

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 25

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

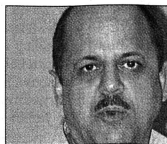
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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



CARSTEN JOCHEM / «Ein stärkerer Ferienwohnungsmarkt würde allen nützen», sagt der Interhome-Schweiz-Chef. **SEITE 2**



UNTERNEHMERSEMINAR / Der 29. Zyklus ist zu Ende. Ab jetzt beginnt für US-Leiter Peter Grossholz eine neue Ära. **SEITE 4**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Recht hat er, aber...

CHRISTINE KÜNZLER

Die Qualität der Produkte und Dienstleistungen wird nie besser sein als jene der Führung. Ein hartes und klares Wort, das Hansruedi Müller, Professor am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern (FIF), spricht. Gesagt hat er es an der Info-Veranstaltung zum Qualitäts-Gütesiegel Stufe III, die in Bern stattgefunden hat. Müllers Zitat lässt sich auch so auslegen: Die Führungspersönlichkeit entscheidet über Qualität und Nicht-Qualität in ihrem Betrieb.

Dieselbe Aussage lässt sich übrigens in vielen Variationen wiederholen. Die Chinesen beispielsweise sagen, dass der Fisch am Kopf zu stinken beginnt. Welche Worte und Sinnbilder wir auch immer bemühen, die Aussage bleibt die gleiche: Der Chef oder die Chefin hat es – auch in Sachen Qualität – in der Hand. Und weil gerade im Tourismus Qualität so wichtig ist, halten wir uns doch an Oscar Wilde: «Wer nur etwas anders, aber nicht besser machen möchte, sollte besser was anderes machen.» Auch diese Aufforderung ist hart und äusserst unangenehm. Recht hat er wahrscheinlich, der Wilde, nur schweigen sollte er. Oder vielleicht doch nicht ...?

Siehe auch Seite 9

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7
Tourismus/Hotellerie	9
Hotellerie	10/11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Marktnotizen	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



25

9 771424 044000

PONTRESINA / An der Delegiertenversammlung von hotellerieuisse gehörten das tourismuspolitische Umfeld und die Produktivität der Branche zu den Hauptthemen. **KARL JOSEF VERDING**

Freude und Flexibilität sollen helfen

«Le plaisir de servir», die für den Gast erkennbare Freude am Dienen, und die Flexibilität gegenüber den aktuellen Anforderungen des Marktes – sie wären gemäss Präsident Christian Rey eine angemessene Reaktion der Schweizer Hotellerie auf ihre gegenwärtige Situation in einem schwierigen Umfeld. An der Delegiertenversammlung in Pontresina sprachen Verbandsvorstand und Direktion von hotellerieuisse die Probleme und Hemmnisse an, welche den Schweizer Tourismus und seine Leistungsträger daran hindern, ihr Potenzial in einem fairen internationalen Wettbewerb voll auszuschöpfen.

Das Kostenniveau der Schweizer Hotellerie, so betonten sie, sei eines der grössten Handicaps gegenüber den touristischen Mitbewerbern im Ausland. Besonderes Gewicht habe dabei der Kostenfaktor Löhne. Die prekäre wirtschaftliche Situation und die Anpassungen der L-GAV-Minimallöhne für 2002 und 2003 hätten gemeinsam zu einer besonders schwierigen Situation geführt. Diese Situation werde die L-GAV-Verhandlungen prägen. Deshalb vertreten die Arbeitgeberparteien (hotellerieuisse, GastroSuisse und AGAB) in den Verhandlungen einen eigenen Forderungskatalog, der auf Erleichterungen zielt.

Siehe Seite 3



Foto: Marietta Dedual

BLINZELN VERGNÜGT IN DIE SONNE ...

... die Verbandsleitung von hotellerieuisse, Direktor Christoph Juen (links) und Präsident Christian Rey sowie der Präsident der Pontresiner Hotellerie, Stephan Hinny, an der Delegiertenversammlung in Pontresina.

SAFETY IN ADVENTURES / Erst sechs Betriebe zertifiziert

Die Umsetzung harzt

«Es braucht mehr Zeit, als wir gedacht haben.» Zu diesem Schluss kommt Eveline Lanz Kaufmann. Die Geschäftsführerin der Stiftung «Safety in adventures» hatte vor einem Jahr die Zielmarke bei 20 zertifizierten Betrieben festgelegt. Inzwischen haben aber erst sechs Unternehmen das Sicherheits-Label für Outdoor-Sport-Anbieter erlangt, demnächst sollte ein siebtes dazustossen. «Gerade für kleinere Betriebe stellt der Preis sicher eine Hürde dar», vermutet Eveline Lanz Kaufmann. Die Kosten belaufen sich – auf Grösse des Unternehmens – auf 4000 bis 8000 Franken. Diejenigen Anbieter, die das Zertifikat bereits er-

arbeitet haben, sind indes sehr zufrieden: Die Arbeitsabläufe und das Sicherheitsmanagement seien nun professioneller organisiert als vorher. «Statt eines Leitfadens haben wir nun richtige Leitplanken», sagt Hans Allemann, Geschäftsführer des Alpenzentrums in Gstaad.

Damit das Sicherheitslabel an marktpolitische Bedeutung gewinnt, hoffen die Verantwortlichen auch auf die Tourismusbranche. «Wichtig ist, dass die Tourismusorganisationen mittelfristig nur noch zertifizierte Betriebe vermitteln», sagt Eveline Lanz Kaufmann.

GW/SST
Siehe Seite 5

HEINZ R. SCHERRIEB / Der Tourismusexperte zur Schweiz
Ferienland oder Biotop?

«Mit den Ferien ist es wie mit dem Fernsehen: Wenn ein Programm nicht auf Anhieb interessant ist, wird umgeschaltet.» Heinz Rico Scherrieb, der deutsche Experte für Freizeit- und Erlebniswelten, rät den Schweizer Touristikern, «Abenteuer plus» zu bieten. Entsprechen die Schweizer diesem Gästebedürfnis nicht, sterbe der Tourismus aus, sagt er in schonungslosen Worten. Denn gerade für die Schweiz sei die Überalterung der Feriengäste ein gravierendes Problem.

Was also ist zu tun? «Man kann Seen und Berge neu mystifizieren und inszenieren.» Und sich, sagt Scherrieb, eben entscheiden, ob man ein Ferien-

land sein oder sich in das eigene Biotop zurückziehen wolle. Er plädiert dafür, die Winter-Action auf den Bergen zur Sommer-Action werden zu lassen. Scherrieb habe 27 Arten gefunden, um im Sommer vom Berg herunterzukommen. Zum Beispiel, indem einige Pisten nebeneinander gebaut werden, Rutschbahnen, Karts und andere installiert werden. So könne den «Freizeitpark-verwöhnten Gästen» Abwechslung geboten werden.

Freizeitparks allerdings brauche die Schweiz keine mehr. «Viel erreicht wäre schon, wenn man die Museen weniger langweilig gestalten würde.»

CK/GL
Seite 7

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

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

Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

Schwob
GASTROTTEXTIL

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

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

Black, sweet and beauty...

ILLYCAFE AG

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

IN KÜRZE

Safety in adventures / Die zertifizierten Unternehmen mit Outdoor-Aktivitäten äussern sich positiv über die ersten Erfahrungen mit dem Sicherheitslabel. Noch scheuen sich etliche Anbieter, den Prüfungsprozess in Angriff zu nehmen. **Seite 5**

Heinz Rico Scherrieb / Nach Meinung des deutschen Tourismus- und Freizeitexperten muss die Schweiz umdenken, wenn sie Ferienland bleiben will. Den Gästen müssten Punkte zum Träumen geboten werden statt fixfertige Erklärungen. **Seite 7**

Qualitätsgütesiegel III / An der Info-Veranstaltung «Auf dem Weg zur Q-Stufe III» wurden Schritte zur ISO-Zertifizierung und «Valais Excellence» aufgezeigt. Das Gütesiegel soll die Qualität steigern und Betriebskosten senken. **Seite 9**

Preisgestaltung / Alle sprechen diesen Sommer von «kreativen Preisen». Wo liegt die Grenze zum Dumping? Noch dominiert die Schnäppchenjagd nicht, doch «Special Offers» findet man auch bei den renommiertesten Hotels. **Seite 10**

Fattoria dell'Amorosa / Der Tessiner Weinproduzent Angelo Delea nutzt auf seinem «Agriturismo»-Landgasthaus seine langjährige Gastronomie-Erfahrung. Der geschmackvoll eingerichtete Ferienbauernhof liegt inmitten eines drei Hektar grossen Rebbergs. **Seite 13**

Gemüse / Bei den meisten Gemüsesorten herrscht bereits Vollversorgung aus der Schweiz. Der Gemüsekonsum stieg die letzten Jahre stetig an – die Gastronomie sollte den Trend unterstützen. Derzeit behandeln die Behörden das erste AOC-Gesuch für ein Gemüse. **Seite 14**

Tafeln / Mitte Juni eröffnen die Schweizer Tafeln in Basel ihre dritte Filiale. Die Hilfsorganisation sammelt überschüssige Nahrungsmittel ein und verteilt sie an Menschen in Not. Professionelle Strukturen sollen den Erfolg der Tafeln langfristig sicherstellen. **Seite 15**

Renovationen / Die Pflege historischer Bauten steht nicht im luftleeren Raum, sondern spiegelt politische und gesellschaftliche Entwicklungen. Umbauten und Renovationen von Hotels haben wegen ihrer ökonomischen Faktoren zurzeit Hochkonjunktur. **Seite 17**

hotelleriesuisse / Das Lobbying auf politischem Parkett bildete anlässlich der Delegiertenversammlung von hotelleriesuisse in Pontresina ein Hauptthema. Die bisherigen entsprechenden Anstrengungen sollen bereits Früchte getragen haben. **CF Seite 1**

Markt Benelux / Erstmals wurde vorige Woche in Zürich ein Seminar abgehalten, das ganz auf die touristischen Produkte für den niederländischen Markt zugeschnitten war. Erörtert wurden dabei die speziellen Bedürfnisse dieser Märkte. **CF Seite 2**

Martigny / Das 25. Bestehen der Fondation Pierre Gianadda wurde mit der Vernissage einer dem Impressionisten Paul Signac gewidmeten Ausstellung gefeiert. Im Schnitt können seit 25 Jahren täglich 660 Besucher gezählt werden, an Spitzentagen sogar bis 6000. **CF Seite 3**

Lausanne / Das «Lausanne Palace» kann zum sechsten aufeinanderfolgenden Mal erfreuliche Jahreszahlen vorweisen. Der Gesamtumsatz betrug 31,9 Mio. Franken. Die Investitionspolitik wird mit einem Volumen von 10 Mio. Franken fortgesetzt. **CF Seite 5**

FORUM

Schweizer zocken Schweizer ab

PETER ROTHENBÜHLER*

Ich liebe mein Land und verbringe meine Ferien und Wochenenden am liebsten hier. Leider werde ich hier nicht so gut behandelt wie der ausländische Pauschalтурист. Er bezahlt für fast alles viel weniger als der inländische Individualтурист.

Ich weiss, man müsste halt markten. Jedes Zimmer, wenn es noch frei ist, kannst du für die Hälfte kriegen. Wenn du nur frech genug bist. Und wenn man nicht frech genug ist, nicht gelernt hat zu markten, wie viele anständige, biedere Schweizer? Wenn man dazu neigt, in Läden und an Schaltern den angeschriebenen Preis für verbindlich zu halten?



Wie fühle ich mich in einem Hotel, das mir ein Zimmer zuerst für 380 geben will, dann wegen meines Protests schnell auf 250 runtergeht? Beschissen. Die Sache plagt mich jeweils stundenlang: Und wenn ich nicht gemarktet hätte? Und wie schauen die mich jetzt an? Das ist der Gast, der nicht so viel zahlt, wie angeschrieben ist, lese ich in den lächelnden Gesichtern der Bediensteten. Mein Problem? Klar. Aber auch ein Branchenproblem. Die Tourismusbranche beklagt sich über die Billigangebote der Fluggesellschaften und Reisebüros, die Schweizer Kunden in die Ferne locken. Was tut sie aber, um diese Kundschaft hier zu behalten? Habe ich je von einem günstigen Wochenendangebot in Zürich für eine vierköpfige Familie gelesen? Nein. Das muss man sich schon selbst erschnorren. Statt «Häsch e Stutz?», «Häsch mer es günschtigs Hotelzimmer?». Das beginnt übrigens schon am Schalter der SBB. Wer nicht schnorrt, kriegt den Maximalpreis. Hast du dein Familienblatt Stunden im Voraus am Extra-Schalter gelöst, gibts keine Vergünstigungen mehr. Ich habe für eine Reise mit Frau und zwei Kindern Zürich retour in der Eile einiges über dreihundert Franken bezahlt, natürlich erste Klasse. Aber trotzdem zu viel!

Unser Inlandtourismus funktioniert wie die Krankenkasseninitiative der Linken: Die Reichen (und die Dummen, die nicht markten) bezahlen bis viermal mehr als die andern.

Liebe Touristiker, ich mag eure Klagen über Billigangebote aus dem Ausland nicht mehr hören. Solange ihr anständige Schweizer, die ihr Land lieben, weiterhin für dumm verkauft und gnadenlos abzockt, habt ihr mein Mitleid – und mein Geld – nicht verdient.

*Chefredaktor Le Matin, Lausanne

CARSTEN JOCHEM / Der Interhome-Schweiz-Chef über das grosse Potenzial der Ferienwohnungen und die Mechanismen beim führenden Fewo-Anbieter. **INTERVIEW: GREGOR WASER**

«Parahotellerie ist Zukunftsmarkt»

Herr Jochem, ein Ferienwohnungsbesitzer, der sich Interhome anschliessen will, muss einen Exklusivvertrag unterzeichnen. Ist das nicht abschreckend?

Nein, diese Erfahrung haben wir bislang nicht gemacht. Diese Vorgehensweise hat ja einen Grund. Wir betreiben grosse Anstrengungen bei der Katalogproduktion, in der Werbung und im Vertrieb. Da brauchen wir die Gewissheit, dass ein Objekt auch zur Verfügung steht. Der Ferienwohnungsbesitzer verpflichtet sich für zwei Jahre. Natürlich kann er auch Eigengebrauch geltend machen, insofern verfügt er weiterhin frei über seine Wohnung. Wenn dies aber ausartet und der Besitzer jeweils die gesamte Hochsaison für sich selber beansprucht, dann ist es für uns wirtschaftlich nicht mehr vertretbar.

Welche Vorteile bringt denn eine Zusammenarbeit mit Interhome?

Wir sind der grösste Ferienwohnungsanbieter in Europa mit über 95 000 Betten und 524 Millionen Logiernächten. In allen wichtigen Reisebüros und Reservationssystemen ist unser Angebot erhältlich. Unsere acht Kataloge werden in 16 Sprachen übersetzt. Wir betreiben viel Werbung und nicht zuletzt: Wir kümmern uns um die Objekte, schauen, dass geputzt wird und zahlen kleinere Schäden selber.

«Das Bedürfnis, in den Ferien alleine zu sein, wächst.»

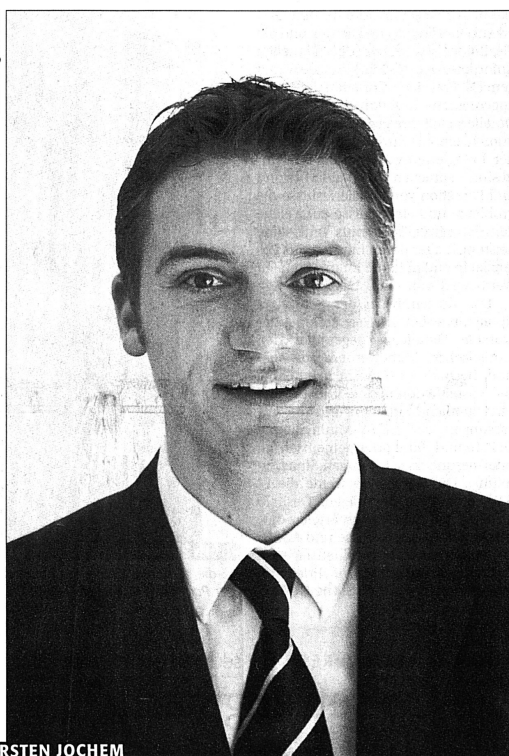
Und wie sieht eine Zusammenarbeit mit Interhome hinsichtlich der Provision aus, die es abzugeben gilt?

Zusammen mit dem Eigentümer wird ein Fixpreis ausgehandelt, der sich nach dem Standard des Objekts, der Lage und der Ortschaft richtet. Hinzu kommt unsere Kommission, welche sich nach den Marktgegebenheiten richtet.

Über welchen Standard muss ein Objekt verfügen, um bei Interhome Aufnahme zu finden?

Wir verfügen über Objekte von einem bis zu fünf Sternen, wobei un-

Foto: Gregor Waser



CARSTEN JOCHEM

«Ein stärkerer Ferienwohnungsmarkt würde der gesamten Wertschöpfungskette nützen, sei es bei Tankstellen, Läden oder Restaurants.»

sere Klassifizierung gegenüber jener des Schweizer Tourismus-Verbandes strenger gehandhabt wird. Wer unseren Qualitätsbogen übersteht, kann grundsätzlich Aufnahme finden. Wir haben überall verantwortliche Personen, die neue Objekte begutachten und später auch betreuen. Die Gäste können dort die Schlüssel in Empfang nehmen, werden in den meisten Fällen in die Wohnung begleitet und über die Ausstattung informiert. Ebenso werden in unseren Büros vor Ort im Winter beispielsweise Skipässe zu vergünstigten Konditionen verkauft.

Wie entwickelt sich die Zahl der Objekte in der Schweiz?

Hinsichtlich einer Qualitätsverbesserung haben wir einzelne Objekte nicht mehr berücksichtigt. Dadurch hat in den letzten vier Jahren die Anzahl kontinuierlich um 5 bis 10 Prozent abgenommen. Derzeit verfügen wir in der Schweiz über 3500 Ferienwohnungen. Unser mittelfristiges Ziel ist es, auf eine Zahl von 4000 aufzustocken.

Und wie gelangen Sie an neue Objekte?

Wir gehen auf Privatbesitzer zu. Das Potenzial ist weiterhin enorm. Total generiert die Parahotellerie im

Jahr über 35 Millionen Logiernächte. Wir selber steuern dazu eine knappe Million bei und sind gleichwohl der grösste Anbieter. Insofern lässt sich abschätzen, wie viele Ferienwohnungen noch Aufnahme finden könnten. Unser Suchprozedere läuft dabei so ab, dass wir zunächst das Gebäude klassifizieren, dann aber auch die Sauberkeit überprüfen und weitere Annehmlichkeiten wie Abwaschmaschine, schöne Aussicht und Lage berücksichtigen.

Die Reisebranche jammert. Welche Entwicklung erlebt Interhome in der Schweiz?

Wir sind im vergangenen Jahr mit einem blauen Auge davongekommen. Die Wintersaison 2001/02 war überaus erfolgreich, nicht zuletzt dank einem Rekord-Februar. Im Sommer ist dieser Vorsprung dann aber wieder geschmolzen und auch der vergangene Winter war nicht mehr so gut wie ein Jahr zuvor. Doch im Jahr 2002 konnten wir mit unserem zweitbesten Ergebnis abschliessen. Und in diesem Jahr dürften wir sogar leicht besser liegen.

Wie beurteilen Sie denn das künftige Potenzial im Fewo-Bereich?

Die Parahotellerie ist ganz klar ein Zukunftsmarkt. Das Bedürfnis, in den

Ferien alleine zu sein und nicht mit Fremden am gleichen Tisch zu sitzen, wächst. Auch bei jüngeren Gästen. Morgens aufstehen, wann man will, ohne von einem Zimmermädchen gestört zu werden oder Frühstückzeiten einhalten zu müssen, das gefällt immer mehr Leuten. Auch platzmässig haben Ferienwohnungen einiges mehr als ein Hotelzimmer zu bieten.

«Die Grauzone bei den Ferienwohnungen ist gross.»

Wieso fristet der Fewo-Markt gleichwohl ein Schattendasein?

Sicher könnten lokale Verkehrsvereine oder Schweiz Tourismus die Parahotellerie noch mehr Gewicht beimessen. Denn ein stärkerer Ferienwohnungsmarkt würde der gesamten Wertschöpfungskette nützen, sei es bei Tankstellen, Läden oder Restaurants. Ein weiterer Grund sind die vielen Ferienwohnungen, die sich in einer Grauzone bewegen. Um keine Kurtaxen abgeben zu müssen, scheuen diese Eigentümer eine Marktpresenz oder beispielsweise die Einbindung in ein lokales Kundenkartensystem. Dieses Potenzial kann nicht genutzt werden.

Hat die Fewo-Branche ein Vertriebsproblem?

Nein, ganz im Gegenteil. Die Buchung einer Ferienwohnung ist ja denkbar einfach. Und mit dem Internet hat sich ein zusätzlicher, sehr interessanter Vertriebsweg geöffnet. Auch für Reisebüros ist eine Buchung nicht uninteressant. Der Umsatz einer Ferienwohnung für acht Personen in der Hochsaison kann schon mal über 10 000 Franken sein.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit dem Verkauf über Internet gemacht?

Durchwegs gute. Wohl kaum ein anderes Produkt eignet sich besser für eine Internet-Buchung als eine Ferienwohnung. Entsprechend wächst auch der Anteil der Online-Buchungen. Im letzten Jahr waren es 12 Prozent aller Buchungen, die online erfolgten. In diesem Jahr sind es bereits 20 Prozent.

Interhome in Zahlen

In der Schweiz erwirtschaftete Interhome im vergangenen Jahr einen Umsatz von 34 Mio. Franken und generierte 960 000 Logiernächte. Zwei Drittel der Gäste waren Schweizer, gut 20 Prozent Deutsche. In der Schweiz verfügt Interhome über 3500 Objekte, weltweit über 20 000 Ferienwohnungen und Häuser mit total 95 000 Betten. **GW**

Neue Bestimmungen

Swiss Cities. Die verschärften Bestimmungen der Städtevereinigung Swiss Cities wurden anlässlich einer ausserordentlichen Generalversammlung einstimmig gutgeheissen. Erforderlich ist jetzt neben anderen Kriterien, dass kandidierende Städte über ein Qualitätslabel, eine Internetseite mit touristischen Inhalten sowie eine permanente touristische Organisation verfügen. Die heute Swiss Cities angeschlossenen Städte erfüllen diese Kriterien. *TRU/MIH*

«Wienerwald» ist pleite

Deutschland. Die deutsche Hähnchen-Kette «Wienerwald» ist pleite. Das traditionsreiche Unternehmen musste wegen Zahlungsunfähigkeit Insolvenz-antrag stellen. Die geplante Wende sei wegen der schwachen Konjunktur und der Auswirkungen der Geflügelpest misslungen, teilte die Wienerwald AG mit Sitz in München mit. Von der Insolvenz betroffen sind 38 Betriebe in Deutschland mit etwa 500 Mitarbeitern. *DST/sda*

FERIENDORF URNÄSCH AG/ 1,5-Mio. vom Kanton Reka-Feriendorf-Projekt

Die Feriendorf Urnäsch AG plant den Bau eines Reka-Feriendorfs mit 52 Wohnungen für 19 Mio. Franken. Die Reka soll auf der Basis eines Mietvertrages für den Betrieb verantwortlich sein. Die Urnäscher Regierung beantragte dem Kantonsrat einen Beitrag von 1,5 Mio. Franken an die Baukosten – à fonds perdu unter dem Titel «Tourismusförderung» und «Investitionshilfe für Berggebiete». Das erlaube, beim Bund ein un-

verzinsliches Investitionsdarlehen von 3 Mio. Franken auszulösen. Das Ausserrhodener Kantonsparlament sagte einstimmig Ja zum A-fonds-perdu-Beitrag. Urnäschs Stimmberechtigte hatten im November 2002 entschieden, der Feriendorf Urnäsch AG für 99 Jahre ein Grundstück gratis im Baurecht bereitzustellen. Das Reka-Feriendorf soll im 2008 eröffnet werden. Reka rechnet mit jährlich 50 000 Übernachtungen. *TRU/sda*

TCS plant 18 Betten-Hotel

Interlaken. Der TCS will seinen Campingplatz «Sackgut» in Interlaken ausbauen: Zur Saisonverlängerung sollen für 400 000 Franken 18 Hotelzimmer mit je zwei bis vier Betten gebaut werden (mit externen WCs und Duschen). Eine Réception, ein Aufenthaltsraum und zusätzliche Parkplätze sind vorgesehen. Das Bauprojekt liegt auf der Gemeindeverwaltung Interlaken auf (Einsprachefrist bis 14. Juli). Die Eröffnung ist für Frühling 2004 vorgesehen. *TRU*

In die roten Zahlen gerutscht

Flughafen Bern-Belp. Die Flughafenbetreiberin Alpar AG erlitt im 2002, vor allem nach dem Swiswings-Grounding einen Verlust von 326 621 Franken. Im 2001 betrug der Gewinn 13 805 Franken. Die Flugbewegungen verharrten bei 62 488 auf Vorjahresniveau, doch im gewerbsmässigen Linien- und Charterverkehr sanken sie von 10 078 auf 8921. Die Zahl der Passagiere sank von 195 719 auf 172 473. Der Umsatz sank um 7,7% auf 8,6 Mio. Franken. *TRU*

LOGIERNÄCHTESTATISTIK / Das BFS prüft eine «minimale Ersatzlösung»

«Wir haben davon nichts gewusst»

Die Verwirrung um die Abschaffung der Logiernächtestatistik hält an: In einer Pressemitteilung schreibt das Bundesamt für Statistik, dass es gegenwärtig mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und der Nationalbank «eine minimale Ersatzlösung» prüfe. «Diese Alternative wird gegebenenfalls nationale Quartalsdaten liefern und zwischen schweizerischen und ausländischen Gästen unterscheiden», so das Amt weiter. Nur: Das Seco war bis anhin nicht über eine solche Lösung informiert. «Wir haben von dieser Pressemitteilung nichts gewusst», sagt Karl Koch vom Ressort Tourismus. Das Seco sei aber daran interessiert, dass die bisherige Logiernächtestatistik fortgeführt werde.

Wie dem auch sei: Dem neusten BFS-Vorschlag kann Judith Renner-Bach, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband (STV), wenig abgewinnen. «Das wäre eine blosser Alibiübung, die unseren Forderungen nicht entsprechen würde.» Sie will die Diskussion auf politischer Ebene fortsetzen.

Das Thema «Logiernächtestatistik» beschäftigt auch die Parlamentarier. Gemäss Auskunft der Parlamentsdienste sind in der laufenden Sommer-session bereits zwei Anträge eingereicht worden. Odilo Schmid (VS, CVP) hat sich mit einer dringlichen einfachen Anfrage zu Wort gemeldet und Brigitta Gadient (GR, SVP) mit einer Motion. *SST*

HOTELKREDIT / SGH-Vorlage im Parlament

Wird das Darlehen gekürzt?

Eine harte Nuss ist das 100-Millionen-Darlehen für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH): Im dritten Anlauf hat der Nationalrat am letzten Dienstag zwar die Ausgabenbremse gelöst – aber nur für 50 Millionen Franken. Zuvor hatte der Ständerat bereits drei Mal sein Okay für 100 Millionen Franken gegeben.

Aufgrund dieser Differenz hat sich gestern Mittwoch eine Einigungskonferenz mit Vertretern aus National- und Ständerat zusammengefunden. Anschliessend sollten die Räte über den Vorschlag der Konferenz abstimmen. Diese Ergebnisse lagen bei Redaktionschluss noch nicht vor. Judith Renner-Bach, Direktorin Schweizer Tourismusverband, rechnete im Vorfeld mit einem Kompromiss: «Das Parlament wird sich auf eine Summe zwischen 50 und 100 Millionen einigen.» Mit einer solchen Kürzung habe die SGH zwar durchaus noch eine Chance, sie gerate aber deutlich unter einen stärkeren Druck. *SST*

PONTRESINA / Den «Willen zur Tat» beschwor Christian Rey, Präsident von hotellerieuisse, an der Delegiertenversammlung. Der politische Einfluss des Verbandes wachse. **KARL JOSEF VERDING**

DV zeigt «Geist des Aufbruchs»

Foto: Marietta Dedual



Das Team der Verbandsleitung an der DV

Die Verbandsleitung an der Delegiertenversammlung in Pontresina (v.l.n.r.): Robert Infanger, Walter Trösch, Claudio Casanova, Christian Rey, Jacques Pernet, Herbert Sidler und Christoph Juen.

Den «Willen zur Tat» und den «Geist des Aufbruchs» stellte Präsident Christian Rey ins Zentrum seiner einleitenden Ansprache vor rund 160 Zuhörern an der Delegiertenversammlung von hotellerieuisse in Pontresina. Die intensive Lobbying-Aktivität des Verbandes trage Früchte. Die Verlängerung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes für weitere drei Jahre von 2004 bis 2006 solle dafür sorgen, dass in den kommenden drei Jahren rund eine halbe Milliarde Franken an Liquidität in der Schweizer Hotellerie bleibe. Sie stehe für die Stärkung des Eigenkapitals im Zusammenhang mit den nötigen Erneuerungs-investitionen zur Verfügung.

«Nach der parlamentarischen Sommer-session Ende Juni», erklärte der Direktor des Verbandes, Christoph Juen, «werden wir bilanzieren, wie der Ständerat zu unserer Forderung Stellung beziehen wird, den MWSt-Sondersatz für die Beherbergungswirtschaft auf dem Jahr 2007 in der neuen Finanzordnung des Bundes zu verankern.» Dann gelte es, die Lobby-Strategie für die Beratungen im Nationalrat zu entwerfen und konsequent durchzuführen.

Gegen Ende dieses Jahres werden gemäss Juen auch noch die bundesinternen Vorbereitungsarbeiten für die nächste Finanzierungsrunde von Schweiz Tourismus (ST) eingeleitet.

«Wir werden in diesem Geschäft ebenfalls aktiv sein, denn der Erfolg von ST ist auch der Erfolg unserer Mitglieder.»

L-GAV-FAKTEN GEGEN PAUSCHALE VORWÜRFE

Um parallel zu den L-GAV-Verhandlungen die Öffentlichkeit zu informieren, hat hotellerieuisse eine Broschüre «Die Wahrheit über die Arbeitsbedingungen in der Hotellerie» herausgegeben und an der Delegiertenversammlung präsentiert. Ihr Fazit lautet: «Die Arbeitsbedingungen in der Hotellerie sind absolut korrekt und liegen deutlich über den gesetzlichen Rah-

menbedingungen.» Für mehr Verständnis in der Öffentlichkeit sind die Mitglieder aufgerufen, an Hand dieser Broschüre zu argumentieren. Direkte Medienkampagnen sind für den kommenden Herbst geplant.

Das Wichtigste von der Delegiertenversammlung

Weiterbildung / Unternehmerseminar. Im Oktober will hotellerieuisse sein ursprüngliches Unternehmerseminar als Nachdiplomstudium (NDS) an der HF Thun eröffnen. «Wir arbeiten mit Hochdruck auf dieses lang ersehnte Ziel hin», betonte Direktor Christoph Juen an der DV in Pontresina. «Wir sind überzeugt, damit einem Bedürfnis des Bildungsmarktes unserer Branche in optimaler Weise entsprechen zu können.»

Hotelhandelschulen. Bereits im August sollen – bei genügender Nachfrage – zwei neue Hotelhandelschulen (HHS) in Basel und St. Gallen eröffnet werden. Und zwar durch den HHS-Verbandspartner von hotellerieuisse, Kalaidos (die ehemalige AKAD-KS-Gruppe). Diese Schulen sind bereits auf das neue Berufsbildungsgesetz abgestimmt. «Mit den beiden neuen Standorten machen wir einen wichtigen Schritt zur

Komplettilierung unseres HHS-Verbundes», so Direktor Juen.

Internet-Anbindung von Hotelgruppen. Den Hotelgruppen, die Mitglied von hotellerieuisse sind, soll eine Internet-Anbindung im Rahmen des Hotelführers mit einem umfassenden Leistungspaket angeboten werden. In der zweiten Jahreshälfte 2003 soll ein entscheidender Schritt zur Vollendung dieses Projekts gemacht werden.

Gruppe der «Historischen Hotels der Schweiz». hotellerieuisse hat die Initiative ergriffen, um einen neuen Hotelgruppe unter dem Arbeitstitel «Historische Hotels der Schweiz» ins Leben zu rufen. Für die Kriterienüberprüfung wird eigens ein kunsthistorisches Kompetenzzentrum eingesetzt, und die Marketing-Aktivitäten werden mit den Themenrouten von Schweiz Tourismus koordiniert. «Die

Krux der neuen Hotelgruppe», so Juen, «liegt im Moment bei der Startfinanzierung. Wir hoffen auf eine Unterstützung durch InnoTour des Staatssekretariats für Wirtschaft.»

Neue Hotelklassifikation. «Wenn Sie (die Delegierten) an der DV im Herbst den vorgelegten Entwurf der Hotelklassifikation positiv beurteilen, dann wird hotellerieuisse ein historischer Schritt gelingen», erklärte Juen in Pontresina. Dieser Schritt bestehe im «Einbezug weicher Faktoren und der Servicequalität dank der Integration des Qualitätsgütesiegels des Schweizer Tourismus». Ab der zweiten Q-Stufe werde überdies der vielzitierte Mystery Man in das System integriert. «Damit würden wir – auch gegenüber ausserstehenden Kritikern des Systems – unsere Wegmarken für die Zukunft völlig neu setzen», betonte Juen. *KJV*

Reklame

BESTECK

SANT'ANDREA
PINTOX

PORZELAN

STEELETTE
FIGGIO
KPM
Schönwald
IONIA

GLAS

OBERGLAS 1806

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

UNTERNEHMERSEMINAR / Ein leicht wehmütiger und persönlicher Blick zurück auf eine Weiterbildung und ein «auf bald» an alle «29er».
– Im Jahr 2003 bricht für das US eine neue Ära an; ab 2004 wird mit eidgenössischem Diplom abgeschlossen. **MARIETTA DEDUAL**

«I can see clearly now, the day is ...»

Nein, als Kursteilnehmerin Erika Faller im Finanzkurs des Unternehmerseminars Tagessprecherin ist und mit dem Lied «I can see clearly now...» auf den Tag einstimmt, hat das nichts mit uns und dem Finanzkurs zu tun, sondern vielmehr mit ihrer Erkenntnis, dass sie demnächst ein Hotel in der Karibik führen will. Denn was die Finanzen betrifft, müssten einige von uns eher von den Nebeln von Avalon sprechen. Doch die Nebel lichten sich – Tag für Tag.

★

Wenn einer versucht, überall stark zu sein, wird er überall schwach sein.

Sun Tzu

★

Bald ist auch klar, dass Revenue Management nichts damit zu tun hat, wenn die Jungs nach durchzechter Nacht pünktlich zum Unterricht erscheinen, sondern dass es um die Optimierung des Ertrags geht. Und die Bekanntheit mit Eva hat nichts mit paradiesischen Sinnesfreuden zu tun. Eva ist eine eher trockene Zahlenlandschaft, die – sofern richtig angeordnet, ausgerechnet, abgezinst und so weiter – Aufschluss über den Wert eines Unternehmens geben soll.

★

Das Planen geschieht mit den vielen, das Entscheiden allein.

Huitang

★

Wir haben viel dazugelernt, die Absolventinnen und Absolventen des Kurs 29 des Seminars für Unternehmensführung von hotellerieusuisse. Lange Lernabende, heisse Köpfe an den Prüfungen und dann eine unglaubliche Erleichterung, als es vorbei war. Und wahrscheinlich werden wir nach einigen Monaten so kommunizieren, als ob wir es locker hingelegt hätten, als ob es keine heissen Köpfe gegeben hätte, keine Nervosität, keine feuchten Hände.

★

Unheil ist nicht dadurch zu vermeiden, dass man es zu fliehen sucht.

Huitang

Lernen heisst auch, sich verändern. Damit uns das möglichst leicht falle, wurden wir nicht nur mit Wissen, sondern auch mit Erfahrungen eingedeckt: Kursleiter Peter Grossholz war immer für eine chinesische Lebensweisheit gut (siehe kursive Texte). Folge war, dass sich während des Kurses wohl manch einer gefragt hat, warum er sich denn dem Ganzen aussetze. Sich freiwillig in die Veränderung hineinbegeben, wo doch bekannt ist, dass Veränderungen Angst machen. Und sich auch noch durch Prüfungssituationen in Frage stellen und stellen lassen.

★

Viele Schwierigkeiten haben – das vollendet den Willen; keine Schwierigkeiten haben – das lässt das Sein verkommen.

Ling Yuan

★

Zum Prüfstein wurde auch die Teamarbeit. Sich zusammenrangeln, sämtliche Schwächen und Stärken in einen Topf werfen – und schliesslich dem Namen der Gruppe gerecht werden. Bei uns trugen die Gruppen viel versprechende Namen wie «Chao-rama» – was eine Mischung aus Charisma und Chaotikum sein soll, «Heart spirit», «The power of the Elements», «Vulcanos». Und ab und zu sind die Gruppen ihrem Namen durchaus gerecht geworden.

★

Eine Situation durch Aggression oder Emotionalität zu beherrschen, ist kein Beweis für Überlegenheit.

Sun Tzu

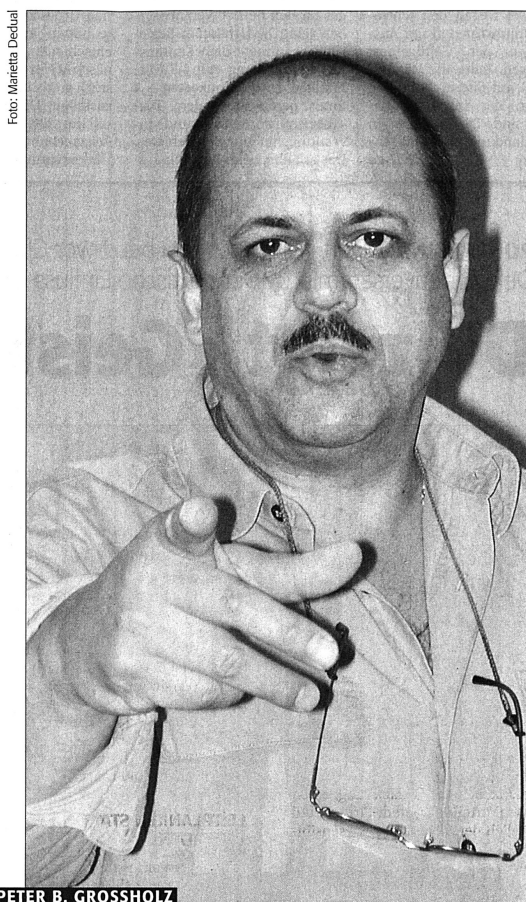
★

Zu Beginn des Kurses waren wir 31. Doch drei Schwangerschaften, eine Geschäftsübernahme und einen weiteren Jobwechsel später hat sich die Zahl der 29er etwas reduziert: Es waren noch 26 an der Zahl, die letzten Samstag das Diplom entgegennehmen durften (siehe unten). Das Unternehmerseminar hat einiges an Dynamik ausgelöst: Zehn der Teilnehmer haben inzwischen einen Jobwechsel oder gar einen Karriereschritt gemacht.

★

Etwas anfangen kann jeder, aber nur wenige bringen es zu Ende.

Yuan Wu



PETER B. GROSSHOLZ

In kritischen Momenten immer mit einer Lebensweisheit zur Stelle.

Übrigens: Für die US-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer ab Kurs 30 wird sich einiges ändern. Neu als Modul kommt die «Hospitality» dazu (siehe Kasten). Zudem wird das Unter-

Nachdiplomstudium HF

1. Modul: Mensch

Normatives/Strategisches Management
Teambuilding, Teamentwicklung, Information, Kommunikation, Gesprächsführung, Konfliktmanagement, Mitarbeiterführung, Motivation, Personalentwicklung, Ausbildung, Qualifizierung, Dienstleistungsqualität

2. Modul: Markt

Volkswirtschaft
Märkte, Kunden, Trends, Marketingstrategie und -ziele, Operative Marketingplanung, Marketing-Mix, Beziehungsmanagement, Kooperationen, Allianzen, Planung, Bau, Design

3. Modul: Mittel

Strategisches Management
Finanz- und Betriebsbuchhaltung, Budgetierung, Finanzmanagement, Controlling, Finanzierung, Investition, Bewertung, Steuern, Ökologie

4. Modul: Hospitality

Integrierte Fallstudie/Planspiel
«Hospitality Management», Impulsveranstaltungen, Qualitätsmanagement, Briefing Diplomarbeit, Kursauswertung

Weitere Informationen:
www.swiss-hotels.ch

nehmerseminar – eine Ausbildungs-komplettierung der Hotelfachschule Thun und von hotellerieusuisse – mit Kursbeginn 2003 zum Nachdiplomstudium mit eidgenössischem Diplom.

DIPLOMFEIER / 26 Absolventinnen und Absolventen des Zyklus 29 vom Seminar für Unternehmensführung von hotellerieusuisse haben ihr Diplom überreicht bekommen. Am Samstag wurde in Bern gefeiert. **CHRISTINE KÜNZLER**

«Wir sind in der schönsten Branche tätig»

Foto: Andreas Messerli



IN FESTLAUNE

Die Diplomandinnen und Diplomanden des US-Zyklus 29 (im Bild fehlt Ali Nihat Sümer).

