

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 32

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>

Heute mit **174** Stellenangeboten



FRED LAUBI / Der weit gereiste Schweizer Hotelier spricht über seine 60 Jahre Berufserfahrung als Gastgeber. **SEITE 2**



MYSTERY-MAN / Der anonyme Hoteltester wird von vielen Hotelketten eingesetzt, um die Qualität zu heben. **SEITE 4**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT Avec cahier français

BLICKPUNKT

In eigener Sache

MARIETTA DEDUAL

Ab heute kommt die hotel+tourismus (htr) flatter daher. Wir haben das Layout leicht modifiziert. Ziel dieser Layoutanpassungen ist eine klarere und übersichtlichere Leserführung. Die beste Zeitungsmeldung bringt nichts, wenn sie nicht gelesen wird. Und so gibt es bei den Zeitungsmachern eine zentrale Frage: Welche Zeitungselemente werden wie stark beachtet, beziehungsweise zu Ende gelesen?

Eine Forschergruppe in Deutschland hat vor Jahren das Verhalten von 60 Leserinnen und Lesern untersucht: Die Versuchspersonen mussten wie gewohnt ihre Zeitung lesen, eine technische Einrichtung vermass dabei den Blickverlauf. Die wichtigsten Ergebnisse: Leserinnen und Leser beachten zunächst die Bilder und Überschriften, dann wird der Einstieg zu einem Artikel wahrgenommen. Um diesem Leseverhalten besser Rechnung zu tragen, wird – nebst anderen kleinen Anpassungen im Erscheinungsbild – bei der htr neu jeder längere Artikel mit einem Lead versehen. Zudem werden wir künftig dem Bild mehr Gewicht geben und öfters Farbe einsetzen.

Wir hoffen, Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, mit der hotel+tourismus revue noch viele informative, aufschlussreiche und unterhaltsame Lesestunden bereiten zu dürfen und danken Ihnen für Ihre Treue.

INHALT

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

KUNST UNTER FREIEM HIMMEL

Skulpturen locken Gäste an

Viel Kunst ist diesen Sommer in die Landschaft und an touristisch interessante Orte platziert worden. Die Gastronomie profitiert vom Kunst-Publikum.

■ **KARL JOSEF VERDING**

Bad Ragaz wurde eigens in «Bad Ragartz» umbenannt für die grösste Kunstausstellung Europas unter freiem Himmel. Sie zeigt 300 Skulpturen, ihr Budget beträgt 1,2 Mio. Franken.

Auch ein klassischer Verkehrsweg lockt mit Kunst: Der Simplonpass ist an ausgewählten Orten zwischen Ried-Brig im Wallis und dem italienischen Iselle mit gezielt entwickelten Kunstwerken gesäumt.

Die Engadiner Ausstellung «public plaiv – Gegenwartskunst im Landschaftsraum La Plaiv» wird von einem Zürcher Hochschul-Forschungsprojekt zum Standort-Marketing begleitet. Die teilnehmenden Orte positionieren sich als «Das andere Engadin».

Der Skulpturenpark «SkulpTour» am Sempachersee schliesslich wird von einem grossen Seminarhotel für das Rahmenprogramm seiner Gäste genutzt. Hotel, Ort und Region hoffen dank der «SkulpTour» auf einen Zuzug an Ausstrahlung. **Siehe Seite 6**

Foto: zug



DIE SKULPTUR VERWÄCHST MIT DER NATUR

Der Künstler Mirko Basaglia aus Lantsch/Lenz in Graubünden lässt seine Skulptur in Bad Ragaz von Moos überwachsen. Sie ist Teil der Ausstellung «Bad Ragartz» auf Plätzen und Strassen, in Parks und Hotelanlagen.

UMFRAGE BEI TOURISMUSBÜROS

Flaute: Wer wie reagiert

Die fehlenden Gäste machen den Tourismusorganisationen zu schaffen. Personalabbau ist kein Fremdwort mehr, aber auch kein Patentrezept.

«Wir sind geprägt von unserem eigenen Kunden-Mix», sagt Mario Lütolf, Direktor von Luzern Tourismus. Das Ausbleiben der Übersee-Gäste schlägt sich auch in der Kasse der Tourismusorganisation nieder. Erste Konsequenzen sind gezogen: «Wir haben Abgänge nicht ersetzt und – wo es sich

aufgedrängt hat – Arbeitspensen reduziert», so Lütolf.

In anderen Tourismusorten sieht die Situation noch etwas weniger dramatisch aus. Dennoch beobachten die Verantwortlichen ihre Situation genau. Der Flaute ausgesetzt sind vor allem jene Tourismusorganisationen, die stark von den Gästetaxen abhängig sind. Das Rezept «Personalkosten einsparen» geht indes nicht für alle gleich gut auf: «Wir befinden uns bereits am unteren Ende der Personalspannweite», sagt etwa Arthur Grossen von Frutigen. **GW/SS**

Siehe Seite 7

FRANKREICH

Gastgewerbe pessimistisch

Die Prognosen für das französische Gastgewerbe im laufenden Jahr sind schlecht. Die Mehrheit der Köche gibt sich pessimistisch.

66 Prozent der französischen Köche sehen beunruhigt in die Zukunft, wie eine Umfrage der Fachzeitung «Néorestauration» ergab. Vor allem an der Côte d'Azur und in Paris wird mit rückläufigen Ergebnissen gerechnet. Besonders besorgt sind die Befragten in Sachen Personalpolitik. 67 Prozent

sind der Ansicht, dass nur eine drastische Verbesserung der Gehälter die Engpässe beseitigen könnte. Neben einer Verbesserung der finanziellen Lage, hält ungefähr die Hälfte der Befragten auch eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen für notwendig.

Recht unterschiedlich fällt die Beurteilung der Gastroführer durch die Köche aus. Der 3-Sterne-Starkoch Marc Veyrat bescheinigt ihnen im Allgemeinen Seriosität und unterstreicht ihre Nützlichkeit für die Kunden. Auch betont er deren wirtschaftliche Bedeutung für die Köche. **DST/HAS**

Siehe Seite 14



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

REBAG DATA AG

hotel informatik

keys

protel

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

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

SCANA BEWEGT MARKEN UND MÄRKTE.

Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf www.scana.ch

FIDELIO

Hotel Greulich, Zürich

In guten Häusern zu Hause: Micros-Fidelio von CHECK IN DATA

Check-In Data 01 701 96 96

htz IN KÜRZE

Mystery-Man. Immer mehr Hotels setzen anonyme Tester ein, um ihre Qualität zu heben: den Mystery-Man oder die Mystery-Woman. Das macht aber nur Sinn, wenn niemand vorgewarnt ist. **Seite 4**

Hotel-Merchandising. Hotels und namentlich Hotelgruppen bieten in immer dickeren Auswahl-Katalogen Produkte aus dem Hotel an. Die Hotel-Marke wird so in den privaten Haushalten der Gäste integriert: eine Situation, von der Marketing-Strategen träumen. **Seite 5**

Folgen der Flaute. Das Tourismusjahr 2003 wird kein Spitzenjahrgang. Wie verhalten sich Tourismusorganisationen bei geringeren Einnahmen? In Städten und Berg-Destinationen wurden nachgefragt. **Seite 7**

Berg-Destinationen. Eine Studie der Ecole hôtelière de Lausanne untersucht, wie konkurrenzfähig Schweizer Berg-Ferienorte mit ihrem Sommerangebot sind. Geprüft werden u.a. der Empfang, das Angebot an Aktivitäten und das Preis-Leistungs-Verhältnis. **Seite 9**

Österreich / Die Oldtimer im neuen Edel-Hangar von Red Bull im Flughafen Salzburg werden mit kulinarischen Novitäten garniert. Spitzenköche – unter ihnen auch Eckart Witzigmann – kommen an Bord. Gestartet wird mit einem grossen Spektakel. **Seite 13**

Gastronomie in Frankreich / 66 Prozent der französischen Köche sehen beunruhigt in die Zukunft und 18 Prozent sind sogar sehr pessimistisch. Die Fachzeitung «Néorestauration» hat 3920 Köche über die aktuelle Lage der Restaurantszene befragt. **Seite 14**

Beaujolais / Es gibt Weinsorten, die genossen lange Zeit alle Vorzüge des Ruhmes und plötzlich waren sie out. Dies ist den Weinen aus dem Beaujolais widerfahren – doch wird neuerdings kräftig investiert: in die Qualität und die Bekanntheit der Weine. **Seite 15**

USA / Um Kassiererinnen einzuzusparen, testet McDonald's in den USA neue Automaten, an welchen die Restaurantbesucher ihre Bestellung aufgeben und gleich bezahlen können. Ob dieses System aber auch im Sinne der Gäste ist, bleibt abzuwarten. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Trainingslager. Immer mehr ausländische Profi-Fussballmannschaften kommen in die Schweiz, um ein Trainingslager zu absolvieren. Die gastgebenden Hotels freuen sich über das lukrative Geschäft in dem ansonsten schwierigen Tourismus-Sommer. **CF Seite 1**

Souvenirs. Auch in schwierigen Zeiten für den Tourismus kennt die Schweizer Souvenir-Industrie keine wirkliche Krise. In der Tat ist das Schweizer Kreuz ein wahrer Erfolgsfaktor in diesem Sektor. **CF Seite 2**

Bergbahnen. Die Reaktionen auf den «Furger-Bericht» zum Zustand der Bergbahnen in den Waadtländer Alpen und auf die vorgeschlagenen Massnahmen sind verschieden. In Châteaudoix kritisiert man den Vorschlag einer Umlagerung der Kapazitäten. **CF Seite 3**

Zug-Restaurants. Eine Konferenz der Union internationale des chemins de fer (UIC) widmete sich dem Thema der Wertschöpfung in den Restaurants der Züge. Innovative Konzepte sind gefragt. **CF Seite 5**

FORUM

Gefragt sind neue Geschäftsmodelle

THOMAS BIEGER*

Branchenberichte weisen immer wieder auf die mangelnde Produktinnovation und Qualität im Schweizer Tourismus hin. Tatsächlich ist in den touristischen Zentren in den letzten zwei Jahren Phänomenales geleistet worden: die Schynige Platte wurde zum Teddyland, Interlaken erhielt mit dem Mystery Park eine Allwetter-Ganzjahresattraktion, im Raum Engelberg entstanden drei Klettersteige, das «Victoria Jungfrau» steht mitten in der Rezession vor der



Eröffnung einer innovativen Erweiterung der Wellnessanlagen, der TülsGLEISCHER wurde zum Fun-Park, in Disentis fährt man mit Trottrübikes schwarze Pisten hinunter und es entsteht ein neues Reka-Familiendorf.

In Gebieten mit unternehmerischer Tradition in der Nähe von Zentren sind Alpen bewirtschaftet und es entstehen neuen private Erlebnisbetriebe. In peripheren Gebieten braucht es dagegen oft einen Lead-Betrieb wie eine führende Bergbahnunternehmung. Ist dies eine Folge der kulturellen Tradition, der regulatorischen Barrieren oder schlicht eine Frage des attraktiven Marktes?

Überall auffällig ist das Kleinräumige und Konservative. Neben dem internationalen Tophotel hat es Dutzende von kleinen Souvenirshops im Stil der vorletzten Jahrhunderte. Neben innovativen Drei-Sterne-Hoteliers hat es Trittbrettfahrer, die schlicht kopieren. Finanziert von der erfolgreichen Bergbahn bremsen Alpenossenschaften mit jahrhundertalter Vergangenheit Entwicklungen.

Nicht neue Qualitäten oder Produktinnovationen braucht die Schweiz, sondern grössere unternehmerische Einheiten und Geschäftsmodelle. Drei oder vier serbelnde Drei-Sterne-Hotels könnten beispielsweise zu einem Low-Cost-Hotel mit innovativem Low-Service-Konzept und internationaler Ausstrahlung zusammengeschlossen werden. Alpenossenschaften könnten zusammen mit Bergbahnen bewusst selektiv einzelne Parzellen für hochpreisige Zweitwohnungen am Berg vermarkten und mit dem erzielten Erlös Infrastrukturprobleme lösen. Durch die Angliederung von Sportshops an Segelschulen oder Bergbahnen können Umwegrenditen internalisiert werden.

* Professor am Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der HSG.

FRED LAUBI

«Die besten Ideen sollten immer von den Mitarbeitern kommen»

Der Schweizer Hotelier Fred Laubi blickt auf über sechzig Jahre Berufserfahrung zurück. Von 1948 bis 1992 war er ausschliesslich im Ausland tätig.

INTERVIEW: MARTIN J. PETRAS

■ Fred Laubi, Sie haben den grössten Teil Ihrer Hotelier-Laufbahn im Ausland verbracht. Wo fühlen Sie sich zu Hause?

Ich bin bis heute ein Kosmopolit geblieben. Jeder einzelne Schritt während meiner Laufbahn hat mich weiter gebracht. Jedes Land hat mich enorm geprägt und ich konnte von jeder Kultur etwas mitnehmen. Es war aber immer mein Wunsch, irgendwann in die Schweiz zurückzukehren. Denn im Grunde fühle ich mich doch als Schweizer.

■ Und wenn Sie heute mit sechzig Jahren Berufserfahrung irgendwo auf der Welt ein eigenes Hotel eröffnen würden: Wie würde es aussehen und wo würde es stehen?

Wenn ich heute ein Hotel eröffnen würde, dann wäre das ein kleines Boutique-Hotel, mit wenigen hochmotivierten Angestellten. Und stehen würde dieses Hotel wahrscheinlich in Italien.

■ Könnte man somit Italien als Ihr eigentliches Lieblingsland bezeichnen?

Ja, in Italien habe ich meine berufliche Ausbildung erst richtig abgeschlossen. In Florenz und Venedig habe ich mich als junger Hotelier positionieren können. Und meine Tätigkeit in Italien war auch eine sehr erfolgreiche Zeit.

«Wenn ich heute ein Hotel eröffnen würde, dann wäre das ein kleines Boutique-Hotel.»

■ Ihre Hotelier-Laufbahn führte Sie von Italien nach Kanada, Monte Carlo, USA und wieder in die Schweiz zurück. Welche dieser Stationen bedeutete für Sie die grösste berufliche Herausforderung?

Als die grösste Herausforderung würde ich die verschiedenen Hotelprojekte von Swisôtel in Nordamerika bezeichnen. Es war eine aufregende und faszinierende Aufbauarbeit, ab Anfang 1981 den Namen und das Image der Schweizer Hotelindustrie in den Vereinigten Staaten zu etablieren.

Foto: Martin J. Petras



HOTELIERLEGENDE FRED LAUBI

Mehr als ein halbes Jahrhundert im Hotel-Business: «Die positivsten Erfahrungen während meiner Laufbahn habe ich immer durch meine Mitarbeiter erlebt.»

Dadurch hatten auch zahlreiche junge Schweizer Hoteliers die Gelegenheit, bei dieser Schweizer Hotelkette eine internationale Laufbahn einzuschla-

gen. Meine Tätigkeit als Verantwortlicher für Swisôtel Nordamerika war sicher eins der Highlights meiner langen Karriere.

Sechzig Berufsjahre als Gastgeber

Der 1923 in Bern geborene und in Frankreich aufgewachsene Fred Laubi besuchte von 1943 bis 1946 die Hotelfachschule in Lausanne. Nach verschiedenen Stages in renommierten Schweizer Hotels verließ seine Hotelier-Laufbahn von 1948 bis 1992 ausschliesslich im Ausland. Fred Laubi war ab 1953 Direktor des Hotel Excelsior in Florenz, von 1959 bis 1969 gleichzeitig Direktor der Hotels Gritti Palace und Excelsior am Lido in Venedig. Danach zog es Fred Laubi in die Neue Welt: 1969 wurde er Direktor des Hotels Ritz Carlton in Montreal. Dann

zurück nach Europa, an die Côte d'Azur: Von 1977 bis 1981 leitete er das «Hôtel de Paris» in Monte Carlo. Mit der Gründung von Swisôtel zog es Fred Laubi in die USA: Von 1981 bis 1989 wirkte er als Verantwortlicher für Swisôtel Nordamerika. Das Pensionsalter war kein Grund zum Aufhören: 1989 übernahm er die Geschäftsführung der italienischen Luxushotel-Gruppe Cogeta. Und nach 50-jähriger Hotelaktivität folgte 1993 die Rückkehr in die Schweiz: Von 1993 bis 1996 leitete Fred Laubi das Hotel Villa Principe Leopoldo in Lugano. **MJP**

■ Und wenn Sie heute einem jungen Schweizer Hotelier gute Ratschläge mit auf seinen Berufsweg geben würden: Was würden Sie ihm sagen?

Der Hotelierberuf ist bekanntlich ein sehr vielfältiger. Für einen jungen Hotelier ist es wichtig herauszufinden, wo seine eigenen Stärken liegen. Sehr wichtig sind profunde Kenntnisse der Gastronomie, Werbung und PR sowie der Administration und Finanzen. Doch in erster Linie braucht es für diesen Beruf Leidenschaft und Begeisterung.

■ Früher wurde vieles mit Intuition erledigt, heute ist auch die Informatik eine wichtige Entscheidungsgrundlage. Wie empfinden Sie diese Technologisierung des Hotelmanagements?

Man muss immer die jeweiligen Infrastrukturen für sich arbeiten lassen. Trotzdem ist es für einen Hotelier nach wie vor wichtig, nicht allzu lange im Büro zu sitzen. Ich persönlich war immer auf die Gäste und den Service fokussiert.

«Für einen Hotelier ist es nach wie vor wichtig, nicht allzu lange im Büro zu sitzen.»

■ Was macht für Sie einen guten Hotelmanager aus?

Chasing for details. Als Leader muss der Hotelier in erster Linie allen Kleinigkeiten nachgehen und sie beheben. Und er muss auch seine Erfahrungen den Mitarbeitern vermitteln. Die Mitarbeiter müssen sich im Betrieb wohl fühlen und sie müssen das Gefühl haben, am Erfolg des Betriebs beteiligt zu sein. Die besten Ideen sollten grundsätzlich immer von den Mitarbeitern kommen.

■ Sie haben kurz vor Ihrem achtzigsten Geburtstag ad interim die Führung der «Villa Sassa» in Lugano übernommen. Welches sind dabei Ihre Ziele?

(Lacht) Ich besitze eine grosse Erfahrung als Troubleshooter... Ich möchte dem Besitzer dabei helfen, die Führungsbedürfnisse dieses Hotels richtig abzuschätzen und sämtliche Infrastrukturen des Hotels zu koordinieren. Da dieses Hotel im Moment zuzusagen ohne Management ist, möchte ich weiter einen geeigneten Direktor finden. Die «Villa Sassa» muss für die Zukunft eine Hotelkultur aufbauen und sich das Image eines Boutique-Hotels schaffen, um sich in dieser Nische entsprechend positionieren zu können.

Schwieriges Halbjahr

Mövenpick. Der konsolidierte Konzernumsatz der Mövenpick-Gruppe ging im ersten Halbjahr 2003 – bereinigt um Veräusserungen von Geschäftsaktivitäten und um Betriebs-schliessungen und -eröffnungen – um 6 Prozent auf 353,7 Mio. Franken zurück. Das operative Betriebsergebnis (EBIT) betrug –13,1 Mio. Franken (Vorjahr –2,5 Mio.). Aufgrund von Veräusserungserträgen resultierte ein Konzerngewinn von 155,7 Mio. Franken (Vorjahr 13,0 Mio. Verlust).

Wie Mövenpick weiter mitteilt, werde der Restrukturierungsprozess konsequent fortgesetzt, speziell in der Gastronomie. Es sei eine «rigorose Bereinigung der Standorte notwendig». Ein Aktionsplan bestehe für Deutschland und die Schweiz. Weiter expandiere Mövenpick Hotels & Resorts im Bereich der erstklassigen Hotellerie. Im 2. Halbjahr würden Betriebe in Bahrain, Dubai und Berlin eröffnet. Der Unternehmensbereich Wein verbleibt im Portfolio der Gruppe. *DST*

Dreiländer-Portal

Basel. Die trinationale touristische Zusammenarbeit in der Region Basel soll online gehen: Kernpunkt des Programms Interreg III, das von 2003 bis 2007 läuft, wird eine gemeinsame Internetplattform in drei Sprachen (d/f/e) sein. Das im Frühjahr von der EU bewilligte Programm ist mit 790 000 Euro (1,2 Mio. Franken) budgetiert.

Geplant sind zudem «Welcome-Desks» am EuroAirport (EAP) Basel-Mülhausen. Eine Studie soll das Tourismuspotenzial der EAP-Fluggäste aus-

loten und eine Entwicklungsstrategie formulieren.

Laut dem baselstädtischen Tourismusdirektor Daniel Egloff soll das Internetportal binnen zehn bis zwölf Monaten online sein. An die Kosten des Gesamtprojekts soll die EU 230 000 Euro (29,1%) beisteuern, die Schweiz gut 89 000 (11,3%), die Tourismusorganisationen von Basel-Stadt und Basel-Land je 75 000 (9,5%), jene von Colmar, Freiburg, Mülhausen sowie der EuroAirport je gut 70 000 Euro (8,9%). *KJV*

«Selektiver investieren»

Accor. Die weltweit agierende, französische Hotel- und Tourismusgruppe hat im ersten Halbjahr 2003 einen Umsatz von 3,3 Mrd. Euro (5 Mrd. Franken) erwirtschaftet, gegenüber 3,6 Mrd. Euro (5,4 Mrd. Franken) im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Das ist ein Rückgang von 7,8%. Bereinigt um die Währungsverluste, würde das Minus allerdings nur 0,4% betragen, heisst es in der Pressemitteilung. Die Hotel-Umsätze Accors gingen im ersten Halbjahr weltweit von 2,47 Mrd. Euro

(3,66 Mrd. Franken) im 2002 auf 2,35 Mrd. Euro (3,5 Mrd. Franken) im 2003 zurück. Das ist ein Rückgang um 5%, oder währungsbereinigt um -1,7%. Das zweite Quartal habe einen «scharfen Rückgang des Geschäfts» gebracht, und zwar in den Accor-Hotels des oberen und mittleren Segments (minus 4,4%) und in den US-amerikanischen Economy-Hotels (minus 4,6%), die europäischen zeigten plus 0,5%. Die Konsequenz: Accor wolle «selektiver investieren». *KJV*

FABIO BONETTI

«Zusammen gehts besser»

Fabio Bonetti ist seit genau einem Jahr Direktor von Ente Turistico Lago Maggiore. Er hat, sagt er, vor allem punkto Kooperationen einiges bewirkt.

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

■ Herr Bonetti, was haben Sie in einem Jahr in der Destination Lago Maggiore bewegt?

Ich habe vor allem im Bereich Kooperationen einiges bewegen können. Die Zusammenarbeit zwischen dem Ente Turistico Lago Maggiore und den beiden Sektionen des Hoteliervereins, Locarno und Ascona, ist besser geworden. Wir besprechen gewisse Projekte miteinander. Auch haben wir die Zusammenarbeit mit der Gemeinde verbessert. Auch mit ihnen besprechen wir verschiedene Projekte. Grundsätzlich heisst mein Motto: «Zusammen geht es besser». Jetzt werden diese Kooperationen begrüsst, vorher war die Zusammenarbeit schwieriger.

■ Was macht Ihnen in Ihrer Arbeit als Tourismusdirektor am meisten Spass?

Dass ich etwas für die Region und die Menschen, die da leben, tun kann, das macht Freude. Unsere Partner und unsere Gäste sind zufrieden, das bereitet mir viel Freude.

■ Welches sind die grössten Schwierigkeiten?

Es stört mich, wenn man Politik und Tourismus zusammen vermischt. Die Politiker sehen oft die touristischen Probleme aus einer anderen Optik: Die Lösungen sind nicht immer tourismusorientiert. Das hat zur Folge, dass gewisse Projekte nur langsam vorangetrieben werden können.

■ In Locarno hat das Film-Festival gerade begonnen. Haben Sie hochgerechnet, wie viel dieser Event an Wertschöpfung bringt?

Wir haben bis jetzt noch keine Zahlen. Doch in diesem Jahr erstellen die Organisatoren eine Studie, die die Zahlen offenlegen soll. Das Festival bringt viel, die Hotels sind fast ausgebucht. Für 10 Tagen merkt man hier nichts von der Krise im Tourismus.



Fabio Bonetti

BERN-BELP

Restaurant und Hotel am Flughafen geschlossen



FLUGHAFEN BERN-BELP

Bis die Valiant Bank einen Käufer oder einen neuen Pächter für das Hotel und Restaurant am Berner Flughafen gefunden hat, wird das Objekt wohl keine Gäste mehr sehen.

Das Flughafen-Restaurant Bern-Belp ist für unbestimmte Zeit geschlossen. Entschieden hat dies die Valiant Bank nach der Ersteigerung des Objekts.

■ DANIEL STAMPFELI

Um die Gaststätte auf dem Berner Flughafen zu betreiben, sei ein Umsatz von über 3 Mio. Franken nötig. Dies wurde im vergangenen September mitgeteilt, als bekannt wurde, dass über den Betrieb der Konkurs eröffnet wurde. An dieser Richtiggrösse hält Liliane Rentsch, Leiterin Beratung hotelierische, nach wie vor fest. Die SHV Management AG führte den Betrieb seit vergangem Herbst interimistisch auf Mandatsbasis.

Damals waren 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter übernommen worden, mit der Auflage, dass das Arbeitsverhältnis durch den Arbeitgeber nicht aufgelöst werden könne. Zur Zeit der Schliessung waren noch 10 Personen beschäftigt. Für Liliane Rentsch sei schon im vergangenen Herbst klar gewesen, dass der Betrieb unter den gegebenen Voraussetzungen nicht rentabel geführt werden könne, was sich denn auch bestätigt habe.

Vergangene Woche wurde die Liegenschaft von der Hauptgläubigerin, der Valiant Bank, für 900 000 Franken ersteigert. Seither ist der Betrieb ge-

schlossen. Die Valiant Bank begründet die Schliessung mit der unrentablen Geschäftsführung. Die neue Eigentümerin fahre mit dem geschlossenen Betrieb nicht schlechter.

VALIANT BANK SUCHT KÄUFER

Die Valiant Bank will langfristig weder Hotelier noch Gastronom sein. Ziel ist es, das Objekt wieder zu verkaufen. Ein allfälliger Käufer müsste aufgrund notwendiger Sanierungen

und je nach Betriebskonzept laut Liliane Rentsch mindestens 1 Mio. Franken investieren. Die Valiant Bank schliesst nicht aus, dass vorübergehend ein Kaufinteressent als Pächter oder aber ein Geschäftsführer im Auftrag der Bank den Betrieb weiter führen könnte. Liliane Rentsch räumt einem innovativen Wirt durchaus Chancen ein, dereinst den Betrieb rentabel führen zu können. In der Zwischenzeit müssen sich die Flughafen-Besucher mit der Kaffeebar von Valora sowie dem «Propellerstübli» begnügen.



GASTRONOMISCHE ALTERNATIVE

Das «Propellerstübli» erfreute sich schon vor der Schliessung von Hotel und Restaurant grosser Beliebtheit. Der Ansturm dürfte nun noch grösser werden.

KURZ UND BÜNDIG

Gasthof Hirschen in Matten versteigert

Die UBS hat für 1,5 Mio. Fr. den «Hirschen» in Matten ersteigert. Stephan Maeder, Bernensis Hotel AG, führt den Betrieb weiter. *MW*

Reklame

KLAFS

Die Wellnessspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



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

Name _____
 Vorname _____
 Strasse _____
 PLZ/Ort _____
 Telefon _____

KLAFS

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

Weitere Geschäftsstellen in:
 Bern, Brig VS, Chur GR, Glarus UD, Dietikon ZH.

RICHARD OEHLER

Standards anpassen

Richard Oehler, Senior Vice President bei der Mövenpick Hotels & Resorts Management AG in Adliswil, sagt, weshalb er Hoteltester einsetzt.

INTERVIEW: HELGE SOBIK

Sie setzen Hoteltester ein?

Ja, weil wir Bescheid wissen wollen, inwieweit unsere sowie die international vergleichbaren Standards in den Hotels umgesetzt sind. Ebenso interessiert uns, wie sich ein Hotel innerhalb des Benchmarks verändert.



Richard Oehler

Wie läuft so ein Test ab?

Die Tester reservieren ihr Zimmer anonym über diverse Buchungskonzepte. Der Test wird ebenfalls anonym durchgeführt. Dabei werden sämtliche Hotels aus Gast Sicht auf die Standards im Dienstleistungsbereich hin geprüft. Als Grundlage dient ein standardisierter Fragenkatalog, welcher mit Punkten gewertet wird. Ein Minimum-Benchmark von 80 Prozent wird dabei von allen Hotels erwartet.

Am Schluss des Audits spricht der Tester mit dem Management und erläutert die Ergebnisse und seine Empfehlungen. Zwei bis drei Wochen später folgt ein detaillierter Rapport.

Werden viele Empfehlungen der Tester umgesetzt?

Wo interne Standards nicht erfüllt werden, muss die Empfehlung umgesetzt werden. Bei Anregungen, die weiterreichend sind, wird es dem Hotelier überlassen, ob er sie umsetzt.

ANONYME TESTER

Möglichst gut getarnt ins Hotel

Manchmal kommen sie mit Schlapphut und Hawaiihemd, manchmal im Businessanzug – auf jedenfall möglichst gut getarnt: der Mystery-Man oder die Mystery-Woman. Immer mehr Hotels setzen anonyme Tester ein, um ihre Qualität zu heben.

HELGE SOBIK

Irgendetwas muss schief gelaufen sein: Vier Dutzend Kellner mit weissen Handschuhen stehen am roten Teppich Spalier, Blumen-Deko säumt das Portal. Der Hoteldirektor hat sein Sonntagsstrahlen aufgesetzt und stürzt aufgeregt dem älteren Herren entgegen, der gerade etwas irritiert in der Hotelvorfahrt aus seiner Limousine klettert, und die versammelte Kellnerschar steht stramm: Ankunft eines Hoteltesters bei einem Fünf-Sterne-Haus von Leading Hotels in China. Offenbar hat es mit Geheimhaltung und Anonymität nicht so recht geklappt, und ganz sicher wollte der Direktor nur den besten Eindruck hinterlassen. Tatsächlich hat der Vorfall dazu geführt, dass die Inspektoren von Leading Hotels seitdem wesentlich geheimer reisen ...

Mehr und mehr Sterne-Hotels in aller Welt lassen sich zumeist zweimal im Jahr von Hoteltestern überprüfen. Das macht nur Sinn, wenn niemand vorgewarnt ist. Dabei wechseln die zumeist männlichen Kontrolleure ihre Identität so oft wie manch ein Geheimagent, reisen mal im dunklen Anzug, mal im Hawaiihemd, gaukeln mal den Geschäftsreisenden, mal den Feriengast vor, bleiben meist zwei, nie länger als drei Nächte und füllen während des Aufenthalts bis zu 1500 Punkte umfassende Checklisten akribisch genau aus.

DER BESTE WEG, DIE QUALITÄT ZU ERFAHREN

Dabei fliegen professionelle Tester nahezu nie auf, nicht mal der Direktor wird zuvor über den Besuch informiert. Erst beim Auschecken gibt sich der Mystery-Guest zu erkennen und trifft sich mit der Führungsriege zu einem Gespräch über seine Testergebnisse. Sein schriftliches Gutachten – bis zu 150 Seiten stark – folgt später.

Zwischen 1800 und 4000 Dollar kostet so eine Expertise im Bereich der internationalen Vier- und Fünf-Sterne-Hotellerie – Auswertung und Abschlussbesprechung inklusive, wäh-

Foto: Keystone



DER GETARNT HOTELTESTER

Er ist ein Geschäftsmann oder ein Feriengast – Hauptsache, er unterscheidet sich nicht von einem gewöhnlichen Hotelgast. Würde er als Hoteltester erkannt, wäre seine Mission gescheitert.

rend sämtliche Reisespesen des Testers extra gehen.

«Für uns ist der Einsatz eines anonymen Hoteltesters der beste Weg, die Qualität aller Leistungen genau so erfahren und bewerten zu können wie ein Gast», so Miriam Block von Steigenberger. Der Konzern hat bereits vor acht Jahren Prüfstandards für alle Häuser festgelegt.

Als Tester verpflichtet werden meist renommierte Beratungsunternehmen, die sich auf dieses Geschäft spezialisiert haben – unter anderem ehemalige Hoteldirektoren. Als Neuling oder gar als Quereinsteiger in diesem Bereich Fuss zu fassen, ist schwierig: Geschäftsbeziehungen sind vielfach über Jahre gewachsen und beruhen auf einem besonderen Vertrauensverhältnis. So beauftragt Mandarin Oriental beispielsweise seit 15 Jahren dieselbe Firma mit den anonymen Hoteltests – und das Datum jedes einzelnen Tests kennt nicht mal das Headquarter in Hongkong.

«Es ist extrem wichtig, diese völlig unabhängige Art der Qualitätskon-

trolle durchzuführen und das Hotel mit allen Einrichtungen und Services auf den Prüfstand zu stellen. Es hilft uns, das Qualitätsniveau weiter zu heben», so Wilhelm Luxem, General-Manager im Oberoi-Hotel auf Mauritius. «Wir schauen uns jeden Kritikpunkt sehr genau an, diskutieren mit den betroffenen Abteilungen und stellen Ausbildung und Training darauf ein.» Um die absolute Anonymität zu wahren, verpflichtet das «Oberoi» Mauritius jeden Tester nur einmal.

«RITZ-CARLTON»: LIEBER GÄSTEUMFRAGEN

In der Liga der internationalen Spitzenhotellerie ist Ritz-Carlton in dieser Hinsicht die Ausnahme: Das Unternehmen verzichtet bislang vollständig auf anonyme Hotel-Checks. Auch der routiniertere Tester sei von zu subjektiver Beurteilung nicht frei: «Wir vertrauen stattdessen auf massgeschneiderte anonyme Gästefragen», so Marion Schumacher aus der Europazentrale.

Eine andere Philosophie verfolgt der Accor-Konzern, der seine in der Mittelklasse angesiedelten Novotel- und Mercure-Häuser einmal jährlich einer angekündigten Prüfung durch festangestellte Mitarbeiter unterzieht. Das Unternehmen verspricht sich von diesem Weg, so Sprecherin Julia Fischer, «mehr Transparenz». Verdeckt werden bei der Accor-Kette lediglich Testbuchungen in der telefonischen Reservierungszentrale durchgeführt, um die dortige Servicequalität zu testen.

Originell wird es, wenn ein vermeintlicher Hotel-Inspektor enttarnt wird – so geschehen im Restaurant eines Steigenberger-Hauses: Der Kellner glaubte, in einem Gast einen Tester wiedererkannt zu haben, informierte hinter vorgehaltener Hand Koch und Kollegen und lief zur Hochform auf. Der Gast genoss die entgegengebrachte Fürsorge sichtlich. Der tatsächliche Tester sass währenddessen un bemerkt, aber sehr amüsiert am Nebentisch, machte sich Notizen und setzte seinen Restaurant-Check fort ...

AUS DEM ALLTAG EINES HOTELTESTERS

Der Mann mit verschiedenen Identitäten

Mauricio Leone (Name von der Redaktion geändert) ist Hoteltester. Zu seinem Job gehört es, nicht erkannt zu werden. Nur so hilft er den Hoteliers.

HELGE SOBIK

Nur nicht die falsche Kreditkarte! Mauricio Leone hat drei davon in der Brusttasche und schlägt sicherheits halber nochmal nach, unter welchem Namen er das Zimmer reserviert hat, ehe er das Hotel am Ufer des Genfersees betritt. Er muss als anonym Hoteltester unerkannt bleiben, um nicht im Rechner der Réception als der Mann mit den 1500 Franken gespeichert zu sein und fortan still und heimlich eine Sonderbehandlung zu erfahren. Wer als Hoteltester Erfolg ha-

ben und dem Haus weiterhelfen will, muss unerkannt bleiben.

Leone lässt sich aufs Zimmer im zweiten Stock begleiten, die Schalter erklären, gibt dem Bell-Boy knausrige 2 Franken Trinkgeld fürs Gepäck und zückt die umfangreiche Checkliste, sobald die Zimmertür ins Schloss gefallen und er alleine ist: Siebzig Sekunden hat er an der Réception warten müssen, weil nicht genügend Personal dort war und abseits einer der Réceptionisten mit einer Kellnerin flirtete, statt sich um die Gäste zu kümmern.

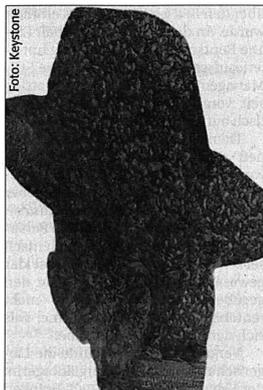
Dafür war der Gepäckservice extrem schnell, während die Tür viel zu laut ins Schloss fiel und dringend gedämmt werden muss. Die Bettkante ist ein wenig abgestossen, die Mini-bar nicht vollständig aufgefüllt. Der Orangensaft, mit 5 Franken auf der Preisliste vermerkt, ist nicht vor-

handen. Das Haltsbarkeitsdatum einer Packung Erdnüsse ist um zwei Monate überschritten. Das Bad ist blitzsauber – bis auf die Haare im Duschabfluss. Die Rose vor dem Spiegel ist eine besonders nette Willkommensgeste. Schade nur, dass sie die Blätter bereits hängen lässt. Dies entwertet die nette Geste gleich wieder.

VERÄNDERUNGEN WERDEN FESTGEHALTEN

Leone notiert jedes Detail, checkt das Zimmer anhand der vorbereiteten Liste. Am Nachmittag werden Lobby und Café-Terrasse, am Abend Bar und Restaurant folgen, am nächsten Tag der Konferenzbereich.

Mit dem Headoffice des auftraggebenden Hotelunternehmens ist im Vorfeld die Liste der Checkpunkte auf-



Der Tester muss unerkannt bleiben.

gestellt worden. Akzente werden gezielt gesetzt, und vor allem wird geschaut, inwieweit sich die Schwachpunkte des letzten Tests vor einem halben Jahr verändert haben.

ER IST IMMER IN EILE, SEIN BLICK IST GESCHULT

Leone ist dabei immer in Eile, der Blick geschult: Schnell und gründlich muss er arbeiten, ehrlich und ohne zu beschönigen, aber auch ohne schwarz zu malen. Und am Ende muss er alle Erfahrungen in einem Gutachten zusammenfassen, das Standing des Hauses im Konkurrenzumfeld angesichts des aktuellen Testergebnisses beurteilen und seine Verbesserungsvorschläge machen.

Die Hotel-Rechnung zahlt Leone per Kreditkarte – mit der richtigen, notabene.

MARKENBILDUNG DURCH MERCHANDISING

Das Hotel ist auch exklusives Kaufhaus

Tee und Konfitüre, Bettwäsche und Möbel mit und ohne Hotel-Logo: Gäste holen sich das Hotel nach Hause, und Hotels profitieren davon. Das Hotel-Merchandising verzeichnet teilweise zweistellige Zuwachsraten und trägt zur Markenbildung bei.

HELGE SOBIK

Nach sind die Kataloge von Quelle und Otto dicker, doch Ritz-Carlton und Hyatt holen auf: Hoteliers entdecken und erschließen eine neue Marktlücke, die ihnen lukrative Zusatzgeschäfte beschert, ohne dass sie dafür Zimmer anbauen oder täglich sauber machen müssten.

Hotels und namentlich Hotelgruppen bieten in immer dickeren Katalogen Produkte aus dem Hotel an – und reagieren damit auf Gästewünsche, denn immer öfter erkundigen sich Ferien- wie Geschäftsreisende nach der Marke des Dusch-Gels im Bad, fragen nach der Tee-Sorte, der Frühstückskonfitüre oder bitten um die Kontaktadresse des Herstellers der Hotelbettwäsche. Da liegt es nahe, all diese Waren direkt im Hotel weiterzuverkaufen oder auf Bestellung an die Gäste zu versenden – als Kundenbindungsinstrument und vor allem, um daran zu verdienen.

MARKTLÜCKE FÜR LIFESTYLE-UMSÄTZE

Zum wiederholten Mal ist der entsprechende Ritz-Carlton-Katalog inzwischen erschienen – und hat im Umfang wiederum um etwa 15 Prozent zugelegt. Darin angeboten: handbemalte Müesli-Schalen für 25 Dollar (Fr. 33.75), der halbe Liter der Duschgel-Hausmarke für 22,50 (Fr. 30.–), Duftkerzen ab 8,50 (Fr. 11.50), und 125 Gramm Tee der Hausmischung für 14 Dollar (Fr. 19.–). Das Pendant bei Hyatt ist bislang auf einzelne Häuser

beschränkt, die es in Eigenregie und unterschiedlicher Ausfertigung auflegen. Weitere Mitbewerber werden nachziehen. So hat etwa das «Mandarin-Oriental Hotel Miami» für den Herbst 2003 einen ersten eigenen Katalog angekündigt, während das «Oriental» in Bangkok bereits «Hotel-Shops» in den drei größten Einkaufszentren der thailändischen Hauptstadt unterhält – bisher noch ohne Katalog.

