

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 29

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



ROLAND MACK / Der Europapark-Chef über Strategien, Nachfrage-trends und Chancen des Mystery Parks. **SEITE 2**



VENEDIG / Seit über dreissig Jahren bestimmt Natale Rusconi die Philosophie des Hotels Cipriani in Venedig. **SEITE 6**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

«The best of...»

CHRISTINE KÜNZLER

Sich als «the best of» zu bezeichnen, ist immer heikel. Wer entscheidet, was «the best» und was nur das Zweitbeste ist? Und zudem hinterlässt eine solche Krönung einen schalen Nachgeschmack, wenn sie selber vorgenommen wird. Sie wissen: Dass «Eigenlob stinkt» haben wir doch schon als Kind gelernt. Glaubwürdiger ist, wer sich von Ausserstehenden zum Besten oder Schönsten küren lässt.

Wenn schon eine Destination, dann die schönste, werden sich Weggis, Vitznau und Rigi wohl gesagt haben, als sie sich zu «the Best of Lake Lucerne» erklärten. Luzern und Beckenried lassen grüssen.

Es gibt zwei Möglichkeiten: Entweder steht die Destination nun unter Zugzwang und muss etwas bieten, um den Erwartungen an «the Best of Lake Lucerne» zu genügen. Oder aber, solche Claims nimmt man gar nicht zur Kenntnis beziehungsweise hinterfragt sie nicht.

Beide Varianten können unangenehm sein. Erstere ist schwierig einzulösen: Denn für den ehemaligen Luzerner Tourismusdirektor Kurt H. Illi wäre nämlich ein «Event mit nationaler Ausstrahlung» das adäquate Angebot für «the Best of». Auf Knopfdruck funktioniert das leider nicht. Bis ein solcher Anlass steht, dürfen Jahre verstreichen. Die zweite Variante, die, dass solche Claims für die Katz wären, wäre frustrierend. Stellen Sie sich vor, niemand wüsste, dass St. Moritz «the top of the world» ist... **Siehe Seite 7**

OBERENGADIN / Zwei nationale Schutzorganisationen wollen den Zweitwohnungsbau im Oberengadin stoppen. Die lokalen Touristiker sehen das Problem auch, stören sich aber am Vorgehen. **SONJA STALDER**

Ein Tal will sich selber helfen

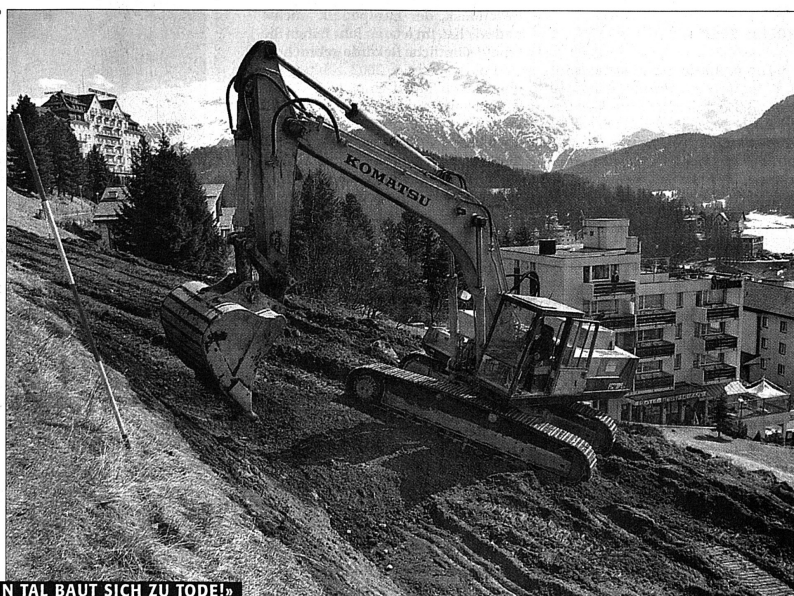
«Diese Leute leisten der Sache einen Bärendienst.» Hans-Peter Danuser, Kurdirektor von St. Moritz, stört sich am Vorgehen der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) und des Schweizer Heimatschutzes. Die beiden Organisationen haben letzte Woche in Bern einen Aufruf lanciert, mit dem sie den Zweitwohnungsbau im Oberengadin stoppen wollen. Das Pikante an Danusers Kritik ist, dass er selbst auf der Namensliste des Unterstützungskomitees zu finden ist. «In der Sache haben die Leute ja Recht. Ihr Vorgehen ist aber falsch», rechtfertigt er sich. Diese Einschätzung teilen – mit Nuancen – auch andere Touristiker im Oberengadin. Sie alle sind der Meinung: «Das Oberengadin kann sich selber helfen.»

«Als nationale Organisation haben wir die Aufgabe, die Signale auch auf der nationalen Ebene zu platzieren», entgegnet Raimund Rodewald dieser Kritik. Der SL-Geschäftsleiter betont, man wolle keinen separaten Zug fahren, sondern sich in die bestehenden Strukturen vor Ort einklinken und diese unterstützen.

Den Aufruf ausgelöst hat der neue Bündner Richtplan, der momentan beim Bundesrat liegt. Die beiden Organisationen vermessen darin jegliche Strategie, wie der Zweitwohnungsbau eingedämmt werden könnte.

Siehe Seite 5

Foto: Peter de Jong

**«EIN TAL BAUT SICH ZU TODE!»**

Unter diesem Titel haben die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz und der Schweizer Heimatschutz ihren Aufruf in Bern lanciert – fernab vom Oberengadin, dem damit gemeinten Tal. Diese Tatsache ist den Touristikern vor Ort sauer aufgestossen.

SAAS FEE / Die Destination tritt neu auf

Zurück zum Unverfälschten

Die Destination Saas Fee/Saastal steht vor der Lancierung eines neuen Auftritts. Dieser soll geprägt sein von Echtheit und Authentizität. «Wir besinnen uns auf das Unverfälschte unserer Alpendestination», erklärt die Marketingleiterin von Saas Fee Tourismus, Susanne Dillitzer. Vor sechs Jahren noch hatte Saas Fee andere Pläne. Der deutsche Marketingguru Jürgen Kleiber-Wurm und der damalige Saas-Feer (und heutige Zürcher) Kurdirektor Frank Bumann wollten kaufkräftige Gäste ins Walliser Dorf bringen. Zum Beispiel mit Plakaten, auf denen eine

Frau im pinkfarbenen Abendkleid im Schnee vor einer Staffelei stand. Nicht alle Leistungsträger waren mit diesem Auftritt einverstanden, weil er nicht zum Dorf passe. Sie sollten Recht behalten: «Kleiber-Wurm hat das touristische Angebot bei uns überschätzt», meint Beat Anthamatten, Präsident des Hotelier-Vereins von Saas Fee. Kurdirektor Simon Bumann hält fest, Kleiber-Wurm habe zwar Bewegung nach Saas Fee gebracht, «nur merkte er nicht, dass seine Visionen in Saas Fee nicht umzusetzen waren.» **ROWICK** **Siehe Seite 10**

WLAN / Erfahrungen mit drahtlosem Internet in den USA

Trend zum Gratis-Service

In den amerikanischen Hotels und Restaurants hat sich WLAN bereits fest etabliert. Und die Investitionen scheinen sich auszuzahlen: Wie die ersten Erfahrungen zeigen, verzeichnen Hotels dank des drahtlosen Internetzugangs gar steigende Auslastungen und Restaurants zusätzliche Getränkeumsätze. Denn vor allem für die modernen «Strassenarbeiter», wie in Amerika die Makler, Verkäufer und Consultants genannt werden, ist WLAN ein unentbehrlich. So verzeichnet beispielsweise Starbucks bei den Laptop-Gästen eine durchschnittliche

Verweilzeit von 45 Minuten, 90 Prozent davon in der Kaffee-unüblichen Zeit von 9.00 bis 12.00 Uhr. Auffallend ist der Trend zum kostenlosen Internet-service, den auch zahlreiche kleinere, selbstständig geführte Betriebe nutzen, um ein Unterscheidungsmerkmal zu den grossen Häusern zu schaffen. Doch auch die Grösseren profitieren: Gemäss einer eigenen Befragung der mit kostenlosem WLAN ausgestatteten Schnellrestaurantkette Schlottsky's gaben sechs Prozent der Gäste an, dass sie wegen des Internets gekommen sind. **MJP/HW** **Siehe Seite 13**

INHALT

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



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



RESTAURANT MICROS

Restaurant Kronenhalle, Zürich

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

CHECK IN DATA

Miele
Service-Abonnement.

Vollgarantie
mit Bonus.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

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

Schwob
GASTROTEXTIL

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

ht IN KÜRZE

Junge Gäste / Eine Umfrage zeigt es: Junge Reisende nächtigen am liebsten im Zelt oder in der Jugendherberge. Doch in Bern hat das Hotel Landhaus ein Konzept umgesetzt, das Jugendherberge und Hotel in einem vereint. **Seite 4**

Raimund Rodewald / Die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) und der Schweizer Heimatschutz fordern vom Bundesrat den Baustopp von Zweitwohnungen im Oberengadin. Der SL-Geschäftsleiter nimmt dazu Stellung. **Seite 5**

Schwarzsee Plus / Das vom Bund unterstützte Marketingprojekt von vier Tourismusregionen im Grenzgebiet Freiburg/Berner Oberland wirkt sich positiv auf die Nachfrage aus. Seit Frühling 2003 wird wieder mehr gebucht. **Seite 9**

Saas Fee/Saastal / Vor fünf Jahren wurde der neue Auftritt von Saas Fee ausgearbeitet. Doch vom pompösen Marketingkonzept ist bis heute nicht viel übrig geblieben. Der Ferienort ist zu den «wahren Werten» zurückgekehrt. **Seite 10**

WLAN / In den US-Restaurants zeichnet sich ein Trend zum kostenlosen WLAN-Service ab. Wie die Erfahrungen zeigen, registrieren die Betriebe dank des drahtlosen Internetzugangs längere Verweildauern ihrer Gäste sowie zusätzliche Konsumationen. **Seite 13**

Kartoffeln / Die Frühkartoffelernte ist in der Schweiz in vollem Gang. Wer aber frische Kartoffeln verwendet, sollte die geeignete Sorte wählen. Im Sommer helfen auch Convenienceprodukte, um die Qualitätschwankungen zu vermeiden. **Seite 14**

Mosch Mosch / Das unweit der Frankfurter Einkaufsmeile Goethestrasse gelegene «Japanische Nudelbar»-Restaurant sorgt für Aufsehen. Das erfolgreiche Lokal ist am diesjährigen Gründerwettbewerb der Wirtschaftshochschule ausgezeichnet worden. **Seite 15**

Corian / Der neuartige Werkstoff aus Naturmineral und Hochleistungs-Acryl vereint die guten Eigenschaften mehrerer traditioneller Materialien. Das langlebige und pflegeleichte Corian wird vermehrt auch in der Hotellerie und Gastronomie verwendet. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Schweiz Tourismus / Am 20. August wird die Themenroute «Wein & Gastronomie» in Bellinzona eröffnet. Sie entspricht nicht nur einer bestehenden Nachfrage, sondern zeigt auch ein bisher eher unbekanntes Bild der Schweiz. **CF Seite 1**

Club Grand Hôtel & Palace / Der 1985 gegründete Club will Hotels mit den Bezeichnungen «Grand» oder «Palace» zusammenfassen. Inzwischen gehören 61 Hotels dem Club an, davon stammen 20 aus der Westschweiz. **CF Seite 2**

Sierre / Die Schweizerische Tourismus-Fachschule passt die Ausbildung an das europäische Punktesystem an. Ab Herbst können die ersten Studenten ihre Ausbildung nach individuellen Kriterien zusammenstellen. **CF Seite 3**

Wellness / Hotels, die einen Swimmingpool besitzen, suchen immer originellere Konzepte, um Gäste anzuziehen und sich abzuheben. Manche offerieren koreanische Entspannung oder brasilianische Massagen. **CF Seite 5**

FORUM

Hier wird Genuss zum Programm

THOMAS FREI*

Was im Sommer 1998 mit einem Tag des Genusses für Freunde begann, ist heute zu einer veritablen Genusswoche gewachsen. Warum war Gstaad die Geburtsstätte von «Davidoff Savours – Geniesser kochen für Geniesser»? Zum einen reichen die kulinarischen Wurzeln des Saanenlandes bis ins 16. Jahrhundert zurück, als die



Region Gstaad noch zur Grafschaft Gruyère gehörte und deshalb das Savoir-vivre unter diesen frankofonen Einflüssen stets einen hohen Stellenwert genoss. Dazu kommen die Natürlichkeit der Bewohner, die liebliche Landschaft rund um Gstaad und die grosse kulinarisch hochstehende Dichte. All dies war ein gesunder Nährboden, um unsere Idee umzusetzen: Freunde sollen miteinander genussvolle Stunden erleben dürfen.

Mir kommen die 6000 Kühe unserer Region in den Sinn, die niemandem etwas vormachen müssen, sondern sich einfach so geben, wie sie sind.

Genuss, «Savours» hat sich nicht nur den Genuss zum Ziel gesetzt. Dies alleine wäre nichts besonders Neues. Das gibt es anderswo in den verschiedensten Formen bereits. Genuss pur würde Hanspeter Reust von der Molkerei Gstaad und mir – wir sind die Initianten – als Anspruch auch nicht genügen. Wir, der Käsemeister und ich, möchten wieder zu den authentischen Produkten zurückkehren. Weg von Tomaten, welche beim Rotkrossdamer Hasen in riesigen Glaskomplexen vor sich her wachsen, ohne dass sie je das Licht der Welt erblickten. Tomaten wachsen in riesigen Hallen, Schweine wachsen in riesigen Hallen, wir fahren Ski in riesigen Hallen. Das kann es nicht sein.

Wir wollen mit «Savours» vielmehr eine Bresche für das Echte, Ursprüngliche, Authentische schlagen – ein Gegengewicht zur heutigen Fast- und Convenience-Mentalität geben. So wird denn bei sämtlichen Aktivitäten rund um «Savours» nicht nur streng darauf geachtet, dass qualitativ hochwertige Produkte zum Einsatz kommen, sondern dass die Veranstaltungen auch allesamt in stilvollem Rahmen durchgeführt werden. Wobei stillvoll nicht mit elitär oder luxuriös gleichgesetzt werden darf. Stil, wie wir ihn bei «Savours» verstehen, bedeutet ganz einfach, den köstlichen Dingen, die uns diese Welt schenkt, mit Respekt zu begegnen.

* Ko-Initiator der noch bis zum 20. Juli dauernden Davidoff-Savours-Woche in Gstaad und Direktor des Gstaader Hotels Bernerhof.

ROLAND MACK / Der geschäftsführende Gesellschafter des Europaparks in Rust nimmt Stellung zu Erfolgsstrategien, Nachfragetrends sowie den Chancen des Mystery Parks. **INTERVIEW: ROBERT WILDI**

«Wir reinvestieren unseren Gewinn»

Herr Mack, der Europapark wächst und wächst. Im letzten Jahr haben Sie erneut sämtliche Rekorde gebrochen.

Das ist richtig. 2002 zählten wir über 3,5 Millionen Eintritte. Das entspricht einer Steigerung von fast 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Und noch besser ist, dass die Besucher immer länger bleiben wollen. Heute liegt die mittlere Aufenthaltsdauer im Park bei 1,4 Nächten. Tendenz steigend.

Dieser Entwicklung leisten Sie Vorschub, indem Sie 2004 das Erlebnishotel Colosseo eröffnen und die Bettenkapazitäten im Park mit einem Schlag verdoppeln.

Genau. Bereits 1,4 Millionen Besucher möchten heute gerne bei uns übernachten. Der Trend zu mehrtägigen Kurzreisen nimmt zu. Wir werden damit auf der Hand, dass wir den Leuten offerieren wollen, wonach sie suchen. Die hohen Auslastungsquoten unserer bisherigen Hotels von über 99 Prozent haben uns zum Bau des «Colosseo» zusätzlich ermutigt.

«Mein Vater sagte stets, man könne selbst nur ein Schnitzel essen.»

Leisten Sie damit auch Vorarbeit für die Zeit, wenn der Nachfrageboom nachlässt?

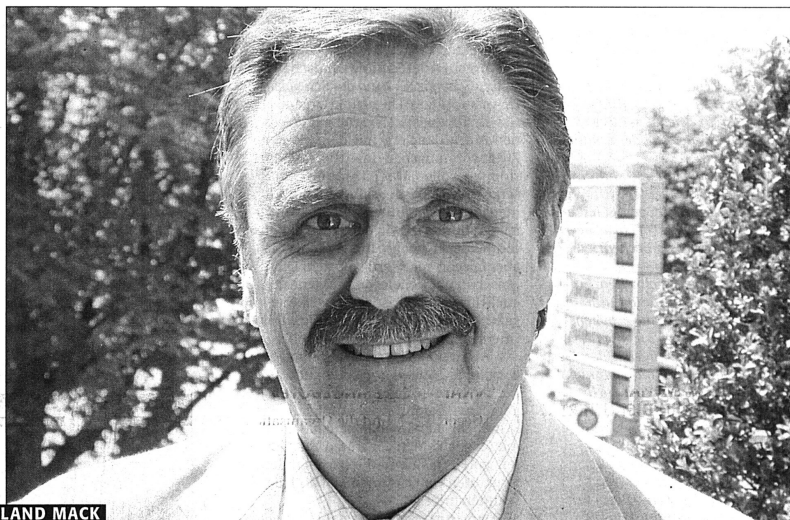
Genüßermassen schon. Irgendwann wird die Zahl von Neukunden zumindest stagnieren oder sogar leicht zurückgehen. Wenn wir gleichzeitig die Aufenthaltsdauer der Besucher stetig vergrössern können, wachsen wir auch dann weiter. Jeder Gast, der bei uns übernachtet, bringt uns einen zusätzlichen Eintritt. Mit diesem Konzept operiert auch das Disneyland in Paris: Die ausgewiesenen mehr als 10 Millionen Eintritte pro Jahr werden mit lediglich 5 Millionen Besuchern generiert. Das erreicht man nur mit attraktiven Übernachtungsmöglichkeiten und einem Topangebot.

Der Erfolg muss also immer wieder mit Investitionen gesichert werden. Wie viel setzen Sie dafür ein?

Zur Person

Roland Mack (54) war Mitgründer des Europaparks in Rust, der im Sommer 1975 seine Tore öffnete. Als geschäftsführender Gesellschafter ist er seither verantwortlich für die Entwicklung des Vergnügungsparks. Nach der Auszeichnung mit dem Bundesverdienstkreuz (1999) wurde Mack vom französischen Staatspräsidenten Jacques Chirac im letzten Jahr für besondere Verdienste um die französisch-deutschen Beziehungen zum Ritter des «Ordre national du Mérite» ernannt. ROW

Foto: Robert Wildi



ROLAND MACK

«Als Familienbetrieb investieren wir aus einer inneren Liebe zum Park alles ins Geschäft, sagt der geschäftsführende Gesellschafter des Europaparks.

Wir geben den gesamten Cashflow für neue Attraktionen aus. Das ist auch unser Vorteil gegenüber einer Aktiengesellschaft. Bei diesen erwarten die Shareholder nach erfolgreichen Jahren entsprechende Ausschüttungen. Nicht so bei uns. Als Familienbetrieb investieren wir aus einer inneren Liebe zum Park alles ins Geschäft. Nur so ist gewährleistet, dass wir unsere hohe Quote an Wiederholungsgästen von über 80 Prozent halten können. Mein heute noch sehr aktiver 82-jähriger Vater prägt in diesem Zusammenhang den Spruch: «Man kann selbst nur ein Schnitzel essen.»

Was unternehmen Sie, neben neuen Bahnen und Hotels, um für die Besucher attraktiv zu sein?

Wir organisieren Veranstaltungen wie das Schweizer-Fest, eine Feria Española, ein Frankreich-Fest und so weiter. Auch TV-Produktionen wählen wir immer häufiger als Kulisse. Der Erfolg kann mit einem Kreislauf erklärt werden: Das grössere Angebot und die Festanlässe animieren die Besucher, über Nacht zu bleiben. Dies bringt uns zusätzliche Einnahmen, die wiederum ins Angebot investiert werden.

Welches sind die Hauptgründe für die positive Entwicklung?

Ich möchte vier nennen: Als Familienunternehmen profitieren wir von unserem grossen Fachwissen im Maschinenbau. Ich stamme aus der achten Generation eines erfolgreichen Herstellers von verschiedenen Technologien und heute Fahrmaschinen. Zweitens verfügen wir mit der grosszügigen Parklandschaft und dem Schloss aus dem 15. Jahrhundert über eine ideale Kulisse für unsere Fantasiewelt. Als Europapark profitieren wir natür-

lich auch von der Währungsunion. Nicht zuletzt bringt uns die zentrale Lage im Dreiländereck mit einer hervorragenden Erreichbarkeit aus allen Windrichtungen grosse Gästezahlen.

Wo Erfolg ist, tauchen bald Nachahmer auf.

Das ist so. Wir erhalten laufend Anfragen von Unternehmern aus aller Welt, die irgendwo ein Duplikat des Europaparks hinstellen möchten. Grundsätzlich bin ich immer zu Gesprächen bereit, eines ist allerdings klar: Den Europapark kann man nicht kopieren.

«Der Mystery Park ist keine Konkurrenz für uns.»

Das war wohl auch nicht das Ziel des im Berner Oberland eröffneten Mystery Parks. Kann er mit dem Europapark mithalten?

Das muss er gar nicht, denn er hat ein grundlegend anderes Konzept. Der Mystery Park hat ein Stück weit einen musealen Charakter und setzt mehr auf Information denn auf reines Vergnügen.

Erschwert diese Ausrichtung nicht den Aufbau einer Stammesbesucherschaft, weil neue Attraktionen fehlen?

Es wird dadurch bestimmt nicht einfacher. Aber die Chancen auf Erfolg stehen für den Mystery Park dennoch gut. Der Start ist auf jeden Fall geglückt. Wichtig für einen nachhaltigen

Erfolg ist die genaue Beobachtung des Verhältnisses Neubesucher / Wiederholungsbesucher. Wenn die Quote der so genannten Repeater steigt, nimmt der Druck zu, Neues anzubieten.

Sie sehen also den Mystery Park nicht als Konkurrenz des Europaparks.

Überhaupt nicht. Neben dem grundverschiedenen Angebot liegen wir auch räumlich relativ weit auseinander. Ich pflege mit dem Mystery-Park-Management einen sehr guten Kontakt.

Zunächst war sogar ein Engagement Ihrerseits beim Mystery Park geplant.

Ich hatte im Rahmen unserer positiven Gespräche zunächst überlegt, mich im Verwaltungsrat des Mystery Parks einzubringen. Allerdings warten im Europapark dermassen viele neue Aufgaben, dass ich schliesslich aus Zeitgründen davon absah.

Neuheiten im Europapark

In diesem Jahr eröffnete der Europapark ein 4D-Kino und löste damit einen grossen Besucherandrang aus. 2004 steht die Eröffnung des Erlebnishotels Colosseo mit 1400 Betten auf dem Programm. Zudem soll eine neue Fahrrastraktion in Betrieb genommen werden. Die Hälfte der Europapark-Besucher stammt aus Deutschland. 22 Prozent aus Frankreich und 18 Prozent oder immerhin 650 000 Eintritte aus der Schweiz. Die übrigen 10 Prozent verteilen sich auf Resteuropa. ROW

Günstige Ferien

Sommeraktion. Die Migros, Interhome und Schweiz Tourismus führen gemeinsam die Sommeraktion «Die Migros macht Ferien» durch. Angebote werden dabei über Interhome den ganzen Sommer über Ferienwohnungen und -häuser zu niedrigen Preisen.

Interessant sind die Angebote vor allem für Familien. Zur Verfügung stehen über 3500 Objekten in der ganzen Schweiz. Kurzentschlossene, die sieben Tage vor Reiseantritt buchen, sparen bis zu 33 Prozent des ursprünglichen Mietpreises. TRU

ZERMATT / Ausstellung von HA Schult

«Trash People»

Ab Samstag stehen am Stellisee bei Zermatt auf 2600 m ü. M. tausend «Abfallmenschen» in Lebensgrösse. Kreiert hat sie der deutsche Aktionskünstler HA Schult. Er reist zusammen mit den Figuren an die wichtigsten Orte der Welt, um sie dort zu präsentieren. Nach dem römischen Amphitheater in Xanten, La Défense in Paris, dem Roten Platz in Moskau, der Chinesischen Mauer in Peking und den Pyramiden von Giza hat

der Künstler nun die Szenerie um das Matterhorn ausgewählt.

Anlässlich der Ausstellung in Zusammenarbeit mit Zermatt Tourismus werden von HA Schult um 25 deutsche Journalisten erwartet. Zusätzlich hat der Künstler ein zweitägiges Package für das Wochenende vom 19./20. Juli zusammengestellt, welches er auf seiner Homepage www.haschult.de publiziert. MW

Balmer's Herberge «top»

Interlaken. Die «Balmer's Herberge» erhält eine Auszeichnung. Bei einer Benützerbefragung auf der Internetseite www.hostelworld.com schaffte es das älteste «Backpackers» der Schweiz, unter den top 10 der beliebtesten Hostels zu landen. Zur Auswahl standen den Internetusern über 4000 Hostels aus 144 Ländern. «In einer wirtschaftlich schwierigen Zeit stimmt uns die Auszeichnung zuversichtlich», erklärt «Herberge»-Besitzer Erich Balmer. MW

MATTERHORN / Der Berg ist vorläufig gesperrt

«Es gibt andere Touren»

Bis zu 100 Menschen besteigen täglich das Matterhorn. Nun ist der Berg vorläufig gesperrt. Denn am Dienstag sind – vermutlich der Hitze wegen – mehrere Hundert Kubikmeter Fels abgebrochen und 70 Alpinisten per Helikopter evakuiert worden. Marcel Perren, Marketingverantwortlicher von Wallis Tourismus, rechnet damit, dass das Matterhorn nach einer Woche wieder besteigbar ist. «Ich glaube nicht, dass deshalb Gä-

ste ihre Ferien absagen», so Perren. Vielmehr handle es sich um ein Bergsteigerisiko wie zum Beispiel schlechtes Wetter. «Zum Glück gibt es in Zermatt viele andere Touren.» Wichtig sei für ihn, dass die Verantwortlichen kein Risiko eingehen und das Matterhorn sperren. Offenbar sind auch die Berggänger vermehrt für Gefahren sensibilisiert: 2002 gingen die Bergunfälle um 23 Prozent zurück. CK

BELEIDIGUNG / Kärnten reagiert auf Italiens Anträge gegen die Deutschen.

ST hält sich zurück

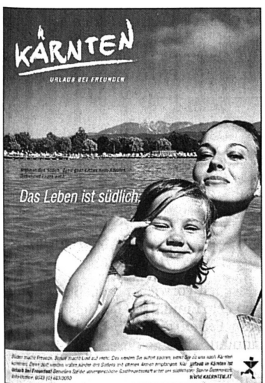
Bundeskanzler Gerhard Schröder macht dieses Jahr keinen Urlaub in Italien. Mit ihm auch andere deutsche Gäste nicht. Der Grund dafür sind die abschätzigen Bemerkungen, die der italienische Staatssekretär für Tourismus, Stefano Stefani, in der Lega-Parteizeitung «La Padania» über deutsche Touristen publiziert hatte. Schröder bleibt bei seiner Entscheidung auch, wenn Stefani zurückgetreten ist.

Nun hat das österreichische Bundesland Kärnten gehandelt: Die Touristiker haben in deutschen Zeitungen – unter anderem im «Bild» – eine Kampagne lanciert und werben für «Urlaub bei Freunden» und mit «Das Leben ist südlich». Wie viel sich die Kärntner die Kampagne kosten lassen, wollten sie nicht verraten.

DIE SCHWEIZ HAT REAKTIONEN DISKUTIERT

Was macht die Schweiz? «Wir haben darüber diskutiert, Gerhard Schröder in die Schweiz einzuladen», sagt Schweiz-Tourismus-Pressesprecherin Daniela Bär. «Wir haben aber bald gemerkt, dass der Me-too-Effekt sehr schnell entstanden wäre. Etwas imitieren wollten wir nicht.» Hätte die Geste werbewirksam sein sollen, hätte man innert 48 Stunden reagieren sollen, denkt Daniela Bär. Eine andere Überlegung sei gewesen, wie sich eine solche Einladung auf Italien auswirken würde. «Es ist ein wichtiges Herkunftsland für die Schweiz», gibt Daniela Bär zu bedenken. «Aus diesen Gründen haben wir uns entschieden, von einer Einladung abzusehen.»

Eingeladen worden ist Schröder von italienischer Seite: der Tourismusverband Arca della Tuscia und die Agenzia Ombrellone boten ihm Gratisferien an. Doch er ziehe es vor, «in Hannover weiterzuschmollen», heisst es im Newsletter des «Corriere della Tuscia». Mehr Erfolg dürfte der Tourismusverband Arca della Tuscia mit seiner anderen Goodwillaktion haben: Er lädt je eine Familie aus den 16 deutschen Bundesländern zu einer Woche Gratisferien ein. CK



So wirbt Kärnten für deutsche Gäste.

NATURNAHER TOURISMUS / Schweiz Tourismus arbeitet gemeinsam mit anderen Organisationen an einem Label für naturnahe Angebote. Ziel ist eine Broschüre mit rund 20 Packages. SONJA STALDER

Garantiert naturnahe Ferien

Naturnahe Angebote im Schweizer Tourismus sollen in Zukunft ein spezielles Label erhalten. Unter dem Arbeitstitel «Schweiz pur» arbeiten gegenwärtig verschiedene Organisationen an einem entsprechenden Projekt. Die Initiative ergriffen hat Schweiz Tourismus (ST), mitbeteiligt sind verschiedene Schutzorganisationen, Verbände, Bundesämter und Fachpersonen. Das Alpenbüro Netz hat die Projektleitung. Ziel der Arbeiten ist es, dass ST im März 2004 eine Broschüre mit rund 20 naturnahen Angeboten präsentieren kann. ST-Sprecherin Daniela Bär nennt Packages für das Aletschgebiet, den Nationalpark oder die Via Splugha als mögliche Beispiele solcher Angebote.

KRITERIEN FÜR «NATURNAHE ANGEBOTE»

Gegenwärtig sind die Organisationen damit beschäftigt, die Kriterien für «naturnahe Angebote» zu definieren. Unter anderem stehen folgende Punkte zur Diskussion: An- und Abreise mit öffentlichem Verkehr (inklusive Gepäcktransport); umweltfreundliche Fortbewegung während der Reise (wandern, Rad fahren, etc.); Einbezug der Umwelt und der lokalen Kultur in die touristische Angebotsgestaltung. Diese Arbeit soll bis Ende Juli abgeschlossen sein.

Laut Judith Renner-Bach, die als Direktorin des Schweizer Tourismusverbands ebenfalls in der Arbeitsgruppe vertreten ist, besteht aus Kundensicht durchaus ein Bedürfnis nach einem solchen Label. «Die bereits bestehenden Natur-Labels zeichnen Betriebe aus, das neue setzt hingegen auf der Angebotsebene an», erklärt sie.

Foto: Swiss-Image



WANDERN IM ALETSCHEGEBIET

Als ein mögliches Angebot der geplanten Broschüre nennen die Verantwortlichen ein Wander-Package im Aletschgebiet.

AROSACARD UND ENGADINCARD / Der einen Karte ist Erfolg beschieden, die andere ist ein Flop. Neu konzipiert sollen dennoch beide werden. In Arosa wird am Projekt «Alpenpark» gearbeitet. TONI RÜTTI

«Wir hatten zu hohe Erwartungen»

Im Bündnerland geben gegenwärtig zwei verschiedene Kartensysteme zu reden: die Arosacard, weil sie Erfolg hat, aber nichtsdestotrotz durch eine überarbeitete Neuauflage noch mehr Erfolg haben soll, und die EngadinCard, die keine Akzeptanz fand, Verlust bescherte und nun – ebenfalls neu konzipiert – auf den kommenden Winter durch ein neues Produkt ersetzt werden soll.

In Arosa wird an der Vision «Alpenpark.ch» gearbeitet. Sie soll das heutige Konzept «All inclusive» ablösen. Dieses beziehungsweise die damit lancierte Arosacard bietet freien Zugang zur Weisshornbahn, zur Eishalle, zum Bus, zum Bad, oder man fährt damit Pedalo. Neu sollen freier Zugang zu noch mehr Anlagen und mehr Transportmöglichkeiten geboten werden.

Tennisplätze, Minigolfanlagen, die Alpkäserie und anderes mehr sollen Bestandteil des geplanten Alpenpark.ch-Konzepts werden, so Hans-Kaspar Schwarzenbach, Direktor von Arosa Tourismus.

FINANZIERUNG BASIERT AUCH AUF STEUERGELDERN

Die Arosacard ist im Übernachtungspreis inbegriffen. Gratis ist sie für die Einwohner, während die Tagesgäste acht Franken bezahlen. «Wer für 15 Franken auf dem Zeltplatz übernachtet, kann für dieses Geld noch gratis aufs Weisshorn fahren. Möglich ist dies dank unserem Finanzierungskonzept, das auch auf Steuergeldern basiert», erklärt Schwarzenbach.

Im Gegensatz zur Arosacard hat die EngadinCard, eine Gästekarte mit Kreditkartenfunktion und einem Punktesammelprogramm, bei den Gästen nie die erwartete Akzeptanz gefunden. «Wir hatten zu hohe Erwartungen», sagt Edmund Dick, Geschäftsführer der DMC EngadinCard AG, St. Moritz. «Wir lancieren auf den kommenden Winter die neue Engadin AccessCard – ohne Kreditkartenfunktion. Wir haben eine Gästekarte entwickelt, die den Zutritt zu den Bergbahnen und öffentlichen Verkehrsmitteln ermöglicht. Mit ihr können aber – wie bis anhin – auch Bonuspunkte gesammelt werden», erklärt Dick. Die Karte soll wie die EngadinCard 45 Franken kosten oder aber – und dies ist neu – gegen eine Depotgebühr bezogen werden können.

Wie hoch der Verlust ist, den die DMC EngadinCard AG in diesem ersten Winter der EngadinCard erlitten hat, will Geschäftsführer Dick nicht beziffern.

Thomas Winkler, Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus, gibt der neuen Engadin AccessCard durchaus Überlebenschancen. «Der Gast will sofort einen Nutzen sehen, statt bloss – wie heute – Punkte sammeln zu müssen, um irgendwann einen Profit zu haben. Mit der heutigen EngadinCard müsste ein Gast theoretisch acht Jahre lang je eine Woche ins Engadin kommen und dabei jeweils 2400 Franken ausgeben, um genügend Punkte zu sammeln, damit es für ein Galadinner zu zweit reicht», rechnet Winkler vor. Dafür müsste der Gast acht Karten zu 45 Franken kaufen.

JUNGE GÄSTE / Sie nächtigen am liebsten im Zelt oder in der Jugendherberge. Das zeigt eine Umfrage der hotel + tourismus revue. Das Hotel Landhaus in Bern hat ein Konzept umgesetzt, das Jugendherberge und Hotel vereint. **MARCEL WÄLT**

Hier nächtigen auch Business-Gäste

Jungen Leuten ist das Hotel oft zu teuer, zu steif oder zu wenig abenteuerlich. Das zeigt eine Umfrage bei acht jungen Männern und Frauen (siehe unten). Das Hotel Landhaus in Bern hat ein Konzept gefunden, das jungen Reisenden entgegenkommt: Das «Landhaus» ist einerseits locker und günstig wie eine Jugendherberge, ist andererseits aber auch ein Hotel mit Doppelzimmern, wenn jemand etwas mehr Luxus will. Ein Bett ist im Mehrbettzimmer schon ab 30 Franken zu haben (vergleiche Tabelle).

Bernhard Schwenter, ein Hotelier, der im In- und Ausland Erfahrungen gesammelt hat, hatte das Haus vor acht Jahren gekauft. Während zwei Jahren baute er es um und realisierte sein Backpacker-Konzept. Sein Ziel war, den jungen Reisenden eine Alternative zu den Jugendherbergen zu bieten. Heute ist das idyllisch an der Aare gelegene Hotel und Restaurant aber ein Haus, in dem sich auch Geschäftsreisende wohl fühlen.

DIE JUNGEN KOMMEN VOR ALLEM IM SOMMER

Von einfachen Sechsbettunterkünften im Stil von Zug-Couchettes bis hin zum Doppelzimmer mit Dusche wird im «Landhaus» heute nämlich alles angeboten. Ein weiterer Service ist die flexible Ausstattung der Zimmer. «Wenn jemand einen Fernseher will, bekommt er ihn», so Schwenter. Auch das Frühstück werde auf Wunsch an jedes Bett gebracht. «Die Gäste bei uns haben 24 Stunden Zutritt zu ihrem Zimmer, was gegenseitig viel Ärger erspart», so der Hotelier.

Sein Hotel wird vor allem im Sommer von jungen Reisenden rege benutzt. «Wir haben viele Backpackers aus Australien und dem asiatischen Raum. Jedoch bekommen wir die schlechte Lage im Tourismusbereich auch zu spüren.»

Durch die Kombination von Hotel und Backpackerunterkunft wird den Reisenden generell viel Flexibilität geboten. Es stehen den Kunden das Restaurant – alle Menüs sind auch als

Fotos: Marcel Wälti



DAS HOTEL LANDHAUS
Hotel statt Jugendherberge: Die Übernachtung im günstigen Mehrbettzimmer oder im komfortableren Doppelzimmer – beides ist hier möglich.

Takeaway erhältlich – sowie eine Gemeinschaftsküche zur Verfügung. Und die wichtigsten Lebensmittel werden im hoteleigenen Laden verkauft. Vor allem die Do-it-yourself-Küche werde als Treffpunkt geschätzt.

Schwenters Konzept, Mehrbettzimmer und Doppelzimmer anzubieten, in Kombination mit einem Restaurant mit guter Küche und winters auch mit Konzerten, erweitert das Kundensegment. «Die «normalen» Hotelgäste sind für uns sehr wichtig», so Schwenter. Dazu gehören auch die Stammgäste, die die Lücke füllen, wenn die jungen Gäste ausbleiben. «In den Zimmern im modernen Anbau ist ab und zu der ehemalige deutsche Wirtschaftsminister Werner Müller anzutreffen», verrät der Hotelier. Weiter gehören Künstler und Familien sowie Geschäftsreisende zu den starken Kunden in diesem Bereich. So sind für Familien spezielle Zimmer mit zwei Einzel- und einem Kajütenbett bereitgestellt.

VERMARKTUNG DURCH VERSCHIEDENE KANÄLE

Das Hotel Landhaus wird denn auch mittels verschiedener Kanäle vermarktet. Das Haus ist Mitglied von Bern Tourismus sowie der Vereinigung der Swiss Backpackers, der beispielsweise auch Balmers Herberge in Interlaken angehört. «Dadurch werden viele Reisende zu uns weitergeleitet», so Schwenter. Ein grosser Teil seiner

jungen Gäste werde zusätzlich von einem Tour-Operator aus England vermittelt, der mit Bussen zweimal täglich Bern ansteuert. Hinzu kommt natürlich die Eintragung in den gängigsten Travel Guides wie zum Beispiel dem «Lonely Planet».

Mitarbeit: Christine Künzler



Die Gemeinschaftsküche ist Treffpunkt für alle Gäste.

Hotel Landhaus: Die Kennzahlen

Durchschnittliche Auslastung der Betten	50 Prozent
Anzahl Betten	32
Anzahl Zimmer	2 x 6er, 2 x 4er, 2 x Family, 2 x Doppelzimmer
Anzahl Mitarbeitende in Hotel und Restaurant	20
Preise	30 bis 140 Franken
Öffnungszeiten	Ganzes Jahr
Hotelfréception	07.00 bis 23.00 Uhr
Restaurant (Küche)	11.00 bis 23.00 Uhr
Anzahl Plätze im Restaurant	90 innen, 60 auf der Terrasse

UMFRAGE BEI JUNGEN GÄSTEN: «IN EINEM HOTEL IST ES MIR ZU RUHIG UND ZU TEUER»

Anja Linder, 17, Schülerin

«Für mich sind Ferien sehr wichtig, und ich lasse es mich auch gerne etwas kosten, wenn der Preis angemessen ist. Im Winter gehe ich meistens in



ein Hotel in der Schweiz. Für den mir dort gebotenen Service zahle ich gerne auch ein bisschen mehr. Ich finde Ferien im Hotel einfach gemüthlicher, weil man da so richtig geniessen kann.»

Gian Spescha, 23, Primarlehrer

«Mein Jahresbudget für Ferien beträgt um die 1000 Franken. Schon dadurch kann ich es mir nicht leisten,



in Hotels zu übernachten. Ansonsten wäre nach einer Woche alles Geld aufgebraucht. Und mit einer günstigen Unterkunft kann man die Reisekosten

am besten senken. Es ist naheliegend, dass ich in Jugendherbergen oder im Zelt schlafe.»

