

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 111 (2003)  
**Heft:** 33

## 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](#)

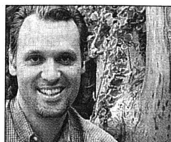
### Terms of use

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 **267** Stellenangeboten**SAMMY SALIM** / Der neue Tourismus-Direktor von Grindelwald will dessen Auftritt frecher und dynamischer machen. **SEITE 2****HOTELLERIE** / Die Kids-Hotels waren die Ersten: thematische Marketingkooperationen in der Schweiz. **SEITE 5**

# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

## Ziemlich tierisch

MARIETTA DEDUAL

Er hat in den Revieren der Mächtigen und Reichen Feldforschung betrieben, hat sich in Aspen, Monaco, St. Moritz oder in den grossen Hotels der Luxusklasse umgesehen, hat Biografien und Zeitungsartikel durchgesehen – und dann ein Buch geschrieben. Der Zoologe und Wissenschaftsjournalist Richard Conniff hat auf 416 Seiten in aufschlussreicher, amüsanten und wenig respektvoller Weise das Imponiergehabe der Reichen beschrieben. Im Zentrum des Buches über «Magnaten und Primaten» stehen zwei Fragen: «Sind die Reichen anders als du und ich, die wir weniger betucht sind?» Und: «Wie stark stimmen Mensch und Tier in ihrem Verhalten überein?»

Conniff kommt zu verblüffenden Erkenntnissen: Die Reichen heben sich von den weniger Begüterten deutlich ab und sind in ihren Verhaltensmustern, in Auftreten und Gebärden einigen Tieren nicht unähnlich. Wirtschaftsführer schlagen mit ihren Fäusten auf den Tisch – ähnlich wie Berggorillas auf ihre Brust. Die grossen Bosse ähneln Gorillas, Filmstars prächtigen Vögeln. Wer das Buch liest, versteht vielleicht den einen oder anderen Gast besser und bekommt auch eine Erklärung, weshalb die Reichen immer zwischen den ihnen vertrauten Orten wie z. B. Palm Beach, Marbella, St. Moritz usw. hin und her reisen. **Siehe auch Seite 12**

**INHALT**

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



9 771424 044000

3 3

**HOTEL WIDDER**

## Kinder üben den Hotelalltag

Das Hotel Widder in Zürich öffnete seine Türen für Kinder des Zürcher Ferienpasses. Von diesem Anlass profitieren nicht nur die jungen Teilnehmer.

**MARCEL WÄLTJ**

Obwohl es finanziell für das Hotel keine Gewinn bringende Aktion ist, führte der «Widder» die Ferienpass-Nachmittage bereits im neunten Jahr durch. «Wir machen das ja primär nicht für uns, sondern für die Kinder», so Personalchefin Isabelle Schiegg.

Doch hat der Anlass für das Hotel einen angenehmen Nebeneffekt: Es geschehe nämlich häufig, dass sich Jugendliche, die den «Widder» aufgrund des Ferienpasses besucht haben, für eine Lehre im Betrieb bewerben. Dadurch erübrigt sich aufwändige Schnupperlehren, so Isabelle Schiegg.

Auf einem «Postenlauf» quer durch das Hotel werden die Kinder aktiv in den Hotel-Alltag eingebunden und erhalten Einblick in die wichtigsten Aufgabenbereiche eines 5-Sterne-Betriebes. Nachdem dieses Jahr aufgrund der grossen Nachfrage schon drei Tage durchgeführt wurden, soll nächstes Jahr auch der «Postenlauf» noch ausgebaut werden. **Siehe Seite 4**

Foto: Marcel Wältj

**EIN FARBENFROHES BOUQUET**

Der Hotel-Florist über die Schultern schauen und für sich selber einen Sonnenblumenstrauss binden: Eine Attraktion von vielen, die der «Widder» für die Ferienpass-Teilnehmenden organisierte.

**INTERLAKEN**

## Mystery Park ist Familien-Hit

Der neue Themenpark in Interlaken ist gut gestartet: die Besucherzahl übertrifft die Erwartungen. Schwachstellen sollen demnächst behoben werden.

