

(mit Französischkenntnissen)

Hotelfachassistent/in

(Stv. Gouvernante)

Gastronomiefachassistent/in

In Saison- oder Jahresstelle.

Eine interessante Arbeitsstelle in einem motivierten Team wartet auf Sie.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung.

Ferien- und Seminarhotel
Flora Alpina
Seestrasse, 6354 Vitznau
www.FloraAlpina.ch

Marianne Kuchen, 079 311 02 77

156502/36846

Über Immobilien und Limousinen

htr

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

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalone, 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
7063	Alleinkoch	43	CH	sofort	D/E/I	TG	
7064	Kü/chef/Sous-chef	52	CH	sofort	D/E/F/I	Bern	
7067	Alleinkoch/Sous-chef	50	CH	sofort	D/E/F	Bern/Oberland	
7069	Kü/chef/Gesch.führer	40	AT	C	sofort	D/E	
7070	Pizzaiolo	30	IT	L-EG	sofort	D/I	
7072	Küchenchef	49	AT	C	sofort	D/E	4*-5*-Hotel/GR
7076	Koch/Chief de partie	33	FR	L-EG	sofort	E/F	VD/NE/JU
7084	Pizzaiolo	27	IT	L-EG	sofort	E/I	BE/ZH
7085	Sous-chef/Koch	34	FR	C	Juli	D/E/F	Helm/Spital, BE, z. m. 7086
7092	Commis de cuisine	29	DE	L-EG	Juli	D	
7095	Chief de partie	39	CH	sofort	D	Ost/Zentral-CH	
7098	Chief de service	65	NL	C	sofort	D/E/F/I	BE/GR
7099	Küchenchef	40	CH	sofort	D/E	ZH/AG	
7104	Alleinkoch	48	BA	C	Juli	SO/AG/Deutsch-CH	
7105	Chief de partie/w	27	CH	sofort	D	LU/SZ/ZG	
7107	Koch/Stv. Küchenchef	38	CH	sofort	D/F	LU/AG/ZG/BE	
7108	Koch/w	20	CH	August	D/F	Bern/Biel	
7117	Koch/Sous-chef	27	CH	Juli	D/E/F	Luzern	
7118	Kü/chef/Alleinkoch	37	IT	L-EG	sofort	D/F/I	Hotel
7124	Koch	34	DE	A	sofort	D/F	TI/VS/Deutsch-CH

7079	Service/w	24	DE	L-EG	sofort	D/E	VS
7082	Sefa	26	CH	sofort	D/E/F	BE-Oberland	
7086	Service/w	23	HU	B	Juli	D/E	Helm/Spital, BE/z. m. 7085
7096	Serviceprakt.	27	IN	B	sofort	D/I	
7097	Chief de rang	30	HR	C	sofort	D/I	
7106	Sefa/Bar	22	CH	sofort/h.V.	D/F/I	AG/Wohlen-Aarau	
7111	Serviceprakt.	24	CN	B	sofort	E/F	ZH
7112	Barman	27	CH	sofort	D/E	TG/ZH/SG	
7113	Service/Bar/w	19	CH	Aug.	D/F	Interlaken+Umgeb.	
7114	Chief de bar/Barman	37	DE	B	Juli	D/E/F	4*-5*-Hotel/BE
7115	Sefa	29	CH	Juli	D/E/F	Zürich	
7116	Service	34	IT	A	sofort	D/E/F/I	GR/ZH/LL/BE
7119	Barman	20	CH	Aug.	D/F	ZH/BE	
7123	Service/Bar/w	32	DE	A	sofort	D/I	TI
7125	Bardame	30	MD	B	sofort	D/E	Bern

7094	Anfangsrezept.	47	CH	sofort	D/E/F/I	ZH/ZG/LL	
7100	Réceptionsprakt.	29	UA	B	sofort	D/E/F/I	
7101	Sales/Rooms Div./w	38	DE	B	n. Ver.	D/E/F/I	4*-5*-Hotel
7110	Réceptionistin	30	CH	Juli	D/E/F	BE	
7122	Réceptionsprakt./w	23	CH	Juli	D/E/F/I	BE/TI	
7126	Night-Auditor	45	PT	C	sofort	D/E/F/I	3*-5*-Hotel/TI/LL/ZH

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
7065	Buffet/Service/w	23	CH	sofort	D	AG/ZH	
7087	Gouvernante	CH	Juli	D/E/F	I	Mittelwallis	
7088	Office-Allrounder	27	PT	B	sofort	D	BE/ZH/BS/LL
7102	Zimmerfrau/Lingerie	28	CH	Juli	D	AG/Mittelland	
7103	Lingere/Etage	50	CH	sofort	D/E	Bern/Burgdorf/SO/ZH	
7109	Portier/Housekeeping	28	SO	B	Juli	D/E	Bern+Umgebung
7120	Gouvernante	21	CH	August	D/E/F	4*-5*-Hotel/Romandie	
7121	Haushilfe/Portier	54	DE	L-EG	sofort	D/E/F	

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
7062	Vizedirektor	33	CH	n. Ver.	D/E/I	LU/SZ/ZG	
7066	Réceptionistin	29	CH	Juli	D/E/F		
7071	F&B-Manager	36	GR	C	sofort	D/E	Bern
7074	Anfangsrezept./w	22	LI	B	sofort	D	Graubünden/Surselva
7080	Réceptionist	21	CH	sofort	D/E/F	BE/SO/AG/LL	
7083	Réceptionsprakt./w	19	CH	August	D/E/F	Ost-CH/GR	
7089	Hotelsekretärin	25	CH	sofort	D/E/F	BE-Oberland	
7090	Réceptionist	29	CH	sofort	D/E/F	Ost-CH	
7091	Betriebsassistentin	47	AT	C	sofort	D/E	3*-Hotel/Ost-CH
7093	Récept./Service/w	40	UA	B	sofort	D/E/F	Genf

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:
hotellerieuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotellerieuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



Hotel Wysses Rössli, 6430 Schwyz

Das ****-Hotel Wysses Rössli am historischen Hauptplatz ist das führende Haus in Schwyz. Wir arbeiten mit unserem Team ständig daran, diesen Ruf noch zu verbessern! Zum Verwöhnen unserer Gäste suchen wir folgende Mitarbeiter/innen:

KÜCHE:
Chef de partie
Commis de cuisine
Kochlehrtöchter/-lehrling

SERVICE:
Servicefachfrau oder Servicemitarbeiterin
mit Berufserfahrung
Servicefachfrau oder Service-Lehrtöchter

ETAGE/BUFFET:
Tournante mit Berufserfahrung/HOFA

Gute, den Berufserfahrungen entsprechende attraktive Anstellungsbedingungen.

Eintritt: 1. August oder nach Übereinkunft.
Wir freuen uns auf Anfragen, noch lieber öffnen wir Ihr Bewerbungsschreiben.