Iris Ea, 20, Studentin

«Es gibt mir einen Kick, draussen zu übernachten. Daher verbringe ich gerne meine Ferien auf einem Zeltplatz. Man erlebt im Freien viel mehr,



als wenn man in einem Gebäude schlafen würde. In einem Hotel ist es mir zu ruhig und zu teuer. Dazu kommt noch, dass ich in Hotels persönlich auch nicht so gute Erfahrungen gemacht habe.»

Matthias Krähenbühl, 24, im Moment auf Arbeitssuche

«Ich habe einmal ein Wellness-Wochenende in Vals verbracht. Das



kann ich weiterempfehlen. Sonst bin ich nicht so der Hotelbesucher. Wenn ich in die Ferien gehe, zieht es mich weit weg, denn ich will Länder und Menschen kennen lernen. Dann muss ich mein Budget halt einer Kur unterziehen. Deshalb versuche ich immer, einen privaten Schlafplatz zu finden.»

Silvia Haslebacher, 24, Serviceangestellte

«Schweizer Hotels verbinde ich immer mit der Geschäftswelt. Wahrscheinlich sind sie für mich einfach zu herausgeputzt. Deshalb übernehme ich in der Schweiz wohl auch lieber in



einer Jugendherberge. Mit den Gemeinschaftsräumen und der öffentlichen Küche wird eine sehr einladende Atmosphäre geschaffen, und das zu einem bezahlbaren Preis.»

Nadaw Penner, 24, Gewerkschaftsfunktionär

«Um in Hotels zu übernachten, ist mein Reisebudget zu klein. Dazu kommt, dass Ferien für mich auch Abenteuer bedeuten und ich deshalb gerne auf den Service in den Hotels verzichte. Ich bin viel lieber draussen



in der freien Natur, wenn ich Erholung brauche. Denn ich schätze die Distanz von der Arbeitswelt, mit der ich mich in Hotels konfrontiert fühle.»

Martin Ruch, 23, Tontechniker

«Wenn ich mich für eine Unterkunft entscheiden muss, schaue ich zuerst auf den Preis. Weiter ist mir eine gute Lage wichtig, wofür ich auch ger-



ne ein bisschen mehr bezahle. Das heisst, wenn bei Städterferien die Jugendherberge abgelegen ist, gehe ich gerne in ein Hotel im Zentrum, obwohl mir die Ambiance in der Jugi eigentlich mehr zusagt.»

Vera Sperisen, 24, Studentin

«Ich war vor langer Zeit einmal in einem Schweizer Hotel. Das waren Familienferien. Wenn ich jetzt auf Reisen

gehe, versuche ich, Kontakt zu anderen Reisenden und den Einheimischen zu knüpfen. Dies finde ich in einem Hotel schwierig. Deshalb übernehme



ich am liebsten bei Familien, die ich unterwegs kennen lerne, oder in Jugendherbergen.»

René Ammon, 27, Sozialarbeiter

«Wenn ich einmal Ferien habe, bin ich auf der Suche nach Abwechslung und Abenteuer. Ebenfalls wichtig ist mir, dass der Preis stimmt. Deshalb ge-



niesse ich vorwiegend das Reisen mit dem Zelt. Einmal pro Jahr leiste ich mir dann Ferien in einem Haus von Bekannten. Dort geniesse ich die Ruhe und den Luxus zu einem budgetfreundlichen Preis.

Umfrage: Marcel Wälti

RAIMUND RODEWALD / Der Bundesrat soll den Zweitwohnungsbau im Oberengadin stoppen: Das fordern die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) und der Schweizer Heimatschutz. Der SL-Geschäftsleiter im Interview. **INTERVIEW: SONJA STALDER**

«Die Grenze ist längst überschritten»

Das Thema «Zweitwohnungsbau im Oberengadin» brennt seit Jahren. Weshalb werden Sie gerade jetzt aktiv?

Der Bundesrat entscheidet demnächst über den neuen Richtplan des Kantons Graubünden. Wir haben diesen Richtplan genau angeschaut und vermissen darin jegliche Strategie, wie der Zweitwohnungsbau im Oberengadin eingedämmt werden könnte. Jetzt liegt es beim Bundesrat, neue Massnahmen zu erarbeiten – natürlich zusammen mit der Region und der Bündner Regierung.

In Ihren Unterlagen kritisieren Sie etwas vage, der Richtplan fördere geradezu die Siedlungsentwicklung. Wie kommen Sie zu dieser Einschätzung?

«Der Richtplan ist leider auch ein politisches Werk.»

Im Richtplan ist das ganze Gebiet von Zuoz bis Silvaplana als «Agglomeration» festgehalten. Aus unserer Sicht ist das der völlig falsche Begriff für diese Gegend: Zu einer Agglomeration gehört immer die Bauentwicklung. Im Oberengadin müsste aber dafür gesorgt werden, dass diese Siedlungen nicht zu einem Klumpen zusammenwachsen. Ein weiteres Beispiel: In Sils ist ein Teil der Cuncas-Ebene als Siedlungsgebiet bezeichnet. Der Kanton setzt damit ein völlig falsches Signal: Auch wenn die Gemeinde im Moment nicht daran denkt, dieses Gebiet zu überbauen, so wird damit doch ein Präjudiz für die kommenden Jahre geschaffen.

400 neue Wohnungen pro Jahr

«Ein Tal baut sich zu Tode!», unter diesem Titel haben die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz und der Schweizer Heimatschutz letzte Woche zur Pressekonferenz eingeladen. Der Anlass fand im Journalistenzimmer des Bundeshauses statt – fernab vom angesprochenen Tal, dem Oberengadin.

Im Zentrum der Kritik stand der Zweitwohnungsbau: Die beiden Organisationen riefen den Bundesrat dazu auf, Massnahmen zu treffen, um den Bau von Ferienwohnungen im Oberengadin zu stoppen. Im rund 30-köpfigen Unterstützungskomitee sind

Foto: Swiss-Image



BERGE VERFÜHREN MEHR ALS BAUKRÄNE

In den Tourismusprospekten ist vom Bauboom und der Verkehrsüberlastung im Oberengadin nichts zu sehen: Die Gäste lassen sich lieber von der unberührten Natur verführen. Genau aus diesem Grund widerspreche der Zweitwohnungsbau auch den Interessen des Tourismus, sagen die Initianten des Oberengadin-Aufrufs.

Der Bündner Richtplan lag öffentlich zur Vernehmlassung auf. Ist der Plan somit nicht in der Region selbst so gewachsen?

Das glaube ich nicht. Wir haben vor zwei Jahren bei der Vernehmlassung mitgemacht und auf die Probleme hingewiesen. Der Mitwirkungsbericht zeigt aber, dass viele Anträge nicht berücksichtigt worden sind. Diese Anliegen – auch von Privatpersonen vor Ort – waren offenbar

politisch nicht opportun. Insofern ist der Richtplan leider auch ein politisches Werk.

Was wollen Sie mit Ihrem Aufruf konkret erreichen?

Der Bund soll mit dem Kanton dafür sorgen, dass der Zweitwohnungsbau im Oberengadin gestoppt wird. Im Weiteren soll der Bund klar signalisieren, dass eine Aufklassierung der Engadinstrasse zu einer Transitstrasse unsinnig ist. Schliesslich sind wir der Meinung, dass das bereits existierende BLN*-Objekt «Oberengadiner Seenplatte» ausgeweitet werden sollte.

Der Kanton Graubünden – und das Oberengadin im Besonderen – lebt vom Tourismus. Wie überzeugen Sie die Branche, dass Ihr Anliegen gerechtfertigt ist?

Der Zweitwohnungsbau dient – touristisch gesehen – zu überhaupt nichts. Im Gegenteil: Er zieht viele volkswirtschaftliche Kosten nach sich. Diverse Infrastrukturen müssen auf Spitzenzeiten ausgerichtet werden; das ist für die Gemeinden eine Last. Gleichzeitig führt jede Verbauung zu noch mehr Verkehr, und das erhöht

Mit Ihrem Aufruf wollen Sie etwas ins Rollen bringen. In der Region selbst sind aber bereits verschiedene kleinere Bewegungen im Gange.

Als nationale Organisation haben wir die Aufgabe, die Signale auch auf der nationalen Ebene zu platzieren. Diese nationale Ebene kann nicht durch eine Parteisektion im Oberengadin oder durch das Forum Engadin lanciert werden. Hier können und wollen wir Unterstützung bieten. Wir fahren aber keinen separaten Zug, sondern klinken uns in die bestehenden Strukturen ein.

«Wir haben auch von touristischer Seite her Rückhalt.»

In welchen anderen Schweizer Regionen beobachten Sie ähnliche Entwicklungen wie im Oberengadin?

Das Oberengadin ist ein Spezialfall: Dort prallt das hohe Schutzinteresse mit sehr grossen wirtschaftlichen Interessen zusammen. In dieser ausgeprägten Form ist das kaum anderswo anzutreffen.

Im Wallis konnten wir viele Entwicklungen nicht früh genug beeinflussen; für einige Regionen ist es bereits fünf nach zwölf. Beispiele sind Crans Montana oder Portes du soleil: Es ist tragisch, was dort geschehen ist. Im Oberengadin ist die Situation noch nicht so schlimm. Wenn es uns dort nicht gelingt, die Entwicklung zu stoppen, dann wird uns das in anderen Gegenden erst recht nicht gelingen.

*BLN = Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung

Zur Person



Raimund Rodewald ist Biologe (Dr. phil.) und Geschäftsleiter der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz. SST

OBBERENGADIN / Das Oberengadin hat ein Problem mit dem Zweitwohnungsbau: Dieser Meinung sind auch die lokalen Touristiker. Das Vorgehen der beiden Organisationen kritisieren die Branchenvertreter hingegen scharf. **SONJA STALDER**

Die Einmischung von Bern ist nicht erwünscht

«Diese Leute leisten der Sache einen Bärendienst.» Mit diesen Worten kritisiert Hans-Peter Danuser das Vorgehen der Stiftung für Landschaftsschutz Schweiz und des Schweizer Heimatschutzes. Die beiden Organisationen haben letzte Woche in Bern einen Aufruf gegen den Zweitwohnungsbau im Oberengadin lanciert (siehe oben). Das Pikante: Der Kurdirektor von St. Moritz ist selbst auf der Namensliste des Unterstützungskomitees zu finden. «In der Sache haben die Leute Recht, deshalb habe ich auch unterschrieben», rechtfertigt sich Danuser. Für ihn steht aber fest: «Das Vorgehen der Initianten ist falsch.» Die Oberengadiner Bevölkerung reagiere sehr sensibel auf eine solche «Bevormundung» aus dem Unterland.

Wie Recht er hat, zeigt das Gespräch mit Claudio Chiogna, Direktor der Ferienregion Engadin: Der gebürtige Oberengadiner stösst sich daran, dass «uns von auswärts gesagt wird, wie wir vorgehen sollen». Und er doppelt nach: «Wir wollen hier nicht wie die Indianer in einem Reservat leben.»

«ICH SÄHE AUCH LIEBER MEHR HOTELS»

Während Danuser die Einschätzung teilt, dass der Zweitwohnungsbau im Oberengadin gestoppt werden sollte, kommen seine Berufskollegen zu einem etwas anderen Schluss. Stefan Sieber, Tourismusdirektor von Celerina, stellt beispielsweise fest: «Natürlich sähe ich auch lieber mehr Hotels. Die Ferienwohnungen bringen

aber doch eine gewisse Wertschöpfung.» Er und Claudio Chiogna plädieren dafür, dass der Zweitwohnungsbau nicht gestoppt, sondern verlangsamt und gestaffelt wird. «Aus rechtlicher Sicht bietet sich gar keine andere Möglichkeit», sagt Sieber. Derjenige Boden, der heute überbaut werde, sei schon vor Jahren eingezeichnet worden.

Das Argument der beiden Organisationen, die touristische Belastbarkeit des Oberengadins sei heute bereits erreicht, mag ebenfalls nur Danuser in dieser Absolutheit unterstützen. Claudio Chiogna teilt diese Aussage gar nicht. Stefan Sieber nur in Bezug auf den Verkehr während der Hochsaison.

Einig sind sich hingegen die drei Touristiker, was die Engadinstrasse angeht: Sie alle wehren sich – so wie die

Initianten des Oberengadin-Aufrufs – gegen die Pläne der Bündner Regierung, diese Strasse höher zu klassieren und als Transitachse zu nutzen. «Bireweich» sei dieses Vorhaben,

meint beispielsweise Hans-Peter Danuser. Einigkeit herrscht aber auch darin, dass das Oberengadin seine Probleme alleine lösen kann – ohne «Unterländer».

Petition und Massnahmenkatalog

Der rege Zweitwohnungsbau sorgt auch im Oberengadin selbst für Kritik: Die lokale SP-Sektion hat beispielsweise kürzlich eine von rund 700 Personen unterzeichnete Petition eingereicht. Laut «Engadiner Post» fordern die Petitionäre eine Selbstbeschränkung beim Zweitwohnungsbau. Bereits seit längerer Zeit arbeitet die Gemeinde Celerina an einem Projekt zur nachhaltigen Entwicklung: Eine Um-

frage bei der Bevölkerung und den Gästen vor zwei Jahren hatte gezeigt, dass der Verkehr und die Bautätigkeit als die grössten Probleme wahrgenommen werden. Eine breit abgestützte Arbeitsgruppe hat inzwischen einen Massnahmenkatalog erarbeitet. Nach Abschluss des laufenden Vernehmlassungsverfahrens wird die Gemeindeversammlung darüber abstimmen können. SST

VENEDIG / Das Hotel Cipriani ist ein Ruhepol abseits des pulsierenden Treibens der berühmten Lagunenstadt. Die Philosophie des legendären Hotels wird seit über dreissig Jahren von Natale Rusconi bestimmt. **MARTIN J. PETRAS**

Wo sich früher Casanova vergnügte

Nur wenige Hotels auf der Welt strahlen so viel Faszination und Zauber aus wie das «Cipriani» in Venedig. Und keiner verkörpert die Luxushotelskultur der geschichtsträchtigen Lagunenstadt besser als Natale Rusconi.

«Gemäss einer Legende hat sich schon Giacomo Casanova in diesen Gärten hier vergnügt», lächelt Natale Rusconi, Generaldirektor des Hotels Cipriani in Venedig, und schenkt vom «Casanova Salso» ein. Die Trauben für diesen besonderen Rotwein wachsen im Garten des Hotels, und an die zehntausend Flaschen hauseigenen Weins wandern jährlich in den Hauskeller.

Das «Cipriani» liegt auf der Insel Giudecca, genau gegenüber der Piazza San Marco. Und gerade diese besondere Lage inmitten von Gärten macht dieses Hotel zu einem einzigartigen Ruhepol. Dort, wo sich schon Casanova vergnügte, geniessen heute zahlungskräftige Gäste, darunter zahlreiche Prominente, Venedig von der ruhigen Seite, abseits der touristischen Ströme.

VENEDIGS EINZIGER SWIMMINGPOOL

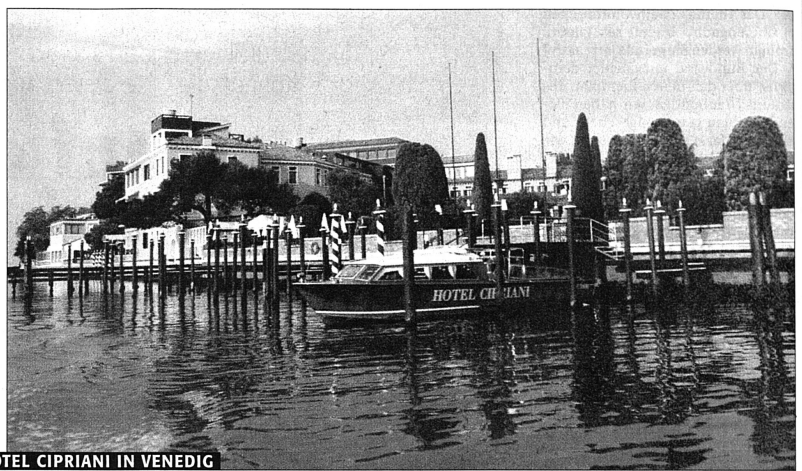
Die Idee, auf dieser Insel ein Hotel zu erstellen, hatte 1956 «Commendatore» Giuseppe Cipriani, der legendäre Gastronom und Gründer des welt-

berühmten Lokals «Harry's Bar». Rasch konnte er einige seiner illustren Stammkunden für sein Projekt begeistern, insbesondere die drei Töchter des Second Earl of Iveagh, des früheren Oberhauptes der Guinness-Familie. Bereits zwei Jahre später konnte das Hotel seinen Betrieb aufnehmen. Das «Cipriani» war auf Anhieb derart erfolgreich, dass bald erweitert und angrenzende Grundstücke übernommen werden konnten.

Heute umfasst das drei Hektar grosse Hotelareal das im Stil eines Countryclubs erbaute Hauptgebäude mit 88 Zimmern und Suiten, das «Palazzo Vendramin» mit 3 Doppelzimmern und 7 Suiten sowie das «Palazzetto» mit fünf Junior-Suiten mit einer herrlichen Aussicht auf den Markusplatz und einem Butlerservice. Weiter gehören Gärten, Tennisplätze sowie ein 512 Quadratmeter grosser Salzwasser-Swimmingpool (Venedigs einziger Swimmingpool) zum Areal. Und das Hotel bietet seinen Gästen einen kostenlosen Motorboot-Shuttleservice zum Markusplatz rund um die Uhr an.

Auch eine kulinarische Legende entstand auf der Insel Giudecca: Anlässlich eines städtischen Banketts zur Jahrhundertfeier des venezianischen Malers Vittore Carpaccio vor über vierzig Jahren erfand die «Cipriani» Küche das Filet Carpaccio. Die Hotelgastro-

Fotos: Martin J. Petras



HOTEL CIPRIANI IN VENEDIG

Ein Ruhepol abseits des pulsierenden Treibens: Das drei Hektar grosse Hotelareal umfasst das Hauptgebäude, das «Palazzo Vendramin» sowie das «Palazzetto». Weiter gehören Gärten, Tennisplätze sowie Venedigs einziger Swimmingpool dazu.

nomie des Hotels Cipriani setzt sich zusammen aus drei Restaurants, drei Bars sowie Veranstaltungsräumen. Weiter betreibt das Hotel auch einen Party- und Cateringservice. Küchenchef Renato Piccolotto und seine 23-köpfige Brigade setzten sich besonders für die venezianische Küche ein. «Eine Küche, die durch die Geschichte Venedigs als Warenumschlagplatz», so Piccolotto, «sehr abwechslungsreich, würzig und auch orientalisch angehaucht ist.»

GENTLEMAN-HOTELIER NATALE RUSCONI

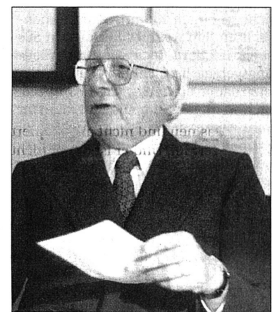
Giuseppe Cipriani zog sich 1972 zurück, blieb aber bis zu seinem Tod im Jahr 1980 im Verwaltungsrat des Hotels. 1976 verkaufte die Guinness-Familie das Hotel Cipriani dem «Shipping Magnate» James B. Sherwood. 1977 wurde Natale Rusconi zum geschäftsführenden Direktor ernannt, und er bestimmt bis heute die Philosophie des Hauses. Das Hotel Cipriani

gehört zur Gruppe Orient-Express Hotels, Trains & Cruises, die weltweit 40 Luxushotels, Restaurants, Touristenzüge und Fluss-Kreuzschiffe in 17 Ländern betreibt. Gründer und Chairman der Orient-Express Hotels ist James B. Sherwood. Erst kürzlich übernahm die Gruppe das Hotel Ritz in Madrid.

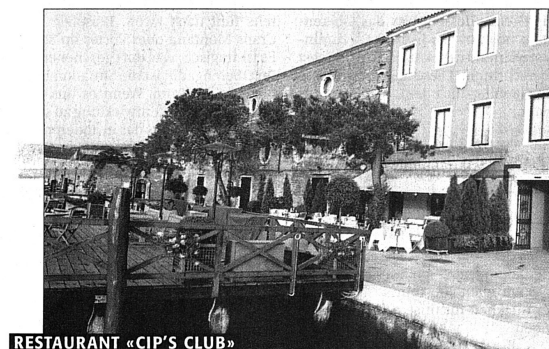
Gemäss «Dottore» Rusconi, der ein Studium der modernen Literatur und Wirtschaftsgeschichte absolvierte, muss die Luxushotellerie heute vor allem ihre Regionalität pflegen. Und: «Wir müssen den Gästen das geben, was sie wollen», so Rusconi weiter, «und nicht das, was wir glauben, was sie wollen könnten.» Der Gentleman-Hotelier der alten Schule verbringt viel Zeit mit persönlicher Korrespondenz, und er bemüht sich, jeden Gast persönlich zu begrüssen und zu verabschieden.

Natale Rusconi wechselt ins perfekte Berndeutsch. Der aus einer Mailänder Hotelierfamilie stammende Rusconi ging in Mailand auf eine Schweizer Schule. Jahrelang ver-

brachte er während seiner Jugend die Ferien in der Schweiz mit gleichaltrigen Kindern einer befreundeten Familie aus Bern, zu denen er heute noch Kontakt hat und die er «meine Schweizer Geschwister» nennt.



Natale Rusconi leitet seit über dreissig Jahren das Hotel Cipriani.



RESTAURANT «CIP'S CLUB»

Das informelle Restaurant mit einem einmaligen Blick auf die Lagunenstadt.

CARCASSONNE / Das Hôtel de la Cité ist das einzige Luxushotel innerhalb der berühmten mittelalterlichen Festungsstadt Carcassonne. Besonderer Wert wird hier auf eine hochstehende Gastronomie gelegt. **MARTIN J. PETRAS**

Sterneküche vor mittelalterlicher Kulisse

«Das Hôtel de la Cité war nicht gerade ein Haus, in welchem die Gäste lange bleiben wollten», erklärt Generaldirektor Jacques Hamburger, «denn um die Festung anzuschauen, reichen eigentlich ein paar Stunden.» Das sei das Hauptproblem dieses einzigartigen Hotels hinter den mittelalterlichen Stadtmauern der historischen südwestfranzösischen Stadt Carcassonne.

Seit sechs Jahren arbeitet der Schweizer Hotelier Jacques Hamburger kontinuierlich daran, das kleine Luxushotel zu entwickeln und neu zu positionieren. Dieser Prozess startete sehr erfolgreich, doch er wurde, so der gebürtige Lausanner, zuerst vom 11. September und dann vom Irakkrieg, jäh unterbrochen.

HOCHSTEHENDE HOTELGASTRONOMIE

Das 1909 an der Stelle eines früheren bischöflichen Palastes erbaute Hôtel de la Cité wurde 1997 von der Luxushotelgruppe Orient-Express Hotels gekauft und anschliessend einer gründlichen Renovation unterzogen. Dabei wurden zwei frühere kleinere Hotels mit einer Passage zu einem Hotel mit insgesamt 61 Zimmern und Suiten zusammengeführt.

Um neue Kundenkreise zu erschliessen, bietet das Hôtel de la Cité, neben seiner einmaligen Kulisse innerhalb der zum UNESCO-Weltkulturerbe zählenden Festungsstadt Carcassonne, auch Ausflüge zu den Ruinen der Katharer-Burgen, zum Canal du Midi und weiteren Sehenswürdigkeiten der Gegend an.

Und um auch französische Kundschaft anzuziehen, wird im Hôtel de la Cité grosser Wert auf eine hochstehende Hotelgastonomie gelegt. Neben dem regionalen Spezialitätenrestaurant Saskia betreibt das Hotel das

Gourmetrestaurant La Barbacane, das letztes Jahr mit dem ersten Michelin-Stern ausgezeichnet wurde. Der junge und dynamische Küchenchef Franck Putelat, der dieses Jahr am weltweiten kulinarischen Wettbewerb «Bocuse

d'Or» mit der Silbermedaille ausgezeichnet wurde, verbindet kreativ die klassische, saisonal-regionale Küche mit neuen Elementen. Wie beispielsweise eine «Soupe d'asperges au caviar et popcorn».



Jacques Hamburger führt seit sechs Jahren das Hôtel de la Cité.

Fotos: Martin J. Petras



HÔTEL DE LA CITÉ IN CARCASSONNE

Spektakuläre Lage innerhalb der historischen Festungsstadt Carcassonne. Rechts das Sterne-Restaurant La Barbacane.





SEMINARHOTELS / Durch den Sparkurs der Firmen werden sie zu innovativerer Marktbearbeitung gezwungen. **SEITE 11**



GRAND HOTEL LOCARNO / Was mit dem traditionsreichen Hotel geschieht, ist noch offen. Auch ein Abbruch wird diskutiert. **SEITE 12**

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

«**THE BEST OF LAKE LUCERNE**» / Weggis, Vitznau und Rigi haben sich zu einer Destination zusammengeschlossen. Sie nennt sich ganz unbescheiden «the Best of Lake Lucerne». Können die Orte diesen Anspruch erfüllen? **CHRISTINE KÜNZLER**

«Wir stehen noch auf dem ersten Tritt»

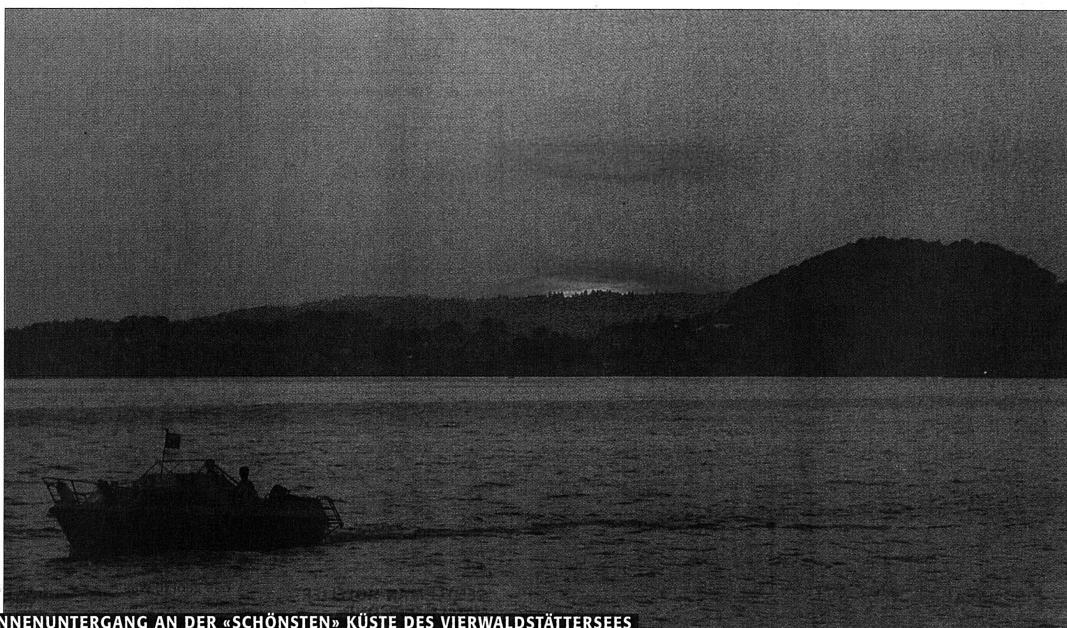
St. Moritz machte es vor und hievte sich unbescheiden auf den «Top of the World». Jetzt künden sich Weggis, Vitznau und Rigi zu «the Best of Lake Lucerne». Der Zusammenschluss der drei Orte ist letzten Monat einstimmig vollzogen worden.

Dass diese neue Destination am Vierwaldstättersee gegründet worden ist, das begrüssen alle befragten Touristiker und Leistungsträger. Kann sie aber den in «the Best of» gesetzten Erwartungen gerecht werden? Darüber diskutierten der ehemalige Luzerner Tourismusdirektor Kurt H. Illi, der hotellerie-suisse-Direktor Christoph Juen, der CEO der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit, Andreas Deuber, und der Geschäftsführer von «Weggis Vitznau Rigi Tourismus», Erwin Tanner, an einem Podiumsgespräch im Arabella-Sheraton-Hotel Vitznauerhof. Geleitet hat diesen Talk Philippe Welti, Journalist und Mitarbeiter der Zürcher PR-Agentur Klaus J. Stöhlker AG.

«EIN NATIONALES EVENT» MUSS HER

«Weggis Vitznau Rigi – the Best of Lake Lucerne» braucht künftig ein Event mit nationaler Ausstrahlung, ein Event, das neu und nicht abgeklappt ist, fordert Illi. Und er ist damit nicht allein: Dieser Ansicht sind auch Hoteliers vor Ort. Tanners Hinweis auf die fehlenden Mittel, um ein nationales Event auf die Beine zu stellen, lassen die Talk-Teilnehmer nicht gelten. «Gute Ideen lassen sich finanzieren», sagt Juen, und Illi doppelt gleich nach: «Mit guten Vorschlägen lässt sich auch jetzt noch Geld bei Firmen holen.» Fazit von Christoph Juen: «Wir haben eine Armut an Ideen und nicht eine Ar-

Foto: Christine Künzler



SONNENUNTERGANG AN DER «SCHÖNSTEN» KÜSTE DES VIERWALDSTÄTTERSEES

Natur oder Event? Was die Destination Weggis, Vitznau und Rigi zur «Best of Lake Lucerne» macht, ist noch offen.

mut an Finanzen.» Und auch Deuber nimmt diesen Faden auf: «Der Erfolg liegt am Ideenreichtum des Hoteliers und an seiner Begeisterungsfähigkeit.» Etwas anders sieht es Peter Reinle, Direktor Vierwaldstättersee Tourismus: «Ich zweifle, ob die Gäste immer mehr

und immer Neues wollen. Die Menschen wollen doch einfach reisen, und wenn das Wetter schön ist, kommen sie automatisch.» Damit aber meint Reinle nicht, dass in Sachen Kreativität nichts mehr zu tun sei. Vielmehr möchte er das den einzelnen Hoteliers überlassen, weil er sich grundsätzlich frage, ob denn ein Tourismusdirektor immer Neues erfinden müsse und könne. «Ist unsere Aufgabe nicht einfach, Bestehendes zu verkaufen?», überlegt er sich laut. «Vielleicht brauchen wir Mut zum Simplen, sinniert er.» Doch zu einem schönen See und einem schönen Hotelzimmer gehörten aber auch vernünftige Preise, wenn der Gast etwas essen und trinken wolle.

«NICHT EIN HERZ UND EINE SEELE»

Nun, welches Event «the Best of Lake Lucerne» auf die Beine stellen könnte, um möglichen Erwartungen gerecht zu werden, bleibt auch nach dem Talk und nach Gesprächen mit verschiedenen Leistungsträgern offen. Die Probleme der jungen Destination sind im Moment um einiges bodenständiger. Wie zum Beispiel sollen die

2693 Betten in den 43 Hotels ausgelastet werden? Heute liegt die durchschnittliche Jahresauslastung in Vitznau unter 30 Prozent, in Weggis betrug sie im Jahr 2001 43 Prozent. Und Deuber verhehlt denn auch nicht, dass in der neuen Destination eine Strukturbereinigung ansteht.

Kurt Balmer, der Direktor des «Vitznauerhofs», rechnet damit, dass «es noch Jahre dauern kann, bis die Basis der Zusammenarbeit zwischen Vitznau und Weggis gelegt ist». Es werde, vermutet er, «noch Diskussionsstoff geben, bis die Reibereien aus der Welt geschafft sind, denn Vitznau und Weggis waren schon früher nicht ein Herz und eine Seele». Doch die Destinationsbildung ist für ihn ein richtiger Schritt, «weil Vitznau von Weggis profitieren kann». Denn Weggis biete die Infrastruktur, die der Gast suche. Im Moment sehe er noch nicht klar, wie Tanner es schaffen wolle, beiden Dörfern Gäste zu vermitteln. Eine Frage, die Zweifel schürt, ob der frühere Weggiser Tourismusdirektor Erwin Tanner auch der richtige Mann für die neue Destination sei. Tanner sieht diesbezüglich keine Probleme: «Ich lebe in Vitznau und arbeite in Weggis.» Und er sei sich, sagt er, des Erwartungs-

drucks durchaus bewusst, der nun auf ihn zukomme. «Ich weiss, dass wir uns ein hohes Ziel gesetzt haben.»

QUALITÄT IST BESONDERS GEFRAGT

Dass die junge Destination noch Hausaufgaben machen muss, sagt auch Peter Kämpfer, der Direktor des Park Hotels Weggis. «Die Region muss sich über Qualität verkaufen. Und zwar muss das Qualitätsdenken über die Hoteliers hinaus auf die Bevölkerung übergreifen.» Deshalb sei auch vorgesehen, dass alle Betriebe in der Destination mindestens das Q1 erarbeiten müssen.

Einig ist man sich darüber, dass «Weggis Vitznau Rigi» eine Ganzjahresdestination werden soll. Eine Möglichkeit dazu sieht Kämpfer in der Stärkung des Seminargeschäfts und des Wellnessbereichs. Und Peter Wolf, Direktor des Hotels Albana in Weggis, schweben «Angebote mit Inhalten» vor. Bis die Destination ihren selbst ernannten Ansprüchen aber gerecht werden kann, gelte es noch eine lange Treppe zu bauen. «Wir stehen noch auf dem ersten Tritt, also packen wirs an.»

Was will die neue Destination?

Der Direktor von «Weggis Vitznau Rigi – the Best of Lake Lucerne», Erwin Tanner, hat auch schon einige Ideen und Konzepte für die junge Destination. Zum Beispiel das neue Pauschalangebot «Resort around in Weggis, Vitznau und Rigi»: Die Gäste können während ihrem Aufenthalt in verschiedenen Hotels wohnen. Das ist problemlos für jene Gäste, die Drei-Sterne-Hotels buchen (ab 759 Franken pro Person). Wer in Vier- oder Fünf-Sterne-Häusern nächtigen will, muss auf der Rigi in ein Drei-Sterne-Haus ausweichen, denn dort gibt es keine Luxushotels. Geplant sind weiter ein Cheschtene-Themenweg und ein Alpines Wellness-Projekt auf Rigi Kaltbad (mit Appartements). In Vitznau

steht zudem das erste Festungshotel der Schweiz.

Der Businessplan zeigt für 2003 ein Marketingbudget von 390 930 Franken und ab 2004 405 930 Franken. Weitere Finanzen erhofft sich Tanner von einer Erhöhung der Kurtaxen und den Beiträgen der Gemeinden.

Eine wichtige Aufgabe für Erwin Tanner ist die Sensibilisierung der Leistungsträger. Das will er vor allem am monatlichen Stamm der Hoteliers thematisieren.

In der Destination sind nebst dem Direktor Erwin Tanner je ein Leiter oder eine Leiterin der Geschäftsstellen Weggis und Vitznau und rund fünf Teil- und Vollzeitmitarbeitende tätig. CK

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

Ihr Ansprechpartner für Stellen
in der Hotellerie und Gastronomie

hotellerie
suisse

hoteljob, Schweizer Hotelier-Verein
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031/370 43 33, Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch, www.hoteljob.ch

+

happy YOU

Schweizer Schlafkomfort
direkt vom Hersteller.

happy systems™

I want to be happy. But...

happy AG, Fabrikstrasse 7
CH-6201 Gossau SG
Tel. +41 (0) 71 387 44 44

gemeinsam

HOTELA

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

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

Erlenbach/ZH



Wir vermieten in Erlenbach in der
repräsentierenden Liegenschaft
"Goldenes Kreuz" die

Restaurationsmöglichkeiten
im 1.0G (netto 120 m²).

Ansprechperson: Ralph Homberger

Tel. 01 276 63 40
ralph.homberger@rhombus-bindella.ch
www.rhombus-bindella.ch

RHOMBUS BINDELLA

Churwalden



Zu verkaufen

Sporthotel "Krone"

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

Interessanter Verkaufspreis

Kontakt:
Graubündner Kantonalbank
Immobilien
Stadtgartenweg 6, 7000 Chur
rainer.stocker@gkb.ch
Tel. +41 (0)81 256 93 92

www.gkb.ch/imm
ImmoCode: 00Bj

Graubündner
Kantonalbank

Bad Ragaz

Zu verkaufen an bester
Lage einfaches

Hotel mit Restaurant

Anfragen bitte unter
Tel. Nr. 081 322 29 40

156966/391490

Zu vermieten ab Wintersaison 2003/04 auf der Riederalp

Heimeliges und top-eingerichtetes

Restaurant

an zentraler Lage direkt an der Skipiste und am Skischulsammelplatz
mit bester Sicht auf die Walliser Bergwelt:

I 50 Sitzplätze auf 120m²

I 100 Terrassenplätze

I interessanter Mietpreis mit guter Verdienstmöglichkeit

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne erteilt Ihnen Stefan Gehrig nähere Auskünfte.

vikuna

Treuhand AG

Bahnhofstrasse 4A

Postfach 27

CH - 3900 Brig-Glis

Telefon +41 27 922 49 22

Telefax +41 27 922 49 25

info@vikuna.ch

www.vikuna.ch

Gelegenheit für Raschentschlossene

Wir verkaufen in der Kernzone von
Emmenbrücke (KO), nächst Maxx, tra-
ditionsreiches und etabliertes

Hotel/Restaurant

mit 100 Plätzen, grosszügige Küche in
Top-Zustand, 3-4 Säle, Gartenterrasse.
Total 300 Plätze, 8 Gäste- und 6 Perso-
nalzimmer, 4-Zi.-Wing mit Büro, 30
Parkplätze rund um das Haus auf einer
Parzelle von rund 2000 m².
Enorme Nutzungsreserve

Anfragen an:
Kurt Grüter, 6002 Luzern,
Telefon 041 210 90 01

157004/386313

Einmalige Gelegenheit!

Zu verkaufen, Aktienmehrheitspaket
(ca. 64%) vom

Berggasthaus Murgsee

Raum SG/GL, Wander- und Fischerpara-
dies, autofrei, wunderschöne Lage auf
1825 m. ü. M. inmitten zweier glasklaren
Bergseen. Eigene Fischereipacht mit super
Forellenbesatz, Sommersaisonbetrieb, 68
Schlafplätze, ca. 65 Innen- und 90 Aus-
senplätze, eigenes Wasserkraftwerk, zu-
sätzlich neue Diesel-Notstromgruppe 40
KVA, sep. Gebäude mit vier Angestellten-
zimmern, gute Existenz für Wirtepaar.

VP Fr. 266 800.-

Telefon 079 286 22 25

www.murgsee.ch

156774/407740

Zu vermieten ab sofort oder nach Ver-
einbarung

Bar/Dancing

in der Stadt Freiburg an interessanter
Lage.

Interessenten melden sich unter Chiffre
14039, Freiburger Nachrichten, Bahn-
hofplatz 5, 1701 Freiburg.

157022/43362

Zu verkaufen trendiges

Restaurant in Zürich

An sehr zentraler Lage gelegener, neuer
Betrieb mit 80 Plätzen (plus Terrasse mit
60 Plätzen) sucht einen Käufer.

VB CHF 700 000.-

Interessenten melden sich bitte unter
Chiffre 157030, hotel + tourismus revue,
Postfach, 3001 Bern.

157030/418030

Oberengadin

Hotel mit Restaurant in Pacht

Im Auftrag eines Klienten suchen wir auf
die Wintersaison 2003/04 einen Pächter
oder Käufer.

Für Auskünfte wenden Sie sich bitte an
Herrn Fabrizio Zala.

Niggli & Zala AG

Treuhand & Immobilien

Laret 33 A, 7504 Pontresina

Telefon 081 838 81 10

156979/426320

Zu vermieten ab Wintersaison
oder nach Vereinbarung an sehr guter
Lage neu renoviertes

Hotel, Restaurant/Pizzeria, Bar/Pub

im Wallis, Goms

Hotel 30 Betten

Rest./Pizzeria 40 Plätze

Bar/Pub 50 Plätze

Anfragen unter Chiffre 156958, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

156958/80383

Zu verkaufen

Baden-Aitstadt - Toplage

Liegenschaft mit Bar und Restaurant

Anlageobjekt oder Selbstnutzung.

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

156259/419827

Zu verkaufen im Herzen der Langha/Piemonte

Attraktives, voll eingerichtetes

AGRITURISMO

Sehr gute Belegung, schlüsselfertig,
aber ausbaufähig. 3,8 Hektaren Reb-
gut, welches zurzeit an potenziellen
«Weinmaker» vermietet ist.
Geignet für solvente «Umsteiger».

Nähere Informationen via:

rohei@gmx.ch

Telefon 079 253 81 63

Consulting & marketing

157013/414484

Er braucht. Sie hat.



Spende Blut. Rette Leben.