Nach 100 Tagen 40 Prozent mehr Besucher als erwartet: mit diesem Resultat rechnen die Verantwortlichen des Mystery Parks in Interlaken. «Wir sind selber erstaunt, dass in diesen Hitze-Wochen der Andrang so gross ist», sagt Geschäftsführer Oswald Zurbruggen. «Es gibt Leute, die den

Park schon vier Mal besucht haben.» Vor allem bei den Schweizer Familien stosse der Themenpark auf grosses Interesse. Eher gering sei hingegen bislang der Anteil ausländischer Besucher.

Die derzeit noch grösste Schwachstelle macht Zurbruggen bei der Restauration aus: «Es ist nicht ganz einfach, dem Ansturm gewachsen zu sein, wenn man morgens nicht weiss, ob nun 1000 oder 5000 Besucher kommen.» Doch er zeigt sich überzeugt, auch diese Hürde in den nächsten Wochen meistern zu können. **GW/SST Siehe Seite 7**

**ZÄHLUNGSMORAL**

## Deutlich mehr Mahnungen

Im ersten Halbjahr 2003 haben sowohl die Mahnungen als auch die Betreibungen und Konkurse im Gastgewerbe zugenommen.

Per Ende Juni 2003 registrierte Creditreform im Gastgewerbe insgesamt 261 Firmenkonkurse. Das sind deutlich mehr als die Hälfte des ganzen Jahres 2002. Mit 42 Insolvenzen entfiel ein knapper Sechstel auf den Kanton Zürich. Die negative wirtschaftliche Entwicklung in der Branche bekom-

men auch die Lieferanten der Restaurants und Hotels zu spüren. Sie konstatieren eine sich verschlechternde Zahlungsmoral ihrer Kunden. Mövenpick Wein beispielsweise hat während der vergangenen 18 bis 24 Monate eine schlechtere Verschlechterung der Zahlungsmoral festgestellt. Einzelne Kunden würden prinzipiell erst nach Erhalt der ersten Mahnung reagieren. Die Feldschlösschen Getränke AG hat seit dem vergangenen Frühjahr einen sprunghaften Anstieg der Konkurse und Betreibungen unter ihren Kunden registriert. **DST**

**Siehe Seite 3**

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

# MICROS!

Zoo, Zürich

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

CHECK IN DATA

## Miele

Service-Abonnement.

Vollgarantie mit Bonus.

Rufen Sie an!  
**Miele Professional**  
Telefon 056 417 24 62

## Wäsche für Tisch, Bett & Bad.

Attraktive Kollektionen, individuelle Dessins.  
Kauf, Miete, Leasing, Wäscherei-Service:  
Setzen Sie auf Schweizer Kompetenz.

## Schwob

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

## Black, sweet and beauty...

**ILLYCAFE AG**

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

## htr IN KÜRZE

**Ferienpass.** Das Zürcher Hotel Widder öffnete sich für Kinder: Anlässlich des Zürcher Ferienpasses üben 25 von ihnen den Hotelbetrieb. Einige sind an einer Lehre interessiert. Das Hotel hat praktisches Nachwuchsmarketing betrieben. **Seite 4**

**Farbe im Hotel.** «Lebe deine Farbe» heisst ein Package für Feriengäste im Hotel Wilerbad in Wilen am Sarnersee. Und es kommt gut an. Der Raum- und Farbphysiologe Erich Chiavi aus Davos rät den Hoteliers zu mehr Farben. **Seite 6**

**Goldblume.** Die Goldblume von Schweiz Tourismus (ST) wird häufig kopiert und ist dann nicht mehr klar Schweiz Tourismus zuzuordnen. Seit dem neuen Werbeauftritt von ST wird der Missbrauch nun strenger geahndet. **Seite 10**

**«Magnaten und Primaten».** Der Autor Richard Conniff hat in seinem Buch die Welt der Reichen mit der Tierwelt verglichen. In seiner Gegenüberstellung schreibt er von Parallelen. Illustre Zeitgenossen seien «als Primaten unter uns». **Seite 12**