DAS BESONDERE, DAS MAN NICHT ÜBERALL BEKOMMT

Immer mehr Hotels lassen sich auf die Marktlücke ein, sind immer findiger in der Produktauswahl, verkaufen Lifestyle als werbewirksames Andenken für zuhause. Dabei steht das Hotel-Logo nicht mehr als Statussymbol, nicht als vorzeigbare Wohlstandstrophäe, sondern es geht mehr denn je um das Produkt dahinter – nicht primär um Bademäntel, Handtücher und Aschenbecher, nicht um klassische Mitbringsel oder gar Mitnehmense, sondern um die besondere Note. Es geht um etwas, das man nicht überall kaufen kann, und das den Genuss des Hotelaufenthalts ins Privatleben hinein verlängert: um Wohlgefühlprodukte, um Kosmetik, Food, aber auch um Möbel und Design.

HOTEL-MARKE IN DEN HAUSHALT INTEGRIERT

Von solch einer Situation träumen Marketingstrategen: Kunden integrieren eine Marke in den eigenen Haushalt, die dafür eigentlich gar nicht gedacht war. Wer ein Hotel betreibt, will Übernachtungen verkaufen, vielleicht ein Lebensgefühl, nicht aber primär Tee, Pralinen, Gebäck, Düfte, Dekor. Umso besser für ihn, wenn das Ambiente so stimmig ist, dass Gäste Teile dieses inszenierten Wohlgefühl ins Privatquartier übertragen wollen und fortan nebenbei jeden Morgen auf den goldenen Löwenkopf blicken, wenn sie Tee aus der Ritz-Carlton-Dose aufgießen, beim Biss in die Schokoladentafel ein Bildchen vom

FOTOS: ZIG



HOTEL-BOUTIQUE IM «HYATT»

Insbesondere Geschäftsleute mit wenig Zeit, so heisst es bei Hyatt, nutzen für den bequemen Einkauf gern die Hotel-Boutique. Geschenk-Vorschläge kommen hinzu.

«Adlon» sehen und die fruchtig-scharfe «XO»-China-Sauce das Logo von Peninsula ziert. Megan Weber, in der Ritz-Carlton-Zentrale in Atlanta verantwortlich für den Branding-Katalog, der ursprünglich für die Einkäufer der jeweiligen Hotelboutiques bestimmt war: «Der Erfolg dieses Merchandising hat uns bewegt, den Katalog direkt für die Gäste zu produzieren. Inzwischen vertreiben wir sämtliche Produkte auch via Internet.»

MÖVENPICK PROFITIERT VOM CO-BRANDING

Keinem zweiten Unternehmen ist es unterdessen bislang gelungen, ein derart breites Produktsortiment jenseits der Hotellerie zu etablieren wie dem schweizerischen Mövenpick-Konzern. Der gute Ruf der gleichnamigen Lebensmittel fördert seit Jahren das Image der Hotelkette – und umgekehrt. Sprecherin Eva-Maria Panzer aus der Zürcher Zentrale: «Viele Erstkunden in unseren Hotels sind schon seit Jahren mit Produkten unserer Fine Foods Division vertraut und übertragen dieses Image von hoher Qualität und schweizerischer Herkunft auch als Eigenschaft auf die Mövenpick-Hotels & Resorts.» Das Co-Branding trägt die Marke in ein Umfeld, das sie anders kaum erreichen würde. Gleichzeitig verkaufen die Hotels in ihren hauseigenen Shops diese Produkte an die Gäste, schaffen so eine besondere Kundenbindung – und verdienen obendrein daran. Panzer: «So werden innerhalb unseres Konzerns Syner-

gien genutzt.» Selbst Ketten, die bereits gezielt an der Verbreitung ihrer Branding-Produkte arbeiten, gestehen ihren einzelnen Häusern grosse Freiheiten in diesem Markt zu.

ZWEISTELLIGE ZUWACHSRATEN

So legt etwa das Wolfsburger «Ritz-Carlton» einen eigenen Produkte-Katalog auf, der von der Konzernversion abweicht und dreimal im Jahr an Stammkunden geht – Umfang derzeit acht Seiten, Tendenz zunehmend.

Über die Höhe des zusätzlichen Umsatzes mit Branding-Produkten, ganz unabhängig von Marketingeffort und Imagegewinn, schweigen sich die Unternehmen aus. Weber von Ritz-Carlton spricht lediglich von «jährlich zweistelligen Zuwachsraten».

HOTELS ALS NOBLE EINRICHTUNGSHÄUSER

Selbst wenn es keinen Katalog gibt, keinen offensiven Verkauf, keine Preisschilder an den Zimmern, scheinen Gäste ihre Hotels zusehends auch als noble Einrichtungshäuser zu betrachten. Das «Oberoi» auf der indonesischen Insel Lombok arbeitet inzwischen mit einer Reihe lokaler Handwerker zusammen, die das Mo-

bilien der Gästezimmer nachbauen, um entsprechende Kundenwünsche aus aller Welt zu befriedigen. Das Schwesterhotel auf Mauritius hat sich unterdessen einen Vorrat an exotischen Antiquitäten und Einrichtungsgegenständen zulegen müssen, um Gästewünsche nach Mobiliar im Stil der Hotelleinrichtung für zuhause künftig prompt erfüllen zu können.

ART-DECO-LAMPEN AUS DEM «MONTANA» LUZERN

Das «Montana» in Luzern lässt exklusiv für das Hotel entworfene Art-Deco-Lampen inzwischen in Serie fertigen, um der Nachfrage gerecht zu werden. Und der Innenarchitekt des «Rosewood Dharmawangsa» in Dja-karta hat Gäste aus Übersee offenbar so überzeugt, dass sie sich die komplette Einrichtung der Präsidentensuite nachbauen liessen – immer zur Freude der lokalen Handwerker und der Hotels. Beide verdienen meist nicht schlecht daran.

IN DER BÄCKEREI FRAGT MAN NACH «HYATT-BROT»

Dass es im Kleinen so ähnlich funktioniert, spürt eine Bäckerei in Mainz: Seit sich herumgesprochen hat, dass dort das Olivenbrot für ein Fünf-Sterne-Hotel gebacken wird, kommen immer öfter Neukunden in den Laden, die nach dem «Hyatt-Brot» fragen. Im Hotel-Shop haben sie bereits Oliven und das passende Öl mit entsprechendem Logo auf der Edel-Verpackung erstehen können, nicht aber das frische Brot. Die Besteller aus dem Ritz-Carlton-Katalog sind das, was ein Hotel eigentlich im Innersten ausmacht – nämlich die Betten: Nichts wird so oft verkauft wie Matratzen, Daunendecken, Bettbezüge – lieferbar in verschiedenen Größen und in alle Welt.

Erfolg mit Marken

Das zweite «European Hospitality Forum» im Kongresszentrum Basel, am Montag, dem 24. November 2003, wird sich dem Thema «Branding for profit – mehr Erfolg mit starken Marken» widmen. Spezialisten aus verschiedenen Bereichen zeigen die Erfolgsfaktoren einer konsequenten Markenstrategie für die Hotellerie auf. Zum Thema wird auch eine Studie der Hotelfachschule Lausanne erarbeitet, deren Resultate und Erkenntnisse im Rahmen des Forums erstmals vorliegen werden. Sie soll die Bedeutung und das Potenzial von Branding für die europäische Hotellerie-Branche aufzuzeigen. Das «European Hospitality Forum» findet parallel zur Igeho 03 statt: Die Internationale Fachmesse dauert vom 21. bis 25. November. KIV



DIE TORTE DES «IMPERIAL»

Das Hotel Imperial in Wien ist Mitglied der «Luxury Collection». Wer auf deren Website das Hotel Imperial anklickt, gelangt zunächst zur Torte, dann zum Hotel.

Hotel für zuhause: Beispiele für Merchandising-Bestseller

Accor: Weinsortiment «Grands Vins Mercure», Regenschirme, Golfbälle, und weiteres.

Adlon: Berlin: 40 Artikel, darunter Wäsche- und Schuhbeutel, Klassik-CDs, Zigarren, Plüschbären.

Hyatt: unter anderem Bettwäsche, Handtücher, Plüschtiere, Schlüsselanhänger.

Jumeirah: Bad-Produkte (Hermes), Pfeffer & Salz-Sets wie im Restaurant des Bordj el Arab.

Mandarin-Oriental: von Haus zu Haus unterschiedlich. Das Hotel in Miami ar-

beitet an einem eigenen Katalog, das in Bangkok unterhält bereits Hotel-Shops in drei Shopping-Malls.

Mövenpick: Konfitüre, Kaffee, Eis. Verkauf im Hotel und in Supermärkten völlig hotelunabhängig.

Peninsula: Tee, Pralinen, chinesische XO-Sauce in der «Peninsula-Boutique» in einigen Häusern.

Ritz-Carlton: Badkosmetik in 0,5- und 1-Liter-Behältern, Aromatherapie-Kerzen, Tee, Kaffee, Weine, Zigarren, Matratzen, Bettwäsche, neuerdings auch Schmuck, Bekleidung. Verkauf in

den Hotels, via Katalog und Internet. **«Imperial» Wien:** «Imperial-Torte» (30000 Torten pro Jahr, immer mehr für Versand in alle Welt; Bestellungen auch unter www.imperial-torte.at)

Starwood: Die Hotel-Marken «W» und «Westin» von Starwood verkaufen das «Signature Bed», das «Heavenly Bed», das «Heavenly Bath» und weitere Produkte. Bestellung auch via Website www.westin-hotelsathome.com.

Steigenberger: von Haus zu Haus verschieden, z.B. «Frankfurter Hof Konfitüre», «Frankfurter Hof Cuvee». HS



Merchandising bringt die Hotel-Marke in Erinnerung: die Agenda von Hyatt.

Reklame

Rethink china

FIGGIO
PORZELLA

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

KUNST UNTER FREIEM HIMMEL

Der Sommer der Kunst bringt Gäste

In diesem Sommer wird viel Kunst unter freiem Himmel gelebriert. In Bad Ragaz, am Simplonpass, im Engadin und am Sempachersee sorgen diese gut besuchten Ausstellungen auch für willkommene Wertschöpfung in Hotellerie und Restaurants.

KARL JOSEF VERDING

Europas grösste Kunstausstellung unter freiem Himmel bringt auf den Plätzen und Strassen, in Parks und Hotelanlagen von Bad Ragaz – und sogar auf Pardiel am Pizol – sowie in Vaduz die Werke der Künstler vor die Augen der Einwohner und Gäste. Unter dem Titel «Bad Ragartz» zeigt die 2. Schweizerische Triennale der Skulptur bis zum 2. November 2003 insgesamt 300 Werke. 1,2 Millionen Franken umfasst das Budget der Ausstellung. Organisatoren und Geldgeber sind, zusammen mit Sponsoren, das Ehepaar Esther und Rolf Hohmeister. Letzterer ist Arzt am Medizinischen Zentrum in Bad Ragaz.

KUNST BRINGT BISHER VOR ALLEM TAGESGÄSTE

Edwin Schmid, Tourismus-Direktor von Bad Ragaz, hebt als positiven Effekt für den Tourismus vor allem die Wirkung für den Bekanntheitsgrad von Bad Ragaz hervor. Das kunstinteressierte Publikum gehöre zum spendablen Gästesegment. Bad Ragaz bietet während der Zeit der Ausstellung eine Übernachtungs-Pauschale an. Gemäss Schmid herrscht vorerst allerdings der kunstinteressierte Tagestou-

risimus vor, der in den Restaurants für Wertschöpfung sorgt. Die angebotene Tagesstour mit Führung sei ein «Renner». Die Ausstellung gehört auch zum Programm von SBB-Railaway.

Bei Bad Ragaz Tourismus ist die Hotelpauschale für die Ausstellung buchbar. Sie umfasst eine Übernachtung mit Frühstück in einem Hotel nach Wahl, sowie unter anderem einen Skulpturen-Führer und ein Skulpturen-Eis im Garten-Hotel Sandi und wird ab 99 Franken pro Person im Doppelzimmer angeboten, 116 Franken pro Person im Einzelzimmer.

DER SIMPLONPASS ALS KUNSTAUSSTELLUNG

«street level Simplon 2003» ist der Titel für Kunst-Installationen entlang der Simplon-Passstrasse zwischen Ried-Brig im Wallis und dem italienischen Iselle. 14 internationale Künstlerinnen und Künstler, aus der Schweiz, Deutschland, Holland, Norwegen, Schweden, Polen, England und Italien machen mit. Sie habe ihre am Simplon positionierten Werke im Dialog mit den ortsspezifischen Gegebenheiten – Geschichte, Bevölkerung, Architektur, Landschaft, Sprache, und weitere – erarbeitet.

Die einzelnen Projekte können zum einen von der neuen Nationalstrasse aus erfahren und erlebt werden, zum anderen werden auch die geschichtlich relevanten Vorgänger der N9, nämlich der Stockalperweg und die Napoleonstrasse, zur Bühne für die künstlerische Auseinandersetzung, auch beim Wandern. Die Aktion hat am 19. Juli begonnen und dauert bis zum 24. August 2003. Bis dann kann «street level Simplon 2003» täglich kostenfrei erfahren, erwandert und erlebt werden.

ÖFFENTLICHE KUNST HILFT DER TOURISMUS-REGION

Die Aktion bringt bereits die Nachfrage neuer Gäste für die Gastronomie an der Strecke, bisher vor allem in den Restaurants, berichtet Judith Escher. Zusammen mit ihrem Vater und drei Schwestern bewirtschaftet sie das Hotel Fletschhorn in Simplon-Dorf. Hier übernahmen auch die Künstler und die Teilnehmer der Eröffnung der Kunstaktion an der Simplon-Passstrasse.

«street level Simplon 2003» ist ein Projekt von «street level coop.», geleitet vom deutschen Künstler Pfelder und der Künstlerin Simone Zaugg. Ein umfangreiches Rahmenprogramm mit speziellen Führungen, Filmnächten auf dem Dorfplatz Simplon-Dorf und im Stockalper-Palast in Brig. Lesungen, Zusammenarbeit mit dem Eco-Museum in Simplon-Dorf begleitet «street level Simplon 2003» durch den Sommer. (Informationen: www.street-level.de) Für Informationen und «kulturellen Treibstoff» vor Ort sorgt die

«street-level»-Projektzentrale in der alten Tankstelle in Rothwald.

STANDORT-MARKETING MITHILFE DER KUNST

Das Engadiner Projekt «public plaiv – Gegenwartskunst im Landschaftsraum La Plaiv», soll einen Differenz-Gewinn für «Das andere Engadin» bringen, das einen Gegenpol zum mondänen St. Moritz bilden soll. Der touristische Titel «Das andere Engadin» umfasst zurzeit die Ortschaften La Punt, Madulain, Zuoz, S-chanf, Chapella, Susauna, Ciuos-chel, Brail und Zernez. Die Gruppierung der Orte kann gemäss deren Initiatoren «nach Bedarf erweitert werden». Im Unterschied dazu ist die regionale Bezeichnung «La Plaiv» politisch fest definiert und auf die vier Gemeinden S-chanf, Zuoz, Madulain und La Punt Chamues-ch eingeschränkt.

Ein Forschungsprojekt der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich in Zusammenarbeit mit der Universität Zürich untersucht den Landschaftsraum La Plaiv in Hinsicht auf mögliche Interventionen zeitgenössischer Kunst. Gefragt wird als Projektvorgabe unter anderem: «Wie definiert sich eine ländliche Region wie La Plaiv unter dem Zeichen von Standort-Marketing und Branding?» Im Rahmen des Projekts sollen «Vorschläge für Kunstwerke» entwickelt werden, «die ein Feld von neuen Funktionen im landschaftlichen und gesellschaftlichen Raum eröffnen». In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsorganisation Plaiv (WOP), der Walter A. Bechtler Stiftung für Kunst im öffentlichen Raum und einer privaten Sammlung können auf der Grundlage des Gesamtkonzeptes weitere, auf die spezifische Situation hin kopzierte Kunstwerke in Auftrag gegeben sowie bereits bestehende Kunstwerke in eigenen geschaffene Situationen integriert werden.

SKULPTURENPARK AM SEMPACHERSEE

Remo Fehlmann, Direktor des Seminarhotels Sempachersee, sieht gute Möglichkeiten, um die Attraktivität des neuen, ganzjährig geöffneten Skulpturenparks entlang dem Sempachersee mit der Wertschöpfung in der eigenen Gastronomie zu verknüpfen. Erstens bringt der Skulpturenpark dem Hotel und seiner Gastronomie bereits Tagesgäste aus Zürich, Basel, Bern und dem Tessin. Zweitens können die Seminare im Hotel mit einem auf den Skulpturenpark bezogenen Rahmenprogramm versehen werden, die Begegnung mit Künstlern eingeschlossen. Seminalgäste können ausserdem in den Pausen durch die Freiluft-Ausstellung flanieren. Diese bringe dem Hotel, dem Ort und der Region eine neue, zusätzliche Ausstrahlung, betont Fehlmann.

Fotos: Zög



«AUSSTELLUNG «BAD RAGARTZ»

Der Künstler Heinz Mack trägt mit diesen spiegelnden Türmen in Bad Ragaz zur grössten Kunstausstellung Europas unter freiem Himmel bei.

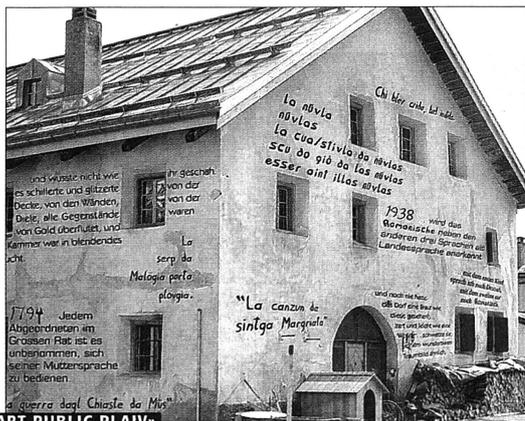


Skulpturenpark Sempachersee: «Starker Rückhalt» von Rolf Kröger.



«SKULPTUREN SETZEN ZEICHEN»

Nach Absicht der Veranstalter von «Bad Ragartz» sollen die gezeigten Werke, wie dieses von Jörg Hicklin, im öffentlichen Raum Zeichen setzen.

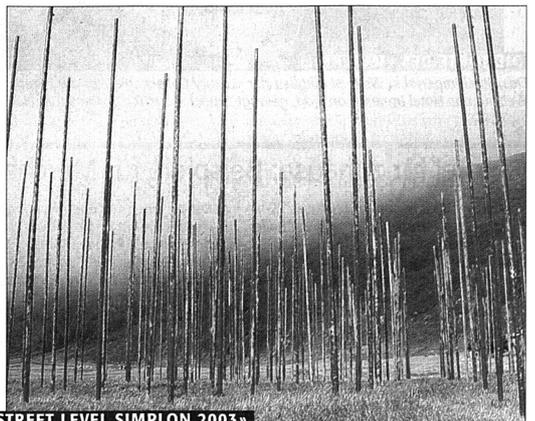


«ART PUBLIC PLAIV»

Die Künstlerinnen Christine und Irene Hohenbüchler versehen ein Engadiner Haus mit Texten: «& cunter il svanir &» (rätoromanisch: gegen das Verschwinden).



«street level Simplon 2003»: die Installation «change» von Sibylla Walpen.



«STREET LEVEL SIMPLON 2003»

Die Arbeit mit dem Titel «Feld lichter Pflanzen» von Jan Philip Scheibe beim Barralhaus am Simplon besteht aus 200 rot leuchtenden Markierungsstangen.



POLEN / Spektakuläre Werbeaktion: Warschauer Top-Hoteliers lassen von Christo den Kulturpalast verhüllen. SEITE 10



MONICA AMSTAD / Die Besitzerin des 2-Sterne-Hotels Mond in Beckenried bietet ihren Gästen ein Refugium. SEITE 11

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

TOURISMUSORGANISATIONEN: FOLGEN DER FLAUTE

«Wir sind doch jetzt schon schlank»

Wie sicher sind die Arbeitsplätze bei den Tourismusorganisationen? Nachgefragt in Basel, Luzern, Frutigen, Sils, Weggis und Pontresina.

GREGOR WASER

Das Tourismusjahr 2003 wird kein Spitzenjahrgang. Zu viele Gäste aus Asien, den USA und Deutschland sind ausgeblieben. Etliche Hotels haben weniger Personal eingesetzt oder dieses erst auf die Hochsaison hin engagiert. Doch wie verhalten sich Tourismusorganisationen bei geringeren Einnahmen? Können auch sie Personalkosten einsparen? Oder müssen sie sogar Entlassungen ansprechen?

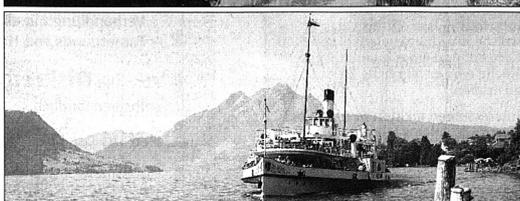
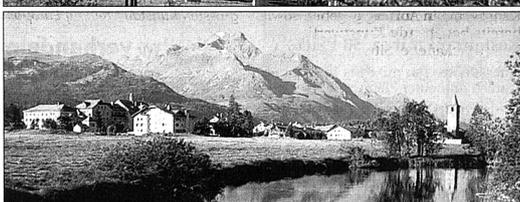
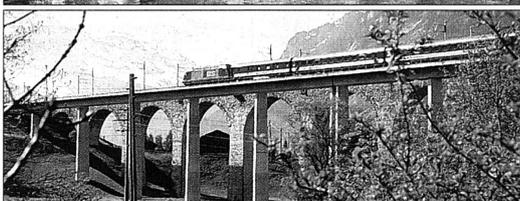
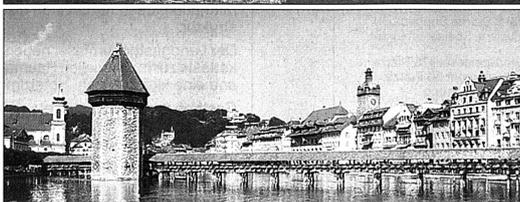
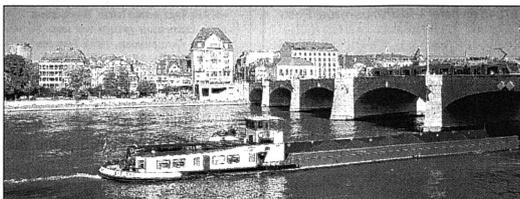
BASEL: VON EINER KRISE KEINE REDE

Zu Beginn der telefonischen Tour de Suisse ist von einer Krise oder einem Personalabbau noch keine Rede. Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, verzeichnet im laufenden Jahr ein Logiernächte-Plus von 2 Prozent. «Gründe dafür sind sicher die geringe Abhängigkeit vom asiatischen Markt und die höhere Bettenzahl – wobei angesichts des Kapazitätsausbaus 5 Prozent Wachstum das Ziel wären», erläutert Daniel Egloff, der beim VSTD die Interessen der Städte vertritt. Auch bei den Hotels wie Swissôtel, Dorint oder Hilton mussten in Basel keine Entlassungen oder Kurzarbeit ausgesprochen werden. Die Abhängigkeit der Gäste-Taxe ist für Basel Tourismus aber verhältnismässig gering. Nur 1,2 Mio. Franken des 6-Mio.-Budgets werden aus den Taxen generiert. Die restlichen 4,8 Mio. Franken fliessen dank Leistungsbeiträgen der öffentlichen Hand, durch Mitgliederbeiträge oder Verkäufe in die Kasse.

LUZERN: ABGÄNGE NICHT ERSETZT

In Luzern sieht dieses Verhältnis schon anders aus. «Die kommerziellen Erträge machen bei uns 60 Prozent aus», erklärt Luzerns Tourismusdirektor Mario Lütolf. Und er verhehlt nicht, dass das Ausbleiben der Übersee-Gäste Luzern derzeit zusetzt: «Wir sind geprägt von unserem eigenen Kunden-Mix.» Das zweistellige Minus bei den Logiernächten schlägt sich auch in der Kasse von Luzern Tourismus deutlich nieder. Bereits zu Jahresbeginn wurde der Budgetposten Personalkosten wohlweislich von knapp 2,4 Mio. auf 2,2 Mio. Franken gesenkt. Mario Lütolf: «Wir haben Abgänge

Fotos: Swiss-Image



HINTER DER POSTKARTENIDYLLE ...

... sind die Tourismusorganisationen am Rechnen. Das Resultat fällt je nach Ort unterschiedlich aus (im Bild: Basel, Luzern, Frutigen, Sils, Weggis, Pontresina).

nicht ersetzt und wo es sich gedrängt hat, Arbeitspensen reduziert.»

«Wir sind geprägt von unserem eigenen Kunden-Mix.»

Mario Lütolf, Luzern

Statt 37 sind jetzt noch 32 Mitarbeitende bei Luzern Tourismus engagiert. Dass die öffentliche Hand nur gerade 7 Prozent zum Budget beisteuert, ist für Lütolf in Ordnung: «Wir haben selber eine hohe Eigenfinanzierung angestrebt.» Falls in den nächsten Monaten der Besucherstrom unverhofft stark zurückkommen sollte, zeigt sich Lütolf gerüstet: «Es sind genug gute Leute auf dem Markt, die eine feste Stelle suchen.»

FRUTIGEN: ZUKUNFT IST NOCH OFFEN

Bereits am unteren Ende der Personalspannweite ist man in Frutigen angekommen. Neben Direktor Arthur Grossen, der nebenbei auch noch in Frutigen als Raumplaner engagiert ist, arbeiten bei Frutigen Tourismus eine Sekretärin und eine Aushilfskraft. Noch offen ist, welche Auswirkungen die Zusammenlegung mit Adelboden für das Büro in Frutigen hat. Arthur Grossen: «Bisher bestreiten wir gemeinsam mit Adelboden das Marketing. Falls auch die Administration zusammengelegt werden sollte, ist es noch offen, ob in Frutigen bloss noch eine Informationsstelle am Leben erhalten wird.»

SILS: DEUTSCHE GÄSTE FEHLEN

Der Geschäftsführer des Verkehrsvereins Sils, Dieter Bogner, spricht von einer Wintersaison, die auf Vorjahresniveau gelaufen ist: «Angesichts der Ski-WM haben wir indes schon mit einer Steigerung gerechnet. Und nun im Sommer macht uns das Ausbleiben vieler deutscher Gäste zu schaffen. Sie machen bei uns einen Anteil von 35 Prozent aus.» Personalabbau ist beim Verkehrsverein Sils indes kein Thema. «Wir sind doch jetzt schon schlank», hält Dieter Bogner fest. Fünf Leute arbeiten im Büro, vier weitere in der Werkgruppe, die etwa Loipen und Wanderwege unterhält. Angewiesen auf eine gute Auslastung ist der Verkehrsverein Sils, denn der Anteil der Kurtaxen am Gesamtbudget ist ver-

hältnismässig hoch. Vom 1,9-Mio.-Budget sollte 1 Mio. Franken aus den Gäste-Taxen generiert werden.

WEGGIS: SERVICE UND QUALITÄT ERHALTEN

Sehr genau verfolgt derzeit auch Weggis-Vitznau-Rigi Tourismus die angespannte Saisonentwicklung. Bereits Ende Juni wurde eine erste Zwischenbilanz gezogen. Direktor Erwin Tanner zum Fazit: «Als oberste Priorität hat der Vorstand vorerst die Erhaltung des Service und der Qualität taxiert.» Nicht die Individualgäste machen der Ferienregion zu schaffen, sondern die ausbleibenden Gruppen. Bei den chinesischen Gästen beispielsweise war von Januar bis März im Vergleich zu der Vorjahresperiode ein Rückgang von 4900 auf 700 festzustellen. Derzeit arbeiten 17 Personen bei Weggis-Vitznau-Rigi Tourismus. Um flexibel auf Saisonschwankungen zu reagieren, arbeitet die Tourismusorganisation eng mit den Gemeinden zusammen, zum Beispiel bei den Busfahrern.

PONTRESINA: DANK AUS-HILFSKRÄFTEN FLEXIBEL

«Nicht, dass wir keine Sorgen hätten», sagt Markus Lergier, der Tourismusdirektor in Pontresina, «doch wir hatten einen starken Sommerbeginn mit einem Plus im Juni von 33 Prozent.» Da stelle sich derzeit die Frage nach einem Personalabbau natürlich nicht.

«Wir haben in den letzten Jahren bereits umstrukturiert.»

Markus Lergier, Pontresina

Auf die Schwankungen im Informationsbereich reagiert Markus Lergier schon seit Jahren mit Aushilfskräften, so dass er flexibel auf das Arbeitsaufkommen reagieren kann. In Pontresina sind für die Informationsabteilung 280 bis 350 Stellenprozente vorgesehen, bei insgesamt 1200 Stellenprozente. «Wir haben in den letzten Jahren bereits umstrukturiert», sagt Lergier. Doch an der Qualität der Informationsabteilung will er nicht rütteln: «Für uns ist es grundlegend, dass wir gute Informationen geben können statt stereotype Antworten.» Entsprechend brauche es auch die guten Leute dazu.

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

eco bar
Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise

Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.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

Miele
Service-Abonnement.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

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

«De Stör-Polsterer chunnt»

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

Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten

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

LOX-20/35 Zimmersafe

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

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

SCHÄNIS

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Wir haben Ihren Betrieb ...

4 Sternehotel Garni mit 50 Betten, kleinem Restaurant in Kantonshauptstadt zu verkaufen - ev. Miet-Kauf.

Gourmet-Restaurant direkt am Lago di Lugano zu vermieten. Ideal für Spitzenkoch - super Kundschaft.

Restaurant Nähe Flughafen Zürich zu verkaufen - eventuell Miet-Kauf - mit hohem Umsatz.

3-Sternehotel in Klosters mit 60 Betten und Restauration zu verkaufen - oder mit Kaufrecht zu vermieten.

Geschäftshotel mit 130 Betten, Restaurant, Seminarien, Bankette - mit 5 Mio. Umsatz zu verkaufen. Eigenkapital 1,5 Mio.

Ist Ihr Wunschbetrieb nicht dabei, geben Sie uns bitte Ihre Anforderungskriterien bekannt.

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

Zu verkaufen:

altershalber und wegen fehlenden Nachkommen in attraktivem Ostschweizer Dorf (16 000 Einwohner) 19-jähriges, im Zentrum gelegenes, exklusives, gut bekanntes

Speiserestaurant

mit gehobener Kundschaft.

80 Plätze in zwei Räumen, Gartenrestaurant 32 Plätze, grosser Parkplatz neben dem Haus, sehr schönes Restaurant, gut eingerichtete Küche sowie Lingerie, grosser Keller.

Top ausgebauter 4-Zimmer-Wirtwohnung sowie 2-Zimmer-Wohnung mit Gartensitzplatz. Drei Garagen sowie div. Abstellplätze.

12 Hotelzimmer (16 Betten), einige mit Dusche/WC/TV/Getränkbar/Terrasse. Das Haus ist inwendig sowie ausserhalb in sehr gutem, gepflegtem Zustand. Von Anfang an von Spitzenkoch in ungekündigtem Verhältnis geführt. Es handelt sich bei diesem Objekt um eine nicht alltägliche Gelegenheit. Eignet sich auch als Kapitalanlage.

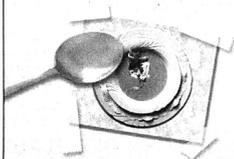
Melden Sie sich nur, wenn Sie tatsächlich eine solche Liegenschaft suchen. Der Kaufpreis liegt unter dem Wert der Liegenschaft.

Offerten unter Chiffre 157045 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157045/418598

→ UNSER AUS- UND WEITERBILDUNGSZENTRUM WIRD VON MAI BIS OKTOBER 2003 TOTAL RENOVIERT. WIR BAUEN ZUSÄTZLICHE SEMINARRÄUMLICHKEITEN, UM UNSER SEMINARANGEBOT ERWEITERN ZU KÖNNEN. GLEICHZEITIG WIRD WÄHREND DES UMBAUS AUCH DER RESTAURATIONSBEREIB VOLLKOMMEN NEU GESTALTET.

Innovatives Restaurant sucht Seele



→ WIR SUCHEN PER 1. NOVEMBER 03 FÜR UNSER LOKAL IN CHUR EINE FACHLICH AUSGEWIESENE MIETERIN / MIETER / MIETERPAAR. EIGENE IDEEN UND KONZEPTE SIND SEHR WILLKOMMEN!

→ WIR BIETEN:

- 60 Sitzplätze

- Terrasse

- gut frequentierte Lage

- grosses Gästepotential

- gute Bedingungen

→ SIE BIETEN:

- Ausbildung als Köchin/Koch oder Servicefachangestellte/r

- Hohe Einsatzbereitschaft

- Erfolgreiche mehrjährige Tätigkeit als Mieter oder Geschäftsführer eines Restaurationsbetriebes

- Fähigkeit auszuweisen

→ AUF IHRE SCHRIFTLICHE BEWERBUNG

INKL. LEBENSLAUF FREUEN WIR UNS:

GASTRO GRAUBÜNDEN, HERR FLUREGN

FRAVL, LOESTR. 161, 7000 CHUR

GASTRO GRAUBÜNDEN
VERBAND FÜR HOTELLERIE & GASTRONOMIE

Ihre Chance zur Selbstständigkeit!

In der nahen Umgebung der Stadt Bern suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

erfahrene, unternehmerisch denkende und dynamische Wirtsleute mit neuen Ideen für unseren historischen Landgasthof mit neuster Infrastruktur.

Der Landgasthof umfasst neben einer gemütlichen Gaststube auch Bankettsäle zur individuellen Raumaufteilung, eine Bar, eine Gartenwirtschaft und eine kleine Anzahl Hotelzimmer.

Gasthof: ca. 40 Sitzplätze; Säle: ca. 250 Sitzplätze

Bar: ca. 60 Sitzplätze; Gartenwirtschaft ca. 60 Sitzplätze

Diverse Hotelzimmer, Parkplätze

Bei Bedarf steht Ihnen selbstverständlich auch eine «Wirt-Wohnung» zur Verfügung.

Die Unterstützung in der Anfangsphase ist garantiert.

Als Eigentümerin freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre Q 003-319787, Publicitas AG, Postfach, 4010 Basel.

157214/082708

Zu vermieten

traditionsreiches, gediegenes

Restaurant/Speiselokal

an bester Lage mitten in der Altstadt von Chur.

Wir suchen auf Herbst 2003 oder nach Vereinbarung ein aufgeschlossenes, begeisterungsfähiges Wirtpaar mit Freude am Beruf und dem Willen, sich für das Wohl der Gäste einzusetzen.

Ernsthafte Interessenten melden sich unter Chiffre O 513-351122, an Publicitas AG, Postfach, 7001 Chur.

157212/082708

***-Sunshine-Hotel

auf dem Sonnenplateau
Grächen Wallis

Langfristig zu vermieten
Wer Mut hat, wird belohnt!

Hotel 3 Sterne Superior
und exklusives Speiserestaurant

62 Betten/Speisesaal 75 Plätze
Speiserestaurant 50 Plätze
Wirtwohnung

Ausgewiesene Fachleute mit Erfahrung und ernsthaften Interessen erhalten einen Besichtigungstermin/ Besprechungstermin. Es werden keine schriftlichen Auskünfte erteilt.

Interessenten richten ihre Bewerbung mit Auskunftsnummer unter Chiffre 157266, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157266/13951

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen - vermieten Ihren Betrieb ...

Haben Sie einen interessanten Betrieb zu verkaufen - zu vermieten?

Haben Sie eine Dokumentation welche das wirtschaftliche Potential Ihres Betriebes aufzeigt?

Wir haben die Kontakte zu den Interessenten, welche eine neue Herausforderung suchen oder sich selbstständig machen wollen.

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

Junger Bäcker/Konditor sucht zu kaufen (evtl. zu mieten)

Café oder Café/Konditorei

Offerten unter Chiffre 157269, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157269/426777

KATAG

Im Auftrag unseres Mandanten vermieten wir das

Restaurant im Herzen der Stadt Bern

Das Objekt liegt an bester Passantenlage inmitten der Schweizer Bundeshauptstadt am Bärenplatz unweit des Bundeshauses.

Die Liegenschaft verfügt über ein Restaurant mit 70 Sitzplätzen im EG sowie einer Strassenterrasse und einem Wintergarten mit insgesamt 230 Sitzplätzen. Das Restaurant im 1. OG hat weitere 80 Sitzplätze.

Der langjährige Mietvertrag (26 Jahre) wird abgetreten. Das Klein- und Grossinventar sowie der Ausbau werden zu einem Verhandlungspreis von CHF 2,5 Mio. angeboten.

Für weitere Auskünfte kontaktieren Sie bitte Stephan Kurmann.

KATAG TREUHAND
ARSENALSTRASSE 40, 6011 KRIENS
TEL. 041-317 37 37 / FAX 041-317 37 38
katag@katag.ch / www.katag.ch

157077/172723

Zu verkaufen oder verpachten im Tessin

Region Lago Maggiore

3-Sterne-Hotel

Locarno/Muralto
zentrale Lage

Informationen erhalten Sie bei:
Via Buetti 11,
6600 Locarno-Muralto
Tel. +41(0)79 230 12 24

157058/193690

AG

Arabella Schweiz AG

Wir vermieten auf die kommende Wintersaison (ca. 1. November 03) ein gut eingerichtetes

Restaurant mit ca. 50 Plätzen

einer kleinen Bar mit 8 bis 10 Plätzen und einer kleinen Lobby mit Cheminée. Eine Sonnenterrasse rundet das Angebot ab. Das Restaurant liegt in der Nähe des Kongresszentrums im Hotel Bellavista, an der Scalettastrasse in Davos Platz.

Als Mieter stellen wir uns innovative Gastroprofis vor, welche mit einem neuen originellen Konzept und einer qualitativ guten Küche eine erfolgreiche Zukunft anstreben.

Interessenten melden sich bitte bei Herrn Christian Bächtold Arabella Schweiz AG Scalettastrasse 21, 7270 Davos Platz

Domat/Ems



Zu verkaufen (evtl. zu vermieten)

Wohn- und Geschäftshaus "Krone"

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

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

Kontakt:
Graubündner Kantonalbank Immobilien
Stadtgartenweg 10, 7000 Chur
rainer.stocker@gkb.ch
Tel. +41 (0)81 256 95 92

www.gkb.ch/immo
ImmoCode: T6GC

Graubündner Kantonalbank

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Im K.O. - Griff Ihrer Banken?

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

- Sanierungskonzepte für stille Sanierungen
- Vermeiden von SchKG-Verfahren durch Verhandlung mit allen beteiligten Partnern
- Turnarounds von Hotelbetrieben

Absolute **Diskretion** ist für uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

Investorengruppe sucht ...

An guter Lage im In-/Ausland Hotels ab 60 Zimmer im ***/****- oder *****-Bereich, Hotel Garni, Motels oder Objekte, die man Umnutzen könnte.

Das Interesse ist für Kauf oder langfristige Miete.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

So melden Sie sich unter Chiffre 157141, *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157141/5312

IMMOBILIER

A vendre

Dans importante ville du Jura situation exceptionnelle

Hôtel-restaurant

entièrement rénové.

Excellent rendement

Ideal pour un couple du métier.

Ecrire sous chiffre 129643, *hotel + tourismus revue*, case postale, 3001 Bern.