Bis bald – fürs Rössli-Team:
Urs & Ruth Ming-Odermatt
Hotel Wysses Rössli
Hauptplatz 3, 6430 Schwyz, Tel. 041 811 19 22
Homepage: www.roessli-schwyz.ch
E-mail: info@roessli-schwyz.ch

156460/32700



Bären

HOTEL SUHR

Wir haben uns der finnischen und schweizerischen Küche verschrieben. Neben à la carte servieren wir Bankette aller Art. Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Juli 2003 oder nach Vereinbarung Sie als

Koch (w/m)

(Garde-manger)

Auf Wunsch können wir Ihnen ein Zimmer im Haus anbieten. Das Restaurant bleibt am Sonntag geschlossen.

Sind Sie interessiert?
Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Kaija und Peter Spengler

Bernstrasse-West 56 · 5034 Suhr
Telefon 062 855 25 25 · Fax 062 855 25 91
E-Mail: mailbox@baeren-suhr.ch · www.baeren-suhr.ch

156471/23204



Pâtissier/ière

mit viel Sensibilität für Qualität und Kreativität zur selbständigen Führung des «Pâtissier-Postens» mit folgenden Haupttätigkeiten:

- Kreieren und Erstellen des gesamten Dessertangebots
- Produktion und Fertigung aller Süß-Speisen/Dessert und Glace (Mithilfe während dem Service)
- Franchises
- Instruktion und Betreuung der Lehrling auf dem Pâtissier-Posten

Unser Gastronomie-Angebot umfasst:
das à la carte-Restaurant Français, Tagesrestaurant «Vineria» mit Vineria, Gartenrestaurant, Biergarten, Stuben, Sali und Saal für Bankette/Feierlichkeiten von 10 bis 400 Personen.

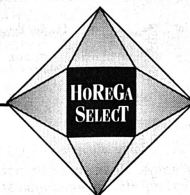
Wir verwöhnen unsere Gäste mit einer marktorientierten Frischküche, mit einem Mix von französischer, italienischer und Schweizer Esskultur, vom einfachen Tellergericht bis zum mehrgängigen Festessen.

Unsere Küchenbrigade setzt sich (nebst drei Hilfskräften) aus einer Brigade von bis 13 Personen (inkl. 4-5 Lehrlingen) zusammen.
Weitere Auskünfte erteilen wir Ihnen gerne telefonisch, 01 830 58 22 (Frau Essig oder Herr Laure verlangen). Unseren Betrieb können Sie unter www.doktorhaus.ch kennen lernen.

Wirtschaft zum Doktorhaus, Wallisellen
Rita Essig und Team
E-Mail: info@doktorhaus.ch

156404/129771

Wirtschaft zum Doktorhaus
Am Kreuzplatz, 8304 Wallisellen
Telefon 01 830 58 22



Für eines der bekanntesten 3*-Hotels in der Agglomeration Basel suchen wir per Herbst 2003 oder nach Vereinbarung einen ausgewiesenen und leistungsfähigen

Küchenchef (D/H)

Das Hotel, mit Schwergewicht im Seminar- und Bankettbereich, mit ca. 120 Plätzen sowie in der gepflegten saisonalen à-la-carte-Küche, u.a. mit Goldener Fisch Auszeichnung, bietet einem/er sehr gut ausgebildeten Berufsfachmann/-frau die Plattform, sein/ihr fundiertes und erfolgreiches Können jeden Tag aufs Neue unter Beweis zu stellen.

Sie verfügen über ein hohes Qualitätsbewusstsein, gepaart mit unternehmerischem Denken, sowie über ein ausgeprägtes Organisationstalent. Als führungsstarker, teamorientierter und belastbarer Leader verstehen Sie es auch, während hektischen Situationen einen klaren Verstand zu bewahren sowie u.a. durch Ihre kommunikativen Fähigkeiten die mittelgroße Brigade zu motivieren und zu fördern.

Für diese langfristige Position suchen wir eine/n Schweizer Staatsbürger/in.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und stehen Ihnen für erste telefonische Auskünfte zur Verfügung. Absolute Diskretion zugesichert.

HoreGa Select AG Kaderberatung

Frau Sarah Meyer
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91 / Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

156433/206191



Mission:

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

Für unsere Restaurants in und um Zürich suchen wir dringend motivierte Jungköche (m/w) mit Lust auf Karriere

- Haben Sie eine abgeschlossene Ausbildung als Koch und konnten Sie schon einige Jahre Berufs- und eventuell auch schon Führungserfahrung sammeln?
- Ist Kochen Ihre Leidenschaft und der sorgfältige Umgang mit Rohstoffen eine Ehrensache?
- Sind Sie flexibel, aufgeschlossen, zielorientiert und möchten gerne in einem aufgestellten und jungen Team arbeiten?
- Möchten Sie für ein Unternehmen arbeiten, welches Ihr Potenzial schätzt, Sie fördert und Ihnen Möglichkeiten zur internen Weiterbildung bietet?
- Heisst Teamwork für Sie auch: sich gegenseitig unterstützen, um Gästen und Kunden das Beste zu bieten?

Können Sie alle Fragen mit Ja beantworten? Wenn Sie zudem sehr gute Deutsch-Kenntnisse mitbringen, dann schlage ich vor, dass Sie uns so bald wie möglich Ihre vollständigen Unterlagen schicken!

Regula Schürli
Mövenpick Restaurants AG
Zürichstrasse 106, 8134 Adliswil
Tel. 01 712 24 10
regula.schuerli@moevenpick.com

Mehr Infos unter www.moevenpick.com



THE HOLIDAY COMPANY
JULIER PALACE
Ferienhotel Julier Palace AG Silvaplana

GENÖSST ZU DEN 150 BESTEN HOTELS

ERDEGENE KINZ SIZE ZONE

RESTAURANT JULIER PALACE

RELAXEN & GENIESSEN

365 DAYS OPEN! DAS FERIENHOTEL

SURFEN & KITEN 100% SPASS!

...NOCH MEHR AITEN!

sommersaison [oder mehr?]
in top of the world - in st.moritz

> 1. SEKRETÄRIN
RECEPTIONISTIN
attraktives, dynamisches
organisationstalent mit guten
computer & sprachkenntnissen.
[wenn möglich mit erfahrung]

> KOCHKÜNSTLER/
CHEF DE PARTIE
COMMIS DE CUISINE
[für engelbert's marktführerische
küche, nach bilanz gehört sie
zu den 200 besten der schweiz]

UNSERE PHILOSOPHIE.
mit einem dynamischen &
innovativen mitarbeiterteam
leben wir aktiven lifestyle &
trendige lebenskultur ohne
schönkel vor.
wir sagen DU zueinander.

DAS KRIEGST DU.
guter CASH, fetter tip, unterkunft,
food & drinks...
und ein wunderschönes arbeits-
umfeld in der schweiz.

WIE WEITER.
kurze facts & figures über
DEINE person und ein FOTO:

ENGADIN
St. Moritz

Ferienhotel Julier Palace AG
CH-7513 SILVAPLANA-ST.MORITZ
fon +41(0) 81 828 96 44 fax +41(0) 81 834 30 03
move to the dot > www.julierpalace.com
email: hotel@julierpalace.com



Hotel Restaurant
ARVENBÜEL
Amden

Silence-Hotel Arvenbühl auf der Sonnenterrasse Amden über dem Walensee

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort

1 versierte/n Servicefachangestellte/n

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

Fam. Rüedi, Silence-Hotel Arvenbühl, 8873 Amden
Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01
Montag Ruhetag

156468/141321



Innovation und Tradition unter einem Dach.