«Wir haben verdammt viel gelitten, wir haben aber auch verdammt viel gelernt.» Michael Kienast, einer der Absolventen des Zyklus 29 des Seminars für Unternehmensführung (US), ist mit seiner Aussage in bester Gesellschaft. Gelitten beim Lernen habe nämlich auch Aristoteles, wie Christian Santachi, Leiter Bereich Beruf und Bildung bei hotellerieusuisse, an der Diplomfeier in Bern sagte. So schlimm kann das Leiden der US-Absolventen allerdings nicht gewesen sein, denn Seminarleiter Peter Grossholz ertmete begeisterten Applaus von seinen ehemaligen «Studentinnen» und «Studenten».

Grossholz brachte die aufgeräumten Diplomanden wieder auf den Boden der Realität zurück: «Diplome sind Aufträge, die Ihnen nun was zu tun geben werden.» Und auch Judith Renner-Bach, die Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands, legte den Diplomierten nahe, ihr erworbenes Wissen ständig zu erneuern und anzupassen. Leadership spiele für die Entwicklung von jedem Unternehmen eine zentrale Rolle. Der Schweizer Tourismus brauche Leaderinnen und Leader, die Visionen haben und diese auch positiv umsetzen. Der Einsatz

lohne sich. Renner-Bach: «Sie und ich sind in der schönsten Branche unseres Landes tätig.» Dass der Wille, etwas zu bewegen, da ist, sagt Michael Kienast in seiner Diplomandenrede: «Die Basics haben wir, jetzt sind wir dran.»

Die Ausgezeichneten: Alchenberger Hugo, Hotel Central, Luzern; Bittel Chantal, Hotel Beau Rivage, Interlaken; Coti-Platz Amelia, Hotel Coronado, Zürich; Dedual Marietta, hotellerieusuisse, Bern; Faller Erika, Hotel Albana Real, Zermatt; Gabrieli Stefan, Park Hotel, Zürzach; Hermann Karsten, Hotel Montana, Zürich; Jeanmaire François, Kreispiat Mändorf, Mändorf; Kälén Susanne, Hotel Fügen AG, Fügen; Kienast Michael, Restorama AG Alakart Piazza, Zürich; Klemm Sandro, Hotel Schweizerhof, Lenzerheide; Koepfli Martin, Hotel Monopol, St. Moritz; Koepfli-Gschwend Corinne, Puntschella, Pontresina; Meier Markus, Hotel Engel, Dornach; Müller Martin, Hotel Walddhaus, Sils-Maria; Noti Mario, Hotel Garni Bellerive, Zermatt; Peter Beat, Candrian Catering AG, Bahnhofbuffet Zürich, Zürich; Raab Harald, Altdorf; Ravani Flavio, RR International, Thun; Reckenwald Thomas, Rheinfelden, Klinik Walzenhausen; Spycher Martin, Hotels Ambassador und Opera Zürich, Zürich; Stierli Martin, Gasthof Hirschen am See, Obermeilen; Stucki Rolf, Gwatt-Zentrum, Gwatt; Sümer Ali Nihat, Club-Hotel Altein, Arosa; Zaugg Manuel, Restaurants/Bar Lorenzini, du Théâtre, Bern; Zbinden Elisabeth, Natürlich Zbinden, Bern.

SAFETY IN ADVENTURES / Die zertifizierten Unternehmen äussern sich positiv über die ersten Erfahrungen mit dem Sicherheitslabel. Doch noch scheuen sich etliche Anbieter, den Prüfungsprozess in Angriff zu nehmen. **GREGOR WASER**

Sicherheitslabel noch zu wenig bekannt

Die Sommersaison ist angelaufen: Bungee-Jumper, Rafting, Mountainbiker und Kletterer verwandeln den Alpenraum in einen regelrechten Abenteuerpark. Fast jeder Tourismusort bietet mittlerweile eine breite Palette an Outdoor-Aktivitäten an. Entsprechend gross ist auch die Anzahl der Anbieter. Ein gewisser Wildwuchs ist dabei nicht von der Hand zu weisen. Vier Jahre nach dem Saxetbach-Unglück ist bezüglich der Sicherheit aber einiges passiert. Die Stiftung «Safety in adventures» hat die Aufbauarbeit für das Prüfverfahren und den Erwerb des Sicherheitslabels nahezu abgeschlossen und auf die verschiedensten Anbieter ausgeweitet. Sechs der führenden Firmen sind mittlerweile zertifiziert, bald stösst eine siebte hinzu. Doch noch fehlen einige Anbieter, um die angestrebte Zahl von 20 Unternehmen zu erreichen und damit die marktpolitische Bedeutung des Labels zu erhöhen.

«Es braucht mehr Zeit, als wir gedacht haben», räumt Eveline Lanz Kaufmann ein, die Geschäftsführerin der Stiftung «Safety in adventures». Und sie fügt an: «Für kleinere Betriebe stellt der Preis sowie die Arbeit, die zur Zertifizierung nötig ist, sicher eine Hürde dar.» Doch die positiven Signale der bisher zertifizierten Betriebe stimmen sie optimistisch, dass sich das Label künftig im Markt noch stärker etablieren wird.

FIRMENKUNDEN ACHTEN AUF DAS LABEL

Noch scheint das Sicherheitslabel bei den Kunden und Abenteuersportlern wenig bekannt. «Für den einzelnen Kunden scheint es selbstverständlich, dass man die Sicherheitskriterien erfüllt», sagt Hans Allemann, Geschäftsführer des Alpinzentrums in

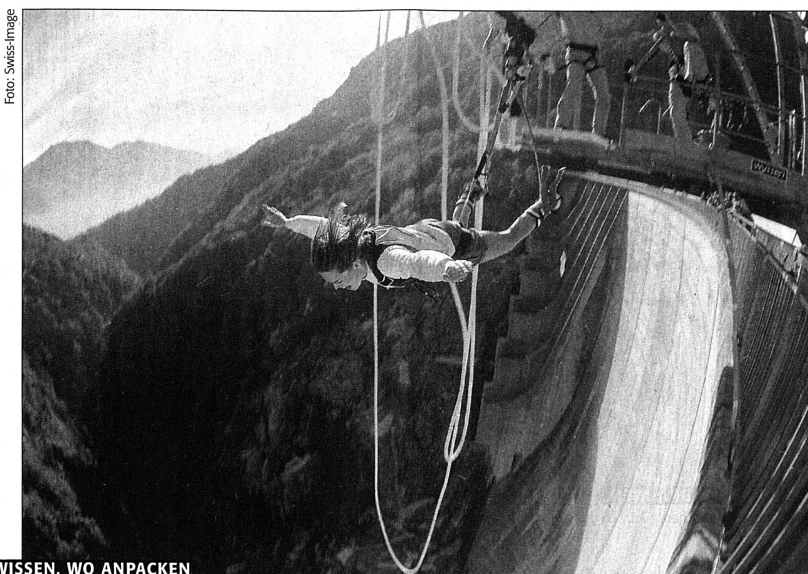


Foto: Swiss-Image

WISSEN, WO ANPACKEN

Wer das Label «Safety in adventures» erlangen will, muss zuerst ein umfassendes Sicherheitskonzept ausarbeiten. Die Erfahrungen der zertifizierten Unternehmen zeigen, dass diese Grundlagen intern von grossem Nutzen sind.

Gstaad, einer der drei Pilotfirmen, die als erste zertifiziert wurden. Gute Erfahrungen habe er bereits im Kontakt mit Firmenkunden gemacht. Ebenso Samuel Zeller, Geschäftsführer der Firmen Paragliding Interlaken und Outdoor Interlaken: «Im Gruppengeschäft stellt die Zertifizierung einen grossen Vorteil dar. Gerade Firmen sind bezüglich der Sicherheit sehr sensibilisiert.» Doch sowohl Allemann wie Zeller räumen ein, dass die Wahrnehmung im Markt noch besser sein könnte. Ihre Hoffnung zielt auch dahin, dass künftig die Vermittler, ob Hoteliers, Tourismusorganisationen oder Agenturen, auf zertifizierte Unternehmen noch stärker aufmerksam machen.

Einen unmittelbaren Nutzen, der mittelfristig die Aufwendung für das Verfahren und die Zertifizierung wieder einspielt, ist der Versicherungsschutz. Dank der Zertifizierung können bei den Prämien der Haftpflichtversicherer deutliche Einsparungen erzielt werden oder die Zertifizierung öffnet

überhaupt erst die Möglichkeit, an den benötigten Versicherungsschutz zu gelangen. Noch fehlen – glücklicherweise – Präzedenzfälle, die aufzeigen, inwiefern das Sicherheitslabel bei Haftungsfragen die Position des Anbieters stärkt oder ihn bei der Schuldfrage entlastet.

LEITPLANKEN STATT LEITFADEN

Im Weiteren unterstreichen die bisher zertifizierten Anbieter insbesondere auch die interne Bedeutung des Labels. «Wir hatten schon vor der Zertifizierung ein Sicherheitskonzept», erläutert Hans Allemann, «doch statt einem Leitfaden haben wir nun richtige Leitplanken. Falls etwas passiert, ziehen wir das durch, ohne Wenn und Aber.» Das Sicherheitsdispositiv stelle einen sehr guten Ausgangspunkt und Kriterienkatalog dar. Ebenso biete die Zertifizierung einen grossen Nutzen bei der Materialbeschaffung und den Mitarbeiterverträgen. Auch gegenüber

den Mitarbeitenden sieht Samuel Zeller Vorteile in der Zertifizierung: «Jeder weiss, was seine Rechte und Pflichten sind. Für den Aufbau des Vertrauens ist dies sehr wichtig. Unsere Mitarbeitenden wissen, dass das Management hinter ihnen steht.»

Die Kosten für die Zertifizierung belaufen sich je nach Grösse der Firma auf 4000 bis 8000 Franken. In einer Zeit, in der das Geschäft nicht unbedingt

rosig läuft, zweifellos eine Summe, die es erst zu budgetieren gilt. Doch die ersten Erfahrungen der bisher sechs zertifizierten Firmen verdeutlichen, dass sich das Investment in die Sicherheit mittelfristig lohnt.

WILDWUCHS DRÜCKT AUF DIE PREISE

Der erst in den letzten Jahren erstarkte Geschäftszweig der Outdoor-Aktivitäten hat das Auftauchen – und das schnelle Abtauchen – vieler junger Firmen mit sich gebracht. Für die etablierten Firmen, die gerade in der Kontinuität ihre Chance sehen, kein einfacher Umstand. Hans Allemann vom Alpinzentrum Gstaad dazu: «Wir versuchen, Standards zu setzen und ein gewisses Lohnniveau zu halten. Bei einem erstarkten Wettbewerb ist es ja legitim, dass sich neue Anbieter über den Preis profilieren.» Trotzdem sollten die Unternehmen ein gewisses Rüstzeug mitbringen, ist Allemann überzeugt.

Noch offen scheint derzeit, inwiefern der Jahrgang 2003 bei den Anbietern für Outdoor- und Abenteuer-Aktivitäten ein Erfolg wird. Beim Alpinzentrum in Gstaad, das mehrheitlich vom Schweizer Gruppengeschäft lebt, sind die Zahlen bisher gut. Doch wegen der Kurzfristigkeit des Buchens ist es noch offen, ob die wichtigen Monate August und September im Gruppengeschäft das Niveau der Vorjahresbuchungen erreichen. Stärker auf ausländische Gäste und Rucksack-Touristen ist Paragliding Interlaken und Outdoor Interlaken ausgerichtet. Entsprechend zurückhaltend bewertet Samuel Zeller den aktuellen Jahrgang: «Es wird wohl kein Rekordjahr geben. Wir liegen derzeit noch hinter dem Vorjahr, doch wir haben uns darauf eingestellt.»

Die sieben Qualitätskriterien

Diese Anforderungen müssen Anbieter von Outdoor- und Adventure-Aktivitäten erfüllen, um das Label zu erhalten:

- eine Leitung mit einem sehr hohen Sicherheitsbewusstsein
- geschulte und erfahrene Mitarbeiter
- eine Risikoanalyse für die angebotenen Sportarten
- Massnahmen ergreifen, um Risiken zu minimieren

- Dokumentation des Sicherheitssystems
- Unfälle und Vorkommnisse überwachen und deren kontinuierliche Reduktion anstreben
- jährliche Überprüfung der Anforderungen des Modells. **GW**

Weitere Informationen: www.safetyinadventures.ch oder Tel. 031 633 40 74

EVELINE LANZ KAUFMANN / Wie hoch sind die Kosten, wie gross ist der Nutzen des Sicherheitslabels «Safety in adventures» für die betroffenen Unternehmen? Die Geschäftsführerin der Stiftung nimmt Stellung. **INTERVIEW: GREGOR WASER**

«Prüfverfahren hat Abläufe professionalisiert»

Frau Lanz Kaufmann, das Label «Safety in adventures» wurde im vergangenen Jahr ins Leben gerufen. Wie viele Betriebe wurden bis heute zertifiziert?

Vergangene Woche wurde der siebte Betrieb geprüft, der Bericht des Auditors ist indes noch ausstehend. Zertifiziert sind bisher sechs Betriebe.

Die Zielsetzung für die Anzahl zertifizierter Betriebe wurde aber vor einem Jahr mit 20 beziffert.

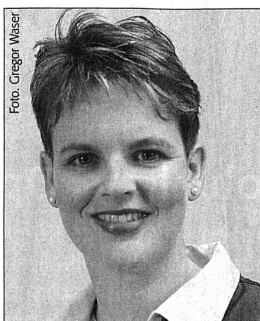
20 bis 30 Betriebe ist die Anzahl der wichtigsten Betriebe im Markt. Total stehen wir mit etwa 50 Firmen im Kontakt. Es braucht aber schon mehr Zeit, als wir zunächst gedacht haben. Das Prüfverfahren muss auf Betriebe mit einem sehr unterschiedlichen Angebot ausgerichtet werden. Wir sind immer noch an der Aufbauarbeit. Nach den Bereichen Bungee-Jumping, Canyoning und Rafting stehen nun auch die Hilfsmittel für Mountainbiking, Trekking, Kanufahren oder Abseil-Aktivitäten zur Verfügung.

Inwiefern stellt der finanzielle Aufwand eine Hürde für die Firmen dar, sich zertifizieren zu lassen?

Gerade für kleinere Betriebe stellt der Preis sicher eine gewisse Hürde dar. Wir haben nach wie vor aber keine Overheadkosten, die wir den Betrieben weiterbelasten. Sie müssen einzig das Audit selber bezahlen. Je nach Grösse und Anzahl Mitarbeiter belaufen sich diese Kosten auf 4000 bis 8000 Franken. Zudem steckt für die Firmen einige Arbeit hinter der Zertifizierung, sie müssen die Abläufe im Detail dokumentieren. Von den zertifizierten Firmen hören wir bisher aber durchwegs positive Signale: das Prüfverfahren habe ihre Abläufe professionalisiert, das Sicherheitsmanagement hätten sie nun besser im Griff.

Welche Bestrebungen unternimmt die Stiftung «Safety in adventures», um das Label im Markt noch bekannter zu machen?

Wir werden in den nächsten Wochen die Öffentlichkeit näher über den



«Wichtig ist, dass die Tourismusorganisationen mittelfristig nur noch zertifizierte Betriebe vermitteln»: Eveline Lanz Kaufmann.

aktuellen Stand und die zertifizierten Betriebe informieren. Gleichzeitig werden wir mit den potenziellen Inter-

essenten des Labels erneut Kontakt aufnehmen. Die zertifizierten Firmen werden zudem selber in ihrem Auftritt und ihren Prospekten mit dem Label. Wichtig ist auch, dass die Tourismusorganisationen auf das Label aufmerksam machen und mittelfristig nur noch zertifizierte Betriebe vermitteln.

Gerade der Versicherungsaspekt könnte dem Label zusätzlichen Auftrieb geben. Einige Anbieter haben Mühe, die nötige Versicherungsabdeckung zu erhalten. Dank dem Label dürften sich die Kriterien beim Abschluss einer Haftpflichtversicherung verbessern. Zudem haben wir vom Bundesamt für Zuwanderung, Integration und Auswanderung das Signal erhalten, dass Arbeitsbewilligungen für Guides im Adventure-Bereich von Ländern ausserhalb des EU-Raums nur noch an zertifizierte Betriebe erteilt werden.

Wie ist der Stand bezüglich der gesetzlichen Rahmenbedingungen?

Mit der Stiftung sind wir sicherlich auf dem richtigen Weg, um bei diesem

vielseitigen und sehr schnelllebigen Bereich der Adventure-Aktivitäten praxisnah zu wirken. Die Frage, ob es zu einem allfälligen Gesetz in diesem Bereich kommt, behandelt eine Kommission im Nationalrat auf Geheiss der parlamentarischen Initiative Cina hin. Sie muss einen Gesetzesvorschlag ausarbeiten.

Ist die Finanzierung der Stiftung und des Labels gewährleistet?

Derzeit werden die Aufwände der Stiftung vom Stiftungskapital übernommen, dies müsste künftig besser gelöst sein. Wir sind daran, weitere Träger zu akquirieren. Zwar hat der Kanton Bern wegen des Saxetbach-Unglücks die Initiative ergriffen, aber wir zählen Basel und Zürich als wichtigste Entsanderkantone bereits zu den Stiftungsträgern, und mit dem Waadtland, Wallis und Graubünden sind wir im Kontakt, um eine breitere Trägerschaft anzustreben. (Anm. der Red.: Nach Abschluss des Interviews gab der Bund bekannt, dass auch er sich an der Stiftung beteiligen will.)

FERIENAUSGABEN / Laut einer Studie lassen sich die Deutschen ihre Ferien an 14,8 Tagen 998 Euro kosten. Für Ferien in der Schweiz geben sie an 14,3 Tagen total 975.30 Euro aus. Sie haben das Reisen als Sparübung entdeckt. **TONI RÜTTI**

Durchschnittlich 67 Euro pro Ferientag

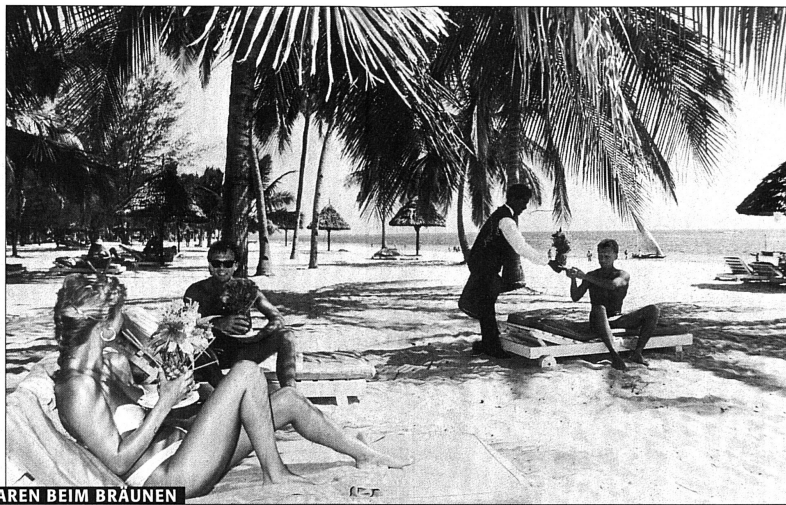
«Reiselust – preisbewusst!» heisst die neue Devise der deutschen Ferienreisenden. Die Reiselust bleibt ungebrochen, aber bei den Ferienaushängen schnallen die Bundesbürger den Gürtel immer enger. Erstmals seit Einführung des Euro hat das B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut die tatsächlichen Ausgaben deutscher Ferienreisenden ermittelt. Die konkrete Fragestellung lautete: «Wenn Sie zu den Reise- und Unterkunftskosten alle Nebenausgaben (Essen, Trinken, Einkaufsummel, Ausflüge, Trinkgelder u.a.) hinzuzählen, was hat Sie dann Ihre letzte Hauptferienreise tatsächlich gekostet?» Die Befragung ergab einen Durchschnittswert von 67 Euro pro Tag bzw. 998 Euro bei einer Durchschnittsreisedauer von 14,8 Tagen. Befragt wurden 2893 Ferienreisende.

FERIEN WERDEN ZUM SPARPROGRAMM

«Wenn es um Preisvergleiche geht, machen die Deutschen auch vor der Ferienreise nicht mehr Halt», so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, Leiter des Instituts. «Reisen zu Discountpreisen sind angesagt. Der Eindruck entsteht: Manche kaufen Preise – und keine Reise.» Die Deutschen haben die Ferien offenbar als Sparprogramm entdeckt: Sie verreisen kürzer, billiger und spontaner. Spätbucher, Billigflieger und Kurzreisende geben den Ton und Trend in dieser Reisesaison an.

Jeder vierte Ferienreisende (26%) gab keine 500 Euro aus. Jeder siebte

Foto: hr



SPAREN BEIM BRAUNEN

Deutsche verreisen heute kürzer, günstiger und spontaner. Im Trend liegen Spätbucher, Billigflieger und Kurzreisende.

Ferienreisende (14%) liess sich dagegen sein Ferienvergnügen dreimal so viel kosten, also über 1500 Euro pro Person. Im Preisvergleich ist feststellbar: Die Deutschen geben im Durchschnitt in den Ferien zum Beispiel in Bayern (68,3 Euro pro Tag und Person) und an der Nordsee (66,7 Euro) mehr aus als bei einer Reise in die Türkei

(62,1) oder nach Kroatien/Slowenien (50,9).

68.20 EURO PRO FERIENTAG IN DER SCHWEIZ

An einem Ferientag in der Schweiz geben Deutsche, die mindestens fünf Tage bleiben, 68,20 Euro pro Kopf aus.

Durchschnittlich halten sie sich 14,3 Tage in der Schweiz auf und kommen dabei auf Ausgaben in der Höhe von 975.30 Euro.

Ferien in Spanien (70,9 Euro pro Tag) zählen mittlerweile zu den teuren Ferienangeboten, die nur noch von Reisen nach Österreich (72,2), Griechenland (72,6), Tunesien/Marokko

(81,2), Ägypten (84,7), Australien (91,3) und den USA (104,8) übertroffen werden. Während Inlandferien gerade mal durchschnittlich 13,2 Tage umfassen, dauern USA-Reisen 21,6 und Reisen nach Australien 28,7 Tage.

FRAUEN SPAREN MEHR ALS MÄNNER

Bemerkenswert bleibt auch die Tatsache, dass Männer in den Ferien insgesamt mehr ausgeben (1049 Euro) als Frauen (951 Euro). Westdeutsche mehr (1017) als Ostdeutsche (928) und Grossstädter (1084) mehr als Leute vom Lande (913). Und die teuersten Reisen leisten sich im Vergleich zu Familien mit Kindern (894 Euro pro Person) nicht die Singles (1133), sondern die Doppelverdiener und kinderlosen Paare (1176 Euro pro Person). «Neben Sonne, schöner Landschaft und der Sicherheit vor Ort wird der Preis der Reise zur wichtigsten Entscheidungsgrundlage für die Auswahl eines Reiseziels», so Opaschowski. «Nur ein preiswertes Ferienangebot ist eine Reise wert: lieber Last Minute als Ferien auf Pump. Mit ihrem Feriengeld gehen die Bundesbürger immer sparsamer um», sagt Opaschowski.

«Die Tourismusbranche bleibt eine Geldquelle ersten Ranges, die nach Berechnungen der Welttourismusorganisation (WTO) gut 10 Prozent des weltweiten Bruttosozialproduktes von mehr als 40 Billionen Euro erwirtschaftet – so viel wie keine andere Industrie», sagt Opaschowski.

Anzeige

Swisscom Enterprise Solutions. Optimal für KMU.

Ein persönlicher Ansprechpartner, dem Sie vertrauen. Ausgereifte Kommunikationslösungen für KMU. Lösungen, die rasch implementiert und einfach zu handhaben sind. Klar kalkulierbare Kosten. Hohe Sicherheit beim Zugriff auf Ihre Daten. Mehr Flexibilität und Effizienz. Willkommen bei Swisscom Enterprise Solutions. Telefon: **0800 800 900**, E-Mail: enterprisesolutions.d@swisscom.com oder www.swisscom.com/enterprise-solutions

swisscom
enterprise solutions



HOTEL-WEBSITES / Eine Forschungsstudie widmet sich der Qualität des Internet-Auftritts von Schweizer Hotels. SEITE 11



FLIMS-WALDHAUS / Unter dem Motto «Die wieder-gefundene Zeit» feiert das Hotel Schweizerhof sein 100-jähriges Bestehen. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

HEINZ RICO SCHERRIEB / Nach Meinung des deutschen Tourismus- und Freizeitexperten muss die Schweiz radikal umdenken, wenn sie ein Ferienland bleiben will: Das Argument «Echtheit» ziehe bei den Jungen nicht mehr. **INTERVIEW: GERHARD LOB**

«Wir müssen die Berge neu inszenieren»

Herr Scherrieb, Sie machen sich für Erlebniswelten stark. Bietet die Schweiz mit ihrer faszinierenden Natur für das Erleben ihrer Gäste nicht genug?

Es genügt nicht, einfach auf die schönen Berge, Seen und Wiesen sowie auf schöne Hotels und Städte zu vertrauen. Auf der ganzen Welt ist im Tourismus ein Aufbruch zu spüren, weil es neue Touristen gibt.

Wer sind diese neuen Touristen?

Es ist eine Zapping-Generation. Wenn ein Programm nicht auf Anhieb interessant ist, wird umgeschaltet. Mit den Ferien ist es wie mit dem Fernseher.

«Im Welttourismus ist ein Aufbruch zu spüren, weil es neue Touristen gibt.»

Welche Folgen hat das?

Sowohl Erwartungen wie auch Konsumverhalten haben sich verändert. Wir sprechen heute von einer Mehrwert-Erwartung. Der Gast will immer etwas «mehr» dazu haben, um wirklich begeistert zu sein. Diesen «added value» können wir nicht mehr mit Standard-Programmen abdecken. Standard heisst: schönes Hotel in guter Lage bei gutem Essen und ordentlichem Zimmer.

Zur Person

Heinz Rico Scherrieb (55) ist seit 1999 Geschäftsführer der EWC ErlebnisWeltenConsulting, einer Beratungsgesellschaft für Freizeit- und Erlebniswelten (Innsbruck-Wien). Zuvor war er Leiter des Instituts für Fremdenverkehrs- und Freizeitforschung in Würzburg (1973–1998), Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Freizeitunternehmen (1978–1999) und Geschäftsführer der European Waterpark Association (1989–1995). Seit 2000 lehrt Scherrieb an der Wirtschaftsuniversität Wien (Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft) als Gastprofessor, davor war er ab 1979 an verschiedenen Hochschulen in Deutschland und in der Schweiz tätig. Seit 1994 ist er Vorstandsmitglied der Internationalen Vereinigung Wissenschaftlicher Fremdenverkehrsexperten (AIEST) mit Sitz an der Universität St. Gallen. Er selber bezeichnet sich gerne als UFO, als Urlaubsforscher. GL

Foto: Gerhard Lob



HEINZ RICO SCHERRIEB

Die Schweiz müsse sich entscheiden, ob sie Ferienland sein oder sich ins eigene Biotop zurückziehen will, meint der Urlaubsforscher.

Der Tourismus in der Schweiz setzt vorab auf diese – wie Sie es nennen – «Standard-Programme». Ist die Zukunft der Branche somit in Gefahr?

Die Aussichten sind nicht katastrophal. Und doch gibt es unverrückbare Tatsachen: Heute dominieren Ferien als «Sun and Beach». Nur 6 Prozent der deutschen Bevölkerung wünschen sich noch Sommerferien in den Bergen. Und von diesen wollen drei Viertel nach Österreich und nur ein Viertel in die Schweiz.

Sind Sie den Gründen nachgegeben?

Wir haben gemerkt, dass die Österreicher schon sehr früh angefangen haben, das für den Schweizer Geschmack häufig übertriebene, so genannte «Abenteuer plus» zu schaffen. Es ist die Umkehrung eines Alt-Herren-Images. Dieses «Abenteuer plus» hat in der Schweiz noch nicht stattgefunden. Sie muss sich entscheiden. Entweder lässt man alles beim Alten, dann kann man den Tourismus als aussterbend betrachten. Oder man kommt den Kunden entgegen, indem

man eine neue schweizerische Tourismusform entwickelt. Da gibt es durchaus Spielraum.

Die Schweizer Tourismusdevise lautet in der Regel «Qualität statt Quantität».

Doch auch für die Devise «Klasse statt Masse» braucht es neue Wege. Denn momentan gibt es in diesem Bereich nur ein überaltertes Restpublikum. Die Überalterung der Feriengäste ist für viele Länder ein gravierendes Problem, doch für die Schweiz ist es besonders gravierend.

Ihre eigenen Konzepte sprechen von einem Tourismus als Traumfabrik. Was meinen Sie damit?

Man kann Seen und Berge neu mystifizieren und inszenieren. So, wie man auf dem Pilatus alte Legenden wiederbelebt hat. Wir müssen den Leuten Punkte geben, wo sie weiter träumen können – mit Zeichen, Bildern, Ahnungen und Worten. Andeutungen statt fixierter Erklärungen. Oder Inszenierungen, in welchen die Zuschauer in die Geschichte eintau-

chen. Die Festspiele im französischen Puy du Fou sind so ein Beispiel. Da kriegen sie ein Jahr vorher keine Karten mehr. Die Hotels im Umkreis dieser abgelegenen Region sind ausgebucht.

«Die Überalterung der Feriengäste ist für die Schweiz besonders gravierend.»

In der Schweiz wird oft auch vom Trumpf der «Echtheit» gesprochen.

Ich glaube nicht daran. Das war hundert Jahre so, zieht aber jetzt nicht mehr. Es sind doch wenige Leute, die auf einem Felsen stehen und über das Erhabene staunen. Junge Menschen haben heute etliche Freizeit- und Themenparks gesehen, bevor sie ins reife Ferienalter kommen. Denen muss

man mehr bieten als «Echtheit». Sonst gehen sie einfach an andere Orte.

Zeigt der Ansturm auf Stätten des Welterbes nicht gerade das Gegenteil, weil dort Echtheit gefragt ist?

Die Welterbestätten haben aber ein grosses Problem: Die Leute kommen und gehen sofort wieder. Diese Tagestouristen bringen häufig ihr Picknick mit und hinterlassen nichts als Abfall und Verkehr. Ich habe den Schreibtisch voller Anfragen von Welterbestätten. Alle fragen sich, welche Inszenierungen es bräuchte, um die Leute länger an den Ort zu binden und so einen Mehrwert zu schaffen.

«Ich glaube nicht an den Schweizer Trumpf «Echtheit.»»

Zurück zu den Bergen. Durch neue Sportarten wie Canyoning oder Eisklettern werden die Berge schon wesentlich intensiver genutzt als früher. Doch diese Nutzung wird kritisiert. Sogar vom Ausverkauf der Natur ist die Rede.

Man muss sich eben entscheiden, ob man ein Ferienland ist oder sich in das eigene Biotop zurückziehen will. Tatsache ist: Im Sommer werden die Seilbahnkapazitäten in den Bergen kaum genutzt. Deswegen versuchen wir, die Winter-Action zu einer Sommer-Action zu machen. Es wurden 27 Arten ausgelotet, um im Sommer auf verschiedene Arten den Berg herunter zu kommen. Es lassen sich etliche Pisten nebeneinander bauen. Rutschbahn, Karts und anderes. Die Gäste können dann auswählen. Nach dem Multiple-Choice-Verfahren. Die Leute wollen Abwechslung. Dem muss man bei den Action-Bergen Rechnung tragen.

Braucht die Schweiz auch mehr Freizeit- und Themenparks nach dem Muster des Europa-Parks oder des soeben eröffneten Mystery Parks in Interlaken?

Mehr Freizeitparks sind nicht nötig. Viel erreicht wäre schon, wenn man die vorhandenen Museen weniger langweilig gestalten würde. Viele Institutionen müssten sich grundlegend erneuern und aus ihren staatlich geschützten Reservaten rauskommen. Es gibt zu viele Museumskuratoren, denen die Besucher im Grunde lästig sind. Die Einstellung zum Publikum und seinen Bedürfnissen muss sich ändern.

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

hoteljob

Die Stellenvermittlung
für Hotellerie
und Gastronomie

**Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?**

Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch
www.hoteljob.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

Spürbare und für Sie
rentable Fachkompetenz.

happysystems™

I want i hett es happy-Bett.

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

Gemeinsam

HOTELA

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATIONSOLLTE IHR BETRIEB EIN BESSERES
BETRIEBSERGEBNIS ERREICHEN, Z.B.7% MEHR UMSATZ
4% WENIGER KOSTEN
= 50% MEHR GEWINNWIR ERARBEITEN FÜR SIE DAS
KONZEPT - UNSER HONORAR RICHTET
SICH NACH IHREM ERFOLG.POSTSTRASSE 5, CH-PRÄFRIKON SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
FAX 055/410'41'06**truvag**Restaurant zu verpachten
in NeuenkirchIm Auftrag suchen wir für das
traditionelle Restaurant Sonne
einen Pächter.Sie haben Charme, Pfiff und ein
entsprechendes Know-how.
Das Haus hat einen heimeligen
Bauernhauscharakter und befindet
sich mitten in Neuenkirch.Die Restauration mit Gaststube,
Saal, altes deutsches Sonnenbühl
und Gartenwirtschaft verfügt über
170 Sitzplätze. Im gleichen Haus
steht Ihnen eine 3 1/2-Zimmer-
Wohnung und verschiedene
Nebenräume zur Verfügung.

156624/35821

**INTERESSANTES KAUF-
ANGEBOT FÜR INITIATIVES
WIRTEPAAR**Wir verkaufen in aufstrebender
Ortschaft am Zugerssee im steuer-
günstigen Kanton Schwyz:**Mehrfamilienhaus
mit Restaurant**Restaurant ca. 60 Plätze +
Gartenwirtschaft. Top-Zustand.
4 1/2-Zimmer-Mietwohnung +
2x2-Zimmer-Wohnung. Erstklassige Lage
am Dorfplatz, nur 50 m vom Seeufer
mit Schiffstation.

Verkaufspreis 1.55 Mio. Fr.

CARLO SOMMACAL IMMOBILIEN AG
Küssnacht am Rigi,
Tel. 041 850 34 20
Fax 041 850 11 23
E-Mail: info@sommacal.ch

156591/410486

**Rarität mit Seeanstoos**Im Auftrag zu verkaufen im Zentrum des Dorfes direkt
am Ufer des Brienzersee liegendes**Zwei-Stern-Seehotel**

Der Betrieb umfasst:

- 30 Hotelzimmer mit 48 Betten, davon 10 Zimmer mit Bad oder Dusche, alle Südzimmer mit Balkon
- Grosse Seerestauration mit wunderbarer Seeterrasse und über 200 SP. Gaststube, Bar, diverse Speisesäle und nostalgische Seminarräume sowie vielen Nebenräumen mit verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten
- 4-Zimmer-Wirtswohnung mit Küchenette

**2 Bootsanbindeplätze im direkt neben
dem Hotel liegenden Bootshafen**

Zentrale, aber doch ruhige Lage mit grossem Parkplatz.

Richtpreis = CHF 1,5 Mio. + Inventar!
(unter Ertragswerterschätzungen)Gebäudeversicherungswert CHF 6100 000.-
KATAG-Realwert inkl. Inventar CHF 3954 000.-
Eigenkapitalbedarf mind. CHF 800 000.-Anfragen sind zu richten an: Jürg Zumkehr,
Unternehmensberatung, 3800 Interlaken,
Tel. 079 656 56 88, Fax 033 823 63 88

www.zumkehr.ch - juerg.zumkehr@quicknet.ch

156634/202643

Hinweis für FachleuteKonkursamtliche Versteigerung
in Küssnacht am Rigiwird am Donnerstag, 26. Juni 2003, das bestbekannte
Zunftthaus**Hotel-Restaurant Hirschen**

mit Bäckerei und Laden

35 Zimmer, Restaurant, Pizzeria, Bar, Saal
historischer Gebäudekomplex mitten im Dorfkern
konkursamtlich versteigert.Die Steigerung findet am 26. Juni 2003, **10.00 Uhr**
im Hotel Adler, am Hauptplatz 9, 6403 Küssnacht statt.Interessenten erhalten nähere Auskünfte
über Telefon 061 811 34 77.

156666/425454

ANZEIGEN

Komplett eingerichteter

Küchenanhängerzu verkaufen. Geschirr, Stühle, Tische,
Zelt für 120 Personen.Anhängen VP Fr. 38 000.-,
Zusatzfahrzeug GMC 5.6 Liter
VP Fr. 20 000.-.www.baumgartner.ch/redrose
Tel. 031 812 02 35

156586/421271

Zu verkaufen

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

156290/424937

Lago di LuganoWir verkaufen an bester Lage,
direkt am See**rentables ***Hotel**Attraktives, ausbaufähiges
Konzept - mit internationaler
Stammklientel; 23 Doppelzimmer,
Schwimmbad, Schiffsanlegestelle,
3 Restaurants und Personalhaus.

Informationen:

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

156633/247804

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.chZu vermieten im Gamarogno (TI),
mit unverbaubarer Sicht auf den
Lago Maggiore, ruhige Lage, infolge
familiären Gründen, ab sofort oder nach
Vereinbarung, **gut eingeführt****Osteria**40 Innenpl., 80 Aussenpl., dazugehörend
3 Wohnungen nutzbar als Pächterwhg., als
F-Wohnung oder ganzjährig. Neuwertiges
Inventar, komplett. Elektroinstallationen
neu. Möglichkeit in die laufende Saison
einzusteigen mit Inventarübernahme.
Anfragen an Chiffre 155-45288, Publicitas
SA, Postfach 664, 6601 Locarno.

156632/382708

Zu verkaufen oder zu verpachten

Kleiner Landgasthof

im Wiggertal

Anfragen sind zu richten an:
Chiffre Z 193-745328,
an Publicitas AG, Postfach 3210,
6130 Willisau

156625/382708

AUS- UND WEITERBILDUNG

Hotel-Handelsschule SHV

VOM DIPLOM HOTELSEKRETÄR/IN SHV ZUM KV-ABSCHLUSS



Nächster Studienbeginn: 25. August 2003

Minerva Zürich - Scheuchzerstrasse 2
8006 Zürich - Telefon 01 368 40 20
info@minervazuerich.ch
www.minervazuerich.ch
Zürich - Luzern**MINERVA**
SCHULE FÜR CHANCEN**Sprachausbildung**an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Annamarie Rolf Frischknecht Tel 01/526 39 58
www.sprachausbildung.ch**Über Internet
und nette Gäste.**Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch**htr****Über Gastfreund-
schaft und
Seilschaften.**Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch**htr**

Vor Pleite gerettet

Bodensee-Tourismus. Die drohende Pleite der Internationalen Bodensee-Tourismus GmbH (IBT) konnte vorerst abgewendet werden. Gemeinden und Betriebe erklärten sich bereit, das erwartete Defizit ihrer zentralen Marketing-Gesellschaft von 910 000 Euro (gut 1,4 Mio. Fr.) auszugleichen. Damit sicherten sie Service-Angebote in der laufenden Saison. Die IBT ist für 180 Gemeinden und Betriebe der Ferienregion Bodensee tätig. *TRU/sda*

Über eine halbe Million Verlust

Brienz Rothorn Bahn. Der Unternehmensverlust 2002 beträgt 516 051 Franken (Vorjahr 175 834 Franken). Der Cashflow der Unternehmung betrug 162 812 Franken. Die Bahn alleine erzielte einen Betriebsertrag von 3 692 941 Franken. Der Betriebsaufwand belief sich auf 3 441 532 Franken. Daraus ergibt sich ein EBITDA von 251 409 Franken. Nach Abschreibungen von 443 100 Franken ergab dies ein EBIT von -191 691 Franken. *TRU/sda*

1. ALPENFORUM@ADELBODEN.CH / 26. bis 29. Juni Jetzt anmelden

«Alpines Wohlbefinden und dessen Chancen», so lautet das Thema des ersten Alpenforums. Der internationale Anlass findet vom 26. bis 29. Juni in Adelboden statt. Neu können die beiden Forumstage vom 27. und 28. Juni (Freitag und Samstag) auch einzeln gebucht werden.

Im Zentrum stehen die Aspekte Wellnessqualität, Ernährung, Höhenstudie AMAS, Architektur, Ambiente und Ausbildung. Eveline Lanz Kauf-

mann spricht beispielsweise zum Thema «Gästeerwartungen und Konsequenzen für Wellness-Destinationen». Weitere Referats-Titel sind «Essgenuss in den Alpen» oder «Austrian Moderate Altitude Study und Welltain-Urlaub – vom Projekt zum Produkt». Hansruedi Müller von der Universität Bern moderiert den Anlass. *SST*

Kontakt: Tel. 033 673 80 80; E-Mail: alpenforum@adelboden.ch

Mehr Ertrag und Cashflow

Meiringen-Hasliberg-Bahnen AG. Die Gesellschaft hat im vergangenen Geschäftsjahr ihren Betriebsertrag um 4,8% auf 8,6 Mio. Franken gesteigert. Der Cashflow beträgt 2,4 Mio. Franken, 11,7% mehr als im Vorjahr. Dies ermöglichte Rückzahlungen von Finanzverbindlichkeiten von über 1,8 Mio. Franken. Der Verkehrsertrag von 7,96 Mio. Franken lag 7,3% über dem Vorjahreswert. 2002 wurden 3 064 307 Fahrgäste befördert (+18%). *TRU/sda*

20 Mio. für Bergbahnsanierung

Saanen. Nicht 12 Mio., wie vom Gemeinderat beantragt, sondern 20 Mio. Franken lässt sich Saanen die Fusion und Erneuerung der Gstaader Bergbahnen kosten. Die Stimmberechtigten stocken den Gemeindebetrag auf. Damit hat sich die Saaner Gemeindeversammlung deutlich zum Restrukturierungsprojekt «flex plus» bekannt. Die Anlagen zwischen Zweisimmen, Gstaad und Château-d'Oex sollen für total 77 Mio. Franken saniert werden. *TRU*

LOGIERNÄCHTE / Ein Minus von 1,6% in der Wintersaison 2002/03

Luxushotels sind die Verlierer

Ein Rückgang der Logiernächte um 1,6 Prozent: so lautet die Bilanz der Schweizer Hotellerie für das letzte Winterhalbjahr (November bis April). Insgesamt verbrachten die Gäste 13,96 Mio. Nächte in Schweizer Hotels. Das schreibt das Bundesamt für Statistik (BFS) in einer Medienmitteilung.