129643/64785

Über Internet und nette Gäste.

htr

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

Wir suchen die Besten

Grand Casinò ist eröffnet

Locarno. Das am letzten Sonntag eröffnete Grand Casinò Locarno rechnet mit täglich bis zu 1500 Besuchern. Budgetiert sind Einnahmen von jährlich 31 Mio. Franken. Innerhalb von 5 Monaten wurde der Kursaal für 14 Mio. Franken umgebaut. Hinter der Grand Casinò Locarno SA stehen die Escor Casino & Entertainment, die German Casino Management Group und die österreichische ACE-Holding (Admiral Casino & Entertainment). **TRU**

EuroDisney in der Krise

Zahlungsunfähigkeit. Der Pariser Vergnügungspark EuroDisney ist von der Zahlungsunfähigkeit bedroht. Wegen des Besucherschwunds ist das Unternehmen nach eigenen Angaben nicht in der Lage, Verpflichtungen gegenüber den Banken zu erfüllen. Im zweiten Quartal 2003 gingen die EuroDisney-Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 7 Prozent zurück. Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2002/2003 kam es zu Verlusten. **TRU/sda**

Thomas Cook will verkaufen

Redimensionierung. Europas zweitgrösster Urlaubskonzern Thomas Cook will in den nächsten Monaten 13 Flugzeuge für Kurz- und Mittelstrecken verkaufen. Derzeit laufen laut «Süddeutscher Zeitung» Gespräche mit den Flugzeugherstellern Boeing und Airbus sowie mit Fluggesellschaften. Ausserdem will der Konzern 40 von 187 Reisebüros in Deutschland «überprüfen» lassen. Ziel ist es, Kapitalbindung und Risiko zu reduzieren. **TRU/sda**

«Die Einzelnen sind gefordert»

STV / Der Schweizer Tourismus-Verband macht in seinem Jahresbericht nebst all den negativen auch positive Effekte für den Tourismus aus: «Nach der Abschwächung des Schweizer Fränkens gegenüber dem Euro dürften Gäste aus Europa wieder vermehrt für einen Schweizer Aufenthalt motiviert werden», heisst es im Ausblick für das Jahr 2003. Obwohl frühestens in der kommenden Wintersaison mit einer Erholung des Tourismus zu rechnen sei. «Die einzelnen Leis-

tungsträger sind heute mehr denn je gefordert», schreibt STV-Präsident Franz Steingger im Vorwort. Es gelte, gemeinsam die Tourismustrends zu akzeptieren und trotz aller Schwierigkeiten zu agieren. Auch fordert er Kooperationen auf eidgenössischer Ebene: Unternehmerfreundliche Rahmenbedingungen und eine aktive Tourismuspolitik seien nur dann zu erreichen, wenn die Branche gegenüber Politik und Behörden Geschlossenheit bewei-

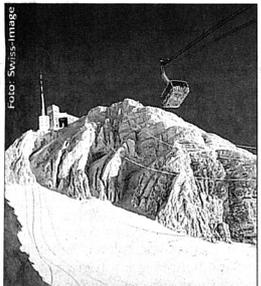
Das Geschäftsjahr 2002 schliesst mit einem Aufwandsüberschuss von 54 080 Franken in der Betriebsrechnung und 18 038 Franken in der Fondsrechnung. Nicht liquiditätswirksame Abschreibungen und Rückstellungen hätten zu diesem Ergebnis geführt. Steingger sieht darin «keinen Grund zur Panik.» Die tourismuspolitische Dachorganisation sei für die Zukunft des Tourismus wichtig, «besonders heute, wo der Individualismus auf allen Ebenen Hochsaison hat.» **CK**

SEIL- UND BERGBAHNEN

Wetrüsten im Wintertourismus

Trotz Stagnation im Wintertourismus geht das Wetrüsten der Seil- und Bergbahnen in den Schweizer Alpen ungebrochen weiter. Und die öffentliche Hand mischt kräftig mit. Vor allem die Kantone schiessen Geld in Neuinvestitionen ein.

Die im Auftrag von Pro Natura erarbeitete Studie «Neue Skigebiete in der Schweiz» listet 113 aktuelle Projekte und Ideen für Neuanlagen oder die Erweiterung bestehender Skigebiete in den Schweizer Alpen auf. 71 Prozent der Projekte haben laut Pro Natura die Aufnahme in die kantonalen Richtpläne geschafft.



Seilbahn von der Schwälgalp auf den Säntis.

Dabei ist die Ertragslage im Wintertourismus «düster», wie die Autoren der Studie schreiben. Rund 70 Prozent der Schweizer Seilbahnunternehmen hätten nach Einschätzung des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) Finanzprobleme.

VOR ALLEN DIE KANTONE MACHEN GELD LOCKER

Dass trotzdem Millionen von Franken für Projekte locker gemacht werde, liege an der öffentlichen Hand. 84 Millionen Franken flossen laut Pro Natura zwischen 1993 und 2001 in touristische Neuerschliessungen. Davon wurden 42 Prozent von den Kantonen finanziert, wobei mehr als die Hälfte der Gelder in Form nicht rückzahlbarer Beiträge ausgerichtet wurde. Die Bergbahnunternehmen tragen lediglich 21 Prozent der Investitionskosten.

Laut Rico Kessler, Mitautor der Studie, belegen die Zahlen, dass ohne massive staatliche Unterstützung kaum noch Neuerschliessungen von Skigebieten erfolgen würden. Der Expansionsdrang im Wintertourismus führt nach Ansicht von Pro Natura nicht nur wirtschaftlich, sondern auch ökologisch «in eine fatale Sackgasse».

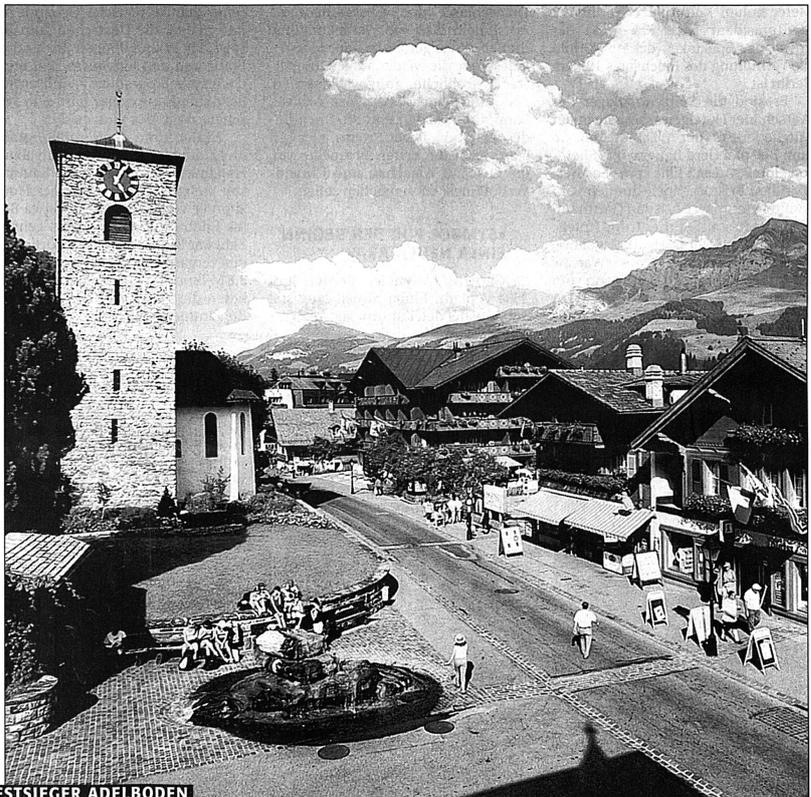
Immer mehr umgestörte Landschaftsräume gerieten unter Druck. Die letzten grossflächig naturnahen Landschaften in der Schweiz seien bedroht, schreibt Pro Natura. Eine stärkere übergeordnete Lenkung sei deshalb dringend nötig. **TRU/sda**

BERGDESTINATIONEN

Station Adelboden ist Leader

Wie konkurrenzfähig einzelne Schweizer alpine Tourismusorte sind, zeigt eine Studie der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Untersucht wurden die Gästezufriedenheit, die Vielfalt des Freizeitangebots, der Gästeempfang und das Preis-Leistungs-Verhältnis.

PHOTO: ZUG



TESTSIEGER ADELBODEN

Weil das Angebot für die Gäste in Adelboden besonders vielfältig ist, schwang dieser Bergort bei der Befragung durch das Lausanner Institut für Hospitality Research der EHL oben aus.

TONI RÜTTI

Adelboden geniesst bei den Sommergästen dank vielschichtigen Freizeitangeboten sowohl in den Hotels als auch am Ort selbst die grösste Beliebtheit, gefolgt von Klosters und Lenzerheide (siehe Kasten). Dies jedenfalls ergab eine Befragung durch das Lausanner Institut für Hospitality Research der EHL.

Für das Klassement der Studie massgebende Kriterien waren der Gästeempfang, die Vielfalt des Freizeitangebots, das Preis-Leistungs-Verhältnis, der Komfort des Hotels sowie das Wohlgefühl, das die Gäste am jeweiligen Tourismusort empfinden.

SPITZENREITER BERNER OBERLAND

Laut Studie belegt das Berner Oberland mit den getesteten Stationen Adelboden, Grindelwald, Gstaad und Lenk die Spitzenposition. Ein Verbesserungspotenzial wurde im Berner Oberland lediglich bei den Freizeitangeboten der Hotels sowie bezüglich des Gästeempfangs der Bergstationen ausgemacht.

In der Beliebtheitskala folgt das Bündnerland mit den untersuchten Stationen Arosa, Davos, Flims, Klosters, Lenzerheide und St. Moritz. Für den Gästeempfang in den Stationen und in den Hotels wurden noch erhebliche Optimierungsmöglichkeiten festgestellt. Was die Vielfalt der gebotenen Aktivitäten anbelangt, sind zwischen Klosters und Flims beträchtliche Unterschiede aufgetaucht, und zwar zugunsten von Klosters.

Die dritte Region in der Gesamtwertung ist das Wallis mit den getesteten Tourismusorten Champéry, Crans-Montana, Leukerbad, Saas Fee,

Verbier und Zermatt. Hier liessen sich zwischen den einzelnen Stationen keine grossen Unterschiede in der Beliebtheit ausmachen. Ein differenzierteres Freizeitangebot wäre laut Gästebefragung sehr willkommen.

Ein grösserer Variantenreichtum beim Freizeitangebot täte auch der Region Waadtland und dem Genferseebiet gut. Getestet wurden hier Les Diablerets, Leysin und Villars. In diesen Tourismusorten geben die Gäs-

te dem Komfort in den Hotels gute Noten. Die Frage nach dem Wohlgefühl in diesen Bergstationen wurde meist zustimmend beantwortet.

Am Schluss der EHL-Rangierung findet man die Ostschweiz, wobei dies nicht repräsentativ ist; auf Grund von zu wenig eingegangenen Antworten konnte bloss Wildhaus benotet werden.

Wie die Studie zeigt, hält die Tendenz zu öfters genossenen Kurzferien

an. Dabei möchten die Gäste mehr als je zuvor immer variantenreichere Freizeitaktivitäten erleben können; Wandermöglichkeiten und eine schöne Aussicht reichen längst nicht mehr. Dies stellt die Bergdestinationen – so ein Fazit der Autoren – vor neue Herausforderungen: Die Hotels und Tourismusorte müssten herausbekommen, was den Gästen in Sachen Sport und Freizeit geboten werden müsse, um Stammgäste zu generieren.

Die zehn beliebtesten alpinen Sommerorte der Schweiz

	Empfang im Hotel	Freizeitaktivitäten des Hotels	Preis-Leistungs-Verhältnis des Hotels	Komfort im Hotel	Empfang am Tourismusort	Freizeitaktivitäten am Tourismusort	Preis-Leistungs-Verhältnis der Station	Wohlfinden am Tourismusort	Punktezahl der Hotels	Punktezahl der Tourismusorte	Punkte Hotels + Stationen	Schlussrang
Adelboden	5,97	11,22	9,22	10,06	6,01	12,08	7,84	9,00	9,12	8,70	17,86	1
Klosters	6,38	10,00	9,18	7,51	6,56	11,03	7,21	8,19	8,27	8,25	16,52	2
Lenzerheide	5,41	7,48	9,28	10,00	4,30	8,79	8,69	10,20	8,04	8,00	16,04	3
Crans-Montana	10,34	3,26	8,02	10,19	9,80	7,82	7,00	7,64	7,95	8,07	16,02	4
Davos	4,59	6,24	9,23	11,94	4,54	7,79	9,07	10,20	8,00	7,90	15,90	5
Arosa	6,38	6,63	8,17	9,47	5,70	7,26	9,20	10,34	7,66	8,12	15,79	6
Gstaad	4,95	7,30	9,00	11,57	5,02	6,72	8,21	10,14	8,20	7,52	15,73	7
Les Diablerets	8,91	3,46	7,67	10,51	8,51	6,96	6,43	8,07	7,64	7,49	15,13	8
Lenk (Simmental)	4,96	5,25	10,33	10,01	4,53	5,53	8,96	10,35	7,63	7,34	14,98	9
Saas Fee	6,78	3,39	7,58	12,29	6,52	5,14	6,89	11,16	7,51	7,43	14,94	10

WERBEAKTION IN WARSCHAU

Hoteliers lassen Stalins Erbe einpacken

Nächsten Sommer verhüllt der Verpackungskünstler Christo den Warschauer Kulturpalast. Mit dieser Aktion wollen Top-Hoteliers für ihre Stadt werben.

JOACHIM BARMWOLDT

Fantasia statt Fatalismus: Warschauer Top-Hoteliers haben jetzt die Werbegemeinschaft Warsaw Destination Alliance (WDA) gegründet. Sie soll wieder mehr Besucher an die Weichsel locken und so die Hotelzimmer füllen. Denn seit Monaten kommen weniger Gäste in die polnische Hauptstadt und gleichzeitig eröffnen dort immer mehr Hotels. Als ersten Paukenschlag plant die WDA eine Kunstaktion. Verpackungskünstler Christo soll das grösste Gebäude Warschaws, den 234 Meter hohen Kulturpalast verhüllen. Stadtpräsident Lech Kaczyński begrüsst das Spektakel, dessen Vorbild die Verhüllung des Reichstags 1995 in Berlin ist.

Es sind die Spitzenmanager des Warschauer Hotelgewerbes, die in der Mitgliederliste der WDA stehen: so zum Beispiel Gerd Bauer vom «Sheraton Hotel», Adrian Ellis vom «Le Royal Meridien Bristol», Noel Chretien vom «Sofitel Victoria», Christian Gartmann vom «Radisson SAS Centrum Hotel», Pablo E. Graf vom «Hyatt Regency», Hanspeter Bachofner vom «Warsaw Marriott» und Sandro Bohrmann vom «Westin Hotel». Den Vorsitz der WDA hat Alex Kloszewski vom «InterConti-

mentalWarsaw» übernommen. Im Vermarkten von Städten und Füllen von Hotelzimmern hat Kloszewski schon reichlich Erfahrung gesammelt. Vor 19 Jahren gründete der gebürtige Pole in San Antonio (Texas) eine ähnliche Allianz wie die WDA. Die Zahl der Touristen stieg seitdem von 800'000 auf 8 Millionen pro Jahr.

Bislang hat die Warsaw Destination Alliance 26 Mitglieder: «10 Hotels und 16 Fluggesellschaften. Bis zum Jahresende wollen wir 50 Mitglieder haben», sagt Alex Kloszewski. Als Beitrag zahlt jedes Mitglied in diesem ersten Jahr einmalig 5000 Dollar (Fr. 6830). Von Januar 2004 an sollen die Hotels 1,5 Prozent vom Zimmerpreis und die Fluggesellschaften 1 Euro pro verkauftem Hin- und Rückflug nach Warschau als Beitrag entrichten.

Mit dem Geld finanziert die WDA Anzeigenkampagnen, zum Beispiel in Deutschland und Grossbritannien. Ausserdem lässt sie Werbekurzfilme drehen. Sie zeigen Warschaws Schokoladenseiten: die wieder aufgebaute Altstadt, fröhliche junge Menschen, Parks und Schlösser, das Jazz-Festival, Shopping-Arkaden und die Oper. Ende des Jahres liegen, wenn alles gut geht, auch die ersten Prospekte vor, die Lust auf Warschau und Christos Verhüllungsaktion machen sollen.

«SYMBOL FÜR DEN BEGINN EINER NEUEN ÄRA»

Christos Aktion ist für den Juni 2004 geplant. Einen Monat lang soll der Künstler den Kulturpalast im Zent-

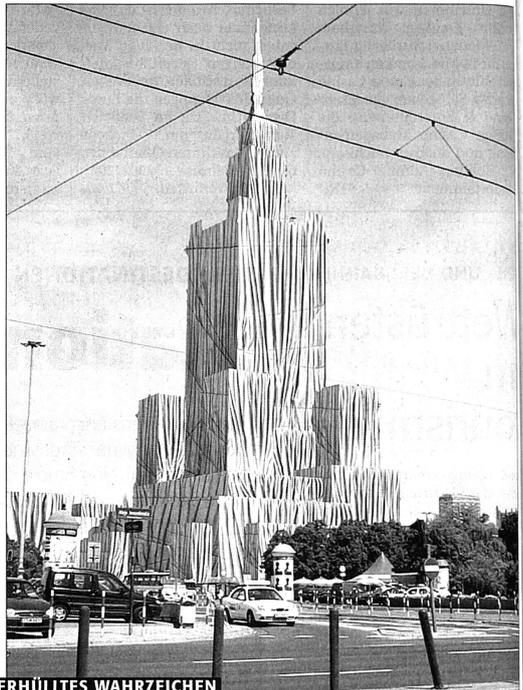
rum der polnischen Hauptstadt verhüllen. Der Gebäudekoloss im Moskauer Zuckerbäckerstil wurde Anfang der 1950er-Jahre auf Befehl Stalins errichtet. «Im kommenden Jahr wird der Kulturpalast 50 Jahre alt, gleichzeitig wird Polen dann Mitglied der Europäischen Union. Die Verpackung symbolisiert also den Beginn einer neuen Ära», sagt Alex Kloszewski. Er will den amerikanischen Botschafter in Warschau um gebrauchte Fallschirme bitten: «Als Verpackungsmaterial. Anschliessend können wir sie als Souvenirs verkaufen.»

EIFFELTURM AUF DER VERHÜLLUNG

Teile der verpackten Kulturpalast-Fassade will die WDA an Mitgliedsländer der Europäischen Union vermieten. «Ihre Künstler können anschliessend charakteristische Gebäude darauf malen, die Deutschen zum Beispiel das Brandenburger Tor und die Franzosen den Eiffelturm. Das ergibt doch tolle Fotomotive – und ermöglicht eine Europareise mitten in Warschau», sagt Alex Kloszewski.

Hintergrund der Verhüllungsaktion ist die Misere auf dem Warschauer Hotelmarkt. In Folge reger Bautätigkeit steigt die Zahl moderner Hotelzimmer von jetzt 6500 auf etwa 8400 bis Ende 2005. Andererseits geht die Zahl der Besucher ständig zurück – in den vergangenen drei Jahren von 5 auf 3,8 Millionen. Folglich sinken seit Monaten die Auslastung der Hotels und die Zimmerpreise.

Foto: WDA/2w6



VERHÜLLTES WAHRZEICHEN

Im Juni 2004 wird der Verpackungskünstler Christo den 234 Meter hohen Kulturpalast verhüllen – 50 Jahre nachdem Stalin das Gebäude bauen liess.

Anzeige

Eidg. dipl. Erfolgsleiter

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

ERLEBNISREGION THUNERSEE

Das «Fauchi»-Schiff hat bald ausgedient

Am 18. Oktober sticht das Drachenschiff «Fauchi» zum letzten Mal in den Thunersee. Das Fabel-Konzept setzt Thunersee-Tourismus aber trotzdem fort.

MARCEL WÄLTJ

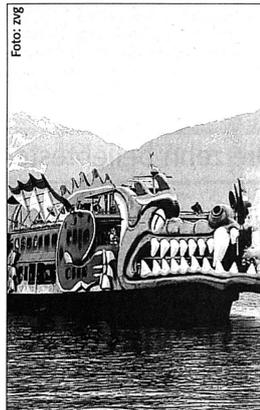
Das Drachenschiff «Fauchi», das vor drei Jahren im Zusammenhang mit dem Tourismuskonzept «Fabelhafte Erlebnisregion Thunersee» entstand, tritt am 18. Oktober seine letzte Reise auf dem Thunersee an. «Mit «Fauchi» verliert die Region ein markantes Zeichen», sagt Beat Anneler, Direktor von Thunersee Tourismus. ««Fauchi» hat uns beim Start des neuen Tourismuskonzepts sehr geholfen und gab uns einen guten Leitfaden durch das Projekt.»

Die grosse Akzeptanz bei über 90 Prozent der Besucher zeige, wie beliebt das Schiff sei, so Anneler. «Wir waren selbst von seiner Beliebtheit und Medienpräsenz überrascht. Nur einige ältere Personen waren mit dem Drachenkleid nicht zufrieden, sie fühlten sich durch die eingeschränkte Sicht und den Kinderlärm unwohl.» Doch die Familien, so Anneler, müssten auch künftig nicht auf Attraktionen auf den Seen verzichten. Die BLS-Schiffahrt hat beispielsweise die MS Beatus in den Captain-Iglo-Liner verwandelt und für die kleinen Gäste eine märchenhafte Unterwasserwelt eingerichtet.

FABELWESEN TREIBEN IHR UNWESEN WEITER

Neben dem Drachenschiff seien heute viele andere Erlebnisse im Angebot der «Fabelhaften Erlebnisregion Thunersee», so Anneler. Im Schloss Spiez trifft man «Spezi» den Hofnar, der den Besuchern des «Spiezer-Zügli» die kulinarischen Spezialitäten aus Spiez bekannt macht. Auf der Schnitzeljagd «Foxtrail» erhält man von einem «Fuchs» die nötigen Informationen für die Verfolgung. Die Fabelwesen kommen auch auf den Elfenwegen zum Einsatz. In den letzten drei Jahren seien rund 30 neue touristische Projekte auf die Beine gestellt worden. Insgesamt sind jetzt über 100 «fabelhafte» Angebote buchbar. «Wir können den Abgang von «Fauchi» verschmerzen», sagt Anneler. Es bestünde zwar kein ebenbürtiger Nachfolger, aber die vielen anderen Angebote sollen die Lücke füllen. «Durch das Marketing-Konzept sind viele starke Kooperationen entstanden, welche für die Weiterentwicklung der Region von grosser Wichtigkeit sind», erklärt Anneler. Auf Grund von «Fauchi» Abtauchen werde das Fabel-Konzept auf keinen Fall abgesetzt.

Foto: zrg



Tritt am 18. Oktober seine letzte Fahrt an: das Drachenschiff «Fauchi».

Neues Hotel in Jemen

Mövenpick. Die Mövenpick Hotels & Resorts (MH&R) unterzeichneten einen Management-Vertrag für ein erstes Hotel in Sanaa/Jemen. Das neue «Mövenpick»-Hotel will sich laut Pressemeldung als eines der führenden Hotels in der jemenitischen Stadt positionieren. Das Haus verfügt über 330 luxuriöse Zimmer, unter anderem über 31 Suiten und eine Präsidentensuite sowie über sechs Themenrestaurants und ein Café. CK

Hyatt kauft Meridien

Meridien. Die Royal Bank of Scotland (RBS), der die elf Meridien-Hotels in Grossbritannien und Irland gehören, übernimmt die Kontrolle ihrer Häuser wieder in Eigenregie. Dies schreibt die Direktion der Meridien-Hotelkette in einer Mitteilung an die Presse.

Die Londoner Prestige-Hotels Gosvenor House und Waldorf haben zwei neue Verwalter von der Restrukturierungsfirma Kroll's Corporate Advisory & Restructuring Group in das Management gesetzt bekommen.

Die Massnahme setzt der Zusammenarbeit mit Meridien ein Ende.

Die anderen 126 Meridien-Häuser sollen von der Hyatt-Hotelkette zusammen mit der amerikanischen Bank Lehmann Brothers übernommen werden, heisst es in der Pressemitteilung weiter. Dabei soll die Hyatt-Kette 100 Millionen Pfund investieren. Nach Angaben von Meridien soll die Marke Meridien jedoch bestehen bleiben und eigenständig weitergeführt werden. has

Carolin ist die neue Dorfkönigin

Adelboden. «Wie können wir mehr Familien als Gäste gewinnen?», fragten sich sechs Adelbodner Hoteller und schufen gemeinsam den «Kinder(s)pass»: Schatzsuche-Parcours, Gratis-Gutschein für Eis, Rössliposcht, Trottinette-Talabfahrt, Hotel-Getränkpass, Kletterwand und anderes mehr sind im Angebot. Die Hotels arbeiten zusammen und schaffen so Möglichkeiten, die ein einzelnes Hotel alleine nicht bieten könnte. Ein Höhepunkt im Kinder-Programm ist die

Hotelolympiade, wo in jedem der sechs familienfreundlichen Hotels «Adler», «Alpina», «Crea-Spittlerhaus», «Crystal», «Ramada» und «Steinmattli» lustige und spannende Spiele absolviert werden. Das Siegerkind wird zur Adelbodner Dorfkönigin oder zum Adelbodner Dorfkönig gekürt. Die erste Olympiade gewann Carolin Nickel (Bild) vom Hotel Crea-Spittlerhaus: Eine Gratisfahrt auf den Adelbodner Hausberg Tschenen mit einer Gratiscoupe für die ganze Familie. CK



DANIEL ZIEGLER

«Wichtig ist für mich die Perfektion»

Daniel Ziegler, der Direktor des Hotels Eden Roc in Ascona, kommt erneut zu Ehren: Sein Hotel steht in den Ratings stets auf Spitzenpositionen.

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

Das «Eden Roc» ist im «Bilanz»-Rating erneut auf Platz 1 der Ferienhotels gehiebt worden. Was bedeutet dieser Erfolg für Sie persönlich?

Dass die Arbeit, die ich investiere – der ganze Geist – Früchte trägt. Und dass meine Mitarbeiter mithelfen, diesen Geist zu verwirklichen.



Daniel Ziegler

Was tun Sie für Ihre Erfolge?

Mein Prinzip war von Anfang an, anders zu sein als die andern. Aber nicht im üblichen Sinn. Ganz besonders wichtig ist für mich die Perfektion. Sie führt dazu, dass ich alle Abläufe dermassen überprüfe und korrigiere, dass das Resultat denn auch perfekt wird. Der Mitarbeiter weiss, auf welche Dinge ich Wert lege.

Kann Ihre Perfektion für Ihre Mitarbeitenden nicht auch mühsam sein?

Ich habe ja auch bei Direktoren gearbeitet, die so perfekt waren. Sie waren für mich gute Vorbilder. Ich kann meinen Perfektionismus auf eine gute Art und Weise auf meine Mitarbeiter übertragen. Und sie können dann am gleichen Erfolg teilhaben. Ganz im Gegenteil: Meine Mitarbeiter freuen sich, dass sie etwas lernen können und somit Dinge besser machen als bis anhin.

Wie feiern Sie den Spitzenrang des «Eden Roc» und Ihre Auszeichnung als «Bilanz»-Hoteller des Jahres?

Mit den Mitarbeitern. Ich mache nächste Woche eine schöne Party am Bootsstag, wo auch unsere Gäste dazu stossen können, wenn sie das möchten.

HOTEL MOND IN BECKENRIED

Ab und zu kocht die Direktorin

Die Besitzerin des Zwei-Sterne-Hotels Mond in Beckenried, Monica Amstad, tut einiges, um Gäste zu generieren. Sie hat unter anderem ein altes Badehaus am See sanft renovieren lassen und bietet damit Gästen ein Refugium. Nun stehen andere Investitionen an.

CHRISTINE KÜNZLER

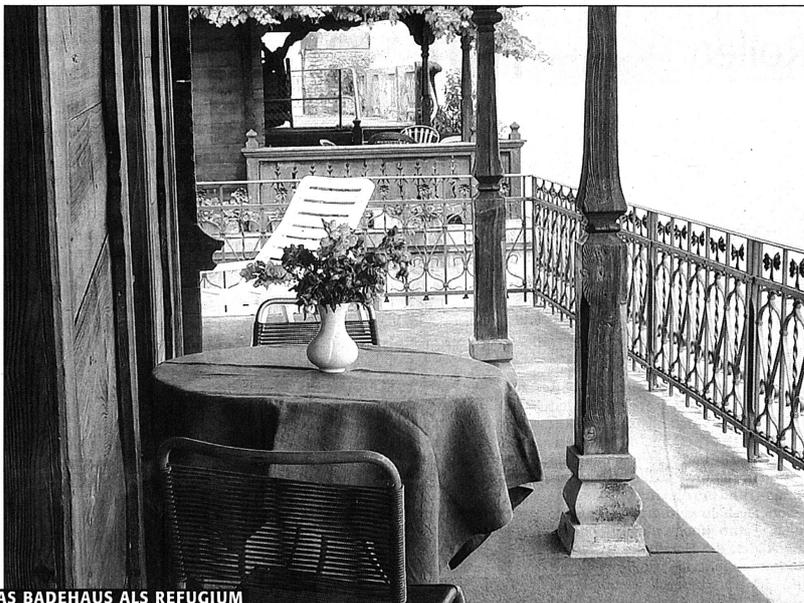
Die Zimmer wirken gemütlich, sind einfach, und erinnern ein bisschen an Grossmutter's Wohnung. Doch der Gast im Hotel Mond in Beckenried findet dort alles, was er braucht. Auf der anderen Seite der Strasse sogar ein Restaurant in einem idyllischen Garten am See. Verliebte sowie Manager, die ausspannen wollen, buchen das «Badehaus»: ein kleines Appartement direkt am See, schräg gegenüber dem Hotel. Das Spezielle ist der Balkon, auf dem die Gäste frühstücken und verweilen können, denn er «schwebt» sozusagen über dem Wasser. Zu haben ist das Ein-Zimmer-Badehaus mit Kochnische für 180 Franken (für 2 Personen), Frühstück inbegriffen. Wer es romantisch will, bucht das Romantik-Angebot für 202 Franken (ebenfalls zu zweit) und bekommt dafür zum Frühstück Lachs und Champagner serviert.

Es ist nicht so, dass das «Badehaus» die Belegungszahlen in die Höhe schnellen lässt – aber es ist ein Weg, sich in einer schwierigen Zeit positionieren zu können.

DIE FREUDE AM BERUF ÜBERWIEGT

Um die 37 Zimmer des Zwei-Sterne-Hotels zu füllen, muss Monica Amstad überall Hand anlegen. «Ich mache vom Service bis zu der Küche alles», sagt die junge Hotelière. «In der Zwischensaison koche ich selber.» Zuhause hat sie noch ein acht- und ein fünfjähriges Kind zu betreuen. Doch die Freude am Beruf überwiegt die Belastung, sagt sie. Der «Mond» ist sommers und winters geöffnet. Während einem Monat im Jahr ist das Haus geschlossen.

Foto: Christine Künzler



DAS BADEHAUS ALS REFUGIUM

Hier lässt sich in Ruhe und direkt über dem Wasser frühstücken. Wer will, auch mit Lachs und Champagner.

Rund 50 Prozent von Monica Amstads Gästen sind Gruppengäste. 40 Prozent von ihnen stammen aus dem angrenzenden Ausland. Die Individualgäste sind vorwiegend Senioren, Familien, Wanderer, aber auch Paragliders logieren im «Mond».

SEMINAR- UND GRUPPENGÄSTE

Ein wichtiges Segment sind Seminare, die immer wieder im «Mond» durchgeführt werden. «Seit 10 Jahren wird bei uns beispielsweise eine Kriayoga-Woche durchgeführt.» Die Kursleiter schätzen das Angebot an Räumen im «Mond». «Zudem sind wir flexibel und pochen nicht auf Essenszeiten», hält Monica Amstad fest. «Und während einem Seminar konzentrieren wir uns voll auf diese Gäste.»

Im «Mond» können die Gäste auch die offizielle Beckenried/Klewenalp-Sommer- und Winterpauschale buchen. 10 Prozent der Sommer-Gäste und 90 Prozent der Wintergäste nutzen diese Pauschale. Monica Amstad hat ihr Hotel zudem über Switzerland Destination Management SDM und über Lake Lucerne buchbar gemacht. Auch ist der «Mond» auf einem holländischen Internetportal aufgeführt. Rund 90 Prozent der Buchungen erhält Monica Amstad über Internet.

In ihren beiden Restaurants serviert die Hotelière gut bürgerliche Küche «für jeden Geschmack», wie sie sagt. Zwischendurch legt sie eine Karte mit Spezialitäten auf. Zum Beispiel «Metzgete», Fischspezialitäten oder Thai. Im Winter organisiert sie ab und zu volkstümliche Konzerte, im Sommer lädt sie bei schönem Wetter zu Jazzabenden ein.

hier am See seien die Hotels eh schon etwas teurer, sagt Monica Amstad. 60 Prozent ihres Umsatzes generiert sie aus dem F & B-Bereich, 40 Prozent aus dem Logement.

Was für Monica Amstad stark zu Buche schlägt, ist der relativ hohe Personalbestand. Im Winter beschäftigt sie rund 10 Personen – voll- und teilzeitlich, im Sommer, mit dem zusätzlichen Gartenrestaurant etwa 20, ebenfalls voll- und teilzeitlich. Zudem hilft ihre Mutter im Betrieb mit.

«Unsere Abläufe sind sehr arbeitsintensiv», erklärt sie. Genau hier stösst die Hotelière denn auch an ihre Grenzen: Um Personal abbauen zu können, muss der «Mond» saniert werden, und dafür fehlt das Geld. Auf Kredite, sagt Monica Amstad, könne sie in wirtschaftlich so schwierigen Zeiten wohl kaum hoffen.



MONICA AMSTAD

Sie führt das Hotel in der vierten Generation.

ES FEHLT AN INVESTITIONSMITTELN

Trotz allen Anstrengungen bringt Monica Amstad die durchschnittliche Auslastung nicht über 40 Prozent. Dieses Jahr werden es möglicherweise nur 38 Prozent sein, befürchtet sie. Ein Grund dafür dürfte der Innovationsbedarf des Hotels sein. «Wir müssen dringend die Böden sanieren, das Haus streichen, und es braucht zusätzliche TV-Geräte», hält die Hotelière fest. Denn Fernsehgeräte seien bei den Gästen besonders gefragt.

«Doch es fehlt uns an Mitteln, um zu investieren», sagt sie. Die finanzielle Belastung sei im Moment sehr hoch. «Wir hatten drei schlechte Sommer und im letzten November einen starken Einbruch.» Doch die Zimmerpreise liessen sich nicht erhöhen, denn

Monica Amstad

Obwohl Monica Amstad im «Mond» gross geworden ist, wollte sie zuerst nicht in das Gastgewerbe einsteigen. Ihr schwebte ein Beruf im Pflegebereich vor. Doch während ihres Sprachaufenthaltes in Frankreich, den sie vor der Lehre absolvierte, wurde ihr plötzlich klar, dass sie in die Hotellerie will. Sie absolvierte dann die Hotelfachschule Luzern und holte sich Erfahrungen in Hotels im Bündnerland und im Tessin.

Seit 1983 führt sie den «Mond» – die ersten zwei Jahre als Pächterin und dann als Besitzerin. Das Hotel Mond ist seit 1888 im Familienbesitz. Monica Amstad führt das Haus in der vierten Generation. CK

«Märchenhotel» mit Kletterwand

Braunwald. An der Nordfassade des «Märchenhotels Bellevue» in Braunwald ragt neu eine 15 Meter hohe Kletterwand in den Himmel. Drei Kletterouten sind senkrecht, zwei sogar überhängend bis zum Schwierigkeitsgrad 7 angelegt. Selbstsicherungsgeräte sichern die Kletterer und bringen jeden Gipfelstürmer wieder heil auf den Boden. Erwachsene Kletterer bezahlen 10 Franken, Kinder bis 16 Jahre 5 Franken. Die Gäste des «Märchenhotels» hingehen können gratis klettern.

Offiziell eröffnet hat die Kletterwand Bundesrat Joseph Deiss: Er übernachtete auf seiner privaten Schweizerreise mit seiner Gattin im «Märchenhotel». Nachdem sie sich im Hotel das Märchen anhörten, eröffnete das Ehepaar Deiss am nächsten Morgen die Kletterwand. Mit von der Partie waren die Hotelbesitzer Lydia und Martin Vogel sowie die Glarner Volkswirtschaftsdirektorin Marianne Dürst-Kundert sowie der Kletterwandkonstrukteur Hansjürg Kessler. CK

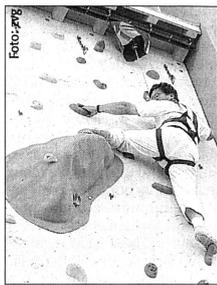


Foto: APG

Neues Hotel in Afrika

ArabellaSheraton. In Kapstadt ist – laut Pressemitteilung – das modernste Hotel Afrikas, das «ArabellaSheraton Grand Hotel Cape Town», eröffnet worden. Es verfügt unter anderem über ein E-Butler-System. Das 483 Zimmer und Suiten zählende Haus ist Kapstadts offizielles Kongresshotel. Rund 56 Millionen Euro wurden in das Hotelprojekt investiert. Bis ins Jahr 2005 sind bereits 69 000 bestätigte Übernachtungen gebucht worden. CK

Weniger Gäste in Paris

Paris. Die Pariser Hotellerie registriert eine Baisse: Die Zahl der Pariser Hotelankünfte ging nach Angaben des touristischen Statistikamtes von Januar bis April 2003 um 5,6 Prozent zurück; die ausländischen Hotelankünfte waren um 7,8 Prozent rückläufig.

Von Mai bis einschliesslich Juli dürfte das Minus nach Meinung von Verkehrsamtspräsident Jean-Marc Janailac zwischen 7 und 25 Prozent liegen, je nach Kategorie. Ganz besonders betroffen sind diesmal die

Hotels der Pariser Luxuskatgorie.

Wie Janailac gegenüber der Presseagentur AFP weiter ausführte, haben sich die Streiks von Mai und Juni nur auf den Geschäftsreiseverkehr negativ ausgewirkt, während die Sars-Epidemie in Asien alle Bereiche getroffen hat.

Jetzt sieht Jean-Marc Janailac neue Probleme am Horizont auftauchen, da der starke Euro auch Paris zu einer teuren Destination für Übersee Gäste macht. HAS

JUGENDHOTEL

Ein Würfel kommt ins Rollen

Die Österreichische Verkehrsbüro AG hat nach zweieinhalbjähriger Vorbereitungszeit das Geheimnis um ihr Systemhotel-Konzept «TheCube» gelüftet. Als erster Standort kommt die kleine Kärntner Gemeinde Tröpolach zum Zug. Zwei architektonisch moderne, kostengünstig zu errichtende Hotelwürfel mit insgesamt 648 Betten werden dort auf die grüne Wiese gestellt. Anfang 2004 sollen bereits die ersten Gäste für die Auslastung des Hauses sorgen, so der ehrgeizige Plan.

Die enorme Bettenzahl ergibt sich aus der Vielzahl an Mehrbettzimmern für bis zu acht Personen. Trotzdem sollen Nächtigungspreise von 39 bis 49 Euro pro Person erzielt werden können. Laut Vorstandssprecher Rudolf Tucek ist «TheCube» nicht für lange Aufenthalte konzipiert. Schlafen sei sekundär, Action – inklusive Gastronomie – rund um die Uhr Kern des Angebots. Deshalb werden auch die «Fahrbahnen» für Skateboards und Räder, die Hotelhalle zu einem modern möblierten Chill-out-Raum und der Partybereich wichtiger als Zimmerkomfort. Als Spezialität wird im vollklimatisierten Hotel jedem der Gästezimmer ein Trocken- und Lagerraum angeschlossen, in dem Sportgeräte untergebracht werden können.

Für Gäste, die gerne ohne schweres Equipment anreisen, ist die aktive Verleihorganisation NTC (New Technology Center) als Partner mit an Bord, welche schon mit mehreren Stationen in den Alpen – in der Schweiz unter anderem in Flims/Laax – präsent ist. Inklusive NTC-Paket werden die Kosten für den Gast bei täglich 60 bis 70 Euro liegen.

Rund 15 Millionen Euro werden von der Alpe-Adria-Bank in das vom Verkehrsbüro verantwortete Objekt investiert. Bald soll ein weiterer «Hoteltwürfel» in Österreich hinzukommen. Auch die Umsetzung im Ausland, etwa der Schweiz, ist für Tucek denkbar. Ausserdem sei das Jugendhotel durchaus «franchisetauglich». «Aber eigentlich sind wir vom «Cube» so überzeugt, dass wir das Geschäft lieber selbst machen.» FF

KURZ UND BÜNDIG

Kuoni UK drückt Hotelpreise in Asien

Um Asien den Reisenden wieder schmackhaft zu machen, will Kuoni UK, dass Hotels in Bangkok, Hongkong, Singapur und Kuala Lumpur die Tarife um 20 Prozent senken. Viele der Hotels erachten diese Bitte aber als unahaltbar. Die Hoteliers befürchten, dass alle europäischen Tour-Operatoren dieselben Tarife verlangen könnten. Dies hätte einen generellen Preisrückgang zur Folge, schrieb die «Bangkok Post». MW

RÉCEPTIONIST JEAN BALDO

«Ich muss in der Zusammenarbeit mit Sehenden flexibel sein»

Der Computer an der Réception des Hotels Waldhaus in Sils-Maria ist Jean Baldo sehr vertraut, und die Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich hat er mit eidgenössischem Diplom abgeschlossen. Erstaunlich, denn er ist vollständig blind – seit seiner Geburt.