Unser Unternehmen ist bekannt für eine vielfältige Qualitätsgastronomie im HB Zürich. Zehn Restaurants, Party Service, Konferenz- und Banketträume, Verkaufsstände machen uns zum grössten Bahnhof-buffet Europas.

Wir suchen per 1. Juli 2003 eine(n)

Mitarbeiter/in Reservationen

Zusammen mit Ihren Teamkollegen ergänzen Sie die Sales-Abteilung und helfen mit, die gesamten Administrationsarbeiten unseres Bankettbereichs zu bewältigen. Im weiteren koordinieren Sie Reisegruppen, führen Betriebsbesichtigungen durch, erstellen Drucksachen und Menükarten und pflegen den Kontakt zu unseren Gästen wie auch zu den internen Stellen.

Für diese abwechslungsreiche Stelle suchen wir eine jüngere, belastbare Persönlichkeit aus dem Gastgewerbe (KV oder Hotelfachschule), die ihre guten kaufmännischen Kenntnisse täglich anwenden will. Eine motiviertes Team, regelmässigen Arbeitszeiten, freie Wochenende und ein Büro in einem lebhaften Betrieb im Herzen von Zürich warten auf Sie!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Gehaltsvorstellung!

Candrian Catering AG
Restaurants Bahnhofbuffet Zürich HB
Postfach, 8023 Zürich
Tel. 01 / 217 15 38, Fax. 01 217 15 09
e-mail: ksiegenthaler@bahnhofbuffet.ch
www.bahnhofbuffet.ch

156482/40061

CARLTON

RESTAURANTS & BAR

A taste of Art déco and Culinary Art

Für unseren neuen Küchenchef suchen wir

einen

Chef de Partie

Ludovic Pitrel kommt aus Frankreich und seine Küche ist modern, marktfreisch und mediterran.

Die moderne Küche unseres jungen Restaurants mit seinen 160 Plätzen bietet viel Platz für Kreativität. Auch in unserem Weinkeller mit 28 Plätzen, sowie in der denkmalgeschützten Locanda (60 Plätze) verwöhnen wir unsere internationale Kundschaft kulinarisch. Ausserdem sind wir eine interessante Adresse für alle Arten von Events.

Wenn Sie flexibel sind, finden Sie bei uns Abwechslung ohne Ende.

Ihre Bewerbung oder auch Ihr Anruf freut uns sehr!

Für weitere Infos: Daniela oder Markus Segmüller
Carlton Restaurants & Bar, Bahnhofstr. 41, CH-8001 Zürich
Tel. +41/1-227 19 19 Fax. +41/1/227 19 27

E-Mail: info@carlton-zuerich.ch Homepage: www.carlton-zuerich.ch

Hotel Heiden

Gesundheit Wellness Kur Erholung

Zur Verstärkung unseres Küchenteams suchen wir ab 1. August 2003 oder nach Vereinbarung eine(n) kompetente(n) und kreative(n)

Sous-Chef/Sous-Chefin mit Diätkochausbildung

für unsere anspruchsvolle Gastronomie. Weitere Informationen über uns und die interessante Arbeitsstelle geben Ihnen gerne Caspar Lips, Hoteller oder unser Küchenchef, Urs Meier. Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen.

Hotel Heiden, Seetalstr. 8, Postfach 164
CH-9410 Heiden AR, Tel. 071 898 15 15
Fax 071 891 15 55, info@hotelheiden.ch
www.hotelheiden.ch

Gesucht

Koch/Köchin evtl. Jungkoch/-köchin

Für unseren regen à la carte-Service (internationale und einheimische Küche) suchen wir eine aufgestellte Fachkraft in kreativen, lebhaften Betrieb.

Stellenantritt sofort oder nach Vereinbarung.

Wir bieten zeitgemässe Entlohnung. Wir sind ein kameradschaftliches Team mit langjährigen Angestellten.

Auf Ihren Anruf freut sich
Johann Dörig, Gasthaus Hof
am Landsgemeindeplatz
9050 Appenzel
Tel. 071 787 22 10
Fax 071 787 58 83
info@gasthaus-hof.ch

156431/128724

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

WEISSBADBRÜCKE

In unseren gepflegten Landgasthof im wunderschönen Appenzellerland suchen wir **per sofort eine/n flexible/n**

Servicemitarbeiter/in

(Saison- oder Jahresstelle)

Rufen Sie uns doch an, damit wir alles weitere besprechen können.

Gasthof Weissbadbrücke
Familie Schmid
CH-9057 Weissbad
Tel. 071 799 1331
Info@weissbadbruecke.ch
www.weissbadbruecke.ch

156476/160547

HOTEL REX RESTAURANT BLAUER APFEL

Unser Motto: Jung, fröhlich, persönlich! Unser Stolz: 38 heimelige Zimmer, 48 einladende Restaurantplätze und 36 idyllische Terrassensitzplätze. Unser Problem: Team nicht komplett. Deshalb suchen wir EUCH:

1 Alleinkoch mit Erfahrung 1 Servicefachangestellte

SA/SO frei

Falls ihr zuverlässig, spontan, herzlich und voller Ideen seid, schickt eure schriftliche Bewerbung an:

Hotel REX,
Annika Hug
Weinbergstrasse 92
8006 Zürich

Eintritt Küche: Mitte September o.n.V.
Eintritt Service: Mitte Juni

156504/40894

IDYLLHOTEL KERNSEHOF

Tel. 041 660 68 68/Fax 041 660 85 69

In unser beliebtes ***-Hotel-Restaurant suchen wir per sofort oder auf Vereinbarung fröhliche, kompetente und flexible Mitarbeiter/innen:

- Koch oder Köchin (Alleinkoch/Souschef) - gelernter SEFA mit portugiesisch Kenntnissen (w/m)

welche sich optimal in unser Team und neues Konzept einfügen und sich aktiv und verantwortungsbewusst betätigen können, dann sind Sie unsere neue/r Mitarbeiter/-in. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung!
Robert Mathis, der Hofmeister
e-mail: kernsehof@swissonline.ch

156498/75426



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



Strandhotel
CH-3807 Iseltwald

Für unser 3-Stern-Hotel direkt am Brienzsee mit 40 Betten und regem Restaurationsbetrieb (10 Automin. von Interlaken) suchen wir ab sofort oder nach Übereinkunft folgende Mitarbeiter

KÜCHE Hilfskoch (w/m) Jungkoch (w/m)

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns.