ANZEIGEN

Das richtige Klima für Hotels und Restaurationsbetriebe

Gute Luft für Gäste und Personal

Lüftung

Klimatisierung

Professionell und stilgerecht
integriert in bestehende Gebäude
und Räumlichkeiten.

Wir machen Ihnen gerne eine
Gratis-Kostenschätzung vor Ort.

Inter Tech Energie AG

Generalunternehmung für Energie, Baar
Techn. Büro: Räschr. 29, 8912 Obfelden
Tel. 043 322 70 30, Fax 043 322 70 31
E-Mail: info@intertechenergie.ch

156872/426154

Grosser

Liquidationsverkauf infolge Betriebsauflösung

29. + 30. Juli 2003
14.00 bis 17.00 Uhr

Tellerstapler
Lips-Universal-Maschine
Dessert- und Käsewagen
Tellerrechaud
Teigmaschine, Vac-Maschine
Aufschnittmaschine
Porzellan uni weiss
Besteck Ventura
Spiegelau- und Napoli-Gläser
Regenerierungsbeschleuniger
Mikrowelle, Salamander
Rahmmaschine
Terrassen-Möbiliar (50 Plätze)
Sonnenschirme
und vieles, vieles
mehr!!!

Zunft zu Webern

Gerechtigkeitsgasse 68, Bern

Für Auskünfte -

rufen Sie uns an!

Frau Hebeisen, Tel. 031 311 42 58

156983/140252

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhren

ab Fr. 598.-,
rechnende Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- exkl. MwSt.

Stets rev. Occ. mit Garantie.

Jäggi+Co., Uhrenanlagen

Lyss: 032 384 50 51

Zürich: 01 202 34 61

www.jaeggli-co.ch

154415/330280

ARBEITEN MIT PC UND INTERNET

lukratives Zweiteinkommen
bei freier Zeiteinteilung

www.pet-are-you-clever.com

Tel. +41 (0)91 743 08 17

156954/201758

Zu verkaufen

Whirlpools zu 100% WIR

auf den ganzen Betrag.

Telefon 041 630 30 31

156290/424937

Hotel-Restaurant

Central Zug

Voranzeige:

Infolge Umnutzung des Hotels und
Restaurants Verkauf von sämtlichem
Inventar (sehr guter Zustand).

Besichtigung und Verkauf nach
Absprache.

Weitere Auskünfte unter:

Natel: 079 279 26 74

Montag bis Freitag

(8.00 bis 17.00 Uhr)

156852/41580

Don't be like Fawty Towers!

Get your promotion material right!

German-English- German

Translations & proof-reading of
Brochures, Websites, Leaflets,
Menus, Promotion Packages
cross@the-english-corner.com
052 654 14 37

157017/426370

Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22,

Telefax 031 370 42 23,

www.htr.ch

htr

Über Internet
und nette Gäste.

CASINOS LUZERN UND ZERMATT / Stellenabbau Budgets nicht erreicht

Das Casino Luzern baut 20 von 145 Stellen ab. Laut Medieninformation liegen die Besucherfrequenzen im Spielbetrieb um 20% unter dem Budget, und der Umsatz ist je nach Monat 5 bis 10% zu tief. Das Casino Luzern wird jetzt neu ausgerichtet. Die Spielbereiche Jackpot und Grand Jeu Casino werden zusammengelegt. Der Bereich Catering und externe Restauration wird in eine selbstständige Tochterfirma ausgegliedert.

Mit Problemen kämpft auch das Casino Zermatt. 10 von 26 Mitarbeitern haben laut Verwaltungsratspräsident Daniel Bosshard von sich aus gekündigt. Die Betroffenen hätten eine neue Stelle gefunden, die meisten im Casino Basel. Die anderen würden sich «neu orientieren». Generell laufe es bei den Bergcasinos nicht optimal. Das Casino Arosa sei 2002 in Konkurs gegangen, und Davos müsse Stellen abbauen. *TRU/sda*

Davos hat nach wie vor Interesse

Winterolympiade 2014. Davos Tourismus ist grundsätzlich an den Olympischen Winterspielen 2014 interessiert. Laut Projektleiter Fredi Pargäzli ist es aber noch zu früh, um schon heute über eine Kandidatur zu diskutieren. Swiss Olympic habe die technischen und strategischen Anforderungen bereits festgelegt. Das Schweizer Sportparlament entscheide am 5. November darüber, ob sich die Schweiz überhaupt bewerben soll. *TRU/sda*

MOTTA NALUNS / Investitionen geplant Sanierungsziel erreicht

Die Sanierung der Bergbahnen Motta Naluns Scuol-Fran-Sent AG ist abgeschlossen. Nach einer mehrjährigen Sanierungsphase sollen in den kommenden Jahren weitere Investitionen in das Skigebiet getätigt werden. Laut einer Mitteilung des Verwaltungsrates beträgt die Eigenkapitalquote des Unternehmens 24 Prozent gegenüber 16 Prozent vor noch drei Jahren. Den Jahresabschluss bezeichnet das Unter-

nehmen als erfreulich: Aus einem Verkehrsertrag von 10,43 (Vorjahr 9,29) Mio. Franken resultierte ein Cashflow von 4,87 (3,58) Mio. Franken, was einer Steigerung um 25 Prozent entspricht. In den kommenden drei Jahren soll die zweite Etappe der Talabfahrt mit einer Beschneidungsanlage versehen werden. Die zusätzliche Schneesicherheit soll die Attraktivität des Skigebiets entscheidend erhöhen. *TRU/sda*

Tief greifende Restrukturierung

Piz Mundaun und Obersaxen. Die Bergbahnen Obersaxen AG will sich nach einem Kapitalschnitt und der Wiederaufstockung mit einer Aktienmehrheit an der Bergbahnen Piz Mundaun AG beteiligen. Der Bahn- und Skiliftbetrieb soll von der restrukturierten Gesellschaft grösstenteils weitergeführt werden. Das Sanierungskonzept muss Mitte Oktober noch von den Aktionären der Bergbahnen Piz Mundaun AG abgesegnet werden. *TRU*

BERNHARD SCHMOCKER /
Der Betriebsleiter der
Gurtenbahn Bern AG zum
Gurtenfestival-Bahnbetrieb.

INTERVIEW: TONI RÜTTI

72 Stunden nonstop

■ Was bedeutet das 20. Gurtenfestival für die Gurtenbahn, welche die Festivalbesucher transportiert?

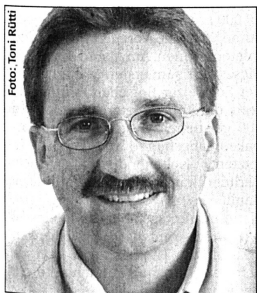
Das Gurtenfestival bedeutet jedes Jahr einen 72-Stunden-Nonstopbetrieb. Unsere 20 Mitarbeiter werden vom 18. bis 20. Juli einen 150-prozentigen Einsatz leisten. An diesem Wochenende erzielen wir rund 13 Prozent der Jahresfrequenz.

■ Wie viele Personen werden befördert?

Beim Gurtenfestival 2002 beförderten wir 98 631 Personen. Diesmal möchten wir auf über 100 000 Fahrgäste kommen. Bei Spitzenfrequenzen transportieren wir bis zu 1680 Personen pro Stunde in jeder Fahrtrichtung. Eine Fahrt dauert drei Minuten. Eine bis zwei Minuten braucht es, um 100 bis 120 Personen pro Wagen ein- und aussteigen zu lassen.

■ Wo liegen die Grenzen?

Während des Gurtenfestivals erreichen wir die Grenzen. Die Gurtenbahn ist eine der wenigen Bahnen, welche die theoretisch mögliche Förderleistung von 1800 Personen pro Stunde und Fahrtrichtung tatsächlich in die Praxis umsetzen kann.



Bernhard Schmocker, Betriebsleiter.

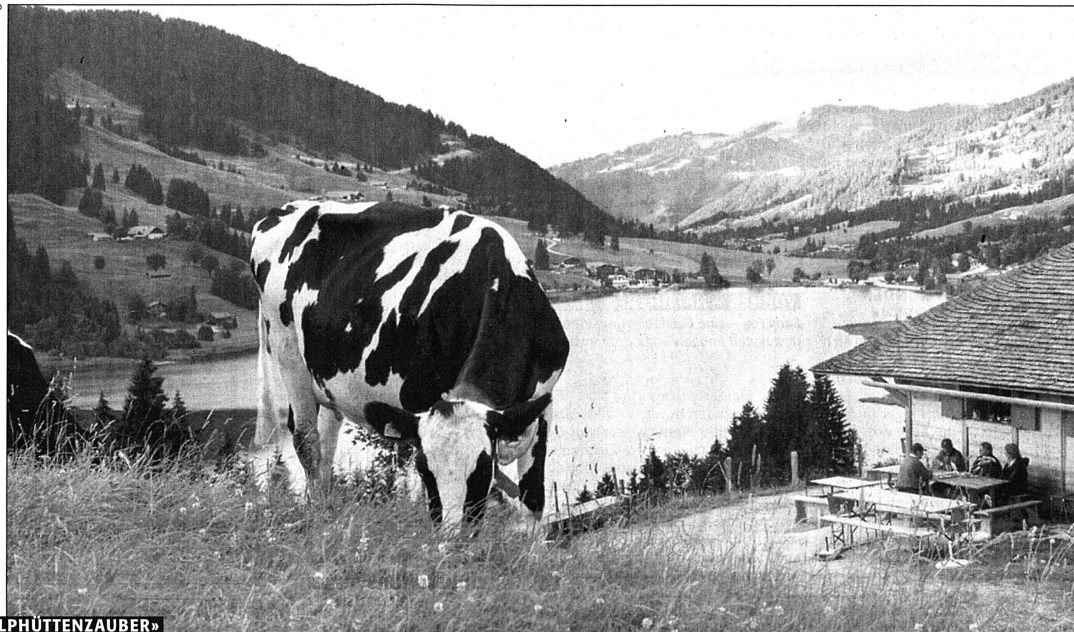
■ Worin unterscheidet sich der Normal- vom Gurtenfestival-Betrieb?

Am Gurtenfestival-Weekend gibt es keinen Billettverkauf; die Transportleistung wird aufgrund des Ticketverkaufs entschädigt. Wir konzentrieren uns voll auf die Abfertigung der Fahrgäste sowie die Reinigung der Bahn und der Berg- und Talstation. Der Betrieb rund um die Uhr erfordert eine grosse organisatorische Leistung.

■ Wie steht es mit der Sicherheit?

Wir verfügen über ein bewährtes Sicherheitskonzept. Das technische Bahnpersonal von Andreas Grimm ist für die technischen Belange permanent im Einsatz. Um auch in den Randzeiten die Sicherheit der Festivalbesucher zu garantieren, werden wir nachts von der Broncos Security GmbH unterstützt.

Foto: zvg



«ALPHÜTTENZAUBER»

Das viertägige Programm beinhaltet abwechslungsreiche Wanderungen. «Alphüttenzauber» wurde als «Angebotspackli» geschnürt.

SCHWARZSEE PLUS / Das vom Bund unterstützte Marketingprojekt von vier Tourismusregionen im Grenzgebiet Freiburg/Berner Oberland wirkt sich positiv auf die Nachfrage aus. **ROBERT WILDI**

Die Buchungen ziehen wieder an

Gemeinsam geht es besser, auch im Tourismus. Diese Erkenntnis muss sich in der Schweiz erst noch verbreiten, wird aber da und dort bereits gelebt. Zum Beispiel in der Grenzregion Berner Oberland/Freiburgerland. Die vier Destinationen Schwarzenburgerland, Schwarzsee-Senseland, Simmental-Diemtital und Jauntal haben im Rahmen des Projekts «Schwarzsee Plus» ein gemeinsames Vermarktungskonzept ausgearbeitet. Der Bund, genauer das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), unterstützt die seit 1999 laufende Kooperation im Rahmen des Impulsprogramms «Regio Plus». Dieses ist bis Ende Juli 2007 befristet und soll den Strukturwandel in ländlichen Gegenden mit verschiedenen Projekten sowie finanziellen Hilfestellungen beschleunigen. Der Zeitrahmen für die Unterstützung von «Schwarzsee Plus» ist enger gesteckt. Das Projekt dauert

insgesamt fünf Jahre, also noch bis im Sommer 2004. Die Umsetzung des gemeinsamen Vermarktungskonzepts kostet insgesamt 680 000 Franken. Mit 290 000 Franken wird rund die Hälfte davon vom Seco eingeschossen. Den Rest berappen die Tourismusorganisationen der beteiligten Destinationen. Ab dem kommenden Sommer, wenn die Bundesgelder nicht mehr fliessen, müssen diese die Zusammenarbeit selbst finanzieren und versuchen, daraus nachhaltig Kapital für ihre touristische Zukunft zu schlagen.

«DIE NACHFRAGE HAT SPÜRBAR ANGEZOGEN»

Nach anfänglicher Skepsis überwiegt in den betroffenen Destinationen heute der Optimismus. «Zwar sind wir zur Deckung der entstandenen Unkosten noch immer auf Sponsoren-

suche», räumt der Tourismusdirektor aus dem Jauntal, Jean-Marie Buchs, ein. Dafür sei in diesem Jahr ein deutlicher Buchungstrend spürbar. Im Rahmen von «Schwarzsee Plus» wurden bislang drei übergreifende «Angebotspackli» geschnürt. Das viertägige Programm «Alphüttenzauber» führt die Gäste auf abwechslungsreichen Wanderungen von Charmey ins Jauntal und via Simmental nach Wimmis. «Wir hatten dieses Angebot im August 2002 lanciert und waren damit für die letztjährige Sommersaison leicht im Verzug», sagt Buchs. Im vergangenen Frühling habe man die abwechslungsreiche Wandertour dann aber via Pressekongressen und andere Aktivitäten frühzeitig beworben. Mit positiver Wirkung. «Es erreichen uns tatsächlich sehr viele Anfragen», freut sich der Tourismusverantwortliche der Region, zu welcher auch Gruyère gehört. Die anderen zwei Angebote heissen «Ds Vreneli ab am Guggisbärg» und «Urlandschaft Brecca». In Planung ist derzeit ein viertes Angebot. Es soll Mountaintour auf einer speziell ausgearbeiteten Tour Einblicke in die mannigfaltige Bergwelt der Region ermöglichen.

gebote beim Publikum sehr gut an. «Wir erhalten vorwiegend positive Rückmeldungen», berichtet Kaeser. Aussagekräftige Zahlen erwartet er allerdings erst für die Jahre 2004 und 2005. Jean-Marie Buchs erwartet positive Buchungszahlen. Er ist überzeugt, dass sich eine optimierte Vermarktung des bestehenden Produkts ausbezahlt macht. «Wir müssen unsere wunderschöne Umgebung ja nicht neu erfinden.»

ZUSAMMENARBEIT MIT DEN VERKEHRSBETRIEBEN

Kaeser ist ebenfalls von den positiven Auswirkungen der Zusammenarbeit auf die ganze Region überzeugt. «Durch die Kooperation der verschiedenen Tourismusorganisationen kommen Probleme der einzelnen Destinationen zum Vorschein, die wir mittels Ausschöpfung von Synergien lösen können», so der Projektverantwortliche. Das Schwarzsee-Plus-Projekt findet auch bei den verschiedenen Leistungsträgern in der Umgebung eine breite Abstützung. Kaeser freut sich über die gute Zusammenarbeit mit der Bern-Lötschberg-Bahn (BLS) sowie mit weiteren Verkehrsbetrieben. Auch die lokalen sowie nationalen Medien seien äusserst kooperativ, so der Projektverantwortliche. Er ist bestrebt, das Vermarktungskonzept auf möglichst zahlreichen Wegen noch bekannter zu machen. «Grenzen werden uns aufgrund der beschränkten finanziellen Möglichkeiten aufgezeigt», so Kaeser.

GLEICHES PRODUKT, BESSERE VERMARKTUNG

Der positive Nachfragetrend wird vom Projektverantwortlichen Adolf Kaeser bestätigt. «Wir spüren einen Buchungsanstieg seit Frühling», so der Tourismus-Direktor von Schwarzsee-Senseland. Offenbar kommen die An-

Die drei Angebote von Schwarzsee Plus

Ds Vreneli ab am Guggisbärg: Zweitägige Reise, Anreise via Freiburg (SBB) nach Pfaffen (Bus TPF), Wanderung auf der signalisierten Vreneli-Tour nach Guggisbärg, Besuch des Vreneli-Museums und weiterer Sehenswürdigkeiten, Rückfahrt von Guggisbärg nach Freiburg oder Bern. Buchbar seit August 2002.

Alphüttenzauber: Viertägige Reise, Anreise via Freiburg oder Bulle (Bahn/Bus TPF) nach Charmey, Wanderung auf der signalisierten Alphüt-

ten-Tour mit drei Übernachtungen in Alphütten.

Der Weg führt durchs Jauntal und Simmental, Schlusspunkt in Wimmis, Rückfahrt nach Charmey. Buchbar seit August 2002.

Urlandschaft Brecca: Zweitägige Reise, Anreise via Freiburg nach Schwarzsee (Bus TPF), Sesselbahnfahrt auf die Riggisalp, Übernachtung in der Alphütte mit kulinarischen Höhepunkten, Rückfahrt nach Freiburg. Buchbar seit Juni 2003. ROW

SAAS FEE/SAASTAL / Mit viel Pomp wurde er vor fünf Jahren angekündigt: der neue Auftritt von Saas Fee. Inzwischen ist davon nicht mehr viel übrig, jetzt kehrt die Destination auch offiziell zu den «wahren Werten» zurück. **ROBERT WILDI**

Echt statt sexy, Sein statt Schein

Fünf Jahre ist es her, seit Saas Fee von einem deutschen Marketingguru und dessen Ideen regelrecht durcheinander gewirbelt wurde. Professor Jürgen Kleiber-Wurm wurde vom damaligen Saas-Fee-Kurdirektor Frank Bumann mit der Kreierung eines neuen Auftritts für die Oberwalliser Feriendestination beauftragt.

«Die Idee war, eine neue und kaufkräftigere Kundschaft nach Saas Fee zu holen», erinnert sich Simon Bumann. Er war damals für die finanziellen Belange des Verkehrsvereins zuständig und hat später Frank Bumanns Nachfolge als Kurdirektor angetreten. Kleiber-Wurm sei zwar ein Visionär gewesen und habe Bewegung nach Saas Fee gebracht. «Nur entwickelte er dabei zu viel Eigendynamik und merkte nicht oder zu spät, dass seine Visionen in Saas Fee nicht umzusetzen waren», so Bumann. «Kleiber-Wurm hat das touristische Angebot bei uns überschätzt», meint Beat Anthamatten, Präsident des Hotelier-Vereins von Saas Fee.

«INEXISTENTES KUNDENSEGMENT BEWORBEN»

In einem weiteren Punkt sind sich die beiden ebenfalls einig: Kleiber-Wurm war ein vorzüglicher Rhetoriker. Damit schaffte er es zunächst, eine Mehrheit der Leistungsträger im Dorf zu überzeugen. Seine Ziele waren anspruchsvoll: Er wollte aus Saas Fee eine sexy Destination mit Weltruf machen, sie in einem Atemzug mit Hollywood nennen. Hierfür setzte er auf Erotik und Models. Dank einer aufwändig produzierten Imagebroschüre sollte das «neue Saas Fee» die Welt erobern.

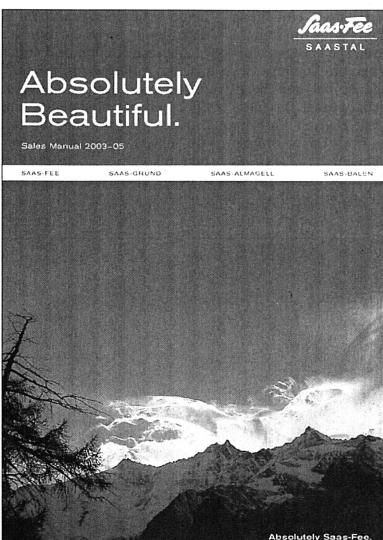
Doch daraus wurde nichts. Die mit einem Verkaufspreis von sieben Franken angebotene Broschüre fand kaum Abnehmer. Die anfängliche Unterstüt-

Fotos: zvg



VORHER – NACHHER

Saas Fee – eine Destination mit Weltruf: dieses Ziel wollte der deutsche Marketingguru unter anderem mit einer aufwändig gestalteten Imagebroschüre erreichen (links). Jetzt ist Saas Fee zum so genannt «Echten» zurückgekehrt (rechts).



zung Kleiber-Wurms in Saas Fee schlug rasch um in wachsendes Misstrauen. «Seine Strategie war von Beginn weg falsch», ist Urs Zurbriggen überzeugt. Der Direktor des Romantik-Hotels Beau-Site wirft dem Deutschen vor, mit einem Produkt geworben zu haben, das es in Saas Fee schlicht nicht gibt. «Entsprechend ist auch die von ihm angesprochene Kundschaft inexistent», so Zurbriggen. Ähnlich tönt es bei anderen Hoteliers. «Unsere Gästezahlen sind durch diesen realitätsfremden Auftritt von Saas Fee nicht gestiegen, eher im Gegen-

teil», stellt Beatrice Bumann vom Ferienpark Hohnegg fest.

«WIR BESINNEN UNS AUF DIE WAHREN WERTE»

In der Walliser Feriengemeinde bildeten sich zwei Lager. Auf der einen Seite die damalige Leitung des Verkehrsvereins, welche die Visionen des deutschen Marketingprofis mitrug, auf der anderen Seite unzufriedene Hoteliers, die sich damit überhaupt nicht identifizieren konnten. Sie behielten schliesslich überhand, Jürgen

Kleiber-Wurm verliess Saas Fee nach nur einem Jahr, seine Ideen verloren mehr und mehr an Gewicht. Eine der spektakulärsten, ein gigantisches Regendach, das Kleiber-Wurm mitten im Dorf aufstellen und damit Manager aus Florida ansprechen wollte, wurde nie umgesetzt. «Zum Glück», lautet der Tenor bei den meisten Einheimischen.

Heute steht die inzwischen mit einem gemeinsamen Marketingpool zusammengewachsene Destination Saas Fee/Saastal vor der Lancierung eines neuen Auftritts. Dieser soll geprägt sein von Echtheit und Authentizität. «Wir

besinnen uns auf die wahren Werte, auf das Unverfälschte unserer einmaligen Alpendestination», erklärt die Marketingleiterin von Saas Fee Tourismus, Susanne Dillitzer. In Zusammenarbeit mit der Basler Werbeagentur New ID wurde eine neue Kommunikationslinie ausgearbeitet. Das Marketingcredo wurde mit «S-A-A-S» definiert: S = Schneekompetenz, Schneesicherheit; A = Action; A = Ambiance, intaktes Dorfbild, Tradition; S = Sonne, südliche Lage.

WINTERSLOGAN: «ECHT WEISS – ECHT SAAS FEE»

Simon Bumann ist mit dem neuen Auftritt zufrieden. «Die Gemütslage der Menschen scheint sich in der jetzigen Zeit nach Echem, nach Wahren», erläutert er. Damit liefert er auch gleich die Begründung, warum der teilweise abgehobene und die Realitäten verzerrende Destinationsauftritt aus der Küche Kleiber-Wurms abgelöst werden musste. Das echte, realitätsbezogene Element findet in den neuen Werbeslogans der Destination seinen entsprechenden Niederschlag. «Echt weiss – echt Saas Fee» lautet etwa das Motto für den Winter. Neben dem weltweit bekannten Brand Saas Fee will der neue Auftritt mit dem Logo «Saas Fee/Saastal» prominent zum Ausdruck bringen, dass die beiden Regionen zu einer Destination zusammengewachsen sind.

Auch Beat Anthamatten findet den neuen Auftritt in Ordnung. «Er fällt allerdings doch ziemlich moderat aus», sagt er und drückt damit leise Zweifel aus, ob sich Saas Fee damit tatsächlich von anderen Feriendestinationen abheben kann. Denn in einem Punkt gibt er den Vorschlägen Kleiber-Wurms nach wie vor Recht: «Er sagte stets, dass nicht nur die Destination, sondern auch ihr Auftritt etwas ganz Spezielles ausstrahlen muss.»

Anzeige

htr
hotel+tourismus revue
Avec cahier français

Für die **hotel+tourismus revue htr**, die wöchentlich erscheinende zweisprachige Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit, suchen wir per 1. Oktober oder nach Vereinbarung eine

Redaktorin

oder einen

Redaktor

Was Sie erwarten dürfen: Eine bestens im Markt eingeführte kompetente, branchenrelevante und lesernahe Fachzeitung. Ein fachlich erprobtes und motiviertes Redaktions- und Layoutteam mit angeschlossener Backoffice. Es herrscht ein offener und kollegialer Teamgeist.

Was wir erwarten: Hochschul- oder Fachhochschulstudium, mehrjährige Erfahrung im Journalismus, vorzugsweise als Wirtschafts- oder Politjournalist (Redaktor BR), Kenntnisse der Tourismus- und Hotelleriebranche von Vorteil. Weitere Voraussetzungen sind: Teamfähigkeit, organisatorisches Talent, Belastbarkeit, Flexibilität, soziale Kompetenz, gute Französischkenntnisse, Englischkenntnisse erwünscht.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Marietta Dedual, Chefredaktorin htr, gerne zur Verfügung.

Ihre Bewerbungsunterlagen schicken Sie bitte an Barbara Rothenbühler, Human Resources hotelleriesuisse.

hotelleriesuisse Schweizer Hotelier-Verein

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24
htr@swiss-hotels.ch, www.swiss-hotels.ch

1.-AUGUST-FEIER / Wenn der Stadtkanton Basel am Nationalfeiertag in Berlin auftritt, profitiert auch der Tourismus. **SONJA STALDER**

Basler Kultur für Berlin

Basel steckt mitten in den Vorbereitungen: Dieses Jahr ist der Stadtkanton Gast an der inzwischen schon beinahe legendären 1.-August-Feier in Berlin. Der Event hat den turbulenten Botschafter-Wechsel überlebt und geht jetzt bereits ins zweite «Nach-Borer-Jahr».

Dass Basel bereits heuer zum Zug kommt, hat es seinem Nachbarn zu verdanken: Zürich hatte letzten Herbst einen Rückzieher gemacht. «Unsere finanziellen Mittel sind beschränkt. Wir hatten dieses Jahr den STM, beide Anlässe konnten wir uns nicht leisten», erklärt Maurus Lauber von Zürich Tourismus. Der Kanton Baselstadt ist demgegenüber überzeugt, dass sich der Aufwand lohnt: «Die Medienresonanz ist jeweils so gross, dass sich die Investitionen um ein x-faches bezahlt machen», sagt Sabine Horvath vom Stadtmkteting Basel.

«GROSSE PLATTFORM FÜR DEN TOURISMUS»

Basel will sich in Berlin vor allem als Kulturstadt positionieren. Das freut natürlich die Tourismusverantwortlichen: Basel Tourismus wirbt mit dem Claim «Culture Unlimited» um Gäste. «Mit einem relativ kleinen Budget von 5000 Franken erhalten wir in Berlin eine grosse Plattform», sagt Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus.

Die Tourismusorganisation engagiert sich in der Arbeitsgruppe, welche den Anlass vorbereitet. In Berlin selbst wird Basel Tourismus die rund



Basel will sich in Berlin vor allem als Kulturstadt positionieren.

10 000 erwarteten Besucher an einem Stand über die Vorzüge Basels informieren können. Am Abendanlass – der dieses Jahr zum ersten Mal im Garten der Schweizer Botschaft stattfindet – wird die Tourismusorganisation den 900 geladenen Gästen Informationspakete abgeben dürfen. Bereits am letzten Wochenende haben neun Berliner Journalisten Basel besucht, damit sie im Vorfeld des Schweizer Nationalfeiertags über die Rheinstadt berichten können. Die Medienkontakte hatte Thomas Erne von der Schweiz-Tourismus-Aussenstelle in Berlin vermittelt.

Laut Sabine Horvath wirft der Kanton Basel-Stadt 200 000 Franken für den Anlass auf. Zu dem «mehr als doppelt so hohen Budget» tragen verschiedene Sponsoren bei, darunter der Basler Hotelierverein und der Wirtverband Basel-Stadt. Die beiden Branchenverbände sind für das kulinarische Konzept verantwortlich. Wie dieses genau aussehen wird, wollen die Verantwortlichen jedoch erst am 28. Juli preisgeben.

Leckerli-Rekord

In der deutschen Hauptstadt Berlin will Basel mit einem Rekord auftrumpfen: Das grösste Basler Leckerli der Welt soll den Eintrag ins Guinness-Buch sichern. Weitere Programmpunkte sind ein virtueller Stadtrundgang mit 3-D-Effekt sowie die Auftritte eines Kabarettensembles sowie einer Faschachtsclique. **SST**

Zu über 95% ausgelastet

Hotel ibis Adliswil. Die 73 Doppelzimmer des Accor-Hotels ibis in Adliswil sind laut Medienmitteilung zu über 95 Prozent ausgelastet. Zusammen mit dem renovierten Restaurant wurde 2002 ein Umsatz von 5,4 Mio. Franken erzielt. Auf jede der 21 Vollzeitstellen entfällt ein Umsatz von 257 000 Franken, die Lohnkosten belaufen sich auf 19 Umsatzprozente. Franchisenehmer Martin Studer sagt: «Ich führe wohl eines der rentabelsten Hotels.» TRU

Hotels ausgezeichnet

Hilton und Scandic. Diese Hotel-Gruppen haben Preise gewonnen. Die Hilton Stockholm Slussen wurde mit «Best Environmental Programm» und «Best Breakfast» ausgezeichnet. Verliehen werden diese Preise an Unternehmen, die einen Beitrag zur Ernährungskultur und zum Umweltschutz leisten. Das Hotel Scandic Star Lund wurde als bestes «barrierefreies Hotel» ausgezeichnet mit dem Preis «Best Accessible Tourism Company 2003». TRU

FOUR SEASONS / Neu auch deutsche Infos Website auf Deutsch

Die kanadische Luxushotelgruppe Four Seasons bietet ihre Website neu auch auf Deutsch an. Bis jetzt bestand die Website lediglich in englischer und japanischer Sprache. Seit die erste Online-Seite im Jahre 1996 aufgeschaltet wurde, stieg die Anzahl Klicks vor allem aus Deutschland, aber auch aus Österreich und der Schweiz ständig. Deshalb wurde das Aufschalten einer deutschsprachigen Seite nötig. Auf der interna-

tionalen Homepage www.four-seasons.com erreicht man über den Link «Hotel-Verzeichnis» Beschreibungen der 58 Hotels der Gruppe in Text und Bild. Zusätzlich erhält der Internet-User hilfreiche Informationen: von Kinderprogrammen über die lokalen Freizeiteinrichtungen bis hin zum Wetterbericht.

Die einfache und doch klare Gestaltung lässt die Besucher ohne Umwege durch die Luxuswelt surfen. MW

Jubiläumsaktion «75 für 75»

The Peninsula Hong Kong. Bis zum 11. Dezember 2003, dem 75. Jubiläumstag des Hotels The Peninsula Hong Kong, bezahlen die Gäste nur 75% des Preises ihrer Konsumationen in den Hotelrestaurants, Bars, bei Bankettveranstaltungen und in den Peninsula-Boutiques sowie im Shoppingcenter The Landmark. Die Leser des US-Magazins «Travel + Leisure» wählten das Haus bezüglich des Services auf Platz neun der weltweiten Luxushotellerie. TRU

Expansion in Polen

Radisson SAS. In Krakau wurde das First-Class Radisson SAS Hotel Krakau eröffnet. Es ist das vierte Haus der Radisson SAS Hospitality-Gruppe in Polen. Ein Teil der Zimmer erinnert an luxuriöse Ozeandampfer vergangener Tage. Die anderen Zimmer verkörpern den modernen City-Stil. In der Altstadt von Danzig wird nun das Projekt Radisson SAS Hotel Danzig realisiert, dessen Eröffnung für 2005 vorgesehen ist. TRU

SILS-BASELGLIA / Die neuen Besitzer wollen für Kontinuität sorgen.

Das Hotel Margna ist verkauft

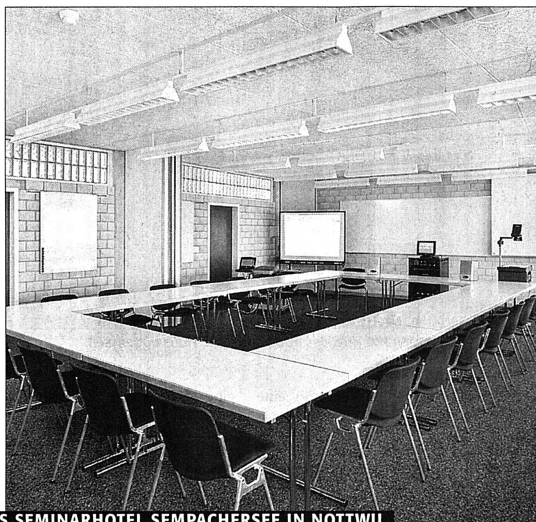
Die neuen Besitzer des 75-Zimmer-Hotels Margna und des dazugehörigen Golfplatzes in Sils-Baselgia heissen Isot und Christoph Sautter-John. 44 Jahre lang waren Dorly und Sepp Müssgens Besitzer. Sie verkaufen per 1. November 2003, weil sich die Nachfragefrage nicht innerhalb der Familie Müssgens lösen liess. Die neuen Besitzer sind Leute im Ruhestand aus Zürich. Sie erfüllen sich mit diesem Hotel einen lange gehegten Traum. Was sie dafür an finanziellen Mitteln aufbringen müssen, möchten sie lieber nicht bekanntgeben. «Vom Engadin und ganz speziell von Sils waren wir immer schon angetan», sagt Sautter. «Wir haben das Hotel Margna nicht zuletzt auch deshalb gekauft, weil wir uns auf das Direktionshepar Regula und Andreas Ludwig und die 60 bis 65 zum Teil langjährigen Mitarbeiter verlassen können», sagt Christoph Sautter. Ludwigs führen das Haus seit zweieinhalb Jahren.

INDIVIDUALGÄSTE, VORAB STAMMKUNDEN

An der Geschäftspolitik und Philosophie des Hauses soll sich nichts ändern. «Das Hotel Margna wird vorwiegend von Schweizer und deutschen Individualgästen frequentiert, die Ruhe suchen. Wir werden auch künftig weder mit Reisebüros noch mit Carunternehmern zusammenarbeiten», sagt Sautter. Die bestehende Gästestruktur sei nicht so stark konjunkturellen Schwankungen unterworfen wie die Gästestrukturen anderer Hotels, glaubt Sautter. Die Stammkundschaft – sie macht 80 bis 85 Prozent der Gäste aus – soll auch künftig die Auslastung des Hauses sicherstellen. Sie liegt im Durchschnitt bei etwa 82 Prozent.

Beibehalten wollen Sautters auch die beiden Hotelchlessungen im Herbst und im Frühling. Kontinuität verspricht Sautter aber auch, was die Investitionspolitik anbelangt: Das Hotel soll weiterhin durch Investitionen aus dem erarbeiteten Gewinn stets auf dem neusten Stand gebracht werden. «Es geht uns bei diesem Hotel wirklich nicht darum, als Besitzer viel Geld zu verdienen. Wichtiger als Geld ist uns die Zukunft des Hotels», sagt Sautter. TRU

Foto: zsg



Das Seminarhotel Sempachersee in Nottwil

Das grösste Seminarhotel im Drei-Sterne-Bereich profitiert aufgrund seiner Preispolitik auch vom neuen Kostenbewusstsein der Kunden.



SEMINARHOTELS / Der Sparkurs bei Firmen zwingt die Seminarhotels zu einer innovativeren Marktbearbeitung. Das Internet spielt dabei noch eine geringe Rolle. GREGOR WASER

Trend: kleinere Seminargruppen, kürzere Hotelaufenthalte

Der Geldbeutel für firmeninterne Ausbildungen, Trainingswochen oder Team-Events ist nicht mehr so weit geöffnet wie noch vor einigen Jahren. Dieser Budgetposten ist in vielen Firmen deutlich reduziert worden oder steht zumindest unter strengerer Kontrolle. Davon betroffen sind insbesondere die Seminarhotels. Sie beklagen seitens der Firmengruppen kleinere Teilnehmerzahlen, kürzere Aufenthalte und ein kurzfristigeres Buchungsverhalten. Doch wie gilt es auf diese veränderten Marktverhältnisse zu reagieren?

«Wir haben uns mit zwei anderen Seminarhotels zusammengeslossen und eine gemeinsame Aussendienstmitarbeiterin engagiert, die die Firmen besucht», sagt Hansruedi Bolli, Direktor des SHA Seminarhotels am Ägerisee. Die beiden anderen Hotels sind das Seehotel Hermitage in Luzern und das Seehotel Waldstätterhof in

Brunnen. Was Bolli in diesem Jahr feststellt: «Die Gruppen sind kleiner geworden. Waren es früher 20 Teilnehmer, sind es heute 15. Für uns heisst das: Wir müssen zusätzliche Seminare reinholen, um auf den gleichen Umsatz zu kommen.» Eine Verdoppelung der Gästezahl in den letzten fünf Jahren verzeichnet das Seminarhotel am Ägerisee beim Wochenendgeschäft – dank reduzierten Preisen. Während der Woche hält das Seminarhotel indes am langjährigen Preisgefüge fest.

VOM KOSTENBEWUSSTSEIN PROFITIEREN

Eine eigene Marketingverantwortliche hat das Seminarhotel Sempachersee. Als Erfolgsbasis, um in schwierigeren Zeiten den Umsatz halten zu können, erachtet Direktor Remo Fehlmann die klare Positionierung: «Früher hat die Me-too-Schiene ge-

reicht. Heute muss man sich als reines Seminarhotel spezialisieren.» Als grösstes Seminarhotel im Drei-Sterne-Bereich profitiere man auch vom neuen Kostenbewusstsein. «Firmen sind nicht mehr gewillt, für den Portier oder das Plüschsofa zu zahlen. Es geht um professionelles Equipment und ehrliche Gastronomie», stellt er fest. Und mit den drei Sternen scheint sich Fehlmann dabei sehr wohl zu fühlen: «Wir sind lieber das beste Drei-Sterne-Hotel als ein durchschnittliches Vier-Sterne-Haus.» Trotz angespannter Wirtschaftssituation hat das Seminarhotel Sempachersee die Seminarpauschale auf dieses Jahr hin um 20 Franken auf 186 Franken im Doppelzimmer und 206 Franken im Einzelzimmer erhöhen können.

MIT SPEZIALAKTIONEN GÄSTE MOBILISIEREN

Wenig Erfolgschancen ortet Remo Fehlmann für einzelne Hotels bei Teilnahmen an Messen, sei es an der EIBTM oder dem WTM. «Wir versuchen, mit speziellen Aktionen Gäste zu mobilisieren und auf uns aufmerksam zu machen», sagt Fehlmann. So führt das Seminarhotel Sempachersee auch in diesem Jahr ein Openairkino durch. Und seit dem 6. Juli verfügt das Hotel über einen Skulpturenpark rund um die Hotelanlage, bei dem nationale und internationale Künstler mitgewirkt haben.

Die Entwicklung und Bedeutung des Internets in der Marktbearbeitung verfolgen die beiden Direktoren der Seminarhotels am Ägeri- und

Sempachersee mit einiger Zurückhaltung. «Die detaillierte Dokumentation, das persönliche Gespräch oder der Besuch vor Ort sind immer noch wichtiger als die Online-Plattformen», sagt Hansruedi Bolli, «für die Angebotssichtung und das Abklären der Verfügbarkeiten wird das Internet genutzt, für die Reservation noch kaum.»

ONLINE IDEEN HOLEN, TELEFONISCH BUCHEN

Remo Fehlmann macht ähnliche Erfahrungen: «Im Unterschied zu einem Ferienpackage handelt es sich bei einer Seminarbuchung um massgeschneiderte Leistungen.» Die Person, die bucht, sei meist nicht gleichzeitig Entscheidungsträgerin. Wenn am Ende der Online-Buchung eine Frage auftauche, müsse wieder rückgefragt werden und danach der ganze Prozess nochmals in Angriff genommen werden.

«Der Gast geht online die Ideen holen, bucht danach aber telefonisch», stellt auch Esther Dysli von «Alpine Classics» fest. Sie betreute bisher die Seminarplattform Meetings-online.ch, die nun neu von Swiss Sales managed wird (siehe Box). Mit einer weiteren Zunahme der Anzahl Seminarhotels auf Meetings-online.ch dürfte die Akzeptanz im Markt weiter steigen. Noch muss aber die Angebotsdarstellung verbessert werden, um das Portal attraktiver zu machen. Für die Abklärung der Verfügbarkeiten eignet sich Meetings-online.ch indes schon sehr gut.