■ STEPHAN KIENER

«Hotel Waldhaus in Sils, Baldo, Grüezi.» Schwungvoll und freundlich nimmt Jean Baldo im Silser Traditionshaus Waldhaus das Telefon ab. Sei-

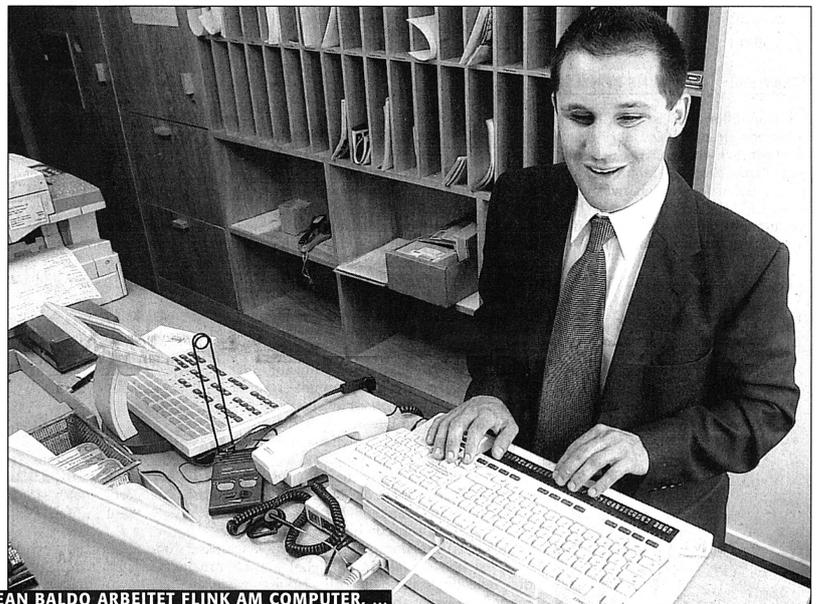
Portrait

ne Finger gleiten in Windeseile über die Telefon-Tastatur. Keine Spur von Unsicherheit, der 28-Jährige hat die Zentrale im Griff und nicht nur das. Im neu umgebauten Entrée des Hauses ist sein Platz vorab im Frontbereich.

DER KAMPF UM DAS DIPLOM

Von 1997 bis 2000 war Baldo schon einmal im «Waldhaus» tätig. In der Zwischenzeit hat er aber einen Ausbildungsschritt getan und die Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich erfolgreich abgeschlossen. Dies mit dem eidgenössischen Diplom, für dessen Zuerkennung er und die Schule kämpfen mussten. Das BBT (Bundesamt für Berufsbildung und Technologie) wollte zuerst keine Anerkennung aussprechen, weil die Küchenpraxis in Baldos Ausbildung fehlt. Die Schule hat alle seine Arbeiten aber dokumentiert, er selbst hat Praxis in den Flughaf-

Foto: Stephan Kiener



JEAN BALDO ARBEITET FLINK AM COMPUTER, ...

... der auf einer so genannten Braillezeile (schwarz, unten an der Tastatur) mit der Brailleschrift ausgestattet ist. Im «Waldhaus» kann er sich als erster blinder Hotelfachschul-Diplomand überdies in der Gästebetreuung betätigen.

restaurants gesammelt, zusätzliche Anstrengungen in der Gästebetreuung gemacht, im Service in der «Blinden Kuh» in Zürich sowie in anderen Restaurants gearbeitet. Bemühungen, welche schliesslich auch das BBT würdigte: «Zwei Wochen vor der Abschlussprüfung habe ich die Mitteilung erhalten, dass mir bei Bestehen der Prüfung das Diplom ausgeschrieben wird», blickt Jean Baldo zurück. Und das Examen hat er ausgezeichnet bestanden.

Finanziert worden ist Jean Baldos Hotelfachschulbesuch von der Invalidenversicherung. Sie tat dies mit dem Gedanken daran, dass ein gut ausgebildeter Behinderter sein Leben finanziell in den Griff bekommt, seinen Lebensunterhalt als regelmässiger Lohnempfänger selber besser bestreiten kann und die Versicherung langfristig entlastet wird.

DEUTSCH, ENGLISCH, ITALIENISCH, FRANZÖSISCH

Der Waldhaus-Réceptionist ist gut ausgebildet. Die Schuljahre verbrachte Baldo in der Blindenschule Sonnenberg in Baar, bevor er sich in der Handlungsschule und einem Praktikum das kaufmännische Rüstzeug holte und mit einer einjährigen Telefonistenausbildung vervollständigte. Sprachaufenthalte in Canterbury und Boston ergänzten seine damaligen Studien. Heute kann sich Jean Baldo gut in

Deutsch und Englisch, aber auch in Französisch und Italienisch verständigen. Er arbeitet in der Gästebetreuung mit, ein besonders heikler Bereich an der Front eines Fünfsternehauses. Freundlichkeit, Einfühlungsvermögen und Kompetenz sind gefragt. «Ich muss mich neu organisieren, und es braucht Geduld», sagt Baldo.

DIE BEHERRSCHUNG DES COMPUTERS

Informieren kann sich Baldo u.a. elektronisch. Dazu hat das «Waldhaus» die entsprechende Ausrüstung bereitstellen müssen. Die Braillezeile (Blindenschrift) sorgt bei der Computertastatur dafür, dass er E-Mails lesen, die Zimmer-Nummer des Gastes, die Telefonliste (Word) oder anderes abfragen kann.

Für viele Stammgäste gehört Jean Baldo längst zum Haus. Allerdings habe es früher auch solche gegeben, die hätten erst nach zwei Jahren gemerkt, dass er blind sei. «Es ist natürlich klar, wenn ich an der Front bin, nehmen mich die Gäste besser wahr als hinter den Kulissen.» Sobald das Vertrauen der Gäste in seine Fähigkeiten vorhanden sei, würde das Verhältnis zu ihnen ausgezeichnet. Jean Baldo sagt zu diesem Thema einen erstaunlichen Satz: «Ein Blinder muss bei der Zusammenarbeit mit Sehenden flexibel sein.»

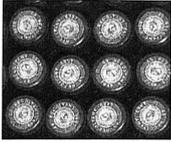
Im direkten Kontakt weniger Barrieren zu überwinden als bei Gästen,

hat Jean Baldo bei seinen Arbeitskollegen. Die langjährigen Mitarbeiter haben sich längst an ihn gewöhnt und behandeln ihn als ihresgleichen. Er versucht auch ein möglichst normales Leben zu führen. In der Freizeit geht er wandern, Velo fahren (Tandem), geht ins Konzert, liest viel (Blindenschrift) und fährt seit zwölf Jahren Ski.

«DER MARKT DER BEHINDERTEN IST ZU KLEIN»

Besondere Anforderungen an Blinde stellt auch der Alltag. Die vielen Behinderungen stören Baldo, die Hindernisse regen ihn auf. «Aber deswegen kann ich nicht grimmig durchs Leben gehen.» Warum Benachteiligung nicht aus der Welt geschafft werden, dafür hat er eine realistische Betrachtungsweise: «Der Markt der Behinderten ist zu klein.»

Jean Baldo versucht, ein möglichst normales Leben zu führen und sich nach Abschluss der Hotelfachschule mehr Erfahrungen anzueignen, bevor er weiter plant. Zufrieden mit ihm sind die «Waldhaus»-Besitzer. Co-Direktor Urs Kienberger freut sich über den Mitarbeiter: «Er sagt den Gästen am Telefon sogar, wie das Wetter ist, und wie weit die Blumen im Engadin gedeihen sind», lacht er. Concierge Pieri arbeite sehr gut mit Baldo, und die Gäste würden schnell verstehen. «Sie fragen ihn sicher nicht, ob er ihr Auto parken könne», meint Kienberger.



WEIN / Lange waren die Beaujolais out. Neuerdings wird kräftig in die Qualität und die Bekanntheit dieser Weine investiert. SEITE 15



USA / Bei McDonald's sollen die Gäste in Zukunft auch an Automaten selber bestellen und bezahlen können. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

«EQUIP'HOTEL 2003»

«Cuisiner, décorer et gérer»

Auf dem Gelände des «Parc d'expositions Paris-Nord Villepinte» wird vom kommenden 28. September bis zum 2. Oktober die internationale Branchenfachmesse «Equip'Hotel 2003» stattfinden. Das französische Grossereignis für die Hotel-, Restaurant- und Catering-Industrien wird in den Messehallen 2, 3, 4 und 5 auf insgesamt rund 100 000 Quadratmetern abgehalten. An der diesjährigen 46. Ausgabe der «Equip'Hotel» werden über 1100 Aussteller ihre Produkte und Neuheiten präsentieren. Die Messe wird in die drei Bereiche «Cuisiner & Savoureur», «Décorer & Aménager» sowie «Gérer & Animer» aufgeteilt. Für dieses Jahr rechnen die Organisatoren der Pariser Branchenfachmesse mit einem Besucheraufkommen von rund 100 000 Personen. MJP

www.equiphotel.fr



Pariser Branchen-Grossereignis.

KURZ UND BÜNDIG

Gipfeltreffen der Süssweine in Saas-Fee

Vom 22. bis 24. August wird im «Ferienart Resort & Spa» in Saas Fee das erste Süsswein-Summit mit internationalen und Walliser Spitzenwinzern durchgeführt. Zu den Themen von «Saas-Süss!» gehören Degustationen, Masterclass, die Saas-Süss-Trophy 2003, Galadiner und Unterhaltung. Vertreten sind unter anderem Manfred Krankl aus Kalifornien, der Österreicher Alois Kracher, die Deutsche Caroline Diehl, der Portugiese Dirk van Niepoort sowie die Walliserin Marie-Thérèse Chappaz. DST

Generationenwechsel bei Marcel Köpfl & Co.

Marcel Köpfl (69), Gründer des Schweizer Exportunternehmens für Gastronomie- und Hotelbetriebe in Asien, legt das Geschäft in jüngere Hände. Wolfgang Hegner (39) hat mit seiner Hegner AsiaConnect AG per 1. Juni 2003 die Geschäftstätigkeit der Marcel Köpfl & Co. übernommen. DST

FLUGHAFEN SALZBURG

Den Gaumen reisen lassen

Foto: ZIG



ECKART WITZIGMANN

In einem gläsernen Zylinder in der elliptischen Glaskuppel des «Hangar-7» wird unter anderem auch der «Jahrhundertkoch» Eckart Witzigmann wirken.

Die technischen Oldtimer im neuen Edel-Hangar von Red Bull werden mit kulinarischen Novitäten garniert. Spitzenköche kommen an Bord.

FRED FETTER

Alle freuen sich: Der etablierte Edelgastro nom ebenso wie der Flughafenmanager und diejenigen, die dank Red-Bull-Erfinder Dietrich Mateschitz ihre gastronomischen Träume umzusetzen hoffen. Wenn am 22. August 2003 spektakulär die Eröffnung des «Hangar-7» vor vermutlich 10 000 Besuchern am Salzburger Flughafen zelebriert wird, wird damit nicht nur eine Garage für die Oldtimer der «Flying Bulls» ihrer Bestimmung übergeben.

Spektakulär ist schon der optische Auftritt dieser überdimensionalen Vitrine, in der flugbereite historische Edelstücke der Luftfahrt glänzen. Vom Hauptgebäude des Wolfgang-Amadeus-Mozart-Airports aus betrachtet, baut sich zu Füssen der Feste Hohen-salzburg ein raumgreifender Bau mit

1754 unterschiedlich grossen und teilweise gebogenen Glastafeln aus. Allein das Eingangsportal – für Flugzeuge dimensioniert – ist 40 Meter breit. 1200 Tonnen Stahl wurden verbaut.

ECKART WITZIGMANN UND SEINE JÜNGER

Wesentlicher Bestandteil der Red-Bull-Idee ist ein integriertes Edelokal, für das «Jahrhundertkoch» Eckart Witzigmann als Galionsfigur gewonnen werden konnte. An der elliptischen Glaskuppel wachsen zwei gläserne Zylinder fünfstöckig empor. In einem davon ist im ersten Stock das Lokal mit 40 Sitzplätzen untergebracht, dessen Name vermutlich «Ikarus» lauten wird. Kern des gastronomischen Konzepts sind Gastspiele internationaler Größen.

Den Beginn wird zwar der zum Restaurantleiter erkorene Salzburger Eckart Witzigmann (62) selbst machen, doch dann werden dem Meister seine «Jünger» folgen. Etwa im Oktober der mit zwei Michelin-Sternen auf Mallorca dekorierte Kollege Gerhard Schweiger, dem im November Hans-Jörg Sackmann, der sonst im Schwarzwald den Kochlöfel schwingt, folgt. Monat für Monat soll die kulinarische Weltreise fortgesetzt werden. Der Mensch begibt sich auf den Flughafen, um nur seinen Gaumen auf Reisen zu schicken.

DER MAESTRO SELBST BLEIBT NUR KURZE ZEIT

Die Idee der monatlich wechselnden Küchenchefs wird von den Mitstreitern der Salzburger Edelgastro nomie relativiert. Einheitlich ist man der Ansicht, dass die Stars zwei Tage bis zu maximal eine Woche am Salzburger Flughafen präsent sein werden. «Das läuft so wie alle internationalen Gastspiele», ist Spitzenkoch Rudolf Obauer aus Werfen überzeugt. Das Brüderdoppel Karl und Rudolf Obauer – mit

19 von 20 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet und vermutlich die besten ihrer Zunft im Lande – weiss, wie der Hase läuft, denn die beiden gehen selbst gerne auf Präsentationstour ins ferne Asien. Aber nur während der kurzen Schliesszeiten. Denn kein Star-koch der Welt kann sich für Wochen von seinem Herd – und den Stammgästen – entfernen.

Nach wenigen Tagen bleibt maximal ein Mitarbeiter des Maestros als Berater zurück. Die Umsetzung erledigt dann die eingespielte Stammbrigade des Gastgebers. In diesem Fall ist Rudolf Trettl (32) als zweiter Chefkoch am Hangar-7 für den professionellen Ablauf dieses «Chamäleon-Konzepts» verantwortlich. Der langjährige Witzigmann-Mitstreiter ist schon seit Monaten damit beschäftigt, in Frage kommende Gastköche zu besuchen und sich auf deren Arbeitsweise einzustellen. Trettl: «So lerne ich die interessantesten Betriebe der Welt kennen. Ich koche mit, rezeptiere, fotografieren und kann danach mein Team trainieren.»

AUCH ÖSTERREICHS KOCH DES JAHRES PRÄSENT

Obauer steht «Ikarus» positiv gegenüber: «Ein Glück, wenn so etwas in Salzburg passiert. Selbst wenn es eine Konkurrenz wäre, gilt: Konkurrenz belebt das Geschäft.» Seine Erwartungen gehen aber in eine andere Richtung: Das kleine Lokal inmitten der Flugzeugoldtimer werde über kurz oder lang «Clubcharakter» bekommen und häufig von Firmen für Empfänge und Incentives genutzt werden.

Österreichs Koch des Jahres 1999 mit Stammsitz in Zell am See wird sogar einen unmittelbaren Beitrag zum Kulinarium am Hangar-7 leisten: Jörg Wörther (19 GM-Punkte) übernimmt das Café am Entrée und setzt dort ein neues Finger-Fastfood-Konzept um. «Es wird ein Pilotprojekt für gesundes, wohlschmeckendes Fastfood», verrät

er der htr. Es werde stark vegetarisch geprägt sein, aber alle Basisprodukte wie Fleisch, Fisch, Pilze oder Meeresfrüchte einschliessen. Wörther denkt durchaus daran, aus dem Take-away-Betrieb ein Franchisesystem zu entwickeln. Dass der Vierhaubenkoch persönlich im Hangar wirkt, ist eher unwahrscheinlich, er wird weiterhin im Gourmettempel «Schloss Prielau» zu finden sein. Wann Wörthers Fingerfood-Café die Pforten öffnet, ist noch unklar. «Mateschitz tendiert derzeit dazu, zuerst alles auf Witzigmann zu konzentrieren und mein Lokal im Herbst extra zu starten.»

Zusätzlich wartet der Hangar-7 mit zwei aufregenden Bars auf. Die Mayday-Bar oberhalb des Restaurants und vor allem «Three-Sixty», die einem Schwalbennest gleich direkt unter der Kuppel «schwebt» und aussergewöhnliche Blicke auf die Oldtimer und das Treiben im Hangar erlaubt.

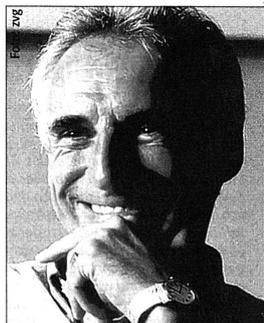
Start mit Spektakel

Um 18 Uhr starten Bundesheer-Helikopter zum klassischen Streichquartett, komponiert von Karl-Heinz Stockhausen – eine Produktion der Salzburger Festspiele.

Um 19.30 beginnt als einmalige Aufführung «Taurus Rubens», ein Theater für Fluggeräte und Schauspieler, die Figuren aus der griechischen Mythologie verkörpern.

Während für diesen Part 10 000 Zuseher bis zu 50 Euro bezahlen sollen, steht ab 21.15 Uhr die Soiree als festliche Abendveranstaltung im Hangar-7 auf dem Programm. Eintritt zum Witzigmann/Do&Co Edelbuffet gibt's dann nur mit 500-Euro-kostspieligen Sondertickets. Alle Einnahmen kommen karitativen Zwecken zugute. FF

www.redbull.com



Red-Bull-Erfinder Dietrich Mateschitz hat hochfliegende Gastro-Pläne.

«Sbrinz»-Geschichte

Giswil. Sbrinz gilt als einer der ältesten Käse Europas und kann auf eine 500-jährige Geschichte zurückblicken. Die historische «Sbrinz-Route» von Luzern nach Italien (Domodossola) wird am kommenden 18. August wieder eröffnet. Sie war ein bedeutender Nord-Süd-Handelsweg der Säumer und die wichtigste Export-Route für Sbrinz. Auch heute ist Italien mit 500 Tonnen der Hauptabnehmer der Innerschweizer Käsespezialität mit dem AOC-Label. Die Eröffnungsfestlich-

keiten der alten «Sbrinz-Route» finden laut Mitteilung der «Sbrinz Käse GmbH» vom 15. bis 17. August in Giswil statt, gefolgt von einem Saumzug in historischer Originalausstattung bis nach Italien. In einer «Sbrinz-Hütte» wird, neben Säumerwein und Most, auch die ganze Sbrinz-Angebotspalette angeboten. Weiter zeigt eine Ausstellung vom 15. bis 31. August im Festzentrum in Giswil, wie dieses Naturprodukt durch traditionelles Käserhandwerk entsteht. *MJP*

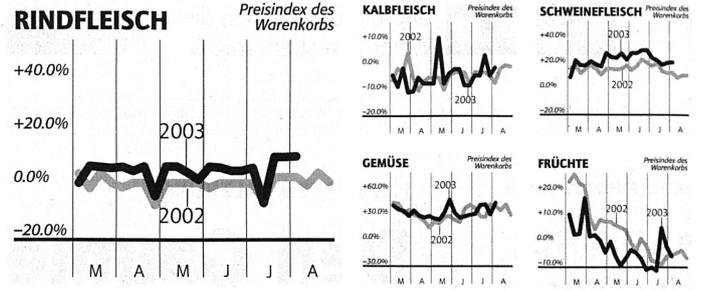
Rezeptur- und Kalkulations-Software

Carosoft. Individuelle Rezeptverwaltung sowie umfangreiche Kalkulationsmöglichkeiten bietet das Programm «Kochtopf 2002» der Firma Carosoft. Dazu kommen die Sortimente der Grosshändler Howeg, Pistor und Scana. Bei Produkt- und Preisänderungen lassen sich die Daten aktualisieren. *MJP*

Informationen: Carosoft, Telefon 055/292 11 39.

PRODINDEX 4. 8. BIS 9. 8. 2003

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



EUROPÄISCHE UNION

Tiefere Mehrwertsteuer

Die EU hat unlängst grünes Licht gegeben für eine Senkung der Mehrwertsteuer für die französische Gastronomie von 19,6 auf 5,5 Prozent.

Die französische Regierung gibt sich optimistisch, da die Steuersenkung im Rahmen einer weitgehenden Angleichung der Mehrwertsteuer für Serviceleistungen in Europa ausgehandelt worden ist. Die endgültige europäische Genehmigung muss zwar noch im kommenden Oktober vom Ministerrat der Mitgliedsstaaten einstimmig abgesegnet werden.

Die Europäische Kommission hatte im Vorfeld vor allem die damit verbundenen hohen Steuerausfälle kritisiert – drei Millionen Euro – und die Effizienz der Massnahme für die Arbeitsplatzbeschaffung in Frage gestellt. Zumal die Franzosen bereits höher verschuldet sind, als das nach dem Stabilitätspakt zulässig ist.

Frankreich hatte nämlich vor der Entscheidung in einem Memorandum versichert, auf Grund der Steuersenkung binnen 18 Monaten insgesamt 40 000 neue Arbeitsplätze in der Hotellerie und der Gastwirtschaft zu schaffen. Der Staatssekretär für die KMPU, den Handel und den Konsum, Renaud Dutreil, hat gegenüber der Tageszeitung «Le Monde» denn auch versichert, dass er von der Branche gute Leistungen erwarte, die in einem Abkommen mit der Regierung festgeschrieben werden sollen. Ein Komitee soll dann die Entwicklung überwachen.

EIN DRITTEL DER MARGE FÜR MEHR LOHN

André Daguin, Präsident der «Union des métiers et des industries de l'hôtellerie» (Umih), setzt seinerseits auf seine «Dreierformel»: ein Drittel der neuen Marge soll dazu dienen die Berufe in der Gastronomie durch bessere Gehälter aufzuwerten – er visiert eine 10-prozentige Erhöhung an –, ein Drittel soll an den Kunden weitergereicht werden, indem die Preise gesenkt werden, und das letzte Drittel soll für Investitionen eingesetzt werden. Er sieht keine Gefahr, dass die Gastwirte die Preise nicht senken werden, denn das sei der sichere Tod des Unternehmens, da man die Kunden nicht für dumm verkaufen kann.

Mit derzeit 800 000 Beschäftigten ist die französische Gastronomie einer der arbeitsintensivsten Sektoren der Wirtschaft. Dennoch erscheint die Zahl von 40 000 zusätzlichen Arbeitsplätzen ehrgeizig, da allgemein in der Branche darüber geklagt wird, dass kein kompetentes Personal zu bekommen ist. Ob höhere Gehälter ausreichen werden, die jungen Leute zu motivieren, bleibt abzuwarten. Zumal die von den Sozialisten anvisierte Arbeitszeitbegrenzung inzwischen wieder ausgesetzt wurde.

GASTRONOMIE IN FRANKREICH

Chefs geben sich pessimistisch

66 Prozent der französischen Köche sehen beunruhigt in die Zukunft und knapp 18 Prozent sind sogar sehr pessimistisch. «Néorestauration» hat 3920 Köche aus der öffentlichen und der Gemeinschaftsgastronomie über die Lage der Restaurantszene befragt.

KATJA HASSENKAMP

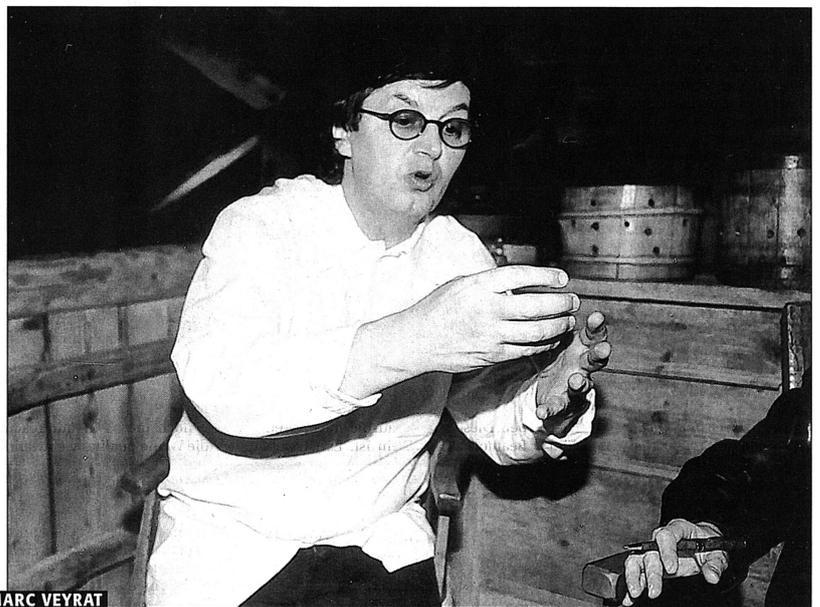
Die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr sind schlecht. Auf Grund der weiterhin fehlenden Gäste aus den USA und Asien, vor allem an der Côte d'Azur und in Paris, rechnet der Vorsitzende der Gastwirtkammer, Francis Attrazic, mit rückläufigen Ergebnissen im Vergleich zu 2002. Und auch die befragten Chefs sind zu 62,7 Prozent davon überzeugt, dass 2003 kein guter Jahrgang für ihre Branche sein wird. Dabei führen sie neben dem schwierigen internationalen Umfeld auch die unsichere wirtschaftliche und soziale Lage in Frankreich als Begründung an.

KAMPF GEGEN DEN PERSONALMANGEL

Besonders besorgt sind die Befragten in Sachen Personalpolitik. 67 Prozent sind der Ansicht, dass nur eine drastische Verbesserung der Gehälter die Engpässe beseitigen könnte. Aber selbst dann machen sich die Köche mehrheitlich keine Illusionen über die Qualität der Berufsanwärter, denn 65,3 Prozent halten die derzeitige Ausbildung an den Hotelfachschulen für unpassend und zu theoretisch.

Neben einer Verbesserung der finanziellen Lage, hält ungefähr die Hälfte der Befragten auch eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen für notwendig, um junge Leute für die Gastronomie zu motivieren. Und wie der Direktor von GAM Restaurants der Banken BNP-Paribas, Bernard Leymonie, unterstreicht, dürfen die öffentliche Restauration mit ihren Zwängen – lange Arbeitszeiten, oft altmodische Arbeitsbedingungen etc. – und die Gemeinschaftsgastronomie mit ihren wöchentlichen 35 Arbeitsstunden nicht in einen Topf gesteckt werden.

Foto: Martin J. Petras



MARC VEYRAT

Der 3-Sterne-Starkoch ist überzeugt, dass die Sterne in den Gastführern für die betreffenden Gastronomen von grosser wirtschaftlicher Bedeutung sind.

Allgemein hoffen die Befragten, dass ihnen eine Senkung der Mehrwertsteuer (siehe linke Spalte) Luft verschaffen könnte, um vermehrt zu investieren – sowohl in höhere Gehälter (72,3%), als auch in notwendige Renovierungen ihrer Etablissements. Aber auch wenn die erhoffte Steuersenkung ausbleiben sollte, planen immerhin 66 Prozent der Köche in den nächsten 18 Monaten Renovierungsarbeiten, um ihre Etablissements mit modernen Anforderungen in Einklang zu bringen.

1-Sterne-Chef Jean-Guy Loustau («Au Bascou», Paris) bringt das auf den Punkt, indem er unterstreicht, dass man es den Kunden schuldig ist, neben guter Qualität in der Küche, auch ein korrektes Ambiente zu bieten. Daher sollte der Gastwirt seiner Meinung nach sein Etablissement nicht altern lassen, da das nach einigen Jahren

zwangsläufig grosse Renovierungen nach sich zieht, die teuer und schwierig zu managen sind.

GASTROFÜHRER RESPEKTIEREN

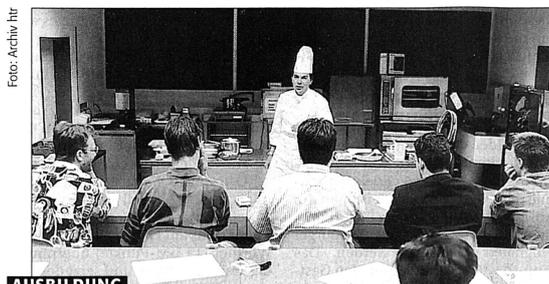
Ebenfalls in der Gunst der Kunden stehen die viel umstrittenen Gastrofürer. Hingegen fällt die Beurteilung dieser «Orientierungshilfen» bei den befragten Köchen recht unterschiedlich aus. 37,5 Prozent sind der Ansicht, dass die Tester nicht regelmässig genug die Etablissements überprüfen, über die sie schreiben. Aber immerhin 39,6 Prozent sind der Meinung, dass die Bücher dem Bekanntheitsgrad der französischen Küche nutzen.

2-Sterne-Koch Jean-Michel Lorrain («Côte Saint-Jacques», Joigny) unterstreicht, dass man die Regeln der

Gastführer respektieren muss. «Man kann nicht laut klatschen, wenn man gut benotet wird, und das System beschimpfen, wenn man zurückgestuft wird.» Und Lorrain weiss, wovon er spricht, denn er hat im Jahr 2001 seinen dritten Stern eingebüsst.

Auch 3-Sterne-Starkoch Marc Veyrat («Auberge de l'Eridan», Veyrier du Lac, «La Ferme de mon père», Megève) bescheinigt den Gastführern im Allgemeinen Seriosität und unterstreicht ihre Nützlichkeit als Orientierungshilfe für die Kunden. Ausserdem betont er, welche wirtschaftliche Bedeutung ein Stern für einen Koch haben kann und berichtet, dass sein Umsatz nach dem dritten Stern massgeblich gestiegen ist und er seine Mannschaft verdreifachen konnte.

Alle Zitate sowie die angegebenen Zahlen stammen aus der Fachzeitung «Néorestauration» vom Juli/August 2003.



AUSBILDUNG

Eine Mehrheit der französischen Köche hält die derzeitige Ausbildung an den Hotelfachschulen für unpassend und zu theoretisch.

Mittags gern light, abends lieber long

Qualität ist die wichtigste Forderung der französischen Gäste, und zwar sowohl im Restaurant, als auch in der Kantine. Wie eine Umfrage des Eisfabrikanten Relais d'Or-Miko über die Essgewohnheiten der Franzosen deutlich macht, will man aber auch freundlich bedient werden. Dabei ist der zuvorkommende Service abends wichtiger als mittags, denn der Gast hat dann mehr Zeit und will sich gerne beraten lassen. Er gibt abends auch mehr aus – während das Budget mittags für 75 Prozent der Befragten zwi-

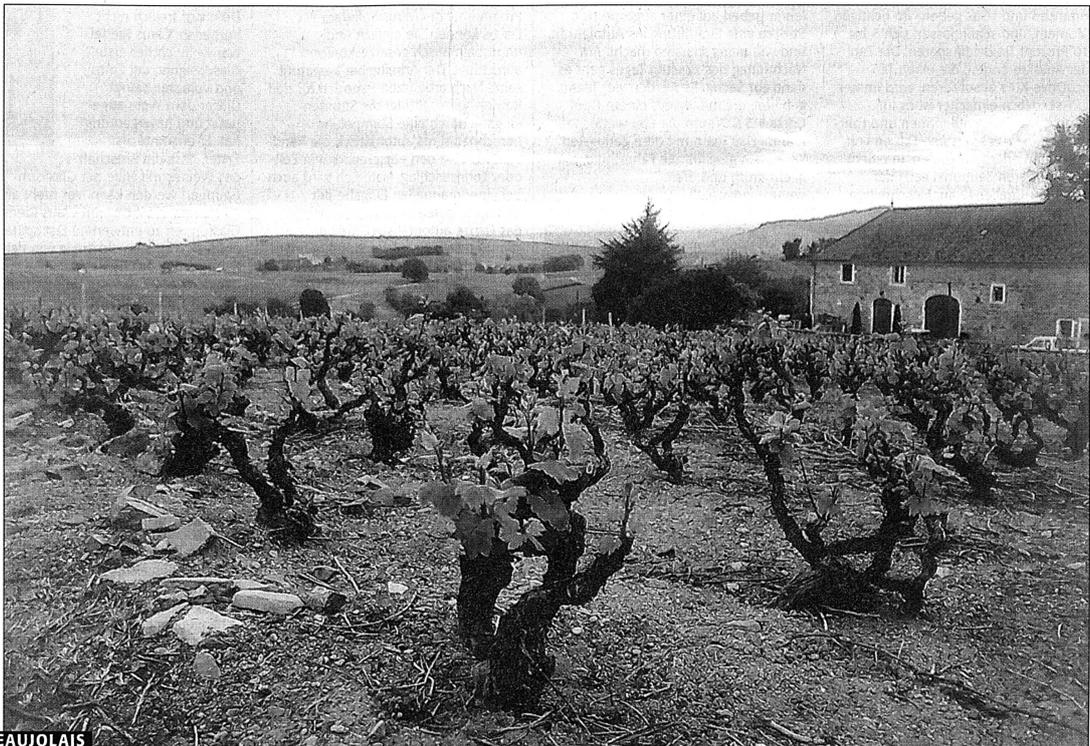
schen 7,62 Euro und 15,24 Euro liegt, geben 62 Prozent abends über 21 Euro aus. Entsprechend ist der Prozentsatz der kompletten Menüs – Vorspeise, Hauptgang, Dessert – abends höher, als mittags. Dennoch ist über ein Viertel der Befragten niemals ein Nachtisch. Grösster Vorwurf, der einem Restaurant gemacht werden kann, ist fehlende Hygiene – schmutzige Etablissements sind für 79 Prozent in der Gemeinschafts- und für 76 Prozent in der öffentlichen Gastronomie nicht akzeptabel. *HAS*

WEINBAU IN FRANKREICH

Der Beaujolais will nicht untergehen

Es gibt Weinsorten, die genossen während Jahren alle Vorzüge des Ruhmes und plötzlich waren sie out. Dies ist den Weinen aus dem Beaujolais widerfahren – doch wie es scheint, wird neudrings kräftig investiert: in die Qualität und die Bekanntheit der Weine.

Fotos: Daniel Stampfli



BEAUJOLAIS

Aus den Trauben der Gamay-Rebstöcke wird der Beaujolais vinifiziert, der den Gaumen auffrischt und entspannen kann. Die Gamay-Traube hat auch in der Schweiz eine lange Tradition. Vor rund 150 Jahren wurde sie aus dem Beaujolais importiert.

CHANDRA KURT

Weinkenner rümpfen automatisch die Nase, wenn sie Beaujolais hören. Zumal dem aus der Gamay-Traube vinifizierten Wein gerne das Attribut «lieblich» und «fruchtig» attestiert wird. Das trifft wohl zu, doch jeder Gaumen erfreut sich zwischendurch eines filigraneren, süffigeren Weins. Problematisch ist vielmehr, dass in den letzten Jahren zu viele qualitativ unterdurchschnittliche Weine auf einen Markt gekommen sind, der gerade dabei war, sich von den süßlich-schmelzigen Vorzügen Neuer-Welt-Weine verführen zu lassen.

Das Resultat war klar und schmerzhaft für diese klassische Weinbauregion. Mehr und mehr Verkaufsstellen strichen den Beaujolais aus dem Sortiment, zumal auch Konsumenten keine Mühe hatten, auf diesen unkomplizierten und süffigen Franzosen zu verzichten.

ESSIG UND INDUSTRIE-ALKOHOL

Glücklicherweise haben jedoch Krisen und Konkurrenz auch eine positive Seite. Sie wecken aus dem lähmenden Tiefschlaf-Zustand auf, der entstehen kann, wenn man das Gefühl hat, die Welt verändere sich nicht und die eigene Position sei auf ewig garantiert. Nichtsdestotrotz erreichte die Beaujolais-Krise erst kürzlich ihren Tiefpunkt. 300 000 Euro musste das französische Montagsmagazin «Lyon Mag» zahlreichen Beaujolais-Winzern bezahlen, weil in einem Artikel schlecht über ihre Weine geschrieben wurde. Dies entschied das Gericht von Villefranche-sur-Saône. Allerdings entstand der Artikel nicht grundlos, denn zuvor hatten die Winzer beschlossen, 100 000 Hektoliter ihres unverkauften Weines in Essig und Industriealkohol umwandeln zu lassen. Natürlich mit staatlicher Unterstützung.

Warum? Das wollte «Lyon Mag» auch wissen und liess einen Reporter ein Interview mit dem französischen Weinkritiker François Mauss schrei-

ben. Dieser meinte auf die Frage: «Weil Beaujolais kein Wein ist. Es ist vielmehr ein minimal gegärter Fruchtsaft mit Alkoholzusatz. Den Winzern ist absolut klar, dass sie ein minderes Produkt verkaufen, aber sie tun es trotzdem. Und das obschon die Verkaufszahlen seit Jahren rückläufig sind. Dass hier auch noch staatliche Unterstützung erfolgt, ist unverständlich.»

Eine Kritik, die zum Prozess führte, obschon «Lyon Mag» auch eine Stellungnahme eines Beaujolais-Vertreters gedruckt hatte. Dieser begründete den Verkaufsrückgang lediglich mit der ausländischen Konkurrenz. Wie dem auch sei: in der Regel kaufen Konsumenten Produkte, die sie mögen und die im Preis stimmen. Beaujolais und im Speziellen Beaujolais Nouveau sind schon seit Jahren keine Verkaufsschlager mehr.

Das könnte sich allerdings in Zukunft wieder ändern. Denn einerseits

wurde noch nie so darauf geachtet, dass die Weine qualitativ einwandfrei sind und andererseits wird mehr und mehr in die Promotion und Wieder-

bekanntmachung der reinen Gamay-Weine investiert. So findet beispielsweise am 29./30. März 2004 die erste «Rendez-vous-Beaujolais»-Fachmesse für Gastronomie und Handel statt,

an der die besten Weine vor Ort verkostet werden können (www.rendez-vous-beaujolais.com).

Immer noch ein relativ günstiger französischer Wein

Es gibt drei Beaujolais-Stufen: Beaujolais (die günstigste Variante), Beaujolais-Villages (etwas teurer, stammt von einer der 35 klassifizierten Gemeinden) und Beaujolais Cru (teuerster Vertreter). Zehn Gemeinden dürfen den Cru vinifizieren. Es sind: Brouilly, Morgon, Moulin-à-Vent, Fleurie, Côte de Brouilly, Chiroubles, Chénas, Juliénas, Saint-Amour und Régnié. Nichtsdestotrotz ist ein Beaujolais im Vergleich zu anderen Franzosen immer noch relativ günstig. Denn für plus-minus zehn Franken bekommt man einen anstän-

digen Alltagswein. Ein weiteres Merkmal eines Beaujolais ist, dass er jung zu trinken ist. Behält man ihn zu lange, also mehr als drei Jahre, verliert er seine jugendliche Frucht und wirkt nur noch säuerlich, herb. Ein Beaujolais hat auch nicht den Körper, den ein Lagerwein verlangt. Sein Plus ist seine unbekümmerte, leichte Art. Sie passt übrigens wunderbar zu einfachen Gerichten, wie einer kalten Platte, gegrilltem Fleisch oder Fischgerichte, aber auch zu Geflügel, Sandwiches, Salat und dezent gewürzten Teigwaren.

Typisch an den Gamay-Trauben ist, dass sie Weine ergeben, die man entweder mag oder nicht. Die Weine sind im Stil immer ähnlich und eignen sich für den unkomplizierten Trinkgenuss. Am besten werden sie leicht gekühlt, also bei 13 bis 14 Grad serviert.

Jährlich werden im Beaujolais rund 15 Millionen Kisten abgefüllt. Mehr als die Hälfte wird als Primeur oder Nouveau verkauft. Es handelt sich dabei um die jüngste Beaujolais-Abfüllung. Sie kommt bereits sechs Wochen nach der Produktion auf den Markt. **CHK**

DEGUSTATIONS-NOTIZEN

Von fruchtig bis süffig zu moderatem Preis

Die htr hat sich auf dem Markt umgesehen und ein paar Beaujolais-Weine herausgepickt, die zu einem guten Preis Freude bereiten.