Familien Hornberger & Hornung
Strandhotel
3807 Iseltwald
Tel. 033 845 13 13

156458/57657

Sie brauchen nur ein Telefon! Für unsere 0901er- und 0906er-Linien suchen wir clevere, gut gelaunte **Unterhalterinnen** welche gerne telefonieren. Flexible Arbeitszeiten, ganze Schweiz, SUPERGELDGEHALT!
Interesse? Rufen Sie einfach an, wir informieren Sie gerne ganz unverbindlich. 0878 60 60 60

156491/424560

Für das beliebte Speiserestaurant **RÖSSL** in der Altstadt von Rapperswil suchen wir per 23.6.03 eine freundliche, engagierte und motivierte

SERVICEFACHANGESTELLTE

Sie haben Freude an Ihrem Beruf...? Erfahrung im gepflegten à la carte-Service...? Besitzen Weinkenntnisse...? Oder haben bereits an der Bar gearbeitet...?

...dann sind Sie die Basis für unseren Erfolg!

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen – Schriftliche Bewerbungen richten Sie bitte an:

FeineGastro GmbH
Herr Raffael Fumagalli
Seestrasse 86
Postfach 157
8806 Bäch

156494/425301

HOTEL BERGSONNE

Auf der Rigi am Vierwaldstättersee, stilvolles ***Hotel mit 17 Zimmern/ Suiten und Restaurant (Gault/Millau 15 Punkte).

Ab sofort oder nach Vereinbarung in unser erfolgreiches Team

Servicefachangestellte/r Chef de partie

Wir freuen uns auf Sie.

Dorly & Willy Camps-Stalder
CH-6356 Rigi Kaltbad
www.bergsonne.ch
T 041 399 80 10
F 041 399 80 20

156501/28927



naturfreundehotel wildhaus
Steinrütstrasse
9658 Wildhaus

Das naturfreundehotel in Wildhaus, ein lebendiges Familien- und Seminarhotel, sucht per sofort oder nach Vereinbarung

Réceptionist/in (100 % oder Teilzeit)

Sie empfangen die Gäste, nehmen Telefonanrufe entgegen, führen die Reservationen nach und unterstützen das Sekretariat.

Ihre Muttersprache ist Deutsch, verfügen über Fremdsprachenkenntnisse und beherrschen Word und Excel.

Wenn Sie interessiert sind an dieser vielseitigen Aufgabe, senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an **naturfreundehotel wildhaus, Yvonne Berthel, Steinrütstrasse, 9658 Wildhaus**. Tel. 071 998 68 68 oder per e-mail, nzz@naturfreunde.ch

156481/128147



Das Strandhotel & Restaurant Belvedere, am fabelhaften Thunersee gelegen, ist ein 4-Stern-Hotel mit Charme und Ambiente.

Gehören Sie zu den Könnern, die per sofort oder nach Absprache (in Jahresstelle) unsere Gäste als Kenner verwöhnen möchten?

Chef de rang (m/w)

Eine abwechslungsreiche Speisekarte mit vielen Spezialitäten und interessanten Servicearten sowie Weinkeller mit über 400 Positionen warten auf Ihre Präsentation! Wünschen Sie Neues zu lernen und Geleitetes ins Team einzubringen, so sind Sie genau richtig bei uns.

Sowie

Casserolier / Allrounder

Zur Verstärkung unseres jungen Küchenteams suchen wir einen Allrounder mit Erfahrung in der Gastronomie.

Bitte melden Sie sich mit vollständigen Bewerbungsunterlagen bei:

Rosemarie Seiler-Bigler oder
Markus Schneider
Strandhotel Belvedere
CH-3700 Spiez

Telefon 033 655 66 66 oder Fax 033 654 66 33

Internet: www.belvedere-spiez.ch / E-Mail: info@belvedere-spiez.ch

156461/31984



Das Kleinod für kulinarische Genüsse

Claudia und Matthias Suter
Luzernerstrasse 4, CH-6045 Meggen
Tel. ++41 41 377 13 29, Fax ++41 41 377 13 72

Wir, ein kleines Fischspezialitätenrestaurant am Vierwaldstättersee mit Auszeichnung des goldenen Fisch, suchen zur Ergänzung unseres Teams auf 1. Juli oder nach Vereinbarung eine flexible, belastbare, zuverlässige und freundliche

Servicefachangestellte 100 %

Für unseren gepflegten à la carte Service. Sind Sie interessiert, uns tatkräftig zu unterstützen dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an

Hotel Restaurant Schössli
Luzernerstr. 4, 6045 Meggen
Frau C. Suter, 041 377 13 29

156480/242578

Suchen Sie eine neue Herausforderung als

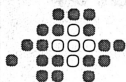
Service-Mitarbeiter

in einem dynamischen Familienbetrieb an guter Lage in ländlicher Umgebung? Wir bieten eine Jahresstelle (Betriebsferien im Frühling und Herbst), Zimmer oder Appartement, leistungs-konformes Gehalt und erwarten konzentrierte, ruhige Arbeitsweise und Teamgeist.

Melden Sie Ihr Interesse unter Beilage der Referenzen an:

Familie Schnöller
Hotel Albula & Julier
7450 Tiefencastel
<http://albula-tiefencastel.com>

156492/34797



Bundesamt für Bauten und Logistik
Office fédéral des constructions et de la logistique
Ufficio federale delle costruzioni e della logistica
Uffizi federal per edifizii e logistica

Das Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL) ist zuständig für das Immobilienmanagement der zivilen Bundesverwaltung sowie für die Materialwirtschaft und die Datenausgabe der gesamten Bundesverwaltung. Für unsere Abteilung Objektmanagement suchen wir eine/n

Anlassverantwortliche/n für die repräsentativen Liegenschaften des Bundes

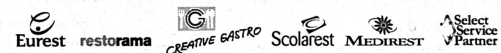
Ihre Herausforderung

Als Anlassverantwortliche/r führen und betreiben Sie die jeweilige repräsentative Liegenschaft, welche dem Bundesrat und seinen in- und ausländischen Gästen als Residenz und Gästehaus zur Verfügung steht. Im Rahmen der vom BBL zu erbringenden Dienstleistungen sind Sie für die Planung bis hin zur Durchführung und Abschluss des jeweiligen Anlasses zuständig. Ihre Aufgabe beinhaltet nebst umfassenden Vorbereitungsarbeiten bezüglich Raum- und Infrastrukturmittel insbesondere die gesamte Betreuung und Bedienung des bundesrätlichen Gastgebers und seiner Gäste während der Dauer des Anlasses und im Rahmen von Aperitifs, Cocktails, Stehlunchs und/oder Banketten. Ebenfalls zu Ihren Aufgaben gehört eine aktive Bewirtschaftung des gesamten Betriebes in vielfältigster Hinsicht wie z.B. die Organisation von öffentlichen Besuchstagen und Besichtigungen und die Pflege und Erhaltung der Liegenschaft samt den dazugehörigen Einrichtungsgegenständen.

Ihr Idealprofil

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung im Hotelfach oder eine gleichwertige Ausbildung und Berufserfahrung. Erfahrung in der Personalführung erleichtern Ihnen den Einstieg in diese vielfältige und sehr anspruchsvolle Aufgabe. Sie sind vertrauenswürdig, flexibel und anpassungsfähig. Ihre Belastbarkeit und korrekten Umgangsformen sind Garant für einen perfekten Kundenservice. Sie sind bereit, für unsere Gäste logistische Höchstleistungen zu erbringen und zu unregelmässigen Zeiten (Nacht- und Wochenendeseinsätze) zu arbeiten. Sie verfügen über sehr gute mündliche Kenntnisse zweier Amtssprachen sowie Englischkenntnisse.