KURZ UND BÜNDIG

Entlebuch. Dem Hotel Port droht das Aus. Gegen die Hotel Port AG wird das Konkursverfahren eröffnet, wie das Konkursamt Entlebuch bekannt gibt. Seit dem 1. Juli ist das Hotel Port geschlossen. Laut der «Neuen Luzerner Zeitung» kann die Familien-AG ihre Lieferanten nicht mehr bezahlen. Jedoch hofft Ursula Felder, deren Familie den Betrieb über 50 Jahren leitete, dass das Hotel im Herbst wieder eröffnet werden kann. MW

Swiss Sales betreut Meetings-online

Das Online-Buchungsportal für Seminare, Incentives und Events, www.meetings-online.ch, wird seit dem 15. Juli neu von Swiss Sales in Horgen betreut. Meetings-online.ch ist ein Unternehmen der TOM Service AG, deren Verwaltungsratspräsident Olaf Reinhardt (Seehotel Kastanienbaum) ist. Die Internetplattform wurde zunächst für die Alpine Classic Hotels entwickelt. Vor einem Jahr folgte das Portal Meetings-online.ch, das zunächst von «Alpine Classics» betreut wurde.

Nun wurde das Mandat an die Crew von Swiss Sales weitergegeben, einem Spezialisten im Bereich der Seminarhotels. Denise Jenelten, Abteilungsleiterin Conferences bei Swiss Sales, zur Zielsetzung: «Derzeit sind auf Meetings-online.ch 25 Seminarhotels präsent, bis Ende nächstes Jahr streben wir eine Verdoppelung an.» Das System ermöglicht Seminarverantwortlichen Offertanfragen, die Abfrage von Verfügbarkeiten oder gleich eine direkte Online-Reservation. GW

GRAND HOTEL LOCARNO / Die Zukunft des traditionsreichen Hotels in Locarno-Muralto ist ungewiss. Sogar ein Abbruch wird jetzt ins Auge gefasst. Denn ein deutscher Investor hat Interesse an einer Altersresidenz bekundet. **FRANCESCO WELTI**

Mehrere Lösungen sind in Diskussion

«Wir möchten den Abbruch nicht. Wenn es aber keine andere Perspektive gibt, wäre auch das eine Lösung», bestätigt der frühere Nationalrat Gianfranco Cotti eine Meldung des «Corriere del Ticino». Das vor 128 Jahren eröffnete Grand Hotel Locarno in Muralto mit seinem grosszügigen Park, in dem früher das Filmfestival abgehalten wurde, dieses Zeitzeugnis der Schweizer Hotelgeschichte, dem Erdboden gleichmachen? Erste Proteste regen sich. «Man fordert die Rettung, aber etwas dafür bezahlen will niemand», meint Cotti dazu, und: «Natürlich wäre es am besten, wieder ein Vier- oder Fünfsterhotel daraus zu machen. Einige von uns würden sich daran sogar beteiligen.»

22 MILLIONEN FRANKEN FÜR DAS GRAND HOTEL

Einen Entscheid über die Zukunft des 160-Betten-Hauses stellt er für die nächsten Monate in Aussicht. Vorausgesetzt, die fünf Besitzer einigen sich auf eine von mehreren Lösungen, die zur Diskussion stehen. Zu diesen Besitzern gehört ein weiterer Cotti, nämlich Giancarlo Cotti. Der Locarnerse Immobilienmakler betreibt die Verkaufsbemühungen. Mehrere Angebote für das knapp 10 000 Quadratmeter grosse Grundstück lägen auf dem Tisch. Er macht keinen Hehl daraus, dass man das Grundstück an privilegierter Lage durchaus an jemanden veräussern würde, der die einstige Nobelherberge abreißen



WIE VIELE GÄSTE WERDEN HIER NOCH EIN- UND AUSGEHEN?

Die Zukunft des Grand Hotel Locarno ist offen. Im schlimmsten Fall wird das traditionsreiche Haus abgerissen.

und durch eine Überbauung ersetzen möchte. «Wir sind keine Kamikaze, die jedes Jahr drauflegen wollen», stellt Giancarlo Cotti klar. Eine «grosse Schweizer Gruppe» überlege, dort Luxuswohnungen zu bauen. Deutsche

Investoren würden dort gerne eine Altersresidenz realisieren. Andreas Deuber, Geschäftsführer der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit, beurteilt Projekte dieser Art als machbar – auch ohne einen Abbruch. «Es

gibt verschiedene Beispiele historischer Hotels, die in letzter Zeit erfolgreich umgenutzt wurden. Voraussetzung dafür ist, dass eine gemischte Nutzung möglich ist.» Diese lässt der Zonenplan zu, denn das Grundstück befindet sich in einer Wohn- und Gewerbezone.

Als reines Ferienhotel sind die Aussichten für das auf Boden der Gemeinde Muralto stehende Grand Hotel hingegen schlecht: «Bei der jetzigen Kon-

junkturlage dürfte kaum jemand den Mut für ein derartiges Projekt aufbringen», vermutet Deuber. Der Investitionsbedarf, um das in die Dreisternklasse abgerutschte Haus wieder auf ein zeitgemässes Niveau zu bringen, wäre enorm. Dazu kommt der Kaufpreis: Die Verhandlungsbasis liegt bei 22 Millionen. Giancarlo Cotti versucht derzeit auch die Behörden sowie Tessiner Organisationen für das Objekt zu begeistern.

GIANCARLO COTTI ZUKUNFTSVISIONEN

Das zur Debatte stehende «Gross-Locarno» könnte nach einer Gemeindefusion einen Teil des Hotels als Verwaltungsgebäude nutzen, schlägt Giancarlo Cotti vor. Ergänzend dazu würde die Hotelfachschule, die einen neuen Standort suche, den Hotelbetrieb fortführen können. Und das Filmfestival könnte dort einen repräsentativen Sitz einrichten, so Cotti. Das Ganze garniert mit einem hübschen Beitrag des Kantons an die Sanierungskosten.

Allzu realistisch scheint diese Option nicht: Marco Solari, Präsident des Filmfestivals, schliesst sie aus finanziellen Gründen aus. Locarnos Stadtpräsident Marco Balerna fände es indes gerade wegen der «strategischen Lage» toll. Doch die Finanzlage bei der Gemeinde ist angespannt.

Inzwischen engagieren sich laut «Tessiner Zeitung» auch die Politiker. Die Grossrätin Flamma Pelossi fragt in einer Motion an, ob der Bund nicht – dem spanischen Vorbild folgend – das Hotel kaufen könnte, um daraus ein «Parador»-Hotel zu machen. Wie Madrid könnte auch Bern so Kulturgüter retten und im Dienste des Tourismus erhalten.

Dank «Bollywood» wieder geöffnet

Bis Anfang dieses Jahres schien die Zukunft des Grand Hotels Locarno klar: In den unteren Stockwerken sollte ein B-Casino Platz finden, der Hoteltrakt völlig umgebaut werden. Erst war von einem Fünfster-Suitenhotel die Rede, doch wurden die Pläne redimensioniert. Überraschend wurde dann gleich ganz auf einen Umbau verzichtet. Denn im letzten Moment beschlossen die Casino-Betreiber, ihre Spielautomaten im alten Kursaal von Locarno aufzustellen.

Ohne Casino platzte der geplante Verkauf. Das Grand Hotel musste neu auf den Markt gebracht werden. Deshalb fordern die fünf Hotelbesitzer

laut Giancarlo Cotti nun eine Entschädigung von fünf Millionen Franken für das entgangene Geschäft.

Dass das Ende letzter Saison für den damals noch geplanten Umbau geschlossene Hotel seit März trotzdem wieder geöffnet ist, liegt an der indischen Filmproduktion «Bollywood». Für die bis zu 100-köpfige Crew mitsamt Schauspielern suchte man im Locarnerse eine Unterkunft – für vier Monate. Weil damit eine gewisse Auslastung gesichert war, sagte der ehemalige Direktor Urs Zimmermann zu, das Hotel ein weiteres Jahr zu führen. Dies, obwohl er in Brione s. Minusio gerade das Hotel Dellavalle gekauft hatte. **FW**

DEUTSCHLAND / Einbussen bei der Hotellerie

Schnäppchen zu haben

In Deutschland sind die Buchungen durch Geschäftsfreisende stark zurückgegangen. Davon sind vor allem die Hotelketten betroffen. Steigenberger, Dorint, Lindner Hotels und Arabella Sheraton liefern sich harte Preiskämpfe: Mit Rabatten von bis zu 50% wollen die Hoteliers die Betten füllen. Während auch Steigenbergers Vorzeigehaus in Frankfurt, das Fünfsterne-Hotel Frankfurter Hof, Einbussen hinnehmen muss, können indes die Intercity-Hotels, die direkt am Bahnhof liegen, und die preiswerten Maxx- und Esprix-Hotels 1 bis 2% zulegen. Maritim konnte dank seines grossen Kongressangebotes 1% Wachstum in diesem Bereich melden und im Urlaubsbereich eine Steigerung von 15% verzeichnen. Aber auch die Hoteliers im Luxussegment versuchen mit hohen Rabatten Gäste zu holen, wie das deutsche «Handelsblatt» berichtete.

So hat der Konjunkturschwung zum Aus vieler Traditionshotels geführt. Rund 300 Betriebe meldeten im vergangenen Jahr Insolvenz an, heisst es weiter.

«GÄSTE GEWINNT MAN NUR ÜBER DEN PREIS»

Neue Kundschaft werde nur über den Preis gewonnen, schreibt das «Handelsblatt». In Deutschland sind zurzeit also Schnäppchenpreise zu haben: Ab sofort bietet Accors Premium-Marke Sofitel ihre halbierten Wochenendpreise bis zum Dezember an. Bei Steigenberger gibt es einen Gutschein für 10 Euro, der im Internet heruntergeladen werden kann und an alle Hotelleistungen angerechnet wird.

Längst ist ein offenes Geheimnis, dass Reisebüros teilweise Gruppenpreise (ab 20 Pers.) von 20 Euro pro Person für Vier-Sterne-Hotels in den neuen Bundesländern anbieten. **EL**

Offiziell erfolgreiche Hôtelière

NEU: Eidg.
anerkannt



NACHDIPLOMSTUDIUM
HOTELMANAGEMENT HF
(UNTERNEHMERSEMINAR)

für Unternehmer/-innen und höhere Kader aus der Hotel-Gastro-Tourismus-Branche

Kursbeginn 2003: 15. Oktober 2003
Kursbeginn 2004: 20. Oktober 2004

Weitere Infos und Seminar-Dokumentation:

hotelleriesuisse, Weiterbildung
Peter B. Grossholz oder Pia Kienle
Telefon 031 370 41 11
www.swisshotels.ch

hotellerie.
suisse

hotelfachschule thun
soul, passion & system



CORIAN / Der neuartige Werkstoff Corian vereint gute Eigenschaften traditioneller Materialien. SEITE 17



MOSCHMOSCH / Das «Japanische Nudelbar»-Restaurant-konzept: kurze Wartezeiten, ohne Fastfood-Charakter. SEITE 15

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

ZÜRICH / Die irische Nahrungsmittelgruppe IAWS beteiligt sich an Hiestand.

Backwaren-Spezialisten kooperieren

Die Hiestand-Gruppe und die irische Nahrungsmittelgruppe IAWS haben eine engere Zusammenarbeit vereinbart. Die beiden Tiefkühlbackwaren-Spezialisten sehen dadurch in ihren Absatzmärkten «bedeutende neue Geschäftschancen».

Gemäss Mitteilung von IAWS hat die Beteiligung an Hiestand einen strategischen Charakter. Das Schweizer Unternehmen habe eine starke Position in Märkten, in denen IAWS nicht präsent sei.

Im Zuge dieser Kooperation erwirbt die IAWS 22 Prozent des Aktienkapitals der A. Hiestand Holding AG zu einem Preis von rund 40 Millionen Franken. Die IAWS mit Sitz in Dublin erzielt einen jährlichen Umsatz von rund 2 Milliarden Franken und ist in London wie auch an der irischen Börse kotiert. Die an der Schweizer Börse SWX kotierte Hiestand-Gruppe erzielt einen Jahresumsatz von rund 300 Millionen Franken. Für das erste Halbjahr 2003 vermeldet Hiestand ein Umsatzwachstum von rund 10,5 Prozent. MJP

SCHERZINGEN / Die Rutishauser Weinkellerei AG ist in neuen Händen.

Management-Buy-out im Weinhandel

Seit der Firmengründung im Jahr 1886 befand sich die Rutishauser Weinkellerei AG in den Händen der Familie Rutishauser. Bis vor einigen Jahren wurde die Weinhandelsfirma auch von einem Familienmitglied geleitet. Gemäss Mitteilung fand sich aber aus der nachfolgenden Generation niemand, der die Geschäftsführung übernehmen wollte. So entschloss sich die Familie Rutishauser zum Verkauf der Aktien.

Den Zuschlag erhielt nun das Management. Die Käuferschaft besteht aus Willi Frei als neuem Geschäftsführer, Hanspeter Gantenbein und Peter Knüsel. Der bisherige Geschäftsführer Stefan Graf wird das Unternehmen verlassen.

Dank dieser Übernahme erfolge ein nahtloser Übergang, so der ehemalige Verwaltungsratspräsident Walter Rutishauser, der die Geschäftsleitung in dritter Generation vor vierzig Jahren übernahm. Rutishauser erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 40 Millionen Franken. MJP

KORRIGENDA

Im htr-Artikel «Küchenchef oder PR-Manager – wohn gehört der Koch?» vom 10. Juli hat sich ein Fehler eingeschlichen. Das Restaurant La Brezza im Hotel Eden Roc Ascona wurde aufgrund des Küchenchef-Wechsels nicht von 16 auf 14 GaultMillau-Punkte herabgestuft, sondern figuriert im Guide de 2003 ohne Nennung. Mit 14 Punkten ausgezeichnet ist das weitere, hoteleigene Restaurant Eden Roc. FR

USA / In den USA begann die Installation von WLAN-Funknetzen bereits vor einigen Jahren. Es liegen erste Erfahrungen aus Hotels und Restaurants vor. Kostenloser WLAN-Service liegt im Trend. HARALD WEISS

Chancen für Einzelbetriebe

Chiphersteller Intel und der Rest der Computerindustrie forcieren derzeit weiter massiv den weltweiten drahtlosen Internetzugang für Laptop-Computer. Unter dem Kürzel WLAN oder WiFi hält diese Technologie derzeit rasch Einzug in Hotels, Restaurants und Cafés. Und Investitionen in drahtlosen Internetzugang zahlen sich in den USA offenbar aus.

Insgesamt berichten die amerikanischen Hoteliers und Gastronomen von einem entscheidenden Konkurrenzvorteil durch das Vorhandensein eines drahtlosen Internetzugangs. «Schon am ersten Tag, an dem wir das Netz hatten und draussen ein Schild angebracht war, kamen morgens drei neue Gäste mit Laptop in unser Café», sagt Michael Prins, Chef des «Herkimer Coffee» in Seattle. Inzwischen hat er eine feste Stammkundschaft an Laptop-Kunden, die dort einen Teil ihrer Arbeit erledigen.

FÜR DIE MODERNEN «STRASSENARBEITER»

Prins bietet den Service kostenlos an und hofft, dass sich die Investitionen bald ausgezahlt haben werden. Damit differenziert er sich vor allem gegenüber der in den USA übermächtigen Starbucks-Kette, die zwar auch den WLAN-Service in über 2000 Betrieben anbietet – dafür aber eine monatliche Pauschale von 40 Dollar verlangt.

Inwieweit sich das WLAN-Angebot auf den Umsatz der Starbucks-Filialen auswirkt, wird nicht veröffentlicht, aber Unternehmenssprecher Nick Davis ist mit den WLAN-Angeboten hochzufrieden: «Wir sehen, dass die Verweilzeit unser Laptop-Gäste wesentlich grösser ist, und tagsüber erreichen wir eine Besuchergruppe, die uns sonst verschlossen bleibt.» Das sind vor allem die modernen «Strassenarbeiter», wie in Amerika die Makler, Verkäufer und Consultants genannt werden, die einen grossen Teil ihrer Arbeitszeit unterwegs verbringen.

Starbucks verzeichnet bei den Laptop-Gästen eine durchschnittliche Verweilzeit von 45 Minuten und 90 Prozent davon in der Kaffee-unüblichen Zeit von 9.00 bis 12.00 Uhr.

«DIE GÄSTE KOMMEN WEGEN DEM INTERNET»

Ähnliche Erfahrungen hat auch die Schnellrestaurantkette Schlotzsky's gemacht. «In einer eigenen Befragung in den mit kostenlosen WLAN ausgestatteten Restaurants gaben sechs Prozent der Gäste an, dass sie wegen dem Internet gekommen sind», sagt deren Sprecherin Monica Landers. Schlotzsky's rechnet damit, dass der kostenlose WLAN-Zugang im ersten Jahr bereits 15 000 zusätzliche Gäste und ein Umsatzplus von 100 000 Dollar bringen wird.

Auch bei den Hotels gibt es die ersten Erfahrungsmeldungen. Die Marriott-Kette beispielsweise startete im vergangenen Februar mit dem WLAN-Betrieb in 400 Häusern. Zehn Dollar kostet dort der unbegrenzte Internetzugang pro Nacht, und laut Marriott-Sprecher Scott Carman ist die Akzeptanz so gross, dass jetzt alle Häuser mit WLAN-Zugang ausgestattet werden.

TREND ZU KOSTENFREIEM WLAN-SERVICE

Diese hohe Akzeptanz der Gäste führt zu einem neuen Trend des kostenfreien WLAN-Service. Analyst

Foto: Taja Keetman



DANK WLAN LÄNGERE VERWEILZEIT

Times Square in New York: Für die modernen amerikanischen «Strassenarbeiter», wie die Makler, Verkäufer und Consultants genannt werden, ist WLAN unverzichtbar.

John Yunker vom Marktforschungsinstitut Pyramid Research ist überzeugt: «Die Hotels müssen zu kostenlosen Angeboten übergehen, wenn sie ihre Geschäftsreisenden als Gäste behalten wollen.»

Schon bis 2007 werden seiner Meinung nach die Hälfte aller Hotels den Zugang kostenlos anbieten. Yunker untermauert seine Ansicht mit der Beobachtung, dass die kleinen selbstständigen Häuser schon jetzt den kostenlosen WLAN-Zugang als Unterscheidungsmerkmal zu den grossen Häusern nutzen.

STIEGENDE HOTELAUSLASTUNG...

«Viele mittelständische Hotels konnten damit ihre Auslastung um ein bis zwei Prozent anheben und neue Firmenverträge abschliessen. Damit rechnen sich die Investitionen meist schon in ein bis zwei Jahren», gibt er als Empfehlung an die Hoteliers. In seiner Untersuchung berichtet er von einem 127-Zimmer-Hotel in Michigan, bei dem sich die WLAN-Investition schon in weniger als einem Jahr bezahlt gemacht hat.

Aber die grossen Hotelketten erkennen den Trend und reagieren bereits. So berichtet Wyndham, dass man ab sofort seinen Clubmitgliedern einen kostenlosen WLAN-Zugang anbietet. «In den Häusern, wo wir WLAN

installiert haben, haben sich seitdem die Anträge auf eine Mitgliedschaft vervierfacht», sagt deren Vizepräsident Dave Riley.

...UND ZUSÄTZLICHER GETRÄNKEUMSATZ

Seiner Meinung nach besteht ein klares Verhältnis von WLAN-Nutzung und Marktanteilgewinnen: «Je intensiver in einem Haus die WLAN-Nutzung, umso stärker gewinnt diese Haus Marktanteile hinzu.» Kein Wunder, dass Wyndham alle Häuser mit WLAN ausstatten will. Derzeit sind es bereits

75 Prozent, und bis Jahresende sollen alle Häuser über den schnellen Internetzugang verfügen.

Als Vorteil sehen die Hotels nicht nur die Gewinnung von Marktanteilen, sondern auch den zusätzlichen Getränkeumsatz durch Hotelgäste. «Bislang waren unsere Gäste auf ihrem Zimmer per Telefon im Internet und haben dabei kaum etwas verzehrt, doch jetzt sitzen sie dazu bei einem Softdrink, Kaffee oder Tee in der Lobby», sagt Paul Sherman, F&B Direktor im Hilton in New York, das schon seit Herbst 2001 den WLAN-Zugang anbietet.

WLAN: Facts und Figures

Installationskosten (USA)
– Café: Installation \$ 250, monatlich \$ 80
– Restaurant, kleines Hotel: Installation \$ 1000, monatlich \$ 100
Verbreitung (USA)
Insgesamt etwa 15 000 Hotspots (Schätzung)
Grösster Provider: T-Mobile (2200)
Verbreitung: Hotels, Restaurants, Coffeshops, Airport-Lounges, Parks, Ausblick (weltweit)
Ende 2003: 75 000 Hotspots
Ende 2004: 132 000 Hotspots, davon 82 000 in Cafés, Shopping Malls und Fastfood-Ketten.

Definition: WLAN ist ein besonders schneller drahtloser Internetzugang nach dem so genannten 802-Standard. Ein WLAN-Sendegebiet wird «Hotspot» genannt. Ein Hotspot besteht aus einem oder mehreren Sendern. Ein einzelner Sender hat eine Reichweite von 20 bis 60 Meter.

Komponenten: Schneller drahtgebundener Internetzugang (Glasfaser, Ethernet/T1 oder DSL), ein oder mehrere Netzverteiler (Router) und mindestens ein Sender. HW

Quelle: Gartner Dataquest

DEUTSCHLAND / Ganz im Zeichen der Kartoffel

Erdäpfel als Event

Wie man «Härdöpfel» zu einem kulinarischen Ereignis machen kann, zeigt im September die deutsche Oberpfalz. Wegen ihres Kartoffelanbaus ist sie auch als «Erdäpfelpfalz» bekannt. Und sie macht einen kulinarischen Event daraus. Vom 7. bis 21. September stehen Restaurants und Tourismus, aber auch therapeutische Praxen ganz im Zeichen der Kartoffel. Abendwanderungen zu Kartoffelfeldern und Kartoffelfeuern sollen

den Appetit anregen, dann gibt es originelle und regionale Kartoffelspezialitäten in allen Restaurants der Region rund um Moosbach. Diese reichen von der Erdäpfelsuppe über Riwanzerl bis zu Kartoffelmaulaschen und Kartoffelbrot. Sogar Süßes aus der Kartoffel steht auf dem Programm. Und einige Therapeuten bieten Erdäpfelwickel für den Rücken und den Lendenbereich als gesunde Kartoffelbesonderheit an. GU

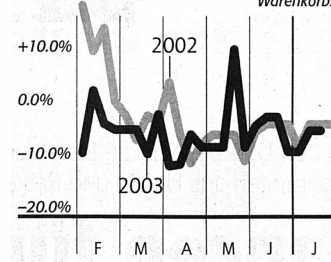
Gemüse-Hochsaison

Auberginen. Als Nachtschattengewächse sind Auberginen mit Kartoffeln, Tomaten und Peperoni verwandt. Die «Eierfrucht» wird hierzulande als Gemüse immer beliebter: Der Konsum und die Produktion (1600 Tonnen) haben sich in den letzten fünfzehn Jahren verdoppelt. Der Importanteil beträgt rund zwei Drittel. Nicht nur Schweizer Auberginen haben zurzeit Hochsaison, sondern auch Zucchini, Tomaten und Bohnen. MJP/ld

PRODINDEX 14. 7. BIS 19. 7. 2003

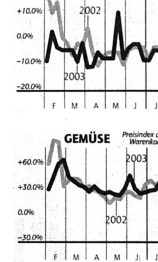
Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

KALBFLEISCH

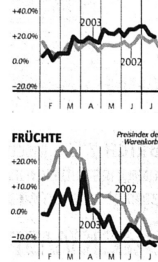


Preisindex des Warenkorbs

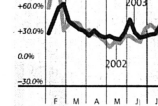
KALBFLEISCH



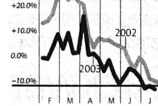
SCHWEINFLEISCH



GEMÜSE



FRÜCHTE



FRÜHKARTOFFELN / Die Frühsorten sind stärkearm und festkochend

Limitierte Auswahl im Sommer

Unter den Frühsorten gibt es keine mehlig, sprich stärkearmen, Speisekartoffeln, sondern nur stärkearme festkochende Typen, die sich nicht für Kartoffelstock eignen. «Für frischen Stock verwendet man besser letztjährige Bintje», rät Schneider. Wenn diese ausverkauft sind, kann man auf Charlotte oder ausgereifte Ostara ausweichen. Für die Baked Potatoes eignet sich auch die grossknollige Frühsorte Sirtema. Erst ab Mitte August sind die mehligeren Lagersorten erntereif.

DIE ALLZWECK-KARTOFFEL BINTJE

Die mehlig Allzweckkartoffel Bintje ist immer noch Nummer 2 im Anbau nach Agria. Und in der Gastronomie ist sie die Nummer 1: Prodega verkaufte 2002 150 Tonnen Bintje (jedoch rückläufig) und an zweiter Stelle 63 Tonnen Urgenta. Bintje wird seit 1935 in der Schweiz angebaut und ist reif für einen Ersatz. «Sie ist anfällig geworden für Kartoffelviren und benötigt relativ viel Spritzmittel», erklärt Schneider. Als Alternative empfiehlt er die ebenfalls universelle Victoria oder die gelbere Agria. Auch zur teuren feinkörnigen Gartenkartoffel Amandine gibt es Alternativen: «Nicola und Charlotte sind gleichwertig», meint Schneider. Stella, auch eine Gartenkartoffel, ist zwar rar, aber ebenfalls feinkörnig und dezent.

BIOKARTOFFELN UND RARITÄTEN

Biokartoffeln zu produzieren und zu lagern ist immer noch eine Knacknuss. «Gegen Schädlinge und die berüchtigte Kraut- und Knollenfäule gibt es noch kein probates biologisches Mittel», so Schneider. «Biobauern halten durch gezielte Fruchtfolge die Schädlinge und Krankheiten im Schach.» Das zweite Problem ist die Lagerung: Bei über 6°C neigen die Knollen im Winter zum Keimen. Bei Temperaturen unter 8°C bilden sie Zucker, welcher beim Braten oder Fritieren bräunt und das unerwünschte Acrylamid fördert. Biobetriebe besprühen sie heute mit Kümmelöl, einem zwar nicht hochwirksamen, dafür natürlichen Keimhemmungsmittel.

Ebenfalls biologisch angebaut werden die alten Kartoffelsorten, welche die Stiftung Pro Specie Rara fördert. Kaufen kann der Gastronom die Raritäten bei der St. Gallischen Saatgut-Genossenschaft (Tel. 071 394 53 00). Christoph Gämperli stellt fest, dass sich «von den zwanzig betreuten Sorten vier in der Gastronomie bewährt haben»: die zwei blaufleischigen «Blaue St. Galler» zum Garnieren sowie die «Blauen Schweden», die eher zerkothen. Ferner «Acht-Wochen-Nüdeli» für «Gschwellt» und «Parli» für Bündner Kartoffelspezialitäten. «Die Nachfrage steigt, vor allem weil Coop sie verkauft», so Gämperli. GB

KARTOFFELN / Bei Kartoffelbeilagen helfen Convenienceprodukte im Sommer Qualitätsschwankungen zu vermeiden. Wer aber frische Kartoffeln verwendet, sollte die geeignete Sorte aussuchen. GUIDO BÖHLER

Suche nach der richtigen Sorte

Die Frühkartoffelernte ist in der Schweiz in vollem Gang. Derzeit holen die Bauern die Sorten Agata, Sirtema, Charlotte und Lady Cristl aus dem Boden. Auch die Luxus-Markenkartoffel Amandine aus der Genferseeregion gelangt auf den Markt, und die Migros hat sich wiederum die Exklusivität gesichert.

«Dank der warmen Witterung überholt der Freiland- den geschützten Anbau unter Vlies», berichtet Donat Schneider von der Branchenorganisation swisspatat. «Auch die Lager-sorten Bintje, Urgenta und Nicola haben einen Wachstumssprung. Aber durch die lange Trockenheit erleiden sie trotz des Regens Anfang Juli einen Wachstumsstopp.»

FRÜHKARTOFFELN FÜR RÖSTI?

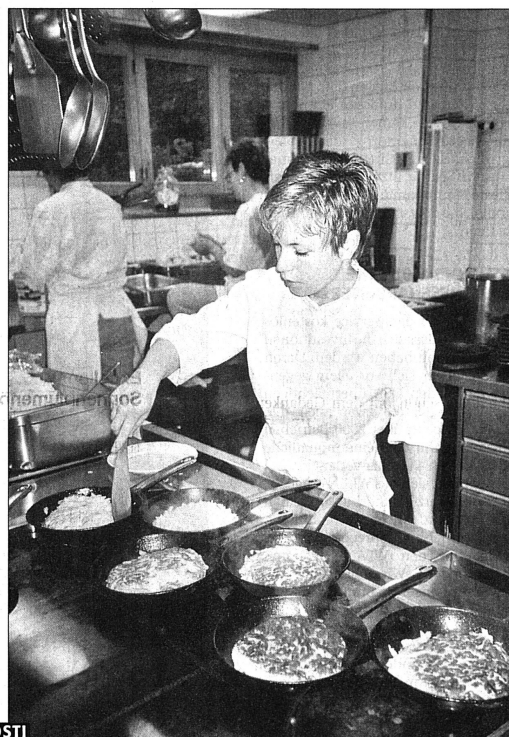
Im Sommer ist es schwierig, gute Rösti aus frischen Kartoffeln zu braten, denn Frühkartoffeln sind nicht mehlig genug. Schneider rät, so lange wie möglich altertägige Lagerkartoffeln zu verwenden. Auf diese Weise geht beispielsweise auch das Restaurant Rösti Factory im Lauener Hotel Alpenland vor.

Dieses Jahr reichen die Bestände in den Kartoffellagern wahrscheinlich fast bis Mitte August. Martin Jaggi, ehemals Koch und heute bei swisspatat für die elektronischen Medien zuständig, hält das traditionelle Röstirezept für das beste: «Kartoffeln eines leicht mehlig Kochtyps in der Schale kochen und vor dem Raffeln zwei Tage ruhen lassen.»

PFLANZENÖL, BUTTER UND SCHWEINESCHMALZ

Braten würde er die Rösti mit Pflanzenöl plus Butter und Schweineschmalz, würzen mit Salz und Pfeffer. «Rösti aus rohen Kartoffeln besitzt nicht die schönste Farbe», bemerkt Jaggi, «sie hat aber einen guten Biss

Foto: Guido Böhlér



RÖSTI

Im Sommer ist es schwierig, gute Rösti aus frischen Kartoffeln zu braten, denn Frühkartoffeln sind nicht mehlig genug.

und schmeckt sehr frisch. Auch Tiefkühlrösti ist ziemlich gut, aber man kann damit keine «Kuchen» bilden. Sousvide-Rösti kommt der frischen am nächsten.»

Weniger erwärmen kann sich der Kartoffelexperte hingegen für die Vollkonserven: «Diese haben immer den Nachgeschmack der Konservierungs-

mittel.» Antioxidantien erhalten dabei die helle Farbe.

ERFOLGSFAKTOR STREUWÜRZE

Die Gastronomie verwendet immer mehr Convenience-Rösti, seien es bratfertige Späne oder vorgebratene

Portionen. Und diese werden immer kreativer bis hin zum Fingerfood mit Füllung. Letztes Jahr veröffentlichte das Konsummagazin «saldo» einen Qualitätsvergleich von Röstivollkonserven des Detailhandels. Das beste Produkt mit Note 4,7 war die Standardrösti von Hero, das zweitbeste mit Note 4 die Biorösti der Bischofszell Nahrungsmittel AG BINA. Die selbst gemachte Rösti einer Waadtländer Bäuerin erreichte nur die Note 3,9.

Daran kann nicht der Röstigraben schuld sein: Hüben wie drüben ist Rösti beliebt. Philipp Dous von Hero weist darauf hin, dass Hero auch ihre Gastrorösti nach dem Siegerrezept herstellt. Er ist überzeugt, der Erfolg liege in der Kartoffelsorte: «Hero verarbeitet immer die weisse Sorte Désirée zu Rösti.» Die Firma verwendet Pflanzenöl – wie übrigens auch die «Rösti Factory». «Der dritte Faktor könnte die Würzung sein», meint Dous. Hero-Rösti enthält Streuwürze – eine unübliche Zutat.

UMMANTELTE FRITES SIND BELIEBT

Rösti ist auch bei Touristen beliebt, aber die unangefochtenen Renner der Kartoffel-Convenience sind Pommes und Gratins. Kadi sowie Frigemo («McCain») haben Erfolg mit Stärke-ummantelten Frites. Bei Kadi avancierten die vergleichsweise teureren Superfrites innert einem Jahr zum Renner. «Auch ummantelte gewürzte Kartoffelschnitz, sprich Wedges, legen zu», berichtet Marketingleiter Heinz Rutishauser. «Und die Superfrites graben den normalen nur wenig Umsatz ab.» Die Werbung verspricht viel: Weniger Ölverbrauch dank der Ummantelung und geringere Ölaufnahme, was Geschmack und Bekömmlichkeit verbessert. Der Stärkemantel werde rascher knusprig, und das Innere behalte seine weiche Konsistenz länger. Auch die Fritierleistung steige. Gut eignen sich die Ummantelten für das Heissluftfrieren ohne weitere Fettzugabe im Combi-Steamer.

Bestseller-Rösti

Mövenpick blickt auf eine erfolgreiche Röstiaktion zurück: «Mit sehr gutem Echo», sagt Marketingleiterin Janine Bosshardt. «Total haben wir in der Schweiz 33 400 Röstigerichte in einem Monat verkauft.» Bestseller der Röstiwochen im Februar war mit 8000 Portionen die «Rösti Chickeria» mit Pouletwürfeln, Champignons und Peperoni an Whisky-Rahm-Sauce. An zweiter Stelle war mit 5500 Portionen die «Rösti Newporb» mit Rauchlachs und Gurken-Zwiebel-Salat an Kräuter-Sauerrahm. Und auf dem dritten Platz lag mit 5200 Portionen die «Rösti Oriental» mit Wok-Gemüse an Masala-Curry-Sauce. Zur Verkaufsförderung gaben die Restaurants Fotokarten ab. «Bilder verkaufen einfach besser», so Bosshardt. Die «Mövenpick-Köche braten die Rösti frisch aus Spänen von Frigemo, die nach «Mövenpick-Rezept gewürzt waren», verrät Bosshardt. GB

Neuheiten und Spezialitäten der «tollen Knolle»

Lieferant	Neuheiten, Spezialitäten und Trends
Bischofszell	Neu: Röstiportionen in Halbmond- oder Galettenform.
Nahrungsmittel AG (Migros)	Rösti Nuggets. Kartoffelgratins, Röstispäne, TK.
www.Bina.ch	
Gastro-Star	Kartoffeln küchenfertig: roh, handgeschnitten, vier bis fünf Tage haltbar.
www.gastrostar.ch	Röstispäne gedämpft, ohne Fett, drei Tage haltbar.
Frigemo	Baked Potatoes in Gold-Alufolie, aus Agria von 2002.
www.frigemo.com	Hausmacher-Rösti: vorgebraten portioniert. Röstipick: gefüllte Röstiataschen.
Hero	Frische Rösti fixfertig. Ummantelte Frites «Stay Crisp», TK.
www.heroch.ch	Neu: Röstini: zylinderförmig zum Rondellenschnneiden.
Kadi	Rösti mit oder ohne Fett. Alle Vollkonserven.
www.kadi.ch	Bestseller: Superfrites, Wedges, Croquettes.
Nestlé	Neu: Curry-Frites, Röstitaler, gewürzte Kartoffelscheiben, Kartoffelravioli (Hersteller: La Culina), TK.
www.nestlefoodservices.ch	Neu: Gnocchetti di Patate «Buitoni», klein, rundoval, TK.
Pistor	Röstispäne lose gefroren, Röstiportionen vorgebraten.
www.pistor.ch	Marke «frigemo».
Prodega	Aufsteiger: Superfrites Kadi.
www.prodega.ch	Spezialität: Sousvide-Rösti «La cuisine fraiche» (Hersteller: Schwab-Gouillod).

FRANKFURT / Das neue «Japanische Nudelbar»-Restaurantkonzept «MoschMosch» macht in Deutschland nicht nur Furore, sondern ist jetzt auch ausgezeichnet worden. Der erfolgreiche Betrieb trifft den heutigen Zeitgeist. **GEORG UBENAUF**

Kurze Wartezeiten, ohne Fastfood-Charakter

Tobias Jäkel und Matthias Schönberger, zwei in der Schweiz ausgebildete und dann weit gereiste Köche, sind die Männer hinter MoschMosch. Ihr neuartiges Nudelrestaurant nur wenige Meter neben der Frankfurter Edelkaufmeile Goethestrasse wurde denn auch jüngst mit dem zweiten Preis des diesjährigen Gründerwettbewerbs in der Wirtschaftsfachhochschule ausgezeichnet. Wirtschaftsdezernent Nikolaus Burggraf lobte nicht nur das Konzept, sondern auch den Erfolg: «Der Laden brummt.»

«Japanische Nudelbar» nennt sich MoschMosch in der zweiten Zeile. Aber die beiden Initianten bestehen darauf, dass es «nicht hundertprozentig authentisch japanisch» bei ihnen zugeht – «dann wäre es zu teuer».

«NICHT 100-PROZENTIG JAPANISCH»

Statt japanische Nudeln und andere Zutaten zu importieren, werden sie bei MoschMosch «im Einklang mit der langjährigen japanischen Tradition» jeweils frisch zubereitet – aus Weizenmehl, Eiern und Wasser. «Ramen» (ausgesprochen Ra-men) ist die korrekte Bezeichnung für diese Nudeln. Und auf dem Tischset, das zugleich als Menu-Übersicht dient, heisst es bescheiden dazu: «Ramen sind keine Snobs. Sie fühlen sich in jeder Gesellschaft wohl.» So liegen denn auch die Preise bei MoschMosch zwischen 2.50 Euro für gesalzene Bohnen, Miso-Suppe oder Gemüsefüllung, acht Euro für verschiedene Salate und neun Euro für Nudeln mit Chili-Rindfleisch und knusprigem Basilikum oder zwei ähnliche Komplettgerichte.

ES DARF AUCH GESCHLÜRFT WERDEN

60 Sitzplätze hat MoschMosch, wobei sich die beiden Gründer «bei der Einrichtung auf das Wesentliche beschränkt» haben. «Kein Schnickschnack wie Gardinen oder aufwändiger Bodenbelag, dafür Tische und Stühle schlicht, aber aus hochwertiger Massivholz.» Vermal wird jeder Sitzplatz täglich genutzt – im Winter, der umsatzstärkeren Jahreszeit bei den japanischen Nudelgerichten. «Für den Sommer liegen uns noch keine genau-

FOTOS: ZUG



MATTHIAS SCHÖNBERGER UND TOBIAS JÄKEL

Die Jungunternehmer machen es vor: Man darf die Nudeln auch hörbar in sich hineinschlürfen.

en Ergebniszahlen vor», sagt Matthias Schönberger. Allerdings wissen er und sein Kollege, dass «der Sommer schwächer» ist.

Seit MoschMosch an den Start ging und seit das Konzept nun auch ausgezeichnet wurde, häufen sich die Anfragen, die Idee zu übernehmen. Zwar wollen die beiden MoschMosch-Macher ihr Geschäft zunächst konsolidieren und dann im Grossraum Frankfurt selber ausdehnen, sie spielen aber durchaus schon mit dem Gedanken, Franchise-Verträge (auch in die Schweiz) zu vergeben. Nicht nur in Japan ist das Nudelessen ein Erfolg, auch in den USA und England gibt es ähnliche Konzepte. Gewöhnungsbedürftig (auch für die Gäste) ist die Methode, Ramen zu verspeisen. «Ramen fühlen sich am wohlsten in einer MoschMosch-Suppenbrühe», lautet ein Credo auf dem Menu-Set. Aber es heisst dort auch: «Es gibt keine richtige oder falsche Art, sie zu essen» – so darf man Ramen durchaus auch hörbar in sich hineinschlürfen.

Zielgruppe für MoschMosch sind nicht so sehr die supereleganten Einkäuferinnen und Einkäufer auf der Frankfurter Goethestrasse, «sondern mehr die Beschäftigten in den Büros

über den Läden», wie Schönberger es formuliert. Dort residieren Arztpraxen und Anwaltskanzleien ebenso wie Versicherungsbüros. So hat sich denn auch schon gezeigt, dass die meisten

MoschMosch-Gäste zwischen 25 und 45 Jahre alt sind, mittags sich meist aus Büroangestellten rekrutieren, und «abends ist es ein noch bunteres Gemisch», freuen sich die beiden Chefs. Angenommen wurde das Konzept einer «gesunden, bekömmlichen Kost», leicht und «fast fettfrei» hergestellt, bei «kurzen Wartezeiten, ohne Fastfood-Charakter» sowie mit «freundlichem und zuverlässigem Service».