Das Minus ausgelöst haben vor allem die ausländischen Gäste. Ihre Nachfrage sank insgesamt um 3,5 Prozent. Die meisten wichtigen Auslandsmärkte haben Einbussen erlitten, allen voran Deutschland (-5,9%) und die USA (-8,1%). Demgegenüber haben die inländischen Gäste 0,7 Prozent mehr Nächte in Schweizer Hotels gebucht als in der vorletzten Wintersaison.

DIE GEWINNER UND VERLIERER

Die detaillierten Auswertungen des BFS zeigen, dass es im letzten Winter in der Schweizer Hotellerie klare Gewinner und Verlierer gegeben hat:

Nach Regionen: Die guten Schneeverhältnisse in der Höhe haben dazu geführt, dass die Wintersportregionen mit einem blauen Auge davongekommen sind. Das Berner Oberland verzeichnete ein Logiernächte-Plus von 2,8 Prozent, Graubünden verbuchte +1,2 Prozent und das Wallis schloss mit +0,2 Prozent ab. Insgesamt lagen die Bergkurorte mit +0,4 Prozent im positiven Bereich. Demgegenüber haben die Regionen Freiburg-Neuenburg-Jura (-7,3%), Tessin (-6,9%) und Schweizer Mittelland (-6,1%) massiv an Logiernächten verloren. Zu den Verlierern gehört auch die Kategorie der «grossten Städte». Die Stadthotellerie verzeichnete ein Minus von 5 Prozent.

Nach Preisklassen: Die konjunkturelle Flaute hat dazu geführt, dass die Gäste deutlich preisbewusster gebucht haben als im Vorjahr. Diejenigen Betriebe, welche die günstigsten Übernachtungsmöglichkeiten bieten, haben deshalb klar gepunktet. Wo die Nacht nicht mehr als 49,99 Franken kostete, stieg die Nachfrage um 5,5 Prozent. Einen deutlichen Frequenzzrückgang mussten hingegen die Betriebe hinnehmen, die für eine Nacht im Durchschnitt mehr als 200 Franken verlangten. In diesem Bereich liegt das Minus bei 7,3 Prozent.

Nach Sterne-Kategorien: Entsprechend dazu haben vor allem die Einstern-Häuser mit einem Plus von 3 Prozent gut abgeschlossen. Eine leichte Zunahme der Logiernächte konnten die Zwei- und Drei-Sterne-Betriebe verzeichnen (+0,6% bzw. 0,2%). Auf der Verlierer-Seite stehen die Luxushotels. Die Vier-Sterne-Häuser verloren im Durchschnitt 1,1 Prozent, die Fünf-Sterne-Häuser sogar 3,7 Prozent.

Die Auslastung der verfügbaren Betten sank gesamtschweizerisch von 37,6 Prozent auf 36,5 Prozent. Der entsprechende Wert bei den verfügbaren Gästezimmern verminderte sich von 44,7 Prozent auf 43,1 Prozent. *SST*

QUALITÄTSGÜTESIEGEL III / An der Info-Veranstaltung «Auf dem Weg zur Q-Stufe III» bekamen Interessierte einen Überblick über die ISO-Zertifizierung und «Valais Excellence». **CHRISTINE KÜNZLER**

Der oft steinige Weg lohnt sich

«Wer aufhört, besser zu sein, hört auf, gut zu sein.» Mit dieser Aussage, die Hansruedi Müller, Professor am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern (FIF), zitierte, waren sich rund 50 Touristikerinnen und Touristiker einig: Sie kamen zur Info-Veranstaltung «Auf dem Weg zur Q-Stufe III». Die meisten von ihnen hatten in ihren Betrieben bereits das Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus Stufe I oder Stufe II erarbeitet. Das ist zwar keine Voraussetzung für die Stufe III, aber eine Empfehlung. «Wer das vorher macht, kann Kosten sparen», so Hansruedi Müller. Eine Aussage, die Bettina Frey, Chef de Réception im Hotel Bernerhof in Gstaad, bestätigt. Der «Bernerhof» ist eins der 25 ersten Hotels, die mit dem Q III ausgezeichnet worden sind.

Das Qualitäts-Gütesiegel Stufe III verbessert im Unternehmen die Qualität, steigert die Effizienz und senkt somit die Betriebskosten. Verschiedene Wege führen zum Q III: die Zertifizierung ISO 9001:2000, das Valais Excellence Management System und weitere Quality-Management-Systeme wie EFQM. Voraussetzung ist, dass jeder Betrieb über einen Qualitäts-Coach verfügt. Das Unternehmen kann eine Qualitätsverantwortliche oder einen Qualitätsverantwortlichen bei einem Ausbilder weiterbilden lassen oder aber einen externen Berater beiziehen. Eine weitere Option besteht darin, das Branchenhandbuch für die ISO-Zertifizierung abzuwarten (vergl. Box). Das empfiehlt Hansruedi Müller vor allem Restaurateuren und Bergbahn-Unternehmern.

DER WEG ZU ISO 9001:2000

«ISO gibt keine Rezepte, sondern stellt nur Forderungen», stellte Alfred Urfer von der SQS gleich von Anfang an klar. Die Schweizer Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme SQS ist eine der rund 15 ISO-Zertifizierungs-Unternehmen, die es in der Schweiz gibt. ISO 9001:2000, die am meisten umgesetzte ISO-Norm, hat die Kundenorientierung, das Prozessmanagement und die ständige Verbesserung der Prozesse und des Managementsystems im Fokus. Unternehmer, die sich auf das Abenteuer ISO- beziehungsweise Q III – einlassen, müssen voll dahinter stehen. «Die Leitung muss entscheiden, ob sie mit diesem System leben und Erfolg haben will», so Urfer. Der Weg dazu dauert im Normalfall etwa 12 bis 18 Monate. Die Zertifizierung kostet 10 000 bis 15 000 Franken. Dazu kommt der externe Berater oder der Ausbilder, der ebenfalls zwischen 10 000 und 20 000 Franken kostet.

Wer sich für ISO entscheidet, muss zuerst die Forderungen dafür analysieren. In einem zweiten Schritt beleuchtet der Unternehmer den Ist-Zustand seines Betriebs und leitet die nötigen Sofortmassnahmen ein. Viel Zeit muss er sich nehmen für die System- und Prozessarchitektur, eine Art «Inhalts-



SIE SPRECHEN AUS ERFAHRUNG

Hansruedi Müller, Bettina Frey und Markus Obertürfer (von links): Sie haben entweder das Q III in ihrem Betrieb eingeführt oder arbeiten damit.

verzeichnis», nach dem er sich richtet. Hat er die Prozessverantwortlichen bestimmt, geht es an die Erarbeitung des Management-Handbuchs. Dann folgt die Schulung und Praxisumsetzung und als krönender Abschluss die Zertifizierung. Allerdings braucht es eine stetige Weiterentwicklung und Verbesserung der Qualitätsmassnahmen: Jeweils im Abstand von drei Jahren erfolgt eine Re-Zertifizierung.

«DER AUFWAND HAT SICH GELOHNT»

Bettina Frey, Hansruedi Müller und Markus Obertürfer, von PostAuto Schweiz, sprachen über ihre Erfahrungen bei der ISO-Zertifizierung. Alle drei waren sich einig, dass sich der Aufwand lohnt.

Fragen über Fragen...

Beat Häflicher von der Ausbildungsinstitution Neosys AG (ehemals SAQ) empfiehlt, sich vor einer Ausbildung zur Erreichung einer Zertifizierung wie ISO 9001:2000 beispielsweise folgende Fragen zu stellen: Was sind die konkreten Erwartungen an das Qualitätsmanagementsystem (Umfassungsgrad, Mitarbeiterbezug, Zeithorizont)? Wer hat die fachlichen und zeitlichen Ressourcen für die Projektleitung? Braucht die Geschäftsführung eine Sensibilisierung? Kann das «eingekaufte» Wissen auch in einer zweckmässigen Form umgesetzt werden? Sind In-House-Schulungen eine Variante? *CK*

Bettina Frey: «Wir hatten im «Bernerhof» bereits viel zum Thema Qualität erarbeitet. Jedoch waren diese Massnahmen nicht systematisch erfasst worden.» Durch die ISO-Zertifizierung sei die Organisation klar geworden. Das helfe unter anderem bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter. Und neue Auflagen wie beispielsweise KOPAS (Sicherheitsvorschriften) würden schnell erfasst. Prozesse und Arbeitsschritte seien – als Teil der übergeordneten «Bernerhof»-Philosophie – nun festgehalten. Das

Wer ist geeignet?

Wie man zum geeigneten ISO-Ausbildner oder Berater kommt, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht so leicht herauszufinden. Die Schweizerische Normen-Vereinigung (www.snv.ch) wird einen Berater-Pool aufbauen und ihn online aufschalten. Das dauert aber noch etwa ein Jahr. Ein Überblick über Ausbilder und Berater soll auch im Branchen-Handbuch zu finden sein. Doch die Inno-Tours-Gelder, die für die Realisation des Branchen-Handbuchs erforderlich sind, sind noch nicht gesprochen. Das heisst, es dürfte noch ein bis zwei Jahre dauern, bis der Leitfaden vorliegt. Die grössten Ausbildungsinstitutionen sind nach Auskunft des SNV die Neosys AG (vormals SAQ) und Qualicon.

Wer sich lieber einen Berater nimmt, der ebenfalls Schulungen durchführen, findet eine Namensliste beim Verband Schweizerischer Managementsystem-Berater (www.VSQB.ch). *CK*

bedeute jedoch nicht, dass ISO-zertifizierte Betriebe ihren Mitarbeitenden keine Freiheit mehr liessen. Im Gegenteil, gerade an das Führungsteam würden hohe Anforderungen gestellt. Alles in allem hätten die Mitarbeitenden mehr Zeit für die Gastgeberrolle. Als «negativen» Punkt sieht Bettina Frey, dass das «Bernerhof»-Team immer am Ball bleiben müsse. Die stete Hinterfragung der Prozesse sei aufwändig und unangenehm. «Alles ist eine Baustelle», so formulierte es auch Markus Obertürfer. Nichts sei fertig, ständig müsse renoviert werden. Aber auch er sagte es deutlich: «Der Aufwand hat sich gelohnt. Zufriedenes Personal hat zufriedene Kunden und damit auch zufriedene Chefs zur Folge.»

Auskunft über Valais Excellence Management System bei Ivan Aymon, Vizedirektor Wallis Tourismus, Tel. 027 327 35 70.

Der Weg des FIF

Hansruedi Müller skizziert den Weg, den er mit seinem Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern (FIF) zur ISO-Zertifizierung gegangen ist: den Q-Berater ausgewählt, ein internes Q-Seminar organisiert, die Arbeitsprozesse in Zweier-Gruppen erarbeitet, das Qualitätshandbuch erstellt, interne Audits und dann ein Auditing mit dem Zertifizierer durchgeführt, die Bewerbung für die Stufe III eingereicht und nach der Verleihung ein Überwachungsaudit angeordnet. *CK*

LENZERHEIDE / Rothornbahn und Scalottas AG stösst Hotel ab

Immobilien-Firma kauft «Palanca»

Das Hotel La Palanca in Lenzerheide wechselt nächsten Oktober den Besitzer: Die ortsansässige Firma Castello Immobilien-Service übernimmt das Drei-Sterne-Haus von der Rothornbahn und Scalottas AG. Über den Verkaufspreis haben die Parteien Stillschweigen vereinbart.

Das Bergbahn-Unternehmen begründet den Verkauf damit, dass es sich vollumfänglich auf sein Kerngeschäft – die

Dienstleistung «Bergbahn-Betrieb» – konzentrieren will. Laut Pressemitteilung war es den Verantwortlichen der Rothornbahn und Scalottas AG aber wichtig, dass der Hotelbetrieb weitergeführt wird und die Ferienregion Lenzerheide-Valbella keine so genannten «warmen Betten» verliert.

Die neuen Besitzer planen einige konzeptionelle Änderungen: Zwar soll das «La Palanca» als Zwei-Saison-Betrieb

weitergeführt, die Öffnungszeiten während der Zwischensaison jedoch verlängert werden. Die rund zwanzig Mitarbeitenden werden von den neuen Besitzern übernommen und weiterbeschäftigt.

Das «La Palanca» ist 1977 im Bündnerstil erbaut worden, seit 1993 befindet es sich im Besitz der Rothornbahn und Scalottas AG. Das Haus verfügt über 29 Doppelzimmer und drei Junior-Suiten. SST

«Hof Ragaz», «Esplanade»

Alpine Classics. Die Hotelgruppe Alpine Classics zeichnet zwei Neumitglieder: das «Esplanade Resort & Spa» in Minusio sowie das «Grand Hotel Hof Ragaz» in Bad Ragaz. Beide Vier-Sterne-Häuser setzen auf Wellness; das «Hof Ragaz» verfügt zudem über einen 18-Loch-Golfplatz. Aktuell gehören der Hotelgruppe Alpine Classics insgesamt 45 Betriebe an. Die Hotels liegen in der Schweiz, in Österreich, Deutschland und im Südtirol. SST

Souvenir 1: «Dutyful-Wägeli»

«Montana» Luzern. Nostalgisch präsentierte Souvenirs bietet das Art Deco Hotel Montana in Luzern: Beim Dinner fahren die Servicemitarbeitenden mit einem original Swissair-Trolley vor, dem so genannten «Dutyful-Wägeli». Den Gästen zum Kauf angeboten werden unter anderem die gelben Montana-Badeentchen (2 Fr.), hauseigener Trüffelhonig (10 Fr.), Badekugeln (12.50 Fr.) oder die Nackenrolle im Art-Deco-Muster (70 Fr.). SST

Souvenir 2: alles «Adlon» oder was?

Berlin. Die Gäste des Hotels Adlon Kempinski in Berlin müssen den Bademantel nicht länger klauen, sondern können ihn ganz legal an der Réception erwerben. Kostenpunkt: 95 Euro. Weitere Highlights aus dem Merchandising-Programm sind die Adlon-Zigarre (8 €) oder der Adlon-Kaffee (16 €). Nicht vergessen werden darf der Regenschirm, wie ihn auch die Portiers für die Gäste benützen (15 €). SST

PREISGESTALTUNG / Alle sprechen diesen Sommer von Schnäppchen, Sonderangeboten, Aktionen und «kreativen Preisen». Doch gibt es diese auch für den Hotelier? Und wo liegt die Grenze zum Dumping? FRANZISKA RICHARD

«Es ist verzwickelt: Alle fragen nach Discount»

«Wer macht nicht gerne einmal ein Schnäppchen?», lautet die rhetorische Frage von Peter Ernst, Direktor des Hotels Seedamm Plaza in Pfäffikon. Eine Freude, die er seinen Gästen gerade diesen Sommer bietet: Wer nämlich vom 4. Juli bis 17. August die Seminarpauschale für 99 Franken bucht (Raummiete inkl. Lunch, Kaffeepausen, Mineralwasser), kann für 50 Franken übernachten und für sage und schreibe einen Franken ein Abendessen vom Buffet (exklusive Getränke) geniessen. Das «Seedamm Plaza» ist beileibe nicht das einzige Haus, das diesen Sommer lieber den Spatz in der Hand als die Taube auf dem Dach hat. Zwar ist die Schnäppchenjagd nicht überall so verlockend, doch die «Special Offers» für Individualgäste (siehe Kasten) findet man mittlerweile auf den Homepages der renommiertesten Hotels. Doch im Vergleich mit den Gruppenpreisen sind das nur kleine Geschenke. Will man gewissen Gerüchten Glauben schenken, werden in der Luzerner Vier-Sterne-Hotellerie Gruppen für 35 Franken pro Person mit Frühstück logiert.

ST BEGRÜSST «KREATIVE PREISE»

Auch Schweiz Tourismus sah Handlungsbedarf und lancierte die Aktion «Hotels. Alles, ausser gewöhnlich». Hier macht mit, wer punkto Design, Charme, Wellness, Preis, Familienfreundlichkeit eine Trumpfkarte in der Hand hält und bereit ist, eine preislich attraktive Package zu schnüren. Die Angebote erscheinen auf der Website von Schweiz Tourismus und in einer Broschüre. Prozenz, 7 Tage für 6, 4 für 3, kostenlose Halbpension – solche Anreize sollen vor allem die Vor- und Nachsaison beleben. «Wir haben diese Aktion kurzfristig und aus einem Bedürfnis heraus lanciert», meint Silvia de Vito, Kommunikationsbeauftragte bei Schweiz Tourismus. «Der Preis wird diese Saison ein sehr wichtiges Argument sein», meint de Vito. Gratisangebote seien zu vermeiden, hingegen begrüsst Schweiz Tourismus so genannte «kreative Preise».

FÜR UND WIDER YIELD MANAGEMENT

Nur: Was sind kreative Preise? Peter Ernst vom «Seedamm Plaza» sagt zu dieser Frage und zu seinem «Super Sommer Special»: «Ein Schnäppchen, das den Gast erfreut, uns nicht schadet und gleichzeitig hilft, die Deckungsbeiträge zu erwirtschaften.» Das einfränkige Nachessen dürfe man nicht isoliert betrachten, gesamthaft liessen sich 150 Franken bei quasi gleichbleibenden Personal- und Warenkosten generieren. Peter Ernst hat sich intensiv mit dem Yield-Management auseinander gesetzt, bei welchem die Nachfrage den Preis bestimmt. Zwar lasse sich dieses im «Seedamm Plaza» aufgrund fehlender Nachfrage nicht in seiner ausgeprägtesten Form anwenden (täglich bis stündlich wechselnde



Preise), doch sei ihm heute klar: «Ohne Aktionen geht es nicht mehr.» Allerdings ist die Resonanz auf das Sommerangebot im «Seedamm Plaza» bis heute gering. Doch alleine die Aufmerksamkeit, die das Haus mit dem Angebot auf sich lenkt («ich werde oft darauf angesprochen»), wertet Ernst als gute Werbung.

Urs Hauser vom Hotel Belvedere in Grindelwald sieht im Yield-Management keinen Segen, eher ein Schreckgespenst. Leistungen unabhängig der Kosten zu erbringen und diese bei einem Minusgeschäft als Werbeaufwand abzubuchen, bedeute für einen Hotelbetrieb langfristig das Aus. Da gerade eine Preispolitik völlig ausser Kontrolle. Hauser leugnet nicht, dass auch Grindelwald – mit dem Ausbleiben amerikanischer und asiatischer Gäste – einem enormen Preisdruck ausgesetzt sei. «Alle fragen nach Discount; wir sind in einer völlig verzwickten Lage.» Im Gruppengeschäft seien Anfragen unter 60 Franken pro Person mit Frühstück an der Tagesordnung. Doch dieser Preis decke die Kosten nicht oder kaum, womit Hauser lieber darauf verzichtet. Nicht jedoch andere, die, auf Direktionsesseln sitzend, Umsatzzahlen liefern müssen.

«EINE GEFÄHRLICHE MASSNAHME»

Aus der psychologischen und marketingsspezifischen Sicht hat auch Daniel Ingold, Dozent für Marketing an

der Hotelfachschule in Thun und Herausgeber der Studie «Essen und Trinken ausser Haus», Bedenken zu reduzierten Preisen. Gerade in Erstklasshotels könnten Billigpreise eine auf das Image zerstörerische Wirkung haben, warnt Ingold. Doch generell seien reduzierte Preise ohne das Senken der Leistungen eine «schlechte und gefährliche Massnahme». Denn es werde äusserst schwierig, danach wieder reguläre Preise durchzusetzen. Mögliche Wege sind für Ingold tiefere Preise bei einer Senkung der Leistung oder eine höhere Leis-

tung bei gleichbleibenden Preisen. Keine schlechte Lösung sieht der Marketingexperte auch in Angeboten mit zusätzlichen kostenlosen Übernachtungen. In schwierigen Zeiten wie heute müsse man sich ganz grundsätzlich mit seinem Angebot auseinandersetzen und sich vielleicht auch einmal fragen: Leisten wir eventuell zu viel? Leistungen, nach welchen niemand fragt?

Ingold stellt eine zunehmende Polarisierung im Konsumverhalten fest. Da sei der Kunde, der sich sage: «Ich konsumiere hier, weil es wirklich billig

ist.» Diesem stehe jener gegenüber, der seine Kaufentscheidungen nach dem Grundsatz fällt: «Ich konsumiere dort, wo ich zu einem fairen Preis mehr erhalte.» Im Tourismus gehörten zu diesem «mehr» auch Soft-Faktoren wie Gastfreundschaft, Familiarität und Sorgfalt im Allgemeinen. Damit ist auch bereits angedeutet, dass jene Hotels, die schon lange auf diese Werte setzen, diesen Sommer weniger Probleme haben werden. Wer das ist, kann man im Internet erfahren. Sie – nicht wenige – verzichten auf «Special Offers».

«Zahle drei, bleibe vier»-Pauschalen und andere Schnäppchen

Wie die Internet-Recherche bei Interlaken Hotels zeigt, lässt sich niemand zu absoluten Tiefpreisen hinreissen. Für Kurzentschlossene sind die Pauschalen in der Vor- und Nachsaison dennoch attraktiv. Die Hochsaison wird grösstenteils ausgeklammert, in dieser Zeit sollen die regulären Preise gelten. Das Internet erlaubt ein auf den aktuellen Buchungsstand ausgerichtetes Angebot.

– So bietet das Grand Hotel Victoria Jungfrau an gewissen Daten im Juni das Doppelzimmer für 620 Franken für zwei Personen pro Nacht inkl. Abendessen (Restaurant nach Wahl) an. Im Weiteren gibt es eine «Pay 3 – stay 4»- und eine «Pay 6 – stay 8»-Pauschale.

– Im Lindner Grand Hotel Beau Rivage kostet die 2-Nächte-Pauschale (im Mai und Oktober) pro Person in Halbpension 553 Franken.
– Das Hotel Metropole**** bietet (auf Anfrage) eine Last-Minute-Pauschale für 99 Franken pro Person an – eine Übernachtung im Doppelzimmer inklusive Frühstück. Auf allen F&B-Konsumationen wird ein Rabatt von 25 Prozent gewährt.
– Im Hotel Royal St. Georges**** kommen zwei Übernachtungen in Halbpension auf 350 Franken pro Person zu stehen.
Bei der von Schweiz Tourismus lancierten Aktion «Hotels. Alles, ausser gewöhnlich» dominieren Angebote mit

zusätzlichen kostenlosen Übernachtungen:

– Das Hotel Misani*** in St. Moritz-Celerina bietet in der Vor- und Nachsaison 3 für 2 (230 Franken pro Person im Doppelzimmer) an.
– Das Hotel Arancio** in Ascona offeriert 5 Nächte für 4 (400 Franken pro Person im Doppelzimmer).
– Das Hotel Eden Roc**** in Ascona beschränkt sich auf ein Upgrade in die nächst höhere Zimmerkategorie.
– Im Hotel Arve Central*** in Arosa ist bei sieben Übernachtungen die Halbpension gratis.
Da das Buchungsverhalten kurzfristig und stark vom Wetter abhängig ist, lässt sich über den Erfolg dieser Aktion noch wenig Konkretes sagen. FRC

SCHWEIZER HOTELS IM INTERNET / Der Online-Reisemarkt birgt Chancen für innovationsfreudige Hoteliers. Sie können die Stammkundschaft schneller und besser befriedigen und gleichzeitig kostengünstig neue Gäste anziehen. **MARKUS JUFER UND ROLAND SCHEGG**

Design und Vernetzung bringen Erfolg

Unter dem Eindruck der rasanten Entwicklung des Online-Reisemarktes haben viele Schweizer Hotels in den letzten Jahren eine eigene Website erstellt. Anfangs 2003 hatten mehr als 80 Prozent der Mitglieder von hotelleriesuisse eine eigene Website, was einem Anstieg von rund 20 Prozent gegenüber dem Jahr 2001 entspricht. Es zeigt sich aber immer mehr, dass es für eine erfolgreiche Nutzung dieses neuen Mediums nicht genügt, sich nur auf Teilaspekte wie Informationsvermittlung oder Buchungsprozesse zu fokussieren. Denn eine seriöse Internet-Strategie greift tief ins Unternehmen und in die Geschäftsprozesse ein. Der anspruchsvolle Online-Kunde verlangt heute ein umfangreiches, anwenderfreundliches und reichhaltiges Service-Angebot. Wenn eine Hotel-Website diese Erwartungen nicht erfüllt, besteht die Gefahr, dass sich der Internet-Surfer der nur einen Maus-klick entfernten, attraktiveren Hotel-Website zuwenden wird.

NAVIGATION, ANSPRACHE UND INFORMATIONEN

Was den Informationsgehalt betrifft, findet man auf nahezu allen Websites Basisinformationen zum Hotelangebot: Lage des Hotels (88 Prozent), Innen- und Aussenansicht des Hotels (95 Prozent), Mehrsprachigkeit (62 Prozent) sowie eine E-Mail-Adresse (96 Prozent). Weitergehende Möglichkeiten der Informationsvermittlung und Präsentation (Multimedia, Webcam etc.) werden aber kaum benutzt. Die Informationen sind in vielen Fällen auch nicht internetgerecht aufbereitet – das heisst zum Beispiel, dass die Seiten entweder zu textlastig sind oder die Bilder eine zu lange Ladezeit benötigen. Kurz: Viele der untersuchten Websites haben nur die Funktion einer elektronischen Broschüre und nutzen das Potenzial dieses neuen Mediums zur dynamischen Informationsvermittlung noch kaum.

VERNETZUNG UND MEHRWERT FÜR KUNDEN

Bei der Suche nach einem «virtuellen» Tourismusangebot verlassen sich wenige Surfer nur auf Suchmaschinen, viele setzen auf empfohlene Websites bzw. kommen über Links und Markennamen (z.B. der Destination). Für Hotel-Websites sind deshalb Links ausserordentlich wichtig. Sie dienen als sogenannte «cross references» von und zu anderen Service-Anbietern, zu lokalen, regionalen und nationalen Organisationen.

Die Resultate der Studie zeigen, dass Links zu regionalen – präsent in 34 Prozent der analysierten Websites – und lokalen (51 Prozent) Tourismusorganisationen am häufigsten verwendet werden. Nationale Organisationen sind viel weniger beliebt (20 Prozent). Wichtig erscheint vielen Hotels auch eine Vernetzung mit anderen Tourismusangebern am Ort (44 Prozent), wie zum Beispiel Skischulen, Bergbahnen, sowie mit kulturellen Institutionen wie

Theatern, Museen oder Konzertveranstaltern (19 Prozent). Im Vergleich zu den Vorgängerstudien kann eine leichte Verbesserung in der Vernetzungsstrategie festgestellt werden.

NOCH KEINE OPTIMALEN INFORMATIONEN

Informationen und Servicezusatzleistungen sollten aber nicht nur mit Hyperlinks vermittelt werden, da die Gefahr besteht, dass der Kunde mit einem Klick auf eine andere Website verschwindet (vor allem wenn die Hotel-Website nicht mit Frame-Techniken arbeitet). Die Vernetzung einer Hotel-Website im Sinne einer eigenen lokalen und regionalen Informationsvermittlung ist deshalb ein wichtiges Element einer erfolgreichen Web-Strategie. Gewisse Service-Angebote, die für den Kunden einen Mehrwert schaffen, werden von den untersuchten Hotels relativ häufig benutzt: Sportangebot (41 Prozent), Beschreibung lokaler oder regionaler Sehenswürdigkeiten (25 Prozent).

Andere hingegen werden in geringerem Masse offeriert: Wetter- resp. Schneebericht (16 Prozent), Informationen zu Veranstaltungen (13 Prozent) oder kulturellen Ereignissen (20 Prozent). Für die Informationsvermittlung lässt sich keine eindeutige Verbesserung der Resultate im Vergleich zur Situation im Jahr 2001 erkennen.

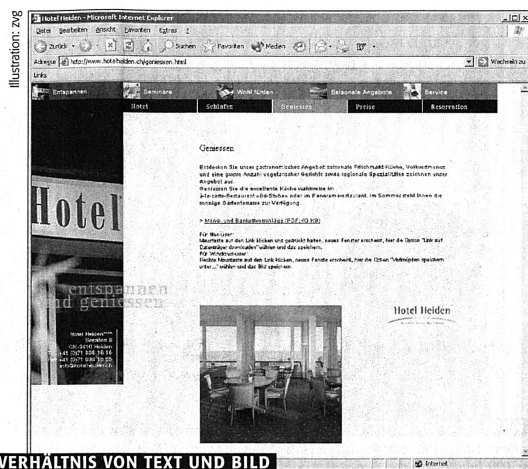
Gerade 16 Prozent der Hotel-Websites hatten ein Online-Gästebuch, und nur 5 Prozent ermöglichten es, Prospekte online zu bestellen. Scharbar haben viele Schweizer Hotels noch nicht erkannt, welche Möglichkeiten das Internet bietet, um Kundendaten zu sammeln, die für Marketing-Massnahmen in spezifischen Segmenten gezielt eingesetzt werden könnten (z.B. E-Mail-Marketing).

Das Internet bietet auch viele interessante Möglichkeiten für eine kostengünstige, flexible, interaktive Kommunikation mit dem individuellen Kunden. Fast alle Websites haben zumindest eine E-Mail-Adresse angegeben und laden den potenziellen Kunden so zu einer Zwei-Weg-Kommunikation ein, aber von ihnen hat nur gut die Hälfte ein Kontaktformular.

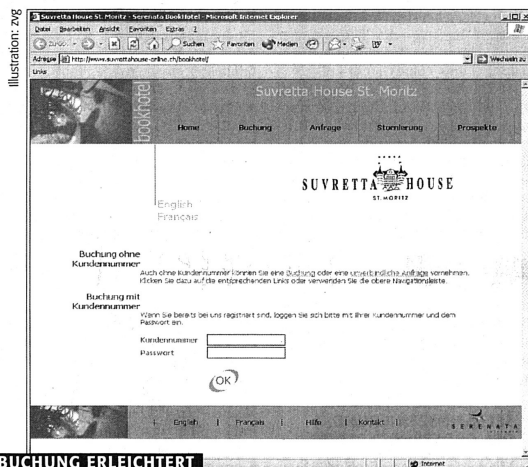
ZIMMERANGEBOT UND BUCHUNGSPROZESS

Bei der Online-Beschreibung der Zimmer war bei 60 von 104 analysierten Websites eine detaillierte Klassifizierung der Zimmer einsehbar. Wie vermutet, nimmt mit steigender Hotelklassifikation auch die Bereitschaft zu, das Zimmerangebot im Web bezüglich Preis und Qualität abzustufen und detailliert zu beschreiben.

Auf den Websites stellten die meisten Hotels Fotos von ihren Zimmern bereit (72 Prozent). Nur 6 der 104 untersuchten Hotels nutzten Videos und nur 5 Hotels eine Live-Kamera zur Angebotsdarstellung. Die Visualisierung wird also noch immer mit einfachen Mitteln realisiert.



VERHÄLTNISS VON TEXT UND BILD
Der Webauftritt des Hotels Heiden (www.hotelheiden.ch) bietet gemäss den Verfassern der Studie ein gutes Verhältnis von Text- und Bildelementen.



BUCHUNG ERLEICHTERT
Buchungsmaske mit Vakanzabfrage und Stornierungsmöglichkeit des «Suvretta House» St. Moritz (www.suvrettahouse.ch).

Bei 91 Prozent der Hotels wird der Gast auf eine statische Preistabelle gestossen. Spezialangebote warteten bei 40 Prozent der Hotelsites auf Interessenten und Web-Specials wie Last-Minute-Angebote sind gerade noch auf jeder 10. Website anzutreffen.

In den meisten Fällen werden Buchungsanfragen mit einem einfachen Formular (58 Prozent) oder einem E-Mail (52 Prozent) erfasst und nach Überprüfung im Back Office entweder per E-Mail, per Post oder per Telefon bestätigt. Rund ein Fünftel der analysierten Websites bot eine dynamische Buchungsmöglichkeit an, d.h. der Kunde konnte sich durch die Reservierung bis zur Transaktionsbestätigung klicken. Andere, für den Buchungsaufbau wichtige Aspekte wie z.B. Stornier-

ungs- und Geschäftsbedingungen (24 Prozent) oder Angaben zur Datensicherheit (5 Prozent) sind wie im Jahr 2001 noch immer in nur sehr geringem Mass realisiert.

VERTRIEBSKANAL DIREKT ZUM KUNDEN

Erstaunlich eigentlich, wie wenig entwickelt viele Hotel-Websites in Bezug auf dieses wichtige Kerngeschäft auch heute immer noch sind. Hotels, die den Online-Reservierungsprozess die notwendige Aufmerksamkeit und Mittel geben, können sich also rasch einen Marktvorteil verschaffen. Dies ist umso wichtiger in einem schwierigen wirtschaftlichen und politischen Umfeld. Auf dem Markt

existieren zahlreiche, gut funktionierende und sichere Lösungen, die mit vergleichsweise geringem Aufwand einen neuen Vertriebskanal für die Schweizer Hotellerie eröffnen können, der direkt zum Kunden führt.

Es gibt statistisch signifikante Unterschiede im Rating der Websites in Bezug auf die Hotelkategorie – Luxus-hotels schneiden im Durchschnitt deutlich besser ab als tiefere Hotelkategorien: Fünf-Sterne-Hotels erfüllen rund 42 Prozent aller Kriterien, während es bei den Ein- bis Zwei-Sterne-Betrieben knapp 30 Prozent sind. Auch die Sprachregion spielte für gewisse Aspekte eine Rolle: Hotels in der deutschen Schweiz erzielen signifikant bessere Resultate für die Bereiche Darstellung des Zimmerangebotes (72 Prozent der Kriterien erfüllt im Vergleich zu nur rund 50 Prozent für die anderen Sprachregionen) und Aspekte der Kundenbeziehung (24 Prozent der Kriterien erfüllt im Vergleich zu nur rund 15–20 Prozent für die anderen Sprachregionen). Die Lage des Hotels hingegen scheint gemäss unseren Resultaten kaum eine Rolle für die Qualität der Websites zu spielen.

UMKÄMPFTER MARKT: SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Analyse zeigt, dass die Mehrheit der Schweizer Hotels noch immer auf eine traditionelle Internet-Marketingstrategie baut – mit statischer Informationsvermittlung und limitierten Transaktionsmöglichkeiten. Es besteht daher die Gefahr, dass sich anspruchsvolle Online-Kunden der attraktiveren Hotel-Website oder dem Online-Zwischenhändler zuwenden werden. Dies birgt aber zugleich auch Chancen für die innovationsfreudigen Hoteliers, welche die vielfältigen Möglichkeiten des Internets geschickt nutzen können, um die Bedürfnisse der Stammkundschaft noch schneller und besser zu befriedigen und gleichzeitig kostengünstig neue Gäste anzuziehen.

Der Online-Reisemarkt ist und bleibt einer der am härtesten umkämpften E-Business-Sektoren, mit vielen finanzstarken und innovativen Akteuren, zum Teil auch mit branchenfremdem Hintergrund. Zudem zeigt eine neue Studie von PhoCusWright, dass im Gegensatz zu den sinkenden Umsätzen im Gesamtreisemarkt die Buchungsumsätze des Online-Reisemarktes seit dem Jahr 2000 trotz den Ereignissen des 11. Septembers stetig gestiegen sind. Um in diesem Umfeld zu bestehen, kann sich ein Hotel keinen schwachen Webauftritt leisten. Die Suche nach Reiseinformationen ist einer der häufigsten Gründe für den Konsumenten des 21. Jahrhunderts, aufs Internet zu gehen. Firmen, die im Informationsmeer des WWW untergehen, gefährden daher ihre eigenen Geschäftsgrundlagen.

Detailliertere Informationen zum Forschungsprojekt können auf dem Internet konsultiert werden: www.ehl.ch resp. www.itw.ch oder bei den Autoren direkt angefragt werden (roland.schegg@ehl.ch und is-mjufer@hsw.fliz.ch).

Test mit 45 Kriterien

Im Rahmen eines Forschungsprojektes des Lausanne Institute for Hospitality Research (LIHR) an der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) und des Instituts für Tourismuswirtschaft (ITW) in Luzern wurde eine repräsentative Stichprobe von 104 Websites von Schweizer Hotels (alle sind Mitglieder von hotelleriesuisse) anhand von 45 Kriterien evaluiert. Diese Arbeit setzt die im Jahr 2001 begonnene Analyse der Schweizer Hotel-Websites durch die EHL und die Fachhochschule Wallis fort. Deren Resultate wurden in den Jahren 2001 und 2002 in der htr veröffentlicht (siehe unter anderem Frey & Schegg, htr 26/2001; Schegg & Steiner, htr 3/2002, htr 12/2002). MJ/RSch

Optimierte Internetpräsenz – die sieben Kriterien des e-Hotels

Navigation. Sie sollte einfach erfassbar und in der Sprache der Kunden angelegt sein.

Visualisierung/Multimedia. Machen Sie von den vielfältigen Visualisierungsformen des Internets Gebrauch (Webcams, Panoramabilder, Flash, Multimedia, Videos), um den Kunden mit ihrem Angebot zu beeindrucken. Beachten Sie jedoch, dass lange Downloadzeiten von Dateien oder Animationen kontraproduktiv wirken können.

Vernetzung. Nutzen Sie die Bekanntheit und den Brand von lokalen und regionalen Organisationen durch Vernetzung (Linktausch).

Suchmaschinenoptimierung. Sie können bis zu 50 Kriterien bei der Bewertung einer Website haben. Eine Kurzbeschreibung sämtlicher Angebote und Leistungen ist von grosser Bedeutung, da sich die heutigen Suchmaschinen vor allem auf die Inhalte der Websites abstützen.

Kommunikation / Kundendaten. Nutzen Sie die Möglichkeiten zur Beschaffung von Kundendaten via Internet: Starten Sie einen Dialog mit dem Kunden durch Feedbackmöglichkeiten (z.B. Gästebuch) und informieren Sie regelmässig z.B. durch den Versand eines Newsletters. Beantworten Sie Kundenanfragen schnell (4 Stunden).

Bookability (Buchbarkeit). Machen Sie Ihre Angebote auf dem Internet buchbar: Nicht nur die Zimmer, auch Geschenkgutscheine, Restaurantreservierungen oder Buchungen für Seminare können über das Web abgewickelt werden. Der Buchungsprozess muss benutzerfreundlich und sicher gestaltet sein. Der Kunde sollte über Geschäftsbedingungen und Stornierungsmöglichkeiten in Kenntnis gesetzt werden.

Zielgruppe. Das spezialisierte Familienhotel bietet andere Dienstleistungen an als das Hotel für den Geschäftsreisenden. Diese Tatsachen sollten auch im Internetauftritt zum Ausdruck kommen. MJ/RSch

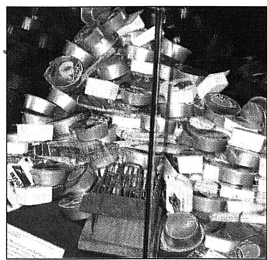
Die Autoren

Markus Jufer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Dozent am Institut für Tourismuswirtschaft der HSW Luzern. Er realisiert Forschungs- und Beratungsprojekte in den Bereichen e-Tourism und M-Tourism (Letzteres steht für Mobile Marketing und Verkauf via Handy und weitere Medien, siehe Website <http://www.itw.ch/tourism1.htm>).

Roland Schegg ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am «Lausanne Institute for Hospitality Research» der EHL. Der promovierte Naturwissenschaftler konzentriert seine Forschungsaktivitäten auf der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) auf die neuen Informationstechnologien in der Hotellerie. KJV

FLIMS-WALDHAUS / Unter dem Motto «Die wiedergefundene Zeit» feiert der «Schweizerhof» sein 100-jähriges Bestehen. Und Daniel Schmidts Ausstellung «Flims – eine Gefühlskulisse» ist eine Begegnung mit der Schweizer Tourismusvergangenheit. **MARIETTA DEDUAL**

«Was wir zeigen, sind Emotionen»



In der Ausstellung fotografiert: Was man fand, als ein Gast erkrankte und das Zimmer geräumt werden musste ...

Fotos: Marietta Dedual / zag (1)

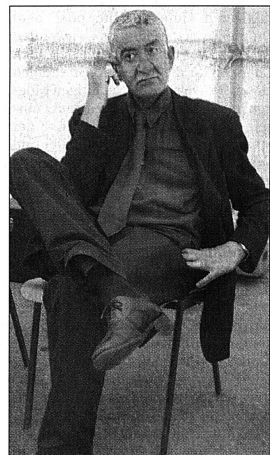


THERESE UND RUDOLF A. SCHMIDT ...

... führen seit 1968 das Romantik Hotel Schweizerhof in Flims-Waldhaus, das vor 100 Jahren von den Grosseltern des Hoteliers erbaut worden war.



Der Jubiläumswein – ein Fläscher Blauburgunder.



Daniel Schmid wählt die Bilder fürs Hotel aus und stöbert auch schon in Antiquitätenläden, wenn es ums Equipment geht.

«Was wir zeigen wollen, sind Emotionen. Es geht um Kulissen, um eine Scheinwelt, in der sich eine Gesellschaft zelebriert hat.» So der Filmemacher Daniel Schmid zur Gestaltung der Ausstellung «Flims – eine Gefühlskulisse».