CHANDRA KURT

• **Moulin-à-Vent 1999, Château des Jacques**
Charakter: Granatrot. Fleischig, erdiger Auftakt. Im Gaumen rustikal, ledig und voller reifer Waldbeeraromen. Fliessst wohl leichtfüssig den Hals hinunter, hinterlässt aber dabei eine reif-beerige Aromaspur. Ein bodenständiger Moulin-à-Vent. Für den soforigen Gebrauch bestimmt.
Preis: Fr. 16.–
Bezugsadresse: Bataillard, Tel. 041 286 61 61

• **Chiroubles 2002, Cru du Beaujolais**
Charakter: Rubinrot. Schmelzig, fruchtiger Auftakt mit einer einladenden Beerennote. Im Gaumen süffig, elegant und knackig. Die Frucht ist reif und voll und dank einer frischen Säurenote sehr saftig. Ein temperamentvoller und fast schon körperreicher Cru.
Preis: Fr. 10.30
Bezugsadresse: Weinhandlung Elie Gazzar, Lausanne, Tel. 021 691 86 71, www.gazzar.ch

• **Beaujolais-Villages 2001, Domaine Manoir du Carra**
Charakter: Dunkles Granatrot. Süffiger Auftakt mit dichter Beerenaromatik und dezent herben Ledernoten. Im Gaumen eine blumig-beerige Mischung und erstaunlich viel Schmelz. Etwas übertrieben ausgedrückt, kann hier bereits von einem barocken Beaujolais gesprochen werden. Kommt

jetzt langsam in seine trinkreife Phase. Überraschungswein.
Preis: Fr. 9.40
Bezugsadresse: Weinkellerei Donat Gut, Tel. 01 951 08 08

• **Saint-Amour 2002, Louis Tête**
Charakter: Granatrot. Dezent fruchtiger Auftakt mit delikaten Pfirsicharomen. Im Gaumen fruchtig, geschmeidig und süffig. Seine fruchtige Seite dominiert von A bis Z und verleiht diesem Klassiker eine sympathische Aussage. Schön vinifiziert und anregend. Interessantes Preis-Leistungsverhältnis. Preis: Fr. 10.70
Bezugsadresse: Scherer & Bühler, Tel. 041 377 11 22

• **Morgon 2002, Domaine de Gry Sablon**
Charakter: Leuchtendes Rubinrot. Jungendlich beeriger Auftakt, der einen

lieblichen und modernen Wein ankündigt. Im Gaumen temperamentvoll und knackig. Neben Brombeeren tauchen Stachelbeeren und etwas Cassis auf. Knackig und süffig im Abgang. Sympathischer Durstlöcher.
Preis: Fr. 10.30
Bezugsadresse: Diffuwins, Tel. 022 910 16 00

• **Brouilly 2000, Domaine Balloquet, Louis Jadot**
Charakter: Dunkles Granatrot. Knackiger Auftakt mit Aromen von schwarzen Waldbeeren. Im Gaumen rustikal, beerig und dezent ledig. Die Frucht ist reif und der Körper schlank. Ein Klassiker mit süß-schmelzigem Abgang.
Preis: Fr. 12.90
Bezugsadresse: Bataillard, Tel. 041 286 61 61



Tradition wird im Beaujolais-Gebiet gross geschrieben.

Opel – Sparsam fahren und die Fahrschule gewinnen!

Schwierig ist es eigentlich ganz und gar nicht. Ein bisschen früher schalten, Bremsen und «Gas geben» im richtigen Moment, und schon lassen sich 5 bis 10 Prozent Treibstoff sparen. Die Zahl der Autofahren, die einen TCS EcoDrive-Kurs absolvieren, wird immer grösser. Noch einfacher ist es für angehende Fahrlehrerinnen und Fahrlehrer, die das sparsame Fahren von Anfang an erlernen können. In einem noch früheren Zeitpunkt setzt der ECO4you-Challenge an. Einschreiben

können sich alle Jugendlichen mit Jahrgang 86 – per E-Mail oder über Internet. Einfach bis spätestens 31. August 2003 mit Vorname, Name, Adresse und Geburtsdatum an eco4you@nyou.ch. Sechzehn Jugendliche werden ausgelost. Sie sind am 30. September/1. Oktober 2003 zu zwei Tagen Fahrschule eingeladen. Speziell ausgebildete Fahrlehrerinnen und Fahrlehrer geben auf einer abgesperrten Strecke eine Einführung ins Autofahren, und wie mans sparsam macht. Am Nachmittag des zweiten Tages geht es dann zur Sache. Es werden vier Teams gebildet, die mit jeweils einem Opel Corsa 1.3 CDTI um die Sparwette fahren. Das Team mit dem geringsten Verbrauch gewinnt die Fahrschule, mit allem drum und dran. www.eco4you.ch

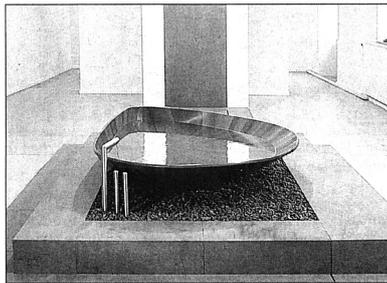


la familia.ch – Badezimmer-Architektur vom Feinsten

Wer heute ein neues Bad plant, stellt hohe Ansprüche an ein designorientiertes Interieur. Mit der exklusiven Produkte-Kollektion «Architektur im Bad» aus verschiedensten edlen Materialien wie Stahl, Stein, Glas, Beton und Holz bieten die Partner von «la familia.ch» neue Perspektiven für ein positives Lebensgefühl in einem intimen und doch alltäglichen Raum. Individualität und eigenständigem, elegantem Design werden mit «Architektur im Bad» keine

Grenzen gesetzt. Ein Beweis dafür ist das künstlerisch einzigartige Waschbecken, das in der Form einer Nautilus-Muschel in eine Natursteinplatte gemeisselt ist. Ein Beispiel meisterlicher Skulpturkunst. Ein anderes Beispiel ästhetischer Einzigartigkeit ist die aus Holz gefertigte Bademuschel. Das Meisterstück verbindet traditionelle Handwerkskunst mit modernsten Techniken und Materialien. Die aussergewöhnliche Form

erlaubt dem Badenden, genussvoll im Wasser zu schweben. www.lafamilia.ch



Ford – neues Modell Plus



Drei Motoren- und drei Ausstattungsvarianten – über mangelnde Alternativen in der Fusion-Palette konnten sich Ford-Kunden nie beklagen. Trotzdem legt der Automobilhersteller jetzt eine weitere Modellvariante nach. Sie heisst «Plus» und wendet sich auch an Familien, die sich ein geräumiges Auto samt Komplettausstattung zum Spartarif wünschen. Nicht nur Ford-Fahrer wissen: Mit dem Fusion ist es den Kölnern auf eindruckliche Art gelungen, verschiedene

Fahrzeugklassen miteinander zu verschmelzen. Halb Minivan, halb Kleinwagen und mit der Optik eines robusten Offroaders versehen – so hat sich der kleine Alleskönner Fusion vor ein paar Monaten aufgemacht, die Kleinwagenklasse neu zu definieren und die Herzen seiner Fans im Sturm zu erobern. Mit dem neuen Fusion Plus, der seit wenigen Tagen bei den Händlern steht, will Ford nun auch jene Kunden ansprechen, die sich den geräumigen und preisgünstigen Kleinwagen inklusive Komplettausstattung wünschen. 23 900 Franken kostet das preisgünstigste Fusion-Modell in der «Plus»-Ausführung – inklusive 80 PS starkem 1,4-Liter-Benzinmotor. www.ford.ch

Mirus Software AG – Nachtzuschläge integriert

Ab 1. August 2003 wird es ernst: Die Nachtzuschläge im Gastgewerbe sind zu entrichten. In der neuen Version des Mirus-Mitarbeiter-Management-Programms der Mirus Software AG Davos können Sie einfach und unproblematisch gesetzeskonform abrechnen. Der Arbeitgeber bestimmt seine Nachtarbeitszeit-Perioden für den Betrieb selbst. Erfolgt die Stunden-eingabe durch eine Stempeluhr, berechnet Mirus automatisch die Randstunden und den entsprechenden Zeit- oder Lohnzuschlag. Natürlich wird auch bei einer manuellen Eingabe der monatlich geleisteten Gesamtstunden das Ganze automatisiert. Sie bestimmen selbst, welche Stunden mit Lohn- oder Zeitzuschlag abgegolten werden. Die Berechnung erfolgt anschliessend automatisch durch das Programm. Gesetzeskonforme Auswertungen runden das Angebot für die korrekte Nachtarbeitsstunden-Abrechnung ab. Mirus Mitarbeiter Management – die führende Schweizer Backoffice-Software von Gastroprofis für Gastroprofis. Löhne, Arbeitszeit, Freizeit, Ferien, Sozialabzüge, Lohnausweise etc. – mit Mirus Mitarbeiter Management haben Sie jederzeit alles im Griff. **Tel. 081 415 66 88**

Riedel – feiert 30 Jahre Sommeliers

Form und Grösse des Glases beeinflussen massgeblich die Wahrnehmung des Weines. Wer würde das heute noch in Abrede stellen? Dem war freilich nicht immer so. Claus Riedel war weltweit der erste Glasdesigner, der Form und Volumen seiner Gläser dem Wein angepasst und untergeordnet hat. Er erkannte als Erster, dass die Botschaft des Weines mit Hilfe der Glasform optimiert werden kann. Vor mehr als 45 Jahren, 1957, begann Claus Riedel Glasformen zu entwerfen. Erst später entdeckte er, dass abhängig von der Formgebung des Glases derselbe Wein bei gleicher Temperatur unterschiedlich



schmeckte. Der Höhepunkt seiner Arbeit ist die Serie Sommeliers, die 1973 in Orvieto dem Kongress der italienischen Sommeliersvereinigung präsentiert wurde. Georg Riedel (10. Generation) hat seit 1982 die Entwicklung der Weingläser übernommen. Er hat das Konzept auf die Maschine gebracht und damit dem weinbegeisterten Publikum weltweit eine preiswerte Variante geliefert. Riedel-Gläser sind heute in mehr als 60 Ländern erhältlich. Untrennbar wird der Name Riedel seit nunmehr 300 Jahren überall auf der Welt mit höchster Glaskunst in Verbindung gebracht. **MRG, Monika Grötsch 6047 Kastanienbaum Tel. 041 340 13 66 Fax 041 340 27 41**

3M – Safety-Walk-Stehkomfortmatten

In unzähligen Berufen wird lange stehend gearbeitet – oft auf harten Böden. Schmerzen in Beinen, Knien, Rücken und Nacken sind die Folge. Dies wirkt sich auch auf das Betriebsergebnis aus. 3M-Stehkomfortmatten bestehen aus extra-starken flexiblen Vinyl-Schlingen. Die offene Schlingenstruktur der Matte verteilt das Körpergewicht und reduziert den Druck «unter dem Fuss» um 60%. Biomechanische Messungen haben folgenden Druckunterschied ergeben: bei hartem Boden 1 kg/cm²,



bei Stehkomfortmatten 0,41 kg/cm². Die Matten bieten einen komfortablen Stand und beugen der Ermüdung vor. Diese Eigenschaften behalten sie über die gesamte Lebensdauer. Die Struktur der Oberfläche verhindert Rutsch- und Sturzunfälle. Die Matten sind leicht zu reinigen, verfügen über ein geringes Gewicht und sind beständig gegen Öle, Fette und Reinigungsmittel. Die Stehkomfortmatten sind in drei Ausführungen erhältlich. 3M-Stehkomfortmatten können im Industrie- und Reinigungsfachhandel oder über den Internet-Marktplatz der Suva, www.sapro.ch bezogen werden. **3M (Schweiz) AG Eggstrasse 93 Postfach 8803 Rüschlikon Tel. 01 724 91 52 www.3m.com/ch**

Rivella – neues Etiketten-Design

Nichts verleiht in den heissen Sommermonaten mehr Frische und Dynamik als ein kühles Rivella. Dies soll sich ab sofort nicht mehr nur auf den Inhalt der Flasche beziehen: Rivella startet mit neuer Optik in die zweite Jahreshälfte. Rivella Rot, Grün und Blau präsentieren sich mit überarbeiteten Etiketten. Die Verbindung von Tradition mit modernem Design – Rivella ist dies optimal gelungen. Mehr Natürlichkeit, Frische und Dynamik bestimmen



das Bild, ohne den Wiedererkennungswert der beliebten Getränkemarkte zu schmälern. Anpassungen des Schatteneffektes im Schriftzug und in der Sonne mit verstärktem 3D-Effekt bringen die markantesten Merkmale der Marke Rivella noch mehr Geltung. Die Bergkette, Zeichen für die Natürlichkeit und den Schweizer Ursprung, tritt durch mehr Schatten und Kanten verstärkt in den Vordergrund. Mit einer sanft überarbeiteten Schriftgestaltung wurde der Etikette ein harmonischeres Gesamtbild verliehen. **Rivella AG Industrieweg 14 4852 Rothrist Tel. 062 785 41 11 www.rivella.ch**

AUS- UND WEITERBILDUNG/ANZEIGEN

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Grundlagen zum Erfolg

Réceptionskurs 1

4-wöchiger Intensiv Ein-/Umsteigerkurs mit FIDELIO
13. Oktober bis 7. November 2003
und 19. April bis 14. Mai 2004

Mitarbeiter-Administrationskurs

1-wöchiger Kurs von A (Akquisition) bis Z (Zeugnis)
10. November bis 14. November 2003

Réceptionskurs 2

1-wöchiger «Fresh-up» Kurs für Réceptionsmitarbeitende
6. Oktober bis 10. Oktober 2003

Verlangen Sie bitte unser detailliertes Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homepage www.hotelschule-loetscher.ch

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

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmern
Total SFR 790.–

Fragen Sie uns bezüglich längerer Kursdauer bzw. spezielle Kurse für den Tourismus.

Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.de

153472/990239

SOUTHBOURNE SCHOOL OF ENGLISH

BOURNEMOUTH ENGLAND

Für Fachleute in Hotellerie und Gastronomie

Tel. 031 950 28 27

www.best-of-english.ch

Neu: EURO-Banknoten-Prüfergerät
Euro gegen Blüten, nein Danke.
Das Gerät prüft insgesamt 6 Prüfwege (v. Ascorn) innert 2/s.
Verlangen Sie den Prospekt, via
Tel. 01 767 18 18, Fax 01 767 18 12

www.zuendhoelzer.ch

ANNONCE

A vendre

Dans importante ville du Jura situation exceptionnelle

Hôtel-restaurant

entièrement rénové.

Excellent rendement idéal pour un couple du métier.

Ecrire sous chiffre 129643, hotel + tourisme revue, case postale, 3001 Berne.

129643/64785

Über Investitionen und Bergstationen.

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

EU-Kommission prüft Übernahme

Bon appétit. Die Übernahme der Bon appétit Group durch die deutsche Rewe-Handelsgruppe wird durch die EU-Kommission geprüft. Bis zum 26. August will die Behörde entscheiden, ob sie den Zusammenschluss direkt genehmigt oder vertieft prüft. Das Verfahren gilt als unproblematisch. Die Kommission hat die Aufgabe, grosse Firmenzusammenschlüsse und ihre Auswirkungen auf den Wettbewerb zu prüfen. *DST/sda*

Zwei weitere BSE-Fälle

TIERSEUCHE. In der zweiten Juli-Hälfte wurden laut Bundesamt für Veterinärwesen (BVET) zwei neue Fälle von BSE verzeichnet. In Frütigen wurde die Krankheit bei einer krankheitshalber getöteten fünfjährigen Kuh diagnostiziert. In Arbon fiel der auf private Initiative freiwillig durchgeführte Test einer normalgeschlachteten siebenjährigen Kuh positiv aus. Seit Jahresbeginn wurden in der Schweiz total 14 BSE-Fälle verzeichnet. *DST*

Ausdehnung auf Nichtmitglieder

Agroprodukte. Fünf Branchen- und drei Produzentenorganisationen wollen ihre Selbsthilfemassnahmen auch für Nichtmitglieder verbindlich erklären lassen. Das Bundesamt für Landwirtschaft hat die Gesuche im Schweizerischen Handelsamtsblatt publiziert. Die Mehrzahl der Gesuche betrifft die Verlängerung bestehender Massnahmen oder eine Anpassung an Beschlüsse der jeweiligen Delegiertenversammlung. *DST*

Geflügelpest-Krise ist beendet

BVET. Vögel aus den Niederlanden und Belgien dürfen wieder in die Schweiz eingeführt werden. Nachdem in den Ländern seit Anfang Mai kein Tier mehr an Geflügelpest erkrankt ist, hat das Bundesamt für Veterinärwesen (BVET) die geltende Importsperrung am 1. August 2003 nach gut drei Monaten aufgehoben. Die klassische Geflügelpest (Aviäre Influenza) war Ende Februar in den Niederlanden ausgebrochen und griff Mitte April auf Belgien über. Die

Krankheit hatte zu keinem Zeitpunkt auf die Schweiz übergegriffen, so das BVET. Um den Schutz vor hoch ansteckenden Geflügelkrankheiten weiter zu verbessern, lanciert das BVET eine Risikoanalyse für sämtliche Produkte rund um die Geflügelzucht. Bereits umfassend geregelt sind Importe von lebendem Geflügel, Fleisch und Eiern. Kaum bekannt ist bislang jedoch, woher und in welchen Mengen etwa Eierkartons, Mist oder Hühnerfutter importiert werden.

Fachleute des BVET und der Geflügelbranche listen deshalb Einfuhrwege und Herstellungsarten der Produkte auf und beurteilen das Risiko, über Hühnermist und andere Waren eine Geflügelkrankheit einzuschleppen. Neben der Risikoanalyse hat das BVET zusammen mit Tierärzten und Vertretern der Geflügelbranche auch Verhaltensregeln für Hühnerhalter herausgegeben, um die Gesundheit der Tiere weiterhin sicherzustellen. *DST*

GASTROLITERATUR

Kurioses rund ums Essen

Wie Speisen und Getränke zu ihrem Namen kamen und Geschichten rund ums Essen und Trinken beschreibt das Buch «Von Absinth bis Zabaione».

Was man in Ungarn serviert bekommt, wenn man «Gulyas» bestellt, warum die Berliner in Berlin «Pfannkuchen» heissen und wann ein Whisky ein Whiskey ist – das sind nur drei von vie-



len Fragen, auf die es Antworten in dem amüsanten Buch «Von Absinth bis Zabaione» gibt. Die Idee zum Buch hatte der heute auf der philippinischen Insel Boracay lebende Schweizer Hannes Bertschi. «Wie Speisen und Getränke zu ihrem Namen kamen und andere kuriose Geschichten» heisst es in diesem 320-Seiten-Werk, das auf einer Artikelserie der «Basler Zeitung» basiert. Ko-Autor ist Marcus Reckewitz. «Ich war der Ideenlieferant und Rechercheur, Reckewitz der Schreiber der ergdältigen Fassung», erläutert Bertschi.

DER «MEIRINGER SCHAUMSCHLÄGER»

Und er kann recherchieren: Allein die Geschichte über den Tilsiter, den bekannten Käse, der von Schweizern im nordöstlichen Deutschland erfunden wurde, ist lesenswert. Ebenso amüsant ist seine Geschichte über das Maggikraut, das eigentlich Liebstöckel heissen müsste. Respektlos geht Bertschi mit dem «Meiringer Schaumschläger» um – die Dokumente, die «als unbestechliche Beweise» auf Meiringer als Ursprungsort hindeuten könnten, seien «verdächtig oft ein Opfer von Flammen geworden».

Wie der jiddische «Beygel» zum internationalen Bagel wurde, ob der Kaiserschmarrn nicht eigentlich eine «zutiefst bäuerliche Angelegenheit» sei, wieso ein Auswanderer aus Deutschland den Erfolg von Ketchup begründete und warum auch die Legende vom Panettone «an der Wirklichkeit vorbeizieht» – das ist selbst für den Küchenprofi noch eine interessante (und manchmal auch lehrreiche) Lektüre. *GU*

«Von Absinth bis Zabaione», Argon-Verlag, Euro 18,90 oder 32,10 Franken, ISBN-Nummer 3-87024-559-X.

FASTFOOD USA

Die Gäste sollen selber tippen

Um Kassiererinnen einzusparen, testet McDonald's in den USA neue Automaten, an welchen die Restaurantbesucher demnächst ihre Bestellung aufgeben und gleich bezahlen können. Ob dieses System aber auch im Sinne der Gäste ist, bleibt noch abzuwarten.

Foto: Tobias Keetman



MCDONALD'S AM NEW YORKER TIMES SQUARE

Noch fragen die flinken Kassiererinnen nach allen Details einer Bestellung, doch bald steht der Kunde selbst am Touchscreen und muss sich selbst durch die Eingaben hindurchquälen.

■ HARALD WEISS

Jeder kennt die freundlichen Fastfood-Experten an den McDonald's-Schaltern, die die Kundenwünsche «Maxi? Sauce? Cola? Hier essen?», schneller abfragen, als man sie im Gehirn verarbeiten kann. Doch damit soll es nach den Plänen des weltweit grössten Fastfood-Giganten bald vorbei sein. McDonald's testet in den USA derzeit neue Berührungsbildschirme, bei denen die Gäste demnächst alle gewünschten Eingaben selber vornehmen können. Sollte das System von den Kunden akzeptiert werden, soll es schon bald in vielen der über 30000 Restaurants zur Standardeinrichtung werden.

Geplant ist, dass die Gäste an den Touchscreens ihre Bestellung eingeben und diese dann direkt in der Küche angezeigt wird. Die Eingabe soll so einfach sein, dass sich auch Kinder durch die Bildsprache hindurchhangeln können. Bezahlt wird bar oder eventuell per Kreditkarte. Danach geht es weiter wie bei den neuen Self-Check-in-Terminals an den Flughäfen: Der Automat spuckt die Quittung aus, mit der man das Essen an einem Schalter abholen kann. Es soll sogar möglich werden, dass man das Essen auch an den Tisch gebracht bekommt.

INTERNE VERSUCHE LAUFEN BEREITS

Die internen Versuche laufen schon seit über einem Jahr und demnächst soll alles in 13 amerikanischen Filialen live gehen. Dabei hat der Kunde vorerst noch die Möglichkeit, seine Bestellung wie bisher persönlich an die nette Dame hinter dem Tresen zu richten. «Der Kunde soll wählen können», sagt Gene Mitchell, Chef des Operativen bei McDonald's. Er vergleicht das System mit den Möglichkeiten der Drive-n-Terminals. Diese werden vor allem in den USA wegen des schnelleren Service gerne genommen und gehören inzwischen bei den meisten Filialen zur Standard-Ausrüstung.

Ob sich die Kunden innerhalb des Restaurants an der Automaten-Schlange oder bei der klassischen Kassiererinnen anstellen, wird vor allem davon abhängen, wo die Schlange länger ist, und wo es schneller vorangeht. Denn ob der Kunde bei dem neuen Verfahren wirklich Zeit spart, ist fraglich. In einem ähnlichen Projekt sind die Erfahrungen mit der Selbstbedienung an der Kasse gemischt. So gibt es in den USA bereits viele Supermärkte

bei denen der Kunde an der Kasse seine Waren selber scannen kann. «Eine geübte Kassiererinnen kann bis zu zehnmal mehr eincassieren als ein routinierter Kunde, aber diese haben das subjektive Gefühl, dass alles viel schneller geht, weil sie selbst aktiv beteiligt sind», hat der Marketing-Psychologe John Baker herausgefunden.

«BESTELLKAPAZITÄTEN ERHÖHEN»

Auch beim Touchscreen von McDonald's wird man mit der Oma, die mühselig das richtige Eingabefeld sucht und zum zehnten Mal die Korrekturtaste betätigt, mehr Geduld haben, als man sie jemals mit einer noch so hübschen Kassiererinnen hätte. So ist eher davon auszugehen, dass McDonald's mit diesem Projekt Geld sparen will, denn im letzten Quartal 2002 blieb ein Loch von 344 Millionen

Dollar in der Kasse. Zwar zeigen die neuesten Zahlen wieder einen positiven Trend, doch das erst, nachdem fast 1000 Restaurants geschlossen wurden. Mit dem neuen System hoffen die Betriebe, dass sie die Zahl der Bestellungen pro Stunde spürbar erhöhen können, um damit die Kosten zu senken. «Wir wollen unsere Bestellkapazitäten erhöhen und die Aufträge viel schneller bearbeiten. So wird das Personal mehr Zeit haben, sich um die Herstellung der Speisen zu kümmern», erklärt Mitchell.

ANGESPANNTE KOSTENSITUATION

Hintergrund für die angespannte Kostensituation ist die extreme Konkurrenz im amerikanischen Fastfoodmarkt, zumal der Hamburger nicht mehr an der Spitze der Beliebtheit steht. Inzwischen verfügen die ameri-

kanischen McDonald's-Filialen bereits über ein breiteres Angebot, als es die Europäer kennen. Dazu gehören verschiedene – kalte und warme – Kaffeesorten à la Starbucks, eine breitere Auswahl an Süßigkeiten wie Cookies und Mini-Donuts. Vor allem aber wurden die gesunden Menus und Snacks verbessert und erweitert: Müesli, Joghurt, frische und abwechslungsreiche Salate, Früchte und Orangensaft.

In einem Fall dürfte das System der Selbstbestellung allerdings erfolgreich sein. McDonald's hat es unter anderem auf seinen Spielplätzen getestet, bei denen die Eltern und die Kinder direkt die Bestellung eingeben konnten. Das Essen wurde dann frisch zubereitet an den Tisch oder an die Schaukel gebracht. Das wird besonders dann erfolgreich sein, wenn man den Kleinen noch zeigt, wie sie mit Mamas Kreditkarte am Terminal bezahlen können.

Geld für Ferien fehlt

Italien. Einigen Italienern fehlt das Geld für die Ferien. Doch das Zuhausebleiben ist für viele eine Schande. Deshalb täuscht einer von 20 den Urlaub einfach vor. Zu diesem Ergebnis kam die Psychologinnenvereinigung «Help Me» in einer Studie. Die Daheimgebliebenen würden sich mit Tiefkühlprodukten und Spielzeugen für die Kinder eindecken, damit sie die vier Wände nicht verlassen müssten.

Um den «Phantomurlaub» vor Kollegen zu verheimlichen,

wird das Handy ausgeschaltet und der Anruferantworter eingestellt. Mit Lügen und anderen Tricks versuchen diese «Urlauber», den Geldmangel zu vertuschen. So werden als Beispiel die Zimmerpflanzen zum Gessen dem Nachbarn übergeben. Andere bestellen sich über das Internet Mitbringsel aus dem vermeintlichen Feriengbiet, um nicht mit leeren Händen dazustehen. Rund 19 Prozent der Italiener würden laut der Studie diesen Sommer zu Hause verbringen. MW

«Chesa Mulin» jubiliert

Pontresina. Dieses Jahr feiert das Garni-Hotel Chesa Mulin in Pontresina sein zwanzigjähriges Bestehen. Seit der Gründung im Jahre 1983 wurden gegen 200 000 Übernachtungen generiert. Es wurde jeweils eine Auslastung von etwa 68 Prozent erreicht. Während dem Jubiläumsjahr 2003/04 gelten für die «Chesa-Mulin»-Gäste Spezialpreise. Anstelle von Festivitäten wird mit einem hotel-eigenen Elektro-Fahrzeug ein «Jubiläum»-Beitrag an die Umwelt geleistet. MW



Sprengstoff war vor Hoteleingang

Jakarta. Der Sprengstoff, mit dem der Bombenanschlag auf das «Marriott» in Jakarta verübt worden ist, war vermutlich in einem Kleintransporter vor dem Hoteleingang deponiert. Das «Marriott» gilt als bevorzugter Ort für Empfänge der US-Botschaft in Jakarta. Beim Anschlag kamen mindestens 13 Menschen ums Leben, einige sind schwer verletzt worden. Die Hotel-Lobby und das Restaurant sind vollständig zerstört worden. CK/da

ZITAT DER WOCHE

«Urlaub ist die Fortsetzung des Familienlebens unter erschwerten Bedingungen.»

Aussage des deutschen Kabarettisten Dieter Hildebrandt.

PEOPLE

Roland Eng hat unter dem Namen Active Gastro Eng GmbH eine eigene Firma gegründet. Personalberaterin ist



Fabienne Galuba. Die junge Firma vermittelt Mitarbeiter für Hotellerie und Gastronomie. Genutzt wird dabei das gute Beziehungsnetz zu der Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung im Grossraum Zürich. DST

Patrick Schäfli (31) ist neu Stellvertreter des Direktors des Schweizerischen Bierbrauervereins. Schäfli hat als Betriebsökonom/HWW dieselbe Funktion



für den Verband Schweiz. Mineralquellen und Softgetränkproduzenten sowie für den Schweiz. Verband für umweltgerechte Getränkeverpackungen inne. Patrick Schäfli sitzt als FDP-Mitglied im Baselbieter Landrat. DST

Pfarrer Thomas Josi und seine Familie verlassen die Pfarrei Frutigen nach neun Jahren. Josi will künftig als Hotelier in St. Moritz das Drei-Sterne-Haus «Randolins» führen. Das «Randolins» versteht sich als «Evangelisches Zentrum für Ferien und Bildung». Es gehört dem Verband Christlicher Hotels (VCH) an. Als Hoteldirektor will sich Josi um den Betrieb, die Personalführung, die Positionierung und die Buchhaltung kümmern. Anfang 2002 hatte Josi sein Arbeitspensum als Pfarrer auf 50 Prozent reduziert, um an der Uni Basel ein Nachdiplomstudium für Marketing und Betriebswirtschaft zu absolvieren. Seine Frau **Gabi Josi** sieht ihre künftigen Aufgaben in der Gästebetreuung und im Wellnessbereich, wie die Zeitung «Berner Oberländer» berichtet. TRU



Miss und Mister Jungfrau gekürt. Motoko Yanoh und Yasuhiro Taninaka (Bildmitte) wurden zu Miss und Mister Jungfrau gewählt. Die Preisverleihung fand am dem Jungfrau-Joch unter der Leitung von Urs Kessler (hinten), Verantwortlicher der Marketing Kooperation Jungfrau, statt. 300 japanische Reisebürofachleute hatten sich für den Wettbewerb 2003 qualifiziert. Die Finalisten wurden zum 1. August auf eine Studienreise in die Schweiz eingeladen. Zusammen mit Schweiz Tourismus und der damaligen Swissair schrieben die Jungfrau-Bahnen den Wettbewerb 1998 zum ersten Mal aus. Die Finalisten der letzten Jahre treffen sich in Japan regelmässig im «Jungfrau-Winner-Club» zu kulturellen und touristischen Anlässen mit Themen rund um die Schweiz. Die Jungfrau-Bahnen treten auf dem asiatischen Markt seit vielen Jahren aktiv auf, und zwar vor allem in Japan, dem wichtigsten Herkunftsland der Gäste aus dem Fernen Osten. TRU

HFT GRAUBÜNDEN

«Das Lernen hört nicht auf»

An der Höheren Fachschule für Tourismus Graubünden (HFT) schlossen diesen Sommer 61 Studierende ihre dreijährige Ausbildung ab.

■ MARCEL WÄLTJ

«Mit dem Studienabschluss hört das Lernen nicht auf», so die Schulleiterin Ursula Gehbauer Tichler an der Diplommfeier: Das Erwerben und Festigen touristischen Wissens sei die Basis. Die Absolventin Melanie Walker bekam von Graubündens Ferien eine Auszeichnung für die beste Diplomarbeit ausgehändigt. Neben ihr haben folgende Absolventinnen und Absolventen das Diplom Tourismusfachfrau bzw. Tourismusfachmann HF erhalten:

Jasmin Amrein, Sarnen; Sibylle Bitterli, Rohr/Wissen; Beat Blumenthal, Eisten; Simon Bopp, Lupfig; Dan Brunnschweiler, Hauptwil; Claudia Canton, Betschwanden; Mathias Christ, Boningen; Simone Derungs, Cumbels; Rachel Diener, Winterthur; Cornelia Dolpp, St. Gallen-Tablatz; Sabine Ebner, Sursee; Corinne Elliker, Küsnacht; André Elsener, Rafz; Barbara Fahrlander, Aarau; Sara Frigg, Präz; Stefanie Gloor, Dinhard; Andrea Graber, Oberkulm; Angela Graf, Luzern; Eliane Gräser, Winterthur; Tanja Guidolin, Oberriet; Bettina Güntensperger, Eschenbach; Tobias Güttlin, Rebstein; Melanie Häberli, Münchenbuchsee; Ralph Haubensack, Zürich; Ursina Hersche, Basel; Dina Hunziker, Arisdorf; Marco Immler, Basel; Sarah Koch, Eglisau; Tanja Kramer, Slowenien; Brigitte Krebs, Appenzel; Reto Küng, Schlieren; Patrick Küng,

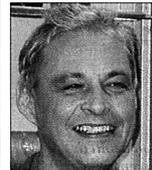
Beromünster; Carina Kunz, Fläsch; Michael Küni, Erlach; Jeannette Landolt, Näfels; Stephan Laug, Zürich; Brigit Leicht, Reutigen; Caroline Litschi, Schaffhausen; Corinne Meier, Dintikon; Stephanie Mosimann, Schlosswil; Christoph Müller, Pfäffikon; Thomas Nyffenegger, Wyssachen; Simone Perrinjaquet, Travers; Alena Pesavento, Weisslingen; Anna Piechotta, Polen; Loris Plozza, Brusio; Yvonne Rüegg, Weisslingen; Peter Schild, Brienz; Evelyne Schlund, Aesch; Carmen Spirig, Widnau; Oliver Stastny, Schaffhausen; Ivan Steiner, Ingenbohl; Sascha Steinmann, Ohmstal; Dominique Trachsel, Frutigen; Andrea Ventura, Schwanden; Andreas von Deschwanden, Kerns; Melanie Walker, Schattdorf; Liliana Weststein, Remetschwil; Christine Zaugg, Langnau; Susan Zimmermann, Winterthur.

GLOSSE

Sesselrücker rechnete nicht mit Gegenwehr

HANSPETER GSELL*

Eigentlich wollte ich mich bloss hinsetzen. Doch kaum näherte ich mich dem Tisch, stand Er bereits hinter mir. Bewaffnet mit gestärkter Serviette wedelte er über die mir zugedachte Sitzfläche. Hoheitsvoll blickte er durch mich hindurch und befahl mich mit angedeutetem Hofknicks auf seinen Stuhl.



Doch der Sesselrücker hatte nicht mit meiner Gegenwehr gerechnet. Ich trat einen Schritt zur Seite und näherte mich dem nächsten Stuhl – dicht gefolgt von messerscharfen Bügelgalten. Kurz vor seinem erneuten Angriff startete ich einen Ausfall gegen rechts. Ich umging meinen Gegner in einer strategisch interessanten Variante und steuerte andeutungsweise auf einen neuen Platz zu. Doch er liess sich nicht abschütteln und nach kurzem Zögern sprang ich selbsticher über den gedeckten Tisch. Als ich mich umschaute, war der Sesselrücker verschwunden. Siegesicher wollte ich mich hinsetzen. Ein dunkles Knurren beweg mich zu einem Blick unter das Tischtuch: durch die schweifigen Schwanden startete ich direkt in seine bluttriefenden Augen!

Er sprang mich ohne Vorwarnung an, ergriff meinen Stuhl, biss in das hintere linke Stuhlbein und verschlang dieses mühelos. Ich beschloss, dies zu ergehen und liess mich auf seinem Lieblingsstuhl nieder.

Die Sesselrücker gehören zur Familie der Gastrosaurier. Leider sind sie nie ausgestorben.

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

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892
Herausgeber: Schweizer Hoteller-Verein
Mombajustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien: Christian Hodler

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

Gastronomie/Technik: Martin J. Petras (MP), Daniel Stampfli (DST).
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH),
Laurent Missbauer (LM).
Milestone: Dr. Peter Kähler (PK).
Produktion: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).
Layout: Roland Gerber (RG), Kaim Guggler (KG),
Gilbert Perrot (GPE), Brigitte Spring (BS).
Korrektur: Paul Le Grand.
Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris;
Gerdhard Lob (GL), Tessen; Herbert Putscher (HP), Wien;
Mania Pütz-Willens (MAP), München; Franziska Richard
(FR), Basel; Georg Ubenau (GU), Frankfurt; Gregor Waser
(GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich.

Verlag: Verlagsleitung: Ins Strebel.
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci.
Stellensinners: Matthias Beyerle, Andreas Jakob, Marc Moser.
Geschäftsbezogene: Markus Marchel (Verkauf), Roger Stemmer, Brigitte Weber.
Innendienst: Patrick Stadler.
Druck: Bülcher Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: 11 209 Ex. WEMF-beuglagig 2002,
22'000 Ex. Vertriebsauflage.
Verkaufspreise: (inkl. MwSt.)
Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–,
ISSN: 1424-0440

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

Kontakte:
Adresse: Mombajustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: hit@swiss-hotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Stellensinners:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch
Geschäftsbezogene:
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.



SOUVENIRS / Si les temps sont difficiles, le marché du souvenir suisse ne connaît pas la crise. Analyse. **PAGE 2**



TRAFIC FERROVIAIRE / La restauration à bord des trains est demandée, mais elle doit être mieux organisée. **PAGE 5**

Cahier français

hotel+tourismus revue

COMMENTAIRE

«En Suisse, on ne dérange pas les vedettes»

LAURENT MISSBAUER

L'air frais des montagnes suisses et, plus précisément, celui que l'on respire dans les Préalpes fribourgeoises serait-il particulièrement bénéfique aux équipes de football? On pourrait



la croire à la lumière des résultats de la première journée du championnat de France de première division dont les trois coups ont été frappés le 2 août. Après avoir effectué son stage de préparation au mois de juillet à Charmey, dans les Préalpes fribourgeoises, l'AS Monaco a en effet battu samedi soir la formation de Bordeaux sur le score de 2-0. L'équipe de la Principauté monégasque aurait-elle connu un aussi bon début de saison si elle ne s'était pas entraînée du 21 au 28 juillet dans la verte Gruyère? Il est, bien entendu, extrêmement difficile de répondre à cette question de façon catégorique. Stéphane Schlaeppy, le directeur de l'Hôtel Cailler qui a hébergé cet été l'AS Monaco à Charmey, relève cependant que la «sérénité du lieu, l'altitude optimale de la station et la qualité de l'infrastructure sportive de son établissement avec piscine, salle de musculation et piste de jogging finlandaise» ont certainement permis à la formation chère au Prince Albert de Monaco de se préparer de façon optimale. Et puis, il y a un autre argument de poids qui devrait inciter encore davantage de grandes équipes de football étrangères à venir peaufiner leur préparation estivale dans notre pays: «En Suisse, on ne dérange pas les gens, même pas les vedettes. Cela enlève la pression aux joueurs tout en soulignant la qualité et le sérieux de l'offre hôtelière helvétique», estime Stéphane Schlaeppy. On ne peut ainsi que chaudement recommander aux hôteliers suisses d'inciter les équipes sportives de haut niveau à venir s'entraîner en Suisse. En cette période de crise, l'apport de toute nouvelle clientèle d'appoint est en effet particulièrement bienvenu.

Lire aussi ci-contre et en dernière page

FOOTBALL

Toujours plus d'équipes de football viennent en Suisse pour leurs stages

L'été n'a certes pas débuté de la meilleure façon qui soit mais la situation est loin d'être uniformément morose. Les hôteliers qui ont accueilli des équipes de football étrangères en stage de préparation, sont en effet très satisfaits de leur début de saison.

LAURENT MISSBAUER

«L'accueil dans mon établissement de plusieurs équipes de football, à commencer par l'AJ Auxerre et le Rapid Bucarest, a représenté 80% de mon chiffre d'affaires pendant le mois de juillet», note Régis Moos, le directeur de l'Hôtel Eden à Anzère (VS). Autant préciser tout de suite que les équipes de football constituent une clientèle très appréciée par les temps qui courent. D'autant plus appréciée qu'il s'agit d'une clientèle qui a un fort pouvoir d'achat et qui est prête à «payer le prix» lorsqu'elle est satisfaite des services proposés. «Et chez moi, il faut croire qu'ils sont très satisfaits. L'équipe d'Auxerre, par exemple, est venue cet été pour la huitième année consécutive dans mon hôtel», ajoute Régis Moos.

S'ASSURER LES SERVICES D'UNE AGENCE UEFA

La présence d'équipes de football dans les hôtels pendant la période estivale est tellement bienvenue que Crans-Montana Tourisme a signé un contrat de partenariat avec une agence professionnelle qui lui envoie régulièrement des équipes en stage de préparation. Collaborer avec un agent professionnel UEFA, tel que Marc Biolley, à la tête de la société Blue Sport* à Sugiez (FR), constitue en effet un passage souvent obligé pour un hôtelier ou un office du tourisme désireux d'attirer chez lui des équipes de football prestigieuses. Il faut en effet savoir que les grandes équipes ne choisissent pas seulement leur destination en fonction de la qualité de l'hôtel et des terrains d'entraînement, mais également en fonction des matches amicaux qu'elles pourront disputer pendant leur stage de préparation.

«L'AS Monaco, qui était dans mon établissement à la fin du mois de juillet, a ainsi pu disputer un match

Photo: Gilbert Perrot



DES TERRAINS D'ENTRAÎNEMENT APPRÉCIÉS

Les équipes, qui effectuent leur préparation estivale en Suisse, apprécient les infrastructures mises à leur disposition.

amical contre le Sporting de Lisbonne à Thonon-les-Bains», relève Stéphane Schlaeppy, le directeur de l'Hôtel Cailler à Charmey (FR), qui ne tarit pas d'éloges sur ce genre de clientèle.