**Seehotel Sonne Küsnacht /** Das Leben findet zurzeit draussen statt: Die Gluthitze treibt die Schweizer aus ihren eigenen Wänden ans Wasser – oder ins Gartenrestaurant. Davon profitieren auch «Sonne»-Gastgeber Catherine Jule und René Grüter. **Seite 13**

**Kreative Küche /** Bruno Stanger vom Bieler Restaurant Beau-Rivage lanciert den Treberhecht – eine vollkommen neue Bieleseer-Spezialität. Der innovative Gastronom will allerdings der traditionellen Treberwurst nicht Konkurrenz machen. **Seite 14**

**Regionale Spezialitäten /** In der Ostschweiz haben sich sechzig Gastronomen der Regionalmarke «Culinarium» angeschlossen und verpflichtet, eine Mindestzahl von Getränken, Käsesorten, Desserts und Menüs aus regionalen Zutaten anzubieten. **Seite 15**

**Deutschland /** In Berlin zieht der Stuttgarter Gastronom Jörg Mink «samt Grossmutter» ein: Er verwirklicht schwäbische Küche als Hommage an seine Oma Mina. Fünf weitere Unternehmer aus Stuttgart vertreiben über diese Partnerschaft in Berlin ihre Produkte. **Seite 17**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**Olympische Winterspiele 2014.** Am 29. August werden leitende Walliser Touristiker in Sion mit der Kantonsregierung über die Tourismuspolitik sprechen. Sie wollen auch die Idee einer Olympia-Bewerbung für 2014 voranbringen. **CF Seite 1**

**Tourismus und Landwirtschaft.** Zwei Welten treffen sich unter dem Zeichen der Beherbergung: der Tourismus und die Landwirtschaft. In Petit-Vivry (FR) wird ein Bauernhof beispielhaft als Mehrzweck-Betrieb geführt. **CF Seite 2**

**Karlheinz Lukey.** Seit 1968 Direktor des Hotels Eurotel-Riviera in Montreux, nimmt er auf Ende dieses Jahres seinen Abschied. «Die Hotellerie darf sich nicht an die Gesetze der Industrie anpassen», sagt Lukey im htr-Interview. **CF Seite 3**

**Cabernet Sauvignon.** Die Rotweine aus Cabernet Sauvignon-Trauben verdrehen den US-Amerikanern noch immer den Kopf. Entsprechend wird in ihre amerikanische Produktion investiert. Schweizer sind daran beteiligt. **CF Seite 5**

## FORUM

## Coaching zahlt sich meistens aus

FRANZISKA DUMONT\*

Viele Menschen unterschätzen, wie schwierig es ist, ein Ziel zu erreichen. Und gleichzeitig überbieten sie ihr eigenes Veränderungspotenzial. Bemühungen zur Selbstveränderung sind zwar in der Anfangsphase oft erfolgreich. Doch der Anfangserfolg suggeriert einem vielfach, die Veränderung habe auch langfristig und ohne grossen Aufwand Bestand. Unrealistische Vorstellungen über die positiven Konsequenzen einer Veränderung sind ein weiterer Fallstrick.



Veränderungen erfordern Energie, Anstrengung und Aufmerksamkeit. Manchmal dämmert es einem, dass es längerfristig schwieriger ist, am Ball zu bleiben, als die ersten paar Schritte zu tun. Erschwernisse wie etwa besondere Belastungssituationen beruflicher und privater Natur sowie ein falsches Verständnis des Veränderungsprozesses lauern überall: Wer eine Zeitlang seine Vorsätze erfolgreich umgesetzt hat, wähnt sich zu früh «über dem Berg». Eine gefährliche Illusion. Veränderungen gelingen nicht im Schlaf. Diese Tatsache erfordert oft eine gänzlich neue Perspektive, nämlich: Statt sich mit den Schwierigkeiten zu beschäftigen, sollte man vermehrt auf die Ertrags- und Gewinnseite achten.

Wer sich heute auf Hindernisse vorbereitet, profitiert vielfach morgen davon. Ausrutscher oder ein Versagen bedeuten im Grunde genommen nichts anderes, als dass man sich ein zu anspruchsvolles Ziel ausgewählt hat. Konkrete Neuorientierungskonzepte gibt es nur wenige. Das Konzept ist indessen des Managers Instrument.