JUNGUNTERNEHMER MIT SCHWEIZER AUSBILDUNG

Besonders beliebt und daher auf Rang 1 der Verkäufe steht das Angebot «Morgensonne» – Ramen und Rinderbrühe, Hühnerbrust Terriaki geschnitten, Spinat, Kaiwarekresse mit Frühlingsschnecken für 6 Euro. Lieblingsgetränk im Winter ist Grüner Tee (1.50 Euro), im Sommer halten sich Mineralwasser (2 Euro für 0,25) und Apfelschorle (2 Euro für 0,3) die Waage.

Matthias Schönberger, geboren 1972, besuchte das Hotel Institute in Montreux. Sein Kollege Tobias Jäkel, Jahrgang 1973, beide sind aus Bayern, absolvierte die School of Hotel Management in Neuchatel und die University in Bournemouth. Und aus Miami brachte er das Professional Bartender Certificate mit. Beide haben zudem Erfahrung in der Ketten- und Individual-Gastronomie.

www.moschmosch.com

Anzeige

Excellency Sonnenblumenöl

(12 l)

2⁹⁹

1 l

Smirnoff Black Ice Smirnoff Ice

174

5,8% Vol. 27,5 cl

Sodalöffel

Pack à 12 Stück

120

Stück

Partyschinken

geräucht, gekocht

Stück ca. 4,5 kg

13⁹⁰

kg

Saucenhalbrahm

5⁸⁵

1 l

Blumenkohl-Röschen

tiefgekühlt

Karton 5 kg

279

kg

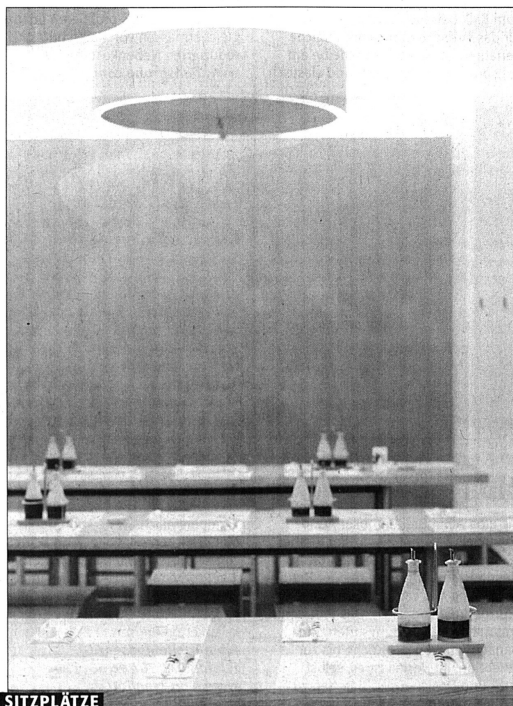
COLLINI berndorf

Holen bringt's!

prodega

CASH+CARRY

Moosseedorf • Heimbach • Kriens • Pratteln • Dübendorf • Neuendorf • Rotkreuz • Chur • Reinach • Biel • Givisiez • Rapperswil • Rüschlikon • Crissier • Dietikon • St. Blasien



60 SITZPLÄTZE

«MoschMosch» in Frankfurt. Jeder Sitzplatz wird viermal täglich besetzt.

Opel Astra Caravan 1.6 CNG – Kombi mit Erdgasantrieb

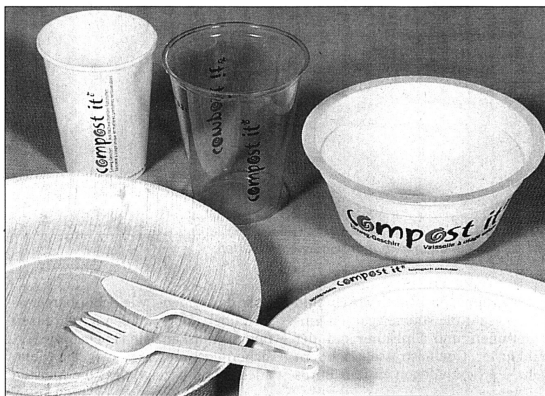


Nach dem Kompaktvan Zafira 1.6 CNG präsentiert Opel mit dem neuen Astra Caravan CNG das zweite voll alltags-taugliche Serienfahrzeug mit Erdgasantrieb. Wie der Erdgas-Zafira besitzt der Astra Caravan 1.6 CNG neben zwei grossvolumigen Gastanks eine 14-Liter-Benzinreserve. Vorteil: Geht das Gas in den Tanks zur Neige und ist keine Erdgastankstelle in der Nähe, kann der Fahrer vom Cockpit aus auf die Versorgung mit Benzin umschalten. Ein weiterer Pluspunkt ist das im Vergleich zum Astra Caravan mit Benzin- oder Dieselmotor sehr grosse Platzangebot mit einem maximalen Lade-rauminhalt von 1470 Litern – dank der Unterflurbauweise der Tankanlage. Das Erdgasmodell ist ab Fr. 28 800.– (inkl. 7,6% MWST) erhältlich.

Opel Suisse SA
2501 Biel-Bienne

Pacovis AG – biologisch abbaubares Einweggeschirr

Einweggeschirr ist für viele Anlässe und Geselligkeiten gesellschaftsfähig. Aber heute muss man sich die Frage erlauben, ob es biologisch abbaubar ist. Mit dem kompostierbaren Einweggeschirr Compost it haben Schweizer Spezialisten Pionierarbeit geleistet. Die Compost it Becher, Teller, Bestecke und Schalen sind konventionellen Produkten qualitativ, optisch und preislich ebenbürtig. Sie werden ausnahmslos aus nachwachsenden Rohstoffen wie Kartoffelstärke und Zellulose-Fasern hergestellt. Deshalb sind sie nicht nur biologisch abbaubar, sondern allenfalls auch emissionsfrei und CO₂-neutral verbrennbar. Für sachgerechte Entsorgung sind kompostierbare Abfallbeutel und Container-Einlagen erhältlich, zur Übergabe an das Grüngut oder in den Kompost. Die lückenlose Funktion des ökologischen Kreislaufes, inklusive Entsorgung, ist europäisch einmalig und hat sich an der Expo und bei der Ski-WM in St. Moritz bestens bewährt. Für Private gibt es nebst



einer vielseitigen Angebotspalette ein Picknick-Set mit einer kompletten Garnitur für sechs Personen.

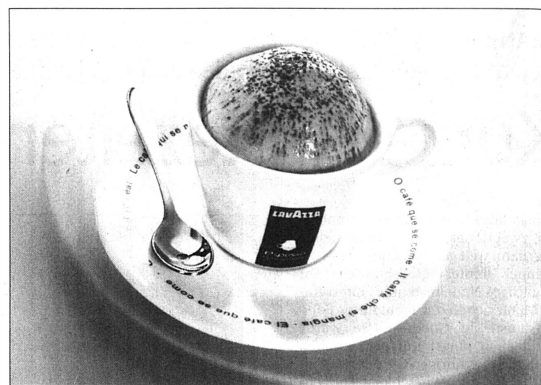
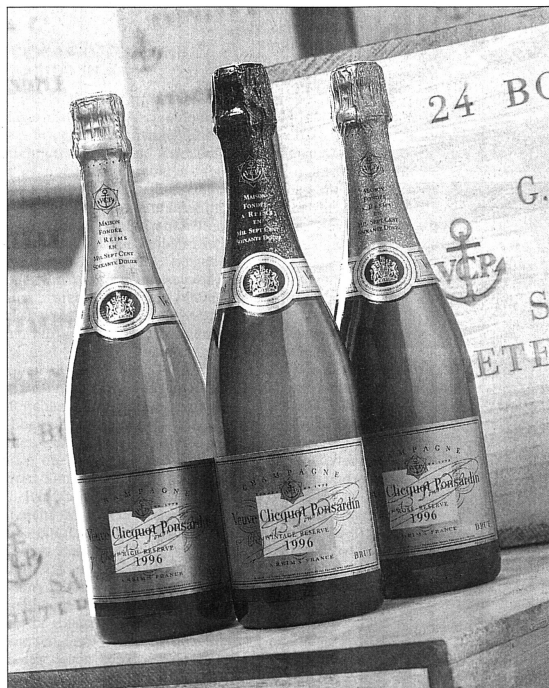
Pacovis AG
Grabenmattenstrasse 19
5608 Stetten

Veuve Clicquot – Jahrgangschampagner

Liebhaber edler Champagner haben schon lange entdeckt, welch herrliche Nuancen ein Jahrgangschampagner bietet: Er zeigt den Stil des Hauses, gleichzeitig aber auch die typischen Merkmale des Jahrgangs. Jahrgangschampagner, die aus einer einzigen Traubenernte hervorgehen und nur in Jahren mit aussergewöhnlich guten Ernten hergestellt werden, sind die Quintessenz aller Sinnesindrücke. Veuve Clicquot lanciert die Jahrgangschampagner Vintage Reserve 1996, Rich Reserve 1996 und Rosé Reserve 1996. Drei Champagner, die nach

sechs Jahren Lagerung in den Kreidekellern ihre volle Reife erlangt haben und die ein grossartiges Gleichgewicht zwischen Reife und Säuregehalt erreichten. Bereit heute können sie mit Hochgenuss getrunken werden. Etwas Geduld wird allerdings belohnt, denn die Jahrgangschampagner 1996 von Veuve Clicquot weisen ein aussergewöhnliches Alterungspotenzial auf. Die drei Jahrgangschampagner sind erhältlich im Weinfachhandel, bei Globus, und bei

LVMH Wines & Spirits (Suisse) SA
Telefon 022 939 37 00



Lavazza – mehr als kalter Kaffee

Wer Italien bereist, entdeckt jetzt in Turin einen ganz neuen Kaffeegeuss. Im Original House Lavazza wird ein essbarer Espresso, namens «esspresso», serviert. Aus der Zusammenarbeit des Teams von El Bulli Taller, Barcelona, und des Training Centers Lavazza ist «esspresso by Lavazza & Ferran Adrià» entstanden: Ein Espresso-Caffè, der nicht getrunken sondern gegessen, bzw. mit dem Löffel verspeist wird. Dieser Caffè ist von fester Konsistenz, sieht ungewöhnlich und hübsch aus

und ist vor allem aussergewöhnlich im Geschmack; ein Geschmack, der wesentlich länger anhält als der des flüssigen Caffés. Während Lavazza der Spezialist in Sachen Caffè ist, hat der international bekannte Starkoch Ferran Adrià schon seit einiger Zeit die Gastronomie revolutioniert, indem er die Destrukturierung der Speisen in den Mittelpunkt seiner Kreationen rückte: Was früher fest war, wird flüssig, und was flüssig war, wird nun fest.

www.lavazza.ch

Sulcus – neuer Partner von OTRUM

Die in Baar domizilierte Firma Sulcus Hospitality (Schweiz) AG mit Filialen in Zermatt/VS und in Rivera/TI ist einer der führenden Anbieter von modernen IT-Lösungen für Hotellerie und Gastronomie. Die modulare EDV-Gesamtlösung erlaubt eine kundenorientierte Ausgestaltung für die unterschiedlichsten Bedürfnisse, vom Gastrobetrieb bis zum Hotel. Per 1. April 2003 ist Sulcus Hospitality (Schweiz) AG neuer Partner der norwegischen OTRUM, dem europäischen Marktführer für digitale interaktive Hotel-TV-Kommunikationssysteme. Das in Oslo ansässige Unternehmen hat in der 15-jährigen Firmengeschichte über 400 000 Hotelzimmer

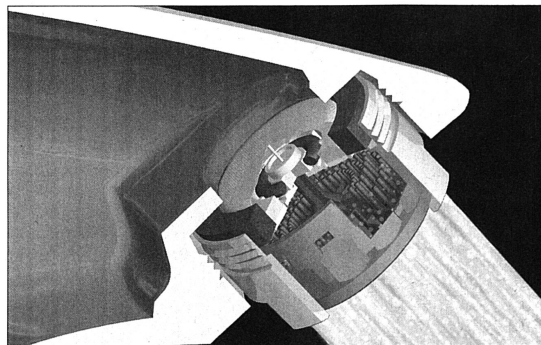
ausgestattet und zählt namhafte Hotelketten und Kreuzfahrtgesellschaften zu ihren Kunden. OTRUM In-Room-Kommunikationssysteme repräsentieren die neueste Technik in der Hotelkommunikation. Mit der Unterzeichnung des Partnerschaftsvertrages baut Sulcus sein Dienstleistungsangebot gezielt aus. Die Kunden erhalten nun die gesamten Leistungen aus einer Hand, was vor allem beim Unterhalt der Systeme von Vorteil ist. **Sulcus Hospitality (Schweiz) AG**
Blegistrasse 11a
6340 Baar
Telefon 041 766 68 68
www.sulcusag.ch

Hansgrohe – Rubit Luftsprudler

In Aarau ist es ein Dauerthema, in Bern gehts entspannter zu. Aber überall ist es letztlich nur eine Frage der Zeit, bis sich Kalk aus dem Trinkwasser an Bad- und Küchenarmaturen absetzt. Bisher konnten dieser nur mühsam mit Essigwasser oder chemischen Keulen entfernt werden. Jetzt reicht ein kurzes Rubbeln mit dem Finger oder einem Tuch. Schon fliesst das Wasser wieder kraftvoll und das Auge freut sich an der vom Kalk befreiten Armatur. Der Grund für das einfache, umweltfreundliche Verfahren ist eine Silikonseife am Luftsprudler. Sie ist weich und elastisch,

Kalk dagegen spröde. Schon beim leichten Rubbeln bricht er einfach ab. Der Rubit Luftsprudler hat neben Kalkschutz noch einen zweiten Nutzen: Serienmässig ist ein Waterdimmer eingebaut, der den Wasserdurchfluss auf 7,2 l/min. begrenzt, ohne den Komfort einzuschränken. Dem Sanitärprofil bietet sich das Produkt fürs Marketing in eigener Sache an. Der Rubit ist preisgünstig und passt auf alle gängigen Armaturen. Hotels profitieren finanziell gleichermaßen von Kalkschutz und reduzierten Nebenkosten.

www.hansgrohe.com



Solis – Coolmatic

Auch in der grössten Sommerhitze ist es für uns heute beinahe eine Selbstverständlichkeit, dass in unseren Autos ein angenehmes, wohltemperiertes Klima herrscht. Warum leisten wir uns diesen Komfort nicht auch dort, wo wir die meiste Zeit verbringen, Zuhause und am Arbeitsplatz? Nur mit einem kühlen Kopf erholen Sie sich besser und arbeiten lieber und effizienter! Solis Coolmatic, das mobile Klimagerät mit zwei Kühlstufen und zwei Ventilationsgeschwindigkeiten, garantiert an heissen und schwülen Sommertagen, und -nächten, angenehm kühle Raumtemperaturen. Es hat extrem leistungsstarke Funktionen wie die hohe Kühlleistung von 6800 BTU/h / 2000 W, eine Luftentfeuchtung von 21,6 bis 28,8 l / 25 h und eine Luftumwälzung von 210 bis 310 m³. Der Thermostat sorgt zuverlässig für ein ideales, stabiles Klima. Das Gerät ist dank praktischer Handgriffe und massiven Rädern leicht transportierbar.

Solis AG
Glattbrugg
Telefon 01 810 18 18
Fax 01 810 30 70
info@solis.ch
www.solis.ch

alba – Berufsbekleidung à la carte

Die alba Albin Breitenmoser AG in Appenzel, bekannt als textiler Partner in der Schweiz, möchte Ihnen die ideenreichen Möglichkeiten der Berufsbekleidung à la carte für Hotel und Gastronomie vorstellen. Das Programm umfasst alle Bekleidungsarten und -variationen, von der Küche bis zur Rezeption. Ihr Vorteil ist es, selbst Farb- und Designauswahl treffen zu können, und das in allen Grössen.

Eine persönliche Note kann durch das Bestücken mit Logos und Schriftzügen effizient unterstrichen werden. Alle Produkte und Leistungen müssen aber der Ideologie entsprechen, die da lautet: Hohe Qualität zu vernünftig kalkulierten Preisen.

Albin Breitenmoser AG
Telefon 071 787 46 58
www.alba-creation.ch
info@alba-creation.ch

CORIAN / Der junge, strapazierfähige, aber auch sehr edel wirkende Mineralwerkstoff hat sich bei Architekten, Designern und Hoteliers bereits fest etabliert. Das universell einsetzbare Material findet immer mehr Liebhaber. **LORE KELLY**

Ein strapazierfähiges und edles Material

In den letzten Jahren wurde Corian immer öfter für Möbel, Interieur, Badeeinrichtungen und für Küchenabdeckungen eingesetzt. Dass Designer vermehrt ambitionierte Projekte mit edel wirkendem Material realisieren, hat mit der Ästhetik und den Eigenschaften des aussergewöhnlichen Materials zu tun. Corian ermöglicht ihnen ein nahezu grenzenloses Potenzial an Gestaltungsmöglichkeiten. Es lässt sich ideal mit anderen Materialien wie beispielsweise Alu, Edelstahl, Chrom, Holz und Acryl kombinieren.

Dank seiner enormen Flexibilität kann es in fast jede vorstellbare Form gebracht werden, und mit seinen über 100 Farbönen erlaubt es alle erdenklichen gestalterischen Freiheiten.

EINDRÜCKLICHE EIGENSCHAFTEN

Die bekannten Architekten Trix und Robert Hausmann haben das Material Corian schon öfter eingesetzt. «Corian ist einer der neueren Werkstoffe, der die guten Eigenschaften verschiedener traditioneller Materialien in sich vereint. Es ist dauerhaft wie Naturstein, aber warm anzufassen wie Holz. Allerdings ist es weniger hart und kratzfest, aber auch weniger schlagempfindlich», erklärt Prof. Robert Hausmann. Die beiden Architekten arbeiten sehr oft mit dem Material Corian: im Laden- und Möbelbau, für Küchen und Bäder, im Restaurantbereich, für Aufzugskabinen, selbst für Bodenbeläge.

Die Farben von Corian wurden in Zusammenarbeit mit internationalen Design- und Farbexperten entwickelt und sind inspiriert von der wilden Schönheit des amerikanischen Westens und des Fernen Ostens. Die Farbpalette reicht von klassisch und zeitlos bis hin zu avantgardistisch.

ORT ZWISCHEN TRAUM UND WIRKLICHKEIT

Die breite Farbpalette überzeugte schliesslich Direktor Christian Maeder vom «Crown Plaza» in Genf, bei der Renovation der Hotelbäder Corian zu verwenden.

«Als wir in unseren Hotelbädern die Waschtische und Lavabos ersetzen mussten, testeten wir Prototypen verschiedener Materialien, darunter auch Corian. Wir haben uns für das Material entschieden, weil es den starken Strapazen der täglichen Beanspruchung am besten standhielt. Ausschlaggebend war auch, dass wir das Material in einem Farbton erhielten, der genau zu den bestehenden Einrichtungen passte.» Das «Crown Plaza» in Genf hatte ursprünglich in allen Badezimmern

Fotos: zyg



CORIAN IN DER BAR

In der knallroten Bar Rouge von Pipilotti Rist wurden die Materialien Corian, Kunstharz und Polyester eingesetzt.

Gussmarmor-Waschtische eingebaut. Dieses Material bewährte sich nicht. Es entstanden Risse am Ablauf, eine Renovation wurde fällig. Die Geschäftsleitung suchte nach einem soliden und strapazierfähigen Material.

Eine ganz spezielle Bar aus Corian hat die berühmte Künstlerin Pipilotti Rist im Alpenhotel Castell in Zuoz mit der Architektin Gabrielle Hächler entworfen. Die Künstlerin und die Architektin gingen bei der Gestaltung von der Idee aus, dass die Bar in jedem Hotel oder Lokal der Ort ist, an dem die Sinne des Gastes angesprochen werden, und zwar durch die Atmosphäre, das Dekor und die Bedienung.

In der knallroten Bar Rouge wurden die Materialien Corian, Kunstharz und Polyester eingesetzt. Diese stehen in Kontrast zu der historischen Holzdecke und den Stilmöbeln in der Halle. Das Kernstück der Bar ist ein 14 Meter langer Tresen in Form eines riesigen Fragezeichens. Die Abdeckung der raffiniert geschwungenen Form des Tresens ist aus knallrotem Corian. Lichtsäulen und Lichtkörper

an der Wand betonen das sinnliche Ambiente.

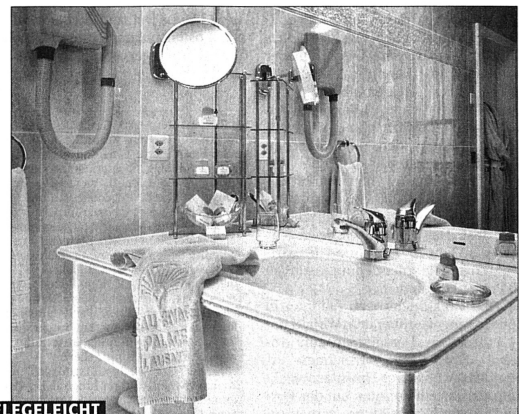
UNKOMPLIZIERTER, EINFACHER UNTERHALT

Im Hotel Beau Rivage in Lausanne, das im Jahr 2002 zum Business-Hotel «Nummer One» in der Schweiz gewählt wurde, ist Corian vor allem im Badezimmer verwendet worden. «Wir haben geögert, bevor wir die traditionellen, edlen Naturmaterialien wie Marmor oder Stein durch Corian ersetzen. Was uns schliesslich überzeugte, sind der einfache Unterhalt, die Strapazierfähigkeit und die Langlebigkeit des Materials. Die Oberfläche kann nach Jahren starker Beanspruchung an Ort und in kurzer Zeit poliert werden und sieht wieder aus wie neu. Für uns war die Wahl des Materials eine gute Langzeitinvestition», erklärt der technische Leiter Jean-Claude Second des Hotel Beau Rivage in Lausanne.

Auch das «Palace» in Gstaad renovierte seine Bäder mit Corian. Und Pe-

ter Ernst, Direktor vom Hotel Seefeld Plaza in Pfäffikon SZ, ist vom Material überzeugt: «Corian kenne ich von den Orten, an denen ich vorher tätig war, seit gut zwanzig Jahren. Das

Material hat sich immer bewährt. Vor allem in kleinen oder ungünstig ausgelegten, verwinkelten Bädern bietet der Werkstoff gute Möglichkeiten für eine optimale Raumnutzung.»



PFLEGELEICHT

Corian vereint die guten Eigenschaften verschiedener traditioneller Materialien.

Reparabel und langlebig

Corian ist ein vielseitiges und vielfältiges Material, das zum grössten Teil aus einem Naturmineral und Hochleistungs-Acryl besteht. Der Mineralwerkstoff ist porelos und daher ausgesprochen leicht zu reinigen. Schwamm und Reinigungsmittel entfernen hartnäckige Flecken von Kosmetika oder Brandstellen von Zigaretten problemlos. Kleine Kratzer oder Unebenheiten können selber beseitigt werden. Danach sehen die behandelten Stellen einwandfrei aus. Das Material ist extrem langlebig. Der Werkstoff ist reparabel, das heisst, eine Fläche kann nach Jahren starker Beanspruchung abgeschliffen werden und sieht wieder wie neu aus. Sein Einsatzbereich und die Farbpalette sind sehr breit: von der Küchen-

arbeitsplatte über das Bad zu öffentlichen Räumen bis zum Hotel- oder Barausbau.

Corian ist seit 1969 in den USA auf dem Markt und wird in der Schweiz seit mehr als 20 Jahren in den Avantgardekreisen der Architekten und Inneneinrichter verwendet. Corian ist eine Marke von DuPont. Es liegt in derselben Preislage wie Stein. Weil das Material sehr langlebig ist, bietet DuPont eine 10-jährige Garantie. Die Rohmaterialien sind Bauxit und Acryl. Bauxit ist eines der meistverwendeten Naturmaterialien und wird auf allen Kontinenten gefördert. Acryl ist in seinem Aufbau biologischen Substanzen sehr ähnlich. Es besteht aus Kohlen-, Sauer- und Wasserstoff.

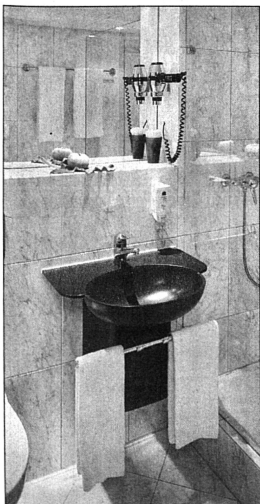
LK

Universelles Material

Auch Hotel-Innenarchitekten wissen die Vorteile von Corian zu schätzen. Das Material ist resistent gegen Säuren und gegen die meisten Chemikalien. Es ist gut verarbeitbar. Die Platten können gesägt, gefräst, poliert, gebohrt, geschliffen und sogar wärmeverformt sowie gebogen werden. Die Teile werden mit einem Spezialkleber zusammengefügt. Da die Fugen für das blosse Auge unsichtbar sind, wirkt das gesamte Objekt wie aus einem einzigen Stück gefertigt. Bei einem Umbau lassen sich mit dem Material Designlösungen finden, die auch kleine, verwinkelte Badezimmer ohne architektonische Veränderungen op-

tisch vergrössern. Corian ist angenehm warm anzufassen.

«Diese sympathische Wärme verleiht dem Material eine freundliche, sinnliche Note», meint die Presseverantwortliche Ines Lombard. Design und farbliche Gestaltungsmöglichkeiten, Hygiene, geringe Unterhalts- und Reinigungskosten, schnelle und geräuscharme Installation, dies sind die Hauptmotive, warum sich Hoteliers beim Umbau oder Neubau vermehrt für Corian entscheiden. Corian-Bäder sind hart im Nehmen, auch die Möbel können hohen Beanspruchungen standhalten und der Schönheit des Materials kaum etwas anhaben. LK



Corian verträgt auch die Strapazen des Hotelalltags.

MARIO RITTER / Strafverfahren eingestellt

Kein versuchter Betrug

In Liechtenstein ist ein Strafverfahren gegen Mario Ritter, Ex-Chef der gescheiterten Air Switzerland, wegen Verdachts auf versuchten schweren Betrug und Geldfälschung eingestellt worden. Ritter hatte 114 600 Dinar aus Bahrain wechseln wollen, die sich als Blüten erwiesen. Das Verfahren war aufgrund der Meldung einer liechtensteinischen Bank eingeleitet worden. Eingestellt wurde es, weil die Staatsanwalt-

schaft davon ausgeht, dass Ritter nicht gewusst habe, dass es sich um Falschgeld handelte. In der Schweiz hat Ritter weiterhin mit der Justiz zu tun. Ehemalige Mitarbeiter der Air Switzerland haben bei der Bezirksanwaltschaft Dielsdorf Strafanzeige gegen ihren Chef eingebracht. Vorgeworfen werden ihm Misswirtschaft, ordnungswidrige Führung der Geschäftsbücher und der Missbrauch von Lohnabzügen. TRU/sda

Goethe und Co. in Thun

«Berühmte Gäste». Thun Tourismus hat einen neuen Führer «Berühmte Gäste» herausgegeben. Die Broschüre enthält Informationen zu berühmten Thun-Besuchern wie etwa Felix Mendelssohn oder Johann Wolfgang von Goethe. Heinrich von Kleist, der eigentlich plante, in der Schweiz Landwirt zu werden, landete in Thun und arbeitete dort an einigen seiner Werke. Die Broschüre ist kostenlos bei Thun Tourismus erhältlich. MW

ADAC lobt Campingplätze

Tessin. Bei der Bewertung der Schweizer Campingplätze stehen gleich vier Tessiner Standorte an oberster Stelle des ADAC. Der Sieger «Campofelice» wird von Claudio Raineri geführt und befindet sich in Tenero. Seit Jahren hält er an der Erfolgsstrategie fest, die auf den vier Pfeilern «Ruhe, Ordnung, Sauberkeit und Sicherheit» beruht. Laut der «Tessiner Zeitung» sind die Campingplätze im Tessin vor allem dank ihrer Nähe sehr beliebt. MW

Neuer Accor-Städtekatalog

Schweiz/Österreich. Mit dem erstmaligen Erscheinen des Katalogs «Erlebnis Stadt Urlaub» erweitern die Accor-Hotels Österreich ihr Angebot. Der Katalog beinhaltet Hotels in 13 Städten in Österreich und der Schweiz. Neben Städterferien findet man auch Rundreisen und Wellnessurlaube. Ausgesuchte aktuelle Informationen über die verschiedenen Städte und ein Veranstaltungskalender runden den Katalog ab. MW

ZITAT DER WOCHE

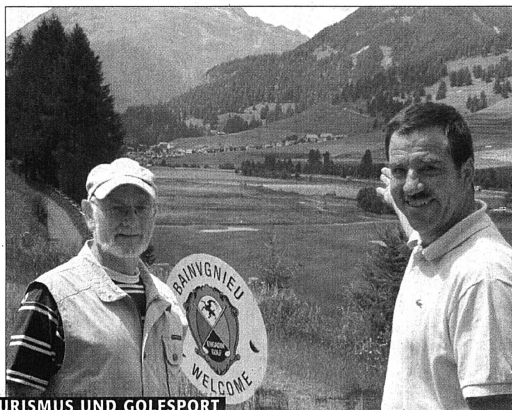
«Wir müssen den Gästen das geben, was sie wollen, und nicht das, was wir glauben, was sie wollen könnten.»

Natale Rusconi, Generaldirektor des Hotels Cipriani in Venedig. Siehe Seite 6

GOLFPLATZ ZUOZ-MADULAIN / Die zweite Oberengadiner Championship-Anlage bekommt nicht nur von Golfspielern und Touristikern, sondern auch von Pro Natura gute Noten. SILVIA CANTIANI

Zwischen Naturschutz und Golfplatz

Foto: zug



TOURISMUS UND GOLFSPORT

Christian Geiger, Geschäftsführer von Pro Natura Graubünden (links) und Andrea Gilli, Tourismusdirektor der Engadiner Subregion Plav.

In Zuoz-Madulain wurde am letzten Wochenende der neue 18-Loch-Golfplatz offiziell eröffnet.

Als «super spannend und taktisch» bezeichnete Martin Rominger (Pontresina), einer der besten Schweizer Golfamateure, den Platz. Die Anlage erlaube es, den Schwierigkeitsgrad individuell zu variieren. Für den Tourismusdirektor der Engadiner Subregion Plav, Andrea Gilli, geht es mit dem neuen Topangebot vorrangig darum, zusätzliche Geschäfte für den Sommer zu generieren. «Mit unseren kleinen Strukturen setzen wir voll auf qualitativen Tourismus.»

Gilli setzt für seine Region von Zernez bis La Punt Chamues-ch auch bewusst auf den attraktiven Spagat zwischen dem Schweizerischen Nationalpark und dem Golfsport. Als wegweisend erachtet es der Touristiker, dass sich 40 Hotels zu den Engadiner-Golf-Plätzen zusammengeschlossen haben. Die Hotelgruppierung hat be-

reits verschiedene Pauschalangebote lanciert.

Der Platz kostete rund 4,5 Mio. mehr als die budgetierten 9 Mio. Franken. Die Finanzierung ist jedoch gesichert, dies namentlich dank grosser Mitgliedschaft. Grosse Beiträge gesprochen haben die Gemeinden, Kurvereine sowie die Hotellerie des Oberengadins. Keine Beiträge an den Golfplatz leisteten die Gemeinden Sils und Bever und der Kurverein Bever.

«Die Natur ist hier in Zuoz-Madulain Mitspieler», doppelte Christian Geiger, Geschäftsführer von Pro Natura Graubünden, nach. Die Zusammenarbeit mit der Bauherrschaft sei sachlich und lösungsorientiert gewesen, seien doch die Umweltorganisationen gleich von Beginn weg eingebunden worden. «Dies ist ein Vorzeigobjekt. Wir konnten an der kooperativen Planung teilhaben und direkt vor Ort in der Natur Einfluss nehmen.»

PEOPLE

Martin Santschi (43) ist neuer Direktor des Vier-Sterne Hotels St. Gotthard an der Zürcher Bahnhofstrasse. Santschi war rund sieben Jahre lang in der südamerikanischen Hotelgruppe Oro Verde tätig. Mit Santschi will das Hotel St. Gotthard nach einer Umstrukturierung im Bereich Gastronomie einen neuen Erfolgskurs ansteuern. MW

Nach zwei Jahren Engagement als Botschafterin für das Toggenburg wird die ehemalige Skifahrerin Maria Walliser Anesini abgelöst. Als Nachfolger tritt der amtierende Schwingerkönig und Obertoggenburger Arnold Forrer in ihre Fussstapfen. MW

Arco Bujijs ist neuer «Business Unit Director» für NH Hotels Schweiz, Österreich und Ungarn. Der 38-jährige Niederländer startete bei dieser spanischen Hotelgruppe vor drei Jahren in Genf. Stationen seiner Laufbahn, die mit der Hotelfachschule Chur in der Schweiz begann, waren unter anderem das Hotel Hilton International Düsseldorf, das Dorint Hotel in Spa/Belgien, das Maritim Hotel in Malta sowie das Radisson SAS Hotels in Italien und in Schottland. TRU

SWISS DELUXE HOTELS / Logiernächterrückgang von 6,7 Prozent.

14% mehr Direktbuchungen

Die diesjährige ordentliche Generalversammlung der Swiss Deluxe Hotels fand in Zermatt statt. Die Mitglieder nahmen zur Kenntnis, dass die Swiss Deluxe Hotels im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Rückgang von 6,7 Prozent Logiernächten verzeichneten. Neben den statutarischen Geschäften verabschiedete die Mitgliederversammlung den Marketing- und Verkaufsplan 2004 und setzte das Budget, die Mittel für das kommende Jahr, fest. Das Budget wurde gegenüber dem Jahr 2001 aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen um 10 Prozent gekürzt.

Die Direktbuchungen nahmen in den Hotels gegenüber dem Vorjahr um 14 Prozent zu. Das gemeinsame Angebot «Hotel-Pass» verzeichnete erneut eine positive Umsatzentwicklung. Zusätzlich konnten auf der Kostenseite dank verstärkten, gemeinsamen Einkaufsbemühungen die Kosten für jedes Hotel deutlich gesenkt werden. Die anwesenden Mitglieder konnten sich vom Synergiepotenzial

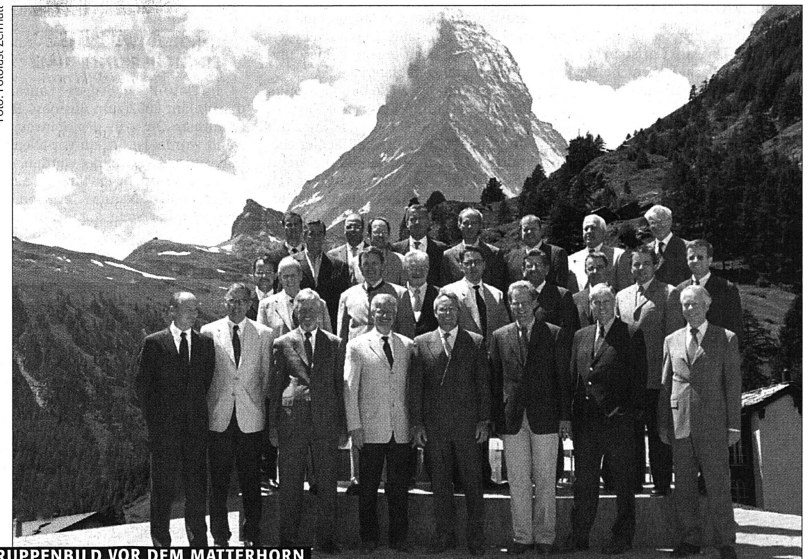
der 35 Swiss Deluxe Hotels sowohl auf der Kostensenkungsseite als auch in Bezug auf Marketing und Verkauf überzeugen. TRU

1. Reihe: Peter Marti, Geschäftsführer Swiss Deluxe Hotels, Hans Krebs, Regina, Grindelwald, Jean-Pierre Lanz, Zermatterhof, Zermatt, Beat Sigg, Dolder Grand Hotel AG, Zürich (Vizepräsident), Vic Jacob, Suvretta House, St. Moritz (Präsident), Andrea Jörger, Hotel Palace, Luzern, Marco Torriani, Mandarin Du Rhône Geneva, Wolfgang Pinkwart, Seiler-Hotel Mont Cervin, Zermatt.

2. Reihe: Simon V. Jenny, Castello del Sole, Ascona, Albert Rikli, Royal Bellevue Kandersteg, Peter Bally, Park Hotel Vitznau, Aniello Lauro, Royal Splendide, Lugano, Dario Fumagalli, Hotel Eden, Zürich, Paul Mattenberger, Hotel Schweizerhof Bern, Jan Brucker Widder, Hotel Zürich, Urs Bühler, Arosa Kulm, Eric Favre, Le Mirador, Mont-Pellerin.

3. Reihe: Urs Bircher, Tschuggen Arosa, Emanuel Berger, Victoria-Jungfrau Interlaken, Dominic Bachofen, Carlton, St. Moritz, Dominique Goda, Kulm, St. Moritz, Ivan Rivier, Beau Rivage, Genève, Rudolph Schiesser, Drei Könige, Basel, Hans E. Koch, Quellenhof, Bad Ragaz, Gianni Biggi, Park Hotel Gstaad, Jürg Thommen, Bürgenstock Hotels (jeweils v.l.n.r.).

Foto: Fotofest Zermatt



GRUPPENBILD VOR DEM MATTERHORN

Hoteldirektoren und Mitglieder von Swiss Deluxe Hotels anlässlich der diesjährigen ordentlichen Generalversammlung.

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hotelier-Verein
Moribjustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler

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

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

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

Milestone: Dr. Peter Köhler (PK).

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

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris;
Gerhard Leeb (GL), Tessin; Heibert Pürschel (HP), Wien;
Mania 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 Casaleci,
Stellensortierung: Matthias Beyerle, Andreas Jakob, Marc Moser.
Geschäftsanteile: Markus Marchel (Verkaufsleitung),
Roger Stiermer, Brigitte Weber.

Innenredaktion: Patrick Stadler.

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

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

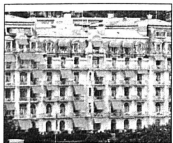
Verkaufspreise: (inkl. MwSt.)
Einzelschummer Fr. 4,30, Jahresabonnement Fr. 145,-.
ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

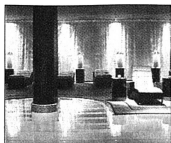
– Verband Schweizer Tourismus-Direktoren
– und -Direktoren (VSTD)
– Schweizer Vereinigung
– diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-
– Restaurateure SHV (VDRH)
– Hospitality Sales & Marketing Association
– (HSMA) Swiss Chapter
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Bustransport
– Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
– Schweizer Kurhäuser (SKH)
– Swiss International Hotels (SIH)
– Annuaire Internationale des Sous-Directeurs et
– Chefs de Réception des Grands Hôtels (ACRG).

Kontakte:

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



HÔTELLERIE / Un club souhaite regrouper tous les hôtels qui possèdent les qualificatifs «Grand» ou «Palace». **PAGE 2**



BIEN-ÊTRE / Les hôtels équipés de spas rivalisent d'originalité pour attirer la clientèle. Tour d'horizon non exhaustif. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

VAUD / Publication des premières conclusions du «Rapport Furger»

Hors des fusions pas de salut!

Par quelques indications recueillies auprès des partenaires touristiques des Alpes vaudoises, on pouvait le comprendre depuis quelques semaines déjà, le «Rapport Furger» sur l'état des remontées mécaniques des Alpes vaudoises serait impératif: hors des fusions, des collaborations, des rapprochements, il n'y aurait point de salut pour l'économie touristique des Alpes vaudoises.

DES CONCLUSIONS PARFOIS DURES

Ce sont bien ces conclusions que Jacqueline Maurer-Mayor, cheffe du département de l'économie, a présenté la semaine dernière. A l'avenir, il devra y avoir une seule entité de gestion pour les domaines skiables de Gstaad et de Rougemont, un rapprochement fort entre Leysin et Les Mosses pour jouer la double carte ski de fond et ski alpin, une structure unique entre Villars-Gryon et les Diablerets (y compris Glacier 3000) et enfin une diversification touristique pour Château-d'Éx afin de mieux valoriser sa situation de porte d'entrée vers les domaines de Gstaad, les Diablerets et Les Mosses.

«Ces conclusions sont parfois dures, mais elles ont le mérite de mettre en avant des impératifs de réflexion, d'adaptation et de réorganisation», a précisé Jacqueline Maurer-Mayor. Mais, et c'est un peu la surprise pour certains dans les Alpes vaudoises, ces conclusions auront immédiatement force de loi. Ce qui signifie «clairement», a-t-elle annoncé, que dès maintenant, un certain nombre de conditions (volonté de rapprochement fort à court terme et de fusion à moyen terme) seront posées pour bénéficier de subventions au titre de la politique régionale et touristique, notamment en matière de financement de remontées mécaniques et d'installations d'enneigement artificiel.