Die Ausstellung ist eine Begegnung mit der Schweizer Tourismusvergangenheit. Daniel Schmid ist der Bruder von Rudolf Schmidt, dem Präsidenten des Hoteliervereins Graubünden, der zusammen mit seiner Frau Therese das Hotel Schweizerhof in Flims-Waldhaus führt. Das Hotel blickt dieses Jahr auf seine 100-jährige Geschichte zurück – und das wird das ganze Jahr über unter dem Motto «Die wiedergefundene Zeit» gefeiert (siehe Kasten). Rudolf Schmidt und Daniel Schmid (übrigens schreibt sich der Filmemacher wirklich nur mit einem d) sind im Hotel Schweizerhof in Flims-Waldhaus aufgewachsen.

SELBSTINSZENIERUNG DES GROSSBÜRGERTUMS

Mit dem autobiografisch gefärbten Film «Zwischensaison» hat Daniel Schmid dem Familienhotel ein Denkmal gesetzt. Wie das Hotelleben, die Selbstinszenierung des Grossbürgertums, in den Alpen stattgefunden hat, lässt sich auch heute noch erahnen, wenn man durch das Vestibül des Hotels Schweizerhof schreitet, wenn man in der «Salle de Lecture» in einem Buch stöbert. Denn weggeworfen wurde nichts, und so findet man im «Schweizerhof» Bündner Hotelinventar der letzten 100 Jahre.

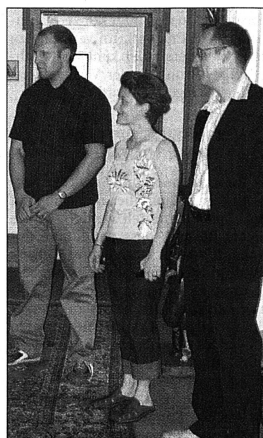
Schon lange vor der Globalisierung hat sich hier eine internationale kos-

mopolitische Welt gefunden, Russen und Franzosen haben zusammen getafelt, Deutsche, Belgier und Engländer haben sich zum «Thé Dansant» getroffen und als das ungarische Orchester einsetzte, das Tanzbein geschwungen. Der Kriegsausbruch im August 1914 setzte dieser zukunfts-gläubigen Zeit ein jähes Ende. Jetzt begann die Zeit der Krisen, der leeren Hotels, der drohenden Konkurse. Viele traditionsreiche Familienbetriebe mussten aufgeben, der «Schweizerhof» hat überlebt.

Seit 1968 wird das Hotel in dritter Generation von Therese und Rudolf Schmidt geführt. Es hat 46 Zimmer (80 Betten) und verzeichnet im Winter eine Auslastung zwischen 85 und 90 Prozent, im Sommer sind es rund 65 Prozent. Der Speisesaal hat 120 Plätze, das Vestibül 80, die Salle de Lecture 40. Garten und Terrasse laden mit je 40 Plätzen zum Besuch ein. «Rund 90 Prozent der Hotelgäste buchen bei uns Halbpension», sagt Rudolf Schmidt und wertet es als Kompliment an die Schweizerhof-Küche.

BALD ÜBERNIMMT DIE NÄCHSTE GENERATION

Den Gästen steht ausserdem ein Hallenbad mit Wellnessanlage zur Verfügung, und im Park können sie sich auf dem Tennisplatz tummeln. Als Dankeschön an die treuen Gäste hat der Schweizerhof im Jubiläums-sommer spezielle Jubiläumspreise (rund 20 Prozent günstiger), und weil Geburtstag so schön ist, gelten die Preise für Neukunden als Schnupper-



«Nicht hotelgeschädigt»: Gian-Reto, Ladina und Christoph Schmidt.



Christoph Marthaler, künstlerischer Direktor des Schauspielhauses Zürich, und Daniel Schmid.



Die ehemaligen Besitzer des Hotels Stern in Chur: Milo und Dolores Pfister.



Die Besitzer des Hotels Margna in Sils-Baselgia: Dorly und Sepp Müssgens.



Beat Curti, der dieser Tage die Bon-ApPétit-Gruppe verkauft, mit Ehefrau Regula.

Die Ausstellung

«Flims – eine Gefühlskulisse» heisst die Ausstellung von Daniel Schmid im Gelben Haus in Flims.

«Die Geschichte der touristischen Entwicklungen in den Alpen ist ein Panorama von Wünschen, wirren Träumen, bodenständigen Realitäten und – noch heute gelebt – Visionen», ist im Text zur Ausstellung nachzulesen. Es seien alpine Gefühlskulissen entstanden, teils wahnwitzige und längst verschwundene, teils noch heute real existierende. Flims als Kurort der ersten Stunde dieser Entwicklung steht exemplarisch dafür.

Mit Bildern, Geschichten, Relikten wird eine Möglichkeit geboten, die spezielle Atmosphäre einer Epoche zu erleben. Der Besucher soll von Geschichten erfahren, die ihm dann bei Spaziergängen durch Flims – oder anderswo – wieder einfallen und die damalige Zeit mit der heutigen verbinden.

Die Ausstellung dauert bis zum 17. April 2004. MD



DAS IM VIKTORIANISCHEN STIL ...

... erbaute Hotel Schweizerhof, eine gelungene Verbindung aus Belle Epoque und Gegenwart.

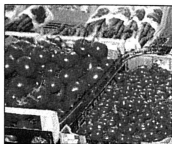
Die Anfänge

Der «Schweizerhof» wurde in den Jahren 1902/03 von Mengia und Daniel Schmidt-Candrian erbaut. Wo heute das Hotel steht, befand sich einst ein grosser Felsen mit einer Aussichtsbank. Da sind die beiden als Verlobte gegessen und haben Händchen gehalten. Und da sollte ihr Hotel zu stehen kommen. Im Sommer 1903 war es dann so weit, der «Schweizerhof» wurde eröffnet. In den Gesellschaftsräumen brannte das Petroleumlicht, in den Zimmern gab es Waschschränke und Kerzen. Das elektrische Licht wurde 1904 installiert, das Telefon ein Jahr später. Auf der Terrasse spielte täglich das ungarische Hotel-Orchester, die Gäste assen an der «Table d'hôtes», es gab Hausbälle, Zauberkünstler traten auf und Albert Einstein kam mit Gemahlin und Sohn ... – Gründervater Daniel Schmidt erblindete früh. Er stand jedoch immer in der Halle und begrüßte die Gäste mit Namen, oft noch Jahre nach ihrem letzten Aufenthalt. Er erkannte sie am Rhythmus ihrer Schritte. MD

Das Jubiläum

Der 100. Geburtstag des Hotels Schweizerhof in Flims-Waldhaus wird mit 46 kulturellen und kulinarischen Ereignissen gefeiert. Den Auftakt machte das Jubiläumsfest vom 7./8. Juni. Bis zum 27. September folgen die Aktivitäten Schlag auf Schlag: Gala-Diners und Tables d'hôtes mit Speisen und Rezepten von 1903, Hotelkonzerte (17. und 25. Juli), Literaturabende mit Iso Camartin (26. Juli), Katharina Faber (2. August) und Martin Suter (9. August). Weitere Höhepunkte sind das Hotel-theater mit Jürg Jenker (28. Juni) und verschiedene «Thé dansant»-Veranstaltungen, bei schönem Wetter auf der Terrasse. Am Montag ist jeweils Hotelkino mit Filmen von Daniel Schmid angesagt: «Zwischensaison», «Beresina», «denatsch», «Il bacio di Tosca», «Hécate». Auch Golf steht auf dem Programm: Turniere finden am 13. August und am 9. September in Domat/Ems statt. MD

Weitere Informationen unter www.schweizerhof-flims.ch



GEMÜSEMARKT / Dank dem heissen Wetter der letzten Wochen haben die Gemüsekulturen zwei Wochen Vorsprung. SEITE 14



TECHNIK / Umbauten und Renovationen von Hotels haben wegen ihrer ökonomischen Faktoren zurzeit Hochkonjunktur. SEITE 17

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

FATTORIA DELL'AMOROSA / Ein Besuch bei Angelo Delea: Der renommierte Tessiner Weinproduzent und ehemalige Restaurateur nutzt auf seinem «Agriturismo»-Bauernhof in Gudo seine langjährige Gastronomie-Erfahrung. MARTIN J. PETRAS

«Wie ein Stück Toscana im Tessin»

Drückend heiss liegt die Abenddämmerung über der Magadino-Ebene. Mit dumpfem Grollen rollt aus der Ferne ein Gewitter heran, immer lauter rascheln die warmen Windböen durch die umliegenden Weinberge. «Bald wird es regnen», bemerkt Angelo Delea, «dafür ist es morgen wieder schön.» Die Stimmung auf der voll besetzten Gartenterrasse der «Fattoria dell'Amorosa» bleibt gelassen.

Der «Bianco Ticinese del Castello di Cantone» ist eine Wohltat: Die aromatische und elegante Assemblage aus Chardonnay-, Sauvignon- und Sémillon-Trauben aus dem Mendrisiotto erfrischt mit ihren mineralischen Noten und feinen Spuren von Zitrusfrüchten.

«EINFACHE TESSINER LANDKÜCHE»

Angelo Delea schneidet den hausgemachten Salami auf: «Er könnte noch ein bisschen lagern, aber er hat bereits einen wunderbaren Geschmack.» Es sei erstaunlich, wie gut die einfache Tessiner Landküche bei den Gästen ankommt, sagt Delea: «Das muss an der schönen Umgebung liegen.»

Die vor zwei Jahren – nach dem Überwinden einiger bürokratischer Hürden – eröffnete «Fattoria dell'Amorosa» in Gudo-Sementina ist bis heute die grosse Leidenschaft von Angelo Delea geblieben. Der aufwändig restaurierte und von Delea's Frau Rita bis ins letzte Detail geschmackvoll eingerichtete Ferienbauernhof liegt malerisch inmitten eines drei Hektar grossen Rebbergs.

ZWEI VORSPEISEN UND ZWEI HAUPTGEBÄCKE

«Wie ein Stück Toscana im Tessin», so Delea. Der Betrieb besteht aus einem Restaurant mit Terrasse, acht Gästezimmern (120 bis 150 Franken pro Person) und zwei Rustici. Insgesamt sorgen sechs Mitarbeiter für das Wohl der «Amorosa»-Gäste. Zum Hof gehören weiter zwei Hektar neu gepflanzte Olivenbäume, Kräuter- und Gemüsegarten sowie eine zwanzig Tiere zählende Galloway-Rinderzucht. «Ich möchte den Kunden zeigen, wo ich die Trauben anbaue, und dies ist auch eine ideale Kulisse, um meine Produkte zu verkaufen», umschreibt Geschäftsmann Delea das «Amorosa»-Konzept.

Im Süden zerreisst ein gewaltiger Blitz die dunkle Wolkenwand über den Berggipfeln um den Monte Caval

Fotos: Martin J. Petras



INMITTEN EINES WEINBERGS

Die «Fattoria dell'Amorosa» in Gudo-Sementina: Restaurant mit Terrasse, acht Gästezimmern und zwei Rustici. Zum Hof gehören weiter zwei Hektar neu gepflanzte Olivenbäume, Kräuter- und Gemüsegarten sowie eine Galloway-Rinderzucht.

Drossa und Monte Bar. «Wir führen keine Speisekarte», fährt Delea fort, «es gibt zwei täglich frisch zubereitete Vorspeisen und zwei Hauptspeisen sowie eine kleine Auswahl an Salaten, «formaggi delle alpi ticinesi» und Desserts – basta.» Den Tagesteller gibt es für 25 bis 28 Franken, das viergängige Menü kommt auf 49 Franken.

In der Gastronomie seien die Gäste nicht so problemlos zufrieden zu stellen. «Da gibt es Kunden, die wünschen sich die Sonne, wenn der Mond scheint, oder umgekehrt.» Als ehemaliger Restaurateur weiss Delea, wovon er spricht. Bevor er Weinproduzent wurde, führte er in Locarno und Losone drei Restaurants, darunter die bekannte «Osteria Delea».

Als Gastronom und Sommelier entdeckte Delea seine Passion für den

Wein, verkaufte seine Restaurantbetriebe und wechselte die Seite. 1983 machte der bekennende Bordeaux-Fan mit Trauben vom kleinen Rebberg eines Onkels den ersten eigenen Wein. 1993 baute er in Losone seinen Kellereibetrieb, wo heute jährlich an die 500 000 Flaschen abgefüllt werden (rund je ein Drittel Rot-, Weiss- und Schaumweine).

VOM RESTAURATEUR ZUM WEINPRODUZENTEN

Die Kellerei wird zurzeit mit einer modernen Abfüllanlage sowie einer voll automatisierten Lagerhalle erweitert. Der dynamische Weinproduzent bewirtschaftet heute insgesamt 20 Hektar eigener Reben und keltert Trauben von weiteren 100 Hektar. In den Kellern der «Vini & Distillati Angelo Delea SA» la-

gern rund 700 Barriques: Delea baut seine Weine ausschliesslich in 400-Liter-Eichenfässern aus.

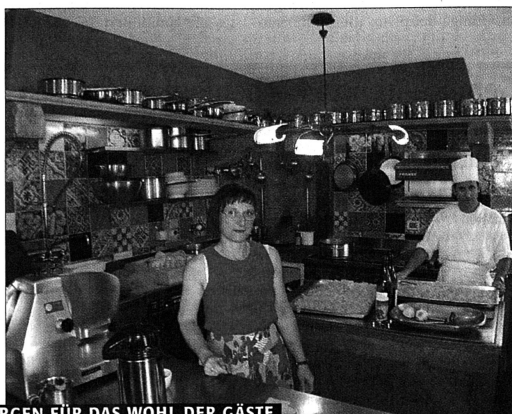
Einen weiteren seiner Schätze lagert Delea im Obergeschoss über den Verkaufsräumen seiner Kellerei. Seit Jahren reift dort sein aus Tessiner Trauben produzierter «Aceto balsamico» heran, den er demnächst auf den Markt bringen möchte.

Es wird immer dunkler, die ersten schweren Regentropfen fallen. Ruhig ziehen die Gäste um ins Restaurantinnere oder auf den überdachten Teil der Terrasse, wo ein durchsichtiger Regenschutz-Vorhang heruntergelassen wird. Heute Abend gibt es «Risotto alla boraggina» (Borretsch, Gurkenkraut) und Ossobuco mit Polenta.

Angelo Delea probiert vom «Carato Riserva 2000», seinem Spitzenmerlot,

der nur aus besten Jahrgängen und von Trauben der Regionen Gudo, Gordola und Cugnasco gekeltert wird, die an alten Stöcken reifen. Seine Augen leuchten: «Ein Merlot mit seiner ganzen Finesse und Eleganz.»

Das Gewitter hat sich gelegt, die Luft ist merklich klarer und frischer. «Es ist eine alte Tessiner Tradition, die Espresso-Tassen mit Grappa auszuwaschen», lacht Angelo Delea. Und dafür hat das Haus Delea auch einiges zu bieten: In alten restaurierten Kupferkesseln aus den Zwanzigerjahren werden in Losone jährlich über 10 000 Liter Hochprozentiges destilliert, darunter zehn verschiedene Sorten Grappa. Und was packt Workaholic und Macher Delea als Nächstes an? «In die Ferien fahren», lacht Angelo Delea und schaut schuld-bewusst seine Frau Rita an.



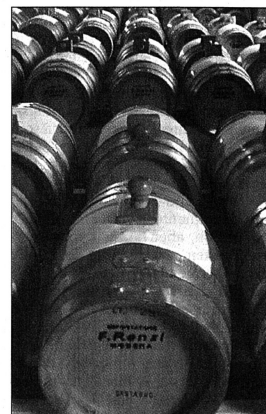
SORGEN FÜR DAS WOHL DER GÄSTE

«Amorosa»-Betriebsverantwortliche Rita Iten und Chef Alberto Zaccane.



ANGELO UND RITA DELEA

Angelo Delea: «Ich möchte meinen Kunden zeigen, wo ich die Trauben anbaue.»



«Aceto balsamico» aus Tessiner Trauben.

ANUGA / «Switzerland Cheese» an der Kölner Nahrungsmittel-Fachmesse

Foodmessen unter einem Dach

Die Kölner Branchenfachmesse Anuga wird dieses Jahr mit einem neuen Fachmesse-Konzept an den Start gehen. Gemäss Mitteilung soll das neue Konzept die Marke Anuga stärken und gleichzeitig den einzelnen Foodmessen mehr Eigenständigkeit und Geltung verleihen.

Vom kommenden 11. bis 15. Oktober werden sich den Besuchern die zehn Fachmessen «Fine Food», «Gourmet», «Chilled Food», «Meat» «Frozen

Food», «Dairy», «Bread & Bakery», «Drinks», «Catering-Tec» sowie «RetailTec» unter der gemeinsamen Dachmarke «Anuga» präsentieren. Die einzelnen Foodmessen werden neben dem Kurztitel auch ein charakteristisches Erscheinungsbild mit einem Piktogramm erhalten. Das neue Leitsystem soll eine schnelle und zielgerichtete Orientierung auf dem Messegelände ermöglichen. Die kurzen und prägnanten englischen

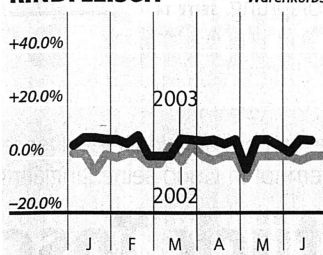
Bezeichnungen der einzelnen Foodmessen seien international einsetzbar und verständlich. Die Switzerland Cheese Marketing AG (SCM) wird gemeinsam mit den Sortenorganisationen auch an der diesjährigen Anuga einen attraktiven Auftritt für den Schweizer Käse inszenieren, um ein «Forum für Kundenpflege und Imagepräsenz» zu bieten.

MJP

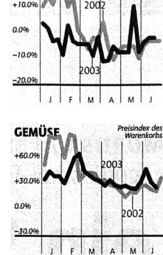
www.anuga.de

PRODINDEX 16. 6. BIS 21. 6. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

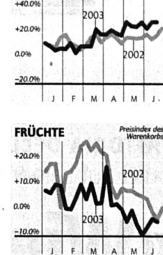
RINDFLEISCH



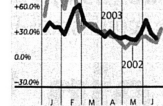
KALBFLEISCH



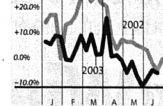
SCHWEINFLEISCH



GEMÜSE



FRÜCHTE



MARKTLAGE / Die Gemüswelt ist oft verkehrt.

Konsum und Ernte sind antizyklisch

Im Winter hat Familie Schweizer mehr Lust auf Gemüse und kann sie dank ganzjähriger Verfügbarkeit meistens stillen. Im Sommer ist aber die Qualität besser und die Preise sind tiefer. Jacqueline Bachmann, Geschäftsführerin der Stiftung für Konsumentenschutz SKS, appelliert daher an die Gastronomie, ihre Gäste für die Saisonalität zu sensibilisieren.

Die Gemüswelt ist tatsächlich verkehrt: Frühlings- und Sommergemüse Broccoli, Fenchel und Blumenkohl haben auf dem Schweizer Speisezetteln zwischen November und Februar Konsumspitzen laut SZG-Statistiken. Broccoli z.B. wird im Winter mehr als doppelt so viel gegessen wie in den Monaten Juni und Juli, wenn im Inland am meisten produziert wird. In den Monaten, in denen es Schweizer Broccoli gibt, ist der Konsum durchwegs kleiner als im Winter. Die Folge: Nur ein Viertel des in der Schweiz gegessenen frischen Broccolis ist hier gewachsen.

JEDES DRITTE KILO AUS DEM AUSLAND

Ähnlich beim Fenchel. Am häufigsten wird er im März aufgetischt, mehrheitlich Importware. Im Inland wurde letztes Jahr im Oktober am meisten geerntet. Übers Jahr gerechnet stammt nur jedes dritte Kilo aus dem Inland. Antizyklisch ist auch die Spargelnachfrage: Gerade mal 2% des Konsums stammen von hier, bei Grünspargelet was mehr: 3.5%, Prodega importierte letztes Jahr 99% der Grünspargele. «Schweizer Ware kommt frühestens Mitte Mai», begründet Jenni. Dann interessieren sich die Konsumenten schon für andere Gemüsearten. Immerhin geht ein Grossteil der Schweizer Spargeln direkt ab Hof oder über Wochenmärkte in die Gastronomie.

FAST ALLE ARTEN GANZJÄHRIG

Beim Blumenkohl ist die Konsumflaute während der Inlandhochsaison weniger deutlich. Keine Saison kennen Tomaten, Gurken und Zucchini. Die grösste Nachfrage findet jedoch im April und Mai statt, direkt bevor die Inlandsaison beginnt. Der Konsumrückgang ist während der Inlandsaison nicht so stark wie bei Broccoli oder Fenchel. Tomaten sind im Mai am beliebtesten.

Gurken und Zucchini haben bei den Konsumenten von März bis Juli Hochsaison, aber bei den Schweizer Produzenten erst im Juni und Juli. Marc Wermelinger vom Handelsverband «Swisscoco» wehrt sich aber gegen Kritik am Import: «Wenn es hier noch kalt ist, bringen Gemüse-Primeurs aus warmen Ländern Vitamine und Frühlingsstimmung auf den Tisch – zu einer Zeit, in der Schweizer Betriebe das Gemüse aus Langzeitlagern oder Gewächshäusern holen.» GB

GEMÜSE / Bei den meisten Gemüsearten herrscht bereits Vollversorgung aus der Schweiz. Der Gemüsekonsum stieg die letzten Jahre stetig an – die Gastronomie sollte den Trend unterstützen. GUIDO BÖHLER

Schweizer Gemüse auf die Karte

Dank des heissen Wetters der letzten Wochen haben Gemüsebauern zwei Wochen Vorsprung – «vor allem bei Karotten, Tomaten und Zwiebeln», berichtet Jürg Lüthi, Geschäftsleiter der Schweiz. Zentralstelle für Gemüsebau SZG. Aktionen sind zwar zu erwarten, aber im normalen Rahmen, da bis zur Ferienzeit auch die Nachfrage hoch ist. «Die Handelsbetriebe attestieren gute Qualität», freut sich Lüthi. Tomaten ertragen die Hitze gut, sie reifen schneller und werden röter. Gurken und Zucchini hingegen leiden unter Stress. «Eine Hitzeperiode verkürzt ihr Leben, sie wachsen weniger in die Länge, aber krummer und bilden mehr Samen», so der Experte. «Im Gewächshaus kann man sie beschatten.» Gurken und Tomaten wachsen heute meistens in Gewächshäusern im Naturboden. «sogar in warmen Ländern bis hin zu Marokko», weiss Lüthi. «Durch sind sie sauberer und schöner im Aussehen.»

Substratkulturen sprich Hors-sol hingegen sind hierzulande die Ausnahme. Nur gerade bei Tomaten und Gurken macht diese Produktionsart rund ein Fünftel der Fläche aus. «Hors-sol beeinflusst die Gemüsequalität weder positiv noch negativ», ist Lüthi überzeugt. Diese Produktionsart wäre sogar billig und vor allem im Frühling vorteilhaft, doch dann sind Importgemüse meistens noch billiger.

DER GEMÜSEKONSUM STEIGT KRÄFTIG

Ob Freiland oder Gewächshaus, Substrat- oder Erdkultur und konventionell oder Bio, jetzt gehört Schweizer Gemüse auf die Speisekarte. Lüthi rät der Gastronomie, die Gemüsearten saisongerecht zu nutzen: «im Moment die neuen Karotten, Tomaten, Frühlingssellerie und Blattsalate». Die Schweizer Bevölkerung isst heute 17%

Foto: Guido Böhlér



TOMATEN

Alte Tomatensorten wie die «gezahnten» sind rar aber schmackhaft. Im Trend stehen Zweigtomaten und Cocktailtomaten

mehr Gemüse als vor zwanzig Jahren. Dieser Trend fährt auf die Gastronomie und ihre Zulieferanten ab: Innovative Gastronomen bieten Wellnesssteller an mit mehr Gemüse diverser Arten, dafür weniger Fleisch. Und Prodega will dieses Jahr «10 Prozent mehr Schweizer Gemüse verkaufen», so Produktmanager Martin Jenni. «Das Konzept beinhaltet Gartenfrische aus der Schweiz, Saisonalität und Regionalität.»

NEWCOMER: COCKTAIL-TOMATEN

Bereits die Hälfte der mittelgrossen Tomaten wird am Zweig als Rispen-tomaten verkauft. Laut Jenni bleiben sie dadurch «schmackhafter und länger haltbar. Und der Geschmack hängt vor allem vom Ausreifen an der Staude und der Wahl der Sorte ab.» Die Verkäufe der Fleischtomaten gehen zurück, jene der Cherrytomaten hingegen legen stetig zu, «vor allem solche am Zweig», so Lüthi. Bei Tomaten lohnt sich die Suche nach einer geeigneten Sorte, wie bei Früchten. Lüthi empfiehlt für Salat die traditionelle Einzeltomatensorte «Cristal», bei Rispen-tomaten «Lemance» und bei den Cherrytomaten die grössere «Conchita» oder die kleinere «Favorita». Zwischen den mittelgrossen (57–77 mm) und den Cherrytomaten (bis 35 mm) tauchen Newcomer auf: runde oder ovale Cocktailtomaten von 30–45 mm, z.B. «Loretto». Viele alte

und fast vergessene Gemüsesorten sind schmackhafter als neue.

RAR, ABER BESONDERS SCHMACKHAFT

Gleich mehrere Organisationen fördern die vor dem Aussterben bedrohten Pflanzen, wie die Stiftung «Pro Specie Rara», die «Slow Food Bewegung», Coop und WWF (Goût mieu). «Hobbygärtner pflegen heute seltene Sorten», so Béla Bartha von Pro Specie Rara, «und professionelle Gemüsegärtner bauen sie in kleinen Mengen an.» Einige Beispiele: «Gezahnte Sau-

cen-Tomaten»: lila-rot, sternförmig, fleischig mit wenig Saft. «Coeur de Boeuf-Tomate»: rot-violette und sehr schmackhafte Fleischtomate. «Grüne Zebra»: grün, gestreift, süß, sehr aromatisch, für Salat. «Chioggia»: Rande: rot, weiss geringelt, für Randencarpaccio. «Coop vertreibt sie exklusiv», so Bartha. «Und Coop-Restaurants servieren die begehrte «Rote Melde», ein Gänsefußgewächs, ähnlich wie Spinat, aber intensiver, süß und herber. Interessanten aus der Gastronomie können sich bei Pro Specie Rara anmelden, welche den Anbau für nächstes Jahr koordiniert: Tel. 062 823 50 30.

Gemüse-Trends: küchenfertige boomen

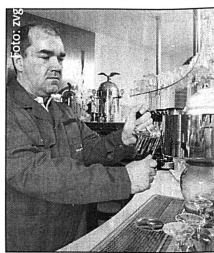
Gemüse-Segmente Auf- und Absteiger	Prodega / Growa Aufsteiger: Bodenkohlhoben, gelbe Pfälzerkarotten, Krautstiele, Sprossen	CCA Angehrn Absteiger: Spinat, Kohlrarten
Spezialitäten, Raritäten	frische Schwarzwurzeln, Wirz grün schwer, Lauch gebleicht (weniger bitter), Kardy aus Genf, weisse Patisson, Minigemüse: Fenchel, Zucchini, Patisson	Cherry-Ramatotomaten am Zweig, gelbe Cherrytomaten, Romanesco, Schweizer Kefen, Salatspinat, Ruccola
Bio-Anteil und Trend	preisbedingt marginal aber +5%	keine Bio
Hors-sol: Anteil, Trend	unter 10%, aber steigend 20% Zuwachs im 2002 (nicht auf Kosten der unverarbeiteten Ware)	kleiner Anteil
Küchenfertige Gemüse	Anteil 11% wertmässig, 5% mengenmässig	stark steigend bei Salaten, langsam steigend bei Gemüse

25. Jubiläum der Sige

Rimini. Vom 17. bis 21. Januar 2004 wird in Rimini die 25. Sige, Internationale Fachmesse für das Konditoren-, Bäcker- und Speiseeis Handwerk, stattfinden. Hervorzuheben ist die UIPCG-Weltmeisterschaft, welche im kommenden Jahr vom Internationalen Verband der Konditoren, Confiserie und Speiseeis Hersteller UIPCG in Zusammenarbeit mit dem italienischen Konditorenbund Conpaat und der Messe Rimini durchgeführt wird. *DST*

FELDSCHLÖSSCHEN / Variable Service-Intervalle Tiefere Servicekosten

Die Feldschlösschen Getränke AG hat als eine der ersten Unternehmungen in Europa und als erste in der Schweiz variable Service-Intervalle bei Offenausschank-Anlagen für Bier und alkoholfreie Getränke eingeführt. Der Service erfolgt nicht mehr nach einem fixen Zeitplan, sondern je nach Anlage in unterschiedlichen Intervallen. Ein Grossteil der Wirte könne dadurch von sinkenden Servicekosten profitieren. *DST*



GATE GOURMET / Folge des Swiss-Abbaus 170 Stellen weg

Der Airline-Caterer Gate Gourmet baut 170 Stellen ab. Damit reagiert die ehemalige Swissair-Tochter auf die bevorstehende Verkleinerung der Swiss-Flotte. Vom Stellenabbau ist vor allem die Grossküche in Zürich betroffen. Insgesamt beschäftigt Gate Gourmet 1160 Angestellte in der Schweiz. Durch die Redimensionierung der Swiss-Flotte bürdet Gate Gourmet in Zürich gemäss Sprecherin Connie Voigt voraussichtlich 20 bis 30

Mio. Franken Umsatz pro Jahr ein. Insgesamt mache die Swiss 7 bis 8 Prozent des weltweiten Gate-Gourmet-Umsatzes von rund 3 Mia. Franken aus. Der grösste Teil der Entlassenen müsse seinen Arbeitsplatz auf den 1. November räumen, erklärte Connie Voigt. 20 Angestellte würden bereits auf Anfang September 2003 Gate Gourmet verlassen. Es komme ein Sozialplan zur Anwendung. *DST/sda*

ZFV mit mehr Umsatz

GV. Der Gastronomieumsatz der Zürcher Gastronomiegruppe ZFV-Unternehmungen ist im Geschäftsjahr 2002 um 9,7 Prozent 86,8 Mio. Franken gewachsen, wie das Unternehmen mitteilte. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen legte von 8,5 Mio. auf 9,6 Mio. Franken zu. Der Cashflow, der vollumfänglich der Weiterentwicklung der Unternehmung dient, betrug 10,5 Mio. Franken, 0,8 Mio. mehr als im Vorjahr. *DST/sda*

TAFELN / Mitte Juni eröffnen die Schweizer Tafeln in Basel ihre dritte Filiale. Die Hilfsorganisation sammelt überschüssige Nahrungsmittel ein und verteilt sie an Menschen in Not. Professionelle Strukturen sollen den Erfolg der Tafeln langfristig sicherstellen. **ELIAS KOPF**

Auftischen statt achtlos wegwerfen

«In der Schweiz hungert niemand. In den Strassen sieht man keine Kinder mit aufgequollenen Bäuchen», sagt Yvonne Kurzmeyer, Gründerin und Präsidentin der Stiftung «Hoffnung für Menschen in Not». Dennoch hat die Stiftung vor anderthalb Jahren die Schweizer Tafeln ins Leben gerufen – eine Lebensmittel-Verteilorganisation für hilfsbedürftige Menschen. «Für Personen mit kleinem Einkommen sind Lebensmittel ein wichtiger Ausgabenposten, bei dem radikal gespart wird. Resultat ist oft eine äusserst ungesunde Ernährung», erklärt Yvonne Kurzmeyer. Die Schweizer Tafeln sammeln bei Grossverteilern und Nahrungsmittelproduzenten überschüssige Lebensmittel ein und geben sie kostenlos an Bedürftige ab. Dadurch wird nicht nur das angespannte Budget der betroffenen Personen entlastet, sondern zugleich auch ihre Gesundheit verbessert.



SCHWEIZER TAFELN

Nahrungsmittelhilfe: Jährlich 250 000 Tonnen Lebensmittel werden in der Schweiz weggeworfen. Die Verteilorganisation Schweizer Tafeln macht diesen Überfluss für Hilfsbedürftige zugänglich. Abnehmer sind unter anderen die Heilsarmee, Gassenküchen, Kinderkrippen, Frauenhäuser und Hilfswerke.



PROFESSIONELLES MODELL VON MC KINSEY

Rund 750 000 Menschen leben in unserem Land in Armut. Ein Drittel davon sind so genannte Working Poor, also Personen, die arbeiten, deren Einkommen aber nicht zur Deckung der Grundbedürfnisse ausreicht. Besonders von Armut betroffen sind allein erziehende Mütter. Gleichzeitig verliert der Handel in der Schweiz laut einer Studie der Beratungsfirma McKinsey jedes Jahr bis zu 250 000 Tonnen Lebensmittel wegen Ablaufens des Verkaufsdatums. Etwa 10 Prozent davon sind als Lebensmittelspende verwertbar.

Die Herausforderung liege vor allem im Aufbau einer effizienten Verteilorganisation: «Wir haben uns mit den Schweizer Tafeln stark am bewährten deutschen Vorbild orientiert und beispielsweise von Anfang an einen professionellen Geschäftsführer eingestellt.» Vor der Gründung der Schweizer Tafeln reiste Kurzmeyer eigens nach Berlin, um sich ein Bild von der Funktionsweise der grössten der rund 300 deutschen Tafeln zu machen. Gleichzeitig konnte McKinsey dazu gewonnen werden, kostenlos ein Geschäftskonzept zu entwickeln: «Während eines Monats haben wir mit einem Team von drei Mitarbeitern in-

tensiv am Geschäftsmodell für die Schweizer Tafeln gefeilt», erzählt Christian Casal von McKinsey Schweiz. Resultat war ein Konzept, das sich in Anlehnung ans Franchising problemlos auf verschiedene Schweizer Städte übertragen lässt.

MIGROS VON ANFANG AN DABEI

Vom Hauptsitz in Murten aus startete im Dezember 2001 der erste Tafeln-Lieferwagen zur Sammeltour in der Region Bern. Als Fahrer und Begleiter amten Freiwillige. Zivildienstleistende oder Personen aus Arbeitslosenprogrammen. Um die Organisation möglichst schlank zu halten, werden die eingesammelten Lebensmittel nicht an Einzelpersonen abgegeben. Es gibt auch kein Lager. Stattdessen wird die Ware noch gleichentags direkt ab Lieferwagen an die Abnehmer-Institutionen verteilt. Dies sind unter anderen die Heilsarmee, Gassenküchen, Kinderkrippen, Frauenhäuser und Hilfswerke. Schon bald habe man einen zweiten Lieferwagen anschaffen müssen, da immer mehr Unternehmen Lebensmittel gespendet hätten, erzählt Tafeln-Geschäftsführer Urs Grossenbacher. Sogar die Armee beteilige sich mittlerweile vor allem mit Grundnahrungsmitteln.

Im letzten Winter erfolgte dann die Expansion nach Zürich. Die Zürcher Tafel arbeitet weitgehend selbständig, doch werden die Aktivitäten der verschiedenen lokalen Tafel-Filialen vom Hauptsitz in Murten aus aufeinander abgestimmt. «Durchdacht stellen wir sicher, dass sich die Tafeln der verschiedenen Städte bei der Suche nach Lebensmittel Spendern nicht ins Gehege kommen», erläutert Yvonne Kurzmeyer. Dies sei gerade im Umgang mit den Grossverteilern sehr wichtig. Die Migros Aare beispielsweise habe sich vom professionellen Konzept auf Anhieb überzeugen lassen. Mit regelmässigen Lieferungen von Lebensmitteln mit abgelaufenem Verkaufsdatum, aber noch gültigem Verbrauchsdatum, habe der Grossverteiler wesentlich zum raschen Erfolg in Bern beigetragen.

TAFELN FÜR DIE GANZE SCHWEIZ

Anton Studer, Rayonleiter Kolonialwaren in der Migros Schönbühl bei Bern, bestätigt: «Wir begrüssen, dass diese Esswaren eine sinnvolle Verwendung finden. Die Qualität der Ware ist einwandfrei, nur verkaufen können wir sie nicht mehr.» Zwar gebe es durch das Aussortieren und Bereitstellen für die Rayonleiter etwas mehr zu tun, aber das sei es wert. Bei Coop sah man die

Sache anfanglich anders. Man befürchtete ein negatives Medienecho und hielt sich lange Zeit zurück. Erst seit Anfang Jahr läuft ein Pilotprojekt für Nahrungsmittelspenden an die Schweizer Tafeln. Nach Auskunft von Coop-Sprecher Karl Weisskopf sind die Erfahrungen bisher durchwegs positiv. Deshalb ist der Grossverteiler auch Mitte Juni bei der Eröffnung des jüngsten Sprosses des Kurzmeyer-Projekts,

der Basler Filiale, mit von der Partie. Doch mit der Präsenz in drei Städten und der Abgabe von Waren für wöchentlich gegen 30 000 Mahlzeiten sind die Schweizer Tafeln noch lange nicht an ihre Wachstumsgrenze gestossen. Yvonne Kurzmeyer: «Bis in fünf Jahren wollen wir in allen grösseren Schweizer Städten eine Niederlassung haben. Die Projekte für Luzern und Genf sind schon weit fortgeschritten.»

Anzeige

Gewinn für Sie und Ihre Gäste!

Machen Sie mit beim spannenden «Michel Lynch»-Wettbewerb mit mehrfachen Gewinnchancen.

Holen Sie sich die Wettbewerbs-Unterlagen bei Ihrem nächsten CCA-Einkauf.

«Michel Lynch»-Weine – Feinheit und Ausgewogenheit für Nase und Gaumen!

Cash-Carry
CC A Angehrn
...wird es für Sie!

8 x drei Engrosmärkte unter einem Dach

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

Vertrieb Westschweiz
www.vogel-vint.ch
Vogel



Solide Finanzierung dank Sponsoring und Spenden

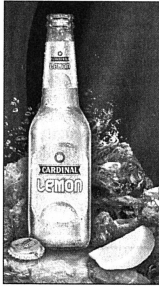
Hinter den Schweizer Tafeln steht die Stiftung «Hoffnung für Menschen in Not», die von Yvonne Kurzmeyer mit einer Spende von 600 000 Franken ins Leben gerufen wurde. Als weitere Finanzierungsquelle dient das Sponsoring. Das Beraterbüro McKinsey beispielsweise begleitet die Tafeln im aktuellen Betrieb. Dazu gehört laut Christian Casal von McKinsey Schweiz etwa das kostenlose Erstellen von Info-Broschüren, Präsentationen und des Jahresberichts. Den Fuhrpark stellt Credit Suisse Leasing, auch die Allianz Suisse

leistet einen jährlichen Geldbeitrag. Bei grossen Warenkontingenten, welche die Kapazität der Tafeln-Lieferwagen übersteigen, hilft Krummen Transporte in Kerzers. Dennoch braucht es pro Filiale jährlich zusätzliche 150 000 Franken für Büromieten, Löhne und Spesen. Hier setzt Kurzmeyer auf das Konzept der so genannten Tafel-Logen. Diese Logen sind Clubs von engagierten Frauen, die sich verpflichten, den Tafeln jährlich mit je 5000 Franken unter die Arme zu greifen. Eine Loge soll pro Stadt etwa 30 Mitglieder umfassen.

«Mit diesen Spender-Clubs wollen wir die Finanzierung unserer Projekte langfristig sichern», meint Kurzmeyer. Die Berner Tafel-Loge funktioniert mittlerweile sehr gut, in Zürich sei man demnächst so weit, und auch in Luzern, wo die Tafel diesen Winter starten soll, sei das Interesse gross. Kurzmeyer: «Den Logen-Mitgliedern geht es nicht nur darum, Geld für eine gute Sache bereitzustellen. Für viele Frauen in guter Stellung ist es auch ein Bedürfnis, sich zu vernetzen und ihren Einfluss geltend zu machen.» *EKO*

Feldschlösschen – Cardinal Lemon

Das neue Bier-Mischgetränk aus Freiburg mit einem Schuss Zitrone ist leicht süß und hat einen Alkoholgehalt von 5 Volumenprozent. Cardinal Lemon gibt es in einer eigens für dieses Getränk eingeführten 27,5-Cl-Long-neck-Flasche. Entwickelt wurde das Produkt sowohl für Biertrinker, die ein neues, frisches Geschmackserlebnis suchen, als auch für Konsumenten, denen «normales» Bier zu bitter ist. Cardinal gibt damit eine Antwort auf die steigende Nachfrage nach leicht süßen, süffigen und nicht stark alkoholhaltigen Getränken.