Es fragt sich nur: Weshalb können sie für Unternehmen und Produkte, oftmals aber nicht in eigener Sache anwenden? Den Managern sonst vertraute Methoden, wie etwa die Situationsanalyse oder die Positionierung, vernachlässigen sie, wenn es um sie selber geht.

Der Glaube an die Wirksamkeit einer Beratung ist zwar hoch, aber trotzdem wird darauf oft verzichtet. Ein Coaching zahlt sich indessen fast immer aus. Speziell ausgebildete und kompetente Diskussionspartner können in einem Menschen wertvolle Ressourcen wecken, welche zur Problemlösung führen respektive den Veränderungsprozess positiv unterstützen und fördern können.

\*Präsidentin Berufsverband Hotelpfänger

## SAMMY SALM

## «Der Auftritt dürfte frecher sein»

Seit dem 1. Juli ist Sammy Salm Tourismusdirektor in Grindelwald. Er kam von St. Moritz. Von Grindelwald aus leitet er auch die Verbindung «Best of the Alps». Salm will dem Berner Oberländer Ferienort einen Auftritt verschaffen, der authentisch und dynamisch ist.

INTERVIEW: GREGOR WASER

Sammy Salm, kaum sind Sie neuer Tourismusdirektor, bricht das Eis am Grindelwaldgletscher ab. Wie haben Sie Ihren Start erlebt?

Ich hatte nie das Gefühl, ich müsse das Eis brechen. Die Leute hier haben mich sehr warm und herzlich empfangen. Im Engadin weht dagegen meist ein eher kühler Wind. Es fällt mir in Grindelwald täglich auf, dass sich die Gäste über die Freundlichkeit der Einheimischen äussern.

Welchen Eindruck haben Sie von der Grindelwalder Hotellerie gewonnen? Viele ihrer Betriebe klagen ja über das Ausbleiben asiatischer Gruppen.

Sicher ist die Lage im letzten und diesem Jahr schwieriger geworden, doch das Gesamtbild und die Stimmung sind gut. Gerade die kleineren Betriebe mit 40 oder 50 Betten sind sehr wichtig für Grindelwald. Sie konnten im Juni und Juli kurzfristig zahlreiche Individualgäste empfangen. Das Gruppengeschäft, bei dem man vor zwei, drei Jahren noch hohe Preise verlangen konnte, ist indes deutlich zusammengebrochen.

«Ich hatte nie das Gefühl, ich müsse in Grindelwald das Eis brechen.»

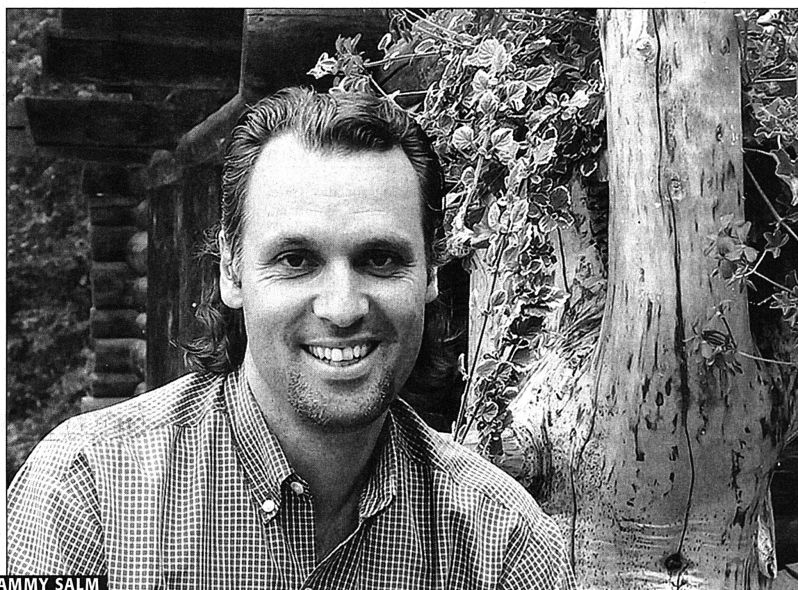
Sehen Sie in Japan Anzeichen dafür, dass dieses Geschäft zurückkommt?