Senden Sie Ihre Bewerbung an das Bundesamt für Bauten und Logistik, Personal, Holzkofenweg 36, 3003 Bern. Für zusätzliche Auskünfte steht Ihnen Frau Claudia Willi, Telefon 031 324 16 52, gerne zur Verfügung. Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.bbl.admin.ch.



Compass Group ist der weltweite Leader im Bereich Food-Services mit einem jährlichen Umsatz von über 15 Mia Euro und vereint die Fachkompetenz von mehr als 360'000 Mitarbeiterinnen in ca. 90 Ländern. In der Schweiz bietet sie in 230 Betrieben massgeschneiderte Dienstleistungen für die Gemeinschaftsgastronomie (Eures, Restorama, Scolarest und Medirest) und für die Gastronomie an hoch-frequentierten Passantenlagen (Select Service Partner) an.

Für die Unterstützung unserer Teams in verschiedenen Betrieben in der ganzen deutschen Schweiz suchen wir

Jungköche, Köche, Chefs de Partie (Damen & Herren)

Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre (als Koch haben Sie vielleicht sogar eine Diätkochausbildung) und Erfahrungen in der Gemeinschaftsgastronomie. Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste erfolgreich umsetzen kann und Sie überzeugen durch Ihr Qualitätsbewusstsein und Ihre Wirtschaftlichkeit. Mit Ihrer Passion für Dienstleistung und Verkauf wickeln Sie mühelos das Tagesgeschäft ab und mit Ihrer Begeisterung helfen Sie aktiv mit, die Ziele aller Anspruchsgruppen zu erreichen. Sie sprechen fließend Deutsch und verleihen mit Ihrem Charme unseren Gästen einen warmen Sonnenstrahl.

Wir bieten Ihnen

- einen modernen Arbeitsplatz in einem Tagesbetrieb
- eine transparente Entlohnungspolitik
- fortschrittliche Sozialleistungen
- breitgefächertes Ausbildungskonzept
- solide Karriere-Optionen

und eine etablierte Weltmarke mit einer erfolgreichen Produktpalette.

Gerne laden wir Sie dazu ein, Ihre schriftliche Bewerbung mit den vollständigen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Foto, Salärerwartungen und gewünschtes Eintrittsdatum) an uns zu senden.

Compass Group (Schweiz) AG
Patrick Grzinic
Human Resources Recruiting
Oberfeldstrasse 14
CH-8302 Kloten
e-mail: jobs@compass-group.ch



Über Gastfreundschaft und Seilschaften. **htr**

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

Lehrabschluss Das Ende in Sicht? Schön! Wir haben verschiedenste Angebote für angehende Berufsprüfer: Von cool & trendy bis gutbürgerlich; von Stadt und Land bis Berg und See; Systemgastronomie oder Gourmettempel; Neueröffnung oder bereits etabliert; temporär oder fix.

Arbeitsort: Ganze Schweiz

Angebot: Faire Löhne, moderne Sozialleistungen und vorbildliche Chefs erwarten Euch. **Victoria Castangia** informiert Euch gerne über die aktuellsten Jobs unter der folgenden Telefonnummer: 01 225 40 30, oder via E-Mail: victoria.castangia@kellyservices.ch

Küchenchef Für eine Neueröffnung suchen wir auf Ende Jahr eine innovative Persönlichkeit zwischen 26 und 45, um zu entwickeln und umzusetzen.

Ihre Aufgabe: Führungserfahrung, teamorientiert und erfolgsorientiert stellen Sie eine neue Küche auf die Beine! Hohes Qualitätsdenken, ein grosses Mass an Sozialkompetenz und erfolgreiche Berufserfahrung sind eine Voraussetzung. Grundausbildung und abgeschlossene Weiterbildung runden Ihr Profil ab.

Arbeitsort: Am Zürichsee

Angebot: Ein dynamisches Unternehmen, ein äusserst modernes Arbeitsumfeld und ein Salär- und Bonussystem, welches Ihre Leistung honoriert. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Géraldine McLellan**, 01 225 40 30 oder via E-Mail: geraldine.mclellan@kellyservices.ch

Chefin de Bar Frisches Bar- und Restaurantkonzept; American Bar mit karibischem Feel, spannende Events und Konzerte, seit Jahren erfolgreich. Dem jungen Besitzer gehen die Ideen nie aus, packt immer mit an und hat immer ein offenes Ohr für sein Team.

Aufgabe: Was fehlt, ist die attraktive Lady mit Power, um selbständig und humorvoll die Bar zu schmeissen. "Unabhängige" Transportmöglichkeit ist eine Voraussetzung da die Blockarbeitszeiten sich nicht nach den Fahrplänen der VBZ richten.

Arbeitsort: Stadtgrenze Zürich

Angebot: Die Anstellungsbedingungen sind sehr attraktiv. Der Chef lässt mit sich reden; möglich ist auch eine 60% Anstellung (inkl. Wochenende). Sind Sie neugierig? Nehmen Sie mit mir in der von Ihnen gewünschten Form Kontakt auf. **Victoria Castangia** ph. 01 225 40 30 oder E-Mail: victoria.castangia@kellyservices.ch

Bankettkoch Unser Auftraggeber, ein erfolgreiches Kongressunternehmen mit hauseigener gehobener Restauration sucht Unterstützung.

Aufgabe: Servicedenken und fachliches Denken; Know-how verbunden mit Umsetzungsstärke sind in diesen anspruchsvollen und vielseitigen Wirkungsfeldern gleichermassen gefragt. Sie bringen Erfahrung in der Bankettküche mit, haben eine artistische Ader und können auch schon Verantwortung für einige Mitarbeiter tragen.

Arbeitsort: Stadt Zürich

Angebot: Unsere Kunden bieten Ihnen ein attraktives Salär, moderne Sozialleistungen und Schichtarbeitszeiten. Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Für telefonische Vorabklärungen steht Ihnen **Victoria Castangia** sehr gerne zur Verfügung. 01 225 40 30

Jungkoch w/m Unser Mandant, ein erfolgreiches und renommiertes Restaurant, sucht in ein junges Team eine begeisterte Berufsperson.

Aufgabe: Direkt dem Küchenchef unterstellt sind Sie hauptsächlich für den Saucierposten verantwortlich. Sie übernehmen aber bei Bedarf auch eine Tourant-Position. Sie können Ihr fachliches Können einsetzen und weiter ausbauen; know how verbunden mit Umsetzungsstärke sind in diesen anspruchsvollen und vielseitigen Wirkungsfeldern gleichermassen gefragt.

Arbeitsort: Winterthur

Angebot: Unsere Kunden bieten Ihnen ein attraktives Salär, Arbeitszeiten entweder abends oder mit Zimmerstunde und zwei Wirtsonntage in der Woche. Auch ein Auto steht der Brigade zur freien Verfügung! Zimmer vorhanden. Begeistert Sie das? Für telefonische Vorabklärungen steht Ihnen **Victoria Castangia** sehr gerne zur Verfügung. 01 225 40 30

Chef de partie w/m Zur Unterstützung eines erfolgreichen Teams sucht ein renommiertes Hotel in einem Berner Vorort einen Star!