C'est d'ailleurs la quatrième année consécutive que son hôtel a accueilli une équipe de football après Galatasaray

en 2000, Oman en 2001 et Besiktas l'année passée. «La demande pour des hôtels en Suisse, un pays apprécié pour la qualité de son hôtellerie, sa quiétude et sa sécurité, ne cesse d'augmenter auprès des équipes avec lesquelles nous travaillons et nous recherchons chaque année de nouveaux

hôtels; essentiellement dans les catégories quatre et cinq étoiles. Nous connaissons déjà beaucoup d'établissements, mais il y a toujours des adresses qui restent à découvrir», explique l'agent professionnel Marc Biolley.

* www.bluesport.ch

Des recettes estimées à plusieurs centaines de milliers de francs

Accueillir des équipes de football pour des stages de préparation en été s'avère très intéressant. «En 2001, la présence d'équipes de football en stage de préparation s'était traduite par 650 000 francs de recettes supplémentaires pour les hôtels de la station», relève Walter Loser, le directeur de Crans-Montana Tourisme.

À Charmey (FR), rien que pour l'Hôtel Cailler, les footballeurs ont totalisé 900 nuitées en juillet. Et il arrive souvent que les équipes importantes soient suivies par un grand nombre de

journalistes. «Lorsque nous avons accueilli les Turcs de Galatasaray, il y avait une vingtaine de représentants des médias», explique Stéphane Schlaeppy, le directeur de l'Hôtel Cailler. Quant à la prestigieuse équipe portugaise de Benfica, en stage au mois de juillet à Prangins où elle a logé à l'Hôtel La Barcarolle, elle a été suivie par cinquante journalistes.

Enfin, on relèvera que certains dirigeants, enchantés par la qualité des infrastructures et par la beauté du paysage, reviennent en Suisse à titre privé.

«Guy Roux, l'entraîneur de l'AJ Auxerre, vient skier tous les hivers au moins trois ou quatre jours chez nous», explique Régis Moos, le directeur de l'Hôtel Eden à Anzère (VS). Il y a de fortes chances pour que Roy Hodgson, l'ancien entraîneur de l'équipe nationale suisse aujourd'hui à la tête de la sélection nationale des Emirats Arabes Unis, en fasse de même. Passionné de golf, il a en effet profité du stage de son équipe sur le Haut-Plateau, à la fin du mois de juillet, pour jouer sur le dix-huit trous du Golf Club Crans-sur-Sierre. LM

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

bienvenue

Le professionnel pour les détails et la gastronomie

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

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT



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

happy4YOU

A présent, vous pouvez louer des lits happy.



Ah! Si j'avais un lit-happy.

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

prodega

Le professionnel pour les détails et la gastronomie

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

De nouveaux itinéraires thématiques

Pays de Fribourg. A l'occasion de ses 75 ans, la section fribourgeoise du Touring Club Suisse s'appête à publier un nouveau guide de 156 pages. Celui-ci, intitulé «Fribourg... par monts et par vaux», comprendra une trentaine d'itinéraires pédestres à travers les sept districts du canton de Fribourg.

Cet ouvrage, en souscription jusqu'au 31 octobre puis mis en vente dans les offices du tourisme, rassemblera des suggestions de promenades pu-

bliées dans la Gazette du Touring Club Suisse au cours de ces dix dernières années. Tiré à 5000 exemplaires et bilingue français-allemand, il comportera des descriptions d'itinéraires et de sites, des cartes topographiques, des anecdotes historiques, etc.

De son côté, l'Association touristique de la Gruyère (ATG) vient de réaliser, en 8000 exemplaires, une carte pédestre au 1:50 000. Celle-ci, intitulée «La Gruyère - Préalpes fribourgeoises», est en vente dans di-

vers points d'accueil touristique.

Ce nouveau document, dont la réalisation a été coordonnée par Mireille Savary, une jeune géographe de l'Université de Fribourg, présente et décrit près de 1000 kilomètres de sentiers, soit 106 itinéraires balisés et dix-neuf sentiers à thèmes jalonnés de pictogrammes (curiosités géographiques et touristiques, remontées mécaniques, buvettes d'alpage, gîtes de montagne, etc.). JS

Une nouvelle organisation privée

Tourisme réceptif en Gruyère.

A l'enseigne de «Destination-Gruyère» (www.destination-gruyere.ch), une organisation de tourisme réceptif a été créée récemment à Avry-devant-Pont par trois professionnels passionnés: Catherine Bussard, Ludovic Bussard et Luc Merian.

Le principe de cette nouvelle entreprise spécialisée dans le tourisme réceptif est d'offrir un seul interlocuteur à toute personne ou instance désireuse d'organiser un séjour thématique ou une excursion

en Gruyère, en assurant un service à la fois personnalisé et efficace.

Une multitude de possibilités sont proposées pour mieux découvrir et vivre la Gruyère. Ces possibilités vont du séjour dans un chalet d'alpage à l'organisation de séminaires au vert ou de sorties d'entreprises, en passant par une journée avec un taviillonneur ou un fromager, la visite d'une ferme typique, une promenade sur le lac de la Gruyère avec la location d'une ou plusieurs embarca-

tions, un vol bi-place en parapente, un survol en avion ou en hélicoptère, une visite en minibus, la participation à une table d'hôte dans une ferme gruérienne...

Tous les modes de logement sont envisagés: hôtel de montagne, gîte rural, chalet de vacances, chambre d'hôte. Destination-Gruyère prélève une commission sur ses prestations et collabore très étroitement avec les offices du tourisme dont elle complète ainsi judicieusement le rôle. JS

TOURISME SUISSE

«Il n'y a pas de raisons de paniquer»

La Fédération suisse du tourisme (FST) a récemment analysé la situation économique de la branche. Elle se veut quelque peu rassurante.

En dépit de la situation conjoncturelle actuelle dont les effets se répercutent sur le tourisme, «il n'y a pas de raisons de paniquer». Tel a été en substance le message qu'a délivré Franz Steingger, le président de la Fédération suisse du tourisme, dans l'éditorial du rapport annuel 2002 de l'association diffusé la semaine dernière.

Dans cet éditorial, le président de la Fédération suisse du tourisme reconnaît de façon implicite que la situation est actuellement «extrêmement dramatique» dans l'hôtellerie et que le secteur de la restauration est «dans les chiffres rouges». En revanche, les entreprises de remontées mécaniques ont pu enregistrer durant la dernière saison d'hiver «un résultat positif».

IL CONVIENT D'ANTICIPER ET DE COLLABORER

Pour le président de la Fédération suisse du tourisme, il convient «d'anticiper» les tendances touristiques qui se profilent à l'horizon. Selon lui, il est également indispensable de «collaborer» au niveau fédéral. Si la branche touristique souhaite bénéficier de conditions générales propices à son activité, elle doit montrer aux instances politiques qu'elle peut «se servir les coudes».

A l'avenir, la Fédération suisse du tourisme continuera ainsi à jouer un rôle important. C'est elle, en effet, qui fixe le cadre communautaire nécessaire à l'établissement d'une «conception active et durable» de l'avenir touristique. La Fédération suisse du tourisme s'engagera également à promouvoir le tourisme dans l'économie suisse.

QUELQUES SIGNES D'AMÉLIORATIONS

Analysant les perspectives pour l'année touristique 2003, les responsables de la Fédération suisse du tourisme indiquent qu'outre le ralentissement des affaires en provenance du marché allemand, il faut s'attendre à une détérioration de la situation sur le marché américain en raison de l'abandon de la politique d'un dollar «ferme».

Toutefois, des signes d'améliorations sont perceptibles ici et là. Ainsi, l'affaiblissement de l'euro face au franc suisse devrait inciter les clients européens à faire davantage de séjours dans notre pays. La Fédération suisse du tourisme rappelle cependant que l'institut balois BAK Basel Economics ne table pas sur une reprise des affaires avant la saison hivernale 2003-2004. MH

SOUVENIRS TOURISTIQUES SUISSES

Les touristes sont moins nombreux mais les affaires sont en hausse

Si les temps sont difficiles, l'industrie des souvenirs suisses, elle, ne connaît pas vraiment la crise. Cela, en particulier grâce à la croix suisse qui fait un véritable tabac et qui est déclinée à toutes les sauces. Analyse d'un phénomène qui ne touche pas les touristes.

■ GENEVIÈVE ZUBER

De la Gare Cornavin à Genève au restaurant de Martigny, le marché des souvenirs suisses est florissant. Même si les touristes sont moins nombreux, les affaires sont en effet en hausse. La révolution opérée ces dernières années dans l'industrie du souvenir, le «relookage» de l'imagerie de la Suisse éternelle - vaches, fromages... - portent leurs fruits. Symbole de cette nouvelle génération de souvenirs: la croix suisse qui connaît un engouement extraordinaire.

LA CROIX SUISSE DANS TOUS SES ÉTATS

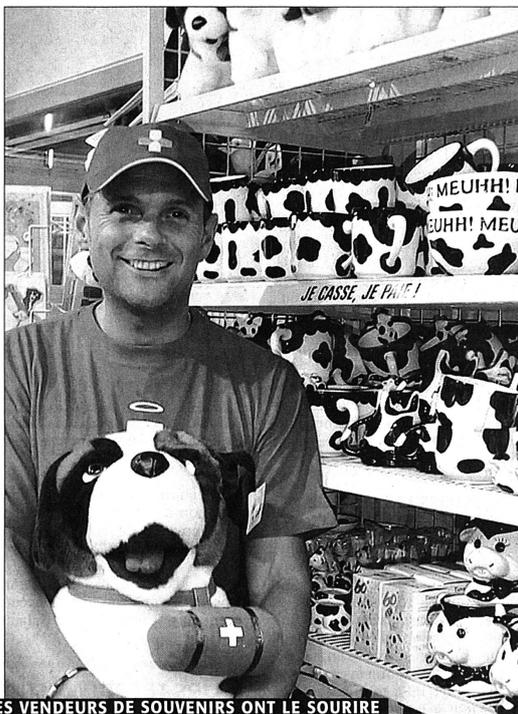
Rajeunie par des designers, la croix suisse avait cartonné l'été passé, une tocade passagère liée à Expo.02, pensait-on alors. Mais l'hiver venu, la croix blanche sur fond rouge a continué à séduire, s'affichant sur les bonnets et les pulls des skieurs. Cet été, pour la troisième saison et plus que jamais, elle tient la vedette. Au hit-parade des souvenirs, elle fait les meilleures ventes. «Porte-clés, agendas, noueurs, sacs à dos, classeurs, bretelles, vaisselle, cendriers, vêtements, on la retrouve à toutes les sauces. Tous les objets marchent très fort», résume Graig Morin, de Manor Cornavin.

Les t-shirts sont particulièrement demandés. Chez Kustom-Services, qui distribue la marque suisse Switcher, on a le sourire: grâce à la croix suisse, les affaires ont progressé de manière significative et les ventes de t-shirts et autres casquettes aux touristes ont augmenté de 40%. Les t-shirts humoristiques surtout ont la cote: croix blanches sur fond rose avec mention «la vie en rose», Che Guevara sur fond rouge avec l'inscription «swiss revolution»...

SOUVENIRS «IN», SOUVENIRS «OUT»

Considérée il y a encore quelques années comme ringarde par bien des autochtones, la croix suisse était pour eux tout juste bonne à être arborée par des touristes amateurs de kitsch. Jamais, ou presque, les Helvètes n'auraient daigné acheter ce genre de choses! Mais les temps ont changé et les Suisses eux-mêmes raffolent de la fameuse croix depuis qu'il est deve-

Photo: Geneviève Zuber



LES VENDEURS DE SOUVENIRS ONT LE SOURIRE

Olivier Cretton, du marché-souvenirs du restaurant de Saint-Bernard: avec une casquette rouge à croix blanche, comme tout son personnel cet été.

nue design et qu'on l'a saupoudrée d'humour.

Une bonne partie du marché du souvenir a d'ailleurs connu la même révolution. Le tourisme étant en crise, il s'agissait de trouver un nouveau souffle, de nouveaux débouchés, en un mot de repenser la ligne de souvenirs pour séduire également les autochtones. C'est ainsi que Patricia Cottier, directrice de la firme du même nom, a donné «un grand coup de pied à toutes les vieilleries» quand elle a repris, il y a une dizaine d'années, l'em-

preprise familiale genevoise, l'une des grandes maisons helvétiques de production et de distribution de souvenirs suisses. Les objets en cobalt avec edelweiss en relief et les gadgets en bois ont passé à la trappe et si l'on trouve toujours sur les rayons de tels objets, ils y occupent en général une portion congrue. Comme l'explique Olivier Cretton, le directeur du marché valaisain du restaurant de Martigny, «on continue quand même à vendre ce type d'objets, les cloches de vaches avec collier notamment, car certaines

catégories de touristes, les Japonais surtout, en raffolent».

Mais ce qui marche surtout aujourd'hui, ce sont ces nouvelles lignes d'objets, souvent imaginées par Patricia Cottier et copiées par d'autres producteurs, un indice de leur succès. Elle a, par exemple, lancé les fameuses taches noires et blanches - qui rappellent les vaches - sur les tasses et autres ustensiles. «Cette ligne marche très fort», précise Olivier Cretton; elle illustre bien la mutation qu'a connue le marché du souvenir en quelques années seulement «Il s'est réorienté vers des objets utilitaires, de tous les jours, comme des tasses, des plats, des sacs à dos», analyse Olivier Cretton.

D'autre part, il y a quelques années, le marché ronronnait. On retrouvait partout les mêmes assortiments sur les rayons. Alors que désormais, le millier d'articles proposés par Patricia Cottier est régulièrement renouvelé, et les lignes se succèdent au fil des saisons, ce qui crée un effet «mode» et dynamise la demande.

LES TOURISTES CRAQUENT, MAIS PAS TROP QUAND MÊME

Des objets utiles, «mode» et beaux qui plus est, correspondant à l'esthétique de ce début de 21e siècle: tous les ingrédients étaient là pour dynamiser le marché des souvenirs. Si bien que malgré la crise du tourisme, les Suisses craquent eux aussi. D'ailleurs, Olivier Cretton, pour ne citer que lui, ne cesse de développer ce rayon.

Néanmoins, si touristes et indigènes apprécient ce type d'objet, ils regardent cependant davantage à la dépense qu'autrefois. Olivier Cretton est bien placé pour en juger, puisque le restaurant voit défiler un million de personnes par an. Les Japonais, qui dépensent jusqu'à 300 ou 400 francs (!) en moyenne pour des souvenirs, constituent une exception, les autres clients ne consacrent en général pas plus de 20 à 30 francs pour ce poste. «Auparavant», ajoute-t-il, «je proposais des articles à 20 francs pièce, mais maintenant, je cible mes commandes sur des objets qui seront vendus environ 10 francs.» Des petits ruisseaux, mais qui font des grandes rivières.

Les couteaux suisses et les petits bouts de Cervin sont très prisés

Si le marché suisse du souvenir change, certains classiques se vendent toujours très bien. Petit inventaire des «indémontables» les plus appréciés par les touristes.

Les couteaux suisses: les «vrais», Victorinox et Wenger, sont au top du hit parade des «classiques».

Les calendriers: avec les images de la Suisse éternelle, ses lacs et ses montagnes sont en constante progression.

Le chocolat suisse: les grandes

marques ne sont plus aussi prisées qu'auparavant puisqu'elles sont également distribuées à l'étranger. Aujourd'hui, il suffit que le mot «suisse» apparaisse sur l'emballage. Les Japonais, eux, l'achètent en poudre pour le consommer sous forme de boisson.

Les cubes Maggi et Knorr: les Italiens en raffolent et dévalisent ce type de produits.

Les «incourtournables»: les boîtes qui font «meuhh» et les paysages sous

cloche de verre avec la neige artificielle sont toujours aussi appréciés. Ils sont vendus avec un nouveau design qui, selon la branche, était nécessaire.

Les chiens en peluche du Grand Saint-Bernard: il s'agit d'un grand classique. Nouveaux et très prisés: des chiens en forme de sac-à-dos.

Le Cervin: il est vendu à toutes les sauces. Nouveaux: les petits bouts de Cervin dans des boîtes vendues entre 50 et 80 francs. GZ

Communication dans le tourisme

Madrid. Les 29 et 30 janvier 2004 se tiendra, à Madrid, dans le cadre du salon touristique professionnel Futur, la première Conférence mondiale sur la communication dans le domaine du tourisme, a indiqué l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), co-organisatrice. Portant le nom de «Tourcom», cette conférence, qui devrait accueillir quelque sept cent participants, est destinée aux médias et aux professionnels du tourisme des secteurs public et privé. Elle tra-

tera les problèmes d'actualité «les plus sensibles pour le développement du tourisme».

Les participants se pencheront sur l'influence des médias sur le tourisme, sur les modes de collaboration des médias et du secteur touristique en temps de crise, sur les effets que peuvent avoir sur les destinations les campagnes de promotion dans les médias ou encore sur la manière dont les médias et le tourisme peuvent favoriser ensemble «la paix et la compréhension intercultu-

relle». L'inscription est gratuite, a précisé l'OMT.

L'OMT profitera de cette occasion pour lancer sa campagne mondiale de communication intitulée «Le tourisme, source d'enrichissement». Cette campagne est destinée à faire prendre davantage conscience «des effets positifs du tourisme sur l'économie des communautés humaines». *MH*

Inscription et informations:
www.world-tourisme.org

Le Parc médiéval a fermé ses portes

Canton de Vaud. Le Parc médiéval de Moudon a fermé définitivement ses portes dimanche soir, 3 août, après deux saisons d'activités. Confrontée depuis sa création à d'incessantes difficultés de trésorerie, la Société du parc médiéval SA, propriétaire, était en sursis concordataire depuis la fin du mois de janvier dernier.

Selon le conseil d'administration, l'évolution des affaires ne permet pas d'envisager un retournement de situation et le président du tribunal devrait

prononcer la faillite le mercredi 20 août.

Pour que la survie du Parc médiéval de Moudon soit assurée, il aurait fallu qu'il accueille 4000 visiteurs au cours des deux dernières semaines. Ces 4000 visiteurs auraient permis un dernier, mais incertain, sur-sis grâce à des rentrées financières de 50000 francs. Il n'y en a eu que la moitié, malgré l'affluence du dernier week-end qui s'est élevée à 300 visiteurs par jour. Quant aux créanciers du Parc médiéval, dont la com-

mune de Moudon à hauteur d'un demi-million de francs sans compter les prestations fournies gratuitement, ils n'auront malheureusement que très peu de chances de recouvrer leurs créances.

Il en va de même pour les animateurs du parc et les artisans qui y travaillaient. Les premiers avaient eux aussi réduit leurs prétentions. L'association Historical, qui animait le parc, devrait pour sa part poursuivre ses activités, mais sans lieu d'attache fixe. *JJE*

OMT

Un pas en direction de l'ONU

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) s'apprête à devenir une institution spécialisée de l'Organisation des Nations unies (ONU).

L'OMT a franchi à mi-juillet une nouvelle étape vers sa transformation en qualité d'institution spécialisée de l'ONU. Le Conseil économique et social (ECOSOC) a en effet adopté le projet d'accord qui doit lier l'OMT à l'ONU. Le projet pourra maintenant être présenté pour son approbation définitive aux assemblées générales des deux organisations qui se tiendront en septembre pour l'ONU et en octobre pour l'OMT.

ETENDU À TOUTES LES RÉGIONS DU MONDE

S'exprimant devant les membres de l'ECOSOC, le secrétaire général de l'OMT, Francesco Frangialli, a mis en évidence l'importance de cette adoption. «Par cet accord, le tourisme sera considéré au même titre que les autres grandes activités de la société comme l'industrie, l'agriculture, les transports, l'éducation, la culture, la santé...»

Francesco Frangialli a rappelé que le tourisme est aujourd'hui étendu à toutes les régions du monde et qu'il est donc devenu un «phénomène incontournable». La transformation de l'OMT en tant qu'institution spécialisée de l'ONU est une adaptation à «la réalité de notre époque».

Le secrétaire général a encore souligné que l'une des principales caractéristiques du tourisme réside dans sa «nature multidimensionnelle». L'OMT, quant à elle, a vu le nombre de ses membres passer, en près de trente ans, de 84 à 140.

Le nouvel accord se substituera à celui qui, en 1977, avait donné à l'OMT le statut d'institution apparentée dans le système de l'ONU. C'est la première fois, depuis 1985, que l'ONU incorporera ainsi une nouvelle institution spécialisée.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE À PÉKIN

L'Assemblée générale de l'OMT, au cours de laquelle les membres, dont la Suisse, se prononceront sur la transformation de l'organisation en institution de l'ONU, se tiendra comme prévu du 17 au 24 octobre à Pékin, en Chine.

Le groupe de travail chargé de définir le lieu de l'assemblée est en effet arrivé à la conclusion que «toutes les conditions» étaient désormais réunies pour que les délégués n'encourent «aucun risque» lié à la pneumonie atypique. Le groupe a, par ailleurs, invité les membres à participer à cette réunion «au plus haut niveau possible» compte tenu de la «portée historique» de celle-ci. *MH*

RAPPORT FURGER

Les stations restent vigilantes

Un mois après la publication des conclusions du Rapport sur l'état des remontées mécaniques dans les Alpes vaudoises, on y est toujours dans l'expectative. Vigilance et quelque peu de grogne, notamment à Château-d'Œx, semblent être au rendez-vous.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Début juillet (lire notre édition du 17 juillet), la publication des premières conclusions du «rapport Furger» sur l'état des remontées mécaniques dans les Alpes vaudoises n'a surpris personne. Communes, sociétés de remontées mécaniques et autres partenaires, tout le monde avait été consulté auparavant.

C'est bien dire que les réactions furent pour le moins rares, sauf du côté de Château-d'Œx, où les conclusions de l'expert font frémir puisqu'il ne propose rien moins que d'abandonner le domaine skiable de la Braye, d'investir massivement du côté des Mosses et de La Lécherette et de diversifier la politique touristique de la station «afin de mieux valoriser sa situation de porte d'entrée vers d'autres domaines.»

Des propos qui ont choqué au Pays-d'Enhaut, même si, pour le syndic Jean-Jacques Mottier, «c'est la dure réalité de ce que l'on vit et la Municipalité a déjà évoqué ce genre d'issue à la fin de l'année dernière. Ce n'est donc pas une surprise pour nous. Reste qu'il ne faudra pas y aller trop abruptement, car certains ont encore de la peine à l'admettre. Nous de faire passer le message que nous ne mettons pas la clef du tourisme sous la porte, mais que nous cherchons à proposer autre chose. La priorité sera de redonner un élan à l'hébergement.

Photo: ONY



LA TÉLÉCABINE DU GLACIER 3000

Si à Télé-Château-d'Œx, on ne croit pas au plan proposé par le rapport Furger, à Leysin, on craint de devoir se positionner face à un domaine/destination Villars-Les Diablerets-Gstaad d'échelle européenne avec le Glacier 3000.

Conseiller régional de l'Association pour le développement du Pays-d'Enhaut (ADPE), François Margot se veut, lui aussi, lucide: «Maintenant, nous avons une analyse élargie du problème des remontées mécaniques. La proposition de fermer La Braye est évidemment très difficile, mais on est obligé de l'admettre. Je pense qu'il faut s'y préparer dès à présent, en axant nos investissements différemment, histoire d'éviter un traumatisme le moment venu. A terme, ce changement doit être salutaire.»

À Télé-Château-d'Œx, on est beaucoup moins conciliant, on ne croit tout simplement pas au plan proposé:

«Les gens iront là où l'offre est globale et plus de la moitié de la clientèle s'en ira», prophétise un communiqué de presse intitulé «Fermez tout, il n'y a plus rien à voir!». C'est dire qu'on en reparlera encore.

Il en va de même dans les autres stations, mais sans grandes inquiétudes. Comme aux Diablerets, où Jean-Paul Jotterand, directeur des trois sociétés de remontées mécaniques, ne se prononce pas sans «avoir pu consulter ce rapport dont tout le monde attend la version finale». Celle-ci est encore en cours d'élaboration précise-t-on au Secrétariat au tourisme du canton, sans cependant pouvoir déjà

en prévoir la date de publication. Les mêmes réflexions ont cours à Villars.

A Leysin, on attend également la version finale du rapport, «en étant vigilant», précise Thierry Jeanningros, le directeur de Leysin Tourisme. «Ce n'est pas tant le rapprochement préconisé avec Les Mosses qui pose problème – la collaboration se fait déjà – mais plutôt le risque d'enclavement. Nous devons ainsi nous positionner face à un domaine/destination Villars-Les Diablerets-Gstaad d'échelle européenne. Tant pour Leysin que pour un centre nordique aux Mosses, cela impliquera un système de transport très performant», conclut-il.

VALAIS

Sierre, plaque tournante touristique

Depuis la création de la destination Sierre-Anniviers Tourisme, la SD de la Cité du soleil peut augmenter ses tâches d'information et d'animation.

DANIELLE EMERY MAYOR

«Au niveau touristique, Sierre est une plaque tournante et notre projet, c'est de l'améliorer», note Benoît Schoechli, président de la Société de développement (SD) de Sierre. Avec la création de la destination Sierre-Anniviers Tourisme, la structure de travail a été modifiée pour être plus performante. Il

n'y a plus de directeur dans les offices du tourisme, que ce soit à Sierre ou dans la vallée annivierde: la direction est confiée à des responsables.

«Sur place, notre travail n'a pas changé», constate Danielle Waser Massy, responsable de l'OT de Sierre. Le travail a même été allégé, le marketing par exemple étant réalisé par la destination, permettant ainsi au personnel de l'office du tourisme de s'occuper mieux encore de l'information et de l'animation. Côté guichet, on donne quelque 12000 renseignements par an, auxquels s'ajoutent plus de 6000 entretiens téléphoniques. «Le démantèlement de l'OT a vraiment boosté la fréquentation de notre guichet.»

Le bureau occupe en effet une place privilégiée à la gare CFE «Nous donnons des renseignements sur tout le Valais central. Sierre est avant tout une ville de passage et de courts séjours, à une heure de toutes les curiosités du Valais.»

RAYONNEMENT ALENTOUR

De plus en plus nombreux sont les hôtes qui logent dans la ville et rayonnent alentour. Surtout dans les campings qui marchent bien. «Nous avons de 6000 entretiens téléphoniques, plus de 6000 entretiens téléphoniques. Le démantèlement de l'OT a vraiment boosté la fréquentation de notre guichet.»

compte plusieurs établissements, mais l'offre est jugée lacunaire. Plusieurs hôtels sont en mains publiques. La Bourgeoisie a acquis l'hôtel de La Poste. La Municipalité vient d'acheter le Terminus, alors qu'elle possédait déjà l'Auberge des Collines. Ces rachats garantissent le maintien de lits hôteliers.

D'autre part, un projet culturel est très avancé pour l'Auberge des Collines, sans toutefois abandonner l'hébergement et la restauration. «Nous sommes limités en termes de lits, note Benoît Schoechli, mais économiquement, plus Sierre-Anniviers Tourisme va marcher, plus l'économie de Sierre et ses environs va en profiter.»



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'hotellerieuisse



hotel+tourismus revue

L'Hebdomadaire pour l'hôtellerie, restauration et le tourisme soulève des sujets qui vous permettent 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.

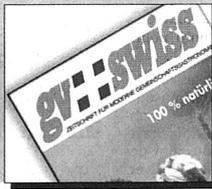
- 6 Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- 7 Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- 8 Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)



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.

Détacher ici



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: hotellerieuisse, 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@swisshotels.ch)



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'hotellerieuisse. Toute forme de correspondance est exclue, au même titre que le recours juridique. Le tirage au sort aura lieu le 30 décembre 2003.

Gastronomie et droit

Berne. «Gastronomie, alimentation et droit», tel est le titre d'un ouvrage publié il y a quelques semaines par l'Institut suisse de droit comparé à l'occasion du départ à la retraite de son directeur, Pierre Widmer. L'industrie agro-alimentaire doit en effet faire face à des défis majeurs, tels que l'approvisionnement de qualité pour tous, défis qui ont d'importantes répercussions sociales, culturelles ou économiques. L'ouvrage de 512 pages a été rédigé par une quarantaine

d'auteurs qui ont abordé – en plusieurs langues – des sujets d'actualité. Ainsi son éditeur, Alberto Aronovitz, par exemple, s'est demandé s'il existe un droit de la gastronomie et de l'alimentation. On trouve aussi un texte sur la protection des recettes de cuisine, un autre sur l'art culinaire et le droit musulman ou encore un texte sur la problématique de l'accès des handicapés dans les restaurants. *MH* Coordonnées de la maison d'édition: www.schulthess.com

Des balades gourmandes jusqu'au 10 août

Villars. Initialement prévues jusqu'au 3 août, les festivités organisées à l'occasion du 100e anniversaire de l'Office du tourisme de Villars ont été prolongées d'une semaine. C'est donc jusqu'au 10 août qu'auront lieu les balades gourmandes. Celles-ci comportent des étapes gastronomiques dans six restaurants d'altitude où il sera possible de déguster un plat ou le menu complet. *LM*

Les inscriptions sont ouvertes

Prix culinaire Taittinger. La finale suisse du trente-septième Prix culinaire Pierre Taittinger aura lieu le 2 octobre prochain dans les cuisines de l'Ecole professionnelle de Montreux. La remise des prix aura lieu le soir même lors d'une soirée de gala à l'Hôtel Beau-Rivage Palace à Lausanne. Ouvert à des cuisiniers âgés de 24 à 39 ans et travaillant dans des restaurants privés, ce prix est l'un des plus importants du genre en Europe, chaque pays organisant sa finale pour sélection

ner un menu avec accompagnement et dessert. Celui-ci est actuellement en cours de définition par le jury international. A Montreux, c'est traditionnellement un jury de «grandes tables» qui juge le travail des candidats, secondé par un second jury de pâtisseries. Les derniers lauréats de la finale suisse seront membres de ce jur. à commencer par Fabrice Taulier, chef des cuisines du Grand-Hôtel du Parc à Villars et président de la branche suisse des Eurotoques. *JJE*

REZIDOR SAS HOSPITALITY

La marque Park Inn aussi en Suisse

La Suisse dispose depuis le 1er août d'une nouvelle enseigne hôtelière internationale. Il s'agit de la marque Park Inn qui appartient au groupe Rezidor SAS.

Lancée le 1er janvier de cette année avec le Park Inn Hotel de Berlin, la marque Park Inn est désormais également présente en Suisse, à Lully-Estavayer-le-Lac (FR) et à Rümmlang-Zürich Airport où elle chapeaute les deux Golden Arch Hotels qui avaient été ouverts il y a deux ans par l'ancien directeur de McDonald's Suisse, Urs Hammer.

Le groupe Rezidor SAS Hospitality a annoncé que Park Inn était la chaîne hôtelière qui connaissait la croissance la plus rapide d'Europe. En à peine huit mois, le nombre d'hôtels Park Inn européens s'élève en effet déjà à dix-neuf. En plus du Park Inn de Berlin et des deux Park Inn de Suisse, la nouvelle enseigne du groupe hôtelier Rezidor SAS compte en effet quinze hôtels en Suède et un hôtel en France, à Nice. Un vingtième Park Inn Hotel a été ouvert au Cap, en Afrique du Sud. Directeur du Park Inn Hotel de Rümmlang-Zürich Airport, Markus Conzelmann estime que son établissement, «désormais intégré à une chaîne hôtelière internationale de renom», bénéficiera de plusieurs avantages, notamment le système de réservation électronique «Easy to book» et le programme de fidélité «Gold Points». Enfin, on relèvera que le groupe Rezidor SAS Hospitality comprend cinq marques, à savoir Radisson SAS, Regent Hotels, Country Inn, Ceruti Hotels et, depuis le début de l'année, Park Inn. *LM*

RESTAURATION DANS LES TRAINS

Une valeur ajoutée pour le train

Si elle est innovatrice et bien adaptée, la restauration dans les trains peut constituer une valeur ajoutée certaine pour le trafic ferroviaire, ont constaté les participants d'une conférence internationale qui s'est tenue sous l'égide de l'UIC.

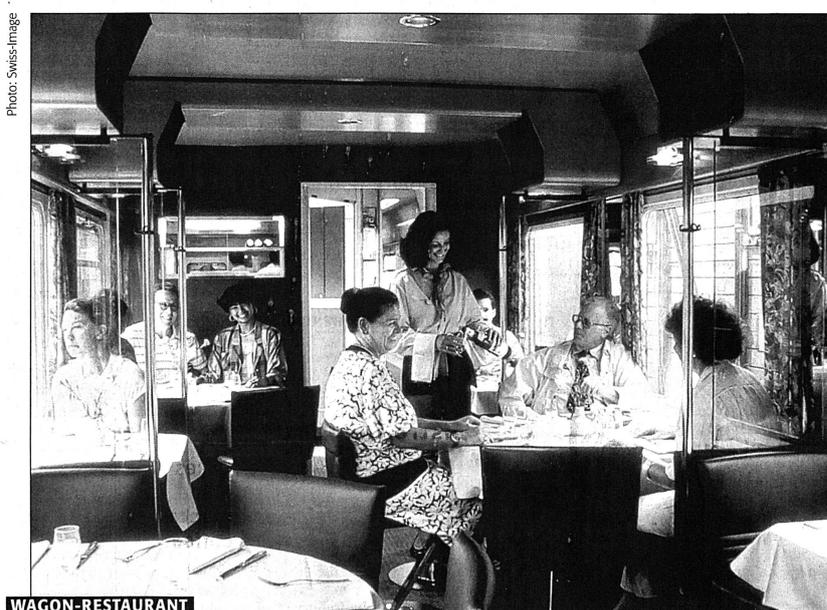
MIROSLAW HALABA

Le transport ferroviaire a le vent en poupe. La baisse de qualité des services des autres moyens de transport, telles que l'aviation qui cherche à réduire drastiquement ses coûts, pourrait offrir de «véritables opportunités» pour développer le transport ferroviaire, estime l'Union internationale des chemins de fer (UIC). Un des atouts est le service de restauration à bord, pour autant que celui-ci réponde à la demande. Une conférence qui s'est tenue à mi-juin à Belgirate-Stresa, en Italie, sous l'égide de l'UIC, a permis d'identifier les domaines d'intervention.

TROIS FACTEURS D'ÉVOLUTION

Une enquête a, tout d'abord, montré trois facteurs d'évolution. Il apparaît qu'une offre de restauration à bord des trains est perçue comme un élément déterminant de la qualité du service dès que la durée du voyage atteint plusieurs heures. Les CFF ont évalué à 5% environ la perte de clientèle qui résulterait d'une suppression de toute offre de restauration. Il apparaît aussi que les services de restauration traditionnels ne sont «pratiquement jamais» rentables.

Enfin, on a constaté que pratiquement toutes les entreprises ferroviaires ont restructuré leur offre de restauration en prenant diverses mesures allant de la suppression pure et simple de l'offre à des investissements impor-



WAGON-RESTAURANT

Les wagons-restaurants ne sont souvent pas rentables, mais ils sont demandés par les clients.

tants dans de nouvelles générations de voitures-restaurants, comme en Suisse. L'enquête a, par ailleurs, révélé que 75% des entreprises ont confié leur restauration à une société externe et 15% à une filiale de catering, les autres assurant ce service elles-mêmes.

ASSURER UNE COHÉRENCE DE L'OFFRE

Pour l'UIC et les experts qui ont participé à la réunion, il s'agit aujourd'hui de définir un certain nombre d'options et d'obtenir une cohérence de l'offre. Les objectifs sont, d'une part, d'assurer «un haut niveau» de

qualité du transport des voyageurs, notamment sur les moyennes et longues distances, et, d'autre part, de promouvoir des formes de coopération entre les entreprises ferroviaires et les prestataires de restauration.

DES PISTES POUR PLUS DE RENTABILITÉ

Il importe en particulier de chercher quelles sont les combinaisons d'offres de restauration qui s'avèrent les plus prometteuses et quels sont les nouveaux types de contrats susceptibles de diminuer les coûts des partenaires.

Durant cette rencontre d'experts, plusieurs pistes ont été ébauchées pour améliorer la rentabilité. On a cité la fermeture des voitures-restaurants ou des bars en dehors des heures habituelles des repas, la réduction du temps moyen passé par les passagers dans les voitures-restaurants, la combinaison des tâches de restauration avec d'autres tâches d'exploitation, l'utilisation des places des voitures-restaurants comme places de première classe en dehors des horaires de repas. Il conviendrait aussi d'informer davantage les voyageurs, en particulier ceux du trafic international, sur les services de restauration.

MÉLI-MÉLO

De nouvelles formules de buffets au Swissôtel

L'Hôtel Swissôtel Métropole de Genève a lancé cet été de nouvelles formules de buffets dont le «Buffet du Métropole» qui est servi au cinquième étage de l'hôtel avec un accès direct sur la terrasse panoramique. Si le temps le permet, les mets d'Alain Bleton, le chef de cuisine du Swissôtel Métropole, sont servis sur la terrasse panoramique dominant la rade de Genève. Composé d'un buffet d'entrées froides, de deux plats principaux au choix et d'un buffet de dessert, le «Buffet du Métropole» est servi tous les mercredis, jeudis, vendredis et samedis soirs, à partir de 19 heures et jusqu'au samedi 6 septembre. Le samedi 9 août, il cédera, momentanément sa place au «Buffet des Fêtes de Genève». *LM*

FORMATION DES ÉLÈVES DES ÉCOLES HÔTELIÈRES

«Une démarche humanitaire»

Le directeur de l'Institut hôtelier César Ritz, Hervé Fournier, a rédigé une étude sur la formation des élèves des écoles hôtelières suisses.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

C'est directement et spécifiquement aux praticiens (maîtres d'hôtel et chefs de service) qu'Hervé Fournier s'est adressé en priorité pour son travail de recherche effectué dans le cadre de son «master» à la Manchester Metro-

politan University et qui devait répondre à la question: «Les élèves des écoles hôtelières suisses répondent-ils aux attentes du monde professionnel?»

Le résultat peut surprendre les décideurs. En effet, l'examen des réponses des professionnels démontre que bien plus que des compétences techniques professionnelles, ce sont des qualités d'entretient, d'ouverture d'esprit, d'envie de pratiquer un métier d'accueil qui devraient primer.

Tout découle de là, «si quelqu'un a le bon comportement, la bonne attitude, on pourra tout lui apprendre en

matière de technique de service», souligne Hervé Fournier, commentant une analyse qui voit les compétences strictement professionnelles citées en vingtième position seulement sur l'échelle d'importance, bien loin derrière des données comportementales (communication, envie d'apprendre et de comprendre, esprit d'équipe, motivation, respect).

La même remarque est tout aussi pertinente lorsqu'il s'agit d'évaluer les performances des stagiaires. Là aussi, à un niveau de satisfaction, les connaissances acquises (ou à acquérir) sont estimées de bien moindre im-

portance que le comportement. Ce qui permet au directeur de l'Institut César Ritz un autre commentaire, décollant lui des remarques des étudiants: trop souvent ils sont considérés comme des professionnels accomplis alors qu'ils ne sont que débutants. Et le client, l'hôte, devrait en être averti, ne serait-ce que par la mention «stagiaire» sur un badge!

Une remarque qui induit une question, pas tant au sein des écoles hôtelières où les étudiants sont jugés bons, mais au niveau des entreprises: «Sont-elles préparées humainement à l'accueil d'un stagiaire?»

Des stages de football

Charmey. L'Hôtel Cailler, à Charmey dans les Préalpes fribourgeoises, joue la carte des stages de football et accueille depuis trois ans des camps d'entraînement de grandes équipes internationales.

Après les équipes de Galatasaray, d'Oman et de Besiktas Istanbul, qui sont respectivement venues en 2000, en 2001 et en 2002, ce sont le Dynamo Zagreb, du 3 au 10 juillet, et l'AS Monaco, du 21 au 28 juillet, qui ont profité cette année des avantages du quatre étoiles

gruérien. A présent, c'est le champion de Tunisie, l'Espérance de Tunis, qui est en stage à l'Hôtel Cailler du 27 juillet au 9 août.

Outre le Cailler, d'autres hôtels accueillent accompagnants et journalistes. La délégation monégasque, par exemple, était composée de 45 personnes et occupait plus de la moitié des chambres de l'hôtel. Tombés sous le charme de la région, des accompagnants ont d'ores et déjà promis de revenir en vacances à Charmey. JS

«Slow-up» montagnard

Pays de Fribourg. Dans la foulée du succès remporté par la formule «Slow up», dont l'édition 2002 autour du lac de Morat a rallié environ 60 000 personnes, la Jeune chambre économique de la Gruyère a décidé d'organiser une telle manifestation dans son district le 11 juillet 2004.