Einige Tour-Operators sind überzeugt, dass das Geschäft noch in diesem Jahr wieder anzieht. Die Japaner sind weiterhin reisefreudig und bereit, Geld auszugeben. Der Binnentourismus in Japan ist regelrecht explodiert. Gleichzeitig lähmt aber noch die Flugangst die Lust auf Übersee-Reisen.

Im letzten Jahr verzeichnete Grindelwald eine knappe Million Logiernächte. Welche Prognose wagen Sie für 2003?

Der Winter lief nicht schlecht, aber danach gab es einen Einbruch. Wenn gleich der Sommer nun recht gut läuft, müsste für die Million Logiernächte ein sehr guter Herbst folgen.

Foto: zvg



SAMMY SALM

«Wir wollen hervorheben, wie gut es in den Bergen ist», nimmt sich der neue Grindelwalder Tourismusdirektor vor. Der geschichtsreiche Berg-Resort soll «authentisch bleiben und gleichzeitig jung, witzig und frech sein».

Welchen Vergleich ziehen Sie zwischen St. Moritz und Grindelwald?

Der Sommer ist in Grindelwald viel intensiver, in St. Moritz ist einzig während des Ferragosto, wenn die Italiener kommen, viel los. Die Einheimischen in Grindelwald stehen viel geschlossener hinter dem Tourismus, das Konkurrenzdenken ist geringer. Man merkt, dass sie mit dem Tourismus gross geworden sind. Generell kann man wohl sagen, dass vieles hier authentischer ist.

Wollen Sie Grindelwald gleichwohl neu positionieren?

Wir brauchen klarere Vorgaben für die Qualität. Aber es ist nicht mein Ziel, ein Champagner-Klima aufzu-

bauen. Angesagt ist vielmehr eine Image-Aufwertung. In meinem Alterskreis um die 40 haben viele Leute den Eindruck, Grindelwald sei ein wenig behäbig. Es gilt, authentisch zu bleiben und gleichzeitig jung, witzig und frech zu sein. Man kann auch traditionelle Werte und landwirtschaftliche Produkte dynamischer rüberbringen.

«Im Engadin weht dagegen meist ein eher kühler Wind.»

Wie wird der Ort dynamischer?

Die Kommunikation und der Auftritt dürfen frecher sein. Zudem gilt es, die Positionierung von Grindelwald als Bergort zu unterstreichen. Nach Grindelwald, Zermatt oder Chamonix hört es schon bald auf, was Bergorte mit Geschichte und markanten Bergen betrifft. Wir wollen hervorheben, wie gut es in den Bergen ist.

Auf welchen Schienen soll die Vermarktung Grindelwalds laufen?

Die Partnerschaft mit Schweiz Tourismus öffnet den Zugang zu den wichtigsten Märkten. In der Jungfrau-Kooperation sprechen wir zusätzlich Endkonsumenten, Handel und Medien an. Mit der Einbindung in «Best of the Alps» haben wir einen verstärkten Zugang zu den Übersee-Märkten, insbesondere zu den Tour-Operators dort. Von Grindelwald aus tragen wir, unseren Namen über Cross-Marke-

ting-Aktivitäten hinaus. Bezüglich Europa werden wir im PR-Bereich eng mit Interlaken kooperieren.

Sie haben auch lange in der Outgoing-Branche gearbeitet. Wo liegen die Unterschiede?

Im Outgoing wird vor allem über den Preis kommuniziert. Da können wir nicht mithalten, wir müssen viel mehr über das Erlebnis kommunizieren. Vielleicht betreibt die Outgoing-Branche den Verkauf in den richtigen Absatzkanälen professioneller. Für mich stellte sich die Frage aber nie, wieder ins Outgoing zurückzukehren. Die Abläufe wiederholen sich dort: vom Produktmanagement, über die Herstellung des Katalogs bis zum Verkauf – und alles wieder von vorne.