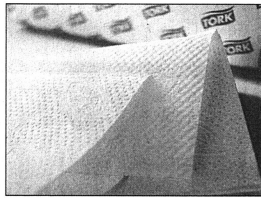
Dass Cardinal Lemon schmeckt, ergab eine unabhängige Marktforschung: «In der Kategorie Biere erreichte es bei den 18- bis 28-Jährigen die höchste je gemessene Akzeptanz», erläutert Kim Christensen, Leiter Marketing der Feldschlösschen Getränke AG, zu der die Brauerei Cardinal gehört. Erstmals ausgeschrieben wurde Cardinal Lemon am 5. Juni an der traditionellen «Fête des brassiers», einem wichtigen gesellschaftlichen Anlass in Freiburg. Ab sofort gibt es das neue Getränk an Festen und Sponsoringevents der Feldschlösschen Getränke AG. Ab Juli wird die Innovation sodann in ausgewählten Bars, Clubs, Pubs und Diskotheken eingeführt. www.cardinal.ch

Tork – Info Center informiert über Händehygiene

Hände sind die Hauptüberträger von Infektionskrankheiten. Eine gründliche Händehygiene ist die einfachste Methode, Infektionskrankheiten vorzubeugen. Die Hände werden oftmals nicht nur zu selten, sondern auch zu kurz gewaschen. Als Mindestdauer werden 30 Sekunden angegeben, in denen mit Seife nicht gespart und auch die Daumen, Handgelenke, Handrücken und Fingerzwischenräume gesäubert werden sollten. Händehygiene sollte jedoch ausgewogen sein. Denn exzessives Händewaschen kann die Haut trocken und spröde machen und so die Anfälligkeit für Infektionen vergrößern. Tork Hygienesysteme gibt es für jede Art von Waschraum und für jeden Anspruch: Für

stark frequentierte Waschräume wie in Messe- und Konferenzzentren, Flughafenterminals und Bahnhöfen oder Einkaufszentren bietet Tork besonders robuste und wirtschaftliche Hygienesysteme mit optimalem Komfort. Für normal frequentierte Waschräume – ob in Fabriken, Büros, Empfangsräumen oder Krankenhäusern – sowie Küchen und Kantinen liefert Tork massgeschneiderte Hygienesysteme.

www.tork.de

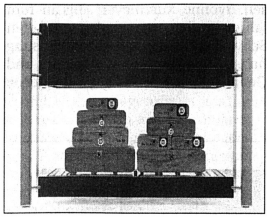


Laura Chavin – Die neue Humidor-Generation

Der neue Cigarren-Humidor von Laura Chavin Cigars vereint formvollendetes Design, selbstregulierende Technik und edle Materialien in handwerklich-perfekter Verarbeitung. Das Ergebnis ist ein Möbel, eine Möbelskulptur, ein Designobjekt, das perfekt kann, was alle

so genannten Humidore zu können nur vorgeben: einen exquisiten und wertvollen Cigarrenbestand über einen unbegrenzten Zeitraum professionell lagern und behüten und Jahrgangscigarren heranreifen lassen. Der neue «HUMIDOR» von Laura Chavin Cigars (LCC) ist der erste Humidor, der sich selbst genäutst kontrolliert, steuert und reguliert. Der erste Humidor, der über Monate genau das Klima erzeugt und präzise einhält, das sonst nur in den begehrten Klimakammern des Fachhandels oder in Cigarren-Lounges erreicht werden kann. Der erste Humidor, der modernste Technik und zeitgemässes Design vereint und damit gehobene Raucherkultur auch in modern gestalteten Wohnungen und Büros integriert.

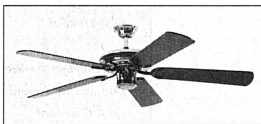
Unico Cigars AG, Peter Baumann
Viaduktstrasse 5
2540 Grenchen
Tel. 032 65 465 45
www.unicocigars.ch
www.laura-chavin.com



Keep cool – dank Ventilatoren von Solis

Die alten Ägypter liessen sich eine kühlende Brise mit Palmwedeln und Fächern aus Papyrus und Pflaumenfedern zufächeln: Das war vor 5000 Jahren. Heute haben wir Propellerromantik. Nebst diversen Tisch- und Standventilatoren gibt es das extravagante Kultobjekt Deckenventilator. Einsam und fast lautlos kreist es, die Seele baumelt

in einem sanften Windzug. Was will man mehr? Der Deckenventilator von Solis, es gibt ihn in Schwarz und Weiss, befähigt die Luftrotation in höchst angenehmer Weise. Die Fernbedienung dient zum Ein- und Ausschalten des Ventilators, zur Regulierung der Laufgeschwin-



AMAG – Erfolgreicher Start des VW-Offroaders Touareg

Vor einiger Zeit wurde der VW Touareg in der Schweiz lanciert. Das Kundeninteresse war und ist sehr gross. Bereits liegen bei den offiziellen VW-Vertriebern tausend Bestellungen für den Offroader vor. Zudem wurde er in der Schweiz zum «Auto Europa 1» gewählt. Der Touareg repräsentiert sowohl optisch

als auch technisch ein Fahrzeugkonzept, das im Spitzenbereich der Sport Utility Vehicles (SUV) konzeptionell neue Wege zeigt. Der Touareg überzeugt in der Schweiz mit speziellen Garantie- und Serviceleistungen. Gegenwärtig gibt es drei Hauptkategorien von Geländewagen: Klassiker mit eindeutiger Offroad-Ausrichtung, Lifestyle-SUV mit starker Onroad-Prägung und solche, die beide Terrains bewältigen wollen. Jede Kategorie hat ihre Stärken, doch denen stehen oftmals Kompromisse gegenüber. Anders der Touareg: Trotz authentischer Offroad-Eigenschaften bietet er onroad den Komfort einer

Nissan Kubistar

Im kommenden Oktober baut Nissan mit dem neuen Kubistar die Nutzfahrzeugpalette weiter aus. Mit der Einführung des Kompakt-Transporters besitzt Nissan nun die breiteste Nutzfahrzeugpalette, die das Unternehmen je in



Europa angeboten hat. Der Neuling basiert auf dem erfolgreichen Kangoo von Renault und ist nach den Modellen Primastar und Interstar das dritte Produkt der Kooperation mit dem französischen Allianzpartner auf dem Sektor der leichten Nutzfahrzeuge. Produktionsstart für den im französischen Renault-Werk Maubeuge produzierten Nissan Kubistar ist der 18. August 2003. Wie schon der Name andeutet, nutzt er jeden zur Verfügung stehenden Kubikmeter optimal aus. Dank mehrerer Heck- und Seitentürkonfigurationen ist der kompakte Lastesel auf verschiedenste Einsatzmöglichkeiten ausgelegt, dabei immer flexibel und bequem belastbar. Die Trennwand hinter den beiden Vordersitzen ist auf Wunsch teilbar. So lässt sich der Laderaum nach Umklappen der Beifahrersitzlehne weiter vergrössern, ohne dass der Fahrer beim Bremsen schützelnd dem Ladegut ausgeliefert wäre. Variabel verschiebbare Festzurrösen und eine hintere Dachluke für überlange Gegenstände sorgen für vielfältige Nutzbarkeit.

Strähl Käse AG – Bonaparte: ein imperialer Genuss

Die Strähl Käse AG, ein traditionsreiches Familienunternehmen im Thurgau, produziert mit viel Sorgfalt und frischer Milch aus der umliegenden Region den Bonaparte Rahmweickäse. Tatsächlich residierte Napoleon Bonaparte vor 200 Jahren ganz in der Nähe; mit herrschaftlichem Blick auf den Bodensee im Schloss Arenenberg. Der Bonaparte erobert heute das kulinarische Feld in guten Käsefachgeschäften und in den Grossverteilern. Ein äusserst harmonischer Rahmweickäse, der auf keiner Käseplatte fehlen sollte und auch verwöhnte Gaumen begeistert.



Strähl Käse AG, 8573 Siegershausen

Kuhn Rikon – Duroply professionelle

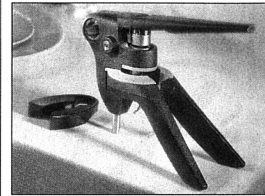
Kuhn Rikon hat mit seinen weltberühmten Duromatic-Schnellkochtöpfen und den Durotherm-Doppelwand-Pfannen den Kochbereich revolutioniert. Die neue Kochgeschirr-Linie Duroply professionelle in einzigartiger Mehrschicht-Technologie, knüpft an die bestehenden Erfolgslinien an. Die neueste Innovation setzt sich aus drei Schichten hochleitendem Aluminium zusammen, die von hochwertigem Chromstahl umhüllt sind. Der Aluminium-Kern nimmt die Wärme sofort auf und leitet sie in die Pfannenwand bis zum Rand hoch. Die optimale Hitzeverteilung erlaubt besonders schonendes Garen mit wenig Flüssigkeit. Empfindliche Speisen müssen nicht mehr so oft gewendet werden, Vitamine und Nähr-



stoffe bleiben erhalten. Weil der Wärmemantel den Kochvorgang optimiert, reduzieren sich Garzeit und Energieverbrauch. Duroply professionelle eignet sich für alle Herdarten, auch für Induktion. Die neue Kochgeschirr-Linie umfasst Stielkasserollen, Braten-, Fleisch-, Gemüse und Teigwarentöpfe, Sautoirs, Sauteusen sowie Accessoires. Kuhn Rikon gewährt, wie auf allen Kochgeschirren, auch für das Mehrschicht-Kochgeschirr zehn Jahre Garantie.

Kuhn Rikon AG
8486 Rikon
Tel. 052 396 01 01
www.kuhnriikon.ch

Le Creuset – Der neue LM 300 Grip von Screwpull



Das jüngste Kind der weltberühmten Screwpull-Lever-Model-Familie hat ein extrem funktionales, sportliches Design.

Die Seitenarme sind so konzipiert und «gepoltert», dass sie jeden Flaschenhals rutschsicher stabil umfassen. Die ebenfalls neu geformte Spirale verhindert das Durchbohren der Korken. Mit dem LM 300 Grip wurde auch ein neuer patentierter Kapselabschneider kreiert, der die Kapsel tiefer weg-schneidet, so dass der Wein garantiert nicht mit der Folie in Berührung kommt. Beide Teile werden in einer edlen Holzschatulle präsentiert. Verkaufspreis Fr. 298.–. Auch bei diesem Original-Lever-Modell gewährt Screwpull zehn Jahre Garantie.

Le Creuset Swiss AG
Allmendstrasse 14
5612 Villmergen
Tel. 056 610 00 30
Fax 056 610 00 34
info@lecreuset.ch

happy AG – «sleep & cash» Mietkonzept

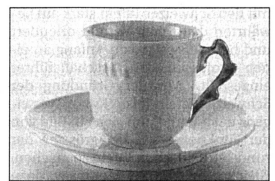
Die happy AG, Kompletanbietin im Bettwarenereich, präsentiert ein weiteres pfiffiges Konzept. Zum ersten Mal können nämlich Matratzen und Bettwaren anstelle eines Kaufes zu äusserst günstigen Konditionen gemietet werden. Wie der Produktname sagt, geht es darum, zuerst gut zu schlafen und dann erst zu bezahlen. Da-

durch schont der Hotelier seine Liquidität. Zudem gehen die Produkte nach drei Jahren ohne weitere Kostenfolge in den Besitz des Benutzers über. Eine Matratzenmiete macht zum Beispiel nur gerade zwischen 30 und 70 Rappen pro Nacht aus. Der Gast schläft dafür wieder auf neuen hygienisch und technisch einwandfreien happy-Matratzen. Dieses Kriterium wird für den Gast nämlich immer mehr zu einem Entscheidungsfaktor. Info erhältlich bei **happy AG**
9201 Gossau
Tel. 071 387 44 33

Illy Schweiz – Die neuen Gourmet-Tassen

Die neuen Gourmet-Tassen von Illy Schweiz sind da: Ein exklusives Design von der Schweizer Künstlerin Giulia Maria Beretta, hergestellt in limitierter Auflage von der Fürstberg Porzellanmanufaktur, Deutschland. Die erste Sammlerklasse wird im späten Frühling 2003 auf den Markt kommen, gefolgt von jährlichen Neuauflagen. Unsere Tasse ist das Ergebnis enger Zusammenarbeit zwischen der Designerin, dem Hersteller und uns. Wir beabsichtigten, ein zeitloses Design zu kreieren, um unsere speziellen Kaffeemischungen vorzustellen. Hierbei haben wir uns von den massenproduzierten Werbeteassen, die heute den Markt dominieren, distanziert. Wir haben uns ent-

schieden, sie von einem der ältesten Porzellanhersteller produzieren zu lassen, um einen ausgezeichneten Artikel zu erhalten, welcher zu unserer hochstehenden Kaffequalität passt. Das Design ist eine modernistische Version einer barocken Form, die den stilisierten organischen Griff mit der Inspiration des Rokoko in Einklang bringt. Wir haben Illys ursprüngliches Logo wieder eingeführt, um der Gründungszeit der Firma zu gedenken. www.illycafe.ch



Diwisa – Jägermeister avanciert zum Kultgetränk

Jägermeister investiert weltweit konsequent in Verbraucherwerbung. Verschiedene Kommunikationsmassnahmen wie Promotionen, Vertriebsmarketing, klassische Kommunikation, Eventmarketing sowie Unterstützung von jungen Rock-Bands in Deutschland und in den USA sollen dafür sorgen, dass die Marke Jägermeister für alle Zielgruppen aktuell bleibt und neue Verwender gewonnen werden. Schon längst ist Jägermeister mit dieser Strategie in den USA

zum Kultgetränk geworden. Jägermeister Promotionsteams mit 3 bis 4 Jägermeistern, manchmal begleitet von Rudi (dem Hirsch), sind vor allem im Raum Zürich, auf Anfrage aber auch in der übrigen Deutschschweiz in Restaurants und Bars, an Events und Partys im Einsatz. Sie verkaufen Jägermeister (Longdrinks oder Jägermeister pur im Portionierfläschchen), machen Polaroid-Fotos von und für die Gäste und sorgen für Partystimmung. Der aktuellste Drink ist zur Zeit der «Flying Hirsch»: 1 Portionierfläschchen Jägermeister 2 cl in ein Longdrinkglas stellen und bis zum Flaschenhals mit Red Bull auffüllen. Prost! **Diwisa AG, Willisau**
Tel. 041 972 73 07
www.diwisa.ch
www.jaegermeister.de



GUIDO HENZMANN / Inhaber der Ligno Interieur AG in Emmen

INTERVIEW: LORE KELLY

Bereitschaft zu Dialog notwendig

Welches sind die grössten Schwierigkeiten bei einem Umbau oder einer Renovation eines alten geschichtsträchtigen Hotels?

Geschichtsträchtige Häuser leben von ihrer Vergangenheit. Wird diese Kultur nicht gewürdigt, verliert ein Haus seine Seele. Nur stellt sich dabei immer wieder die Frage, welches ist die würdige bauliche Essenz? Wie lässt sich diese Kultur mit den neuen Gestaltungsideen verbinden und in die Zukunft retten?

Wie beziehen Sie den Hotelier in Ihre Planung mit ein?

Die Vorstellungen und Persönlichkeiten der Bauherren bzw. des Hoteliers sind für uns sehr entscheidend. Je präziser uns ein Bauherr sagen kann, was er in Zukunft mit dem Haus machen will, um so erfolgversprechender wird das Resultat. Doch ist in jedem Fall zu beachten, dass die besten Lösungen durch einen Prozess erzielt werden können. Dazu muss aber die Bereitschaft zum Dialog und zum Ideenaustausch vorhanden sein.

Wie wichtig ist die Auswahl der Materialien?

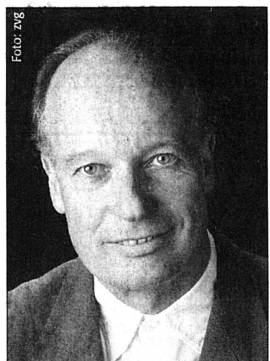
Materialien sind sehr aussagekräftig und prägen Produkte und Räume sehr stark. Die Auswahl wird jedoch im Objektbereich, im Vergleich zum privaten Nutzen, durch feuerpolizeiliche Vorschriften, reinigungstechnische und hygienische Anforderungen sowie durch die Abnutzung recht eingeschränkt. Es ist unsere Aufgabe, die Materialien zu finden, welche all diesen Anforderungen gerecht werden, mit ihren Farben, Strukturen und Charakteren aber auch zur Raumphilosophie passen.

Was begeistert Sie an Ihrem Beruf?

Ein Projekt seriös anzugehen und zu realisieren, funktioniert nur, wenn eine gute Beziehung zu den Entscheidungsträgern möglich ist. Den Kontakt zu Menschen und mit ihnen etwas Nützliches und Schönes zu realisieren, ist für mich und meine Mitarbeiter ein sehr grosser Motivationsfaktor. Ist ein Kunde mit dem Realisierten zufrieden und hat er Freude und Erfolg, ist die Begeisterung bei uns sehr gross.

Welches sind die glücklichen Momente bei der Renovation eines Hotels?

Wenn die Gäste kommen und ihrer Freude Ausdruck verleihen, wie viel besser es ihnen nun gefällt. Oder wenn uns der Hotelier anruft, wenn Gäste kurzum in sein Hotel wechseln oder ein Kompliment platzieren, weil sie von der neuen Ausstrahlung fasziniert sind und sich wohl fühlen.



Guido Henzmann ist auf Renovation und Innenausbau von Hotel- und Gastronomiebetrieben spezialisiert.

RENOVATIONEN / Die Pflege historischer Bauten spiegelt auch politische und gesellschaftliche Entwicklungen. Umbauten und Renovationen von Hotels haben zurzeit sehr grosses Gewicht. LORE KELLY

Hotels und die Denkmalpflege

Die Sorge für historische Bauten ist jeder Generation aufs Neue aufgegeben. Baudenkmäler verlangen kontinuierliche Pflege, und die Frage, ob und wie deren Erhaltung mit einer zeitgemässen Nutzung zu vereinbaren ist, stellt sich alle paar Jahrzehnte wieder neu. Hoteliers müssen immer wieder in ihre alten Baulagen investieren.

Generell hat sich das Bauernereignisvolumen im Hochbau seit 1990 fast verdoppelt. Würde man noch die unterhaltsbedingten Eingriffe dazu addieren, ergäbe sich eine Verdreifachung des Volumens. Dieser Trend macht auch bei Hotels nicht Halt. Seit Mitte der 90er-Jahre kann man bei den Hotels einen Umbau- und Renovations-Boom feststellen.

FACHWISSEN UND FEINGEFÜHL

«Um dieses Bauernereignisvolumen kunden- und marktgerecht bearbeiten zu können, braucht es professionelle Anbieter auf dem Bauplan, die sich der wechselnden Bedürfnisse des Marktes annehmen, gezielt planen, realisieren und für ihre Arbeit Gewährleistung übernehmen», erklärt Raffael Brogna von Zschokke Generalunternehmen. Die Planung und Ausführung von Umbauten ist eine sehr komplexe Aufgabe, die neben Fachwissen und Sachverstand vor allem auch Sensibilität, Feingefühl und intuitives Geschick erfordert. Es gilt, die Vielzahl von Forderungen und Anliegen in einem Raumprogramm zu definieren und somit zu einem harmonischen Ganzen zusammenzuführen.

Langfristige Gesamtkonzepte unter Berücksichtigung aller Faktoren bestimmen den Erfolg einer Immobilieninvestition. Eine grundsätzliche Forderung vor jedem, vermeintlich noch so unbedeutenden Eingriff ist die seriöse Analyse und Beurteilung des Ist-Zustandes der ganzen Immobilie. Eine professionell durchgeführte Gebäudeanalyse, die neben dem baulichen Zustand und der Ermittlung der bauphysikalischen Werte auch gesetzliche Rahmenbedingungen erfasst, soll als Grundlage und als Entscheidungsdokument aller weiteren Überlegungen dienen. Erst danach werden Gesamtkonzeptmöglichkeiten in einer ersten Planungsphase aufskizziert.

UNVERWECHSELBARE AUSSTRALUNG

Sämtliche Lösungen werden grob definiert und miteinander verglichen. Dann kann über Gesamtinvestitionen oder Investitionen in Etappen entschieden werden. Nur so können ökonomische, ökologische oder kulturhistorische Fehlentscheidungen vermieden werden. «Je beschleunigter der Wandel, desto wichtiger wird es, dauerhafte und nachhaltige Werte zu schaffen. Architektur und Design, die den beschleunigten Modetrends aufsitzen, verkommen zur Dekoration», meint Pia Schmid, die seit zwölf Jahren vorwiegend im Hotel- und Gastronomiebereich erfolgreich tätig ist. Sie arbeitet bei allen ihren Projekten mit einem Netzwerk von individuellen Spezialisten zusammen.

Häufiger bewegen sich die Probleme auf der denkmalpflegerischen, betrieblichen, finanziellen, aber auch auf der rechtlichen Ebene. Die in letzter Zeit aufgetretenen Spannungen zwischen Denkmalschützern und Hotelunternehmen liegen in erster Linie darin begründet, dass die Forderungen der einen die Möglichkeiten der anderen überwiegen. Für die Denkmalpflege soll die historische Bausubstanz, welche die unverwechselbare Ausstrahlung dieser Häuser ausmacht, so weit als möglich bewahrt und gepflegt werden.

Für die Hotelunternehmen stehen hingegen betriebswirtschaftliche Anliegen im Vordergrund. Viele Hotels können den internationalen Standard

Foto: zug



KEMPINSKI ST. MORITZ

Bei der Inneneinrichtung ist es gelungen, Tradition und modernes zeitgenössisches Design harmonisch zu verbinden.

nicht oder nur unzureichend erfüllen, da sie für die heute erforderlichen rationalen Betriebsabläufe meist ungenügend eingerichtet sind. Zu den immer wieder anstehenden Verbesserungen im sanitären Bereich, den Modernisierungen der Küche und neuen Ausstattungen kommen die sich stets wandelnden Bedürfnisse des Marktes, die zuweilen auch bauliche Erweiterungen oder Anpassungen an veränderte Nutzungen erfordern. Staatliche Beiträge stehen jedoch in erster Linie nur für Restaurierungen zur Verfügung.

ERFÜLLT MIT NEUEM LEBEN

Kürzlich wurde das frühere Parkhotel Kurhaus in St. Moritz, das zwischen 1862 und 1866 entstand, zur mondänen Luxusherberge Kempinski umgebaut. Schon zwanzig Jahre nach der Entstehung wurde ihm ein schlichter nordmediterraner Palaststil verpasst. 1906 wurden die Ecktürme im Neubarock ergänzt. Nachdem das Hotel 1944 in weiten Teilen abgebrannt war, wurde es 1950 erneuert, wobei aber der Stil des Gebäudes beibehalten wurde. Dem Hotel wurde in einer vierzehnmönatigen Umbauzeit wieder neues Leben eingehaucht.

Verantwortlich waren das Wiener Architekturbüro Franz Schnabel und der österreichische Bauträger Strabag. 55 Mio. Franken kostete der Umbau. Der Wellnessbereich mit Investitionen von Fr. 6000.- pro m² wurde bewusst

grösser als nötig geplant, weil man sich davon eine bessere Hotel-Auslastung übers ganze Jahr verspricht. Charakteristisches Markenzeichen des Gebäudes sind die beiden Türme, welche zwei luxuriöse Suiten beherbergen. Auch bei der Inneneinrichtung ist es gelungen, eine harmonische Verbindung von Tradition und modernem, zeitgenössischem Design zu verwirklichen.

Die grössten Probleme während des Umbaus entstanden dann, als das Dach renoviert werden musste. Nicht einkalkulierte Mängel traten auf. Man entdeckte, dass viele Dachbalken morsch waren und ersetzt werden mussten. Ausserdem musste die gesamte alte Infrastruktur entfernt werden, was schwerwiegende Eingriffe ins Gemäuer nach sich zog und durch Neues und Zeitgemässes ersetzt werden musste. Aus zwei Zimmern entstand eines, das internationalem Standard entspricht.

ABKLÄRUNG UND KOSTENERMITTLUNG

Inneneinrichter Guido Henzmann von Ligno Interieur AG aus Emmen ist spezialisiert auf die Renovation von Hotels. Er baute das «Hotel Interlaken», Interlakens ältestes Hotel, um. Bereits im 13. und 14. Jahrhundert dienten die Räumlichkeiten als Hauptgasthaus des Klosters und galten als Mittelpunkt des grossen Verwaltungsbezirks für die Staatsaktionen. Das Gebäude steht seit Jahren unter Denk-

malschutz. «Auf alle Fälle musste die bestehende Architektur des Gebäudes gewürdigt werden. Aber allzu viele Kompromisse lassen keinen einmaligen Wurf zu», erklärt Henzmann. Er baute den Eingang und das Restaurant um. Die Hotelhalle war düster, sehr rustikal und übermöbliert.

MARKETINGSTRATEGIE ERAHNEN

«Nach intensiven Abklärungen und Kostenermittlungen entschlossen wir uns, den hinteren Aufenthaltsbereich mit seinen antiken Möbeln möglichst wenig zu verändern, jedoch die eigentliche Hotelhalle mit Eingang und Reception nach den heutigen Bedürfnissen umzubauen», erklärt Henzmann. Das undichte Flachdach konnte mit wenig Aufwand saniert werden. «Als Erstes versuche ich, die Marketingstrategie des Hauses zu verinnerlichen. Liegt sie ausformuliert als Text vor – was nicht oft der Fall ist –, hat man leichtes Spiel, andernfalls muss ich sie erahnen und im Gespräch mit dem Bauherrn fassbar machen», meint Henzmann.

Jede Türe, der Bodenbelag, die Lichtführung, alles kommuniziert eine Aussage, die exakt auf die Unternehmensphilosophie abgestimmt sein muss. «Der Hauseingang weckt die Neugierde des Gastes. Er ist wie eine Bürgerschaft für das, was der Kunde vom Haus als Ganzes erwarten darf», erläutert der Innenarchitekt.

Paläste für feudale Logis in reizvoller Umgebung

Der Wunsch nach Naturnähe und Selbstdarstellung, der im 19. Jahrhundert mit der Industrialisierung und der Emanzipation des Bürgertums einhergeht, findet seine Entsprechung im grossartig inszenierten Luxushotel in den Alpen und an den Schweizer Seen. Der Prozess dieser architektonischen Entwicklung widerspiegelt den technischen Fortschritt und den Geschmackswechsel eines halben Jahrhunderts (1860 bis 1920).

Hinter den Kulissen ist das Hotel seit seinem Aufkommen im frühen 19. Jahrhundert eine rational funktionierende Maschine, auf der Bühne der gesellschaftlichen Repräsentation hingegen bleibt das Grand Hotel bis weit ins 20. Jahrhundert hinein ein Wahrzeichen einer höfisch-aristokratischen Schweiz. Die Hotels brillieren als

Schmuckstück. Die Grandhotels verdanken ihr Überleben dem Mythos ihrer Geschichte und ihrem legendären Ruf, der sie deutlich von der Konkurrenz vom inzwischen alltäglich gewordenen Fremdenverkehr abhebt. Die Vorliebe der Privilegierten für idyllische Flecken zeigte sich in der Standortwahl. Viele sind in den Alpen, an Seufern oder auf grünen Stadthügeln gebaut, dem Bedürfnis der Klientel Rechnung tragend, einerseits in landschaftlich reizvoller Umgebung zu logieren und andererseits nicht vom Puls der Zeit abgeschnitten zu sein. In der Blütezeit der Grandhotels entstanden wahre Paläste. So wartete das «Victoria-Jungfrau» in Interlaken mit mehr als 18 Salons auf. Eduard Ruchti, ein tatkräftiger und weitsichtiger Hotelier und Politiker, kaufte 1856 die Pension Victoria mit

herlichem Blick auf das Jungfraumassiv. Schon 1878 schrieb Mark Twain: «Wir stiegen im Hotel Jungfrau ab, einer von diesen mächtigen Einrichtungen, die von den Bedürfnissen des modernen Reisens in jedem hübschen Fleck Europas geschaffen worden sind».

Mit seinen neubarocken Hallen und Salons und dem von Galerien gesäumten Lichthof vermochte das Grand Hotel Victoria-Jungfrau auch die anspruchsvollen ausländischen Gäste der Jahrhundertwende zu begeistern. Erst Anfang des 20. Jahrhunderts wurden die Zimmer mit dem heute als selbstverständlich geltenden Komfort wie Elektrizität, fliessendem Wasser und Toiletten und natürlich mit erlesenen Spa- und Wellnessbereich ausgestattet. LK

GRINDELWALD / Obstlehrpfad eröffnet «Öpfelchüechliwäg»

Was entsteht, wenn die Schweizer Obstwirtschaft, die Bahnen und der Tourismus des Berner Oberlands zusammenspannen? – Ein «Öpfelchüechliwäg». Letzte Woche hat Melanie Winiger den Obstlehrpfad oberhalb von Grindelwald offiziell eröffnet.

Der Themenweg bietet Informationen über den Schweizer Obstbau und Früchte in der Ernährung. Im Bergrestaurant können die Wanderer die Theorie gleich in die Praxis umsetzen

– bei einem Teller «Öpfelchüechli» beispielsweise. Die Wanderung führt von Hohenstein bis Brandegg und dauert zirka 1,5 Stunden. Die Bergbahnen offerieren ein entsprechendes Rundreisebillet.

Die touristischen Partner des Themenwegs sind: Grindelwald Tourismus, die Jungfraubahnen, die Männlichenbahn, das Restaurant Brandegg, die BLS sowie Schweiz Tourismus. SST

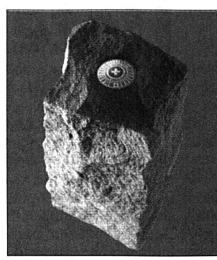
Neue Hauswirtschaftsleiterinnen

Brevetierung. An acht Hauswirtschaftsleiterinnen wurden in Bern nach bestandenen Berufsprüfungen die Fachausweise überreicht. Es sind dies Lilly Bachmann-Borer, Regensdorf; Patrizia Gwelessiani, Zürich; Tamara Hunziker, Zürich; Daniela Kälin, Einsiedeln; Petra Kröni, Kloten; Eveline Schenk, Zürich; Verena Walther, Aesch; Michaela Weber, Zürich. TRU

MILESTONE 2003 / Tourismuspreis Schweiz Noch sechs Wochen!

Bis 31. Juli können bei der HTR-Redaktion Bewerbungen und Empfehlungen für den Milestone 2003 eingereicht werden. Vergeben werden «Meilensteine» an Persönlichkeiten sowie für innovative Projekte aus den Bereichen Transport & Verkehr, Beherbergung & Verpflegung, Freizeitaktivitäten, Unternehmen & Organisationen. Am 28. Oktober ist Preisverleihung. PK

www.htr-milestone.ch



ZITAT DER WOCHE

«Wer nichts macht, weiss auch nie, wann er fertig ist.»

Peter Bally, Direktor des Park Hotels Vitznau, an der Verleihung des Five Star Diamond Awards.

Siehe auch Bildlegende unten

PEOPLE

Der Vorstand des «Switzerland Convention & Incentive Bureau» erhält drei neue Mitglieder: **Christina Marzluft** (Schweiz Tourismus), **François Michel** (Office du Tourisme du Canton de Vaud) und **Mario Lütolf**. Der Direktor von Luzern Tourismus übernimmt zugleich das Präsidium. Den Vorstand verlassen haben **Claude Petitpierre** (Lausanne Tourisme), **Heinz Moser** (Basel Convention Bureau) und **Klaus Oegerli** (Schweiz Tourismus). Im Amt bleiben **Markus Lergier** (Kurverein Pontresina), **Michel Ferla** (Schweiz Tourismus) und **Urs W. Eberhard** (Swiss Int. Air Lines). SST

Beat Rauber, Direktor und Delegierter des Verwaltungsrates der Kursaal-Casino AG Luzern, tritt nach neun Jahren von diesen Funktionen zurück. Er bleibt aber Mitglied im Verwaltungsrat. Er wird noch bis zum Frühling 2004 in seiner jetzigen Funktion tätig bleiben und die Abläufe sicherstellen. CK/ada

François Dussart (35) wurde vom Verwaltungsrat als Direktor des Hôtel Beau-Rivage Palace und des Hôtel d'Angleterre & Résidence in Ouchy gewählt. Dussart ist gebürtiger Franzose. Ihm zur Seite steht der Belgier **Kor Dormans** (34). Beide Hoteliers können langjährige internationale Berufserfahrungen vorweisen. TRU

Nationalrat **Franz Steinegger** stellt sich nächsten Oktober zur Wahl nicht mehr zur Wiederwahl. Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) will er aber vorerst bleiben. «So lautet jedenfalls der letzte Stand», sagt **Judith Renner-Bach**. Die STV-Direktorin sorgt nun dafür, dass der Tourismusdachverband im Nationalrat vertreten bleibt: Sie bewirbt sich auf der SVP-Frauen-Liste des Kantons Bern um einen Sitz in der Grossen Kammer. SST

KURZ UND BÜNDIG

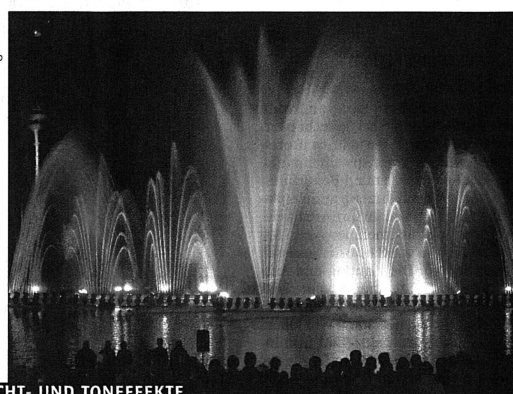
Bundesgericht. Das Bundesgericht hat die Berufung des Zermatter Künstlers Heinz Julen gegen das Urteil des Waliser Kantonsgerichts abgewiesen. Julen hat somit den Streit um die Verletzung der Persönlichkeit von Unternehmer Alexander Schärer definitiv verloren. Im Zusammenhang mit dem Bau des Hotels «Into the Hotel» hatte Julen als «Trauerarbeit» Porträts von Personen gemalt, die am Projekt mitgearbeitet hatten, alle mit nacktem Oberkörper. TRU

KOMBINIERTES PROJEKT / Europas grösste Wasserorgel erfreut Arosas Gäste für guten Zweck Wasserspiele werden zum Spendenprojekt

Eine auf dem Arosar Obersee zum UNO-Jahr des Wassers installierte Wasser- und Lichtshow wurde mit einem Spendenprojekt von World Vision kombiniert. Der Erlös kommt einem Wasserprojekt in Senegal zugute. Die Wasserorgel wurde in sieben Monaten gebaut und hat laut Arosa-Tourismusdirektor Hans-Kaspar Schwarzenbach über eine Million Franken gekostet. Sie sei mit viel Erfolg am letzten Wochenende eingeweiht worden.

Europaweit ist die 22 Meter breite, mit 1024 Düsen und 140 Lichtquellen ausgestattete Wasserorgel die grösste ihrer Art. Einem Feuerwerk ähnlich entstehen während 25 Minuten Bilder und Lichteffekte, die unterschiedliche Stimmungen auslösen. Choreografiert wurden Musikstücke wie «I want it all» oder «One Moment in time». Es gibt wöchentlich drei verschiedene Shows zu sehen. Nächstes Jahr werden andere Musikstücke inszeniert. TRU

Foto: Hornberger Arosa



LICHT- UND TONEFFEKTE

Das Wasser- und Lichtspektakel auf dem Arosar Obersee ist den ganzen Sommer über jeweils am Dienstag, Freitag und Samstag Abend zu sehen.



Five Star Diamond Awards. In feierlichem Rahmen durften im Park Hotel Vitznau letzte Woche Peter Bally, Park Hotel Vitznau, und Ezio Indiani, Hotel des Bergues, Genf (Finest Hoteliers), und Kurt H. Illi, Luzern (Kategorie «Lifetime Achievement»), einen Five Star Diamond Award in Empfang nehmen. Mit diesem Symbol ehrt die American Academy of Hospitality Sciences auf internationaler Ebene Persönlichkeiten und Unternehmen für vorzügliche Leistungen. Die Entscheide der Academy stützen sich einzig und allein darauf, ob sich das Unternehmen der Gastfreundschaft verpflichtet fühlt und dies auch in jeder Hinsicht zum Ausdruck kommt. Im Bild (von links): Peter und Junia Bally, Direktionshepaar Park Hotel Vitznau, Joseph V. Cinque, President of The American Academy of Hospitality Sciences, Sängerin Marianne Cathomen, die mit einer musikalischen Einlage aufwartete, Kurt H. Illi und Ezio Indiani. MD

GLOSSE

Just in time

HANSPETER GSELL*

Die Weinkarte war in feinstes Kalsbinder gebunden und ein goldener Bacchus versprach höchsten 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 vorgesehen 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 ertippte ich mir einen mittelschweren Roten. Der im Trunk ergraute Sommelier zog seine linke Augenbraue in die Höhe und erstarre zur Sprechblase. Bevor auch nur eine weitere Worthülse seine geschürzten Lippen verlassen konnte, ergab ich mich feierlich, warf symbolisch ein imaginäres Handtuch und überliess die weitere Auswahl dem befrachteten Herrscher über Tausend Weine.

Als ich mich 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 turnierte er über die Feuerleiter zurück in die Küche. Die Frackschuppen flatterten dabei lustig im Wind.

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

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verband
Mönchstrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien: Christian Hodler

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

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK), Toni Ratti (TRU), Sonja Stälder (SST), Dr. Karl Josef Verding (KVJ)

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

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

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK)

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

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

Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Loh (GL), Tübingen; Herbert Putschner (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Georg Uebenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strebel
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casulaci
Stelleninserate: Matthias Beyerle, Andres Jakob, Marc Moser
Geschäftsanzeigen: Markus Marchel (Verkaufsführung), Roger Stemmer, Brigitte Weber
Inneninserate: Patrick Stadler

Druck: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Bern

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

Verkaufspreise: (inkl. MwSt) Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–

ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

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

Kontakte:

Adresse: Mönchstrasse 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
Geschäftsanzeigen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: petrick.stadler@swisshotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



MARTIGNY / Les 25 ans de la Fondation Gianadda ont été fêtés le 18 juin. Gros plan sur ce véritable atout touristique. **PAGE 3**



EZIO INDIANI / Le directeur de l'Hôtel des Bergues (à dr.) s'est vu décerner la semaine passée le Five Star Diamond Award. **PAGE 6**



hotel+tourismus revue

SCIB / Mario Lütolf (Lucerne) a remplacé Claude Petitpierre (Lausanne)

Un Lucernois nommé à la présidence

Organisme groupant les villes et les prestataires spécialisés dans les voyages d'affaires et de motivation, fort de 32 membres, le Switzerland Convention & Convention Bureau (SCIB), réuni en assemblée générale à Lausanne, s'est donné vendredi un nouveau président en la personne de Mario Lütolf, directeur de Lucerne Tourisme. Il remplacera Claude Petitpierre, son homologue de Lausanne Tourisme qui a présidé le SCIB depuis 1999 et qui était membre du comité depuis 1997. D'autres mutations ont également été enregistrées durant cette journée. Ainsi, François Michel, vice-directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud, et Christina Marzluff, responsable du marché allemand pour Suisse Tourisme, sont entrés au comité. Ils remplaceront Heinz Moser (Bâle) et Klaus Oegerli (Suisse Tourisme).

PRÉSENCE ACCRUE DU TOURISME D'AFFAIRES

Durant les années de présidence de Claude Petitpierre, le SCIB a connu un développement significatif. Ses membres, indique le président sortant, ont en effet œuvré pour que le tourisme d'affaires devienne un segment touristique dans la stratégie de Suisse Tourisme. «Cette opération a été couronnée de succès grâce à la volonté commune d'aboutir», dit-il. Une preuve de ce développement est apportée par l'augmentation du budget du SCIB. Ce dernier a passé de quelque 600 000 francs à 5 millions de francs. «En terme de marketing, notre approche est maintenant complètement différente. Nous avons notamment en permanence des délégués qui font de la promotion sur les marchés», ajoute Claude Petitpierre.

QUELQUES SIGNES DE REPRISE

A l'instar des autres professionnels du tourisme, les membres du SCIB traversent une période difficile sur le plan des affaires. Les chiffres de 2002 ne pourront pas être atteints cette année, estime Claude Petitpierre. Les nuitées dans ce secteur devraient reculer de 5 à 7%. Toutefois, des signes de reprise se font sentir. Ceux-ci se manifestent notamment sur les marchés français, anglais et du Benelux. «A Lausanne, la demande pour 2004 et les années suivantes a largement repris. Nous avons notamment décroché trois congrès de quelque 1500 à 3000 personnes», indique Claude Petitpierre. **MHI**

HOTELLERIESUISSE / Le lobbying au niveau politique et les futures adaptations de la CCNT ont été deux des principaux thèmes évoqués mardi lors de l'assemblée des délégués à Pontresina (GR). **LAURENT MISSBAUER**

«Se battre pour sortir de la crise et pour le plaisir de servir»

«Notre travail de lobbying intensif au niveau politique a porté ses fruits. Après le Conseil fédéral et le Conseil des Etats, le Conseil national s'est prononcé ce printemps lui aussi en faveur du prolongement du taux réduit de TVA pour l'hôtellerie jusqu'en 2006. Aujourd'hui, nous continuerons à nous battre pour que ce taux de TVA réduit pour les prestations d'hébergement soit inscrit définitivement, dès 2007, dans le nouveau régime financier de la Confédération.» Tels ont été quelques-uns des propos tenus mardi par le président d'hotelleriesuisse, Christian Rey.

Force est de relever que ce prolongement du taux réduit pour trois nouvelles années a été un des rares points positifs évoqués lors de cette assemblée des délégués d'hotelleriesuisse qui s'est tenue mardi à Pontresina (GR). La baisse des nuitées de 5,3% en 2002, un hiver 2002/2003 qui a enregistré un recul des nuitées étrangères de 4,5% et des perspectives peu réjouissantes pour la présente saison d'été (-0,8% dans les Alpes et -4,7% dans les villes) sont en effet autant de sujets de préoccupation.

UNE BROCHURE SUR LE TRAVAIL

«Il ne sert cependant à rien de lever les bras au ciel et de se lamenter sur la crise du tourisme», a relevé Christian Rey. Le président d'hotelleriesuisse a ainsi insisté à Pontresina sur les «possibilités offertes à quiconque voit dans la crise une occasion de retrouver le plaisir de servir et une chance à saisir».

Une de ces chances à saisir a pris la forme d'une nouvelle brochure d'information intitulée «La vérité sur les conditions de travail dans l'hôtellerie». Editée par hotelleriesuisse et présentée mardi à l'occasion de cette assemblée des délégués, cette brochure constituera un outil important afin de défendre les intérêts de l'hôtellerie helvétique dans ses négociations en vue de l'adaptation de la Convention collective nationale de travail (CCNT) 2003 pour l'année 2004.