PUBLICITATION BIENTÔT D'UN DOCUMENT DÉTAILLÉ

Les options du «Rapport Furger» seront encore affinées durant l'été par les services cantonaux concernés et les partenaires – avec le talent de négociateur de Peter Furger, a souligné la cheffe du département lors de sa présentation – avant la publication d'un document plus détaillé basé sur le rapport définitif sur l'Etat des remontées mécaniques dans les Alpes vaudoises. **JJE**

SUISSE TOURISME / La route thématique «Vin & gastronomie» sera lancée le 20 août. Elle s'annonce importante pour les cantons romands dont les offres en la matière sont très nombreuses. **LAURENT MISSBAUER**

Découvrir une Suisse différente

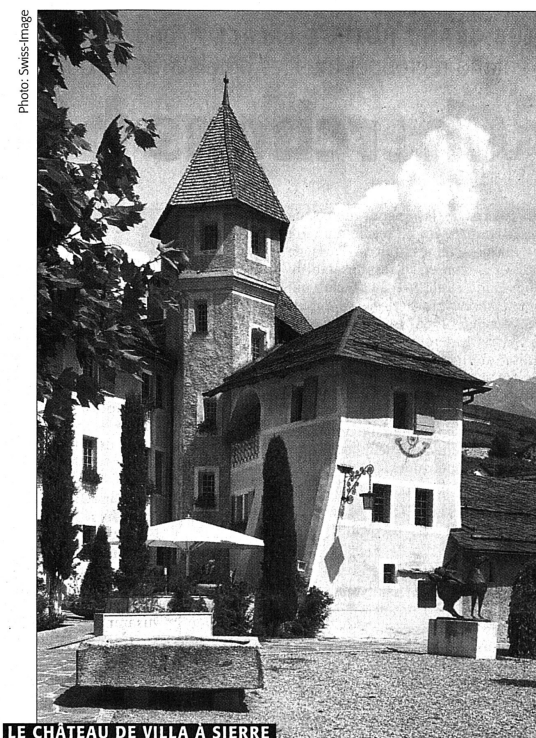
Après la route thématique «Luxe & design», présentée en début d'année à Genève, la route thématique «Vin & gastronomie» sera lancée le mercredi 20 août à Bellinzzone. Force est de constater que ce genre d'offres ne répond pas seulement à une réelle demande, mais permet également de faire découvrir une Suisse bien différente des clichés qui lui sont habituellement associés, à savoir le chocolat et les montagnes.

«Notre objectif est double avec cette nouvelle route thématique. Celle-ci s'adresse en effet aussi bien à ce que l'on appelle les «repeaters» dans le jargon touristique, à savoir les touristes qui connaissent déjà la Suisse et qui y reviennent pour découvrir un autre aspect, qu'à ceux qui s'intéressent essentiellement à un thème bien précis, par exemple les montres de luxe, la gastronomie ou l'architecture», note Laurence Gabriel, attachée de presse de Suisse Tourisme.

«NOS VINS VALENT LE DÉTOUR»

«Le lancement de routes thématiques est une excellente initiative», relève Beat Dreier, directeur-adjoint de Genève Tourisme. «La route thématique «Vin & gastronomie» devrait permettre de faire découvrir à de nombreux touristes que Genève est le troisième canton viticole de Suisse et que ses vins valent largement le détour. C'est en tout cas un des principaux messages que nous souhaitons faire passer avec notre route du vignoble à travers le Mandement.» La Suisse ne vaut en effet pas seulement le voyage pour ses montagnes, mais également pour sa gastronomie. Et celle-ci ne se limite pas seulement au chocolat et au fromage, mais englobe également ses vins et ses restaurants qu'il s'agisse d'auberges de campagne ou de temples de la gastronomie. Encore faut-il le faire savoir.

C'est justement cette tâche qui incombera à cette nouvelle route thématique qui, en Suisse romande, passera notamment par Bienne, Neuchâtel, Yverdon, Lausanne, Genève, Montreux-Vevy, Aigle, Martigny, Sion et Sierre. Des excursions seront également prévues dans le Vully, à Gruyères et à Château-d'Éx. «Nous nous présenterons sous le label de Watch Valley et mettrons en avant aussi bien des caveaux de dégustation, que des villages viticoles, des hôtels ou des sentiers de la vigne tel que celui qui relie Douanne à Gléresse en face de l'Île St-Pierre», explique Gabrielle Scherli du département marketing de Tourisme neuchâtois.



LE CHÂTEAU DE VILLA À SIERRE

Avec sa vitrine de produits du terroir, le Château de Villa sera une des principales étapes valaisannes de la nouvelle route thématique «Vin & gastronomie».

En Valais, l'offre sera également très diversifiée. La ville de Sierre y jouera toutefois un rôle prépondérant avec le château de Villa, son centre d'initiation sensorielle, sa vitrine des produits du terroir et son restaurant «où il est possible de goûter, par

exemple, une raclette avec cinq fromages différents», relève Vincent Borner, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme.

«Le Valais est vraiment le canton idéal lorsqu'on parle de vin et de gastronomie en Suisse», estime Marcel

Perren, le directeur-adjoint de Valais Tourisme. «Avec le soutien de nos partenaires, nous avons mis sur pied des suggestions vraiment très intéressantes, de Martigny à Salquenen en passant bien entendu par le château de Villa de Sierre et son œnothèque. Nous proposerons aussi des excursions à Verbier, à Visperterminen et dans la vallée de Conches, la patrie de César Ritz. Enfin, nous évoquerons également le pain de seigle valaisain et mentionnerons différents hôtels tels que l'Hôtel des Vignes à Sion, l'Hostellerie du Pas de l'Ours à Crans-Montana ou encore le Grand-Hôtel Bella Tola à St-Luc.» Selon Marcel Perren, cette route thématique sur le vin et la gastronomie devrait rencontrer encore plus de succès que la route thématique «Luxe & design». Celle-ci avait «parfois véhiculé une image de cherté qui n'était peut-être pas très heureuse en cette période de crise économique».

LA QUALITÉ DU SÉJOUR EST LIÉE À LA GASTRONOMIE

Pour Charles-André Ramseier, le directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), cette nouvelle route thématique s'intègre parfaitement dans la stratégie adoptée par l'OTV depuis plusieurs années: «Avec nos produits «Voies du rêve», «Vacances nature» et «Voyages culturels», cela fait longtemps que nous offrons la possibilité à nos visiteurs de sortir des sentiers battus et de partir à la découverte d'une Suisse différente.»

«Force est de constater que l'aspect gastronomie est particulièrement important dans la réussite d'un séjour, notamment dans sa qualité et dans l'envie qu'il donne d'y revenir. Ce n'est ainsi pas par hasard que nous proposons déjà depuis plusieurs années des voyages de presse axés sur le vin et sur la gastronomie aux journalistes touristiques que nous recevons», conclut Charles-André Ramseier.

Des échos positifs pour la première route thématique

Lancée le 29 janvier, la route thématique «Luxe & design» a suscité des échos positifs. Laurence Gabriel, attachée de presse de Suisse Tourisme, relève en effet que 350 journalistes ont déjà visité cette nouvelle offre.

«Au niveau de la brochure «Luxe & design», le succès a été tel qu'une deuxième édition a déjà dû être imprimée en mai. Il en a été de même en Allemagne où les 40 000 dépliant du tours-opérateur Windrose ont aussi été

rapidement réimprimés. Au niveau des ventes réalisées par Windrose en Allemagne et par Virtuoso aux États-Unis, les deux tours-opérateurs qui ont commercialisé les offres «Luxe & design», il n'y a pas encore de chiffres disponibles», a expliqué Laurence Gabriel.

«En ce qui concerne SDM, la plateforme commerciale de Suisse Tourisme, il y a eu beaucoup de demandes mais peu de réservations. On pense

que les personnes ont réservé directement auprès des prestataires», a ajouté Laurence Gabriel.

Enfin, on relèvera que les retombées de la route thématique «Vin & gastronomie» s'annoncent intéressantes. Comme nous l'avons relevé dans notre édition du 10 juillet, une partie non négligeable de la clientèle du tourisme viticole dispose d'un fort pouvoir d'achat et passe une à quatre nuits dans la région visitée. **LM**

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

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Voiselle Cuisine Textile Étages Ambiance

van Baerle & Cie 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@swisshotels.ch

RAMADA

(fidelio)

Hôtel Ramada Encore, Genève

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

TESSIN / Le bicentenaire a été fêté de façon gastronomique à Londres

Merlot et «risotto alla torta di pane»

Le Tessin a profité du bicentenaire de son entrée dans la Confédération pour promouvoir à Londres ses produits du terroir. Emmenée par le président du Conseil d'Etat Marco Borradori, une délégation tessinoise a présenté à 300 invités, dont Bruno Spinner, l'ambassadeur de Suisse en Grande-Bretagne, ses spécialités, à commencer par un merlot Quattromani de Guido Brivio et un «risotto alla torta di pane». LM



De g. à dr.: Marco Borradori, Guido Brivio et Bruno Spinner.

Accueillir les enfants aux restaurants

Berne. Quelque 500 restaurants ont participé à l'action organisée par Viande Suisse en faveur de l'accueil des enfants aux restaurants. Pour ce faire, ils ont invité leurs jeunes hôtes à colorier des sets de table remis par Viande Suisse. Environ 1800 dessins ont ainsi été effectués et quelques-uns primés. Pour Viande Suisse, l'accueil réservé aux enfants est un argument de vente et une stratégie de fidélisation. MH

CHARMEY (FR) / L'Hôtel-Restaurant Le Sapin innove Cuisine numérolologique

Lauréats du prix de l'Accueil 2002, Denise et Marcel Horst ne manquent pas d'idées pour inciter les convives à franchir la porte de leur Hôtel-Restaurant Le Sapin à Charmey, en Gruyère. Après avoir préparé au printemps 2002 des mets élaborés à partir du zodiaque culinaire, leur chef Loïc Chauvel propose désormais quelques inspirations venant de Toscane en général et plus particulièrement de la numérolologie.

«Nous sommes de l'avis qu'une combinaison ésotérique et culinaire devrait ravir chaque gastronome. L'intérêt de découvrir cette combinaison ésotérique et culinaire, qui permet de tracer le chemin de vie, va générer l'élan de vivre un moment particulier», indiquent Denise et Marcel Horst. «En tout cas, il s'agit d'une sérieuse nouveauté dans notre façon de présenter la cuisine», concluent-ils. LM

GASTRONOMIA / Exposants invités à réserver leurs emplacements pour 2004

La 10^e édition est lancée

La 10^e édition du salon de l'hôtellerie et de la restauration Gastronomica est lancée. Ces derniers jours, en effet, les exposants potentiels ont reçu la documentation et le bulletin d'inscription pour la réservation des surfaces d'exposition. Organisée du 30 octobre au 3 novembre 2004 au Palais de Beaulieu à Lausanne, cette manifestation se présentera sous une nouvelle image. Désireux de lui donner une ouverture géographique plus large, les organisateurs lui ont donné le nom de «Gastronomia International». L'apparition d'un portail dans le logo montre, quant à elle, une volonté de renforcer la place de l'hôtellerie. Ceci se concrétisera notamment par l'ouverture, pour la première fois, d'un secteur «wellness, santé, bien-être».

ASSOCIATIONS FAÏTIÈRES INVITÉES D'HONNEUR

Le thème du salon 2004 sera l'eau considérée aussi bien comme boisson, élément revitalisant ou décor. Gastronomica recevra par ailleurs plusieurs hôtes. Ainsi, les invités d'honneur seront les associations faïtières de l'hôtellerie et de la restauration qui ont été les partenaires de la première heure, soit Gastrosuisse et hotelleriesuisse. L'ouverture internationale sera, par ailleurs, marquée par la présence de l'Académie nationale de cuisine de France qui sera reçue par la Guilde suisse des restaurateurs-cuisiniers. On notera que les exposants seront conviés le 29 avril 2004 pour un forum. MH

www.salongastronomia.ch

MÉLI-MÉLO

Provins-Vallais: beau fixe. Sur les neuf vins suisses qui se sont distingués lors du trophée «Citadelles du Vin» (ex-olympiades, interdites de nom par le Comité international olympique...) à Bordeaux, à l'occasion du salon mondial Vinexpo qui a eu lieu à la fin du mois de juin, cinq sont signés Provins-Vallais. Deux vins suisses figurent parmi les 57 plus prestigieux (sur 1148 vins dégustés), une «Humagne blanche Maître de Chais 2001», de Provins, qui partage cet honneur avec le moussoux blanc de la Cave de Genève, Baccarat, un blanc de blancs (chardonnay) non millésimé et élaboré en cuve close. Le chardonnay et le sauvignon blanc de la collection Maître de Chais récoltent un trophée d'excellence, tandis que l'assemblage blanc Vieilles Vignes et la marsanne doivent se «contenter» du trophée de prestige, paradoxalement le moins coté de ce concours qui ne craint pas les superlatifs! On relèvera que Provins a tenu le 24 juin sa première assemblée après la fusion des caves en affichant un chiffre d'affaires de 70 millions de francs, en recul de 2,61% par rapport à 2001, et une santé financière qualifiée d'excellente. PT

CLUB GRAND HÔTEL & PALACE / Fondé en 1985, ce club est devenu membre d'hotelleriesuisse 2002. Il entend regrouper tous les hôtels avec les qualificatifs «Grand» ou «Palace». LAURENT MISSBAUER

«Cherchons hôtels romands»

Les palaces et les grands hôtels de Suisse connaissent un regain d'intérêt ces derniers temps. Tel est l'avis de Hans-Ueli Gubser, le responsable du Club Grand Hôtel & Palace*, club qui est membre d'hotelleriesuisse depuis 2002 et qui réunit 61 hôtels dont vingt en Suisse romande. Selon Hans-Ueli Gubser, qui était présent cette année aussi bien à l'Internationale Tourismus Börse (ITB) de Berlin qu'à la Journée suisse des vacances de Suisse Tourisme, plusieurs propriétaires d'hôtels ont récemment redonné à leurs établissements leur appellation d'époque.

DES DIABLERETS À YVERDON-LES-BAINS

«Après la seconde guerre mondiale, beaucoup d'hôtels avaient délaissé leur appellation de grand hôtel ou de palace. Celles-ci étaient en effet souvent synonymes d'établissements poussés, non restaurés, voire inconfortables. Dans le meilleur des cas, ils étaient plus ou moins réservés à une clientèle âgée et portant obligatoirement une cravate», explique Hans-Ueli Gubser. «Fort heureusement, tout cela a changé. Aux Diablerets, l'Hôtel Ermitage est devenu le Grand Hôtel des Diablerets. Il en est allé de même pour l'Hôtel Mürren à Mürren (BE), qui a désormais retrouvé son appellation de Palace Mürren, et pour le Grand Hôtel des Bains d'Yverdon-les-Bains. Même de nouveaux établissements, à l'image du Grand Hôtel Les Endroits à La Chaux-de-Fonds, ont adopté le qualificatif «grand» qui nous est cher et qui est étroitement lié au patrimoine hôtelier suisse», se réjouit Hans-Ueli Gubser. «Un de nos plus grands succès a été la rebaptisation, suite à l'impulsion de

Photo: Beau-Rivage Palace



LE BEAU-RIVAGE PALACE À OUCHY

Le palace lausannois est l'un des vingt établissements de Suisse romande à faire partie du Club Grand Hôtel & Palace.

notre club, du Parkhotel de Giessbach, dans le canton de Berne, en Grand Hôtel de Giessbach», ajoute le responsable du Club Grand Hôtel & Palace. «Aujourd'hui, nous recherchons encore à accroître notre présence en Romandie. L'Hôtel de La Paix, à Genève, est certes venu s'ajouter cette année sur la liste des établissements de Suisse romande qui font déjà partie de notre club, mais nous aimerions, par exemple, que le Grand Hôtel des

Bergues et le Swissôtel Le Métropole, tous deux à Genève également, en fassent de même», relève-t-il.

DIFFÉRENTES OPÉRATIONS DE MARKETING

«L'inscription à notre amicale coûte 75 francs et la cotisation annuelle s'élève à 150 francs. Pour ce prix, nous mettons sur pied différentes opérations de marketing, à savoir une pré-

sence sur Internet et à différents salons tels que l'ITB de Berlin et la Journée des vacances de Suisse Tourisme, des publicités dans des magazines et des revues spécialisées, notamment de voitures anciennes. Nous collaborons également avec l'Icomos, des sites Internet et l'Institut du tourisme et des loisirs de l'Université de Berne», conclut Hans-Ueli Gubser.

www.clubgrandhotelpalace.ch

RENCONTRE INTERPROFESSIONNELLE / Gouvernantes générales et chefs de réception d'hôtels se sont récemment réunis à Lausanne pour parler de leurs métiers respectifs. JEAN-JACQUES ETHENOZ

Connaître le travail de l'autre

Soixante-cinq membres de l'Association suisse des gouvernantes générales et de la section suisse de l'Amicale internationale des sous-directeurs et chefs de réception de grands hôtels s'étaient donné rendez-vous, au mois de juin, à l'Hôtel Continental de Lausanne. L'objectif de cette rencontre initiée par Josselyne Hénin et Egidio Marcato, présidents des deux sociétés, était d'échanger leurs expériences au niveau de leurs métiers respectifs.

«Nous participons de la qualité de l'accueil dans l'hôtellerie suisse et nous devons mieux travailler ensemble. Pour cela, il faut nous découvrir et connaître le travail de l'autre. Nous devons travailler les uns avec les autres», ont déclaré Josselyne Hénin et Egidio Marcato. Et le débat n'a pas manqué de thèmes à aborder. Au point

que les présidents ont, parfois, dû trancher, renvoyer quelques uns de ces thèmes à une prochaine rencontre.

DISTINGUER LES TYPES DE CLIENTS

Clients, communication et services de réservation étaient à l'ordre du jour de cette première soirée de rencontre. Pour une première constatation: dès l'accueil, mais également «dans les étages», il convient de distinguer les types de clients, tant il est vrai qu'on ne peut accueillir et traiter l'homme d'affaires de la même façon qu'un couple ou une famille en villégiature.

C'est là qu'intervient la notion de communication. «Trop souvent, regrette Josselyne Hénin, la réception et le «marketing» ne savent même pas ce

qu'ils vendent! Nous ne savons pas plus pour qui nous devons préparer l'hébergement.» La faute à quelques lacunes en matière de formation, mais aussi au «système hiérarchique sectoriel qui perdure dans la plupart des établissements haut de gamme», ont regretté les gouvernantes. Cela n'est pas sans influencer sur le système de réservation, ont noté de leur côté les chefs de réception.

DES CORRECTIONS SONT POSSIBLES

Comment améliorer la situation? Des corrections sont possibles, tout le monde l'admet. Elles passent bien entendu par la nécessaire communication entre les services et l'accueil, mais également par une prise de conscience

d'autres services (de la direction au service technique qui est de plus en plus impliqué lorsqu'il s'agit de satisfaire le client). Va-t-on dès lors vers un grand rassemblement des associations des professions de l'hébergement? Si Josselyne Hénin ne cache pas y être favorable, sous certaines conditions, Egidio Marcato reste, lui, plus circonspect.

«Nos associations sont surtout des amicales», souligne-t-il. «Elles permettent des rencontres informelles que nous n'envisageons pas nécessairement sous la forme de rencontres professionnelles. Dès lors, nous regrouper en une seule entité nous semble difficile.» Ce qui n'empêche pas qu'il salue ce genre de rencontre professionnelle et qu'il participera bien entendu à l'organisation de la prochaine, prévue en septembre.

JURA / Quatre forts se sont réunis afin d'améliorer leur promotion touristique

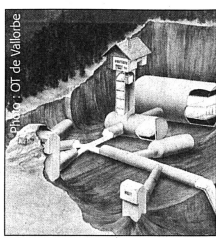
Un patrimoine remis en valeur

Longtemps ignoré, le patrimoine fortifié attire aujourd'hui l'attention comme témoin d'un passé récent ou beaucoup plus lointain. Abandonnés par les armées, les quatre forts du Jura, entre Pontarlier et Genève, ont récemment fait l'objet de longs travaux de remise en valeur en vue de leur ouverture au public.

Réunis de part et d'autre de la frontière franco-suisse, ces quatre sites ont décidé de

former un réseau de proximité appelé «Les Sentinelles du Jura». Ces quatre sites sont les suivants: le Fort de Pré-Giroud à Vallorbe (VD) et, pour le côté français, le Château de Joux, près de Pontarlier, le Fort des Rousses, près de St-Cergue, et le Fort l'Écluse, non loin de Genève. Avant de s'étendre vers d'autres sites de l'arc jurassien, ces quatre forts viennent d'être réunis dans une plaquette.

JJE



Le Fort de Pré-Giroud à Vallorbe.

Rénovation du CIGG

Genève. Le Centre international de conférences de Genève (CIGG) fera l'objet à partir du 1er octobre 2004 d'importants travaux de rénovation, peut-on lire dans le premier numéro du journal d'information du CIGG. Ces travaux nécessiteront un investissement de 26 millions de francs. Ils permettront notamment de créer une entrée plus vaste et d'augmenter le nombre et la capacité des salles de commission.

LM

MONTREUX / 2e édition de Léman Tradition

Le retour des barques

Du 26 juillet au 2 août, Montreux-Vevey Tourisme organisera la deuxième édition de Léman Tradition, le rassemblement des barques traditionnelles à voiles latines. Au départ des embarcades de Montreux, La Tour-de-Peilz et Villeneuve, quatre barques célèbres, La Vaudoise, L'Aurore, La Savoie et la Neptune ainsi que la galère La Liberté embarqueront pour des croisières à thèmes (culture, histoire, musique, vigne et vin).

Des croisières spéciales «fête nationale» seront également organisées les 31 juillet et 1er août. La manifestation débutera les 26 et 27 juillet par la traditionnelle Régate des vieux bateaux à La Tour-de-Peilz. Nouveauté cette année, un bateau spécialement affrété proposera des croisières spectateurs. Les offres comprennent la possibilité d'accueillir des groupes.

JJE

Renseignements: info@mvtourism.ch

CRANS-MONTANA / Le plan marketing 2003-2007 a été présenté aux partenaires

Rajeunir l'image de la station

Une clientèle trop âgée, une image démodée, pas de relève de génération et, à la clé, une perte de clients: le constat est sévère, mais Crans-Montana Tourisme (CMT) a son plan d'attaque pour que les nuitées remontent substantiellement d'ici à la fin 2007. Objectif visé: grimper de 1,45 million à 1,6 million de nuitées annuelles (+10%) et retrouver ainsi les pics d'autrefois. Pour ce faire, il s'agit de mieux exploiter les points forts de la région, le ski et le golf prioritairement, mais aussi le panorama, une offre famille, qui la classe au deuxième rang des stations suisses selon «Bilan», et le centre de congrès «Le Régent» de 1300 places. La catégorie de clients à séduire: les 30 ans et plus, de formation supérieure avec des revenus moyens à élevés et les familles.

CIBLER D'AUTRES CLIENTS À CERTAINES PÉRIODES

Le marché principal du Haut-Plateau doit rester la Suisse – plus de la moitié des nuitées – ainsi que les marchés fidèles: France, Italie et Allemagne. «Pour remplir les périodes creuses, il faut toutefois cibler d'autres clients: les Russes, par exemple, qui prennent leurs vacances plus tard en janvier, ou les Arabes en quête de climats moins chauds une partie de l'année», précise Philippe Sproll, responsable marketing. D'ici 2007, Crans-Montana veut devenir la première destination de golf et la première destination pour familles en Suisse.

Troisième objectif: se profiler comme la première destination MICE (Meeting, Incentive, Congress et Events) à la montagne en Suisse romande en attirant 230 groupes MICE par an au lieu de 125 actuellement. Pour y parvenir, Philippe Sproll a lancé un appel aux partenaires du tourisme (hôtels, restaurants, commerces, casino, golf...) réunis au Régent: «Toute la station, chacun de vous doit s'identifier à ce concept; il faut unir nos forces pour avoir une présence unique sur le marché; évoluer d'un marketing fragmenté à un marketing commun». Autre recommandation: surprendre le client en lui offrant davantage que ce qu'il attend; c'est ainsi qu'on le fidélise. GZ

MÉLI-MÉLO

Festival Croisiers à la Biennale de Venise. Compagnie spécialisée dans les croisières basée à Sierre, Festival Croisiers est le sponsor principal cet été de la 50e Biennale de Venise. Celle-ci, qui se tient jusqu'au 3 novembre, est l'une des expositions d'art contemporaines les plus réputées au monde. Avec Festival Croisiers, la 50e édition est placée sous le thème suivant: «The art of cruise meets art», ce que l'on peut traduire par «Quand l'art de la croisière rencontre l'art». LM

SIERRE / Pour son vingtième anniversaire, l'Ecole suisse de tourisme (EST) innove en lançant un programme de cours à la carte. Objectif: mieux coller aux besoins d'un secteur en mutation. GENEVIÈVE ZUBER

Un coup de jeune pour l'EST

Nouveau directeur, nouveaux locaux – l'école a déménagé sur le campus sierois de l'Université valaisanne des métiers – et maintenant nouveau programme à l'horizon de la rentrée de septembre: pour l'Ecole suisse de tourisme de Sierre (EST), 2003 est l'année de tous les changements. L'établissement sierois est le premier de la communauté des écoles de tourisme de Suisse à lancer un programme à la carte, par crédits, dans l'esprit de Bologne (nouvelles tendances européennes en matière d'enseignement supérieur). Jusqu'à présent, les étudiants suivaient un cursus rigide et identique pour tous. Mais dès cet automne, ils dessineront, en partie du moins, leur programme personnel, crédit par crédit, ou si vous préférez, module par module.

L'EST NE SE RESSEMBLE PLUS

En même temps, toute la ligne d'enseignement a été repensée et ajustée aux besoins des entreprises mais aussi à l'EST version 2003. Car cet établissement, la plus ancienne école de tourisme en Suisse et la première à avoir été reconnue par la Confédération, n'a plus vraiment le même visage qu'en 1983. A ses débuts, la formation ne durait qu'un an et elle comptait 45 élèves, alors qu'ils sont aujourd'hui 270, venus de tout le pays, à se former à Sierre.

Le programme s'est lui aussi progressivement étoffé, passant de deux à trois puis à six semestres dont deux de stages pratiques; des cours se sont rajoutés, empiétés au fil des ans. De ce fait, il fallait, après vingt ans, donner une meilleure homogénéité à l'édifice. C'est ainsi que Dominik Albrecht, le nouveau directeur, et son équipe ont mis les choses à plat: les contenus des cours ont été réévalués, les doublons traqués et les maîtres de stage ainsi que les entrepreneurs du tourisme consultés.

MARKETING, INCOMING, INFORMATIQUE, ARABE...

L'économie et l'offre touristique, ou l'incoming, l'outgoing, l'éthique, la gestion, la comptabilité, le marketing, la communication, l'informatique et les mathématiques, la deuxième langue nationale, toutes branches obligatoires, s'affirment comme les axes forts du programme. Quant aux 40% restants de leur horaire, les étudiants peuvent l'aménager en choisissant parmi une bonne trentaine de cours à option.

Les formations avancées en informatique étant très demandées par le marché, des cours d'e-tourisme et de webdesign en tourisme toujours (création de sites Internet) seront proposés dès cet automne. Mais l'école offre également une palette d'options en culture générale. «Travailler dans le tourisme nécessite en effet de l'ouverture, un bagage pour mieux comprendre l'autre dans ses attentes

Photo: EST



L'ECOLE SUISSE DE TOURISME (EST) DE SIERRE

A la rentrée de septembre, l'EST accueillera près de 140 nouveaux étudiants, soit une bonne trentaine de plus qu'en 2002.

et ses désirs, qui sont devenus polyvalents pour bien des touristes», explique Dominik Albrecht. «La nature ne suffit pas, il leur faut aussi une offre culturelle.»

Impensable d'autre part de «vendre» la Suisse ou d'y recevoir des hôtes sans connaître le pays, ou de «vendre» le monde sans le connaître, d'où une série d'options en géographie touristique, en ethnologie, en écologie, en histoire, en histoire de l'art... Côté langues, l'anglais, l'espagnol, l'italien sont aussi en option, ainsi qu'une nouveauté: l'initiation à l'arabe, qui peut constituer une véritable valeur ajoutée, à Genève ou à Crans-Montana par exemple. Plus généralement d'ailleurs, le monde arabe, les pays du Golfe notamment, représente un marché et des poten-

tialités importants tant dans l'outgoing que dans l'incoming.

DAVANTAGE D'ÉTUDIANTS

«En fait», résume le directeur, «nous voulons former des gestionnaires à l'esprit novateur, capables de créativité, tout en ayant un bagage solide.» Dominik Albrecht affiche le sourire. L'école, la crise connaît pas. A la rentrée de septembre, l'EST accueillera près de 140 nouveaux étudiants, soit une bonne trentaine de plus qu'en 2002. La section française ouvrira ainsi une troisième classe, l'école disposant enfin de locaux en suffisance pour accueillir davantage de postulants, admis sur concours.

Mais les diplômés trouvent-ils du travail par ces temps de crise? Dominik

Albrecht estime qu'il faut chercher un peu plus qu'autrefois, mais que la grande majorité des 90 diplômés de juin 2002 en quête d'emploi a décroché ou est en passe de décrocher un poste. Pour les aider, un pool s'appuyant sur un large réseau a été mis en place (voir encadré).

DES STAGES À ZÜRICH, LONDRES OU QUITO

Le directeur ajoute que l'école s'est forgée une solide réputation dans le monde du tourisme. Son succès tient à son cursus très proche de la pratique et des réalités du terrain. Pendant les quatrième et cinquième semestres, les étudiants sont en stage en entreprise dans des offices du tourisme, chez des tour-opérateurs à Zurich, Bâle, Londres, Quito ou au Canada. «Lorsque, fraîchement diplômés, ils cherchent un premier emploi, ils ont déjà de l'expérience et c'est cela que demandent les employeurs», explique Alexis Tschopp, responsable des stages.

Certains la voudraient HES, mais le niveau ES (Enseignement Supérieur), axé sur la pratique semble en fait bien correspondre à la demande du marché. Et pour ceux qui désirent poursuivre leurs études – cinq à dix pour cent des diplômés – des passerelles ont été aménagées avec la Hogeschool du Zeeland aux Pays-Bas, afin d'acquiescer un bachelier en langues et en business international, et avec la Haute Ecole valaisanne pour ceux qui visent un bachelier en économie d'entreprise.

Plus de 1000 diplômés en vingt ans

En vingt ans, plus de 1000 diplômés sont sortis de l'EST; ils forment un large réseau, une génération souvent parvenue aux commandes: certains occupent des postes à responsabilité chez Suisse Tourisme, d'autres sont à la tête d'offices de tourisme, à Bâle, Montreux-Vevey ou Engelberg. D'autres encore ont bifurqué vers d'autres domaines: organisation d'événements, marketing dans diverses entreprises, communication, ONG...

«Nous voulons exploiter ce réseau en tant qu'outil de lobbying pour

trouver du travail, échanger des tuyaux sur les postes», explique Alexis Tschopp, président du Club des anciens et des étudiants de l'école. Pour ce faire, le Club dispose d'un site Internet en plein développement depuis une année. Un clic, par exemple, pour retrouver la trace des diplômés de votre volée avec leur parcours professionnel, un autre clic et des offres d'emploi s'affichent. Pour en savoir davantage: <http://est-stf.hevs.ch> rubrique club ou alexis.tschopp@hevs.ch. GZ



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

Plaisir de lire et de conduire

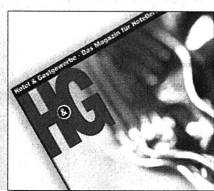
Les nouvelles ont toujours la cote:
Lisez les publications d'hotelleriesuisse



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.

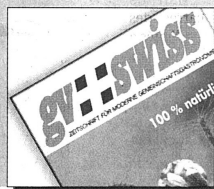
- ⑥ Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- ⑦ Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- ⑧ Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)



Café-Bistro/Cafetier

Café-Bistro/Cafetier informe sur les
dernières tendances dans le monde
du café, dans le domaine des snacks
et des cocktails ainsi que des coffee
shops et de la scène du café.

- ④ Abonnement annuel (12x) Fr. 48.- (au lieu de Fr. 51.60)
- ⑤ Abonnement de deux ans Fr. 85.- (au lieu de Fr. 103.20)



gv::swiss

Le magazine économique suisse
pour la restauration collective.

- ⑨ Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- ⑩ Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- ⑪ Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)

Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / Hotel & Gastgewerbe

- ⑫ Abonnement annuel (51x+9x) Fr. 180.- (au lieu de Fr. 327.30)
- ⑬ Abonnement de deux ans Fr. 317.- (au lieu de Fr. 615.-)

Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / gv::swiss

- ⑭ Abonnement annuel (51x+9x) Fr. 180.- (au lieu de Fr. 327.30)
- ⑮ Abonnement de deux ans Fr. 317.- (au lieu de Fr. 615.-)

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

Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no _____ Publication _____ Prix _____

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



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

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

Appelez-nous (031 370 42 22)
ou envoyez-nous un e-mail (abo@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'hotelleriesuisse. Toute forme de correspondance est exclue, au même titre que le recours juridique. Le tirage au sort aura lieu le 30 décembre 2003.

ESTAVAYER-LE-LAC / Des balades en char à banc

La route du poisson

L'Association touristique d'Estavayer-le-Lac et sa région, conjointement avec l'association Terroir sans frontières et la Promotion des produits du terroir du canton de Fribourg, a inauguré deux balades en char à banc pour découvrir, du chef-lieu broyard à Cheyres ou Portalban, les paysages et les produits du terroir. Chaque samedi jusqu'au 9 septembre, les chevaux emmènent les visiteurs, qu'ils soient de la région

ou de l'extérieur, sur un itinéraire jalonné de restaurants servant les spécialités de la région, en particulier les poissons du lac de Neuchâtel. Une dizaine de restaurateurs de la région ont accepté de lancer ce nouveau produit touristique; ils figurent sur la nouvelle carte synoptique de Terroir sans frontières qui englobe également la route du vin du Vully vaudois et fribourgeois. JS

Des offres d'été auprès de trois Romantik Hotels

Fribourg. Le Romantik Hôtel du Sauvage à Fribourg est l'un des trois Romantik Hôtels de Suisse à proposer cet été une offre spéciale qui entend faire découvrir «un havre de haute cuisine et un hébergement enchanteur en plein centre ville». Le Romantik Hotel Florhof de Zurich et le Romantik Hotel Ticino de Lugano sont les deux autres Romantik Hôtels qui participent à cette promotion estivale. LM

PENNY-DESSUS (GE) / L'entrée du Domaine de Châteaueux revue et corrigée

Une entrée «digne d'un château»

Dans sa quête d'excellence, Philippe Chevrier, le grand chef de Penny-Dessus, a rénové l'entrée de son Domaine de Châteaueux. Celle-ci ne donne plus directement sur un parking en bitume mais s'ouvre sur «une aire paysagée et fleurie, digne d'un château du 18^e siècle», selon son attaché de presse. Cette nouvelle aire comporte désormais des érables taillés en boule et différents arbustes à fleurs. LM

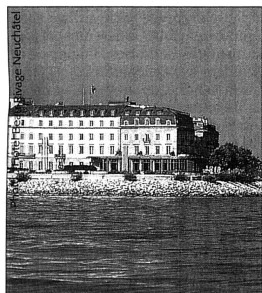


La nouvelle entrée comporte aussi une fontaine ancienne.

NEUCHÂTEL / Deux nouveaux forfaits seront proposés cet été à l'Hôtel Beau-Rivage

Revenir dans la région de l'Expo.02

L'Expo.02 n'est certes plus là cet été, mais l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel entend quand même inciter les touristes à venir visiter la région. A cet effet, il propose deux nouveaux forfaits d'été en relation avec le «Festival des jardins extraordinaires», qui a lieu actuellement et qui se tiendra jusqu'au 15 septembre, et avec le «Festival des jardins musicaux», qui se déroulera du 20 au 30 août.



L'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel propose deux nouveaux forfaits estivaux.

Ces deux festivals sont organisés tous les deux sur le site de Cernier*, près de Neuchâtel, et leur visite peut être couplée avec celle de l'exposition en plein air des œuvres de 72 artistes qui a lieu à Môtiers**, dans le Val-de-Travers, et qui se tiendra jusqu'au dimanche 21 septembre.

Les deux forfaits élaborés par l'Hôtel Beau-Rivage comprennent notamment un dîner de quatre plats, intitulé «Goût du terroir», ainsi qu'un bon de 10 francs à faire valoir lors d'une promenade en bateau sur le lac. «Avec ces deux arrangements, nous aimerions nous rattacher au souvenir positif laissé l'année passée par l'Expo.02. Nous sommes en effet de l'avis que notre région est toujours digne d'une visite, même après ce grand événement qu'a été l'Exposition nationale», a relevé Max Meyer, le directeur de l'Hôtel Beau-Rivage. LM

*www.sitedecernier.ch
**www.motiers2003.ch

MÉLI-MÉLO

Douze agents européens de Best Western en visite en Suisse. Dans le cadre de leur formation continue annuelle, douze agents des deux centrales de réservation européennes de Best Western, à Milan et à Dublin, ont visité plusieurs établissements de Best Western en Suisse. Leur «Tour de Suisse» s'est terminé à Berne où se trouve la centrale de Best Western Swiss Hotels. LM

BIEN-ÊTRE / Les hôtels équipés de spas rivalisent d'originalité pour attirer la clientèle. Certains proposent ainsi de la relaxation coréenne et des massages brésiliens à la crème de café. VALÉRIE MARCHAND

L'originalité des soins permet de se démarquer de la concurrence

Cultiver la différence pour lutter contre la concurrence. Telle est la philosophie qu'ont adoptée plusieurs hôtels cinq étoiles qui se sont dotés de centres de «wellness». Ceux-ci ne se contentent pas seulement de proposer des soins très variés, mais sont également sans cesse à la recherche de nouvelles offres. L'Hôtel La Réserve, à Genève-Bellevue, dispose même d'un concept amincissant intitulé «Une autre histoire» qui se veut une alternative aux techniques chirurgicales de liposuction.

Dans cet hôtel, qui dispose depuis le début de l'année d'un centre de bien-être de 2000 mètres carrés, des soins très particuliers sont prodigués à une clientèle individuelle ou aux clients membres. «Nous voulons absolument nous démarquer des autres centres», précise la directrice du spa Evelynne Reygnier. Soins du corps à la gelée royale et aux cristaux blancs, pratiques régulièrement avant un mariage dans les pays arabes pour avoir une peau douce et nacrée, relaxation coréenne ou encore massage brésilien à la crème de café, tous les ingrédients sont propices à l'évasion.

CRÉER SA PROPRE CARTE D'IDENTITÉ

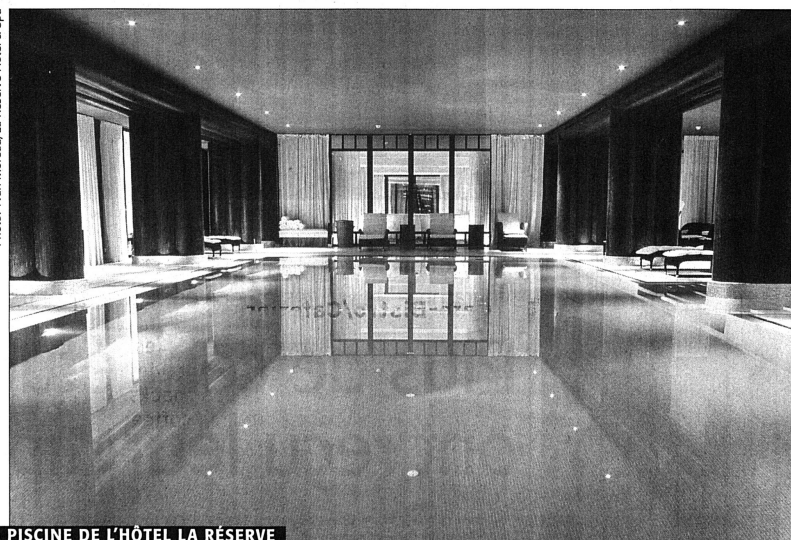
«L'odeur de café qui flotte par ailleurs dans les cabines invite à un voyage hors du temps», souligne Evelynne Reygnier. Sans oublier le bain «Cléopâtre» à base de lait et d'huile de jasmin ou le bain aux fleurs d'orangers et de menthe fraîche.

Ces lieux de détente drainent une nouvelle clientèle, à savoir de jeunes femmes de moins de trente ans qui y viennent juste le temps d'une journée. «Notre objectif est d'attirer du monde, sans toutefois attirer la cohue», signale la directrice. Elle préfère assurer des soins haut de gamme avec une centaine de personnes par jour et un personnel très attentif aux besoins de chacun. Différents forfaits à choix sont d'ailleurs proposés. Ils peuvent être de courte durée, par exemple de deux à trois jours. Les forfaits week-ends constituent notamment un bon moyen pour augmenter le taux annuel de nuitées. Le tout se déroule dans un cadre très calme: l'Hôtel La Réserve dispose d'un parc de quatre hectares avec vue sur le lac Léman.