«Ich will kein Champagner-Klima aufbauen. Angesagt ist vielmehr eine Image-Aufwertung.»

Ihr Vorgänger Joe Luggen war 33 Jahre im Amt. Welches Echo erhoffen Sie sich, wenn Sie eines Tages tschüs rufen Richtung Eigernordwand?

Dass ich vorausplanend gewirkt habe und nicht bloss die laufende und die nächste Saison im Auge hatte. Und dass ich mir selber sagen kann: Was ich gemacht habe, das hat gestimmt.



## 14 Prozent mehr Passagiere

**Vierwaldstättersee.** Bis Mitte August hat die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees 1562 000 Fahrgäste transportiert. Dies sind rund 190 000 Fahrgäste mehr als im letzten Jahr (+14%). Herausragend ist der 1. August mit total 33 826 Fahrgästen. Am Seenachtsfest begrüßte die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees auf total acht Schiffen 2503 Fahrgäste zur Seenachtsfest-Abendrundfahrt (+53% gegenüber dem Vorjahr). CK

## Lenk: Eigene Bergbahn

**Lenk.** Die Machbarkeitsstudie einer Lenker Lösung für die Bergbahnen liegt vor. Das Projekt soll beschlussreif ausgearbeitet und in diesem Jahr zur Abstimmung vorgelegt werden. Die neu zu formierende Gesellschaft Bergbahnen Lenk soll in den nächsten drei bis fünf Jahren rund 12 Mio. Franken in den Ausbau des Metsch-Gebietes investieren. Die neue Sesselbahn Metschstand mit Beschneigungsanlage habe dabei erste Priorität. CK

## Disney-«Traumschloss»

**Paris.** «Mövenpick Dream Castle»: unter dem Namen wird nächsten Sommer ein weiteres Hotel für die Besucher der Disney-Parks bei Paris eröffnet. Als viertes «Selected Hotel» befindet es sich in direkter Nähe zum Disneyland-Resort.

Das Vier-Sterne-Haus ist laut Pressemitteilung einem französischen Schloss nachempfunden. Es umfasst 400 Zimmer und richtet sich vor allem an Familien – aus Deutschland: Der Service ist deutschsprachig, und die Res-

taurants bieten eine Gastronomie, welche «besonders auf den deutschen Gast zugeschnitten» sei. Ein Erlebnis-Hallenbad für Kinder und ein Wellness-Bereich für Erwachsene gehören zum Angebot. Die Zimmerzahl des Disneyland Resort Paris steigt damit auf rund 8000.

Den Managementvertrag für das «Dream Castle» hat Mövenpick Hotels & Resorts im Juni unterzeichnet. Pächter des Hotels sind der Reiseveranstalter Dertour und der Touristik-konzern Thomas Cook. SST

## 50 Hotels für Russland

**Radisson SAS.** Die Hotelgruppe will während der nächsten zehn Jahre in Russland 50 Hotels bauen. Das gab die Direktion des Radisson SAS Hotels in St. Petersburg bekannt. Gemäss dem unterzeichneten Vertrag werden vier Partner zu gleichen Teilen investieren: der schwedische Investment-Fonds Swedfund, der dänische Mittel- und Osteuropa-Fonds, der amerikanische Fonds Delta Capital und der belgische Fonds von Rezidor SAS. KJV