LA CCNT 2004 EN DISCUSSION

Claudio Casanova, président de la Commission de législation du travail d'hotelleriesuisse, a rappelé à que les salaires minimaux de la CCNT actuelle



WALTER TRÖSCH (À G.) ET CHRISTIAN REY

Le vice-président et le président d'hotelleriesuisse, unis pour le «plaisir de servir» les intérêts des hôteliers suisses lors de l'assemblée des délégués de Pontresina.

avaient été fixés au mois de juin 2001, soit à une date où l'on ignorait tout de la gravité des conséquences qu'aurait sur notre branche le 11 septembre, la disparition de Swissair et la pneumonie atypique. «Comparé à ce qu'a suivi, nous avons trop donné. Depuis 2001, les salaires versés dans l'hôtellerie ont en effet augmenté de 23%

alors que l'évolution économique était négative», a notamment relevé Claudio Casanova.

Les négociations avec les syndicats pour la CCNT 2004 feront l'objet d'une réunion le 25 juin. Si elles échouent, c'est la Commission fédérale d'arbitrage qui fixera cet automne les salaires pour l'année 2004. En-

fin, on relèvera que les caisses d'allocations familiales d'hotelleriesuisse ont enregistré, l'an passé, un excédent de recettes de 1,2 million de francs. Il s'agit là d'un résultat qui a été qualifié d'exceptionnel par Daniel Kraehenbuehl, président jusqu'à la fin de cette année des caisses d'allocations familiales Hotela.

Les autres sujets de l'assemblée des délégués en bref

Cette assemblée des délégués a également traité plusieurs affaires courantes. Parmi celles-ci, on en mentionnera trois.

Comptes 2002. Durant l'année 2002, hotelleriesuisse a dû faire face à une diminution des recettes de 3,2 millions de francs. Celle-ci s'explique notamment par le recul des annonces de près de 35% dans les titres édités par hotelleriesuisse. Ce recul reflète les problèmes rencontrés en 2002 par la totalité de la presse suisse, a indiqué Herbert Sidler, membre du comité exécutif d'hotelleriesuisse. «L'identification précoce de ces problèmes et

l'adoption immédiate de mesures pour la compression des coûts ont empêché que l'organe faîtière de l'hôtellerie helvétique se retrouve dans une situation critique sur le plan économique», a ajouté Herbert Sidler. «L'exercice 2002 s'est ainsi soldé par un déficit de 214 000 francs qui est plutôt modeste compte tenu de l'évolution des affaires», a-t-il conclu. Ces comptes ont été acceptés à l'unanimité.

Hommages. Caspar E. Manz, qui fêtera prochainement 80 ans et qui, pour des raisons de santé, n'a finalement pas pu répondre présent à Pon-

tesina, a été nommé membre d'honneur. Christian Rey, le président d'hotelleriesuisse, lui a rendu hommage en le qualifiant de «grand pionnier» de l'hôtellerie helvétique.

Prochaines assemblées. La prochaine assemblée d'hiver des délégués d'hotelleriesuisse se tiendra le 27 novembre à Olten (SO). Il y sera notamment question du budget de l'association et des objectifs stratégiques à atteindre. Comme nous l'avions déjà annoncé dans notre édition du 12 juin, la prochaine assemblée d'été aura lieu à Neuchâtel les 7 et 8 juin. **LM**

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!

Van Baerle & Ge 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

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

ROLAND PIERROZ

MICROS

Restaurant Roland Pierroz, Verbier

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

G8 / Les sites touristiques ont aussi souffert pendant le Sommet d'Evian De gros «dommages collatéraux»

On craignait le pire, le pire s'est produit. Sur les sites touristiques du Chablais, côté suisse comme côté français, la réunion du G8 (le sommet d'Evian) n'a pas été sans «dommages collatéraux», même si les chiffres sont loin d'être précisément définis.

Mais les estimations parlent d'elles-mêmes. Ainsi, au Bourveret, où les responsables du Swiss Vapeur Parc indiquent un manque à gagner de 30 000

francs pour le week-end de l'Ascension. Ainsi encore à l'Aquaparc, où l'on prévoyait une fréquentation de 50% inférieure à la norme saisonnière et qui a finalement atteint 70%!

A Villeneuve, chez «Fun Planet», on indique aussi un chiffre d'affaires en baisse. Sans cependant pouvoir déterminer s'il est dû au G8 ou aux conditions météorologiques.

La situation est encore plus dramatique en France. A

«Cimes-Story», un parcours-aventure à Saint-Gingolph, les responsables n'ont «vu personne», bien que le site soit resté ouvert. De même à Sciez, au-dessus d'Evian, où le parc animalier est resté désert, ou presque. Défection également au Château de Chillon, sans qu'on l'impute entièrement au G8, alors que le Musée olympique, à Lausanne, fermé durant cinq jours, n'a pas encore communiqué de chiffre. JJE

VALAIS / La station de Breiten est la base de l'explorateur Dixie Dansercoer

Un centre de motivation belge

La Belgique a toujours été un important marché émetteur de touristes individuels pour plusieurs stations de Suisse romande, notamment pour Leyzin et Château-d'Ex où les nuitées belges arrivent en tête devant celles des Suisses et des Allemands. Mais la Belgique est aussi un marché émetteur non négligeable pour le tourisme d'affaires et les voyages de motivation. Suisse Tourisme et le SCIB, le Switzerland Conven-

tion & Incentive Bureau, l'ont bien compris et disposent à Bruxelles, en la personne de Myriam Winnepeninckx, d'une responsable qui s'occupe exclusivement de ce segment.

On relèvera que l'importance de la Suisse en tant que destination pour les voyages de motivation a gagné en importance en Belgique depuis que l'explorateur et aventurier belge Dixie Dansercoer a été nommé en début d'année «ambas-

sadeur de la nature et des montagnes suisses».

En compagnie de son épouse Julie Brown, Dixie Dansercoer a en effet fondé en Valais, à Breiten, son propre centre de motivation. Celui-ci, appelé «Circles», fera l'objet d'un voyage de presse du 23 au 26 juin. Le contrat de collaboration qui unit Dixie Dansercoer à Suisse Tourisme et au SCIB, porte pour l'instant sur une période de trois ans. LM

VALAIS / La taxation touristique en question

Une taxe sur les lits?

Lors du «Tourism Professional Meeting» organisé vendredi par le club de l'Ecole suisse du tourisme à Sierre, Yvan Aymon, directeur-adjoint de Valais Tourisme, a jeté un pavé dans la mare avec les propos suivants: «Ne taxons plus les touristes mais les propriétaires de logements! Actuellement, le calcul de la taxe de séjour se fait en fonction du nombre de journées passées dans la station. Est-ce bien juste?» A priori, c'est le touriste qui profite des infrastructures de la station. Yvan Aymon est cependant d'un autre avis. «Lorsque le touriste loge dans une de nos stations, il paye indirectement les équipements et les animations. Plus la station est attrayante, plus la location sera élevée. C'est donc le propriétaire du logement qui profite personnellement de l'infrastructure ou répercute sa valeur dans le prix de location.»

VERS UNE TAXE D'INFRASTRUCTURE?

Pour Yvan Aymon, ces coûts dépendent de la fréquentation maximale: imaginez Crans-Montana équipée idéalement pour la moyenne saison, mais pas pour la période de Noël et Nouvel An. Routes, places de parc, enlèvement des ordures, promenades, places de jeu, remontées mécaniques, etc.: tous ces services et infrastructures seraient insuffisants au moment du boom touristique, quand on compte quelque 40 000 personnes par jour alors que la moyenne calculée selon les nuitées amène ce chiffre à 4300 personnes par jour. La taxe d'infrastructure devrait donc se calculer en fonction du nombre de lits. «Qu'ils soient occupés peu ou beaucoup n'a pas d'influence.» Les propriétaires payeraient en fonction de la dimension du chalet ou de l'appartement. «Ainsi on ne taxe plus nos clients, on ne désavantage plus ceux qui louent et donc génèrent de la valeur ajoutée pour la destination. On taxe les résidences secondaires pour ce qu'elles coûtent réellement. Et en plus, on donne une image positive du Valais auprès de nos clients potentiels.»

SUPPRIMER LES INÉGALITÉS

Quant aux touristes de passage, qui bénéficient des infrastructures sans contribuer à leur financement puisqu'ils ne logent pas sur place, ils devraient aussi verser une contribution financière. «Les personnes qui logent dans le canton devraient recevoir une carte du type de celle d'Arosa qui donne accès gratuitement à différentes infrastructures. Les excursionnistes pourraient, eux, acheter cette carte.» Yvan Aymon a aussi proposé que l'actuelle taxe de promotion touristique passe du niveau communal au niveau cantonal. Cela permettrait de supprimer les inégalités qui existent actuellement entre ceux qui financent la promotion, et ceux qui profitent des retombées de la branche. Une commission parlementaire devrait être nommée pour travailler sur la révision de la loi sur le tourisme. DEM

MARCHÉ NÉERLANDAIS / Un séminaire sur la création de produits touristiques adaptés à la clientèle des Pays-Bas a été organisé pour la première fois la semaine passée à Zurich. LAURENT MISSBAUER

«C'est notre 2e marché étranger»

C'est à une première qu'ont été conviés la semaine dernière, à Uetliberg, sur les hauteurs de Zurich, une vingtaine de professionnels suisses du tourisme. A l'initiative de Rafael Enzler, le directeur de la représentation de Suisse Tourisme pour le Benelux, ils ont en effet eu l'occasion de participer, une journée durant, à un séminaire qui leur a permis de mieux connaître certaines spécificités du marché néerlandais.

UNE IMAGE À AMÉLIORER AU NIVEAU DE LA FAMILLE

Grâce à la présence de deux voyageurs, René van der Klink, de Vrij Uit, un voyageur de Thomas Cook Nederland, et Ron Heeren, directeur de NS Travel, le spécialiste néerlandais des voyages en train, les participants à ce séminaire ont notamment appris que la Suisse souffrait d'un certain déficit d'image aux Pays-Bas en tant que destination de vacances pour les familles. Le fait que Suisse Tourisme reprenne désormais à son compte le secrétariat des KidsHotels et prolongera jusqu'en 2006 sa campagne «Familles bienvenues» (lire notre édition du 12 juin) devrait logiquement permettre à notre pays de corriger ce déficit d'image.

LES SENIORS, UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

René van der Klink a cependant encouragé les participants du séminaire à se mettre immédiatement à l'œuvre afin d'être davantage flexibles et de faciliter l'accueil des familles. A ce sujet, il a relevé que peu d'hôtels en Suisse acceptaient que deux enfants dorment dans la même chambre que leurs parents. «On m'a répondu qu'il n'y avait de la place que pour un seul

Photo: Laurent Missbauer



SUR LES HAUTEURS DE ZURICH

Rafael Enzler, de Suisse Tourisme, entouré par les voyageurs néerlandais Ron Heeren (à g.) et René van der Klink.

lit supplémentaire. Je suis d'accord, mais pourquoi celui-ci ne serait-il pas à deux étages», s'interroge René van der Klink.

Ron Heeren, pour sa part, a insisté sur le fait que le marché des seniors était en pleine expansion aux Pays-Bas et que la nature et les montagnes suisses les intéressaient beaucoup. Rafael Enzler, de son côté, a insisté sur le fait que les Néerlandais avaient la par-

ticularité de venir en Suisse davantage en été (60%) qu'en hiver (40%), contrairement, par exemple, aux Belges (50%-50%). Il a aussi souligné qu'ils préféraient la parahôtellerie (2/3) à l'hôtellerie (1/3) et que toutes nuitées confondues (hôtels, appartements, campings), ils représentaient le deuxième marché étranger de la Suisse.

Enfin, Fabian Claivaz, le responsable du marketing de Watch Valley, a

trouvé qu'un tel séminaire était très utile: «J'y ai notamment appris que les Néerlandais disposent de 25 à 39 jours de vacances par année et que les campings, surtout ceux de la catégorie supérieure, gagnaient chaque année davantage d'importance auprès des touristes des Pays-Bas. Avec notre nouvelle brochure Watch Valley Campings, nous sommes très bien placés pour répondre à leur demande».

VALAIS / La consultation est largement favorable à l'avant-projet de la nouvelle loi sur l'hôtellerie. La première lecture devant le Parlement valaisan aura lieu cet automne. DANIELLE EMERY MAYOR

La nouvelle loi est sur la bonne voie

Lors des Journées valaisannes du tourisme qui ont eu lieu la semaine passée à Crans-Montana, le président des hôteliers a donné en avant-première des informations sur la future loi sur l'hôtellerie et la restauration. «Je suis satisfait du résultat de la consultation», affirmait Joseph Bonvin qui avait participé à la rédaction de l'avant-projet. Première lecture devant le Parlement: cet automne.

UNE RÉORGANISATION DE LA FORMATION

La consultation est largement favorable à l'avant-projet. Mais reste un point important sur lequel s'achoppent les discussions. La nouvelle loi devrait diminuer le nombre des trop

nombreuses patentes. La commission proposait de réduire la redevance par la même occasion. Mais le Conseil d'Etat a fait grimper le plafond à 7000 francs. Et une majorité de communes, surtout des communes non touristiques, n'acceptent pas d'abandonner leur part sur la redevance (60%). Cet argent aurait dû être affecté à un fond permettant de rendre gratuite la formation continue. C'est justement la réorganisation de la formation qui est originale dans ce projet de loi. «Actuellement, elle dure sept mois pour un prix supérieur à 9000 francs (sans tenir compte du manque à gagner), et les conditions d'admission sont trop élevées», rapporte Joseph Bonvin. Seul un examen serait obligatoire, à chacun de décider de suivre les quelques se-

maines de formation préalables en entier ou selon les compétences déjà acquises. La nouvelle loi mettant tous les commerces sur pied d'égalité – en assujettissant aussi les cabanes de montagne, les caveaux, les cercles, les Beds & Breakfast, etc –, de nombreuses personnes vont devoir suivre cette formation de base, tout au moins se présenter à l'examen. Ce qui inquiète Mme Renggli qui s'exprimait au nom des B&B: «Dans 60% des cas, ce sont des gens à la retraite qui accueillent trois à quatre personnes dans leur maison.»

UNE FAIBLE PARTICIPATION

Est-ce judicieux d'avoir ces exigences pour un particulier qui loue

une à deux chambres? Oui, répondent les professionnels. C'est un gage de qualité.

Si on se fie à la faible participation lors de ces Journées valaisannes du tourisme, on peut se demander si les cours de formation continue seront suivis: sur les 500 hôteliers que compte l'association valaisanne, seuls douze étaient présents à Crans-Montana, dont trois seulement du lieu, alors que le programme était de qualité. Joseph Bonvin ne cachait pas sa déception. «Si la formation continue est gratuite, espère-t-il, peut-être que l'hôtelier enverra plus facilement ses employés suivre les cours», conclut-il. Une solution pourrait éventuellement être trouvée en rendant obligatoire la formation continue gratuite.

CHABLAIS / Accord de collaboration entre prestataires régionaux

La plaine pour vendre la montagne

Le Swiss Vapeur Parc et Aqua-parc, au Bouveret, Fun Planet, à Villeneuve, et le Labyrinthe Aventure, à Evionnaz, ont signé un accord de collaboration avec les sociétés des remontées mécaniques des Portes du Soleil. Au terme de cet accord, signé sous l'égide fédératrice de Chablais Tourisme, les parcs distribueront à chacun de leurs visiteurs un bon de réduction de 5 francs (cela correspond à un peu plus de 20%)

à valoir sur un abonnement journalier sur les remontées mécaniques ouvertes durant l'été. «Un accord que personne n'imaginait il y a encore cinq ans», précise Enrique Caballero, directeur de Chablais Tourisme, qui n'exclut pas la possibilité d'une réciprocité pour la saison d'hiver, les négociations étant en cours.

Mais dès maintenant, le bon à valoir sur les installations d'altitude est distribué en plaine.

Un code permettra aux partnaires la tenue de statistiques précises. L'offre est valable jusqu'au 31 août.

Par ailleurs, Chablais Tourisme a encore réussi un «joli» coup marketing en obtenant l'intérêt de la revue «Schweiz» qui, dans son numéro de mai/juin consacre une vingtaine de pages à la région. Distribuée dans les trains, elle compte sur près de 800 000 lecteurs. JJE

FRIBOURG / De nouveaux commerces et des cinémas

Le centre ville sera revitalisé

On met la dernière main à une vaste opération de revitalisation au centre de la ville de Fribourg, où l'avenue de la Gare, l'avenue de Tivoli et les Grand-Places ont subi une véritable métamorphose. La cité des Zähringen ouvrira, le 23 octobre, une dizaine de nouveaux commerces à l'enseigne de Fribourg-Centre qui comportera de grands magasins comme des boutiques spécialisées, sur une surface de plus de 15 000 m².

L'investissement de 150 millions de francs, en provenance de caisses de pension, montre l'importance de cette infrastructure commerciale en bordure de la zone piétonne. En outre, le site sera complété à fin 2005 par un multiplex de cinéma, devisé à 30 millions, qui prévoit plus de 1700 places dans sept salles. Enfin, la salle de théâtre de Fribourg, également budgétisée à 30 millions de francs, devrait voir le jour

dans le même périmètre en 2006.

A l'entrée de Fribourg, sur la commune de Villars-sur-Glâne, en bordure de l'autoroute A12, un immense panneau annonce l'emplacement de Götteron-Village, centre multifonctionnel de loisirs, de sports et d'achats devisé à 650 millions de francs. Il comprendra notamment un centre aquatique et un hôtel 4 étoiles de 200 chambres. JS

TOURISTORIAL

Des goûts et des terroirs

JOSÉ SEYDOUX

Le regain d'intérêt pour les produits du terroir et la cuisine régionale, expression de la culture populaire, est une façon de montrer sa personnalité et d'affirmer son identité face à la mondialisation et à la banalisation qui nous agresse de multiples



façons, envahissant jusqu'à nos tables... Le Salon suisse des goûts et terroirs, qui se déroule ces jours à Bulle, met en exergue, par son aspect mobilisateur et revalorisant, des produits, des savoir-faire et des normes de qualité qui, pour être à nouveau à la mode, n'en sont pas moins un héritage des plus précieux. C'est cependant pour son rôle sensibilisateur et didactique que cette manifestation prend toute sa valeur, notamment au travers de son école et de ses ateliers du goût.

A force de léguer sur la qualité des produits, de manger des tomates insipides toute l'année et des fraises à Noël, de snober les légumes de saison et de ne jurer que par le «fast food» et la cuisine exotique, à force aussi de restreindre le temps des repas en commençant par celui de les préparer, on en est arrivé à trahir l'essence même de notre civilisation. Pire, à en oublier notre santé qui n'est pas qu'affaire de goût.

Certes, des efforts sont entrepris (Semaine du goût, musée Alimentarium, balades gourmandes, dégustations, sentiers des maraîchers, des pêcheurs, des fromagers) pour remettre le sanctuaire au milieu du jardin, mais ils seront inutiles si l'on ne commence pas par l'éducation des enfants, la sensibilisation des jeunes, la responsabilité des parents, l'exemple irremplaçable des grands parents, le rôle des restaurateurs, l'engagement des médias, notamment par des émissions de télévision quotidiennes.

A l'école, pourquoi ne pas enseigner l'art de bien manger (nutrition, produits du cru) au même titre que l'éducation sexuelle ou la gym-nastique? Ainsi, bien formés au départ, les adultes seront plus critiques dans un monde où bien se nourrir procure la joie de vivre. Les restaurateurs qui ne jouent pas la carte du terroir et des produits régionaux, eux, n'ont aucune excuse: aujourd'hui, chacun devrait offrir au moins un menu régional mixité, fait avec amour. Le tourisme peut largement contribuer à ce qui constitue l'une de ses valeurs de base, un extrait de ses racines, un élément de cette authenticité qu'il est censé promouvoir. Faire partager ses produits et sa vraie cuisine est un devoir d'accueil. A méditer!

MARTIGNY / Le 25e anniversaire de la Fondation Gianadda a été fêté le 18 juin avec le vernissage de l'exposition consacrée à Signac. Gros plan sur cet important acteur du tourisme culturel. GENEVIÈVE ZUBER

Gianadda: le «Cervin» de Martigny

Alors que la Fondation Pierre Gianadda fête son quart de siècle, les milieux touristiques suisse et valaisan tiennent à peu près le même langage: la nature peut bien être le premier argument de vente du pays, il n'en demeure pas moins que la culture, version Gianadda, est devenue «incontournable», «capitale». Haut lieu culturel en Europe, la Fondation est l'un des rares centres helvétiques du genre à jouir d'un tel rayonnement international. Autant dire que «si Gianadda n'existait plus, ce serait une très grosse perte pour tout le pays», résume Laurence Gabriel, porte-parole de Suisse Tourisme.

«JE SUIS ARRIVÉ AU BON MOMENT!»

Six cent soixante visiteurs en moyenne, tous les jours, depuis vingt-cinq ans: jusqu'à 6000 entrées quotidiennes il y a trois ans, lors de l'été Van Gogh, l'expo de tous les records: la Fondation expose en général des artistes très connus, ce qui explique qu'elle soit devenue un véritable phénomène touristique. Rodin, Picasso, Chagall, Gauguin, Frida Kahlo, etc... et maintenant Paul Signac, l'expo du 25^e anniversaire.

Mais comment donc, dans la petite ville de Martigny – 15 000 habitants –, le miracle a-t-il été possible? Il fallait des moyens, bien sûr, «mais aussi de l'enthousiasme et de la folie», confie Léonard Gianadda. «Et puis, surtout, je suis arrivé au bon moment! Car il y a vingt-cinq ans, ajoutait-il, le tourisme culturel ne s'était pas encore démocratisé. Monsieur tout le monde pensait à se nourrir, à se loger, à se vêtir; la culture, n'entrait pas encore dans ses possibilités. «Alors, le marché de l'art n'avait pas encore explosé, les collectionneurs préféraient bien plus facilement leurs œuvres. Lancer une telle Fondation aujourd'hui serait tout simplement impossible...»

UN FABULEUX OUTIL DE PROMOTION

Vingt-cinq ans plus tard, tandis que Léonard Gianadda reçoit à Paris les palmes de l'Académie des Beaux-Arts, Georges Saudan, le directeur de l'Office du tourisme de Martigny, dresse le bilan d'une aventure qui a changé la face de sa ville. La Fondation est un outil de promotion fabuleux pour la cité d'Octodure et ses collègues, de Bâle, de Zurich ou de Lugano, l'envient... Certes, «Léonard Gianadda a toujours tout fait comme il a voulu, mais il l'a fait très bien. D'autre part, l'office du tourisme a son budget propre et n'est pas une succursale de la Fondation. Avec nos petits moyens, nous essayons de le soutenir.» Un exemple: pendant le fameux été Van Gogh, l'office du tourisme a ouvert une antenne devant la Fondation pour renseigner les touristes et décharger ainsi le personnel du centre culturel; une expérience reconduite depuis lors chaque été. Et

Photo: Swiss-Image



LA FONDATION GIANADDA

Le 25^e anniversaire de la Fondation, qui a accueilli plus de 6 millions de visiteurs en vingt-cinq ans, a été fêté le 18 juin avec le vernissage consacré au peintre impressionniste Paul Signac.

puis surtout, grande première, Gianadda et l'office du tourisme ont édité ce printemps un prospectus commun, à 350 000 exemplaires. L'office du tourisme y a participé à hauteur de 50 000 francs.

UN POTENTIEL QUI EST INSUFFISAMMENT EXPLOITÉ

Cette nouvelle mouture du prospectus Gianadda s'est notamment enrichie de la liste des hôtels de Martigny. Cela incitera-t-il davantage de visiteurs à dormir sur place? Si les retombées de la Fondation sont incalculables pour le commerce et la restauration du centre-ville, le bilan est plus nuancé pour l'hôtellerie. Gianadda draine surtout un tourisme de passage et si l'hôtellerie s'est développée au cours de ce quart de siècle, c'est aussi,

et surtout, grâce aux autocaristes et à leurs groupes du troisième âge. Véritable carrefour alpin, Martigny est en effet un port d'attache idéal pour rayonner, vers Chamonix, Aoste, Gstaad ou Zermatt. Cela explique en partie que l'hôtellerie martigneraise n'ait pas véritablement développé une politique de promotion axée sur la Fondation, avec des forfaits hébergement-entrée au centre par exemple. «Heureusement», relève Georges Saudan, «il y a quand même des hôteliers qui savent mieux exploiter ce potentiel».

Urs Zenhäusern, le directeur de Valais Tourisme, estime aussi que le potentiel de la Fondation n'est pas encore suffisamment exploité. Selon lui, elle mérite d'être mieux connue en Suisse alémanique et en Allemagne (voir encadré). D'autant que le public

intéressé par ce type de visite représente une clientèle à valeur ajoutée importante. Les expos Gianadda sont d'ailleurs toujours en point de mire sur le site Internet www.valaistourisme.ch qui a reçu pas moins de six millions de visites au cours de l'année dernière.

LA CULTURE EST «TENDANCE»

A Suisse Tourisme, le langage est à peu près le même: on reconnaît la chance du pays de bénéficier d'un tel outil de promotion. «Mais, de notre côté, nous offrons à la Fondation des canaux de distribution fantastiques», explique Laurence Gabriel. Le site Internet www.Myswitzerland.com comptabilise plus de 26 000 visites quotidiennes, un nombre en augmentation de 81% par rapport à l'an passé et le lien «art et culture», sous lequel la Fondation figure en bonne place, est l'un des dix liens les plus souvent sélectionnés.

D'autre part, le City Guide, tiré à 770 000 exemplaires, fait la part belle à la culture. Et, selon Laurence Gabriel, le succès rencontré par ce guide montre, entre autres indices, que l'art et la culture, de même que le «wellness», est un des produits «tendance». A considérer la tendance actuelle – des touristes qui, toujours davantage, veulent tout, d'abord la beauté alpine, certes, mais aussi la gastronomie et la culture –, la Fondation Gianadda représente plus que jamais un extraordinaire atout. D'autant qu'en Suisse, les villes et la culture sont proches des montagnes, et inversement.

Le public de Gianadda: portrait-robot

Pour en savoir davantage sur ses hôtes, la Fondation Pierre Gianadda a réalisé l'automne dernier une enquête auprès de 1000 visiteurs.

Il en ressort qu'un visiteur sur deux vient de Suisse. Dans la grande majorité des cas (75%), ce visiteur vient de Suisse romande, des cantons de Vaud et de Genève surtout.

Le public de la Fondation Gianadda est très majoritairement francophone, d'autant que si l'on considère les hôtes étrangers, près de 80% d'entre eux viennent de France. Suivent les Belges (6% des visiteurs étrangers), puis les Britanniques, les

Allemands, les Américains, les Hollandais... et les Italiens (moins de 1%), dont le pays est pourtant si proche de Martigny.

Cette enquête a également relevé que 63% des visiteurs étaient venus à Octodure expressément pour la Fondation et que 18% profitaient de leurs vacances dans la région pour s'y rendre.

Enfin, on relèvera que la Fondation attire en majorité un public d'âge mûr: les plus nombreux sont les 50-60 ans; viennent ensuite les 60-70 ans (36%) et les 40-50 ans (20%). GZ



Ecole Hôtelière de Genève "ES"

ÉCOLE SUPÉRIEURE «ES» DE MANAGEMENT
RECONNUE PAR LA CONFÉDÉRATION SUISSE

Une institution de GASTRO-SUISSE depuis 1914

1^{er} cycle (18 mois)Diplôme de Cadre
en gestion hôtelière
et en restauration2^{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

Val d'Anniviers

Café-restaurant

avec appartement + studio
très bonne situation,
130 places + terrasse,
complètement équipé.Tél. 027 458 24 89
Tél. 079 228 58 89

P 156548/421014

Italie, Sardaigne à 100 m de la plage, à
vendre cause retraite

Hôtel 30 chambres

avec air conditionné, jardin, restaurant
100 places, y compris luxueux apparte-
ment du propriétaire, grand potentiel de
développement (projet et autorisation à
disposition). Prix 1,5 Mio euros. Tél. 022
700 29 41 (dès 18h00).

156653/425449

Restaurant à remettre en gérance

Proche hôpital cantonal de Genève, beau
restaurant, 80 places, plus 40 places dans
beau jardin, logement disponible. Direc-
tement du propriétaire.Ecrire sous-chiffre K 018-147787, à Publici-
tas S.A., case postale 5845, 1211 Genève 11

156635/382708

htr

Tout sur le marketing
et le dumping.

Abonnements et annonces:

tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23, www.htr.ch

Tout sur Internet
et les bénéfices nets.

Abonnements et annonces:

tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23, www.htr.ch



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

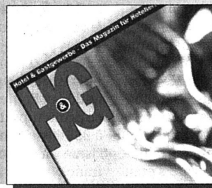
Plaisir de lire et de conduire

Les nouvelles ont toujours la cote:
Lisez les publications d'hôtellerie-suisse

hotel+tourismus revue

L'Hebdomadaire pour l'hôtellerie,
restauration et le tourisme sou-
lève des sujets qui vous permet-
tront d'actualiser votre savoir.

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



Hotel & Gastgewerbe

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

- ④ Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
⑤ Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
⑥ Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)

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

Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no

Publication

Prix

Pour chaque abonnement annuel et abonnement combiné,
nous vous offrons un Guide suisse des hôtels 2003 sur CD-ROM!Renvoyez de suite la carte:
hôtellerie-suisse, Service des abonnements,
Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 BerneVous participerez ainsi automatiquement au tirage au
sort d'un smart city-coupé & pure d'une valeur de Fr. 13'490.-.Appelez-nous (031 370 42 22)
ou envoyez-nous un e-mail (abo@swiss-hotels.ch)

Détacher ici



Prénom:

Nom:

Entreprise:

Fonction:

Rue/no:

NPA/lieu:

Téléphone (la journée):

E-mail:

☐ Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

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

EHLITE / Remise de prix à l'Ecole hôtelière de Lausanne

Des projets d'étudiants honorés

Créés en 1998, les projets de consultance étudiants-entreprises, intégrés depuis l'an dernier à EHLite (Institute of Technology and Entrepreneurship de l'Ecole hôtelière de Lausanne), rencontrent de plus en plus de succès et chaque semestre une vingtaine de sociétés et d'institutions confient à des groupes d'étudiants un projet à développer.

Ames de ce département de l'EHL, Ray Iunius et Stefan

Fraenkel ont ainsi conviés, début juin, sponsors et mandataires à la présentation des projets et à la remise des trois prix en jeu.

Choisi entre projets industriels, commerciaux, de gestion, de marketing et de communication, c'est un projet «tiers-monde» qui a été récompensé par le Prix Créativité. Le «Projet Equateur» vise à intéresser les petits producteurs de Bolivie, du Salvador et d'Equateur aux pro-

grammes de développement touristique de ces pays. Le Prix Succès est allé au projet du groupe qui s'est intéressé au développement mondial du marché Moët et Chandon, sur la base du modèle suisse. Enfin, le Prix Ambition a récompensé le groupe qui s'est intéressé à la planification de l'organisation de la 42e conférence européenne des Jeunes chambres économiques, qui s'est déroulé début juin à Lausanne. **JJE**

BULLE / Le Salon des goûts et terroirs, ouvert jusqu'à dimanche, bat son plein

Le fromage, un produit-phare

La quatrième édition du Salon suisse des goûts et terroirs se déroule jusqu'à dimanche à Bulle dans les locaux d'Espace Gruyère, créatrice de cette manifestation annuelle grand public.

Celle-ci devrait accueillir également de nombreux professionnels de la restauration dans la mesure où les produits du terroir et la cuisine régionale y prennent une place croissante. «Nous serons à mé-

me de vous présenter un bel échantillon de la gastronomie des quatre cultures suisses», promettrait Béat Kunz, directeur d'Espace Gruyère, en énumérant la douzaine de cantons présents, dont ceux qui fêtent leur bicentenaire cette année.

Le fromage sert de produit de liaison à cette quatrième édition: non seulement le Gruyère y est chez lui, mais d'autres seront bien représentés, tels que

le Vacherin fribourgeois, la Tête de Moine jurassienne, l'Emmental et le Sbrinz avec la région Rigi Vitznau, Weggis.

De plus, le Salon 2003 abrite les «Swiss Cheese Awards», créés par Fromarte, association d'artisans, qui organise ces «os-cars du fromage», une compétition nationale où concourent plus de 300 fromages jugés par un jury international. Démonstrations et dégustations figureront au programme. **JS**

VEVEY / Des discussions sur l'avenir de l'Hôtel du Lac?

Pas à vendre, mais à acheter...

Depuis quelques mois, les rumeurs vont bon train sur la Riviera vaudoise. Au moins trois hôtels seraient à vendre si l'on en croit les responsables d'une institution qui souhaitait s'agrandir dans le domaine hôtelier. Deux à Montreux et un à Vevey. Si à Montreux, toutes les hypothèses sont ouvertes (un établissement sur les Hauts serait concerné), dans le chef-lieu du district, en revanche, le doute n'est plus guère permis. C'est l'Hôtel du Lac, un quatre étoiles de 55 chambres affilié à Best Western et propriété de la SA des Trois-Couronnes, propriétaire du palace du même nom, qui est à vendre.

Encore qu'il faille nuancer. Directeur de l'établissement depuis trente ans, Peter Ehrensperger élude calmement la question: «Si l'hôtel intéresse des acheteurs, c'est qu'il marche bien. Et c'est une reconnaissance du bon travail accompli.» Directeur de l'Hôtel des Trois-Couronnes, Thomas Brugnattelli dément de son côté toute implication. En charge de la gestion et de l'administration de l'établissement, la société Guier Hotel Management n'a aucune prise sur des décisions concernant l'Hôtel du Lac.

DES INTÉRESSÉS SE SONT MANIFESTÉS

C'est finalement, vers Maître Sylvie Buhagiar, administratrice de la société et représentante de l'actionnaire majoritaire qu'il faut se tourner pour apprendre que «l'Hôtel du Lac n'est pas à vendre.» Encore que! Si l'Hôtel du Lac n'est pas formellement à vendre, quelques acheteurs potentiels ont manifesté leur intérêt. Maître Buhagiar concède même que certains d'entre eux l'ont visité. «Cependant, précise-t-elle, aucun d'entre eux n'a articulé d'offre formelle. Mais le propriétaire ne serait pas opposé à une vente pour autant que l'offre soit de valeur.»

«Il est en revanche inutile, termine-t-elle, de spéculer sur le fait que nous souhaiterions vendre l'Hôtel du Lac pour financer les dernières rénovations des Trois-Couronnes.» Quant à l'Hôtel du Lac, on y indique qu'il est également en phase de rénovation, à raison de deux ou trois chambres par année. **JJE**

LAUSANNE / Le Lausanne Palace a annoncé des résultats «réjouissants» pour l'exercice 2002. Poursuivant ses investissements, il consacrera dix millions de francs à de nouveaux aménagements. **JEAN-JACQUES ETHENOZ**

Poursuite des investissements

Pour la sixième année consécutive et malgré la morosité conjoncturelle, le Lausanne Palace a enregistré des résultats «réjouissants» (hausse du chiffre d'affaires global de +2,7% à 31,9 millions de francs) au terme de l'exercice 2002 présenté mardi. Le phénomène est d'autant plus réjouissant que c'est l'hébergement (9,3 millions de bénéfice contre 7,7 millions en 2001) qui est l'origine de ces résultats, alors que le F&B et le Spa reculent quelque peu sur le plan sur du bénéfice tout en restant stables au niveau du chiffre d'affaires. Globalement, la marge brute d'autofinancement a progressé de 4,2 millions de francs à 5,1 millions.

TAUX D'OCCUPATION STABLE

D'autres points de satisfaction sont encore à mettre à l'actif de l'équipe dirigée par Jean-Jacques Guier: un taux d'occupation/chambres stable à 66% et un prix moyen/chambre en hausse de 20% à 368 francs. Quant aux statistiques de provenance des hôtes, elles défilent un peu la logique suisse et lausannoise, puisqu'elles indiquent une hausse de la clientèle d'Amérique du Nord («Nous y avons porté beaucoup d'attention», indique Jean-Yves Blatt, directeur des ventes et du marketing), de Russie et du Moyen-Orient.

Des résultats qui sont à mettre au bénéfice de la politique d'investissements mise en place au Palace par Jean-Jacques Guier à son arrivée à la direction en 1996. Pas moins de 30 millions de francs avaient alors été investis sur trois ans par le propriétaire pour la remise à niveau de l'établissement. Une politique qui s'est poursuivie les années suivantes (1999-2002) par des investissements autofinancés à hauteur de 12 millions de francs.

Photo: Lausanne Palace


LAUSANNE PALACE

Le palace fera l'objet de nouveaux aménagements pour un montant de dix millions de francs.

Elle se poursuivra d'ailleurs en 2003, «même si l'exercice ne propose pas, ou pas encore, d'élans prometteurs», indique-t-on. Ainsi, après la fermeture, l'an dernier, des deux cinémas, tous les espaces complémentaires aux activités d'hébergement et de restauration vont être réaménagés. Les locaux de la banque Julius Baer, si-

tués dans les étages inférieurs, seront déplacés et passeront de 350 à 500 mètres carrés, ce qui permettra l'agrandissement de la salle Riche-mont et la création de 500 mètres carrés supplémentaires de salles de séminaires modulables, ainsi que du Centre de bien-être. Dès cet automne, une garderie d'enfants sera ouverte, de mé-

me qu'un club privé sur le modèle de Chez Castel, à Paris. Enfin, côté nuit, le cabaret Brummel sera également réaménagé en devenant plus petit (250 mètres carrés). Les investissements prévus sont de l'ordre de 8 millions de francs, auxquels s'ajouteront 2 millions pour l'amélioration du Centre de bien-être existant.

MONTREUX / Le Grand Hôtel Excelsior a décidé de s'ouvrir davantage à la clientèle non-médicalisée.

Des rénovations pour plusieurs millions de francs sont prévues. **JEAN-JACQUES ETHENOZ**

Nouvelle option en perspective

«Nous voulons être plus entrepreneurs au niveau de l'hébergement et de la restauration. Nous n'abandonnerons pas pour autant les activités de la clinique, elles représentent près de 80% du chiffre d'affaires», indique Jean-Philippe Scalbert, qui a pris la direction générale de l'établissement en mars. Abrutant depuis vingt ans, la clinique Biontus Bon-Port, spécialisée dans le traitement des maladies liées au stress, le Grand Hôtel Excelsior, à Territet/Montreux, a en effet décidé de mieux s'ouvrir à la clientèle non-médicalisée. Première mesure, après dix ans de discrétion: la terrasse sur les quais et la baie de Territet a été réhabilitée et ouverte au public.

Mais l'ouverture de la terrasse au bord du lac – presque un symbole pour les habitants de la région – ne constitue que la partie la plus perceptible de la nouvelle orientation. Pegasus, la société propriétaire, dont l'actionnaire principal est Michel Coencas, des aciéries lorraines, a en effet opté pour un programme d'investissements à long terme.

RÉNOVATION DES CHAMBRES

Sans donner de chiffres précis, Jean-Philippe Scalbert détaille: «Pour cette année, toute la cuisine, qui est dirigée par Gilbert Augé, un ancien de

chez Philippe Chevrier, sera réaménagée. Puis, chaque année, une douzaine de chambres sur les septante que compte l'Excelsior devraient être rénovées.» Ce qui situe l'investissement à hauteur de 7 à 8 millions de francs, sans compter la réhabilitation des façades qui devrait être entreprise dès l'an prochain.

DÉVELOPPER LE SECTEUR DES SÉMINAIRES

De quoi redorer l'image d'un établissement qui, depuis deux ans, a souffert des inconnues relatives au sort définitif de la clinique fondée par le Docteur Claude Rossel, il y a juste vingt ans.

Avec pour objectif de satisfaire – et de regagner – une clientèle de résidents, mais aussi de développer le secteur «séminaires et incentive», secteur très intéressé par l'aspect «bien-être».

Quant à la clinique Biontus Bon-Port, elle compte, elle aussi, développer ses activités, en misant sur les recettes qui ont fait jusqu'ici son succès chez les stars du «showbiz»: lutte contre le stress, traitement des affections liées, maladies psychosomatiques et états de dépendances avec une orientation plus «médicalisée» qu'auparavant, mais sans interventions chirurgicales afin de se distinguer des autres établissements de la région.

MÉLI MÉLO

Genève: renaissance d'un café de quartier. Située à la Place du Cirque à Genève, la brasserie Victoria est redevenue le Café International. Cet établissement, à l'indiqué son directeur, Blaise Gumy, «entend renouer avec sa vocation de brasserie de quartier» qui fut la sienne au cours du siècle dernier. Le café a adopté des horaires «élargis», soit de 6 h. 30 jusqu'à minuit et cela sept jours sur sept. Le «café du matin» se vend 2 francs 50. **MH**

SWISS CITIES / Assemblée extraordinaire à Berne

Critères acceptés

L'admission des nouveaux membres aux Swiss Cities se fera désormais selon des critères plus précis et mesurables. Réunis mardi en assemblée générale extraordinaire à Berne, sous la présidence de leur nouveau président, Thomas Meier, de Winterthour, les membres de l'association ont accepté, à l'unanimité, des nouveaux critères d'admission préparés par l'ancien directeur de l'Ecole suisse de Tourisme de Sierre,

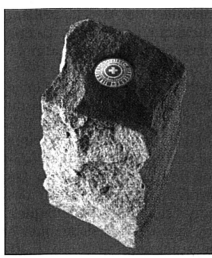
Olivier Chevallaz. Les villes candidates devront notamment remplir trois critères obligatoires: posséder un label de qualité, gérer un site Internet avec un contenu touristique, enfin, avoir une organisation touristique permanente.