Aufgabe: Als kreativer Küchenprofi (zwischen 25 und 30 Jahre alt) sind Sie verantwortlich für die Produktion und Fertigung auf Ihrem Posten. Mit einigen Jahren Berufserfahrung unterstützen Sie ein dynamisches Team. Ihr Stolz gehört auch den Lehrlingen, denen Sie ein Teil Ihrer Energie widmen und Ihnen die Freude an diesem Beruf vermitteln.

Arbeitsort: Region Bern

Angebot: Interessieren Sie sich für diese interessante Stelle? Eine aufgestellte Brigade erwartet Sie. **Judith Lanker** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme! 031 313 26 26

Gouvernante Für zwei qualitätsbewusste Seminarhotels suchen wir eine Perle.

Aufgabe: Mit klar strukturierten Arbeitsweisen bewegen Sie sich gerne mit den verschiedensten Kulturen. Ihr 18-köpfiges Team führen Sie mit Freude und Durchsetzungsvermögen zu den hochgesetzten Standards. Ihre Fachkenntnisse in der Hauswirtschaft helfen Ihnen auch mit der Aufgabe der Lehrlingsbetreuung.

Arbeitsort: Thun und Bern

Angebot: Attraktive, vielseitige und selbstständige Aufgabe in einem stabilen und überschaubaren Unternehmen mit kollegialer Arbeitsatmosphäre. Ein attraktives Salär und moderne Sozialleistungen runden dieses Angebot ab. Für telefonische Vorabklärungen steht Ihnen **Judith Lanker** sehr gerne zur Verfügung. 031 313 26 26, judith.lanker@kellyservices.ch

Köche w/m Kochen ist Ihre Leidenschaft?

Aufgabe: Sie haben die Prüfung zum Koch mit Erfolg abgeschlossen und sind versiert auf allen Posten der neuzeitlichen Küche.

Arbeitsort: Bern, Thun, Biel, Burgdorf

Angebot: Verschiedene Kunden der Gemeinschaftsgastronomie und der öffentlichen Gastronomie mit qualitativ hochwertiger Küche suchen kompetentes Fachpersonal. Wenn Ihnen ein harmonisches Arbeitsklima und interessante Arbeitsbedingungen wichtig sind für die neue Stelle, rufen Sie uns an. Wir haben den richtigen Arbeitsplatz für Sie. **Judith Lanker** informiert gerne telefonisch. 031 313 26 26, judith.lanker@kellyservices.ch

KELLY
CATERING

MEHR ALS EIN JOB!

Get online: www.kellyservices.ch 0800 109 109

Löwenstrasse 29
8023 Zürich-City
Tel. 01 225 40 30

Schaffhauserstrasse 358
8050 Zürich-Oerlikon
Tel. 01 319 66 69

Marktgasse 6/8
3011 Bern
Tel. 031 313 26 26

Rue du Simplon 48
1800 Vevey
Tel. 021 925 40 60

Place Cornavin 10
1211 Genf
Tel. 022 906 92 92



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi


Grand Hotel ZERMATTERHOF
CH-3920 Zermatt

Sind Sie interessiert, in einem führenden Swiss-Deluxe-Fünfsterhotel internationale Gäste zu verwöhnen? Dann sind Sie bei uns richtig! Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab sofort folgenden Mitarbeiter:

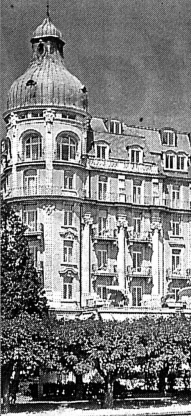
Loge:
Concierge-Tourant (D, F, E)

Fühlen Sie sich angesprochen und haben Sie das nötige Fachwissen, dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung, oder rufen Sie uns einfach an!

GRAND HOTEL ZERMATTERHOF
Personalchefin Angela Merenda
3920 Zermatt
Tel. 027 966 66 00
Fax 027 966 66 99
e-mail: a.merenda@zermatt.net



Swiss Deluxe Hotels


DER KULTUR GEWIDMET

UNSER UND IHR ZIEL: ZUFRIEDENE GÄSTE, DIE GERNE WIEDER KOMMEN.

Wir suchen ab Oktober für unsere weltgewandten Gäste einen/eine

FRONT OFFICE MANAGER/IN

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Für weitere Fragen steht Ihnen Frau Ester Unruh, Leiterin Human Resources, Telefon direkt 041 416 10 04, gerne zur Verfügung.

PALACE LUZERN
★★★★★

DAS FÜHRENDE 5-STERN HOTEL AM VERVALDSTÄTTERSEE:
3 RESTAURANTS, BAR, KONFERENZKÄMME, 168 ZIMMER

6002 LUZERN · HALDENSTRASSE 10 · PERSONALBÜRO TEL. +41 41 416 10 04
e.unruh@palace-luzern.ch · www.palace-luzern.com

AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEM BESTITZ:
VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA · INTERLAKEN



Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland



Gesucht per 1. Juli 2003 in ***Business-Familienbetrieb:

Servicemitarbeiter/in

Sie bringen mit:

- Abgeschlossene Servicelehre oder mind. 1 Jahr Erfahrung im Speiseservice
- mündliche Kenntnisse in Englisch oder Französisch
- Freude am Umgang mit Menschen
- Teamgeist

Wir bieten Ihnen:

- Interessante Tätigkeit in unserem à-la-carte Restaurant, sowie auch bei Banketten
- Gutes Arbeitsklima in aufgestelltem Team
- jeden Sonntag frei
- Zimmer im Haus auf Wunsch

Es freuen sich auf Ihre schriftliche Bewerbung Kaija und Peter Spengler und das Bäreteam.

Bernstrasse-West 56 · 5034 Suhr
Telefon 062 855 25 25 · Fax 062 855 25 91
E-Mail: mailbox@baeren-suhr.ch · www.baeren-suhr.ch

156418/2004



Wir vergrössern unser erfolgreiches Restaurant im Herzen von Bern. Deshalb suchen wir zur Verstärkung unseres Teams ab sofort oder nach Vereinbarung

einen **Koch**
und einen **Sous-Chef**

Sie sind gelernte Köchin oder gelernter Koch, kreativ und selbständig – wir sind aufgestellt, jung und spezialisiert auf moderne europäische Küche. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

Nicole Hässler • Marcel Bürcher

Kornhausplatz 19 Restaurant
CH-3011 Bern Ringgenberg
Telefon +41 31 311 25 40
Fax +41 31 311 97 97
ringgenberg@taberna.ch



Traditionsreiches *****Relais & Châteaux Hotel mit 30 Zimmern und Suiten, Restaurant "La Malvoisie" mit 15 Punkten Gault Millau, Bar, eigene Thermalbäder, grosszügiges Wellness-Angebot.