## Veranstalter sind optimistisch

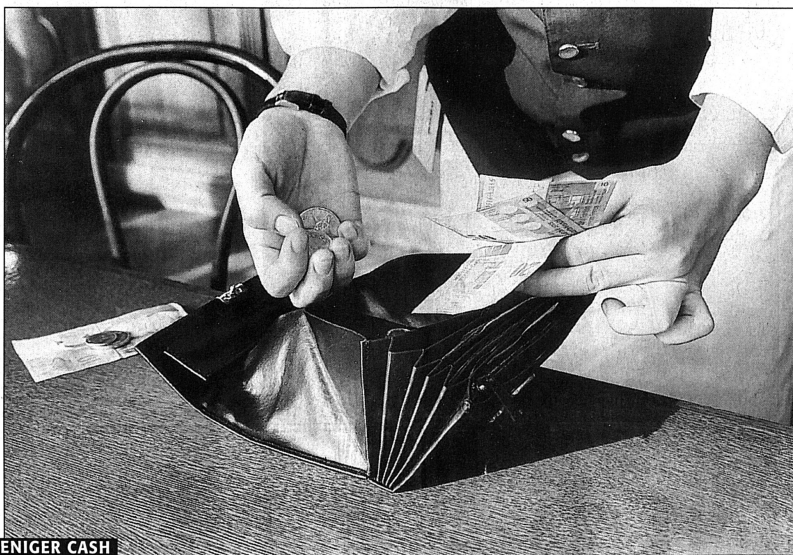
**Umfrage.** Die Schweizer Reiseveranstalter machen in der laufenden Sommersaison bessere Geschäfte als sie erwartet hatten. Die Saison ist geprägt von sehr späten Buchungen. Für die Herbstsaison geben sich die Reiseprofis gemäss einer SDA-Umfrage optimistisch. Bei STA Travel Schweiz wird der Sommer dagegen als «schwach» eingeschätzt: Wegen des andauernd schönen Wetters hätten viele Schweizer die Ferien in der Schweiz verbracht. KJV

### HOTEL- UND GASTROBRANCHE

# Mit der Zahlungsmoral haperts

Die Lieferanten von Restaurants und Hotels hatten auch schon mehr Freude an ihren Kunden. Gelieferte Ware wird immer später bezahlt.

Foto: Daniel Fuchs



### WENIGER CASH

Dass bei den Gastronomen und den Hoteliers weniger Geld im Portemonnaie bzw. in der Kasse liegen bleibt, verspüren auch die Lieferanten der Branche. Im Allgemeinen hat sich die Zahlungsmoral der Kunden verschlechtert.

### DANIEL STAMPFELI

Sowohl viele Hoteliers als auch Gastronomen beklagen fehlende Gäste. Die Mindereinnahmen dieser Betriebe bekommen auch die Lieferanten der Hotel- und Gastrobranche zu spüren. «In den vergangenen 18 bis 24 Monaten haben wir ganz klar eine schlechende Verschlechterung der Zahlungsmoral festgestellt», bilanziert etwa Silvio Obrist, Finanzdirektor bei Mövenpick Wein. Dies betreffe sowohl Restaurant- als auch Hotelbetriebe. «Wir haben etliche Spezialisten, die warten prinzipiell auf die erste Mahnung», so Obrist. Mövenpick sei strikte und laufend daran, Mahnungen zu versenden und mit den betreffenden Kunden Kontakt aufzunehmen. Vor dem Eingehen neuer Geschäftsbeziehungen würden die potentiellen Kunden genau unter die Lupe genommen.

### KUNDEN VERSCHWINDEN VON DER BILDFLÄCHE

«Die Anzahl der Konkurse und Bereibungen unter unseren Kunden hat seit dem Frühling 2003 gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um fast 50 Prozent zugenommen», sagt Stefan Kaspar, Mediensprecher der Feldschlösschen Getränke AG. Dies gelte sowohl für die traditionelle als auch für die Szenegastronomie. Weniger stark davon betroffen sei dagegen die Hotellerie. Rund ein Siebtel aller Kunden – die Konkurse eingeschlossen – hätten Zahlungsschwierigkeiten. Per 1. Januar 2002 wurden die Buchhaltungsprozesse vereinheitlicht. Dies habe dazu geführt, dass sich der Zahlungseingang verbessert hat.

Auch die Howeg, eine Tochter der Bon appétit Group, hat mit der schlechter gewordenen Zahlungsmoral ihrer Kundschaft zu kämpfen. Laut der Kommunikationsverantwortlichen Patrizia von Gunten sind laufend drei bis vier Personen damit beschäftigt, die Zahlungsausstände zu bearbeiten. Bei der Howeg setzt man auf die persönliche Kontaktnahme mit den betreffenden Kunden und versucht auf diese Weise die Zahlung auszulösen. Beim Abholgrossmarkt Prodega muss der Kunde bar oder mittels LSV seine Ware bezahlen. Hier konstatiert das Unternehmen laut Patrizia von Gunten in der Regel kleinere dafür häufigere Einkäufe.