Elles devront par ailleurs satisfaire un nombre déterminé de critères complémentaires. A noter que tous les membres actuels remplissent ces conditions. **MH**

MILESTONE 2003 / Le délai d'inscription approche

Plus que six semaines!

Le dernier délai pour le dépôt des candidatures au Milestone 2003, le Prix du tourisme suisse, approche. Celui-ci est en effet fixé au jeudi 31 juillet et il ne vous reste donc plus que six semaines pour faire parvenir à notre rédaction vos différentes propositions qui devront, obligatoirement, avoir un caractère innovateur. Le site Internet www.htr-milestone.ch vous indiquera la marche à suivre. **PKLM**



VALAIS / Pas de soutien aux sociétés privées

Postulat refusé

«Il n'est pas dans le rôle de l'Etat de participer aux fonds propres de sociétés privées». Telle a été la réponse du Conseil d'Etat valaisan au postulat du groupe tourisme qui demandait, en 2000 déjà, que le canton crée un fond d'investissements de 100 millions de francs.

Pour le gouvernement, qui a d'abord rappelé l'existence des crédits LIM versés depuis les années 70 et les prêts sans intérêts dont l'hôtellerie et les gîtes

ruraux ont pu bénéficier, l'éventail des aides à venir répondra aux besoins du tourisme: d'abord la motion acceptée en 2002 qui permettra le soutien aux remontées mécaniques (une fois terminée l'étude de la situation de la branche), et la publication prochaine de la nouvelle Politique cantonale du tourisme dont certaines mesures exigeront des moyens financiers nouveaux. **DEM**

STATISTIQUE / L'OFS suggère une enquête par sondage

Solution «minimale»

La suppression, à la fin de l'année, de la statistique de l'hébergement fait l'objet de discussions. Dans son communiqué consacré aux nutées du semestre d'hiver 2002/03, l'Office fédéral de la statistique (OFS) a indiqué la semaine dernière qu'il était en contact avec le Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) et la Banque nationale suisse afin d'examiner l'opportunité de mettre sur pied rapidement «une solution de remplacement minimale» pour obtenir des données sur l'hébergement.

Cette solution pourrait prendre la forme d'une «enquête par sondage». Selon l'OFS, celle-ci devrait fournir des «données suffisantes pour les besoins macroéconomiques», soit des données trimestrielles au niveau national. La distinction ne se ferait toutefois qu'entre visiteurs suisses et étrangers.

De son côté, le Seco, qui tendrait plutôt au maintien de la statistique, a indiqué qu'il n'avait pas été informé de ce communiqué. Quant à la directrice de la Fédération suisse du tourisme, Judith Renner-Bach, elle a qualifié cette solution d'«exercice alibi» qui ne saurait satisfaire la branche. **SST/MH**

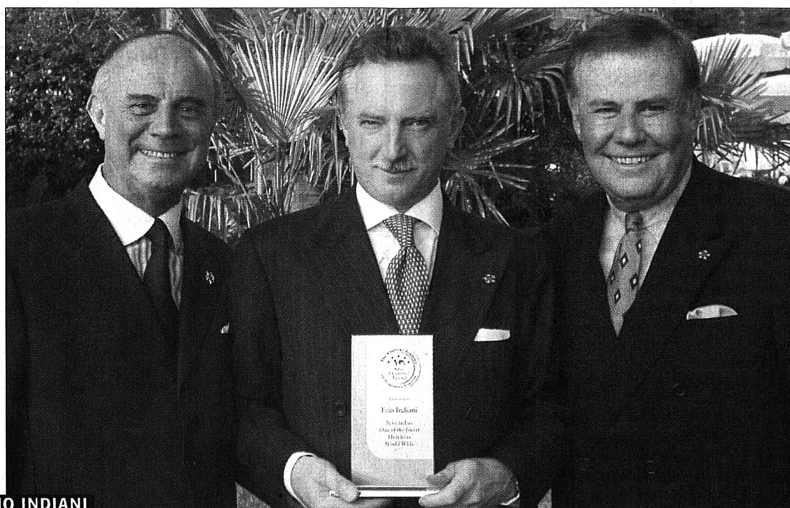
LES GENS

Le Français **François Dussart**, 35 ans, a été nommé directeur général des hôtels Beau-Rivage Palace et Hôtel d'Angleterre & Résidence à Lausanne-Ouchy. Successeur de **Christian Marich**, il commencera son activité début septembre. Diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne, François Dussart a fait toute sa carrière chez Hyatt dont notamment à l'Hôtel Hyatt Regency à Belgrade où il avait été nommé directeur général en 2001. Il sera assisté par **Kor Dormans**, 34 ans, qui est en fonction à Ouchy depuis le 3 mai en qualité de directeur adjoint et de chef de l'exploitation. De nationalité belge, ce dernier a notamment travaillé pour le groupe Four Seasons à Chicago et à Paris. **MH**

MÉLI-MÉLO

Nuitées hôtelières: 1,6% de moins cet hiver. Durant le semestre d'hiver, soit durant la période de novembre 2002 à avril 2003, l'hôtellerie suisse a enregistré 14 millions de nuitées, ce qui représente une baisse de 1,6% par rapport à l'hiver précédent, a indiqué l'Office fédéral de la statistique (OFS). La demande indigène a atteint 6,4 millions de nuitées (+0,7%) et la demande étrangère 7,6 millions de nuitées, soit une baisse de 3,5%. Ce dernier recul a été observé sur la plupart des marchés étrangers. On note en particulier une baisse de 5,9% (ou de 154 900 nuitées) de la demande allemande et de 8,1% (-44 600) de la demande américaine. **MH**

Photos: Laurent Missbauer



EZIO INDIANI

Le directeur de l'Hôtel des Bergues, entouré de Joseph Cinque (à g.) et de Marvin Scott, respectivement président et membre de l'Académie américaine des sciences de l'hospitalité.

FIVE STAR DIAMOND AWARD / Le directeur de l'Hôtel des Bergues, honoré à multiples reprises, a été récompensé par un jury américain. **LAURENT MISSBAUER**

Une nouvelle distinction

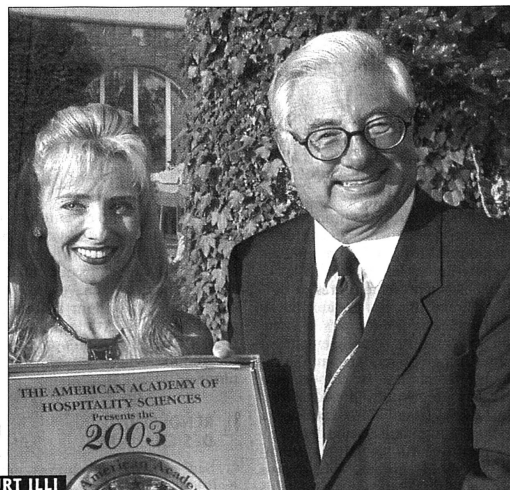
Une fois n'est pas coutume, le Five Star Diamond Award, une distinction américaine que certains considèrent comme le Prix Nobel de l'hôtellerie et du tourisme (lire encadré), a été décerné à deux hôteliers suisses: Ezio Indiani, le directeur de l'Hôtel des Bergues à Genève, et Peter Bally, le directeur du Park Hotel Vitznau (LU). La remise de ces deux distinctions a eu lieu la semaine passée au Park Hotel de Vitznau, un établissement 5 étoiles pour qui l'année 2003 est à marquer d'une pierre blanche puisqu'elle coïncide avec son 100e anniversaire.

Pour l'Hôtel des Bergues, 2003 sera aussi une année particulière. Son contrat de gestion avec le groupe hôtelier Méridien arrivera en effet à son terme à la fin juillet. Dès le 1er août, il passera sous la bannière de Kingdom Holding, une des sociétés du prince saoudien Al-Walid qui a acheté en mai l'Hôtel des Bergues. Il rejoindra ensuite le groupe Four Seasons, proche lui aussi du prince Al-Walid. «Nous nous apprêtons à vivre une période de transition

de plusieurs mois», a expliqué Ezio Indiani. «Nous travaillerons dès cette année avec des consultants de Four Seasons, mais l'intégration à leur groupe n'interviendra pas avant 2004. Celle-ci sera en effet liée à la rénovation de plusieurs chambres, ainsi qu'à l'aménagement d'un centre de fitness aux 5e et 6e étages. Les travaux devraient débuter l'année prochaine et leur durée dépendra de l'argent que le prince Al-Walid investira. Cela peut aller de 35 à 60 millions de francs», a précisé le directeur de l'Hôtel des Bergues, tout heureux d'avoir remporté le Five Star Diamond Award. A l'échelle planétaire, ils ne

sont que neuf hôteliers à l'avoir obtenu cette année.

Enfin, on relèvera qu'outre Peter Bally et Ezio Indiani, une troisième personnalité du tourisme helvétique a été honorée la semaine passée au Park Hotel de Vitznau. Il s'agit de Kurt Illi, l'ancien directeur de l'Office du tourisme de Lucerne, récompensé pour l'œuvre d'une vie. Une telle récompense n'a été décernée à ce jour par l'Académie américaine des sciences de l'hospitalité, l'organe qui décerne les Five Star Diamond Award, qu'à seulement six personnes à travers le monde.



KURT ILLI

L'ancien directeur de l'Office du tourisme de Lucerne s'est vu remettre le «Prix de l'œuvre d'une vie» par la chanteuse Marianne Cathomen.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Sécurité dans les sports extrêmes.

La sécurité dans les activités sportives dites «extrêmes» fait aujourd'hui l'objet d'un label de qualité. Créé après la tragédie au Saxetbach, placé sous l'égide de la fondation «Safety in adventures», ce label a été, jusqu'ici, attribué à six des principales entreprises proposant ces activités sportives hors du commun. Une septième entreprise est en phase de certification. Il est toutefois apparu que la propagation de cette marque de qualité sera plus longue que prévue. Pour la directrice de la fondation «Safety in adventures», Eveline Lanz Kaufmann, le coût relativement élevé du processus de certification peut constituer un obstacle pour les petites entreprises. **Page 5**

Tourisme suisse: l'avis d'un expert allemand.

La Suisse doit revoir sa philosophie touristique si elle veut rester concurrentielle. C'est en substance la thèse que défend l'expert en tourisme allemand Heinz Rico Scherrieb dans une interview qu'il a accordée à notre hebdomadaire. Il fait notamment remarquer que l'argument de l'authenticité, très souvent avancé par les professionnels suisses du tourisme pour vendre leurs produits, n'a plus cours auprès des jeunes. Pour Heinz Rico Scherrieb, il conviendrait en particulier de «mettre en scène» nos montagnes et d'associer le public au spectacle ainsi proposé. **Page 7**

Hôtellerie: baisses de prix décollées.

Avec l'été et les difficultés économiques, nombreux sont les hôteliers qui proposent des prix spéciaux, tous plus alléchants les uns que les autres. Une analyse de cette pratique montre que celle-ci peut s'avérer délicate. Spécialiste du marketing hôtelier, Daniel Ingold est d'avis qu'une réduction de prix devrait s'accompagner d'une diminution des prestations. **Page 10**

IMPRESSUM

htr hotel + tourisme revue

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

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

Responsable des médias: Christian Hodler.

Rédaction: Rédactrice en chef: Maritta Dedual (MD).

Responsable du Contenu Français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halabala (MH).

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

Correspondants: Jean-Jacques Ethier (JJE), Vevy, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais, José Seydoux (JS), Fribourg, Véronique Tanerg (VT), Genève: Pierre Thomas (PT), Lausanne.

Édition: Chiffre d'édition: 100 000.

Abonnements: Nadine Blum, Anne Lisa Casali.

Annonces: Matthias Beyeler, Andres Jakob, Marc Moser.

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

Administration: Patrick Stalder.

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

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

Prix de vente: (TVA incl.)

Vente au numéro Fr. 4.50, Abonnement 1 an Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

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

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

Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,

E-Mail: info@swiss-hotels.ch

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

E-Mail: abos@swiss-hotels.ch

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

E-Mail: patrick.stalder@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.ch

stellen revue marché de l'emploi

htr

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

hotel+tourismus revue

L'Eglise évangélique réformée du canton de Fribourg cherche, pour le Centre réformé à Charmey, établissement pour groupes et familles (env. 100 lits)

un directeur/une directrice (év. couple)

80 - 100%

Le Centre réformé est une Maison de l'Eglise fribourgeoise (bilingue) qui veut offrir aux paroisses, aux employés de l'Eglise et aux personnes intéressées spirituellement, des retraites et des cours qui incitent à vivre dans une Eglise vivante. Il est également ouvert aux groupes hors Eglise.

Nous attendons:

- Une volonté de pratiquer un accueil chaleureux des hôtes
- Des capacités de gestion et d'organisation efficaces: domaine administratif, budget et comptabilité
- Une aptitude à conduire une petite équipe et à collaborer
- Une disposition à mettre en pratique la philosophie et l'éthique de notre Centre
- La maîtrise de la langue allemande

Nous offrons:

- un cadre agréable, travail intéressant et varié
- un salaire et des avantages sociaux en rapport avec les capacités

Entrée en fonction: à convenir.

Pour plus de renseignements, adressez-vous au secrétariat de l'Eglise, téléphone 026 670 45 40.

Faire offre écrite avec votre dossier ainsi qu'une photo jusqu'au 30 juin 2003, au Conseil synodal de l'Eglise évangélique réformée du canton de Fribourg, Secrétariat, Deutsche Kirchgasse 9, 3280 Morat.

156675/167819

Die Partner GmbH - M. Klingelfuss & A. Häger - Murtengasse 5 - 4051 Basel - Tel. 061 - 274 04 06

Für ein stark frequentiertes, traditionelles Kleinbaster-Restaurant mit Barbetrieb und lebhaftem Publikumsaufkommen suchen wir per sofort einen

Geschäftsführer mit Patent

Als gelernter gastgewerblicher Berufsmann (Koch von Vorteil) mit Erfahrung mindestens als Geschäftsführer StV winkt Ihnen hier ein beruflicher Karriereschritt. Sie übernehmen die Verantwortung für Einkauf, Kalkulation, Gestaltung der Speisekarte sowie für die Personaleinsatzplanung. Wir erwarten einen frontorientierten Gastgeber, der notfalls auch in der Küche mithilft und der sich neben seiner deutschen Muttersprache auch in Französisch unterhalten kann. Potentielle Kandidaten müssen einen Straf- und Betriebsregisterauszug mitbringen.

Schrecken Sie die Öffnungszeiten (17.00 - 05.00 Uhr) nicht ab, dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

Die Partner GmbH - M. Klingelfuss & A. Häger - Murtengasse 5 - 4051 Basel - Tel. 061 - 274 04 06



Beim Kur- & Verkehrsverein Maloja ist folgende Stelle neu zu besetzen

Geschäftsführer/in

Sind Sie eine engagierte, kommunikationsfreudige, führungsstarke Persönlichkeit mit viel Eigeninitiative und Gestaltungswille? Sie sind Botschafter/in des Familienferienortes Maloja, haben ein angeborenes Organisationstalent, sind pflichtbewusst und bereit, die Verantwortung für das touristische «Tagesgeschäft» in Maloja zu übernehmen? Wenn Sie diese Herausforderung annehmen möchten, freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen inkl. Foto!

Eintritt nach Vereinbarung.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte umgehend an:

Kur- & Verkehrsverein Maloja

Esther Ritter, Kurvereinspräsidentin, Hauptstrasse, 7516 Maloja.

Unsere Geschäftsführerin Gabriela Abis erteilt Ihnen gerne Auskunft (Tel. 081 824 31 88).

156643/153249



Unser derzeitiger Küchenchef macht den Schritt in die Selbstständigkeit.

Daher suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

eine/n Küchenchef/in

Als qualifizierte und erfahrene Fachperson mit Banketterfahrung wünschen Sie sich einen farbigen und gut organisierten Arbeitsplatz.

Das Casinotheater Winterthur ist ein lebendiges Haus mit Theater, Restaurant, Bar und Sälen für tausendundeine Veranstaltungsmöglichkeit. Theater und Gastronomie vereinen sich bei uns zu Neuem, Spannendem und nicht Alltäglichem. Unser kulinarisches Angebot: frische saisonale Gerichte, nicht zuviel auf der Karte aber reichlich auf dem Teller. Gut gekocht und fein abgeschmeckt, freundlich serviert.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Casinotheater Winterthur AG, Thomas Keel, Stadthausstrasse 119, 8400 Winterthur
Tel. 052 260 58 91, thomaskeel@casinotheater.ch



Akademie

... MENSCHEN BILDEN UND ENTWICKELN

Die Frey Akademie bietet dazu verschiedene Dienstleistungen aus den Bereichen Bildung und Personalentwicklung an. Wir suchen als Verstärkung unseres Teams eine

Mitarbeiterin in der Administration (100%)

als wichtige Ansprechperson für unsere Kunden.

Ihr Aufgabenbereich:

- Mitbetreuung des Sekretariats: für unsere Studiengänge und für Projekte

Was wir von Ihnen erwarten:

- abgeschlossene Berufsbildung, selbstständige Arbeitsweise, aktives Mitdenken, dienstleistungsorientiert
- Freude an der Durchführung von administrativen Abläufen (Kopieren, Telefondienst, Kundenempfang, Schriftverkehr, Organisation von kleineren Anlässen)
- Grundkenntnisse in Französisch sind wünschenswert
- gute PC-Anwenderkenntnisse (Word, Excel, Power Point)

Vielleicht stimmt Ihr berufliches Profil mit unseren Anforderungen überein. Dies würde uns freuen. Anstellungsbeginn wäre per 1. August 2003 oder nach Vereinbarung. Senden Sie doch einfach Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto bis 30. Juni 2003 an:

Frey Akademie, z.H. Frau M. Mariner, Riedtlistrasse 15a, 8006 Zürich
Telefon 01 368 71 71

156654/425448

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

SOMMAIRE: Suisse romande 8 / Demandes d'emploi 10 / Marché de l'emploi 10

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

Stellenvermittlung/Kaderberatung
Stänzergasse 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'emploi
en page 3.



Making
people successful

Ochsen Zug

In den zwei Restaurants und im Kolnisaal unseres geschichts-trächtigen Gasthauses verwöhnen wir unsere Gäste aus nah und fern mit ausgezeichnetem Essen und fantastischen Weinen.

Küchenchef (m/w)

Sie pflegen mit Liebe eine fantasievolle, marktorientierte, saisonale und zeitgemässe Küche. Sie arbeiten gerne selbstständig und verantwortungsbewusst. Sie wissen Ihre MitarbeiterInnen zu begeistern und gemeinsam mit ihnen eine konstant sehr hohe Qualität und eine gute Rentabilität zu erreichen.

Offenheit und Leistungswille erwarten wir. Eine spannende Aufgabe, Freude bei der Arbeit, Unterstützung, Weiterbildung und einen leistungsgerechten Lohn mit Beteiligung am Küchenergebnis garantieren wir. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Matthias Hegglin, City-Hotel Ochsen Zug
Am Kolnplatz 11, 6301 Zug
Telefon 041 729 32 32
mh@ochsen-zug.ch

LA SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION DU RIVAGE SA

dont le but est la gestion de

L'HÔTEL-RESTAURANT «LE RIVAGE» LUTRY

met au concours le poste de

DIRECTEUR(RICE)

d'exploitation de l'établissement qui comprend

- un hôtel de 33 chambres
- un café-restaurant de 120 places
- trois salles de séminaire totalisant 130 places
- deux terrasses totalisant 150 places
- un appartement de service de 3 1/2 pièces

Dominant le vieux port, l'Hôtel-Restaurant «Le Rivage» (www.hotelrivage.ch), propriété de la Commune de Lutry, bénéficie d'une vue panoramique sur le lac et les Alpes de Savoie. Sa transformation a été achevée en 1999.

Vous:

- êtes une personnalité possédant une expérience dans un poste similaire doublée d'une conscience de la qualité
- êtes à même de satisfaire une clientèle internationale et exigeante, tout en percevant et en respectant les sensibilités locales
- savez faire preuve de créativité afin de promouvoir et de développer l'image attractive de l'établissement
- êtes libre dès que possible

Tous renseignements complémentaires peuvent être obtenus auprès de M. P.-A. Schläppli, Président du Conseil d'administration (Tél. 021 310 18 41), ou de M. H.-L. Guignard, Secrétaire municipal (Tél. 021 791 11 11) ou de M. P. Rossier, Bourcier communal (Tél. 021 791 11 15).

Les offres manuscrites, accompagnées d'un curriculum vitae, certificats, photographies et coupures de presse éventuelles, sont à adresser à la Société d'exploitation du Rivage SA, Greffe municipale, Le Château, 1095 Lutry, jusqu'au 25 juin 2003.

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

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

Über Marketing und Dumping.

Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22

Telefax 031 370 42 23

www.htr.ch

39 Hotels  **INNERE ENGE**

Hotel – Restaurant – Minigolf – Marians Jazzroom

Die Innere Enge ist ein gehobenes 4-Stern Hotel, idyllisch in kleinem Park gelegen. Die Restauration umfasst einen Pavillon und Brasserie (ca. 80 Plätze), Terrasse und Garten (ca. 120 Plätze) mit Blick auf die Stadt und die Alpen.

Um unsere Dienstleistungen im Servicebereich zu verstärken, suchen wir zur Ergänzung unseres Kadernach Vereinbarung eine erfahrene und motivierte Führungspersönlichkeit als

Gastgeber(in) Restaurant

Sie lieben es, Gäste zu empfangen und zu verwöhnen. Sie denken unternehmerisch und sind dynamisch, verantwortungsbewusst und loyal.

Sie führen, motivieren und schulen Ihr Team.

Ausserdem suchen wir eine

Hofa Service/Buffer-Mitarbeiterin

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

HOTEL INNERE ENGE
Nicole Hermerjat - Engestrass 54, 3012 Bern
Tel. 031-309 61 11 - Fax. 031-309 61 51
E-mail: info@zgshotels.ch - Internet: www.zgshotels.ch

Ein im Markt gut eingeführtes Hotel
sucht nach Übernehmung

Küchenchef

Folgende Trümpfe können Sie
ausspielen:

Sie stützen den Sous-chef
Sie motivieren das Team
Sie bringen neue Ideen und Menüs
Sie nehmen die Hygiene sehr ernst
Sie portionieren richtig
Sie stehen gerne am Herd
Sie kennen alle Tricks

Wir trumpfen:

sicherer Arbeitsplatz,
5 Wochen Ferien,
gute Sozialleistungen
und Versicherungen,
funktionierendes Team,
wo Sie sich einbringen können

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche
Bewerbung unter
Chiffre D 185-26450, an Publicitas
AG, Postfach 991, 6371 Stans
156659/382708

**PARKHOTEL
BELLEVUE**

**** Parkhotel Bellevue & Spa
(Ferien- und Wellnesshotel mit 53 Zimmern)

Innovatives, in dritter Generation geführtes Ferien- und Wellnesshotel in Adelboden/Berner Oberland mit 100 Betten sucht nach Vereinbarung eine

Hauswirtschaftliche Leiterin

Sie sind für den gesamten hauswirtschaftlichen Bereich zuständig und führen ein Team von ca. 15 Mitarbeiter und 3 Lehrlingen. Sie haben ein «Auge fürs Detail», Organisationstalent und Freude am Umgang mit Menschen. Eine abgeschlossene Lehre als Hofa oder eine gleichwertige Ausbildung und mehrere Jahre Berufserfahrung machen Sie zur kompetenten, unentbehrlichen Fachfrau.

Wir bieten in einem überschaubaren Rahmen eine interessante Tätigkeit mit Aufstiegsmöglichkeiten zur Direktionsassistentin. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

****Parkhotel Bellevue & Spa
Andreas Richard
3715 Adelboden
Telefon 033 673 80 00
www.parkhotel-bellevue.ch

ALPINE CLASSICS  **wellness**
Private Hotels

Wellness & Spa-Hotel
ERMITAGE GOLF

3778 Gstaad-Schönried
☎ 033 784 60 60

WIR SIND
das *****Wellness- & Spa-Hotel für den Individual-Gast mit 66 Zimmern und Suiten, 3 Restaurants, Bar, einem grosszügigen Wellness-Angebot (Hallen-, Frei-Erlebnis-Solbad 35 °C, Saunapark, Bäderabteilung «Vitalität», Coiffeur & Beauty), Beach-Volley, Tennisplätzen und Squashhalle.

WIR SUCHEN AB SOFORT ODER NACH VEREINBARUNG

♦ **Chef de Partie (Entremetier)**
♦ **Portier mit Führerschein (D, F)**
♦ **Lehrling im Service (ab August 03)**

WIR BIETEN

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

Wellness- & Spa-Hotel Ermitage-Golf
Herr Anton Pichler
Tel. 033 748 60 60, Fax 033 748 60 67
www.ermitagegolf.ch
Mail: anton.pichler@ermitagegolf.ch

**GSTAAD
SCHÖNRIED**  **ALPINE CLASSICS**
PRIVATE HOTELS

BSZ

Ziel der BSZ Stiftung ist es, für Menschen mit einer Behinderung ein Umfeld in den Bereichen Arbeit und Wohnen zu schaffen.

Zur Ergänzung unseres Teams in der Hauswirtschaft und -technik suchen wir per 1. August 2003 oder nach Vereinbarung eine/n:

**Koch/GruppenleiterIn
Hauswirtschaft (80%)**

Ihre Perspektiven Eine selbstständige Tätigkeit als GruppenleiterIn Hauswirtschaft in der Arbeitsanleitung von 6 MitarbeiterInnen mit einer Behinderung am Standort Steinen. Zubereitung von ca. 50 Mittagessen, vielseitig interessantes Aufgabengebiet, gute Sozialleistungen und Weiterbildungsmöglichkeiten. Attraktive Arbeitszeiten von Mo-Fr.

Ihr Profil Ausbildung als Koch oder im hauswirtschaftlichen Bereich, Freude und Führungsqualitäten im Umgang mit Menschen mit einer Behinderung, sozial kompetent, engagiert, flexibel, zuverlässig und belastbar.

Auskunft Ursula Müller, Leiterin Hauswirtschaft und -technik, Tel. 041 817 40 40

Sind Sie interessiert?
Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

BSZ Stiftung
Personaladministration
Marianne Bürgler
Postfach 169
6423 Seewen SZ

**Vom Saisonjob
bis zur Lebensstelle.**

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

**hotel
staff**

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

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

**Gastro
help**
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



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

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

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

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

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

**hoteljob
suisse**

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

Personalberatung
Telefon 031 370 43 31
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@swissnet.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Sales Representative

Für ein Fünf-Sterne-Business-Hotel in Zürich suchen wir eine ausgewiesene verkaufs- und kundenorientierte Persönlichkeit. Ihre fundierte Ausbildung in der Hotellerie sowie Ihre sehr guten Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch sind das Rüstzeug für diese Herausforderung. Sie sind unabhängig, flexibel und belastbar, denken zielorientiert, überzeugen mit einer gepflegten Erscheinung und beeindrucken durch Ihre kompetente Persönlichkeit. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Maitre d'hôtel

Für ein internationales Fünf-Sterne-Hotel in Basel suchen wir per Anfang September eine selbstständige, ambitionierte und junge Gastgeberpersönlichkeit, die fundierte Berufs- und Führungserfahrung in vergleichbaren Häusern mitbringt. Sie beraten und betreuen die anspruchsvollen Gäste mit Charme und Kompetenz im à la carte-Restaurant und sind zudem verantwortlich für das Frühstück und den Room Service. Sie sprechen Deutsch, Englisch und Französisch, haben ein grosses Verantwortungsbewusstsein und sind verkaufstark sowie resultatorientiert. Weitere Informationen über diese Stelle gebe ich Ihnen gern in einem persönlichen Gespräch.

Basel, Esther Sardagna 061 264 60 40

Profi-Barfrau

Für ein neu eröffnetes Trendlokal im Zentrum von Zürich suchen wir eine Barfrau mit Erfahrung in traditionellen Betrieben. Sie haben ein stilvolles Auftreten, gepflegte Umgangsformen, sind fachlich versiert und sehr kreativ. Hier finden Sie die schönste Aussicht über Zürich und haben freie Hand – Sie sind allein verantwortlich für die Bar und die niveauvollen Gäste. Neugierig? Ich bin gespannt auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Chef de partie

Bankett

Für ein renommiertes Unternehmen in Zürich suchen wir einen ehrgeizigen Koch für die Bankettküche. Sie bringen gute Referenzen aus der gepflegten à la carte-Küche sowie dem Bankettbereich mit, sind absolut zuverlässig, detailorientiert und arbeiten gern schnell und effizient mit grösseren Mengen. Ich freue mich auf Ihre baldige Kontaktaufnahme.

Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Jungköche/Commis de cuisine

Ob Mann, ob Frau, frisch aus der Lehre oder mit ein paar Jahren Erfahrung, lang- oder kurzhaarig, klein oder gross – alles nebensächlich. Hauptsache ist «Spass am Kochen»! Für unterschiedliche spannende Gastronomiebetriebe in den Regionen Zürich und Aargau suchen wir junge, motivierte und kreative Jungköche. Rufen Sie mich heute noch an.

Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

Making
people successful

Sous Chef (m/w) Produktion per 1. 8. 2003 oder nach Vereinbarung

Die Psychiatrische Universitätsklinik Zürich mit ihren klinischen und sozialpsychiatrischen Angeboten (360 Betten) beschäftigt rund 1000 Mitarbeitende. Unsere Verpflegung mit 40 Mitarbeitenden, welche täglich rund 1250 Mahlzeiten zubereiten und die Restaurantbetriebe sind Teil der Klinik. Unsere Küche ist mit modernen Apparaten ausgerüstet sowie hell und grosszügig gebaut.

Als wichtigen Mosaikstein in der Küchenorganisation und zur Ergänzung unseres Teams suchen wir Sie.

Sie sind eine Führungspersönlichkeit und verstehen es, zu delegieren sowie die Mitarbeitenden zu Höchstleistungen zu motivieren. Die Hektik und die Finessen des à la carte Betriebes sind Ihnen bestens bekannt. Ausserdem besitzen Sie organisatorisches Flair und das Erreichen von qualitativ hochstehenden Anforderungen im Produktionsbereich ist für Sie selbstverständlich.

Ihre Aufgabe beinhaltet unter anderem:

- Überwachung und Unterstützung der Produktionsbereiche
- Erstellen der Produktionslisten gemäss Menüs
- Postenablosungen in allen Bereichen
- Leitung der Küche bei Abwesenheit des Stv. Küchenchefs und des Küchenchefs
- Tägliche Einteilung der Mitarbeitenden gemäss Dienstplan
- Mitarbeit bei Projekten

Für diese Herausforderung bringen Sie idealerweise mit:

- Weiterbildung zum Gastronomie- oder Spitzkoch mit Eidg. Fachausweis
- Zusatzausbildung als Diätkoch von Vorteil
- Erfahrung im Produktionsbereich und in der gehobenen Gastronomie sowie mindestens 1-2 Jahre Führungserfahrung
- Kundenorientierung und Qualitätsbewusstsein
- PC-Anwenderkenntnisse (Küchenlösung LogiMen/Janner)

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Tätigkeit in einem kollegialen Team, Tagesdienst, eine betriebseigene Kinderkrippe sowie preiswerte Personalzimmer und Parkmöglichkeiten.

Haben wir Sie angesprochen? Dann möchten wir Sie gerne kennenlernen.

Geme erteilt Ihnen Herr U. Reber, Eidg. Dipl. Küchenchef, Tel. 01 384 28 08, weitere Auskünfte. Ihre vollständige Bewerbung senden Sie bitte an die Psychiatrische Universitätsklinik Zürich, Personaldienst, „Sous Chef“, Postfach 68, 8029 Zürich.

Psychiatrische

Universitätsklinik Zürich ()

hoteljob

KANTON TESSIN

Planen Sie Ihre Zukunft jetzt schon!

Unser Auftraggeber ist eine versierte Hotelfamilie mit einem 4*-Hotel am Lago Maggiore. Für diesen Betrieb suchen wir per Frühjahr 2004 einen Top-Fachmann als

Küchenchef

Betrieb: Sehr schönes, neu renoviertes Ferienhotel mit 45 Zimmern in erhöhter Lage über dem See, Restaurant mit ca. 80 Plätzen für Pensions- und à la carte-Gäste, Bar und Terrasse. Qualitäts Gütesiegel Stufe 2.

Anforderungen: Leistungsausweis als Küchenchef, kreativ, innovativ, gewohnt mit Frischprodukten zu arbeiten, guter Kalkulator, hohes Qualitätsbewusstsein. Sie lieben Ihren Beruf und verwöhnen die Gäste gerne mit einer erstklassigen Leistung. Sie pflegen einen motivierenden Führungsstil in einem Team mit 6 Mitarbeitenden. Ideales Alter: 28 bis ca. 40. Deutsche Muttersprache, mündliche Italienischkenntnisse von Vorteil.

Angebot: Längerfristige Anstellung, viel Freiraum zur Umsetzung von Ideen, eine moderne Infrastruktur und die Möglichkeit eine Karriere aufzubauen. Zeitgemässe Entlohnung.

Interessiert? Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen schicken Sie bitte an untenstehende Adresse, zu Händen von Frau Irene Porta.



Schweizer Hotelier-Verein

hoteljob Personalberatung und Stellenvermittlung
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33, Telefax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch, hoteljob.be@swiss-hotels.ch

Vom Genfersee bis zum Bodensee.



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



Restauration in der Sternwarte
CANDRIAN CATERING AG
Uraniastrasse 9, 8001 Zürich
Tel: 043 888 66 66
www.brasserie-lipp.ch

Da uns unser langjähriger Maître LIPP aus privaten Gründen demnächst verlassen wird, dürfen wir diesen interessanten und abwechslungsreichen Aufgabenbereich neu besetzen.

Per Ende August oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

Maître LIPP m/w

In dieser Position sind Sie für den reibungslosen Ablauf des Services in unserer bekannten Grande Brasserie Parisienne, im Herzen von Zürich, zuständig. Ein Service-Team von 10-12 Mitarbeitern sowie 2 Ihnen direkt zugeordneten Chefs de Service unterstützen Sie dabei in dieser anspruchsvollen Aufgabe. Bei Abwesenheit der Geschäftsleitung haben Sie deren Stellvertretung sowie die Aufsicht über unsere beiden anderen Restaurants inne (Jules Verne-Weinbar sowie dem Lions Pub).

Von unserem neuen Maître LIPP erwarten wir gute Kenntnisse und Erfahrung im à-la-carte-Service eines französischen Restaurants. Französisch ist für Sie keine Fremdsprache und von Vorteil haben Sie die Hotelfachschule besucht.

Stellen Sie sich der Herausforderung Frau Michèle Eschle oder Herr Thierry Ricklin freuen sich über Ihre schriftliche Bewerbung.

Weiter suchen wir per September zur Verstärkung unseres Serviceteams

ServicefachmitarbeiterInnen (auch Teilzeit)

die Freude haben am unkomplizierten, freundlichen Service in typischer LIPP-Ambiance.

Abgeschlossene Servicelehre und Französischkenntnisse sind erwünscht.

156645/408042

Im Auftrag unseres Kunden, wohnhaft am rechten Zürichseeufer, suchen wir per Herbst 2003 einen jüngeren, gepflegten

Privatchauffeur

Bringen Sie einige Jahre Fahrpraxis im In- und Ausland mit und haben Sie bereits einige Jahre Erfahrung in einer ähnlichen Position? Sind für Sie unregelmässige Arbeitszeiten kein Problem? Sind Sie flexibel, können Sie auch im Villenhaushalt Ihres Arbeitgebers kleine handwerkliche Arbeiten übernehmen? Dann sind Sie die richtige Person für diese abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Stelle, bei der Diskretion, Loyalität und Selbstständigkeit gefragt sind.

Es werden Ihnen eine sichere Arbeitsstelle und ein der Position entsprechender Lohn geboten. Schweizer Interessenten oder Ausländer mit Bewilligung B oder C richten ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto und Angabe von Referenzen an

Active Relocation, Doris Schmid
Postfach 1804, 8065 Zürich.

Wir sichern Ihnen vollständige Diskretion Ihrer Bewerbung zu.

156636/425437



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

In grossem Park, direkt am Untensee (Bodensee) gelegen,
125 Betten und 200 Mitarbeiter

Für die Betreuung unserer Patienten im Speisesaal, in der Cafeteria, im Etagenservice und im Garten, suchen wir zur Verstärkung unserer 25-köpfigen Service-Brigade per 1. September 2003 einen

Chef de rang (w/m) 100%-Pensum

Könnten Sie sich vorstellen, in einer der führenden Kliniken mit privater Trägerschaft zum Wohle der Patienten tätig zu sein und sich in einem traditionellen Ambiente wohlfühlen? Dann lesen Sie weiter...

Was erwarten wir?

Sehr gute fachliche Kenntnisse für den professionellen und reibungslosen Serviceablauf bei bis zu 20 Gästen, eine gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen. Eine abgeschlossene Berufsausbildung als Servicefachangestellter/oder eine ähnliche Ausbildung oder mehrere Jahre an Berufserfahrung sind ebenfalls eine Voraussetzung.

Was bieten wir?

Angehende Arbeitsbedingungen mit 42-Stunden-Woche (Abenddienst bis spätestens 21.30h) und fortschrittliches Personalmanagement. Frei wählbare Unterkunft (Zimmer oder Wohnung) ca. 5 Min. ausserhalb des Klinikareals direkt am See und vieles mehr, was für uns eine Selbstverständlichkeit ist.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Passfoto, Zeugnissen.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG, Tel. 0041 52 742 11 11
fvs@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch



Junges, dynamisches Gastgeberteam
sucht ab sofort oder nach
Vereinbarung einen jungen inspirierten

SOUS-CHEF mit Aufstiegsmöglichkeiten

Unser gemeinsames Ziel: «Kulinarische Höhenflüge für alle erlebbar».
Sie haben aus Freude ihr Hobby zum Beruf gemacht und würden gerne mit uns den Querschnitt von regionaler bis internationaler Küche zelebrieren. Sie sind in der Lage ein kleines Team zu führen und à la carte sowie Bankettbereich zu organisieren.

Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen und geben gerne Auskunft.

Unterkunft im Hause wäre möglich.

Markus Halter und Ulrike Abels
6032 Emmen
Telefon 041 262 14 14

146945/10073



Wir haben viel zu tun und brauchen
Hilfe. Deshalb suchen wir in Jahresstelle

- Commis de cuisine

ab sofort oder nach Vereinbarung.

Wir bieten:

- moderne Küche mit sehr guter Infrastruktur
- gut organisierter Betrieb
- Teamarbeit

Wir wünschen uns freundliche und motivierte Mitarbeiter.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an:

Frau M. Burkhardt / Herr T. Zumbach
Hotel Seepark
Seestrasse 47, 3602 Thun
Tel. 033 226 12 12

143329/24521

Lust, am Zürichsee zu arbeiten?

Wir suchen per sofort in Jahresstelle einen motivierten, ambitionierten

Commis de cuisine

Wir sind ein kleines Hotel mit einem bekannten, gehobenen Restaurant direkt am See.

Hansjörg Jenny und sein Team freuen sich auf Ihre Bewerbung!



CH-8652 Altendorf - am oberen Zürichsee
Telefon +41 55 451 01 00 - info@seehotel-hecht.ch
www.seehotel-hecht.ch

Restaurant Schützenstube
in 4800 Zofingen, Kanton Aargau, sucht
per sofort oder nach Vereinbarung

- Küchenchef

- Kellner

Nur mit C-Bewilligung für beide Stellen!

Tel.-Nr. 062 751 93 77 (Herr Antonazzo
verlangt, 10-14 und 18-23 Uhr)

146851/380251



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



Bernd Oberland - Thunersee

«Wer immer tut was er schon kann, bleibt
immer der, der er schon ist!»
Haben Sie Lust mal wieder was anderes
zu tun? Streben Sie nach einer Veränderung? Mögen Sie Menschen? Und sind Sie bereit, Überdurchschnittliches zu leisten?

... dann lassen Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung, Zeugniskopien und Foto zukommen. Unser Ganz-Jahres-Betrieb sucht auf den 1. Juli resp. nach Vereinbarung motivierte MitarbeiterInnen für folgende Stellen:

2. Gouvernante

(Jahresstelle)

Wellnessbetreuer/In

in unserem Vitell (Jahresstelle)

Servicefach-

mitarbeiterInnen

(D/E oder D/F)

(Saison oder Jahresstelle)

sowie

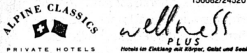
Réceptionist (m)

(Jahresstelle)

WELLNESS- & SPA-HOTEL BEATUS
MERLIGEN

Volker Beduhn, Mitarbeiterbüro
CH-3658 Merligen-Interlaken
Tel. 033 252 81 81
Fax. 033 251 36 76
E-Mail: volkerbeduhn@beatus.ch
www.beatus.ch

156682/24520



GASTHOF

Gasthof Schützenhaus Wül
Hotel Restaurant
Ottli und Urs Zimmermann
Wilstrasse 2, 6370 Oberdorf/NW
Fon 041 619 09 20, Fax 041 619 09 28



In unserem vielseitigen Restaurant-
Betrieb mit Kleinhotel suchen wir per
August 2003

Service-Mitarbeiter/in

mit deutscher Muttersprache, Erfahrung
im Servicefach, Freude und Interesse
am Beruf.

Sie finden bei uns eine abwechslungs-
reiche Tätigkeit vom einfachen bis
zum anspruchsvollen Service. Schicht-
einsatzplan mit attraktiven Freitagen
(Sa/Mo/Sa, So, Mo).

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder
Ihre schriftliche Bewerbung.