In unserem Team fehlen noch folgende motivierte Mitarbeiter:

Sous-Chef/Saucier

Kreativer und ambitionierter Berufsmann, fundierte Ausbildung, Erfahrung in der gehobenen Gastronomie

Chef de rang (d/f)

Bitte schicken Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes

3954 Leukerbad
Tel. 027 472 20 00
Fax 027 472 20 01

M. und M. Colombo, Direktion



156496/2003

HOTEL EUROPA ST. MORITZ

Suchen Sie eine neue Herausforderung??
Wollen Sie sich nicht schon lange verändern???

Wir sind ein renommiertes *****Hotel mit 200 Betten und überraschend vielen innovativen Möglichkeiten. Für die kommende Sommersaison oder nach Vereinbarung suchen wir mit längerfristigem Interesse eine/n

RÉCEPTIONIST/IN MIT ERFAHRUNG

Erwartet wird: einschlägige Berufserfahrung bzw. ausbaufähige Kenntnisse. Sprachkenntnisse D//E/F, Fidelio-Kenntnisse sowie Word und Excel.

Wir bieten: neben einer abwechslungsreichen Tätigkeit in einem kollegialen Team die Aufstiegschance zum Chef de Réception, schöne Personalzimmer (EZ & DZ) mit Du/WC, TV, Telefon, zeitgemässe Entlohnung. Einkaufvergünstigungen in 55 Geschäften.

Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

HOTEL EUROPA ST. MORITZ
Frau Knopf, Personalchefin
7512 Champfer
Tel. 0041 081 839 55 55
Fax 0041 081 839 55 56
www.hotel-europa.ch · info@hotel-europa.ch



156455/2293

Für ein etabliertes Restaurant im Raum Zürich/Winterthur suchen wir zur Unterstützung und Entlastung ein junges, unternehmerisch denkendes Paar aus der zweiten Reihe als Juniorpartner:

Koch mit Servicepartnerin

Dafür brauchen Sie kein grosses Eigenkapital, aber Erfolgswillen, viel Einsatz, eigene Ideen, und vor allem sollten Sie verdammt gut kochen können. Eine spätere Übernahme ist möglich. Infos gibt es über: Thomas Jettel, 8307 Effretikon, Hackenberg 9
Tel. 052 343 82 33 jettel@bluewin.ch

156350/13000



Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und à la carte-Restaurant suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft folgende bestverfügbare, motivierte Mitarbeiter:

Chef de partie oder Commis de cuisine

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung, tolle Atmosphäre in jungem Team sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ja, Sie fühlen sich angesprochen? So senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel Vorab
z.H. Herrn G. R. Meiler
7017 Flims Dorf

156463/11185

Ochsen Zug

In unserem Stadthotel und geschichtsträchtigen Gasthaus verwöhnen wir unsere Gäste mit ausgezeichnetem Essen und fantastischen Weinen.

Chef de service (w/m)

Sie sind herzlich, offen und mit grosser Freude Gastgeberin. Sie haben ein Gespür für Atmosphäre und Menschen. Sie verstehen es, zusammen mit Ihren Mitarbeiterinnen unsere Gäste zu begeistern.

Ein schönes Haus mitten in Zug und eine anspruchsvolle Aufgabe erwarten Sie. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Matthias Hegglin, City-Hotel Ochsen Zug
Kolinplatz 11, 6301 Zug
Telefon 041 729 32 32
mh@ochsen-zug.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

Clôture des annonces pendant les jours fériés

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

La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au

mercredi, 4 juin 2003, 15 heures

Clôture des annonces pour le marché de l'emploi:

vendredi, 6 juin 2003, 12 heures

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

La clôture des annonces immobilières, bazar et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au

mercredi, 23 juillet 2003, 15 heures

Clôture des annonces pour le marché de l'emploi:

vendredi, 25 juillet 2003, 12 heures



Tourisme Bienne Seeland cherche pour compléter son team

un collaborateur / une collaboratrice (employé(e) de commerce)

de langue maternelle française avec de bonnes connaissances en allemand.

Nous vous offrons une activité variée dans notre organisation touristique : vous donnez des renseignements sur la région Bienne Seeland, effectuez des réservations, êtes impliqués dans l'organisation et le suivi des congrès et des manifestations, traitez les dossiers pour groupes et êtes la personne de contact pour les hôteliers et les prestataires possédant des appartements de vacances et des chambres chez l'habitant.

Idealement, vous possédez une formation dans le tourisme, vous aimez travailler dans un team, êtes flexible et apte à travailler avec des outils informatiques modernes (système d'informations et de réservations, Word, Excel, etc.).

Entrée en fonction le 1^{er} juillet 2003 ou selon entente. Les dossiers de candidature sont à envoyer à Tourisme Bienne Seeland, 600, rue Centrale, 2501 Bienne. Pour plus d'informations: Mme Bettina Etique, téléphone 032 328 44 75, e-mail: bettine@tbsinfo.ch

156429/156914

Tout sur le marketing et le dumping.

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

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

SVIZZERA ITALIANA

Gesucht sportliche, naturverbundene

ALLROUNDERIN für Zimmer und Service

Wir sind ein aufgestelltes kleines Team, arbeiten mitten in der Natur, servieren unseren Gästen eine vegetarische Gourmet-Knospenküche. Jetzt fehlt uns noch eine motivierte Mitarbeiterin.

Haben Sie Lust an ideen- und abwechslungsreicher Tätigkeit, und dies an einem besonders schönen Ort? Dann sind Sie unsere richtige Frau. 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.sassdagrum.ch

156459/359238

TESSIN

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

1 Réceptionspraktikantin D-E-F

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:

SCHLOSSHOTEL
Postfach 1264, CH-6600 LOCARNO
Dir. A. Helbling / Tel. 091 751 83 71
helbling@ticino.com

156470/21407

INTERNATIONAL

Ägypten – 365 Tage Sonne, Strand und Meer

Unsere Mandantin, welche Resort Hotels der 3- bis 5-Sterne-Kategorie am Roten Meer betreibt, sucht zum baldmöglichsten Eintritt für eine Neuübernahme in Dahab, (200 Zimmer/Bungalows, diverse F&B-Outlets, Sport- und Entertainment-Center) einen innovativen und kommunikationsstarken Schweizer, 30- bis 40-jährig, als

DIRECTOR OF OPERATIONS (m - D/E)

Der gesuchte Vollblut-Hotelier ist ein vitaler Frontmann mit Food & Beverage Background, verfügt über unternehmerisches Denken mit gutem Zahlenverständnis und bringt Kooperationsbereitschaft gekoppelt mit Überzeugungskraft mit. Er ist ein geschickter Verkäufer sowie Organisator und weiss seine ausgeprägte Kundenorientierung sowie seine Freude an aktivem Sport im persönlichen Umgang mit den Gästen einzubringen.

Die Position eignet sich besonders für eine zielstrebige Führungspersönlichkeit aus der 2. Linie (EAM/Stv. GM), welche ihren nächsten Karriereschritt plant. Ausländerfahrung im mittleren Osten ist von Vorteil jedoch nicht Bedingung.

Es bietet sich Ihnen eine vielseitige Aufgabe mit echten Entfaltung- und Aufstiegsmöglichkeiten sowie einem interessanten Anstellungspackage.