UN CONCEPT VISIONNAIRE

L'Hôtel Mirador, situé au Mont-Pèlerin au-dessus de Vevey, est également situé dans un site de rêve, à 800 mètres d'altitude avec vue sur le lac Léman et les Alpes. Mais, contrairement à l'Hôtel La Réserve, il bénéficie d'une longue tradition en matière de spa. Pendant vingt ans, il a fonctionné selon un concept américain

Photo: Yan Moreau/La Réserve Hôtel & Spa



LA PISCINE DE L'HÔTEL LA RÉSERVE

L'Hôtel La Réserve dispose depuis le début de cette année d'un centre de bien-être de 2000 mètres carrés où il prodigue des soins propices à l'évasion tel que le massage brésilien à la crème de café.

«très visionnaire pour l'époque», déclare Fabienne Chalchat, responsable marketing de l'établissement. Mais son concept a été entièrement revu, vu l'émergence d'autres spas, et a rouvert ses portes ce printemps.

Parmi les soins actuellement proposés, il y a notamment le massage à quatre mains, pratiqué avec de l'extrait d'«Ylang-Ylang», une fleur odorante de l'île Maurice. Les salles de traitement sont par ailleurs éclairées par la lumière du jour, ce qui n'est pas le cas de tous les centres de bien-être. Pour une remise en forme totale, le spa propose un forfait d'une semaine. Ce type d'offre draine le plus souvent des européens en quête de dépaysement. Par contre, des forfaits

d'un week-end ou d'un jour, avec notamment des soins à la carte, attirent une nouvelle clientèle locale. «Cette clientèle-là, qui représente également un marché intéressant pour l'établissement, veut simplement se plonger quelques heures dans un espace de détente», explique la responsable marketing.

SE LAISSER IMPRÉGER PAR CE LIEU PAISIBLE

Des offres spéciales sont également proposées aux entreprises qui organisent des séminaires: pour les remerciements, une nuit gratuite leur est offerte, les autres services restants payants. «Ainsi, ces clients peuvent

goûter à l'ambiance d'un spa et avoir envie de revenir», déclare Fabienne Chalchat qui estime que c'est un bon moyen de «créer le besoin».

Y a-t-il beaucoup de clients qui sont intéressés à goûter à ces nouvelles ambiances pendant la saison estivale? «Nous avons reçu encore peu de demandes», déplore le directeur du Lausanne Palace & Spa, Jean-Jacques Gauer. Fraîchement réaménagé avec un espace prévu notamment pour les hommes, le spa est cependant très bénéfique pour l'établissement. «Grâce au centre de bien-être, notre chiffre d'affaires a progressé de 2 à 3% par rapport à l'année précédente», se réjouit le directeur.

Le spa, ici aussi, a permis d'attirer davantage de clients lors des fins de semaine. Il s'agit donc pour tous les établissements de luxe d'une offre complémentaire qui s'avère fructueuse. Le spa du Lausanne Palace offre aussi ses particularités comme la thérapie développée au début du siècle dernier par le Dr Edouard Bach avec les extraits naturels de 38 fleurs différentes. Ces «Fleurs de Bach» sont ainsi utilisées pour les clients en quête de bien-être et d'harmonie. Autre soin, proposé par le Lausanne Palace, le Rhassoul: un ancien rituel marocain qui débute par des soins à l'huile d'olive et de l'argile marocaine réhydratée (Rhassoul) et qui finit par un massage aux huiles essentielles et une aspersion aux fleurs d'orangers. Et le plus souvent, tout se déroule sur fond de musique douce.

Miser sur les bienfaits de la nature

Les nouvelles tendances du tourisme de «bien-être» sont très orientées vers des séjours très courts. Des week-ends sont ainsi souvent réservés juste le temps d'une escapade. Une escapade hors du temps et bénéfique aussi bien au corps qu'à l'esprit. Si les séjours sont de courte durée, la demande est cependant en augmentation. La recherche de la qualité est mise en avant, même par les plus jeunes, et, surtout, la quête d'authenticité. En effet, beaucoup de spas proposent des produits très naturels.

«Nous utilisons des produits authentiques qui agissent sur les cinq

sens pour assurer une détente maximale», déclare notamment Evelynne Reygnier, la directrice du spa de l'Hôtel La Réserve à Genève-Bellevue. Même discours au Lausanne Palace & Spa qui utilise, entre autres, des produits de marque «Aveda». «Notre mission est de prendre soin du monde dans lequel nous vivons, de la création de nos produits à leur restitution», déclare le fondateur de cette maison de cosmétique, Horst Rechelbacher. «Nous nous efforçons de montrer le respect de la nature non seulement dans le monde de la beauté, mais tout autour de la planète.» VM

RÉGION DU SAINT-BERNARD / Des manifestations sur le thème de l'eau

Un programme touristique étoffé

La région du Saint-Bernard propose depuis le week-end dernier à ses hôtes un riche programme touristique consacré au thème de l'eau. Soucieuses de mettre à profit l'année 2003, déclarée Année internationale de l'eau douce par l'ONU, les communes d'Orsières, de Liddes et de Bourg-Saint-Pierre, leurs sociétés développement, auxquelles s'ajoutent celles de Champex-Lac et du Val Ferret, ainsi que l'organisation trans-

frontalière Espace Mont-Blanc, ont mis sur pied une large palette d'animations touristiques et culturelles. Placé sous le nom «Histoire d'eaux au Pays du Saint-Bernard», le programme, qui animera la région jusqu'au 23 août, prévoit notamment trois expositions de photos, dont l'une porte sur le rôle touristique du lac de Champex, et des expositions consacrées à l'énergie hydraulique et aux glaciers. Huit «sorties décou-

vertes» et cinq randonnées pour les enfants sont également prévues. Le 1er août, jour de la fête nationale, un débat public sera, par ailleurs, organisé sous le thème «l'eau de vie».

Les organisateurs espèrent, par le biais de ces animations, intéresser les hôtes de passage et la population résidente à leur région et à ses atouts touristiques et culturels. Ils considèrent le thème de l'eau comme «porteur». MH

L'Autriche, une «Suisse bon marché»

Vienne. Les touristes anglais sont toujours plus nombreux à visiter l'Autriche. Ils considèrent actuellement ce pays comme une «Suisse bon marché» ou une «Allemagne plus belle». C'est ce qui ressort d'une étude réalisée pour le compte de l'Office national autrichien du tourisme. Avec 3,24 millions de nuitées en 2002, la Grande-Bretagne est le 4e marché étranger de l'Autriche. Ce dernier vient juste après la Suisse. MH

LOCATION DE VOITURES / Recul des affaires

Une reprise dès 2004

La branche suisse de la location de voitures a annoncé un recul du chiffre d'affaires pour 2002. Les entreprises, qui sont membres de l'Association suisse des entreprises de location de voitures et qui totalisent environ 75% du chiffre d'affaires de la branche, ont en effet réalisé en 2002 un chiffre d'affaires de 211 millions de francs contre 215 millions en 2001 et 223 en 2000.

«La reprise, prévue pour cette année, se fait toujours attendre et les réservations ont notamment chuté dans le domaine des voyages d'affaires et dans les activités d'outre-mer», a relevé Stefan Baumann, le président de l'association. Selon lui, une reprise de la croissance des affaires pourrait intervenir en 2004, «lorsque les entreprises auront renoué avec les bénéfices et assoupli leurs restrictions de voyages». LM

JORDANIE / Le World Economic Forum à l'Hôtel Mövenpick Dead Sea

Un effort de taille

Edgar Solenthaler, le directeur général de l'Hôtel Mövenpick Resort & Spa Dead Sea en Jordanie, n'oubliera pas de sitôt l'arrivée, à la fin du mois de juin dans son établissement, de quelque 1200 participants à une conférence spéciale du World Economic Forum de Davos. En effet, parmi ces participants figuraient notamment le roi de Jordanie, mais aussi Colin Powell, le secrétaire américain aux affaires étrangères, la conseillère fédérale Micheline Calmy-Rey et Klaus Schwab, le fondateur et président du World Economic Forum de Davos.



La conseillère fédérale Micheline Calmy-Rey avec Edgar Solenthaler, le directeur du Mövenpick Dead Sea.

«Je n'oublierai surtout pas l'effort de taille fourni par tout le personnel de l'hôtel», a relevé Edgar Solenthaler. «Pour accueillir au mieux tous les participants, nous avons dû faire appel à 600 collaborateurs venus en renfort des différents hôtels que Mövenpick gère à Beyrouth, à Sharm el Sheikh, au Caire, à Madinah, à Petra et à Aqaba. En outre, cinq kilomètres de câbles ont été montés spécialement à l'occasion de cette conférence afin d'alimenter quelque 400 ordinateurs. En tout, ce ne sont pas moins quatre avions Hercules qui ont transporté depuis l'Europe tout le matériel nécessaire à cette conférence au cours de laquelle nous avons servi 3300 repas pendant quatre jours.» LM

LES GENS

Responsable durant sept ans de la représentation suisse du Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC) et, partant, du centre d'information de ce comité, Nicolas de Saussure quittera cette fonction le 13 août pour reprendre la direction de la communication institutionnelle de la Banque cantonale de Genève. Le centre poursuivra son activité jusqu'à la fin de l'année sous la responsabilité de Sonja Funk, sa collaboratrice depuis cinq ans, et de Mélanie Tavernier. L'avenir du CIVC en Suisse sera précisé ultérieurement. MH

Photo: EHL



FIN DE PARCOURS

Cent-cinq étudiants sur 129 ont mis un terme à leur programme d'études.

EHL / Cent-cinq étudiants ont reçu leur diplôme mettant un terme au programme de Hautes études en hôtellerie et restauration. MIROSLAW HALABA

Plus de cent étudiants ont reçu leur diplôme

La cérémonie de promotion du programme de Gestion d'exploitation hôtelière (cf. htr du 10 juillet), qui s'est déroulée fin juin à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) a été suivie par une cérémonie analogue, mais consacrée cette fois au programme de Hautes études en hôtellerie et restauration. Provenant des sections française et anglaise, 105 étudiants sur 129, soit 81%, ont reçu leur diplôme à cette occasion. Plusieurs étudiants ont été honorés pour leurs prestations. C'est ainsi que Hans Galland (Suisse et Allemagne) a été nommé «major de promotion». Jochen Hartmann (Allemagne) a été désigné 2e «meilleur étudiant» et Li Kheng Phng (Malaisie) 3e «meilleure étudiante». La Suissesse Martine Fehr a, quant à elle, obtenu le prix Esprit EHL qui récompense les étudiants qui se sont particulièrement investis durant leurs études pour le bien de l'école et de ses étudiants.

Iombo, Suisse; Adam Constant, France; Armelle De Alexandris, France; Elena De Francisci, Suisse; Melanie Decurey, Suisse; Marie-Clotilde Dubart, France; Hicham El-lorhaoui, Maroc; Annick Engelhard, Suisse; Sven Erni, Suisse (section anglaise); Nicolas Fahrni, Suisse (section anglaise); Aly Fakhr, Sénégal; Martine Fehr, Suisse (section anglaise); Hans Galland, Suisse (section anglaise); Mathias Galter, France; Edwin Gandasaputra, Indonésie (section anglaise); Tina Ganzer, Allemagne; Maria del Carmen Garcia Cernadas, Espagne (section anglaise); Spyridon Georgakopoulos, Grèce (section anglaise); Emanuelle Glorieux, Belgique; Clémence Godet, France; Hélène Goetz, France; Céline Gsponer, Suisse; Jochen Hartmann, Allemagne (section anglaise); Mads Peter Heideby, Danemark (section anglaise); Antoine Hess, Suisse;

Zoë Tamara Hill-Haas, Australie (section anglaise); Philippe Huser, Suisse; Isabelle John, Suisse; Olivier Joray, Suisse; Daphné Kaeser, Suisse; Antonia Korosec, France; Esther Kruesi Barhoumi, Suisse; Sandrine Kursner, Suisse; Frank-Stephan Laves, Allemagne (section anglaise); Kwang-Woon Lee, Corée du Sud (section anglaise); Ling-Feng Li, Taiwan (section anglaise); Marcel Lindt, Suisse (section anglaise); Yuan-Hsi Liu, Taiwan (section anglaise); Mary (Ka Yan) Lo, Pays-Bas (section anglaise); Giovanna Mansi, Italie (section anglaise); Robin Martini, France; Saskia Marx, Suisse; Michael Marz, France; Deepakshi Mathur, Inde (section anglaise); Emmanuel Medvedowsky, France; Emanuela Mosconi, Italie; Lorenz Mueller, Suisse; Robert F. Mueller-Klute, Allemagne (section anglaise); Henrik Nilsson, Suède (section anglaise); Swan Liat Njoo, Indonésie (section anglaise); Lisa Noetzi, Suisse; Erika Margaretha Nordenson, Suède (section anglaise); Francis Noverraz, Suisse; Philip Nunan, Suisse; Ayse Emel Ocal, Turquie (section anglaise); Jason Oswald, Suisse; Lucila Perez Mollo, Argentine (section anglaise); Li Kheng Phng, Malaisie (section anglaise); Lea Bettina Preisig, Suisse (section anglaise); Florence Ramoni, Suisse; Philippe Richard, Suisse; Antoine Rizk, Liban (section anglaise); Maxime Rod, Suisse; Emmanuelle Rominsky, Suisse; Adeline Roux, Suisse; Ju-Hyun Ryu, Corée du Sud (section anglaise); Gilles Sabah, France; Simon Schenk, Suisse; Jennifer Scherpf, Allemagne; Julia Schnorr, Suisse; Natalie Stettler, Suisse; Diana Stocklin, Suisse; Markus Suter, Suisse; Mathilde Terrin, France; Marcel Thoma, Suisse (section anglaise); Marianne Elisabeth Tyldum, Norvège (section anglaise); Daniel Ungvari, Nouvelle-Zélande (section anglaise); Karim Von Alvensleben, Suisse; Gabriel Von Bonsdorff, Suède (section anglaise); Antoni Von Planta, Suisse; Nathalie Wagemakers, Pays-Bas; Isabelle Wagner-Knudsen, France; Sabina Wyss, Suisse; Raffaele Zaccchera, Italie; Yu Hua Zhang, Chine (section anglaise); Florence Zwicky, Suisse.



Martine Fehr a reçu le Prix Esprit EHL des mains du directeur adjoint de l'EHL, Samuel Salvisberg.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Halte aux résidences secondaires!

La construction de résidences secondaires doit être stoppée en Haute-Engadine. C'est l'avis de la Fondation suisse pour la protection et l'aménagement du paysage. S'exprimant dans une interview accordée à notre hebdomadaire, Raimund Rodewald, le directeur de la fondation, estime que c'est désormais au Conseil fédéral d'agir dans cette région afin d'empêcher un développement qui n'a pas pu être freiné dans d'autres cantons, en Valais notamment. Pour lui, les résidences secondaires ne servent pas le tourisme, mais lui imposent de nouvelles contraintes comme le trafic. Page 5

L'union fait la force, au Lac-Noir aussi.

La station fribourgeoise du Lac-Noir, Schwarzwald, en allemand, a bénéficié d'un soutien quinquennal de 290 000 francs de la part du Seco dans le cadre du projet «Schwarzwald Plus». Celui-ci englobe différentes régions touristiques bernoises, singinoises et grüériennes et a démontré que l'union faisait la force, notamment au niveau de la création d'offres touristiques communes. Le soutien du Seco prendra cependant fin en 2004 et différentes réflexions ont d'ores et déjà menées afin que le projet «Schwarzwald Plus» continue jusqu'en 2007. Page 9

Saas Fee change de stratégie.

Les femmes «sexy» sur les brochures touristiques de Saas Fee ont vécu. Lancées il y a cinq ans par un allemand, qualifié de gourou du marketing, elles ont désormais cédé leur place à des images plus traditionnelles. Soutenue par le directeur de l'office du tourisme de l'époque, Frank Bumann, aujourd'hui directeur de Zurich Tourisme, la campagne mise sur pied par l'Allemand Jürgen Kleiber-Wurm devait attirer à Saas Fee une nouvelle clientèle de luxe. Il n'en a finalement rien été. Page 10

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue

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

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

Responsable des médias: Christian Hoeller.

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

Responsable du Contenu français et rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH).

Rédacteur: Laurent Mosberger (LM).

Correspondants: Jean-Jacques Ehemer (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayer (DEM), Valère; José Seydoux (JS), Fribourg; Veronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne.

Editeur: Cheffe d'édition: Iris Strebel.

Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casali.

Annonces: Matthias Beyerle, 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 Bern.

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

Prix de vente: (TVA inclus).

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

ISSN: 1424-0440.

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

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

Tel: 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24.

E-Mail: tr@swiss-hotel.ch

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

E-Mail: abo@swiss-hotel.ch

Annonces: Tel: 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23.

Publicité: Tel: 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23.

E-Mail: pmt@stadler.ch

Internet: www.swiss-hotel.ch

stellen revue marché de l'emploi

NR. 29/17. JULI/17 JUILLET 2003



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

hotel+tourismus revue



what matters...

The first luxury boutique hotel in Cyprus is preparing to open: Close to Paphos, in the southwest of the island, on a little peninsula, surrounded by the sea from 3 sides, this extraordinary hotel with outstanding services, and ready to push the boundaries in luxury hotel business, is looking to complete its team:

Butlers (m/f)

- graduate from hotel school or similar education
- butler training or work experience in 5* hotels for minimum 5 years
- drivers license
- extravert personality
- pleasant appearance and immaculate manners
- eye for details, strives for excellence
- fluent in minimum 2 better 3 languages

We offer:

- you will be trained and after one year service given the internationally recognized International Butlers Guild (IBG) certificate.
- unique opportunity to assist in the opening of a luxury hotel
- Competitive package incl. transfer and work permit

Interested? Interviews will take place over the phone, personal interviews will be conducted in Lausanne, Zurich and London. Only short listed candidates will be contacted.

Please send your CV with recent photograph to:
Frederick Broodryk
Thalassa, P.O. Box 62874 CY - 8099 Paphos
Tel. +357 26 813 777 Fax. +357 26 813 778
or e-mail: frederick.broodryk@leptoscalypso.com

Hôtel cinq étoiles de grande renommée, situé à Genève, recherche au plus vite

un directeur

qualifié et ayant de l'initiative.

Si vous êtes prêt à relever le défi, veuillez envoyer votre dossier de candidature au chiffre 157038 à l'hôtel revue, case postale, 3001 Berne.

157038/41220



Gastgeber/in - Freundlichkeit - Teamplayer/in

Diese Begriffe sind uns sehr wichtig - Ihnen auch?

Für unseren im Auftrag der UBS geführten, neuen Betrieb Culinarium "Impresso" in Basel suchen wir per Mitte November oder Anfang Dezember 2003 ein/e

Betriebsleitung (m/w)

Sie verfügen über fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe, sind ein Organisations- und Verkaufstalent und verstehen es, als Gastgeber/in mit Herzblut ein Team von ca. 18 Mitarbeitenden täglich zu begeistern. Sie haben bereits einen Betrieb geführt, vorzugsweise in der Gemeinschafts- oder Markengastronomie.

Als Betriebsleitung sind Sie für die Führung des gesamten Betriebes (Selbstbedienungsrestaurant, Cafeteria mit italienischer Kaffeebar, Auslieferungen und Partyservice) verantwortlich. Das neue Personalrestaurant mit seinem modernen Gastronomiekonzept wird von Menschen mit Begeisterung und hohem Qualitätsdenken geprägt. Dies bedingt eine ausgesprochene Gastgeberpersönlichkeit mit Identifikation und Ausstrahlung.

Wir bieten Ihnen gute Sozialleistungen, 13. Monatslohn ab Eintritt, Erfolgsbeteiligung, 5 Wochen Ferien und interne Weiterbildungsmöglichkeiten.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung mit Foto!

Culinarium AG, Isabelle Schütz
Signaustasse 9, Postfach
8032 Zürich
e-mail:
isabelle.schuetz@culinarium-ag.ch
www.sv-group.com/svjobs/

Culinarium AG -
ein Unternehmen der SV-Group

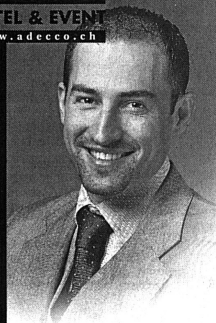
157020/176098

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere



Franchise-nehmer/in

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

Im Auftrag unseres Mandanten suchen wir auf Anfang 2004 unternehmerisch denkende Persönlichkeiten für die geplanten Eröffnungen in

Heimberg BE Oberdiessbach BE

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

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

Marktgasse 32, 3000 Bern 7

Telefon 031 310 10 10, Fax 031 310 10 11

E-Mail: bern.hotelevent@adecco.ch

Making
people successful

avec
BAHNHOF UND VIEL MEHR

hoteljob

BERNER OBERLAND

Wir suchen für das **Hotel Alpenland** an idyllischer Lage in **Laenen bei Gstaad**, per anfangs Dezember ein fachkundiges, initiatives

Direktionsehepaar (ev. Miete möglich)

Zum Betrieb: 3*-Ferienhotel im Chaletstil, 20 Zimmer/40 Betten, Terrasse, Seminarraum, Restauration total ca. 200 Plätze. Geöffnet während elf Monaten.

Anforderungen: Aus-/Weiterbildung Hotellerie/Gastronomie, sehr gute Fachkenntnisse in allen Bereichen und Erfahrung in leitender Position. Liebe zur Natur und Interesse, sich in einem ländlichen Umfeld zu integrieren. Ideales Alter 35-45 Jahre jung. Sprachkenntnisse D/E/F.

Aufgaben: Gesamtleitung und -verantwortung, optimieren der Betriebsabläufe, führen eines Teams von 12-25 Mitarbeitenden je nach Saison. Sie helfen tatkräftig überall mit, entwickeln neue Angebote und pflegen einen lokal-kulturellen Stil. Konditionen: Geboten werden zeitgerechte Anstellungsbedingungen, viel Eigenverantwortung und Freiraum, innovative Ideen zu verwirklichen. 3- oder 4-Zimmerwohnung im Hotel.

Interessiert? Gerne erwarten wir Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse, zu Händen von Frau Irène Porta.

157033/94735



Schweizer Hotellier-Verein

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



In Wald ZH wächst, auf einem ehemaligen Industrieareal, das Bleichequartier zu einem lebendigen Ort zum Arbeiten und Wohnen heran. In Ergänzung zum Restaurant **Bleichebeiz**, mit kleinem **Design-Hotel**, entsteht neu das **BleicheBad**.

Das BleicheBad ist ein kleines Design-Wellnesszentrum mit innovativen Bade- und Saunaaanlagen. Angegliedert ist ein sehr grosszügiger Beautybereich und ein Gymnastik- und Seminarraum. Konzipiert ist das BleicheBad als public day spa.

Für die Leitung dieser speziellen Anlage suchen wir

einen oder eine Pächter/in

Verlangt wird eine unternehmerisch denkende junge Persönlichkeit mit professionellem Background, operativer Erfahrung im Wellness oder Beautybereich und der Möglichkeit etwas Eigenkapital zu investieren.

Interessiert ab sofort oder nach Vereinbarung?
Dann senden Sie Ihre Unterlagen mit Foto an Andreas Honegger, Bleiche Wald, Jonastrasse 11, 8636 Wald. Danke!

Mehr über die Bleiche Wald erfahren Sie unter: www.bleiche.ch

156996/300939

INHALT: Kader 2-4 / Deutsche Schweiz 4-6 / Svizzera Italiana 6 / Stellengesuche 8 / HRC / Image 8

SOMMAIRE: Suisse romande 6 / Demandes d'emploi 8 / Marché de l'emploi 8

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Segeln Sie
auf gutem Kurs
www.horega.ch

Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt

Beratung
Selektion
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emplois
en page 3.



Making
people successful

Lindner Hotels & Alpentherme LEUKERBAD

Faszination
für Körper, Geist und Sinne.

Die Lindner Hotels & Alpentherme sind Teil einer kleinen, stetig wachsenden Europäischen Hotelgruppe und bestehen aus Hotel****, Restaurant und der Lindner Alpentherme, das grösste Thermal-, Therapie-, Wellness- und Beauty-Center der Alpen.

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

Executive Housekeeper (m/w)

Suchen Sie eine Stelle in der Ihre Fachkompetenz gefragt ist?

Möchten Sie in einer sicheren und schönen Umgebung leben und an der Realisierung unserer Vision mitwirken, den vielseitigsten und kompetentesten Wellness Tempel der Alpen zu werden?

Wir erwarten von Ihnen entsprechende Berufserfahrung und ein Mindestalter von 35 Jahren. Ebenfalls gehören Deutsch- und Französischkenntnisse zu unseren Anforderungen.

Und nach der Arbeit können Sie sich nach Herzenslust in unserer Alpentherme erholen.

Wenn wir Sie ansprechen, senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse.

Frau Kuonen freut sich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf! Tel. 027 472 17 06.

Lindner Hotels & Alpentherme Leukerbad
Andrea Kuonen
Human Resources
Dorfplatz 1
CH-3954 Leukerbad
Andrea.kuonen@lindnerhotels.ch
www.lindnerhotels.ch

020370/157014

merkur

Für unser Buffet Espresso in Langenthal suchen wir per Mitte September 2003 eine/n

GeschäftsführerIn

Sie haben eine gute Ausbildung im Gastgewerbe und besitzen den Fähigkeitsausweis (Wirtepatent). Sie haben Führungs- und Küchenenerfahrung, sind innovativ und durchsetzungsstark, haben Freude am Verkauf und sind es gewohnt, in allen Bereichen aktiv mitzuarbeiten und unsere zahlreichen Stammgäste zu verwöhnen.

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

Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

k Kiosk AG, Herr A. Pasquinelli, Kennwort 421, Bienenstrasse 21, 4702 Oensingen
Tel. 062 388 16 71
mailto: alessandro.pasquinelli@valora.com

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

www.valoraretail.com



Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine versierte Persönlichkeit als

LEITERIN ADMINISTRATION & CONTROLLING

Mitglied der Geschäftsleitung

Suchen Sie eine längerfristige Herausforderung? Begeistert Sie die Gastronomie genauso sehr wie uns? Sie suchen nicht nur eine Herausforderung, sondern auch ein Team welches zu Ihnen passt?

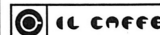
Im Lake Side erwartet Sie ein aufgestelltes, unkompliziertes und sehr lebhaftes Team. Unsere Tätigkeit sehen wir nicht einfach nur als Job, wir leben mit dem Unternehmen, leben das tägliche kleine Augenwinkern und freuen uns auf ein Teammitglied, welches genauso dynamisch Schritt hält. Freude an der Mitgestaltung der Abläufe hat und sich auf eine vielseitige, herausfordernde Aufgabe freut. Wir bieten Ihnen im Gegenzug ein interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld, eine vielseitige und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem motivierten Team, moderne Anstellungsbedingungen und einen der schönsten Arbeitsplätze in Zürich – direkt am See!

Ihre Hauptaufgaben:
Leitung der Administrationsabteilung, organisieren und koordinieren der gesamten administrativen Abläufe, Tagesabrechnungen, Monatsabschlüsse, Kreditoren/ Debitoren, Aufbereitung von betriebswirtschaftlichen Daten als Entscheidungsgrundlage, Controlling, Budget- und Kostenüberwachung, Personalkostenplanung.

Unsere Erwartungen:
Sie verfügen über eine abgeschlossene Hotelfachschule oder eine vergleichbare solide kaufmännische Ausbildung und Berufserfahrung in einer ähnlichen Position. Sie haben ein grosses Flair für Zahlen und ein analytisches Denkvermögen. Sie zeigen Eigeninitiative sowie unternehmerisches Denken, sind belastbar, haben Ausdauer und Durchsetzungsvermögen.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre vollständige schriftliche Bewerbung mit Foto
Kramer Gastronomie, Jacqueline Kramer, Herdernstrasse 56, 8004 Zürich

157002/376787



IL CAFFE
Café + Bar
Dorfstrasse 29
3550 Langnau i.E.

«Die distinguierteste Café/Bar zwischen Wien und Mailand» Bund 2/2001

Sucht für den Weiterausbau, nach Vereinbarung

Zusätzlichen Partner mit Kapital- und Gewinnbeteiligung

Voraussetzungen:

Unternehmerisches Denken und Handeln
Fachkompetenz im Service- und Barwesen
Erfahrung im Eventbereich
Handwerkliche Begabung
Allgemeine Führungserfahrung

Betriebliche Angaben heute:

SP: 40 Lokal + 40 Piazza
Öffnungszeiten: 6 Tage, 08:00-0:30 resp. 02:30
MA-Bedarf: 500 Stellen-%
Eröffnung: Oktober 2000
Hauptangebot: Eine ausgezeichnete Kaffeekarte,
aussergewöhnliche Weine im Offensauschank, Paninos
und Tapas sind unsere Zugpferde.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung.

Elite JAZZ

Jeden letzten Mittwoch im Monat.

salsa cubana

Jeden ersten Samstag im Monat.

beatzone-lounge

Jeden ersten Freitag im Monat.

LAUDINELLA

Kultur | Kongresse
CH-7500 St. Moritz | Telefon +41 081 836 00 00
Fax +41 081 836 00 01 | Mail info@laudinella.ch
www.laudinella.ch

Das Unternehmen Laudinella setzt sich zusammen aus dem Hotel Unique mit 200 Zimmern, 300 Betten, fünf Restaurants, zwei Bars, einem Konzertsaal und mehreren Seminar- und Veranstaltungsräumen. Die Gestaltung eines regen Kulturangebotes ist ein Schwerpunkt unserer Tätigkeit.

Wir suchen eine Führungspersönlichkeit als

Food & Beverage / Banqueting Manager

Ihr Profil:

m/w, Alter: Ende zwanzig bis Anfang vierzig, fundierte Ausbildung mit spezifischer Hotelfach-Schulung im Bereich Essen & Trinken und Personalführung, Sprachen D/E und I, hohe Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Flexibilität, Durchsetzungsvermögen und sicheres, gewinnendes Auftreten.

Ihre Aufgabe:

Organisation, Schulung und Führung eines Teams von 40 Personen, dynamische, moderne Gestaltung des gesamten F&B-Angebots, Verkaufsförderung und Pflege der Gastgeberrolle, klare Positionierung und Profilierung unserer Leistungen, Mitwirkung im Führungskreis.

Bewerber(innen), die sich für diese Aufgabe interessieren, bitten wir um Zustellung der Unterlagen mit handschriftlicher Bewerbung mit Lebenslauf und Bild an:

Josef Planzer, Direktor
oder
Agnese Bronzini, Vize-Direktorin
Hotel Laudinella
CH-7500 St. Moritz
Tel. 081 836 00 00
Fax 081 836 00 01

156969/33855

WANTED! GESUCHT!

4-Sterne Hotelbetrieb
an traumhafter Lage im Herzen der Zentralschweiz,
einmalige Seminar- und Bankettmöglichkeiten,
82 Zimmer
3 Restaurants und grosse Panoramaterasse
sucht auf Herbst 2003 folgende Kader-Person:

NAME:

MERKMALE:

TÄTIGKEITEN:

Herr oder Frau F&B-Leiter/-in
aufgeschlossen, fröhlich
kundenorientiert, flexibel
gute körperliche Verfassung
organisiert, führt und überwacht
den komplexen F&B-Betrieb, gilt
als extremer Frontmensch

Für nähere Angaben zu dieser Person winken:

- selbstständige Funktion
in dynamischem, motiviertem Team
- modernes Entlohnungssystem
- auf Wunsch tolle Wohnmöglichkeiten
- Weiterbildungsangebote

Sachdienliche Hinweise bitte melden an:

Fred Siebenmann AG

Tribtschenstrasse 18, 6005 Luzern
Tel. 041 360 05 55 Fax 041 360 29 92
E-mail: fred.siebenmann.ag@tic.ch

DOMINO GASTRO
seit 20 Jahren
Stellen-Vermittler
sorgfältig – schnell – für P. gratis
www.dominogastro.ch
Zürich 043 960 31 51 Basel 061 261 56 50
Bern 033 823 32 32 Luzern 055 415 52 84
Davos 055 415 52 83 Ostschweiz 055 415 52 83
157043/279186

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

LA DOLCE VITA
PIZZERIA TRATTORIA
Arvenhotel Waldeck
Hotel Garni National
Die Glaus Gastro AG Betriebe
Pizzeria Trattoria
La Dolce Vita
Beat Glaus
7018 Flims
Waldhaus

Sind Sie der Mann der ersten Stunde?

Ab 01. November 2003 ist es soweit – das süsse Leben «La Dolce Vita» kommt nach Flims und mit ihm mediterrane Spezialitäten sowie feine Pizzen und Pastastatistiken.

Zur Neueröffnung unserer Pizzeria Trattoria im Hotel Garni National suchen wir Sie, ab 01. Oktober 2003, als

Capo di cucina/Küchenchef

Sie lieben es selbstständig und eigenverantwortlich zu arbeiten, kochen mit Leidenschaft und Spass am Beruf und ein lebhafter und lebenslustiger Betrieb reizt Sie? Wenn Sie bereits einige Jahre Berufserfahrung haben – vielleicht sogar in einer mediterran ausgerichteten Küche – dann steht Ihrer Bewerbung nichts mehr im Wege.

Wir bieten Ihnen:

- beste Arbeitsbedingungen in einer «nagelneuen» Küche
- viel Freiraum für Ihre Kreativität und Ihre Ideen
- ein eingespieltes Team
- eine Jahresstelle in einer der schönsten Ferienregionen der Schweiz
- auf Wunsch Unterkunft im Hause

Lassen Sie sich von unserem «La Dolce Vita»-Konzept begeistern und besuchen Sie uns auf www.dolcevita-flims.ch. Beat Glaus freut sich ausserdem auf Ihren Anruf unter Telefon 081 928 14 14 oder Ihre schriftliche Bewerbung.

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

**hotel
staff**

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events
Linthochergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

Gastro Express

Stellen suchen
Stellen anbieten
Kostenlos

www.gastro-express.ch

**Gastro
help**
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO

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

New Challenge

Personalberatung & Vermittlung

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

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

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

**hotellerie
suisse**

Hoteljob
Montbijasse 130
Postfach CH-3901 Bière
www.hoteljob.ch
Personalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@winnet.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere

Einloggen!
4659 offene Stellen,
2913 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch

Langstrasse 11, 8026 Zürich
Telefon 01 297 79 79
zuerich.hotelevent@adecco.ch

Streitgasse 20, 4010 Basel
Telefon 061 264 60 40
basel.hotelevent@adecco.ch

Marktgasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10
bern.hotelevent@adecco.ch

Grabenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081 258 30 75
chur.hotelevent@adecco.ch

Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5
Telefon 041 419 77 66
luzern.hotelevent@adecco.ch

Poststrasse 15, 9001 St. Gallen
Telefon 071 228 33 43
sgallen.hotelevent@adecco.ch

Bd. Jaques-Dalcroze 7, 1204 Genève
Téléphone 022 718 44 77
geneve.hotelevent@adecco.ch

Petit Chêne 38, 1001 Lausanne
Téléphone 021 343 40 00
lausanne.hotelevent@adecco.ch

Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032 722 68 88
neuchatel.hotelevent@adecco.ch

Viale S. Franscini 30, 6901 Lugano
Telefono 091 910 20 30
lugano.hotelevent@adecco.ch

Anfangsküchenchef w/m

Für eine bekannte italienische Restaurantkette in der Region Zürich-Flughafen suchen wir einen Küchenchef. Idealerweise haben Sie eine Lehre als Koch abgeschlossen und bringen mindestens zwei Jahre Berufserfahrung als Sous chef in einem mittelgrossen Betrieb mit. Hier sind Sie verantwortlich für den reibungslosen Tagesablauf, Bestellungen, Rendite, Arbeitspläne und das Führen von fünf Mitarbeitenden. Interessiert? Melden Sie sich noch heute für diesen Karrieresprung.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Sous chef m/w

Für einen dynamischen Betrieb im Grossraum Zürich suchen wir den jungen, flexiblen und motivierten Sous chef, der sich in einem kleinen Team von rund 8 Mitarbeitenden wohl fühlt. Sie bringen eine abgeschlossene Berufslehre als Koch mit, haben bereits einige Jahre als Chef de partie gearbeitet und möchten nun den Sprung zum Sous chef machen. Zu Ihren Aufgaben gehören hier die Personalführung, das Bestellwesen, die Stellvertretung und Ablösung des Küchenchefs, das Erstellen der Arbeitspläne und die Lehrlingsbetreuung. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Martin Meyer 01 297 79 79

Chef de partie/Chef de rang w/m

Für diesen gepflegten, nicht alltäglichen Landgasthof ausserhalb Zürichs suchen wir einen kreativen, versierten Chef de partie und einen fröhlichen Servicefachangestellten, die Freude am Arbeiten im Team haben, die Gäste gern verwöhnen und immer etwas dazu lernen wollen. Die ideale Stelle für ambitionierte, junge Berufsleute. Ich freue mich, wenn Sie sich noch heute bei mir melden.
Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

Chef de service

Für ein trendiges Vier-Sterne-Hotel in Basel suchen wir per September 2003 eine gepflegte und herzliche Gastgeberin mit einer Ausbildung und Berufserfahrung im Service, die Ihr Team motiviert und für die Zufriedenheit der Gäste alles tut. Sie arbeiten selbstständig sowie verantwortungsbewusst und sprechen fließend Deutsch und Englisch. Weitere Informationen zu dieser Stelle gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
Basel, Julia Schulze 061 264 60 40

Teamleiter/in Metzgerei Metzgereiverkäufer/in

Für ein äusserst erfolgreiches Delikatessengeschäft in Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen gelernten, erfahrenen und verkaufsorientierten Metzger mit Führungserfahrung für die Position des Teamleiters. Im gleichen Betrieb ist auch eine Stelle im Verkauf offen – eine attraktive Position für einen gepflegten und aufgestellten Metzger oder Koch. Tolle Arbeitsplätze für tolle Mitarbeiter! Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79

**Making
people successful**



Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT)

In der internationalen Bodenseeregion mit den wirtschaftlich und touristisch (12 Mio UN) prosperierenden Kulturräumen Süddeutschlands, des österreichischen Bundeslandes Vorarlberg, des Fürstentums Liechtenstein und der Ostschweiz haben sich 250 Mitgliedsgemeinden und touristische Leistungsträger zur IBT GmbH zusammengeschlossen. Mit der BodenseeErlebniskarte konnte in den letzten Jahren ein europaweit renommiertes Tourismusprodukt geschaffen werden. Wir suchen zum baldmöglichsten Eintritt für die IBT GmbH eine/n geschäftsführende/n

Destinationsmanager/in

mit folgenden Arbeitsschwerpunkten:

- finanzielle und personelle Gesamtverantwortung für das Unternehmen mit derzeit 10 Angestellten und EUR 1,8 Mio Budget, wozu klare Verantwortlichkeiten im Finanz- und Controllingbereich unabdingbar ist
- Konzeption und Umsetzung des regionalen Tourismusmarketings
- Vertretung der Interessen der internationalen Reiseregion Bodensee in überregionalen Gremien sowie gleichzeitig Geschäftsführung beim Internationalen Bodensee Verkehrsverein (IBV), beim Tourismusverband Bodensee-Oberrhein (TBO) und der IBT Service GmbH

mit folgenden Qualifikationen:

- kommunikations- und integrationsfähige Persönlichkeit mit fundierter fachspezifischer Ausbildung
- Kenntnis der touristischen Märkte mit mehrjähriger Management- und Führungserfahrung
- praktische Kompetenz in den modernen Kommunikationsmedien und Präsentationstalent
- verhandlungssicheres Englisch, weitere Fremdsprachen von Vorteil
- gute landeskundliche und gesellschaftliche Kenntnisse der Bodenseeregion

Wir bieten eine attraktive Aufgabe in einem dynamischen Umfeld und freuen uns um Zusendung aussagekräftiger Bewerbungsunterlagen bis spätestens 25.7.2003 an: IBT GmbH, z.Hd. Herrn Josef Schnadenberger, Insel Mainau, D-78465 Konstanz, E-mail: schnadenberger@aol.com

www.bodenseeferien.de

www.bodensee-tourismus.com/ibt



Zuger Kantonsspital

Ihr Kompetenzzentrum

Für die Leitung unserer Diätküche suchen wir nach Übereinkunft eine/n

Diätkoch (m/w)

Eine gesunde, qualitativ hochwertige Ernährung bedeutet für Patienten und Mitarbeitende Lebensqualität, und wir messen deshalb diesem Bereich einen hohen Stellenwert zu.