Samstag und Montag Ruhetag



*** Hotel Edelweiss ***
das persönlich geführte Ferien-
Seminar- und Wellness-Hotel sucht
per sofort oder nach Vereinbarung
folgende, motivierte Mitarbeiter:

Koch/Köchin Haus- und Küchenbursche Zimmermädchen

Nähere Auskünfte gibt Ihnen gerne:
Doris Egger, Tel. 041 399 88 00
Hotel Edelweiss, CH-6356 Rigi Kaltbad
www.edelweiss-rigi.ch

156673/28835



Für die Sommersaison 2003 suchen
wir noch einen

Koch (Chef de partie)

per sofort oder nach Vereinbarung.

Selbstständiges Arbeiten in kleinem
Team (kein A-la-carte-Service),
5-Tage-Woche, geregelte Arbeits-
zeiten.

Interessiert? Rufen Sie uns an!
Naturfreunde Hotel Zermatt
Daniela & René Zimmermann-Furrer
027 967 27 88 oder 027 967 42 15

156638/127639

HOTEL



Das Hotel Flüela**** zählt mit 72 Zimmern, dem Speisesaal mit 130 Plätzen, den à la carte-Restaurants «Zur Flüela Post» und «Flüela Stübli» sowie der Bar mit Gartenterrasse zu einem der bedeutendsten Hotels von Davos.

Das Flüela wurde 1868 eröffnet und ist in der 4. Generation im Besitze der Familie Gredig. Wir legen sehr viel Wert auf exzellente Küche, gepflegten Service und persönliche Betreuung.

Für die kommende Wintersaison 2003/04 suchen wir:

eine General-Gouvernante

(Eintritt ca. 20.11.03)

Sie führen ein mittelgrosses Team und sind verantwortlich für alle hauswirtschaftlichen Bereiche wie Lagerbewirtschaftung, Einkauf, Einsatzplanung, Controlling, Etage/Office, Umsetzen der Qualitätsstandards, Mitarbeiterschulung und vieles mehr. Sie sind eine selbstständige Persönlichkeit mit Sinn für Details, die Freude daran hat, den Kunden jeden Tag zu einem unvergesslichen Aufenthalt werden zu lassen.

eine Chef de réception

(Eintritt ca. 15.11.03)

Unter Ihrer dynamischen Leitung ist unser Front-Office eine wichtige Drehscheibe, die den ersten entscheidenden positiven Eindruck auf unsere internationale Kundschaft hinterlässt.

Sehr gute kommunikative Fähigkeiten in Deutsch, Französisch und Englisch, Flidiolenkenntnisse, sowie Durchsetzungsvermögen und Organisationsstalent sind die Voraussetzungen für Ihren Erfolg in dieser anspruchsvollen Kaderposition.

Sie besitzen eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie und haben als dienstleistungsorientierte Front-Office-Persönlichkeit Erfahrungen in ähnlicher Position sammeln können.

Es versteht sich von selbst, dass diese Positionen den Anforderungen entsprechend honoriert werden. Gerne erzählen wir Ihnen mehr und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

ANDREAS J. GREDIG

HOTEL FLÜELA, CH-7260 DAVOS DORF

TELEFON 081 410 17 17 FAX 081 410 17 18

E-MAIL: HOTEL@FLUELA.CH WWW.FLUELA.CH



156590/9958

2*-Michelin-Restaurant «Wirtschaft zum Wiesengrund»

in Uetikon am See, Nähe Zürich und 18 Punkte im Gault Millau, sucht per sofort oder nach Vereinbarung für ein dynamisches, junges Team Verstärkung. Sind Sie

commis de partie/commis de cuisine

und

commis de rang zur Unterstützung im Service?

Haben Sie Teamgeist und Eigeninitiative, ist Ihr Wunsch, den Gast in jedem Augenblick zufrieden zu stellen, dann melden Sie sich bei uns.

Wir bieten gute Entlohnung, Sonntag und Montag frei, 5 Wochen Ferien, gutes Arbeitsklima und auf Wunsch ist ein Zimmer vorhanden.

Haben Sie Interesse? Dann schicken Sie Ihre Unterlagen oder rufen uns an (l. Hussong verlangen).

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.

Wirtschaft zum Wiesengrund

l. Hussong
Kleindorfstr. 61
8707 Uetikon am See
Tel. 01 920 63 60

156621/294128



RESTAURANT LA MALVOISIE



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 ambittöser Berufsmann, fundierte Ausbildung, Erfahrung in der gehobenen Gastronomie

Chef de Partie/Entremetier

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



156498/20303

Das Swissôtel Zürich verfügt über 347 Zimmer, Kongress- und Banketträume für Anlässe bis zu 800 Personen, Restaurant mit 130 Sitzplätzen, Bar, Personalkantine sowie unterstützende Infrastruktur wie Tiefgarage, Wellness Center und Shops.

Promises kept!

Das ist Ihre Lebensphilosophie, mit der Sie als Swissôtel Team Member unsere internationalen Gäste betreuen und Ihre Arbeitskollegen unterstützen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Mitte Juli eine/n

Reservations-Agent/in

sowie ab Mitte August eine/n

Réceptionist/in

Sie besitzen Erfahrung in der Hotellerie und verfügen über Praxis in der Reservation bzw. an der Réception. Ihre guten Deutsch- und Englischkenntnisse kommen täglich zum Einsatz – auch Französisch ist in diesem internationalen Umfeld sehr nützlich. Ebenfalls haben Sie gute Fidelio-Kenntnisse. Ihre aufgeschlossene, flexible und hilfsbereite Art wird sehr geschätzt.

Wir würden uns freuen, Ihnen in einem persönlichen Gespräch die Vorteile einer internationalen Hotelkette vorzustellen.

Ihre Bewerbungsunterlagen erwarten wir mit Spannung. Bei Fragen gibt Ihnen Frau Laura Di Franco gerne unter Tel. 0041-1-317 31 53 weitere Auskunft.

swissôtel ZÜRICH

Swissôtel Zürich, Am Marktplatz, CH-8050 Zürich
laura.difranco@swissotel.com
www.swissotel.com

156667/40495

Im Auftrag einer Familie mit 2 kleinen Kindern, wohnhaft am rechten Zürichseeufer, suchen wir per September oder nach Vereinbarung eine

Haushälterin

Diese Position umfasst die selbständige Leitung und die gesamte Organisation eines Villenhaushalts und beinhaltet das Einkufen, Kochen und Servieren (teilweise auch für Gäste), Waschen, Glätten, Reinigung, diverse Besorgungen, in Auftrag geben von Reparaturarbeiten, Koordination von externen Gärtnern und Handwerkern. Sie werden dabei von einem Hausmeister und einer Putzfrau tageweise unterstützt.

Diese nicht alltägliche Stelle ist eine echte Herausforderung für eine jüngere Frau, welche idealerweise bereits einige Jahre Erfahrung in einer ähnlichen Position sammeln konnte, an selbständiges Arbeiten gewöhnt ist, ein gutes Auftreten – gleichzeitig aber auch die nötige Loyalität und Diskretion mitbringt. Ein der Position entsprechender Lohn ist selbstverständlich.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, dann senden Sie bitte Ihr vollständiges Dossier mit Foto an

Active Relocation, Doris Schmid
Postfach 1804, 8065 Zürich.

Es können nur Bewerbungen von Schweizerinnen und Ausländerinnen (mit sehr guten Deutschkenntnissen) mit B- oder C-Bewilligungen berücksichtigt werden.

156637/425437

www.loewen-hausen.ch

sucht per 1. August 2003 oder nach Vereinbarung

Koch/Köchin sowie Servicefachangestellte

Sind Sie zwischen 20 und 40 Jahre alt, haben Freude, Ihren Beruf ausüben zu können, dann sind Sie sicher die/der richtige MitarbeiterIn für unseren Betrieb. Wir sind Mitglied bei der **Gilde etablierter Köche der Schweiz** und bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Jahresstelle.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann melden Sie sich per E-Mail info@loewen-hausen.ch oder rufen Sie uns einfach an. Bitte verlangen Sie Herrn oder Frau Burkard,

Tel. 01 764 00 06

156674/15350

SANTA LUCIA

...molto italiano...

...ist die Philosophie unserer **SANTA LUCIA**: stilvoll aber unkompliziert das Ambiente; echt und ursprünglich die Küche.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine/n

Chef de Service m/w

der/die mit Herz und Seele GastgeberIn ist und die italienische Kultur kennt, liebt und lebt!

Sie lieben die Lebendigkeit des Niederdorfes, arbeiten gerne abends und möchten Verantwortung übernehmen. Als Chef de Service arbeiten Sie aktiv im Service mit und sind im Schlussdienst verantwortlich für die Abrechnung. Mit ausreichend Erfahrung im Service und sehr guten Deutschkenntnissen nehmen Sie eine neue Herausforderung an.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:

SANTA LUCIA, BINDELLA terra vite vita SA
Ruedi Ammeter, Geschäftsführer
Marktgasse 21, 8001 Zürich
Telefon 01 262 36 26 www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita



Top-Kaderpositionen zu vergeben!

Küchenchef

- ****Hotel mit zusätzlich externen Restaurationen im Bündnerland, anspruchsvolle Position für einen durchsetzungsstarken und versierten Kadermann mit fundierter Führungs- und Lehrlingserfahrung.
- ****Seminar- und Bankethotel Region Nordwestschweiz, flexibler und organisationsstarker Berufsfachmann mit fundierter Fischküchen-Erfahrung.
- Grossrestaurationenbetrieb mit integrierter Kulturstätte Region Zürich, dynamischer Küchenmanager mit profunder Berufserfahrung im Bankett- und à-la-carte-Bereich, hervorragender Kalkulator.
- Sous-chef/Chef Saucier für kleines exklusives ****Hotel im Wallis, Berufsfachmann mit Erfahrung in der gastronomisch hochstehenden à-la-carte-Küche, evtl. für Sommersaison oder Jahresstelle.

Chef de Réception (D/H)

Kaderposition in einem ****Hotel am Neuenburgersee. Wir erwarten Berufs- und Führungserfahrung als Chef de Réception, Hotelgast-Kenntnisse, sowie sehr gute Sprachkenntnisse (F/D/E).

Geschäftsführer-Assistent/in

Für ein Spezialitätenrestaurant in Bern, jüngere und kontaktfreudige Persönlichkeit, welche den Platz Bern bestens kennt, aktive Mitarbeit, Unterstützung des Geschäftsführers sowie dessen kompetente Stellvertretung.

Personal-Assistent/in

Für international tätige Gastronomie-/Hotelgruppe Grossraum Zürich, reine Personaladministration inkl. Lohnbuchhaltung, sehr gute mündliche Sprachkenntnisse (D/F/I) und EDV-Kenntnisse, vorzugsweise SAP-Erfahrung.

Alle unsere weiteren Stellenangebote finden Sie unter: www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

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

156665/208191



HAUS
ZUM
RÜDEN

Wir suchen nach Vereinbarung einen

Chef de Partie

Wir sind ein renommiertes Restaurant mit anspruchsvoller Küche im Herzen von Zürich mit Bankettmöglichkeiten bis 160 Personen.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Willi Gloor, Haus zum Rüden
Limmatquai 42, 8001 Zürich
Telefon +41(0) 1 261 95 66

info@hauszumrueden.ch
www.hauszumrueden.ch



Sind Sie naturverbunden und sportbegeistert? Wir bieten Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz am Fusse des Säntis.

Für unser ****Familien- und Sporthotel suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung folgende motivierte Mitarbeiter:

Jungkoch w/my

Direkt dem Küchenchef unterstellt sind Sie hauptsächlich für den Entremetier- und Saucierposten verantwortlich. Sie können ihr fachliches Wissen einsetzen und weiter ausbauen.

Servicemitarbeiterin

Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste erfolgreich umsetzen kann und überzeugen durch Qualitäts- und Verantwortungsbewusstsein. Mit Ihrer Passion für Dienstleistung und Verkauf helfen Sie aktiv mit, unsere Erfolgsziele zu verwirklichen.

Hotelfachassistentin

Sie sind ein fleissiges Heizenmännchen, das sich für die Sauberkeit im und rund um das Hotel zuverlässig und hilfsbereit kümmert. Die korrekte Wäscheplege und die sorgfältige Handhabung der Maschinen und Arbeitsmaterialien ist Ihnen ein Anliegen.

Fühlen Sie sich angesprochen und bringen Sie die entsprechenden Voraussetzungen mit, dann erwarten wir gerne ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Hotel Säntis

Sonja Hild-Moser, Direktorin
9657 Untervasser
Telefon 071 998 50 20
Fax 071 998 50 21
E-mail: saentis@beutler-hotels.ch
www.beutler-hotels.ch

156599/72958



NH, eine der grössten Hotelketten Europas, sucht für ihr «NH Luzern***» ab sofort oder nach Vereinbarung eine/einen:

Réceptionist/in Night Auditor 40%

Wir:

- ✓ sind ein junges, internationales und stark expandierendes Unternehmen
- ✓ verfügen über gute Weiterbildungsmöglichkeiten und eine eigene University
- ✓ bieten Ihnen eine verantwortungsvolle Stelle in einem jungen und aufgestellten Team

Sie:

- ✓ suchen eine neue Herausforderung?
- ✓ sind motiviert und teamfähig?
- ✓ haben Erfahrung in ähnlicher Position?
- ✓ möchten beim Aufbau eines modernen 3- und 4-Sterne-Hotels mithelfen?

Dann rufen Sie uns gleich an für nähere Informationen! Oder senden Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an:

NH LUZERN

Katja Biner, Human Resources Manager
Friedenstrasse 8, 6004 Luzern
041/418 31 06 oder 041/418 33 33
INTERNET: <http://www.nh-hotels.ch>
E-Mail: katja.biner@nh-hotels.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

156663/23035



Swiss Sales Conferences repräsentiert seit 13 Jahren erfolgreich 27 Seminarhotels in der Schweiz und in Süddeutschland. Wir übernehmen für unsere Mandanten den aktiven Verkauf von Seminar- und Konferenzbuchungen.

Sie suchen eine neue, interessante Herausforderung in einem abwechslungsreichen Arbeitsumfeld?

Dann können Sie bei uns schon bald eine wichtige Rolle besetzen.

Reservationsleiterin

(Eintritt ab September oder nach Übereinkunft)

Sie sind eine engagierte, dynamische, Persönlichkeit mit grossem Interesse an der Hotellerie. Sie verfügen über Hotellerieerfahrung in den Bereichen Reservation/Bankett, haben fundierte Kenntnisse der Seminarhotellerie in der Schweiz, sind versiert im Umgang mit Reservations- und Office-Systemen, stark in der Administration, sprechen fließend französisch und Genauigkeit ist für Sie selbstverständlich. Als unternehmerisch denkende und motivierte Person überzeugen Sie Ihr Umfeld menschlich wie auch fachlich.

Senden Sie uns Ihre aussagekräftigen Unterlagen. Wir freuen uns auf Sie.

Swiss Sales Conferences, Andrea Krugfahrt
Steinbruchstrasse 30a, 8810 Horgen,
Tel.: 01 718 48 02 / Fax 01 718 48 11
andrea.krugfahrt@swiss-sales.ch
www.swiss-sales.com

156662/417497



Unternehmensziel

Als Gastgeber begeistern und verwöhnen wir unsere Gäste durch kompromisslose Qualität von Produkt und Service

Sales Representative & Administration

Sind Sie jung, dynamisch, flexibel und haben eine gepflegte Erscheinung?

Besitzen Sie verkäuferisches Flair, administrative Erfahrung und zudem gute Englischkenntnisse?

Möchten Sie gerne in den interessanten Bereich Marketing/Verkauf einsteigen?

Wir suchen eine motivierte Person, die gerne Ideen einbringt und bereit ist, Eigeninitiative zu ergreifen.

Wenn Sie mehr über diese abwechslungsreiche Position erfahren möchten, so freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Mövenpick Hotel Egerkingen, Isabelle Nowak
Höhenstrasse 12, 4622 Egerkingen
Tel. 062 389 19 31, Fax 062 389 19 29
Isabelle.nowak@moevenpick.com



More Jobs online. www.moevenpick.com



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Für die Grand Hotels Quellenhof***** und HofRagaz ****
suchen wir nach Vereinbarung

Commis de cuisine Servicefachangestellte/r

Sie haben eine abgeschlossene Berufsbildung und suchen eine neue Herausforderung in der gehobenen Hotellerie mit internationaler Kundschaft. Sie arbeiten gerne selbstständig, sind ebenso motiviert wie aufgeschlossen und lassen sich mit Begeisterung in ein grosses dynamisches Team einbinden.

Unsere anspruchsvollen Gäste erwarten von uns täglich Qualität auf höchstem Niveau, Sinn für das Feine und Ästhetische sowie eine konstante Leistungserbringung mit einem gezielten Schuss an Kreativität. Wir wollen dieser Aufgabe nicht nur gerecht werden..... unser Ziel ist es, uns jeweils selbst zu übertreffen.

Wenn Sie zudem ein gutes Betriebsklima und einen modernen Arbeitsplatz zu schätzen wissen, dann sollten Sie unbedingt Kontakt mit uns aufnehmen. Unterkunftsmöglichkeiten sowie ein vielseitiges Freizeitangebot stehen Ihnen hier in Bad Ragaz zur Verfügung.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann schreiben Sie uns!
Cornelia Stoll, Personalbereichsleiterin, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet gerne erste Fragen. (Telefon direkt 081 303 27 22.)

***** GRAND HOTEL QUELLENHOF *****
***** GRAND HOTEL HOF RAGAZ *****
**GRAND HOTELS
BAD RAGAZ**
Health, Spa & Golf Resort

CH-7310 Bad Ragaz · Telefon +41 (0)81 303 30 30 · Fax +41 (0)81 303 27 21
www.resortragaz.ch



Votre référence pour l'avenir

Afin de renforcer nos différentes équipes, nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir:

RESPONSABLE RÉSERVATION

RÉCEPTIONNISTE

GOVERNANTE D'ÉTAGE

CHEF DE RANG/COMMIS DE RANG

CHEF DE PARTIE/COMMIS DE CUISINE

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous avez le sens de l'accueil et du service personnalisé et êtes soucieux(se) de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre métier.

Nous vous offrons une activité diversifiée, propice à un développement professionnel, une politique de formation continue adaptée à la fonction, un cadre de travail prestigieux dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Les personnes intéressées sont invitées à envoyer leur dossier complet avec photographie à: **Madame Marie-Laure Stauffacher, Directrice des Ressources humaines, Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne, Fax 021 613 33 20, e-mail: personnel@brp.ch**

150574/19406

BEAU-RIVAGE PALACE
LAUSANNE-OUCHY · TEL. 021 613 33 33

"The Leading Hotels of the World"

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

htr

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

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
7127	Koch	32	CH	sofort	D/E	Zürich	
7130	Saucier/Sous-chef	24	CH	Juli	D/F/I	Vevey-Montreux	
7131	Koch/Tourant	42	DE	L-EG	Juli	GR/VS/GL	
7134	Alleinkoch	55	CH	sofort	D/F	Zürich/Winterthur	
7135	Koch/Diakoch/w	21	CH	sofort	D	Biel/BE/SH	
7136	Koch/Service	24	CH	sofort	D	Luzern	
7141	Kü/chef/Alleinkoch	37	IT	L-EG	Juli	D/F/I	
7142	Koch	18	CH	Aug.	D/E/F	Spital/Heime/Hotels	
7150	Koch/Alleinkoch	44	CH	sofort	D/F	BS/BL	
7153	Hilfskoch/Kü/hilfe/w	40	CH	sofort	D	ZH/Rapperswil+Umgeb.	
7154	Kü/chef/Gesch.führer	41	DE	C	n. Ver.	SG/TG/AR/AI	
7155	Jungkoch/w	20	CH	August	D/F	VD/FR/NE	
7158	Kü/chef/Sous-chef	41	FR	C	sofort	D/E/F/I	ZH
7159	Kü/chef/Gesch.führer	39	CH	Aug.	D/E/F/I	Bern+Umgeb.	
7161	Koch	33	CH	sofort	D	Zürich	
7166	Hilfskoch	29	PT	A	sofort	I	ZH/LU/BE
7168	Kü/chef/Sous-chef	39	DE	C	Okt.	D/E	Spital/Kantine/GR

7151	Service	34	EG	B	August	D/E/I	ZH
7157	Chef de bar/Barman	31	AT	L-EG	August	D/E/I	ZH
7160	Barman/Service	51	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	
7173	Chef de service	48	CH/GR	Okt.	D/E/I	Zürich+Umgeb.	
7174	Chef de rang	37	DE	B-EG	sofort	D/E	4*-Hotel/ZH/Städte

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
7128	Réceptionsprakt./w	25	CH	sofort	D/E/F	SO/AG/BL/BS/LU	
7129	Réceptionist	22	DE/PB	August	D/E	Deutsch-CH	
7137	Récept./Service/w	42	CH	Juli	D/E/F	Zürich+Umgeb.	
7140	Gesch.führer	59	CH	sofort	D/E/F/I	Inner-CH	
7148	Réceptionist	22	CH	August	D/E/F	Zentral-CH	
7149	Anfangsrecept./w	19	CH	August	D/E	3*-5*-Hotel/AG/SO	
7152	Aide du patron/Koch	57	CH	Juli	D/E/F/I	Bern/Thun+Umgeb.	
7164	Gesch.führer/Pächter	53	CH	n. Ver.	D/E/F/I		
7169	Réceptionsprakt.	22	CH/MX	Okt.	D/E/F		
7171	Front/Back Office	24	CN	B	Okt.	E	Zürich

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
7120	Gouvernante	21	CH	August	D/E/F	4*-5*-Hotel/Romandie	
7139	Zimmerfrau	36	PH	B	sofort	D/E	TG
7143	Hofa/Sefa	21	CH	Juli	D/E	SC/AR	
7156	Portier	45	FR	C	sofort	D/E/F	4*-5*-Hotel/BS
7162	Zimmerfrau/Lingerie	43	IT	C	sofort	D/F/I	VS
7163	Gouvernante	23	CH	sofort	D/I	Zürich+Umgeb./LU	

Service / Service

1	2	3	4	5	6	7	8
7116	Service	34	IT	A	sofort	D/E/F/I	GR/ZH/LU/BE
7132	Serviceprakt.	26	CN	B	sofort	D/E	Luzern/Deutsch-CH
7133	Sefa/Chef de serv.	40	FR	L-EG	sofort	D/E/F	VD/NE/VS/BE/LU
7138	Chef de rang	55	IT	C	sofort	D/E/F/I	
7144	Service	19	AT	L-EG	sofort	D/E/F	Franz.-CH
7145	Sefa/Hofa	21	CH	sofort	D/E/F	3*-5*-Hotel	
7146	Chef der serv./Gerant	52	CH	sofort	D/E	Inner-CH	
7147	Barman	36	AT	L-EG	sofort	D/E/I	Deutsch-CH

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:

Eintrittsdatum / Date d'entrée:

Arbeitsbewilligung / Permis de travail:

Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐

Art des Betriebes / Type d'établissement:

Bevorzugte Region / Région souhaitée:

Name / Nom:

Vorname / Prénom:

Strasse / Rue:

PLZ/Ort: / NPA/Lieu:

Geburtsdatum / Date de naissance:

Nationalität / Nationalité:

Telefon privat / No de téléphone privé:

Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:

Bemerkungen / Remarques:

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: Französisch / Français: Italienisch / Italien: Englisch / Anglais:

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement:

Ort / Lieu:

Funktion / Fonction:

Dauer (von/bis) / Durée(de/à):

1.

2.

3.

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date:

Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: ☐ Ja – ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui – ☐ Non
Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:

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

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

1 Commis de bar (m/w)

Bitte senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.



Grandhotel Giessbach

Pierre Esseiva, Personalchef, 3855 Brienzen BE
Tel. +41 (0)33 952 25 25, Fax +41 (0)33 952 25 30
www.giessbach.ch e-mail: personal@giessbach.ch

RESTAURANT PETERMANN'S KUNSTSTUBEN in Küsnacht/Zürich

Zur Verstärkung unseres erfolgreichen Teams im Service suchen wir auf den 1. August 2003 oder nach Vereinbarung einen **CHEF DE RANG / SERVICEFACHANGESTELLTE**

Sie passen zu uns, wenn Sie Ihr bisheriger Berufsweg in Häuser der gehobenen Gastronomie geführt hat und Sie in einem **2-Sterne-Guide-Michelin- und 19-Punkte-Gault-et-Millau-Restaurant** eine neue Herausforderung suchen.

Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Restaurant Kunststuben

Seestrasse 160, 8700 Küsnacht (10 Min. von Zürich City)

Tel. 01 910 07 15

156640/10680

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 warmherzig, 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
Kollplatz 11, 6301 Zug
Telefon 041 729 32 32
mh@ochsen-zug.ch

Für die weitere Expansion einer internationalen Gruppe im Schnellverpflegungsbereich suchen wir

Franchiseinteressenten für die Deutschschweiz

Wir bieten Ihnen:

- ein schlüsselfertiges Konzept, weltweit erfolgreich in über 500 Verkaufspunkten
- eine sehr interessante Rendite
- eine schweizweit gut eingeführte Produktpalette
- regelmässige und professionelle Unterstützung

Wir erwarten von Ihnen:

- Erfahrung in der Restauration
- Wirtepatent (je nach Kanton unterschiedlich)
- Begeisterung und Ehrgeiz, um zusammen mit uns einen neuen Markt zu entwickeln
- Eigenmittel, um in Ihren Verkaufspunkt zu investieren

Interessiert? Wenn ja, dann senden Sie Ihr Dossier bitte umgehend unter Chiffre 156654 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

156654/417589

Gesucht

Hilfskoch/-köchin

oder

Küchenhilfe mit Kochkenntnissen

Familiärer Kleinbetrieb, gutbürgerliche Küche. Auf Ihren Anruf freut sich:

Imwinkelried Renata
Rest. zum Lärch
3951 Obergesteln VS
Tel. 027 973 10 01

156651/172006

IDYLLHOTEL 6064 KERNS 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 als:

- Koch oder Köchin (Alleinkoch/Souschef)
- gelernte SEFA mit Portugiesisch-Kenntnissen (w/m) welche sich optimal in unser Team und neues Konzept einfügen und sich initiativ und verantwortungsbewusst betätigen können, dann sind Sie unserer neuen Mitarbeiterin. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung!

Robert Mathis, der Hofmeister
e-mail: kernsehof@swissonline.ch

Kleines, etabliertes Kulturgut im Grossraum Winterthur/Frauenfeld sucht per 1. August 2003

flexible Persönlichkeit

für die Betreuung der Gäste im Seminar- und Bankettbereich. Erfahrung als Chef de Service oder mehrjährige Berufserfahrung als Servicefachangestellter, Führungserfahrung und organisatorisches Geschick sind Grundvoraussetzungen für diese Position. Unser Betrieb ist am Sonntag geschlossen.

Gerne erwarten wir Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen.

Greuterhof Islikon
Frau Regula Wenger
Hauptstrasse 15, 8546 Islikon
Telefon 052 375 12 35
office@greuterhof.ch
www.greuterhof.ch

156553/405551

Sie brauchen nur ein Telefon! Für unsere 0901er- und 0906er-Linien suchen wir clevere, gut gelaunte

Unterhalterinnen

welche gerne telefonieren. Flexible Arbeitszeiten, ganze Schweiz, SUPERVERDIENST!
Interesse? Rufen Sie einfach an, wir informieren Sie gerne ganz unverbindlich. 0878 60 60 60

156941/424560

Über Internet und nette Gäste.

htr

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

Cantinetta Bindella

In Solothurn, am Ritterquai, steht unsere Cantinetta Bindella. Beliebt für einen Streifzug durch kulinarische toskanische Spezialitäten, unkompliziertes Verweilen bei einem Glas Wein und hin und wieder als Treffpunkt für Live-Jazz-Liebhaber.

Vielleicht ist dieses wunderschöne Ristorante eine neue Herausforderung für Sie: wir suchen eine(n)

Chef de Service m/w

der/die mit Herz und Seele Gastgeberin ist und die italienische Kultur lebt und leben lässt.

Sie wirken aktiv im Service mit und übernehmen die Freitageablosungen der Geschäftsführerin. Mit Kenntnissen der Administration sowie Führungserfahrung übernehmen Sie gerne diese verantwortungsvolle Aufgabe.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:

Cantinetta Bindella

Geschäftsführerin Marlou Hueber

Ritterquai 3, 4500 Solothurn

Telefon 032 623 16 85 www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

Kaufleuten Restaurants

Wir suchen eine sprachgewandte (Muttersprache Schweizerdeutsch) Teamkollegin mit kaufmännischer Ausbildung als

Reservationssekretärin (ca. 60%)

Sie sind zuständig fürs Entgegennehmen von Lounge-, Club- und Restaurant-Reservierungen und erledigen die dazugehörige Korrespondenz. Sie vertreten das Kaufleuten mit ausnehmender Freundlichkeit und Kompetenz und lassen sich auch in stürmischen Zeiten nicht aus der Ruhe bringen.

Bewerbungsunterlagen bitte an:

KAUFLEUTEN RESTAURANTS

Jacqueline Eisenegger

Pelikanstrasse 18

8001 Zürich

156655/99201

SVIZZERA ITALIANA



Für die laufende Sommersaison suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

SERVICEMITARBEITERIN SERVICEPRAKTIKANTIN

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Hotel-Ristorante-Pizzeria

AL FARO

Postfach 434, 6612 Ascona

Tel. 091 791 85 15

info@hotel-al-faro.ch

155756/138819



...ankommen und daheim sein...

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung:

Servicemitarbeiter/in

erfahrene, ausgebildete Fachkraft mit sehr guten Deutschkenntnissen

Rezeptionist/in

motiviert und interessierte Fachkraft mit Sprach- und Computerkenntnissen.

Wir bieten Ihnen ein angenehmes Betriebsklima, geregelte Arbeitszeit und gute Verdienstmöglichkeiten.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Tobler, Walter Tobler, Via Collina, 6612 Ascona

oder rufen Sie uns an: Tel. 091 785 12 12

156593/2291



Hier inmitten einzigartiger subtropischer Umgebung mit bezauberndem Blick auf den Lago Maggiore verschenken wir Gastlichkeit pur!

Sie möchten das auch tun? Dann suchen wir Sie ab sofort bis ca. 07.11.2003 zur Verstärkung unserer Küchen-Brigade als:

Chef de Partie Pâtissier / Gardemanger und

Demi-Chef de Partie Tournant

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Parkhotel Brenscino

Frau Natascha Rothermann, Personalchefin

Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago

Tel. 091 793 01 21 / Fax: 091 793 40 56

www.brenscino.ch E-mail: info@brenscino.ch

156084/6009

SUISSE ROMANDE

RESTAURANT DES TROIS TOURS

Um unser Team zu ergänzen für unser 16 Gault-Millau-Punkte- und ein Michelin-Stern-Haus, suchen wir für diesen Sommer einen jungen, motivierten und ehrgeizigen

Chef de Partie

Schriftliche Bewerbungen an:
Herr Alain Bächler, Tel. 026 322 30 69
Rte de Bourguillon 15
1722 Fribourg-Bourguillon

Sonntag und Montag geschlossen

156588/218243

hoteljob

...EMPLOYEURS...

De nombreux candidats qualifiés et expérimentés dans la branche recherchent un nouveau défi. Manifestez votre intérêt par un simple coup de fil!

156090/84735

Bureau de placement

Rue des Terreaux 10, CP, CH-1000 Lausanne 9

Telephone 021 320 28 76, Telefax 021 320 02 64

hoteljob.vd@swiss-hotels.ch



Locanda del Cigno
Origlio

Sommer im Tessin?

Kreative Küche mit viel Platz für neue Ideen...

...und Service der gehobenen Klasse sucht

**Koch
und
Kellner**
ab sofort.

Interessierte bitte melden unter der Telefonnummer 091 930 97 90.

156589/424286

Über Marketing und Dumping.

htr

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

Sonderseite

für LehrabgängerInnen



Page spéciale pour jeunes sortant d'apprentissage

BÜRO METRO

STELLENVERMITTLUNGS & UNTERNEHMENSBERATUNGS
BÜRO METRO
Postfach 1479 CH 8065 Zürich
Domizil: Talackerstrasse 11,
CH 8152 Glattbrugg
Tel: +41(0)1 201 4110 Fax: +41(0)1 2021646
W-Mail: metroch@attglobal.net

Sieit über 50 Jahren helfen wir jungen Berufsleuten im Ausland ihre ersten Erfahrungen zu machen.

England Ireland & Kanalinseln
Commis de Cuisine, Chef de Parties
Commis de Rang, Chef de Rang
Pâtisseries, Housekeepers,
Receptionnistes
Kreuzfahrtschiffe:
Barpersonal, Chef de Partie,
Hostessen

Hotel Rössli
9050 Appenzell
Restaurant, Pizzeria
Disco Bar Szenario
071 787 15 60

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung in junges, motiviertes Team einzuheben

**Servicemitarbeiterin
Barmitarbeiterin
Pizzaiolo**

bei guter Entlohnung

Kost und Logis im Hause möglich.

Melde Dich bei Patricia oder Olaf van Bronckhorst

156543/153791

www.gastrosuisse-jobservice.ch

Stellen für junge Berufsleute wie Sie:

- in Küche und Service
- in trendigen und traditionellen Betrieben
- für die Saison oder länger

**GASTROSUISSE
JOB SERVICE**

156544/46183

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Die coolsten Jobs!
Nun ist es soweit – die Arbeitswelt wartet auf Sie. Und wir haben die gut bezahlte Stelle, die Sie suchen.

Wir finden für jeden das Richtige, und das in der ganzen Schweiz. Alles ist möglich ...

**Köche
Servicefachangestellte
Hotelfachassistenten
Kaufm. Angestellte**

Sie sind nur eine Bewerbung oder einen Anruf von Ihrem Traumjob entfernt! Kontaktieren Sie eine unserer Filialen, und starten Sie in eine spannende Zukunft.

Making people successful

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

hoteljob

**LAP –
UND JETZT?**

Das hoteljob-Team, findet für Sie die **ERSTE** Stelle nach dem erfolgreichen Lehrabschluss!

**FINI VOTRE
APPRENTISSAGE...
ET ENSUITE?**

Anne Grivat et Marie-Pierre Calvet sont là pour vous trouver votre **PREMIER** poste!

Schweizer Hotelier-Verein
hoteljob, Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33
hoteljob.be@swiss-hotels.ch

Société suisse des hôteliers
hoteljob, Rue de Terreaux 10
Case postale, 1000 Lausanne 9
Téléphone 021 320 28 76
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch

«Ambitionen»

Personalrekrutierung und -beratung seit 1990.

F&B Assistent/in

- 4*-Erstklasshotel; Einkauf, Bankettanlässe, Coaching, Front Kontrolle; Eintritt ab sofort

Night Auditor/in

- 4*-Geschäfts- / Bankethotel; Check in, Check out; Sprachen D/E/F; Eintritt 09/2003

Chef/in de Partie / Commis de cuisine

- 4*-Ferienhotellerie; Klassisches à la carte, 5-Gang-Menüs; Verantwortung; Eintritt ab sofort
- 4*-Seminar-/Tagungshotellerie; gehobene à la carte-Küche, Brigade 25 Personen; Eintritt ab sofort
- gediegene Landhotellerie; anspruchsvolle Küche, 14 G&M, Brigade 18 Personen; Eintritt ab sofort

Gouvernante

- 4*-Wellness-/Familienhötel; 133 Zimmer / 236 Betten, 8-12 Mitarbeiter; Erfahrung, Sprachen D/E/F; Eintritt ab sofort

Réceptionist/in

- 4*-Wellnesshotellerie; administrative Kenntnisse, Erfahrung an der Front, kombiniert mit Service; Sprachen D/E/F; insgesamt 3 Mitarbeiter; Eintritt ab sofort

Service

- Clubhotellerie; à la carte Restaurant, viele Geschäftsessen; gewisses Flair muss vorhanden sein, Flexibilität; Eintritt 07/2003

- Diverse weitere Angebote für alle Positionen in der ganzen Schweiz

• Rufen Sie uns an, wir freuen uns, Sie kennen zu lernen •



gastro S Haus Howald
XL-Zentrum/Bahnhofstr. 8, 5090 Laufenburg
Tel. 062-869 40 40 / Fax 062-869 40 44
e-mail: jobs@gastro-S.ch
www.gastro-S.ch

156657/326224

www.gastro-S.ch

DOMINO GASTRO

Ihr Personal-Profi



- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Bewerber

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel, Solothurn	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern	033 823 32 32
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45
Tessin, Lugano	055 415 52 84

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO



Work and Jobs GmbH
Personalvermittlung & Consulting / Gastronomie

Wir vermitteln für qualifizierte Mitarbeiter interessante Arbeitsplätze in der Service- und Küchenwelt von „little big-city“ Zürich

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto.
(Dienstag abgeben)

Riedhofstrasse 354 • 8049 Zürich

Telefon +41 43 300 41 81 • Fax +41 43 300 41 82 • www.workandjobs.ch

www.adsjob.com

UNBESCHRÄNKTE VERMITTLUNGEN

ab Fr. 450.–

Tel. 081 382 21 03 / 079 411 81 07, Fax 081 382 21 23

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

140961/403443

Wir vermitteln gratis gute Stellen in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes Personal.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09

134930/401646

INTERNATIONAL

Insel-Manager für die Malediven

Haben Sie Erfahrung im Hotel-Management, vorzugsweise im Ausland, und möchten Sie Ihren Ehrgeiz und Ihre Fähigkeiten im Tauchparadies der Malediven unter Beweis stellen? Wenn Sie zudem fließend Englisch, Französisch und Deutsch sprechen und über gute EDV-Kenntnisse verfügen, dann sind Sie bei uns genau richtig!

Wir suchen einen Insel-Manager für unser 3 1/2-Sterne- und 50-Betten-Resort auf Helengeli, Malediven. Sie führen die Mitarbeiter, sind verantwortlich für die Gästebetreuung, kümmern sich um die Bestandes- und Qualitätskontrollen und setzen Ihre kreativen Ideen im Marketing um.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Manta Reisen AG, Herrn Marcel Bürgin, Treichlerstrasse 10, 8032 Zürich.

Herr Bürgin gibt Ihnen auch gerne weitere Auskünfte unter Tel. 01 268 24 24.

156676/158240



Route 23
Hillsdale, New York 12520
(516) 325-3333 (413) 528-6200

Wir suchen noch für unseren 4-Sterne-Landgasthof in Up-State-New York gelehrten

Serviertochter

mit abgeschlossener Berufslehre; Anfangs-Datum: August 2003

12- to 18-month "Practical Training Program"
J-1 Visa processing time 2-month (must have knowledge of the English language).

Lernen Sie uns kennen at
www.swissshutte.com
Bewerbungen mit Bild und E-mail-Adresse bitte an

Swiss Hütte
Rt. 23 P.O. Box 357
Hillsdale, NY 12529
U.S.A.
Tel. 518-325 3333

156676/277266

htr

Über Marketing und Dumping.

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

Vom Koch bis zur Gouvernante.

Abonnieren und inserieren:

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

STELLENGESUCHE

Dipl. Hotelier SHV sucht neue Herausforderung in der Schweiz/Europa, nach 7 Jahren Tätigkeit im Ausland in der Business- und Resort-Hotellerie. Ich suche eine Direktions-Stelle in Hotellerie, Gastronomie, Catering, Clubmanagement o.ä. Meine fundierte Ausbildung und vielfältige Erfahrungen in verschiedenen Ländern machen mich zum kreativen, flexiblen Vollprofi. Interessiert? E-mail: dtweber@xsinet.co.za

156629/425431

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 produits alimentaires (achat/vente, import/export, gestion ou consultation). Langues parlées/écrites: alim., franç., ital., angl. Disponible dès janvier 2004. Veuillez adresser vos offres à Daniel Siegenthaler, Via delle Scuole 21a, 6963 Pregassona Suisse. E-Mail: daniel.siegenthaler@bluewin.ch

156395/425131

Wer braucht Hilfe?

Barman

zuletzt tätig als Chef de Bar in München, sucht Arbeit. Freue mich über Ihre Kontaktaufnahme unter
Telefon 0049 836 292 33 03

156685/422934

Unternehmerisch denkender, selbstbewusster und motivierter

Gastro-Profi

(34 J.) mit Erfahrung in food & beverage, Mitarbeiterführung (kl. Betrieb), PC-Kenntnisse und mit Fähigkeitsausweis sucht neuen Wirkungskreis als Geschäftsführer/-assistent/evtl. Pächter. Ihr Angebot erreicht mich unter Chiffre 156630 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156630/425432

Qualifiziertes Servier- sowie Rezeptionspersonal

aus Tirol für Sommersaison zur Verfügung.

Tel. 0043 512 56 73 53

Fax 0043 512 56 73 54

www.agenturmessner.com

156623/420479

Möchten Sie Ferien planen? Haben aber noch keine Vertretung?

Als Hotelier und Restaurateur bestens versiert biete ich Ihnen Vertretungen an: für Ferien, Militärdienst, Krankheit, SOS. Anfragen unter Chiffre 156545 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156545/425322

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf/Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyerle, Andres Jakob

E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, matthias.beyerle@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

– Frontseite / Première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)

– Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)

– Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)

– Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / sans TVA)

– Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe: Nr. 26/2003
– Erscheint: 26. 6. 2003
– Angehängenschluss: 23. 6., 12.00
– Wiederholungen: 23. 6., 12.00

Nr. 27/2003
3. 7. 2003
30. 6., 12.00
30. 6., 12.00

Nr. 28/2003
10. 7. 2003
7. 7., 12.00
7. 7., 12.00

Nr. 29/2003
17. 7. 2003
14. 7., 12.00
14. 7., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.