Auch Schweizerinnen, 20- bis 30-jährig, die während mindestens einem Jahr Auslandserfahrung sammeln wollen, bietet sich laufend (Eintritt im Juli und Aug. sowie Nov.) die Möglichkeit, eine weitgehend selbständige und abwechslungsreiche Herausforderung anzunehmen.

Als **GUEST RELATIONS MANAGER** sind Sie für die Qualitätssicherung im Bereich Gästeempfang und -betreuung verantwortlich.

Die Wunschkandidatin, bringt Erfahrung an der Réception mit, hat vorzugsweise einen Hotelfachschulabschluss, ist dienstleistungsorientiert und teamfähig, verfügt über ein hohes Mass an Einsatzbereitschaft sowie Flexibilität und beherrscht neben einwandfreiem CH-Deutsch die englische und französische Sprache. Über die Anstellungsbedingungen welche auch Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten beinhalten, informieren wir Sie gerne persönlich anlässlich eines Gesprächs.

Ebenfalls gesucht, wird ein jüngerer Küchenprofi im Range **CHEF DE PARTIE** (D/E). Ausländerfahrung und Kenntnis der arabischen Küche sind nicht Bedingung. Über die Anstellungsbedingungen welche auch Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten beinhalten, informieren wir Sie gerne persönlich anlässlich eines Gesprächs.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung.

Human Link GmbH, Brigitta Vicari, Poststrasse 101, CH-8957 Spreitenbach
humanlink.bv@bluewin.ch

156379/422459

Ambiente, Flair & das mediterrane Angebot sprechen für sich.
Für unser Haubenrestaurant im Zentrum Wiens suchen wir einen ambitionierten

Geschäftsführer

Wir erwarten von Ihnen neben einem erstklassigen Auftreten unternehmerisches Denken, beste Führungsqualitäten, Kenntnisse der mediterranen Küche und vor allem Freude am Umgang mit unserer anspruchsvollen Klientel.

Wir bieten einen interessanten Wirkungs- bereich, leistungsgerechte Dotierung und die Zusammenarbeit mit einem erfolgsorientierten Team.

Fühlen Sie sich angesprochen? -
Wir freuen uns, Sie kennenzulernen.

Gerlinde Fuchs Managementberatung
Reitberg 144, A-5301 Eugendorf
Tel.: +43 (6225) 25 66, Fax: DW 25



E-Mail:
headoffice@gf-management.com
Homepage:
www.gf-management.com

156471/383319

Über Internet und nette Gäste.

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



Relais et Châteaux 2003
France / Provence
Etoile au Michelin

Recherche

Cuisine

Second de Cuisine

Salle

Chef de Rang Sommelier

Réception

Réceptionniste

Envoyer curriculum vitae, photo

Hostellerie Le Phébus
Route de Murs
84220 Joucas

France

Tél. 00(33)(0)4/90/05/78/83
Fax: 00(33)(0)4/90/05/73/61
Email: Xmatthieu@aol.com

156456/425217

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

Über Internet und nette Gäste.

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

«Ambitionen»

Personalrekrutierung und -beratung seit 1990.

F&B Assistent/in

- 4* **Erstklasshotel**; Einkauf, Bankettanlässe, Coaching, Front Kontrolle, Eintritt ab sofort

Alleinkoch

- Seminar-/Ferienheim; Menüplanung, gut bürgerliche Küche, Eigenverantwortung, Eintritt ab sofort

Sous-Chef

- 4* **Hotellerie**; hauptsächlich Seminare, Frischprodukte, Eintritt 08/2003

**Chef/in de Partie/
Commis de cuisine**

- gut bürgerliche Küche; 15 G&M, ausschliesslich Frischprodukte, Brigade 10 Mitarbeiter, Eintritt ab sofort
- anspruchsvolle Küche; 16 G&M / 1* Michelin, Brigade 6–10 Mitarbeiter, Eintritt 08/2003

Chef de Service

- 5* **Hotellerie**; 14 G&M, Teller-/Plattenservice, Aufsteigsmöglichkeiten, Eintritt 08/2003

Bar

- gehobene **Hotellerie**; Bar ca. 40 Plätze, selbständig, Eintritt ab sofort
- 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
www.gastro-S.ch

156466/326224

www.gastro-S.ch

DOMINO GASTRO

Denken Sie organisieren Sie –
Ja Sie! Und dazu
die richtigen Mitarbeiter.

Tel. 055 415 52 80

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in
guten Hotels der ganzen Schweiz für
qualifiziertes **Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-
ningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
134930/401646

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 146961/403443

www.adsjob.com
UNBESCHRÄNKTE VERMITTLUNGEN
ab Fr. 450.–
Tel. 081 382 21 03 / 079 411 81 07, Fax 081 382 21 23
155966/303453

**Anzeigenschluss
über die Feiertage****Termine für die Ausgabe 24/2003 (Pfingsten):**

Der Anzeigenschluss für Geschäfts-, Bazar- und Liegenschaftsanzeigen
sowie für Reklamen ist am

Mittwoch, 4. Juni 2003, 15 UhrAnzeigenschluss 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 UhrAnzeigenschluss für die *stellen revue*:**Freitag, 25. Juli 2003, 12 Uhr****STELLENGESUCHE**

Selbstbewusste und repräsentative
Wirtschafts- und Finanzstudentin aus
Ungarn, im Hauptstudium an der Uni
Zürich, sucht

Teilzeitbeschäftigung

im administrativen Bereich (Büro,
Backoffice) im Grossraum Zürich.
B-Bewilligung vorhanden.

Tel. 052 345 00 07
e-mail: anettvajs@bluewin.ch
156493/425300

AFRIQUE DU NORD

2 personnes suisses, hautement qualifiées, âgé
de 38/39 ans, recherchent en Afrique du Nord
poste de travail (cadre) dans l'Hôtellerie/
Gastronomie ou dans le commerce de pro-
duits alimentaires (achat/vente, import/
export, gestion ou consultation).
Langues parlées/écrites: alim., franç., ital.,
angl. Disponible dès janvier 2004. Veuillez
adresser vos offres sous Daniel Siegenthaler,
Via della Scuole 21a, 6963 Pregassona
Suisse. daniel.siegenthaler@bluewin.ch
156395/425131

**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

**Über
Internet
und nette
Gäste.**

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

IMPRESSUM**htr hotel+tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi**

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Mönbijoustrasse 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

Anzeigenentwurf (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. 24/2003
- Erscheint 12. 6. 2003
- Anzeigenschluss 6. 6., 12.00
- Wiederholungen 6. 6., 12.00

Nr. 25/2003

- Erscheint 19. 6. 2003
- Anzeigenschluss 16. 6., 12.00
- Wiederholungen 16. 6., 12.00

Nr. 26/2003

- Erscheint 26. 6. 2003
- Anzeigenschluss 23. 6., 12.00
- Wiederholungen 23. 6., 12.00

Nr. 27/2003

- Erscheint 3. 7. 2003
- Anzeigenschluss 30. 6., 12.00
- Wiederholungen 30. 6., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôle REMF

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwendet 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.