Dans le cadre montagnard des Préalpes fribourgeoises, le «Slow up» de la Gruyère permettra à des marcheurs, cyclistes, rollers et autres adeptes de la trottinette de parcourir

divers itinéraires autour du lac de la Gruyère, dans l'Intyamon, dans la vallée de la Jogne, ainsi que dans les environs du Moléson.

Quelque 50 000 personnes sont attendues dans le sud du canton de Fribourg. Cette opération d'envergure bénéficiera notamment du soutien de l'organisation Santé Suisse, de l'Association touristique de la Gruyère (ATG), du groupe de presse Romandie Combi (ROC) et d'une chaîne de magasins d'articles de sport. JS

Un merlot présidentiel

Locarno. A l'occasion de la soirée des ambassadeurs suisses qui se tiendra le 15 août dans le cadre du Festival international du film de Locarno, le président de la Confédération et ministre de la culture Pascal Couchepin se verra remettre un magnum de merlot Quattromani. Quattromani est le nom sous lequel se sont réunis quatre vigneron tessinois de l'association Swiss Premium Wine, à savoir Angelo Delea, Guido Brivio, Feliciano Gialdi et Claudio Tamborini. LM



Photo: Laurent Miesbauer
Pascal Couchepin

CRANS-MONTANA

Le «Roy» à l'Aïda Castel



De g. à dr.: Walter Loser, Roy Hodgson, Armand Bestenheider et Ivan Rion.

Ancien entraîneur de l'équipe nationale suisse de football, de Neuchâtel Xamax et de GC, Roy Hodgson a effectué ces derniers jours un retour remarqué en Suisse. Désormais à la tête de l'équipe nationale des Emirats Arabes Unis, le «Roy» a en effet passé deux semaines à Crans-Montana où sa formation a peaufiné sa préparation estivale. Logé à l'Hôtel Aïda Castel d'Armand Bestenheider, Roy Hodgson a profité de son séjour sur le Haut-Plateau pour jouer au golf non seulement avec Armand Bestenheider, mais également avec Walter Loser, le directeur de Crans-Montana Tourisme, et Ivan Rion, le nouveau directeur du Golf Club Crans-sur-Sierre. LM

RIVIERA VAUDOISE

Les anciens bateaux à voiles latines ont eu le vent en poupe

La deuxième édition de «Léman Tradition», le rassemblement des barques à voiles latines qui a eu lieu sur la Riviera vaudoise du 26 juillet au 2 août, a connu un formidable engouement. Il y a eu en effet 350 passagers de plus qu'en 2002.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Avec environ 1300 passagers, contre 950 l'an dernier pour la première édition et, alors même que les jours de navigation et le nombre de bateaux avaient été réduits, l'édition 2003 de «Léman Tradition», organisée par Montreux-Vevy Tourisme a rencontré un véritable engouement.

L'IMPORTANCE DU BOUCHE À OREILLE

«Pour la Vaudoise, la barque des Pirates d'Ouchy, nous avons même enregistré 98% de taux d'occupation», se réjouit Fabienne Arnaud, en charge de l'animation et du marketing partenaires. Elle s'en réjouit d'autant plus à l'examen de la provenance des passagers: «Alors que l'an dernier, le phénomène était resté très «local», pour cette édition, ce sont des groupes venus de Neuchâtel, de la Suisse alémanique, voire de France voisine, qui ont réservé leurs croisières et, le plus souvent,

Photo: Jean-Jacques Ethnoz



«LÉMAN TRADITION»

Naguère totalement dévolus au transport des marchandises, les anciens bateaux à voiles latines ont transporté 1300 passagers du 26 juillet au 2 août.

en prélocation.» Autre satisfaction: le retour enregistré, puisque c'est essentiellement grâce au bouche à oreille que les réservations avaient été effectuées. Plusieurs raisons peuvent l'expliquer selon Fabienne Arnaud: les offres plus avantageuses (39 francs contre 47 l'an dernier) ont permis la diminution des journées de navigation (cinq au lieu de dix), les forfaits «famille» (20% de rabais) et la modification des horaires (une croisière sur le coup de 14 heures, plutôt que le matin, et une à l'apéritif, en début de soirée).

Côté marins, on s'est aussi réjoui de cette nouvelle édition puisque la

curiosité pour les barques du Léman s'est manifestée, notamment en vue de location pour des entreprises ou des groupes.

UNE TROISIÈME ÉDITION L'ANNÉE PROCHAINE

Le succès de cette deuxième édition a donc été tel qu'une troisième édition de «Léman Tradition» sera à nouveau proposée l'année prochaine. «Cela, à des dates qui seront peut-être modifiées», précise Fabienne Arnaud. «Plusieurs barques doivent participer fin juillet et début août à la Grande parade des vieux gréments de Brest.»

ENTRE NOUS

Formule améliorée

MIROSLAW HALABA

Ce premier numéro d'août de notre hebdomadaire présente divers changements de présentation par rapport aux éditions précédentes. Comme l'actualité, en perpétuel mouvement, un média doit sans cesse chercher à s'adapter mais aux besoins de ses lecteurs.

Les modifications que nous avons apportées à la mise en page portent principalement sur l'amorce de l'article qui ne figure plus en surtitre, mais directement sous le titre de l'article. Les nouvelles brèves seront, d'autre part, mieux mises en évidence. Il en va de même pour les encadrés. Autant d'améliorations qui devraient faciliter la lecture.

Au fil des mois, nous avons aussi augmenté la surface consacrée aux illustrations et, partant, à la couleur. Le contenu rédactionnel n'a, bien entendu, pas été en reste. Nous remercions nos lecteurs pour leur fidélité et leur souhaitons de bons moments en notre compagnie.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Les «mystery-men» dans les hôtels.

De plus en plus de chaînes d'hôtels font appel à des inspecteurs anonymes, appelés «mystery-men» dans le jargon hôtelier, pour déceler d'éventuels manquements dans les établissements de leur groupement. Le «mystery-man» consulte fréquemment sa montre et note toutes ses observations, par exemple: «Attendu 70 secondes à la réception car le réceptionniste flirtait avec la serveuse plutôt que de s'occuper des clients.» Certaines chaînes ne sont cependant pas favorables à des inspecteurs anonymes et ont mis sur pied leur propre système de contrôle. Page 4

Le «merchandising» accroît la fidélité à la marque.

Plusieurs chaînes ont constaté ces dernières années que la vente de produits estampillés de la marque de l'hôtel ne présentait pas seulement des avantages au niveau financier, mais également au niveau de la fidélité à la marque de la part de l'hôte. La chaîne Ritz-Carlton commercialise ainsi sur catalogue et sur Internet des produits cosmétiques, du thé, des vins et même des bijoux. Mercure propose ses «Grands vins Mercure» et Mövenpick vend ses confitures, ses cafés et ses glaces. Page 5

Offices du tourisme: la sécurité de l'emploi en temps de crise.

Les offices du tourisme licencient-ils aussi leur personnel en temps de crise à l'image de ce qui se pratique parfois dans certains hôtels lorsque les clients sont moins nombreux que prévu? Notre enquête menée auprès des offices du tourisme de Bâle, de Lucerne, de Frutigen, de Sils et de Pontresina apporte différentes réponses. A Lucerne, par exemple, certains départements n'ont pas été compensés. Page 7

IMPRESSUM

htz hotel + tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers, Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Responsable des médias: Christian Hodler.
Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).
Responsable du cahier français et rédacteur en chef adjoint: Mirosław Halaba (MH).
Rédacteur: Laurent Miesbauer (LM).
Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevy; Danielle Emery Mayer (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Taneg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne.
Edition: Cheffe d'édition: Iris Sirebel.
Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Casali.
Annonces: Matthias Beyeler, Marc Moser.
Publicité: Markus Merchel (Chef de vente), Roger Stammier, Brigitte Weber.
Administration: Patrick Stalder.
Impression: Buchler Grafico AG, Druckzentrum Berne.
Tirage: 11'209 Ex. contrôlés REMP 2002, 22'000 Ex. imprimés.
Prix de vente: (TVA incl.)
Vente au numéro: Fr. 4.30, Abonnement 1 an: Fr. 145.-, ISSN: 1424-0440.
Contacts: Adresse: Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (lettres de lecteurs, les gens, etc.)
Tél: 051 370 42 16, Fax: 051 370 42 24, E-Mail: htz@swiss-hotels.ch
Abonnements: Tél: 051 370 42 41, Fax: 051 370 42 23, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Annonces: Tél: 051 370 42 42, Fax: 051 370 42 23, E-Mail: annonces@swiss-hotels.ch
Publicité: Tél: 051 370 42 43, Fax: 051 370 42 23, E-Mail: mmerc@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch



L'association LSF au Restoroute de la Gruyère. L'Association Léman sans Frontière (LSF), qui regroupe à des fins promotionnelles 37 sites touristiques autour du Léman, dans son arrière-pays et dans les Préalpes, a installé un grand panneau d'information au Restoroute de la Gruyère. Celui-ci comprend une carte avec les 37 images des sites partenaires et le texte suivant: «Vous êtes aux portes du Léman. Visitez nos 37 merveilleuses touristiques. Guides à disposition à l'intérieur». Ce panneau jouxte également l'exposition permanente «La Poya des Artistes», une trentaine de vaches en polyester fort joliment décorées. De plus, durant cet été, la déléguée du Pool des entreprises du Restoroute de la Gruyère rend visite aux 37 sites franco-suisse LSF avec une petite Smart rouge «Au cœur de la Gruyère». JS

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

Wir gestalten ein vielseitiges, innovatives
Gastwirtschafts-Projekt, den «Bären» in Biglen (Emmental).
Eröffnung per 1. Februar 2004.

Sie sind

**ein(e) seriöse(r), bestens ausgewiesene(r)
Geschäftsführer(in) mit fundierter Erfahrung im
Gastgewerbe und entsprechenden Referenzen**

Sie verfügen über Fantasie, Flexibilität und haben Lust und
Elan, einen lebhaften Betrieb massgeblich mitzuprägen und
mitaufzubauen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:
R. Sommer, Blaser AG, Immobilien und Verwaltungen, Sonn-
haldenweg 32, 3506 Grosshöchstetten.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen.

157305/990292

HOTEL SCHWEIZERHOF

Der Schweizerhof ist das gehobene, sportlich elegante ****Hotel von
Zermatt inmitten der bekannten Bahnhofstrasse mit dem grössten
Restaurantangebot von Zermatt. Nach 10-jähriger Tätigkeit wagt unser
Küchenchef nun den Schritt in die Selbstständigkeit. Aus diesem Grund
suchen wir per Anfang Wintersaison 2003/04 einen neuen Leiter unser-
es umfangreichen gastronomischen Angebots. Als

Chef de cuisine

übernehmen Sie die verantwortungsvolle Aufgabe der Leitung unseres
gesamten Küchenbereichs, d.h. die kulinarische Versorgung unseres Spei-
sessaals, des italienischen Spezialitätenrestaurants «Da Mario», des
«Schwyzer Stübli» mit traditionellen Schweizer Gerichten und des
«Prato Bornis» mit Käsespezialitäten. Sie sind verantwortlich für die kulinarische
Abwechslung, den reibungslosen Betriebsablauf sowie für die
20-köpfige Küchenbrigade.

Haben Sie mehrjährige Berufserfahrung als Sous-Chef oder Chef de cui-
sine, Führungserfahrung, unternehmerisches Denken und Handeln, sind
Sie belastbar, haben Sie Durchsetzungskraft und Ausdauer? Dann mel-
den Sie sich auf diese interessante Herausforderung. Wir freuen uns auf
Ihre Bewerbung!

SEILER HOTEL SCHWEIZERHOF****
Bahnhofstrasse
3920 Zermatt
Tel. 027 966 87 53
Fax 027 966 87 57
www.zermatt.ch/schweizerhof
personalbuero@seiler-zermatt.ch



HOTEL DES ALPES ET RESTAURANT «LE PERDTEMPS» 1260 NYON

Hôtel *** 53 chambres – Restaurant-brasserie, Salles de
banquet – situé en plein cœur de Nyon cherche pour le
1^{er} novembre ou date à convenir un

DIRECTEUR/TRICE

Vous avez une formation supérieure en Ecole Hôtelière,
vous êtes parfaitement bilingue français/anglais et
idéalement vous parlez une troisième langue.
Vous avez une expérience réussie à un poste de
Direction dans l'hôtellerie, vous avez un sens aigu des
relations commerciales et humaines.
Vous êtes rigoureux, autonome, exigeant et
gestionnaire.

Les personnes intéressées sont priées d'adresser
leur dossier à:
Monsieur Pierre DEBLUE
22, rue de la Gare
1260 Nyon

157306/426809

Diemtigal – Ferienzentrums Wiriehorn

Für die nächste Wintersaison 2003/04 suchen wir für die
Führung eines Restaurantbetriebes eine/n initiative/n

Pächter/in

Das Restaurant liegt an der Ski-Talabfahrt – grosse Ter-
rasse – und hat ca. 70 Sitzplätze.

Gerne stellen wir Ihnen den Betrieb näher vor oder ertei-
len Ihnen weitere Auskunft.

TOMA Verwaltungen GmbH, Seestr. 2, 3700 Spiez
Tel. 033 654 46 85 – E-Mail: toma@toneatti.com

157307/426810



Freundlichkeit – Teamplayer – Flexibilität

Diese Begriffe sind uns sehr wichtig – Ihnen auch?

Für unser kürzlich eröffnetes Personalrestaurant Culinari-
um T-Systems in Zollikofen, mit an die 200 Essen (Stei-
gerungspotential vorhanden), suchen wir per 1. Oktober
2003 oder nach Vereinbarung einen versierten Kader-
mitarbeitenden als

Betriebsleitung (m/w) 100%

Das abwechslungsreiche Aufgabengebiet als Gastge-
ber/in umfasst nebst der Betriebsleitung im Rahmen des
Betriebsführungsvertrages auch die aktive Mitarbeit als
Küchenchef in der Küche, die Führung der 6 unterstell-
ten Mitarbeitenden sowie diverse administrative Arbeiten
(gute PC-Kenntnisse erforderlich).

Sie haben idealerweise nebst fundierten Kenntnissen in
der Gemeinschafts- oder Markengastronomie auch schon selber einen Betrieb geführt, sind ein Organisa-
tions- und Verkaufstalent und haben ursprünglich eine
Kochlehre absolviert.

Als fortschrittliches Unternehmen bieten wir Ihnen 5 Wo-
chen Ferien, 13. Monatslohn, Bonusbeteiligung sowie in-
terne Weiterbildungsmöglichkeiten. Zudem bieten wir
Ihnen komfortable Arbeitszeiten ohne Zimmerstunde
(i. d. R. Montag bis Freitag).

Möchten Sie in einem hellen, freundlichen Personal-
restaurant arbeiten und unsere Gäste verwöhnen? Dann
freuen wir uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewer-
bung mit Foto an:

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

157246/150550

STEIGENBERGER GSTAAD - SAANEN

Ab dem 1. September 2003 oder nach Vereinbarung möchten wir Sie als

Organisator, Motivator und Kollegen in der Position als

PERSONAL- UND VERWALTUNGSLEITER/IN

in unserer Equipe willkommen heissen.

Ihr Profil:

- Sie verfügen über eine abgeschlossene kaufmännische Grundausbildung und
mehrjährige Berufserfahrung
- Sie zeichnen sich durch Verantwortungsbewusstsein, Flexibilität und
Teamfähigkeit aus
- Sie besitzen ein Zahlenflair, sind initiativ und belastbar
- Mitarbeiterführung und Controlling liegen Ihnen am Herzen

Ihre Hauptaufgaben:

- Mitarbeiterrekrutierung, Mitarbeitereinsatzplanung und Förderung
- Administratives Personalwesen mit Lohnbuchhaltung, Bewilligungsverfahren usw.
- Kontrolle der Umsatzberichte, Debitoren- und Kreditorenhilfsbuchhaltung
- Mithilfe bei Budget- und Forecasterstellung
- Kontaktpflege zu Sozialversicherungspartnern und Behörden

Ihr Umfeld:

- Arbeit in einem aufgestellten und jungen Team
- Interessante, abwechslungsreiche Tätigkeiten
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Attraktive Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Für telefonische Auskünfte stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Sind Sie motiviert? Wir freuen uns auf Sie!

Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen, Günter Weigluni, Direktor, Postfach, 3792 Saanen
Telefon 033 748 64 64, E-mail: gweigluni@steigenberger.ch



mit Schweizer Betrieben in
Davos • Gstaad-Saanen • Zürich

157308/91871

INHALT: Deutsche Schweiz 2-8 / Svizzera italiana 8 / International 8 / Stellengesuche 10

SOMMAIRE: Marché international 8 / Demandes d'emploi 10

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by **JOBS AND MORE**

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Segeln Sie
auf gutem Kurs
www.horega.ch

Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt



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

Beratung
Selektion
Vermittlung

GastroJob

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emplois
en page 3.



Making
people successful

HERMITAGE

DAS HAUS AM SEE MIT ETWAS MEHR

Das einzigartige ****Seehotel Hermitage mit einem vielseitigen Restaurants-, Seminar- und Bankettbetrieb sowie einem unvergleichlichen Zimmerangebot sucht per sofort oder nach einem

Chef de Réception (m/w)

Die jetzige Stelleninhaberin übernimmt einen eigenen Betrieb und freut sich darauf, eine teamorientierte, kommunikative und fachlich versierte Nachfolgerin in ihr breit gefächertes Aufgabengebiet einzuführen. Diese Kaderstelle umfasst die selbständige und kompetente Führung des Front-Office-Bereiches von der Mitarbeiterführung, über Verkaufstätigkeiten bis zur Gästebetreuung. Ein motiviertes Team freut sich darauf, Sie an diesem modernen, ISO-9001:2000-zertifizierten Arbeitsplatz an schönster Lage zu begrüssen.

Wir sind gespannt darauf, Sie kennen zu lernen und Ihnen unser einmalig schönes Hotel zu zeigen.

Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Sandra Peyer. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

Seehotel Hermitage
Seeburgstrasse 72, CH-6006 Luzern
Telefon 041 375 81 81, Telefax 041 375 81 82
www.hermitage-luzern.ch

157281/22895



Reha-KLINIK Hasliberg
6083 Hasliberg-Hohfluh
Tel. 033 972 55 55
Fax 033 972 55 56
Internet: <http://www.haslibergerhof.ch>
E-Mail: info@haslibergerhof.ch

Wir suchen nach Übereinkunft eine

Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin

In dieser interessanten und vielseitigen Tätigkeit übernehmen Sie die Verantwortung für das Ambiente und die Sauberkeit im ganzen Haus.

Sie optimieren, koordinieren und kontrollieren die Reinigungsarbeiten in den Bereichen Patientenzimmer, Nebenräume, öffentliche Räume, Restaurant, Speisesaal, Eingangsbereich und sind zuständig für die äussere Erscheinung im und ums Haus. Aktive Mitarbeit erwünscht.

Sie verfügen über Erfahrung in einer vergleichbaren Position, bringen ausgezeichnete Deutschkenntnisse in Wort und Schrift mit, sind zuverlässig, vertrauenswürdig, diskret, flexibel und belastbar. Sie arbeiten gerne selbstständig, haben Führungsqualitäten und lieben ein lebendiges Umfeld.

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an REHA-Klinik Hasliberg, z. Hd. Susanne Schärli, Personalabteilung, oder Sylvia Schneider, Betriebsleitung, 6083 Hasliberg-Hohfluh, Tel. 033 972 55 63 (Direktwahl Personalbüro).

157283/164739



HOTEL eiger MÜRREN

Ziehen Sie Ihre Kurven auf super Pisten oder im Pulverschnee!

Das persönlich geführte 4-Sterne Hotel liegt in autofreien Mürren, gegenüber dem bekannten Dreigestirn Eiger, Mönch und Jungfrau. Wir verwöhnen bis zu 100 Hotelgäste in einer heimeligen, familiären Atmosphäre. Für die kommende Wintersaison ab ca. 17. Dezember bis Ostern suchen wir ergänzend zu unserem motivierten Team folgende Mitarbeiter/innen:

Commis de Bar

Sie betreuen unsere internationalen Gäste und Einzelne in der Tächi Bar, sprechen gut Englisch und lösen den Chef de Bar ab.

Chef de Partie / Tournant

Sie kochen gerne gepflegt in einer neuzeitlichen Küche, sind fachlich qualifiziert und freuen sich in einem dynamischen Team zu arbeiten.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien, Passfoto an: Sandra Stähli, Hotel Eiger, 8825 Mürren, Schweiz
Internet: www.hoteleiger.com Email: sandra.staehli@hoteleiger.com
Telefon: 033 856 54 54 Fax: 033 856 54 56

157303/25992

SIE SUCHEN NEUE HORIZONTE?

Wir suchen nach Vereinbarung:

CHEF DE RECEPTION
(Seminar- und Eventkoordinator/in)

Ihr Aufgabengebiet ist umfangreich: angefangen bei der Hausführung erstreckt es sich über die Offerte, die Bestätigung, die persönliche Detailabsprache, die Gästebetreuung im Hause bis hin zur Debitorenbuchhaltung.

Sie verstehen es in dieser verantwortungsvollen Kaderposition, unseren Gästen das Gefühl von Herzlichkeit, Wohlbefinden und Professionalität zu vermitteln, die Gasfreundschaft und die Atmosphäre in unserem Hause entscheidend mitzuprägen, unsere Seminararrangements und unsere Betten optimal auszulasten, in hektischen Momenten die Übersicht und Ruhe zu bewahren und Ihr Mitarbeiterteam kompetent und motivierend zu führen.

Sind Sie kontaktfreudig, verkaufsorientiert, sprachgewandt, flexibel und charmant - eine aufgeschlossene Persönlichkeit mit Führungsgeschick und Erfahrung? Dann passen Sie in unser Team!

Senden sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an! Eine interessante Aufgabe, ein aufgestelltes Team und ein wunderschöner Arbeitsort erwarten Sie hier am Sempachersee! Wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen!

157252

Bewerbungsunterlagen oder Telefon:



HOTEL ENGEL STANS

Carine und Mario Hug
Dorfplatz 1
6370 Stans
www.engelstans.ch, 041 619 10 10

Zur Führung und Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir per 1. September 2003 oder nach Vereinbarung

CHEF de CUISINE m/w

Sie sind motiviert und können Ihre Mitarbeiter motivieren! Sie haben Ideen für Neues und können dies gut weitervermitteln! Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder telefonische Kontaktaufnahme.

Unser 5-köpfiges Küchenteam freut sich auf seinen neuen «Rudelführer».

Ein traditionsreiches und dennoch nicht alltägliches Haus wartet auf Sie!

157276/60151



HOTELS GRICHTING & BADNERHOF
**** CH-3954 Leukerbad
RESTAURANTS
Le Grand Cru und
La Terrasse

Zur Verstärkung unseres jungen, kreativen Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung

Empfangssekretärin (D,F) mit Erfahrung

einen kreativen

Chef de partie (m/w)

sowie für den Speisesaal und unsere à la Carte Restaurants eine/n

Chef de rang (m/w)

(Möglichkeit Französisch zu lernen)

Möchten Sie mit uns und unserem jungen Team, unsere anspruchsvollen Gäste verwöhnen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

HOTELS GRICHTING & BADNERHOF
CH-3954 Leukerbad / Wallis, Schweiz
Familie A. & K. Bauer-Grichting
Telefon 0041 27 472 77 11
Telefax 0041 27 470 22 69
badnerhof@grichting-hotels.ch
www.hotel-grichting.ch

157263/20354



Seehotel-Restaurant SCHWERT

Gersau

Für mein Hotel am Vierwaldstättersee suche ich Verstärkung.

Freundliche

Serviertochter oder Kellner und Jungkoch

Einzelzimmer mit Seesicht und Fernseher im Haus vorhanden.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung.

Franz Dörig
Seehotel Schwert
6442 Gersau
Tel. 041 828 11 34
E-Mail: info@schwert-gersau.ch

157267/13404



Abwechslung? Nötig.
resist the usual - finden wir.

Ausstrahlung? Vorhanden.
neue Köpfe - suchen wir.

Auszeichnung? Erwünscht.
einzigartig, genussvoll,
leidenschaftlich - wollen wir.

Direktionsassistent/In
Aufgabengebiet:
- Gästebetreuung
- Human Resource Management

Alles anders? - Neue Ideen kommen aus Tapet, neue Farben, neues Leben, neue Visionen, neue Gedanken - das Hotel-Kunststück nimmt Form an.

Die Renaissance des Lenkerhofs
Fühlen Sie sich angesprochen? Na also!
Wir warten gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.
Bei den Stellen handelt es sich grösstenteils um Jahresstellen.

Also? Bitte.

Von unserem NEUEN 5-Stern-Hotel
im Berner Oberland wird man
noch reden - denken wir.

Philippe Frutiger
Hotelier

Lenkerhof Postfach 241 CH-3775 Lenk im Simmental
Tel. +41 (0)33 736 36 36 E-Mail: welcome@lenkerhof.ch

157274/19330

TOURISMUS

DAVOS TOURISMUS

Für unseren Direktor suchen wir nach Vereinbarung

eine/n Direktionsassistenten/-in

Sie sind verantwortlich für die gesamte Korrespondenz, Terminvereinbarungen, Präsentationen sowie allgemeine Sekretariatsarbeiten.

Wir wünschen uns einen/eine Bewerber/in mit einer kaufmännischen Ausbildung und sehr guten EDV-Kenntnissen. Sie sind ein Organisationstalent und schätzen den Umgang mit anderen Menschen. Belastbarkeit und Diskretion sind für Sie eine Selbstverständlichkeit. Sprachkenntnisse in Englisch in Wort und Schrift runden Ihr Profil ab. Sie dürfen eine sehr selbständige Tätigkeit in einem lebhaften Betrieb erwarten. Für genauere Auskünfte steht Ihnen Frau Monika Tomio, Personalleiterin, Telefon 081 41 521 43, gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

DAVOS TOURISMUS
Personalabteilung
Promenade 67
7270 Davos Platz
personal@davos.ch
www.davos.ch

157255/382976

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

hotel
staff

www.hotelstaff.com

Personalienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

Linthesgasse 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

www.gastrouisse-jobservice.ch

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

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

JOBSERVICE

Pausencafé
mit Blick aufs
Bundeshaus?

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



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

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

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!
4084 offene Stellen,
2986 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
stgallen.hotelevent@adecco.ch

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

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

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

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

Neueröffnung

Für die Neueröffnung eines à la carte-Restaurants mit Bistro und Take-Away in der Basler Innenstadt suchen wir per November 2003 junge Berufsleute: Einen kreativen Küchenchef, eine frontorientierte Betriebsassistentin und engagierte Servicefachangestellte. Weitere Informationen über diese Stellen gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch.
Basel, Esther Sardagna 061 264 60 40

Maitre d'hôtel

Chauffeur und Koch für Privathaushalt
Für einen Privathaushalt mit Sitz in München suchen wir per sofort einen versierten, diskreten Maitre d'hôtel/Chauffeur/Allrounder und einen kreativen, phantasievollen Privatkoch. Sie haben gute Umgangsformen, sind eine gepflegte Erscheinung, sprechen fließend Deutsch und haben gute mündliche Französisch- oder Englischkenntnisse. Da Sie viel auf Reisen sein werden (Gstaad, Saint Tropez, Palm Springs), ist es von grösster Wichtigkeit, dass Sie flexibel und örtlich ungebunden sind. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

Küchenchef

Sie sind eine dynamische und charakterstarke Persönlichkeit und haben bereits in GaultMillau-Restaurants gearbeitet. Ausserdem verfügen Sie über fundierte Führungserfahrung in grösseren Betrieben, sind ein wahres Organisationstalent und legen viel Wert auf eine konstante Qualität auf hohem Niveau. Für dieses Haus mit gehobener Gastronomie in der Region Zürich suchen wir den neuen Leader. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
Zürich, Eveline Amacher 01 297 79 79

Chef de partie

Garde manger/Pâtisserie
Ein bekanntes Restaurant in der Stadt Zürich braucht sofort Verstärkung im Team – einen aufgestellten, kreativen Chef de partie der Flair für Pâtisserie und/oder Garde manger hat. Wenn für Sie Kochen nicht «nur Kochen» ist, Sie gern über das Gewöhnliche hinausgehen sowie Neues dazulernen und flexible Arbeitszeiten mögen, dann ist das die richtige Stelle für Sie. Ich freue mich auf ihren Anruf.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Management Trainee

Für eine erfolgreiche Restaurantkette mit überzeugender Unternehmenspolitik und starker Mitarbeiterkultur suchen wir Nachwuchskader für die Betriebe im Grossraum Zürich. Mit strukturierten Aus- und Weiterbildungen werden Sie auf diese anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgabe vorbereitet. Wenn Sie eine abgeschlossene Berufsausbildung mitbringen und Erfahrung im Umgang mit Mitarbeitenden sowie Gästen haben, freue ich mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Making
people successful



H · O · T · E · L · S · A · R · A · T · Z ·

Gesucht: Aufsteiger!

Sie möchten in einem vorwärtsstrebenden Team voll mitarbeiten und lieben ein lebhaftes und junges Arbeitsumfeld?

Wir suchen einen Nachfolger als

Food & Beverage ManagerIn

(Eintritt Mitte September oder nach Vereinbarung)

Sie sind Teil eines jungen und dynamischen Führungsteams und wirken kreativ und ideenreich am zukünftigen Erfolg des Hotels Saratz mit. Wir suchen eine Powerfrau oder einen Powermann mit Führungstalent und grosser Freude am Beruf. Sie verstehen es, Ihre rund 35 MitarbeiterInnen zu motivieren und zu Höchstleistungen anzuspornen. Sie sind es gewohnt, mit anzupacken und lieben den intensiven Kontakt mit Gästen. Als loyale, unternehmerisch denkende und engagierte Führungspersönlichkeit überzeugen Sie Ihr Umfeld menschlich wie auch fachlich. Ihr Fachwissen setzen Sie innerhalb der geschäftspolitischen Leitplanken mit grosser Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und Weitsicht um.

Eine weitere Powerfrau oder einen Powermann suchen wir als

Rooms Division ManagerIn

(Eintritt Mitte November oder nach Vereinbarung)

Sie sind ein absoluter Profi und haben Freude daran, das Reservationsbüro, die Réception und das Housekeeping zu leiten. Mit Engagement und Führungstalent organisieren und motivieren Sie Ihr Team von rund 26 MitarbeiterInnen und spornen es zu Höchstleistungen an. Sie sind eine Gastgeberpersönlichkeit und verfügen über Erfahrung im Reservations- und Réceptionsbereich. Gute Sprach- (D, E, F, Evtl. I) und FIDELIO-Kenntnisse sowie Organisation zählen zu Ihren Stärken und Sie bewahren auch in hektischen Zeiten den Überblick. Auch setzen Sie Ihr Fachwissen innerhalb der geschäftspolitischen Leitplanken mit grosser Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und Weitsicht um.

Wir freuen uns auf Ihre schriftlichen aussagekräftigen Unterlagen mit Foto!
157284/27707

Hotel Saratz
Daniel Fuglister
Hoteller & Gastgeber



CH-7504 PONTRESINA/ST.MORITZ
TELEFON +41 (0)81 839 4000 • FAX +41 (0)81 839 4040
HR@SARATZ.CH • WWW.SARATZ.CH

Service-Leiter/in
80 – 100 %

Wir begeistern unsere Gäste mit Angebot, Präsentation und Service. Als Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie führen wir gesamtschweizerisch 360 Betriebe im Auftrag der Privatwirtschaft und der öffentlichen Hand.

Für das **Studienzentrum der Nationalbank in Gerzensee** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine versierte und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit für folgende Tätigkeiten:

- Betriebsgerechte Einsatzplanung und Serviceorganisation
- Gästebetreuung bzw. persönliche Mitarbeit im Service
- Schulung, Umsetzen und Kontrolle des Qualitätssystems nach ISO-Norm 9001 Richtlinien
- Führung von 10 – 12 Mitarbeitenden
- Theoretische und praktische GAFA-Lehringsausbildung im Service

Um diese anspruchsvolle Aufgabe erfolgreich ausführen zu können, bringen Sie eine abgeschlossene Service- oder GAFA Lehre, mündliche und schriftliche Französisch- und Englischkenntnisse sowie Führungserfahrung mit. Zudem tragen Sie gerne Verantwortung, sind zuverlässig und verlieren auch in hektischen Momenten Ihren Humor nicht. Aufgrund des Standortes des Studienzentrums und der unterschiedlichen Arbeitszeiten ist es ebenfalls wichtig, dass Sie motorisiert sind.

Möchten Sie die Begeisterung mit uns teilen? Dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an: SV-Service AG, Studienzentrum Gerzensee, z. Hd. Herrn Hans-Ulrich Känel, Betriebsleiter, Dorfstrasse 2, 3115 Gerzensee. Für telefonische Auskünfte wählen Sie: 031/780 33 00.

Weitere Stellen unter www.sv-group.com.



Carine und Mario Hug
Dorfplatz 1
6370 Stans
www.engelstans.ch, 041 619 10 10

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir nach Vereinbarung

1 Servicefachangestellter

sowie

1 Commis de cuisine m/w

Sind Sie motiviert, haben Freude an Ihrem Beruf und sind flexibel!!
Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder telefonische Kontaktaufnahme.

Eine traditionsreiche und dennoch nicht alltägliche Umgebung wartet auf Sie!
157277/60151

Die Firma Gamma Catering betreibt das VIP Zelt des Cirque du Soleil in Wallisellen und sucht für den Zeitraum vom 1. 8. 2003–15. 11. 2003 (Zeitraum kann nach Absprache angepasst werden) einen

Küchenverantwortlichen

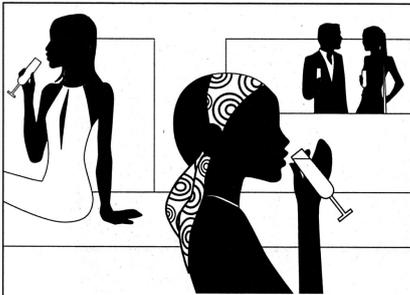
Unterstützt vom Hauptsitz in Hünenberg, ist der Küchenverantwortliche selbstständig für: die Crew, Bestellungen, Foodqualität, Mitarbeiterführung, den reibungslosen Ablauf während des Anlasses, die Kostenkontrolle und die interne Kommunikation zuständig.

Dafür gibt es: Viel Erfahrung, einen angemessenen Lohn, eine fachmännische Crew, eine optimale Infrastruktur und viel Zirkus.

Bewerbungen bitte an:
Gamma Catering AG, Herr Marco Pfeleiderer
Industrie Bösch 43, 6331 Hünenberg

157199/229202

157253



Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria ist ein komplett neu renoviertes und voll klimatisiertes Viersterhotel mit 180 Zimmern im Zentrum der Stadt Luzern. Unsere Restaurants Thai Garden (15 Punkte Gault Millau), Latino (15 Punkte Gault Millau) und La Cucina (12 Punkte Gault Millau) sind einzigartig. In der Penthouse-Bar und dem Prava-Dance-Club wird getanzt, geflirtet und bewundert.

Wir suchen mit Eintritt ab September oder nach Vereinbarung:

Servicefachmitarbeiter Chef de Partie Commis de Cuisine

für unser Restaurant
Latino-Bistro.

Cameriere

für unser Ristorante La
Cucina, mit typisch italie-
nischer Bedienung.

Chef de Bar (m/w)

für unsere lebhaften Bars.

Barmaid (w)

für unsere Weinbar. Sie
sind sehr charmant,
attraktiv und verfügen be-
reits über Grundkenntnis-
se an der Bar oder im
Service.

Barmaid (w)

Barservice-mitarbeiter (m)

für unseren Kult-Club
PRAVDA und für unsere
Penthouse Bar & Lounge.

Wir zeigen Ihnen, wie vielseitig und interessant ein neuzeitlicher und moderner Betrieb sein kann.

Neugierig? Melden Sie sich bei Frau Manuela Fetscher (Direktwahl 041 226 88 22) oder senden Sie Ihre Unterlagen mit aktuellem Foto (mfetscher@astoria-luzern.ch).

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, CH-6002 Luzern.ch

157905/22667



Wenn die Norm nicht gefragt und die Kreativität grenzenlos ist...

Das Erstklasshotel mit «mystischem Touch» sucht für die kommende Wintersaison 2003/2004 und evtl. bereits für die Sommersaison 2004 oder für immer noch folgende Mitarbeiter/-innen:

Büro – Réception:

Chef de Réception – Réception
mit sehr guten Sprachkenntnissen, D, E, F, in Jahresstelle
Korrespondenzsekretärin, D, E, F

Für unsere nach neuesten Erkenntnissen eingerichtete Küche:

Sous-Chef mit Erfahrung
Chef de partie mit Erfahrung
Chef de partie/Tournant mit Erfahrung
Commis de cuisine

Speisesaal/Grillroom:

Chefs de rang mit Erfahrung, D, E
Servicefachangestellte/r mit Erfahrung, D, E
Commis de rang, D, E

Bar – Dancing:

Aufgestellte/r, selbstständige/r Barmaid/Barman
mit Aufstiegsmöglichkeiten

Etage/Office:

Etagenportier mit Erfahrung
Tournante Etage/Office – Lingère
Zimmermädchen

Für unseren Wellnessbereich:

Masseur/in mit Erfahrung
Physiotherapeut/in

Lieben Sie Ihren Beruf und ein ausserordentliches Ambiente?

Unterkunft und Verpflegung stellen wir zur Verfügung. Dazu können Sie unsere Tennishalle und Squashcourt kostenlos benützen. Falls Sie mehr Infos über uns brauchen, gehen Sie doch ins Internet unter www.hotelalexzermatt.com/

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Gehaltsvorstellung.

Fam. Alex Perren, Hotel Alex ****
CH-3920 Zermatt
Tel. +41 27 966 70 70, Fax +41 27 966 70 90
E-Mail: info@hotelalexzermatt.com

157294/0895

Hotel-Speiserestaurant Gallwyl AG



in 5707 Seengen
am Hallwilersee

Sofort gute Dauer-
stellen für jüngere
flotte Profis:

Koch Hilfskoch

Senden Sie bitte die Bewerbungs-
unterlagen oder rufen Sie an!

Tel. 062 777 11 14

157057/182958

Rest. La Carretta
Talstrasse 2
7270 Davos Platz

Gesucht per 1. September oder
nach Übereinkunft

junge, freundliche Service-Angestellte mit Erfahrung im à-la-carte-Service

in gemütliches, italienisches
Speise-Restaurant.

Fühlen Sie sich angesprochen,
dann schicken Sie bitte Ihre
schriftliche Bewerbung an Herrn
A. Sellitto.

157268/212393

Spezialklinik für:
Pneumologie
Schlafmedizin
Kardiologie/Medizin
Psychosomatik



KLINIK
BARMELWEID

Die neue und moderne Spezialklinik Barmelweid,
eingebettet in eine wunderschöne Landschaft oberhalb von
Aarau, ist ein Akutspital und eine Rehabilitationsklinik.

Zur Ergänzung unseres Küchen-Teams suchen wir per sofort oder nach
Vereinbarung einen flexiblen, belastbaren

Chef de Partie / Tournant ev. mit Zusatzausbildung Diät (100%-Pensum)

Das Küchenteam sorgt für die anspruchsvolle Verpflegung von Patienten
(134 Betten) und dazu für einen Cafeteria-Betrieb für Personal und
Gäste mit rund 70 Plätzen. Zudem sind einzelne grössere Anlässe
abzudecken.

Wir erwarten:

- abgeschlossene Ausbildung als Koch und einige Jahre
Berufserfahrung in entsprechender Position
- Erfahrung in der süssigen Küche
- belastbare, teamfähige und an selbstständiges Arbeiten gewohnte
Person

Wir bieten:

- zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- interessante und abwechslungsreiche Arbeit in einem kleinen Team
- heller modern eingerichteter Arbeitsplatz
- Weiterbildungsmöglichkeit
- Wohnmöglichkeit in der Nähe des Arbeitsplatzes (Personalhaus)
- Kinderhort

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.
Die schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen richten Sie bitte an:
Klinik Barmelweid, Georges Egloff, Küchenchef, 5017 Barmelweid,
Tel. 062 857 23 96.

157241/279218



Hotel Restaurant
ARVENBÜEL
Amden

Silence-Hotel Arvenbuel auf der
Sonnterrasse Amden über dem Walensee.

Für die kommende Herbstsaison vom
1. September bis 15. November
(evtl. mit anschliessender Wintersaison) suchen wir

innovativen Jungkoch, m/w

Sind Sie flexibel, belastbar und
zuverlässig und würden gerne in einer
kreativen Küche arbeiten, dann freuen wir uns
auf Ihre Bewerbung.