Als Verantwortlicher der Diätküche führen Sie ein kleines Team von 3 bis 4 Personen (inkl. Diätkochlehrling) und sind direkt dem Küchenchef unterstellt.

Führungserfahrung ist daher für diese Tätigkeit erforderlich. Täglich werden in unserer Hauptküche rund je 100 bis 120 Mittags- und Nachtessen für unsere Patientinnen und Patienten zubereitet. Davon kommen ein Teil in den Genuss spezieller Diätmenüs und/oder med. angezeigter Kostformen.

Unser «mediterranes» Ernährungskonzept und das kurz vor der Einführung stehende neue elektronische Menüwahlsystem unterstützt und begleitet Sie in Ihrer täglichen Menü- und Arbeitsplanung.

Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt 42 Stunden und ist in der Regel in der Zeit von 07.00 bis 18.00 Uhr zu leisten. Durchschnittlich werden Sie jedes zweite Wochenende arbeiten.

Wir bieten Ihnen eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Führungsaufgabe, zeitgemässe Anstellungsbedingungen (GAV) mit sehr guten Sozialleistungen sowie Weiterbildungsmöglichkeiten.

Wenn Sie an dieser anspruchsvollen Aufgabe interessiert sind, laden wir Sie ein, von unserer Personalabteilung telefonisch ein Bewerbungsformular zu verlangen, oder wählen Sie sich auf unserer Homepage ein: www.zugerkantonsspital.ch

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

157039/316571



**HOTEL
WELCOME INN**

Reisen in ferne Länder können wir Ihnen zwar nicht bieten...

den täglichen Kontakt mit Gästen von Nah und Fern sowie etwas «Flughafenluft» jedoch schon.

Wir sind das Business-Flughafen Hotel; ein grosszügig konzipiertes Haus mit 132 modernen, ruhigen und preiswerten Übernachtungsmöglichkeiten.

Für unsere lebhafteste Réception suchen wir Sie als:

Réceptionist/In

Sie sind sprachgewandt (D/E/F) und belastbar, gerne möchten Sie Ihre EDV, wie Fideliokenntnisse anwenden und in Stresssituationen fällt es Ihnen leicht einen kühlen Kopf zu bewahren. Ihnen gefällt es unterschiedliche Arbeitszeiten zu haben und Freizeit zu geniessen, wenn andere am Arbeiten sind.

Wir bieten Ihnen ein internationales aber dennoch familiäres Umfeld. Der Arbeitsplatz gestaltet sich sehr abwechslungsreich und selbstständig (Unterstützung vorhanden).

Gibt es Sie überhaupt? Wenn ja, dann melden Sie sich bitte telefonisch oder schriftlich bei unserem Personalchef

Antonio Nigg
Tel. 01/804 75 26
GAHO Holding AG
Holbergstrasse 1, 8302 Kloten
157019/17804

**Über Internet
und nette Gäste.**

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

**Lenzerheide
Valbella**
Churwalden Parpan Lenz

Hotel Valbella Inn

★★★★

Wir sind ein Erstklass-Sport- und Familienhotel in der schönen Bergregion Lenzerheide-Valbella

Für unser Hotel mit 65 Zimmern, ein grosses à la Carte Restaurant, sowie Seminar- und Banketträumlichkeiten, mit intensiven Frequenzen das ganze Jahr hindurch, suchen wir einen

Küchenchef

in Jahresstelle

Sie sind eine starke Persönlichkeit mit Durchsetzungsvermögen und guten Führungsqualitäten. Die Freude und der Spass am Kochen ist Ihre Passion, wobei Sie Ihr professionelles Fachwissen einsetzen und Ihr Küchenteam (bis zu 10 Köchen inkl. Lehrlingen) mitreissen können.

Sie sind ehrgeizig, flexibel, und verfügen über Erfahrungen in der gehobenen und klassischen Gastronomie.

Wir bieten Ihnen eine interessante, abwechslungsreiche und anspruchsvolle Arbeitsstelle mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen. Wir sind Ihnen behilflich bei der Wohnungssuche und Sie können sämtliche Möglichkeiten zum aktiven Sommer- und Wintersport nutzen.

Eintritt per Beginn Mitte September 2003 oder nach Vereinbarung.

Gerne erwarten wir Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Zeugnissen, Lichtbild und Gehaltsvorstellung. Ebenso sind wir interessiert an Ihren persönlichen Erwartungen.

Thomas & Ramona Vogt persönlich
Hotel Valbella Inn
CH-7077 Valbella-Lenzerheide
www.valbellainn.ch

157012/355521

htr

**Über Marketing
und Dumping.**



Per il nostro rinomato ristorante italiano con pizzeria a Interlaken (Oberland Bernese) cerchiamo per subito o per data da convenire:

Chef de cuisine

Inviare offerte con certificati e foto alla direzione:

Restaurant Piz Paz, Bahnhofstrasse 1, 3800 Interlaken
Per informazioni telefono 033/822 25 33
E-Mail: pizpaz@freesurf.ch

157006/72214

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



Für uns bedeutet **WELLNESS** mee(h)r!
Wellness im Wellness- & Spa-Hotel-
ERMITAGE-GOLF heisst sich
WOHL-fühlen, ENT-spannen,
innere RUHE finden.

Wenn Sie Sympathie für dieses Lebensgefühl
hegen und als Gastgeber unseren Gästen
dies vermitteln können, dann sind Sie unser
neuer

MAÎTRE D'HÔTEL

Als Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
führen und motivieren Sie unsere Service-
brigade (ca. 24 Mitarbeitende) zu Spitzen-
leistungen.

Sie gehen als Vorbild im Umgang mit an-
spruchsvollen und internationalen Individual-
Gästen voran und haben Freude an der akti-
ven Mitarbeit im Service. Grossen Wert legen
Sie auf die persönliche Gästebetreuung und
die Pflege der kleinen – aber umso wichti-
geren – Details. Sie sind ca. 27 bis 40 Jahre jung,
suchen eine längerfristige Aufgabe und spre-
chen deutsch, französisch und englisch.
Eintritt nach Vereinbarung.

In unserem 5* Wellness- & Spa-Hotel erwar-
tet Sie ein junges, aufgeschlossenes Füh-
rungsteam, eine 5-Tage-Woche sowie ein,
Ihrer Verantwortung entsprechendes, Salär.

Wellness- & Spa-Hotel ERMITAGE-GOLF
CH-3778 Gstaad-Schönried
www.ermitagegolf.ch
Tel.: ++41 (0) 33 748 60 60
Fax: ++41 (0) 33 748 60 67
stefan.walliser@ermitagegolf.ch

GSTAAD SCHÖNRIED
SWISS BOUTIQUE HOTEL
ALPINE CLASSICS
PRIVATE HOTELS

GRAND RESTAURANT SCHUH, INTERLAKEN

Küchenchef Sous-chef

Restaurant mit grosser Confiserie (Wiener Café-Stil)
300 Sitzplätze und 150 Terrassenplätze

Küchenchef für Restaurant mit Top-Qualität
A-la-carte-Gerichte, Bankette Reisgruppen
3-4 asiatische Köche müssen integriert werden, denn das
Thema wird sein: «Best Food from all over the World»
Im A-la-carte-Bereich sollten neuartige «Fusion»-Gerichte
(East meets West) in Zusammenarbeit mit asiatischen
Köchen kreiert werden. Auf Wunsch sollen aber asiatische
Gruppen auch original Menüs wie zu Hause durch Land-
leute zubereitet erhalten.

Englischkenntnisse und Asienenerfahrung von Vorteil!

Eintritt per Anfang Dezember 2003

Weitere Auskünfte unter Tel. 033/828 88 80
Jürg Kirchhofer verlangen
Unterlagen bitte an Jürg Kirchhofer

15697/3/16551

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.

In unser kleines, aufgestelltes Team suchen wir
per mitte September einen

Koch m/w

mit Freude am Kochen und Lust an neuen Ideen.

Mit Vorteil haben Sie schon Erfahrung der cucina italiana
und lieben den Umgang mit frischen Produkten.

Unser Küchenchef Fabrizio Antonaci erzählt Ihnen gerne mehr über
unsere Philosophie und freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen:

Cantinetta Bindella
Küchenchef Fabrizio Antonaci
Ritterquai 3, 4500 Solothurn
Telefon 032 623 16 85 www.bindella.ch
Sonntag Ruhetag

BINDELLA terra vite vita

Renowned English speaking **Swiss Hotel Management School** seeks for
early entry a

Front Office Lecturer

The lecturer teaches front office theory and practice, including Front Office IT (FIDELIO), to our international students. The candidate should be fluent in spoken and written English, be independent in his/her work and be capable of further developing the course and the department. Teaching experience is recommended.

The candidates must be able to work in a multicultural and multiethnic environment and be free of prejudices.

We offer good employment conditions in a team of highly qualified and committed professionals.

Applications comprising a passport photograph, a hand-written introductory letter, diplomas/degrees of attended schools, and certificates of previous employers to be sent to: **IHTTI School of Hotel Management** Neuchâtel, Mr. Karim Frick, Av. de la Gare 15-17, 2000 Neuchâtel.

156748/359297



Wir suchen nach Vereinbarung
Servicefachangestellte(r)
Die (der) es versteht unsere Gäste
selbstständig und im Team, charmant
und fachmännisch zu betreuen.

Ernst & Kathrin Aebi Tel. 032 631 70 70
hotel@krone-wangen.ch

156912/90743



Grand Hotel Bellevue

Nach der bravourösen Wiedereröffnung Anfang Dezember 2002
ist das Grand Hotel Bellevue***** in Gstaad in seiner 2. Saison –
die Sommersaison 2003.

Luxuriöses 5-Stern-Hotel, 35 Zimmer und Suiten, Restaurant,
Gourmet-Restaurant, Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik,
Degustations-Weinkeller mit Carnotzet, Privat-Kino und einem 2500
m² grossen Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty Center und
Coiffeur.

Sie sind jung, dynamisch und wollen zum Aufbau unseres Hotels Ihren
eigenen, persönlichen Beitrag leisten – dann sind Sie richtig. Bei uns
haben Sie auch Aufstiegsmöglichkeiten. Als Ergänzung zu unserem
jungem motivierten Team suchen wir per sofort oder nach Verein-
barung noch folgende Mitarbeiter:

Night-Auditor d/e/f + EDV-Erfahrung
Barman d/e/f
Réceptionist d/e/f
Chef de rang d/e/f

Georges Ambühl, Direktor, freut sich über Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter
www.bellevue-gstaad.ch

Grand Hotel Bellevue****

CH-3780 Gstaad II Tel. +41-(0)33-748 00 00 II
Fax +41-(0)33 748 00 01 II sekretariat@bellevue-gstaad.ch

157033/14958

CARLTON

RESTAURANTS & BAR

einen

Commis de cuisine

suchen wir für unseren Küchenchef

Ludovic Pitrel kommt aus Frankreich und seine Küche ist zeitgemäss, markt-
frisch und mediterran.

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

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

Ihre Bewerbung oder auch Ihr Anruf freut uns sehr!

Daniela oder Markus Segmüller
Carlton Restaurants & Bar, Bahnhofstr. 41, CH-8001 Zürich
Tel. +41/1-227 19 19, Fax +41/1/227 19 27
E-Mail: info@carlton-zuerich.ch, Homepage: www.carlton-zuerich.ch

156995/40061



Für unser renommiertes Superior First Class Hotel an
der Zürcher Bahnhofstrasse suchen wir ab sofort oder
nach Vereinbarung einen

Küchenchef

Die traditionsreiche "Hummer & Austern Bar" und das
berühmte "La Bouillabaisse" setzen seit vielen Jahren die
hohen kulinarischen Standards unseres Hauses.

Wir bieten Ihnen in diesem Umfeld eine interessante
Position, die Ihre ganze Kreativität und Fachkenntnis
fordert, um den hohen Ansprüchen unserer
internationalen Kundschaft gerecht zu werden.
Dabei steht Ihnen eine erfahrene und motivierte
Brigade zur Seite.

Sie sind flexibel, belastbar und ein guter Organisator.
Qualität und Raffinesse sind für Sie mehr als gängige
Schlagwörter und Renditen und Budgets sind Ihnen
bestens bekannt.

Wenn Sie sich durch diese Herausforderung angespro-
chen fühlen und an einem langfristigen Arbeitsverhältnis
interessiert sind, dann freuen wir uns darauf, Sie kennen
zu lernen. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen
senden Sie bitte an:

Hotel St. Gotthard Zürich
G. Oberson, HR Manager
Bahnhofstrasse 87
8023 Zürich
Tel. 01/227 77 00
personal@hotelstgotthard.ch



157036/41220



ERMITAGE
RELAIS & CHÂTEAUX HOTEL AM ZÜRICHSEE

Dass wir zur Hotelkette «Relais & Châteaux», dass die exzellente,
mediterrane Küche mit 17 Gault & Millau-Punkten ausgezeichnet
ist, verdanken wir dem steten und professionellen Einsatz unserer
Mitarbeiter.

Zur tatkräftigen Unterstützung unseres hervorragenden Teams
suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung motivierte Berufs-
leute

Night-Auditor (40 %)

Chef de partie

Demi-chef de partie

Sommelier

Service-Praktikant/in

Hausbursche

(handwerklich begabt, Führerausweis,
sehr gute Deutschkenntnisse)

sowie ab dem Spätherbst

Réceptionist/Bankett-Verkauf w/m

(D/E/F in Wort und Schrift)

Haben Sie Freude an der Gastronomie und steht bei Ihnen die Team-
arbeit an erster Stelle, dann haben Sie bei uns die Möglichkeit in
stilvoller Umgebung und einzigartiger Ambiance wertvolle Erfah-
rungen zu sammeln und ihre Fähigkeiten anzuwenden.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an

Gabriele Raffener
Hotel Ermitage am See AG
Seestrasse 80
8700 Küsnacht





THAI-FOOD AT ITS BEST
Asien Food vom Feinsten, exotische Drinks, aufmerksame Bedienung, gut zusammen essen, entspannen, sich verabreden, sich hängen lassen, BLUE MONKEY – AND BE HAPPY

vier Restaurationsbetriebe:
Bar-Lounge / Restaurant im EG mit wunderschönem Garten auf den Rosenhof / Restaurant im 1. Stock / verschiedene Säle

für diesen besonderen Betrieb suchen wir
per sofort oder nach Vereinbarung

Assistentin / Assistent des Geschäftsführers

Sie sind mindestens 25 Jahre jung, verfügen über eine gastgewerbliche Ausbildung und ebensolche Berufserfahrung, idealerweise in einer ähnlichen Position. Eine selbständige und verantwortungsbewusste Denk- und Handlungsweise, Ihre natürliche Autorität, Ihr Durchsetzungsvermögen sowie Ihr Sinn für Teamarbeit befähigen Sie, diese herausfordernde und entwicklungsfähige Aufgabe erfolgreich zu meistern. Wenn Sie eine aussergewöhnliche Persönlichkeit mit Charme, Humor und Power sind, dann sind Sie die richtige Besetzung für diese spannende Herausforderung.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:
Kramer Gastronomie, Jacqueline Kramer,
Herderstr. 56, 8004 Zürich

157001/376787



Herzlich willkommen im

Landgasthof Adler in Buchrain

Unser Haus aus dem Jahre 1759 ist ein traditionell moderner Landgasthof zehn Minuten vom Luzerner Stadtzentrum entfernt. Wir bieten eine zeitgemässe, saisonale Küche im mittleren Preissegment. Unsere Stärken liegen im Bereich à la carte und Bankettservice sowie im regen Mittagsgeschäft.

Um unser junges familiäres Team zu ergänzen, suchen wir per 1. September 2003 oder nach Vereinbarung im Bereich Gästebetreuung folgende Mitarbeiter:

Küchenchef Servicemitarbeiter m/w Serviceaushilfen Bankettaushilfen

Wir freuen uns, Sie als herzliche, innovative Persönlichkeit kennen zu lernen und mit Ihnen über eine gemeinsame Zukunft zu sprechen. Gerne nehmen wir Ihre Bewerbung entgegen.

Mit freundlichen Grüßen

Patrick Fries
Landgasthof Adler
Hauptstrasse 20
CH- 6033 Buchrain
Tel. 041/440 11 16
Fax 041/440 11 29

1568971/53001



Salt 'n' Pepper THE RESTAURANT

für ein neues (Eröffnung im Oktober 03) In-Restaurant mit rund 80 Plätzen in Chur suchen wir motivierte MitarbeiterInnen

Küchenchef

Leistungsausweis als Küchenchef, kreativ, offen für neue Konzepte, innovativ, gewohnt mit Frischprodukten zu arbeiten, guter Kalkulator, hohes Qualitätsbewusstsein. Sie lieben Ihren Beruf und verwöhnen und überraschen gerne Gäste. Deutsch Muttersprache, Ideal 25-35

Längerfristige Anstellung, moderne Infrastruktur, Möglichkeit Karriere aufzubauen, zeitgemässe Entlohnung.

Jungköche / Commis de Cuisine

Frisch aus der Lehre oder mit ein paar Jahren Erfahrung, Spass am Kochen! Für spannendes Wirkungsfeld in Graubünden!

ServicemitarbeiterInnen

Frisch aus der Lehre oder ein paar Jahre Erfahrung Gastgebern zu sein. Wir bieten ein spannendes, interessantes Arbeitsumfeld! Auch Teilzeit möglich.

Interessiert?

Bitte senden Sie uns Ihre vollständigen Unterlagen an:
Restaurant Salt n' Pepper, zu Händen Sandro Gaemperle,
Mainstation 1901, 7000 Chur
Für mehr Informationen kontaktieren Sie mich doch einfach:
0812 866 800 email: gaemperle@g-g-s.ch



Gastfreundschaft - Teamplayer - Flexibilität

Diese Begriffe sind uns sehr wichtig - Ihnen auch?

Für unser modernes UBS Konferenzgebäude Grünhof im Herzen von Zürich suchen wir per 1.9.2003 eine/n

Betriebsassistent/in 100%

Als Betriebsassistentin sind Sie einerseits für die Konferenzräume verantwortlich, wo ein gehobener und kompetenter Service vorausgesetzt wird, und helfen aktiv bei Sonderanlässen mit. Andererseits unterstützen Sie die Betriebsleitung bei der Sicherstellung des Betriebsablaufes und erledigen verschiedenste administrative Arbeiten.

Für diese Funktion setzen wir sehr gute Servicekenntnisse und Bankett Erfahrung sowie gute administrative Fähigkeiten voraus. Sie verfügen zudem über Organisationstalent, arbeiten selbständig und sind kreativ. Ihre Muttersprache ist Deutsch und Sie haben gute Englischkenntnisse.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Culinarium UBS Konferenzgebäude Grünhof
Frau A. Freitas, Betriebsleiterin
Nüscherstrasse 9, 8001 Zürich
ana_cristina.freitas@culinarium-ag.ch

Culinarium AG -
ein Unternehmen der SV-Group

156354/150550

Gasthof Gulm «Da Carlo» Oberägeri ZG

Für unser renommiertes Speiserautaurant (Gault Millau 16 Punkte) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung zur Verstärkung unseres Teams folgende MitarbeiterInnen:

- Chef de partie oder
- Demi-Chef de partie

Sie sind motiviert, belastbar, innovativ und lieben die italienische Küche. Wir bieten Ihnen eine zeitgemässe Entlohnung, 5-Tage-Woche sowie 5 Wochen bezahlte Ferien.

Auf Ihre telefonische oder schriftliche Bewerbung freuen wir uns.

Gasthof Gulm «Da Carlo»
Gulmstrasse 62, 6315 Oberägeri
Telefon 041 750 12 48
Natal 079 341 53 16
Fax 041 750 42 99
www.gulm.ch

156834/29905

TRATTORIA ALFREDO - ADELBODER

Für unsere beiden

Italienischen Spezialitätenrestaurants

suchen wir auf sofort oder nach Vereinbarung/und Wintersaison Fachpersonen für

Service Koch/Hilfskoch Pizzaiolo

Fühlen Sie sich angesprochen?

Senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an:

Herrn Salvatore Mazzarella
Trattoria Pizzeria Alfredo
3715 Adelsboden
oder melden sich ab 11.00 Uhr
vormittags unter:
033/673 19 40 - 033 345 12 52

«LOCARDA DEL PRESE» JR - SEFTJGER

Der Mittelpunkt:

Das ZfU ist das Qualitäts- und Markenzeichen für internationale Managementweiterbildung und Master-Programme. Im unvergleichlichen Arbeitsumfeld - mitten im Grünen - engagiert sich ein dynamisches Team in flachen Hierarchien für eine Aufgabe, die Zukunft hat: „Lernen als Weg“. Um mit dem Wachstum Schritt halten zu können suchen wir eine engagierte Persönlichkeit für die

Koordination Customer-Care-Center (100%)

Im Brennpunkt:

Es bietet sich für Sie eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Aufgabe, mit der Sie den Leiter Marketing in den folgenden Bereichen unterstützen:

Ihre Aufgaben

- Pflege und Betreuung der Adress-Datenbank
- Koordination und Führung des Customer-Care-Centers
- Unterstützung/Betreuung von Marketing-Projekten
- Betreuung von MBA- und Master-Kandidaten

Ihr Profil

Sie verfügen über eine fundierte, kaufmännische Ausbildung oder über eine Hotelfachausbildung, schnelle Arbeitsweise, haben eine rasche Auffassungsgabe und sind initiativ, teamfähig und arbeiten selbständig.

Ihr Pluspunkt:

Dienstleistungsdenken, Freude an kompetenter telefonischer Auskunft und PC-Arbeit sind für Sie selbstverständliche Attribute. Dank Ihrer Erfahrung und Routine schätzen Sie eine selbstständige Arbeitsweise in einem jungen, teamorientierten und lebendigen Umfeld. Idealalter: 25 - 35 Jahre.

Unser Schnittpunkt:

Jeder Weg trifft einmal auf einen anderen Weg. Wir sind hier den ersten Schritt gegangen. Jetzt freuen wir uns, wenn Sie den nächsten tun. Im Schnittpunkt treffen wir uns zum ersten Kennenlernen. Weitere Informationen entnehmen Sie unserer Homepage www.zfu.ch

Bewerben Sie sich bitte bei:

ZfU ■ International Business School
Zentrum für Unternehmensführung AG
Im Park 4 ■ CH-8800 Thalwil ■ www.zfu.ch
Erika Braun, HR Verantwortliche
Tel. +41 1 722 85 92
erika.braun@zfu.ch

International Business School



Altenheim am Bodensee

Wir suchen in unser Fischspezialitätenrestaurant Anfang August 2003 o.n.V.

Servicefachangestellte

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Saison-/Jahresstelle mit geregelten Arbeitszeiten bei gutem Salär und schöner Unterkunft.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:
Christoph und Rita Baumgartner
Rest. Jägerhaus, 9423 Altenheim
Tel. 071 855 17 77

157031/338850

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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



150 Zimmer und Suiten, die traditionsreiche "Hummer & Austern Bar", die erstklassige "La Bouillabaisse" und die originelle und charmante "Lobby-Bar" gehören zum Angebot des renommierten Superior First Class Hotels an der Zürcher Bahnhofstrasse.

Wir bieten Ihnen eine ganz besondere, interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit als

Sales Representative (m/w)

Wir suchen eine initiative, leistungsorientierte und kommunikative Persönlichkeit mit Abschluss einer Hotel- oder Tourismusfachschule oder Erfahrung in ähnlicher Position in der Hotel- oder Tourismusbranche. Perfektes Deutsch, gute Englisch- und Französischkenntnisse sowie EDV-Know-how ergänzen unser Anforderungsprofil.

Unser(e) Wunschkandidat(in) ist zusätzlich stark im Bereich Kommunikation, verfügt über Verhandlungsgeschick, ist kontaktfreudig, belastbar, liebt Initiativen und selbständiges Arbeiten und hat ein natürliches, selbstbewusstes Auftreten.

Gerne stellen wir Ihnen unseren Betrieb, unsere Ideen und unsere Anstellungsbedingungen bei einem persönlichen Gespräch näher vor und freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Hotel St. Gotthard Zürich
G. Oberson, HR Manager
Bahnhofstrasse 87
8023 Zürich
Tel. 01 227 77 00
personal@hotelstgotthard.ch



157035/41220

Zürich

Wir suchen für unser kleines Hotel in Zürich netten und freundlichen

Patron-ASSISTENT/IN

der bereit ist, an der Réception mitzuarbeiten und Verantwortung zu tragen. Interessante Anstellung. Eintritt nach Übereinkunft.

Offerten erbitten wir mit Unterlagen unter
Chiffre 157028 an hotel+tourismus@revue,
Postfach, 3001 Bern.

157028/39209



Grindelwald

Für unser ****Haus im Herzen von Grindelwald suchen wir für die kommende Wintersaison 2003

Barprofis

Für unser originelles Nachtlokal
Dancing «CHALLI BAR»

Chef de Bar

Gepflegte, motivierte, zuverlässige und belastbare Persönlichkeit mit viel Charme

Barkeeper/in

Aufgestellt, flink, belastbar. D/E

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an

Hotel Kreuz & Post
Frau Helena Konzett
3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92

157027/14770

Barfusserplatz 10, CH-4051 Basel
Tel. 061 261 33 69
Fax 061 261 13 23
info@brauner-mutz-basel.ch
www.brauner-mutz-basel.ch

Wir suchen per 1.10.03 oder nach Vereinbarung einen:

Sous-chef

Sie sind dem Küchenchef direkt unterstellt und vertreten diesen während seiner Abwesenheit. Sie arbeiten auf dem Saucier Posten oder am Pass, kümmern sich um unsere Küchenteam & Lehrlinge (12 Personen), helfen bei den Bestellungen und beim Inventar mit und bringen Ihre eigenen Ideen ein.

Unser Betrieb befindet sich im Zentrum von Basel und bietet 2 Restaurants unter einem Dach (Brasserie 160 Pl., Au Premier 80 Pl.). Dies erfordert von unserer Küchenbrigade viel Sorgfalt, Flexibilität und Einsatzbereitschaft. Wir suchen eine motivierte Persönlichkeit mit Berufserfahrung, die teamfähig ist und grosses Verantwortungsbewusstsein mitbringt.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto!

157026/3670



Wir sind ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Bistro, Brasserie, Gourmet und Bankettsaal.

SERVICE

Zur Ergänzung unseres Teams in der Brasserie und im Bistro suchen wir

Servicemitarbeiter/in

Wenn Sie Freude haben, in einem jungen motivierten Team mitzuarbeiten, Wert auf einen gepflegten Service legen und eine Portion Eigenverantwortung mitbringen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung. Kleines Studio kann zur Verfügung gestellt werden.

Aus fremdenpolizeilichen Gründen können nur Schweizer oder Ausländer mit Bewilligung B oder C berücksichtigt werden.

FAMILIE J. UND F. HÄBERLI
OBERDORFSTRASSE 10
TEL. 031 869 02 81, FAX 031 869 39 81

156951/212407

DOMINO GASTRO
seit 20 Jahren
Stellen-Vermittler
sorgfältig – schnell – für P. gratis
www.dominogastro.ch

Zürich 043 960 31 51 Basel 061 261 56 50
Bern 033 823 32 32 Luzern 055 415 52 84
Davos 055 415 52 83 Ostschweiz 055 415 52 83

157042/279189

DOMINO GASTRO

Hotel *** Restaurant
ALTANA
Scul

Da unsere Mitarbeiterin ein Studium beginnen wird, suchen wir für unseren jungen dynamischen Hotelbetrieb per Anfang November oder nach Übereinkunft in Jahresstelle

Betriebsassistentin oder Réceptionist

(Schweizerin, D, F, E, w. m., Romanisch)

Haben Sie Erfahrung an der Réception? Eine kaufmännische Ausbildung oder einen Hotelfachschulabschluss? Freude an einer vielfältigen Aufgabe: im Administrations- und Réceptionsbereich, Buchhaltung und vieles mehr. Lieben Sie den Kontakt zum Gast? Helfen Sie kurzfristig gerne im Service mit? Dann freuen wir uns sehr auf Ihre Unterlagen.

Edwin A. Lehmann
Hotel Altana
7550 Scuol
Tel. 081 861 11 11
www.altana.ch
hotel@altana.ch

bei Bergbahn, Bahnhof und Postauto
www.altana.ch

156938/87164

Gasthof Hirschen

Suchen Sie eine neue Herausforderung?

Ein junges Team sucht in ein aufstrebendes, gepflegtes und persönliches 3*-Hotel-Restaurant in der Region Zürich einen sympathischen

Restaurantleiter/Chef de service und

Servicemitarbeiter/-in

Fachlich ausgewiesene Persönlichkeit, Zielstrebigkeit, Ausdauer und Konstanz sind für Sie keine Fremdwörter.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:
Gasthof Hirschen
Frau Elisabeth Bader Keller
Watterstrasse 9, 8105 Regensdorf/ZH
Telefon 01 843 22 22
E-Mail: hirschen@access.ch

156880/390982

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

SUISSE ROMANDE



Nous cherchons pour entrée immédiate ou à convenir

UN(E) ASSISTANT(E) DU RESPONSABLE DU PERSONNEL

Chargé(e) principalement de la gestion du personnel, du suivi et demande des permis de travail ainsi que de la préparation du calcul des salaires et des assurances.

Ce poste sera confié à une personne dynamique, flexible et disponible, ayant le sens de l'organisation, du commandement, de l'initiative et surtout ayant une expérience similaire.

Bonne maîtrise de la langue anglaise exigée.

Age 25–35 ans.

Les candidats(es) de nationalité suisse ou titulaires d'un permis de travail valable sont priés de bien vouloir adresser leur dossier complet avec photographie à l'attention de:

Hôtel des Bergues
Responsable du personnel – Mme Piaget
33, Quai des Bergues, 1201 GENEVE

157029/12505

SVIZZERA ITALIANA



Wir suchen auf den 1. September 2003 oder nach Übereinkunft für unser aufgestelltes Empfangsteam

SEKRETÄRIN/RÉCEPTIONISTIN

mit Berufserfahrung; Muttersprache Deutsch, mit guten E- und F-Kenntnissen. Sind Sie motiviert und bereit, unseren Chef de Réception tatkräftig zu unterstützen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Alberto Amstutz, Romantik Hotel Orselina
6644 Orselina
Tel.: 091/735 735 0 / Fax: 091 735 735 1

157011/27359

**Tout sur Internet
et les bénéfices nets.**

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

INTERNATIONAL

BISTRO LE CLOCHARD

Seit 23 Jahren ein renommiertes Restaurant auf Curaçao Niederländische Antillen

Zur Verstärkung unserer Küchen- und Servicebrigade suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft

Servicefachangestellte/r & Chef de Partie/Jungkoch

der/die unser bestehendes Team voller Kreativität, Einsatz, Mitverantwortung und Motivation unterstützt.

Sie haben sehr gute Englischkenntnisse, sind ehrgeizig und zwischen 20 und 30 Jahre alt.

Sie haben gute Umgangsformen, Erfahrung im Gastgewerbe und das Teamdenken ist für Sie selbstverständlich.

Sie haben das Flair, sich an einer fremden Kultur anzupassen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung:

Bistro Le Clochard
Rifort village unit 1, Curaçao N.A.
Tel. 005999 462 5666
Fax 005999 462 6355
e-mail: clochard@attglobal.net
www.bistroleclochard.com

135709/336246

hotel + tourismus revue mit dem grössten Stellenmarkt der Branche

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

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

Service de placement express

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

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.–, während 1 Jahr für Fr. 600.– (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.–, pour 12 mois: fr. 600.– (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
7242	Koch/Küchenhilfe	27	DK	LEG	sofort	D/E	
7243	Koch/w	19	HR	C	August	D/F/I	Kantine/Café/LU/AG
7254	Chef de partie	24	CH	August	E/F/I		Vevey/Montreux
7257	(Allein-)Koch	38	CH	Sept.	D/E/F/I		BE-Oberland
7261	Chef pâtissier	32	CH	sofort	D		
7270	Kü/chef/Alleinkoch	29	AT	B	Sept.	D/E	zus. mit 7271/ZH/AG
7273	Kü/chef/Sous-chef	58	DE	B-EG	August	D/E/F	GR
7274	Chef de partie	23	DE	B-EG	sofort	D/E	3*-4*-Hotel/D-CH
7282	Koch	34	AT	B	sofort	D/E	ZH
7283	Küchenchef	52	CH	sofort	D/E/I		Tessin
7287	Hilfskoch/w	38	DE	LEG	Sept.	D/E	
7291	Chef de partie	28	CH	August	D/E/F/I		zus. mit 7292/temp. bis Okt.
7292	Pâtissière/Ch.d.p.	28	CH	August	D/E/F/I		zus. mit 7291/temp. bis Okt.
7293	Kü/chef/Sous-chef	43	CH	sofort	D/E		ZH
7295	Chef de partie/w	21	CH	Sept.	D		ZH
7301	Alleinkoch	62	DE	C	August	D/E/F/I	ZH/SG
7306	Kü/chef/Alleinkoch	37	IT	L-EG	n. Ver.	D/F/I	Hotel
7307	Gardemanager	56	CH	sofort	D		Kantine/Spital/BE/50%
7311	Hilfskoch/Office	24	TN	B	sofort	I/F	BE/offen

Service / Service

1	2	3	4	5	6	7	8
7248	Service/Barmaid	32	DE	LEG	sofort	D/I	3*-4*-Hotel/TI/LU
7252	Barmann	27	CH	sofort	D/E		Bar/Club/Ost-CH/ZH
7253	Barmaid	30	MD	B	sofort	D/E/I	Bern
7259	Service/w	23	DE	B-EG	August	D/E/F	zus. mit 7260
7271	Sefa	24	CH	Sept.	D/E/F		zus. mit 7270/ZH/AG
7276	Sefa	21	CH	August	D/F		Kleinbetrieb/SO
7277	Sefa	34	CH	August	D/E		GR/60%
7286	Maitre d'hôtel	37	CH	L-EG	n. Ver.	D/E/F/I	

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
7239	Allrounder/Zimmerf.	33	CH	sofort	D		Deutsch-CH
7244	Gouvernante	29	CH	sofort	D/E/I		Zürich + Umgeb.
7251	Gouvernante	21	CH	August	D/E/F		4*-5*-Hotel/West-CH
7258	Hilfskraft/w	32	IT	B	August	D/F/I	GL/SZ/ZH
7260	Allrounder	29	DE	B-EG	August	D/E	zus. mit 7259
7265	Gouvernante/m	38	CH	B	sofort	D/E	Zürich + Umgeb.
7275	sv. Gouvernante	22	TR	B	sofort	I	
7278	Planist	52	FR	LEG	I. Ver.	E/F/I	
7279	Office-Allrounder	52	PT	B-EG	sofort	E/F/I	GR
7285	Hilfskraft	40	CH	sofort	D		Zürich
7290	Zimmerfrau	54	PT	L-EG	sofort	I	GR
7298	Zimmerfrau	20	CH	Sept.	D		Zürich
7302	Gouvernante	CH	sofort	D/E			3*-4*-Hotel/BE/SO/ZH

1 REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
 2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
 3 Alter – Age
 4 Nationalität – Nationalité
 5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
 6 Eintrittsdatum – Date d'entrée
 7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat wird kostenlos während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	Eintrittsdatum / Date d'entrée:		
Arbeitsbewilligung / Permis de travail:	Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐		
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:		
Name / Nom:	Vorname / Prénom:		
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:		
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:		
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:		
Bemerkungen / Remarques:			
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:			
Deutsch / Allemand:	Französisch / Français:	Italienisch / Italien:	Englisch / Anglais:
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)			
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:			
Betrieb / Etablissement:	Ort / Lieu:	Funktion / Fonction:	Dauer (von/bis) / Durée(de/à):
1.			
2.			
3.			

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: ☐ Ja – ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui – ☐ Non

Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:

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

«Ambitionen»

Personalrekrutierung und -beratung seit 1990.

Gästebetreuerin

Verantwortlich für Japanisches Restaurant:
Empfang, Verkauf, erwünscht ab 40 Jahren, Eintritt per 09/03

Pâtissier/in

- 4* Ferienhotellerie; klassisches à la carte, jung,
Eintritt ab sofort o. 09/03

Küchenchef

- 4* Ferienhotellerie; marktfrische, gehobene Küche (GM),
Brigade 5-6 Mann/Frau, Eintritt ab 10/03

Gouvernante

- 4* Wellness-Familienhotellerie; 110 Zimmer / 230 Betten,
Sprachen D/E/I, Verantwortung, Eintritt ab 09/03

Wellnessbetreuer/in

- 4* Wellnesshotellerie; einschlägige Berufserfahrung und
Ausbildungsausweis, Eintritt ab 09/03 o. für Wintersaison 03- Diverse weitere Angebote für alle Positionen in
der ganzen Schweiz

«Rufen Sie uns an wir freuen uns Sie kennen zu lernen»

gastro S Haus Howald
XL-Zentrum/Bahnhofstr.8, 5080 Laufenburg
Tel. 062-869 40 40 / Fax 062-869 40 44
e-mail: jobs@gastro-s.ch

157010/32224

www.gastro-s.ch

www.adsjob.com

UNBESCHRÄNKTE VERMITTLUNGEN

ab Fr. 450.-

Tel. 081 382 21 03 / 079 411 81 07, Fax 081 382 21 23

Wir vermitteln **gratis** gute Stellen in
guten Hotels der ganzen Schweiz für
qualifiziertes Hotelpersonal.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-
ningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
134830/401646

DOMINO GASTRO

Ihr Personal-Profi



- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich	01 432 73 73
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	055 415 52 84
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 84
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

DOMINO GASTRO

Vom Chauffeur
bis zum Chasseur.

Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren:

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

IMAGE

www.gastro-s.ch

gastro S Haus Howald
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

Über Stadt und Land
und von Berg und Tal.

Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren:

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

htr

STELLENGESUCHE

Gut ausgebildetes Schweizer Paar Anfang 40 sucht in Anstellung, Miete oder Pacht eine neue Herausforderung als

Leiterpaar

eines Kurs- und Seminarhauses, Kleinhotels, Ferien- oder Seniorenheimes oder Berggasthauses mit Übernachtungsmöglichkeit, in einer Schweizer Ferienregion, auf dem Land oder im angrenzenden Ausland. Wir verfügen über Ausbildungen im Hotelfach (Koch, Hauswirtschaft, Hotelfachschule), in Betriebswirtschaft und Administration und haben langjährige Betriebsleitungs- und Führungserfahrung. Termin nach Vereinbarung.

Angebote richten Sie bitte unter Chiffre 156978 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

156978/419578

26jährige tschechische Köchin

mit guten Deutschkenntnissen sucht zwecks Weiterbildung neuen Wirkungskreis.

Anschrift: Linka Neumayerová, 9. KVETNA 293, CHRAST U PLZNE 33003, Tel. 00420 777 109926

156998/426322

Ich bin eine gelernte Servicfach-Angestellte, 19 Jahre jung und suche eine neue Herausforderung im Raum Aargau. Wer kann mir eine Stelle anbieten? Einzige Bedingung Sa./So. frei.

Bitte melden unter 078 767 13 36 oder P. 062 893 22 54

157034/426385

Schweiz. Hoteldirektor VDH

sucht neue Herausforderung, ganze CH. Eintritt nach Vereinbarung. 35 J., sportlich - dynamisch - flexibel - ideenreich. Sprachen: D/I/F/E, gute Computerkenntnisse, Diplome: Eidg. dipl. Tourismusfachmann HF, Dipl. Hoteller-Restaurateur SHV. Berufserfahrung: Bank, Reisebüro, Tour Operating, Führung von Ferien-/Seminarhotel (60 MA), gutes Verbindungsnetz bei RB, TO, Busunternehmen usw. Konkrete Offerten unter Chiffre 156881 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

156881/97799

Kaufm. Angestellte

32J., sucht neue Herausforderung im Bereich Buchhaltung, Sachbearbeitung, Sekretariat oder Réception.

Branchen: Hotellerie, Verkehrsbüro, Sportzentrum oder Transportunternehmen.

Angebote unter Chiffre 156968 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern

156968/417190

Versierter Spitzenkoch

Elsässer, 38 Jahre, langjährige Erfahrung in der Schweiz als Küchenchef, sucht interessanten Auftrag in gehobener Gastronomie/Hotellerie. Ganze Schweiz. Jahresstellung bevorzugt. F/D/I/E/P. Ab sofort verfügbar.

Ich freue mich über Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 156905 an *hotel + tourismus revue*, postfach, 3001 Bern.

156905/397873

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 loisirsHerausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler, Andres Jakob
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, matthias.beyeler@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe	Nr. 30/2003
- Erscheint	24. 7. 2003
- Anzeigenschluss	21. 7. 12.00
- Wiederholungen	21. 7. 12.00

Nr. 31/2003

31. 7. 2003
28. 7. 12.00

Nr. 32/2003

7. 8. 2003
4. 8. 12.00

Nr. 33/2003

14. 8. 2003
11. 8. 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.