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

157280/141321

SIE SUCHEN NEUE
HORIZONTE?

Unser modernes Seminar- und
Kongresshotel verfügt über
200 Betten, 22 Seminarräume
und eine Aula – für bis zu
230 Personen. Gäste können
bei uns tagen, Seminarien ab-
halten, Kongresse veranstalten,
Feste feiern und vieles mehr.
Das Angebot aus der Küche ist
abwechslungsreich, kreativ und
neuzeitlich, der Service top!

Wir suchen nach Vereinbarung:

Service-Fachangestellte/r

für unser à la carte Restaurant DAS RESTAURANT!

Sind Sie eine fachlich versierte und aufgeschlossene Persönlichkeit
mit Erfahrung in der gehobenen Gastronomie? Bewahren Sie Ruhe,
auch wenn's mal hektisch wird? Wissen Sie, dass Sie als Mit-
arbeiter/in die Atmosphäre in unserem Hause entscheidend mit-
beeinflussen? Dann passen Sie in unser Team!

Eine interessante Aufgabe, ein aufgestelltes Team und ein
wunderschöner Arbeitsort erwarten Sie hier am Sempachersee!
Wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen!

157251

Bewerbungsunterlagen oder Telefon:

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE
URSULA BACHMANN
PERSONALASSISTENTIN
KANTONSSTRASSE 46
6207 NOTTWIL LU



TEL 041 939 23 23
WWW.HOTEL-NOTTWIL.CH
INFO@HOTEL-NOTTWIL.CH



DOMINO GASTRO

Liebe Hoteldirektion
Liebe Restaurantgeschäftsführung
Möchten Sie Inseratskosten sparen und den
Vorselektionsaufwand vermindern?
Wir helfen Ihnen dabei!
<http://www.dominogastro.ch/zuerich>

Commis de cuisine (m/w)

Für ein Gault-Millau-Restaurant in der Stadt
Zürich suchen wir Sie, den Jungkoch, vielleicht
gerade aus der Lehre. Ihrer Weiterentwicklung
bietet sich hier die Chance!

Chef de partie (m/w)

Dieses gepflegte Restaurant in der Agglomera-
tion von Zürich sucht Sie! Den kreativen, erfah-
renen Koch, welcher das kleine Küchenteam
ideal ergänzt und Freude am Kochen mitbringt.

Servicefachangestellte (m/w)

Das Trendlokal von Zürich braucht Sie! Sind Sie
zwischen 20 und 30 Jahren jung und service-
erfahren. Können Sie verkaufen und sind eine
gepflegte, stabile Persönlichkeit, dann freuen wir
uns auf Ihre Bewerbung.

Student und junge, gepflegte Persönlichkeiten (m/w)

Möchten Sie 2 bis 3 Tage in der Woche im
Restaurationsbereich arbeiten? Melden Sie sich.

Night Auditor (m)

Ein renommiertes 4-Stern-Hotel in der Stadt
Zürich sucht Sie den Night Manager (Vollzeit) und
Sie den Night Auditor (Teilzeit). Sind Sie récepti-
onserfahren und ein verlässlicher Mensch, dann
freuen wir uns über Ihre Bewerbung.

Pächterpaar

Dieser wunderschöne Hotel-/Restaurant-Betrieb
an einem See sucht Sie, die kreativen Macher in
der gepflegten Restauration. Ihre Erfahrung ist
gefragt.

Aktuelle Stellenangebote finden Sie immer auf
unserer Homepage
<http://www.dominogastro.ch/zuerich>

Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und
Foto an Martin Meyer, DOMINO GASTRO
Zürich, Badenerstrasse 29, 8004 Zürich oder per
E-Mail an m.meyer@dominogastro.ch
Info unter Tel. 043 960 31 51.

157272/279188

DOMINO GASTRO

WALDHOTEL
BELLEVUE

Das Hotel mit der Aussicht, die verzaubert

Das stilvoll renovierte Waldhotel Bellevue**** ist ein Juwel an
einzigartiger Aussichtslage in Davos. Wir bieten unseren Gästen
in persönlicher und ruhiger Atmosphäre 53 geschmackvoll
eingerichtete Zimmer, eine exzellente Küche und einen Wellness-
Pavillon mit Soledad.

Für unser junges Team suchen wir für die kommende
Wintersaison 2003/04 (Ende November - Mitte April) Verstärkung:

Restauration: **Servicefachmitarbeiter/in**
sprachgewandt D, E, F

Officemitarbeiter/in

Küche: **Chef de partie**

Küchenmitarbeiter/in

Etage:

Gouvernante und Stv. Gouvernante

mit Berufs- und Führungserfahrung, sprach-
gewandt D, E, F

Portier

Zimmermädchen

Allround-Mitarbeiter

Chauffeur/Wellness/Office

alle mit Deutschkenntnissen und Berufserfahrung

Rezeption: **Nachtportier**

sprachgewandt D, E

Wellness:

Masseur/in

Ausbildung med. Masseur oder Physiotherapeut,
mit Berufserfahrung, sprachgewandt

Haben Sie Interesse, mit Freude und Einsatzbereitschaft in einem
kollegialen Arbeitsklima zu arbeiten, dann erwarten wir gerne Ihre
schriftliche und vollständige Bewerbung. Wir freuen uns auf Sie!

157275/9199

WALDHOTEL BELLEVUE
Barbara und Michael Thomann-Koch, Gastgeber
Buolstrasse 3, CH-7270 Davos Platz
Telefon +41 (0)81 415 37 47, Telefax +41 (0)81 415 37 99
info@waldhotel-bellevue.ch, www.waldhotel-bellevue.ch

DAVOS

Bestes Ferienhotel in Davos
gemäss Bilanz-Rating 2003
in der Kategorie 4*-5*-Hotels



hotel montana zürich

Für unser modernes und charmantes 3***-Hotel Montana mit dem **Bistro/Bar «Le Yonnais»**, nur 3 Minuten vom Hauptbahnhof entfernt, suchen wir ab September 2003 oder nach Vereinbarung

Réceptionist/in

Fachfrau mit Fidelio-Erfahrung, D/E/F, frontorientiert, teamfähig und selbstständig.

HOFA

als stv. Gouvernante.

Wir suchen aufgestellte Berufsleute, welche Freude haben, zusammen mit einem motivierten Team Aussergewöhnliches zu leisten.

Schriftliche Bewerbungen an:

Hotel Montana Zürich, Karsten Hormann
Konradstrasse 39, 8005 Zürich, Tel. 043 366 60 00
www.hotelmontana.ch / direktion@hotelmontana.ch



157297/40762

HOTEL EUROPA

ST. MORITZ

Wir sind ein renommiertes ****Hotel mit 200 Betten und überraschen mit vielen Möglichkeiten.

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

1. Réceptionist/in

mit Erfahrung und Sprachkenntnissen in D/I/E/F

Wollen Sie für die Wintersaison 2003/04, aber auch mit längerfristigem Interesse zu unserem Team gehören?

Folgende Stellen werden wir neu besetzen:

Réceptionist/in mit Erfahrung	Commis de cuisine
Sous-Chef/Saucier	2. Concierge
Chef Gardemanger	Saalkellner/in
Chef Tournant	Zimmermädchen und Portier
Chef Pâtissier	mit Erfahrung

Wir bieten schöne Personalzimmer (EZ & DZ) mit Du/WC, TV, Telefon; Einkaufvergünstigungen in 55 Geschäften.

Senden Sie Ihre kompletten Unterlagen mit Foto an

HOTEL EUROPA ST. MORITZ
Frau Knopf, Personalchefin
7512 Champfer
Tel. +41 81 839 55 55 - Fax +41 81 839 55 57
www.hotel-europa.ch - E-mail: info@hotel-europa.ch

157135/7293

Hotel & Therme Vals

Das einzigartige Hotel mit der einzigartigen Therme an einem einzigartigen Ort.

Hier suchen wir Sie.

In der Küche:
II. Pâtissierlère
Commis Pâtissierlère

Ab sofort bis 2. November 2003 und für die Wintersaison. Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit einem Foto oder rufen Sie uns einfach an. Wenn Sie Vals nicht kennen, schicken wir Ihnen gerne Informationen und Prospekte oder Sie werfen einen Blick auf: www.therme-vals.ch

Wir freuen uns auf Sie.

Sonja Dietrich
Therme Vals 17132 Vals
Tel. 081 926 89 921 Fax 081 926 80 00
E-Mail sonjadietrich@therme-vals.ch

157296/05580

HoReGa SELECT

Top-Angebote im Kaderbereich

Directrice

4*Ferien- und Sporthotel im Berner Oberland. Für dieses bekannte Ferienhotel in den Bergen suchen wir eine dynamische Bewerberin mit erfolgreichem Leistungsausweis in Direktion oder Vizedirektion. Ihr Werdegang liegt schwerpunktmässig in den Bereichen Réception, Verkauf, Housekeeping. Sprachen: D/E Bedingung.

Direktionsassistent/in

Ressort Finanzbuchhaltung/Personalwesen

Für diese Kaderposition, in welcher Sie auch Mitglied der GL sind, sprechen wir ausgewiesene Bewerber/innen an, welche vor allem im Bereich der Finanzbuchhaltung einen Leistungsausweis in gleicher oder ähnlicher Position erbringen. Bilanzsicherheit/Durchführung der Konsolidierungen/Abschlüsse/Steuererklärungen, etc. Ferner betreuen Sie als Verantwortliche des Personalwesens die Kaderselektion mit, übernehmen die Qualifikationsgespräche und überwachen auch das Direktionssekretariat. Ihr Arbeitsplatz: eines der schönsten Hotels in der Region Zürich.

Direktionsassistent/in

Für ein sehr individuelles **Wellnesshotel im Wallis**. Das Motto dieses Hauses ist: Klein aber fein. Eine sehr gepflegte Küche und eine Kundschaft aus Individualgästen zeichnen dieses Haus aus. Ihre Aufgaben als Stellvertretung der Direktion sind vor allem im Bereich Sales & Marketing wichtig (mit Leistungsausweis in diesen Bereichen), wobei wir eine/n Generalisten/-in suchen auch für die anderen Bereiche.

Restaurantleiter / Maître d'hôtel

- ✓ 5*Hotel **Raum Vierwaldstättersee**. Für diese Position suchen wir einen charismatischen Bewerber mit einer Servicelehre in der Schweiz. Berufs- und Führungserfahrung in guten Häusern (wenn möglich Weiterbildung im Servicefachbereich) und der Bereitschaft, in einem guten Haus ein grösseres Serviceteam kompetent zu leiten sowie eine anspruchsvolle Kundschaft zu verwöhnen.
- ✓ **P.S.:** Wir haben ein ebenso schönes Angebot auch im Berner Oberland in einem etwas grösseren 5*Luxushotel.

Hauswirtschaftliche Leiterin

****Ferien & Wellnesshotel im Berner Oberland. Sie tragen die Verantwortung für den ganzen hauswirtschaftlichen Bereich und schätzen es, Ihr Organisationsstalent und Flair für Details einbringen zu können. Die Position bietet auch Aufstiegsmöglichkeiten als Assistentin der Direktion.

2. Gouvernante

für eines der schönsten Hotels im Berner Oberland, das sich auf den Wellness & Spa-Bereich ausgerichtet hat. Ein sehr gutes Arbeitsklima und eine sympathische Unternehmenskultur sind hier ein grosses Plus.

Küchenchef

✓ **Exklusives 4*Hotel im Berner Oberland**. Wir suchen einen jüngeren talentierten Küchenchef (oder Souschef mit Ambitionen) für eine kreative Küche ausschliesslich mit Frischprodukten. Mittlere Brigade.

Chef/in Pâtissier

✓ Grosses **Hotel am Vierwaldstättersee** mit einer exzellenten Küche, einer bekannten Restauration und Bankettabteilung. Erfahrung in renommierten Hotels Bedingung.

HoReGa Select AG Kaderberatung

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

157270/208191



- Neue Herausforderung? ✓
- Neue Erfahrungen sammeln? ✓
- Interessant? ✓
- Abwechslungsreich? ✓

Können Sie diese Fragen mit JA beantworten? Dann sind Sie vielleicht unser/e neue/r

Betriebsassistent/in

Sie haben nach Möglichkeit die Hotelfachschule absolviert, arbeiten gerne an der Front mit (2 Restaurants, Bankette bis 550 Personen) und haben auch Spass an administrativen Aufgaben.

Reizt Sie diese Herausforderung?

Dann senden Sie uns bitte Ihre ausführliche Bewerbung oder rufen Sie uns an, Eintritt per 1. Oktober 2003 oder nach Vereinbarung.

Gasthof Kreuz
Marcel Bussmann
St. Gallerstrasse 30, 8645 Jona
Telefon 055 225 53 53

www.gasthof-kreuz.ch

157284/103047



Clipper

Das traditionsreiche Restaurant **Clipper** im Herzen von Zürich wird Anfang Oktober neu eröffnet. Im neuen **Clipper-Konzept** fehlt es wirklich an nichts. Ein Hauch von Exklusivität im **Clipper-Club** für anspruchsvolle Genieser – das neue Restaurant für den Business-Lunch und die stadtbekanntesten Mah-Mehs und Nasi Gorengs im ersten Stock für die Familie und die schon fast legendäre Bröttlütube im Parterre, wo nach wie vor preiswert gegessen und getrunken werden kann. Wir suchen noch folgende Mitarbeiter:

- Stv. Geschäftsführer**
- Chef de Service D/E/F**
- Chef de rang D/E**
- Servicepraktikant/in**
- Sous-chef de cuisine**
- Chef de partie**
- Commis de cuisine**
- Küchenbursche**

Fühlen Sie sich von der Herausforderung einer Neueröffnung angesprochen und möchten gerne in einem feinen Speiserestaurant arbeiten, so rufen Sie Herrn Rainer Huber an, oder senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf und Foto an:

Clipper Gastro AG, Lagerstrasse 1, 8004 Zürich
Tel. 01 242 53 20

157301/92398



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

Cuoco

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

157293/72214



Für unser Restaurant Iroquois im Zürcher Seefeld mit amerikanisch/mexikanischer Küche suchen wir per sofort einen

Jungkoch (Lehrabgänger)

Bist du flexibel in den Arbeitszeiten und motiviert, in einem aufgestellten Team zu arbeiten, dann melde dich bitte bei:

Höschgass Gastro AG, Beatrice Zanoni
Seefeldstrasse 124, 8008 Zürich
Tel. 01 363 07 02, bea.zanoni@gastroag.ch

157249/98804



Kennen Sie den Chrüter Oski und seine Moospinte?

Ja den, der mit Chrut und Unchrut herrliche Gerichte kocht, der einheimische Produkte kreativ verarbeitet und mit viel Ästhetik anrichtet und dem Gast seine Lebensphilosophie persönlich näherbringt, der seine Mitarbeiter zur Qualität motiviert und sie für den Erfolg mitverantwortlich macht, ja der sucht eine(n) begeisterungsfähige(n) und fröhliche(n)

Servicefachangestellte(n)

die (der) Spass daran hat, Gäste zu verwöhnen. Denn nur ein guter Service kann eine gute Küche zur Geltung bringen.

Interessiert?

Dann rufen Sie doch an – der Chrüter Oski – pardon – Herr Marti erzählt Ihnen gerne mehr über diesen aussergewöhnlichen Betrieb (17 Gault-Millau-Punkte).

Oskar und Ursula Marti
Restaurant Moospinte in Münchenbuchsee
(8 km von Bern entfernt)
Tel. 031 869 01 13 (Sonntag + Montag geschlossen)
www.moospinte.ch

157271/183032



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Grand Hotel
ZERMATTERHOF
CH-3920 Zermatt

Sind Sie interessiert, in dem abwechslungsreichen Arbeitsumfeld eines Fünfsternehauses internationale Kundschaft zu verwöhnen und ihr einen unvergesslich schönen Aufenthalt zu bereiten?
Dann sind Sie bei uns richtig!
Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab der Wintersaison 2003/2004 folgende MitarbeiterInnen:

- Küche:
- Chef de partie**
- Commis de cuisine**
- Restaurant Prato Borni:**
- Demi-chef de rang**
- Restaurant Lusi:**
- Chefkoch**
- Servicefachangestellte**
- Stars-Bar/Rudenbar/Casinobar:**
- BarkellnerIn**
- Réception:**
- RéceptionistIn (D, E, F)**
- Concierge-Tourmant (D, E, F)**
- Wellnessbereich:**
- Masseur**
- Housekeeping:**
- Zimmermädchen**
- Officeangestellte/r**
- Floristin**

Fühlen Sie sich angesprochen, dann freuen wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto, Lebenslauf und Zeugniskopien oder rufen Sie uns doch einfach an!

GRAND HOTEL ZERMATTERHOF
Frau Angela Merenda
Personalchefin
3920 Zermatt
Tel. 027 966 66 00
Fax 027 966 66 99
E-Mail: a.merenda@zermatt.net



157288/0906



BAUR AU LAC

Wir - ein 5-Sterne-Luxushotel mit über 150-jähriger Tradition im Stadtzentrum von Zürich - suchen eine(n) junge(n), ambitionierte(n)

F&B Manager(in) Front

Arbeitsbereich:
- Verantwortung für alle Restaurants, Bars, Room Service und Bankettabteilung
- Repräsentation des Hauses
- Führen von ca. 70 Mitarbeitern(innen)
- Gewährleistung der Qualität, interne Schulungen

Wir erwarten von Ihnen:
- Verantwortungsbewusstsein und grosses Engagement
- Geschick im Umgang mit Menschen
- Offene Kommunikation
- Gute Fach- und Sprachkenntnisse (D,E,F fliessend)
- Gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen

Wir bieten Ihnen:
- Vielseitige und selbständige Kaderstelle
- Interessantes Salär und gutausgebaute Sozialleistungen
- Modernes und attraktives Arbeitsumfeld

Fühlen Sie sich angesprochen, diese anspruchsvolle Stelle zu übernehmen, so erwarten wir Ihre ausführliche Bewerbung (Lebenslauf, alle Zeugniskopien, Passfoto) an:

HOTEL BAUR AU LAC
Yves G. Dreyfus
Vizedirektor
Talstrasse 1, Postfach, CH-8022 Zürich
e-mail: humanres@bauraulac.ch



besuchen Sie unsere homepage
www.bauraulac.ch



157288/09918

one of
The
Leading
Hotels
of the
World



Für unsere neue Residence suchen wir auf November 2003 in Jahresstelle eine freundliche, tüchtige und zuverlässige

1. Hausdamenassistentin

Sie haben Freude am Umgang mit internationalen Gästen, übernehmen die Verantwortung für ein Gebäude mit 21 Wohnungen und können auch für Belange im Etagenbereich des Hotels eingesetzt werden.

Wir erwarten Berufserfahrung in Häusern der gehobenen Klasse sowie Sprachkenntnisse in D/E und w. m. l.

Sind Sie von dieser interessanten, abwechslungsreichen und verantwortungsvollen Aufgabe angesprochen, so richten Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an:

Herr D. Godat, Direktor
KULM HOTEL, 7500 ST. MORITZ

157287/0382



KULM HOTEL ST. MORITZ

Personalbüro, CH-7500 St. Moritz
Tel. 081 836 80 00, Fax 081 836 80 01
e-mail: info@kulmhotel-stmoritz.ch



Das Bellevue Palace Hotel in Bern verbindet moderne, zeitgemässe Fünfsterhotellerie mit nostalgischem Charme.
Ein Arbeitsplatz, der viel von Ihnen fordert, aber auch viel vermittelt.
Eine Chance für Sie!

Nach Vereinbarung suchen wir eine/n fachkundige/n und charmante/n

Sommelier/Sommelière in Jahresstelle

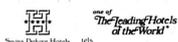
Für diese wichtige Position sollten Sie folgende Voraussetzungen mitbringen:

- gute Service-Grundkenntnisse, Erfahrung in gleicher Position
- Interesse und Freude am Wein
- gute mündliche Sprachkenntnisse (D/E/F)

Wir bieten Ihnen eine vielseitige und interessante Tätigkeit für eine internationale Kundschaft.

Frau Simone Licari-Tobler freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet erste Fragen gerne telefonisch.
Telefon 031 320 45 45.

HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN *****
Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43



157254/0081



Das Bellevue Palace Hotel in Bern verbindet moderne, zeitgemässe Fünfsterhotellerie mit nostalgischem Charme.
Ein Arbeitsplatz, der viel von Ihnen fordert, aber auch viel vermittelt.
Eine Chance für Sie!

Nach einem Jahr der Erneuerung strahlen unsere Zimmer sowie die Réception in neuem Glanz!
Auf Herbst 2003 suchen wir eine

ETAGENGOUVERNANTE in Jahresstelle

Folgende Voraussetzungen sollten Sie mitbringen:

- HOFA- oder GAFA-Ausbildung
- ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein
- initiativ und kommunikativ
- gute mündliche Sprachkenntnisse (D/E/F)

Haben Sie Freude in einem renommierten Hotelbetrieb zu arbeiten? Dann bieten wir Ihnen eine interessante und vielseitige Tätigkeit an.

Frau Simone Licari-Tobler freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet erste Fragen gerne telefonisch.
Telefon 031 320 45 45.

HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN *****

Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43



157247/008

EXPRESS-Stellenvermittlung

031 370 42 79

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Eine Dienstleistung von

hoteljob

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).

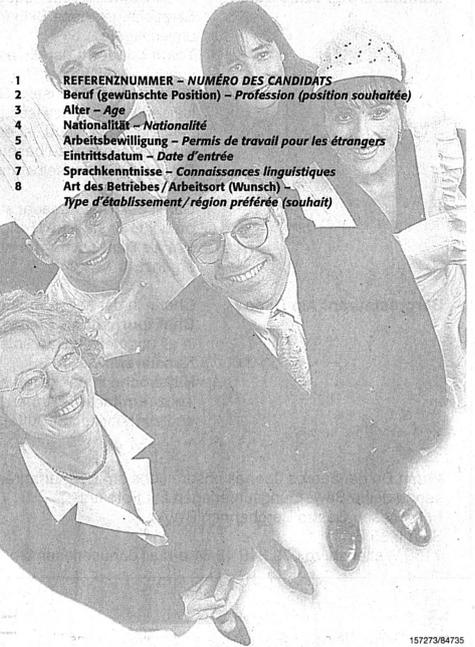
Stellengesuche / Demandes d'emploi

Table with columns for job type (Küche/Cuisine), job number, and details like location and date.

Table with columns for job type (Service/Service), job number, and details like location and date.

Table with columns for job type (Administration/administration), job number, and details like location and date.

Table with columns for job type (Hauswirtschaft/ménage), job number, and details like location and date.



REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
Alter - Age
Nationalität - Nationalité
Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
Eintrittsdatum - Date d'entrée
Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

157273/84735

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Application form with fields for: Gewünschte Stelle / Emploi souhaité, Eintrittsdatum / Date d'entrée, Arbeitsbewilligung / Permis de travail, Jahresstelle / Place à l'année, Art des Betriebes / Type d'établissement, Bevorzugte Region / Région souhaitée, Name / Nom, Vorname / Prénom, Strasse / Rue, PLZ/Ort: / NPA/Lieu, Geburtsdatum / Date de naissance, Nationalität / Nationalité, Telefon privat / No de téléphone privé, Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel, Bemerkungen / Remarques, Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques, Deutsch / Allemand, Französisch / Français, Italienisch / Italien, Englisch / Anglais, Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois, Betrieb / Etablissement, Ort / Lieu, Funktion / Fonction, Dauer (von/bis) / Durée(de/à).

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: Ja - Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui - Non

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an: hotellerieuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotellerieuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



Wir sind eine Bergbahnunternehmung mit verschiedenen Restaurants und Bars im speziellsten Skigebiet des Bündner Oberlands

Für all diese lebhaften Gastro-Betriebe suchen wir für die kommende Wintersaison initiative, freundliche und bewegliche MitarbeiterInnen jeden Alters mit Zupf und Professionalität.

Schneebar Alp Dado sura

Für unsere sehr gut frequentierte, mitten im Skigebiet gelegene Skibar suchen wir eine(n) umsichtige(n)
Team LeaderIn der/die es versteht mit einem Team von 2 Leuten „seine“ Bar zu positionieren. Mit ca. 20 innen und 60 aussen Sitzplätzen und einer kleinen Winterliegewise guter Infrastruktur und sehr viel freier Hand, ist eine aussergewöhnliche Arbeitsstelle neu zu besetzen. Sie ermöglicht es Dir, Dein Wissen selbständig umzusetzen

Damit der Team Leader seine Ziele erreichen kann, brauchte er/sie eine Menge Unterstützung, die Du ihm als **BarAssistentIn** abnimmst und ihn/sie ergänzt

Bergrestaurant Alp Dado

Chefin in der kalten Küche
Chef tournant als Freitagsablösung und Springer in all unseren Restaurants
Kassierer/in
Hilfssköche in der kalten sowie der warmen Küche
TeilzeitmitarbeiterInnen für die Essensausgabe, und zur Mithilfe am Buffet

Wenn Du genaueres über all unsere Jobs am Berg erfahren willst melde Dich, oder sende deine Bewerbungsunterlagen mit Foto an:
Fritz Riesen Gastro Bergbahnen BWA
Sutmir 35 E
7158 Waltensburg 079 349 42 54 e-mail danuseriesen@bluewin.ch

157302/883099



Zermatt – einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen bietet für Berg- und Schneebegiertere mit seinen zahlreichen Freizeitaktivitäten den idealen Ort für eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4****-Romantik-Hotel Julen wurde durch herzliche Gastlichkeit und ungezwungenes Ambiente zur Legende.
Um unsere anspruchsvollen Gäste auch weiterhin hervorragend verwöhnen zu können, suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Küche: Chef de partie

in Jahresstellung
Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf an folgende Adresse:

Romantik Hotel Julen
Familie Daniela und Paul Julen
CH-3920 Zermatt
Telefon +41-27-966 76 00
Telefax +41-27-966 76 76
Internet: www.julen.com
E-Mail: info@julen.com

157265/09110

seit 90 Jahren



Park und Blumen

... ankommen und daheim sein ...

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung:

Rezeptionist/in:

motiviert und interessierte Fachkraft mit Sprach- und Computerkenntnissen

Servicemitarbeiter (m/w)

motiviert und interessierte Fachkraft mit guten deutschen Sprachkenntnissen.
Wir bieten Ihnen ein angenehmes Betriebsklima, geregelte Arbeitszeit und gute Verdienstmöglichkeiten.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an:
Hotel Tobler, Walter Tobler, Via Collina, 6612 Ascona oder rufen Sie uns an: Tel. 091 785 12 12

157285/2291



Parkhotel Brenscino

Hier inmitten einzigartiger subtropischer Umgebung mit bezauberndem Blick auf den Lago Maggiore verschenken wir Gastlichkeit pur!

Sie möchten das auch tun?
Dann suchen wir Sie ab sofort bis ca. 7.11.2003 zur Verstärkung unserer Küchen-Brigade als:

Chef de Partie Pâtissier/ Sous-Chef

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!
Parkhotel Brenscino
Frau Natascha Rothermann, Personalchefin
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago
Tel. 091 793 01 21 / Fax: 091 793 40 56
www.brenscino.ch E-Mail: info@brenscino.ch

156084/6009



glatt und gut

Jeden Sonntag frei!

Für unser Restaurant mit vielseitiger A-la-carte-Küche im Einkaufszentrum Glatt suchen wir nach Vereinbarung einen

Jungkoch und Chef de partie

Sie unterstützen unser junges Küchenteam in allen Bereichen einer anspruchsvollen sowie marktgerechten Küche.

Arbeiten Sie gerne selbständig und haben eine Berufslehre erfolgreich abgeschlossen, sind Sie ehrgeizig, in Ihrem Beruf weiterzukommen und zeigen Teamgeist? Wir bieten Ihnen **gute Entlohnung, interessante Weiterbildungsmöglichkeiten** sowie Vergünstigungen im Einkaufszentrum Glatt.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, zögern Sie nicht, uns telefonisch zu kontaktieren oder Ihre schriftliche Bewerbung zu schicken.

Glattdörfli Restaurants
Herr M. Dreier, Personalleiter oder
Herr F. Niederer, Küchenchef
8301 Glattzentrum
Telefon 01 830 55 76 oder 01 830 50 04

157282/13609

HOTEL Bären



Adelboden

Familie Ch. & P. Willen, Dorfstrasse 22, CH-3715 Adelboden
Telefon 033 673 21 51 Fax 033 673 21 90
www.baeren-adelboden.ch hotel@baeren-adelboden.ch

In unser gediegen-gemütliches Hotel-Restaurant im Herzen von Adelboden suchen wir ab 1. September

Gastronomiefachassistentin

für Frühstücksservice und Buffet

sowie für die **WINTERSAISON**

Servicefachangestellte w/m

(CH/A/D mit Ausbildung oder Berufserfahrung)

Koch (Entremetier) w/m

Bewilligungen für Ausländer vorhanden

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Familie Christine & Peter Willen

157250

Gesucht per sofort in Dauerstellung

Haus- und Küchenbursche

mit Erfahrung.

Kost und Logis im Hause.

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung.

Senden Sie bitte die Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an, Telefon 041 811 20 49.

Hotel und Restaurant Passhöhe
8843 Ibergeregg SZ
Fam. Rubil-Reichmuth

157278/11570

Hotel National

Davos

Für unser Erstklasshotel mit Stil & Charme suchen wir für die kommende Wintersaison 2003/04 mit anschliessendem Sommer, ab 1. Dezember 2003 noch zusätzlich folgende freundliche und erfahrene Mitarbeiter:

**Küche: Chef de partie
Demi-chef de partie**

**Service: Chef de rang (Stv. Chef de Service)
Servicefachangestellte/r**

**Etage: HOFA ausgebildet
Zimmermädchen
Küchen- und Officebursche**

Wir heissen Sie in unserem schönen Erstklasshotel heute schon herzlich willkommen.

Nun liegt es an Ihnen – wir erwarten Ihren Lebenslauf mit Foto und Zeugniskopien.

Familie R. & A. Bachmann
HOTEL NATIONAL, 7270 DAVOS-PLATZ
Telefon 081 413 60 46, Fax 081 413 16 50
www.national-davos.ch

157279/45730

Sie sind motiviert, kreativ und lieben den Kochberuf.

Wir sind ein gepflegter, renommierter Restaurant/Hotel-Betrieb (Gildenmitglied, Gault Millau 14 P) und suchen nach Übereinkunft

Chef de partie Jungkoch

Wir freuen uns auf Ihre persönliche Kontaktaufnahme oder Ihr Bewerbungsschreiben.

S. + G. Nussbaumer-Kälin
CH-8840 Einsiedeln
Telefon 055 418 48 48
Telefax 055 418 48 49
E-mail: hotel@linde-einsiedeln.ch
www.linde.einsiedeln.ch



157181/9803

INTERNATIONAL

vigilius

mountain resort

WILLKOMMEN IM „TEAM VIGILIUS“

- Internationaler Standard Resort & Spa
- Fortschrittliche Konzepte in Service
- Modernes Arbeitsumfeld
- Ganzjährig geöffnet

Gelegenheiten für Leute mit dem Wunsch bei der **Kreation** von **Vigilius Mountain Resort**. Mitglied von Design Hotel, dabei zu sein.

**Sous Chef - Chef de Patisserie - Chef de Partie - Comms
Chef de Rang - Comms de Rang**

Bitte senden Sie Ihren Lebenslauf mit Begleitschreiben an:
E-mail: info@vigilius.it, Fax: +390473556699 oder Tel: +390473556600

Vigilius Mountain Resort - 39011 Lana/Vigiljoch - Südtirol www.vigilius.it
157299/426797

ARE YOU READY TO WORK IN THE U.S.A. ?!

WE are HRC International, a placement organization with offices in Holland and the USA, offering exciting opportunities in the US hotel industry. Besides offering placements in various top hotels in the US, like Hilton, Marriott, Sheraton and Hyatt, we also assist with the visa application, insurance arrangements and other practical matters like housing.

During our stay in Switzerland, HRC organizes a

RECRUITMENT DAY IN GENEVA SATURDAY SEPTEMBER 13!!

YOU are a recent hospitality graduate, with some work experience in the hotel industry, and are looking for a job in the U.S.A.?
Then come and visit us.....

HOW? Fax or email your CV to HRC:
Tel: +31 43 351 0070 Fax: +31 43 351 0057
info@hrc-international.nl or apply online
www.hrc-international.com

157261/403263



Sie profitieren von Super-Sparangeboten.
Und gewinnen mit etwas Glück ein smart city-coupé!

Grosser Lese- & Fahr-Spass

News haben stets Hochsaison:
Lesen Sie die Publikationen der
hotelleriesuisse



hotel+tourismus revue

Die Wochenzeitung für die Hotellerie, Gastronomie und den Tourismus greift Themen auf, die Ihr Wissen up to date halten.

- 1 Schnupper-Abo (10x) Fr. 25.- (statt Fr. 43.-)
- 2 Jahres-Abo (51x) Fr. 145.- (statt Fr. 219.30)
- 3 Zweijahres-Abo Fr. 255.- (statt Fr. 438.60)



Hotel & Gastgewerbe

Das Magazin für Hotellerie und Gastronomie berichtet über aktuelle Management- und Marketing-Themen.

- 6 Schnupper-Abo (4x) Fr. 25.- (statt Fr. 29.40)
- 7 Jahres-Abo (9x) Fr. 78.- (statt Fr. 108.-)
- 8 Zweijahres-Abo Fr. 137.- (statt Fr. 176.40)



Café-Bistro/Cafetier

Café-Bistro/Cafetier informiert über Trends aus der Welt des Kaffees, der Snacks, Cocktails und der Café-Szene.

- 4 Jahres-Abo (12x) Fr. 48.- (statt Fr. 51.60)
- 5 Zweijahres-Abo Fr. 85.- (statt Fr. 103.20)



gv::swiss

Das Schweizer Wirtschafts-
magazin für Gemeinschafts-
gastronomie.

- 9 Schnupper-Abo (4x) Fr. 25.- (statt Fr. 29.40)
- 10 Jahres-Abo (9x) Fr. 78.- (statt Fr. 108.-)
- 11 Zweijahres-Abo Fr. 137.- (statt Fr. 176.40)

Kombi

hotel+tourismus revue / Hotel & Gastgewerbe

- 12 Jahres-Abo (51x+9x) Fr. 180.- (statt Fr. 327.30)
- 13 Zweijahres-Abo Fr. 317.- (statt Fr. 615.-)

Kombi

hotel+tourismus revue / gv::swiss

- 14 Jahres-Abo (51x+9x) Fr. 180.- (statt Fr. 327.30)
- 15 Zweijahres-Abo Fr. 317.- (statt Fr. 615.-)

Studenten und Lehrlinge erhalten 50% Rabatt (bitte Ausweiskopie beilegen)! Preise inkl. Versandspesen und MwSt. Auslandpreise auf Anfrage.

Hier abtrennen

Gewinn- & Profitier-Coupon

Ja, ich buche zum Super-Sparpreis:

Abo-Nr.	Publikation/en	Preis

Für jedes Jahres- und Kombi-Abo schenken wir Ihnen den Hotelführer 2003 auf CD-ROM!



Coupon sofort zurücksenden an:
hotelleriesuisse, Abo Service,
Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern
Dann nehmen Sie automatisch an der Verlosung
eines smart city-coupés & pure im Wert von Fr. 13'490.- teil!

Sie können uns auch anrufen (031 370 44 22)
oder ein E-Mail senden (abo@swisshotels.ch).



Vorname: _____

Name: _____

Firma: _____

Funktion: _____

Strasse/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon tagsüber: _____

E-Mail: _____

Ich nehme nur an der Verlosung teil.

Teilnahmebedingungen Smart-Verlosung: Die Mitarbeiter von hotelleriesuisse sind nicht teilnahmeberechtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, und es wird keine Korrespondenz geführt. Der/die Gewinner/in wird am 30. Dezember 2003 gezogen.

Achtung! An Besitzer und Verwaltungsräte in der ganzen Schweiz

- Wir:** Ein erfolgreiches und gut eingespieltes Team sucht ein Hotel oder Landgasthof mit Gastronomieunternehmung mit guter Infrastruktur vom Wallis bis Bodensee, um dieses per 1. Oktober 2003 oder nach Vereinbarung als Pächter oder Geschäftsführer zu übernehmen. Wir arbeiten seit mehreren Jahren zusammen als Betriebsleiterpaar und sind uns gewohnt, bis zu 40 Mitarbeiter zu führen, coachen und immer wieder zu Höchstleistungen in Service, Küche und im Hotelbereich anzuspornen.
- Er:** Feinschmecker und eidg. dipl. Küchenchef. Beste Referenzen und Tatendrang. Verständnis auf die individuellen Kundenwünsche einzugehen. Wanderjahre in weltbekanntesten Hotels und Restaurants. Innovation und Kreativität als Grundlage einer gezielten Menüplanung. Gutes Zahlenfiar und Einkaufserfahrung garantieren einen erfolgreichen Geschäftsverlauf.
- Sie:** Erfahrung als Gastgeberin und Leiterin des Back-Office. Fachkompetenz in EDV bis hin zur Erstellung der Erfolgsrechnung. Freude an Lehrlingsausbildung. Durch sicheres Auftreten, hohen persönlichen Einsatz und charmanter Umgang mit der Kundschaft fühlt sich jeder Gast herzlich willkommen.
- Wie:** Wir freuen uns von Ihnen zu hören unter Chiffre 157298 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157298/426798

Allrounder sucht 50%-Stelle in der Region Berner Oberland/Bern
gute Computerkenntnisse, Sprachen: D/F, gestalterisches Flair, kreativ

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 157163 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157163/407456

38-jähriger, gelernter Koch, zurzeit tätig als Küchenchef im Zürcher Oberland, sucht neuen Wirkungskreis als **Küchenchef, Sous-Chef, Alleinkoch**

Die Wunschstelle wäre in einem kreativen und anspruchsvollen Umfeld. Selbständigkeit und flexibles Arbeiten ist eine Selbstverständlichkeit.

Service-Angestellte sucht ebenfalls neuen Wirkungskreis in angenehmem Ambiente.

Bevorzugtes Gebiet Kanton ZH/ZH Oberland.

Angebote bitte unter Chiffre 157292 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern. Garantierte Antworten sind selbstverständlich.

157292/340839

Dipl. Hotelier-Restaurateur SHL, SHV/VDH,

40 J. sucht neue Aufgabe in der Schweiz als Gastgeber / Direktor, Pächter auch als Teilhaber. Ab Wintersaison oder nach Vereinbarung. Langjährige Erfahrung in Erstklass- Ferien- und Seminarhotellerie.

Richten Sie Ihre Offerten bitte unter Chiffre 157242 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern

157242/400334

Küchenchef

Franzose, 31, mit Bewilligung C, Erfahrung in gehobener Gastronomie/Hotellerie in CH, sucht interessanten Auftrag, PC-Kenntnisse, F/D/E.

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 157260 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157260/980059

Couple professionnel

ELLE: accueil, service, vin (D, F, E)
LUI: cuisine, f&b (F)

20 ans gastronomie hôtels et restaurants cherche nouveau challenge, direction ou gérance, dès octobre 2003 uniquement positions gastronomie et niveau suisse et étranger.

Ecrire sous chiffre 157258 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

157258/426758

Aufgestellte**Chef de Bar/Barmaid**

sucht neuen Job.

Angebote unter: mmartz@web.de

157257/426757

Koch

Elsässer, 38-j., Erfahrung in der Schweiz u. Ausland sucht neue Herausforderung. Jahresstelle bevorzugt.

Sprachen F/D/I/E/P.

Antworten unter Chiffre 157291 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

157291/297973

hotellerie
suisse

Machen Sie Ferien
in der Schweiz mit

Last
Minute
CH

AMERICAN
EXPRESS
Cards

www.swisshotels.ch

DOMINO GASTRO**Un 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 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

Personal-Vermittlungen

Tel. 081 382 21 57 / 079 475 11 33, Fax 081 382 21 56
Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison und Jahresstellen
www.gastro.ch

149961/402343

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für **qualifiziertes Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09

134930/401646

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

Aktualitäten und
Eventualitäten

htr

Abonnieren und inserieren:

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

IMPRESSUM**htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi**

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Momblioustrasse 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 Strelbel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyerle
E-Mail: media@swisshotels.ch

Anzeigenpreis (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)
- Stellensuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Autschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe	Nr. 33/2003	Nr. 34/2003	Nr. 35/2003	Nr. 36/2003
– Erscheint	14. 8. 2003	21. 8. 2003	28. 8. 2003	4. 9. 2003
– Anzeigenschluss	11. 8., 12.00	18. 8., 12.00	25. 7., 12.00	1. 9., 12.00
– Wiederholungen	11. 8., 12.00	18. 8., 12.00	25. 7., 12.00	1. 9., 12.00

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 22.000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwendet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.