## Schweiz verliert international an Terrain

Eine neue Studie der Firma Intrum Justitia zeigt, dass die Schweizer im internationalen Vergleich ihre Rechnungen immer später begleichen. In der Umfrage bei 30 000 Unternehmen in sieben europäischen Ländern verlor die Schweiz im Vergleich zu einer ähnlichen Umfrage von 1997 an Terrain.

Die durchschnittliche Zahlungsverzögerung nahm in diesem Zeitraum in der Schweiz von 10 auf 14 Tage zu. Damit belegt die Schweiz im Vergleich mit Österreich (10,8 Tage), Deutschland (11), Spanien (13), den Niederlanden

(19), Portugal (19) und Italien (28) neu den vierten Rang. 1997 lag die Schweiz noch auf Rang drei. Von den Vergleichsländern konnte seit der 97er-Studie nur Deutschland eine weitere Verschlechterung der Zahlungsmoral verhindern. Auch beim Anteil verspäteter Zahlungen an allen ausgestellten Rechnungen schnitt die Schweiz schlecht ab. Hierzulande wird mittlerweile fast jede zweite Rechnung erst nach Ablauf der ordentlichen Rechnungsfrist und Erhalt einer Mahnung beglichen. DST/sda

### KONKURS-STATISTIK

# Erneute Zunahme der Insolvenzen

Im ersten Halbjahr 2003 nahmen die Konkurse im Gastgewerbe deutlich zu. Darin schlägt sich die schwierige wirtschaftliche Situation nieder.

### DANIEL STAMPFELI

Verläuft das zweite Semester dieses Jahres analog dem ersten, so muss mit einer Anzahl Insolvenzen gerechnet werden, die einen der höchsten Werte der vergangenen Jahre erreicht. Laut der jüngsten Statistik von Creditreform gab es in der Kategorie Jugend-

herbergen und Hotels alleine im ersten Halbjahr 2003 46 Konkurse. Im Vergleich dazu: Im ganzen Jahr 2002 wurden 72 Insolvenzen registriert, im Jahr 2001 69 und ein Jahr zuvor gar «nur» 64. Knapp ein Sechstel aller Konkurse entfielen im ersten Halbjahr allein auf den Kanton Zürich.

Die Anzahl der Neueintragungen per Ende Juni 2003 entspricht in etwa der Hälfte der Registrierungen von 2002. Beim Nettowachstum (Neueintragungen abzüglich Löschungen) erreichte die von Creditreform ermittelte Anzahl nicht ganz die Hälfte von den 1010 Neueintragungen des Jahres 2002.

## Gastgewerbe: mehr Konkurse

|                                  | 1. Halbjahr 2003 | 2002 | 2001 |
|----------------------------------|------------------|------|------|
| <b>Firmenkonkurse</b>            |                  |      |      |
| – Restaurants, Kantinen, Caterer | 215              | 417  | 355  |
| – Hotels, Jugendherbergen usw.   | 46               | 72   | 69   |
| <b>Neueintragungen</b>           |                  |      |      |
| – Restaurants, Kantinen, Caterer | 1421             | 2779 | 2418 |
| – Hotels, Jugendherbergen usw.   | 171              | 374  | 312  |
| <b>Löschungen</b>                |                  |      |      |
| – Restaurants, Kantinen, Caterer | 1042             | 1851 | 1770 |
| – Hotels, Jugendherbergen usw.   | 120              | 292  | 280  |
| <b>Nettowachstum</b>             |                  |      |      |
| – Restaurants, Kantinen, Caterer | 379              | 928  | 648  |
| – Hotels, Jugendherbergen usw.   | 51               | 82   | 32   |

Quelle: Creditreform

### KURZ UND BÜNDIG

#### Projekt Seeland.bienne

Die Seeländer Wirtschafts- und Tourismusorganisationen sollen laut Vorschlag der Regionalkonferenz Biel-Seeland-Jura Bernois zu Seeland.bienne fusionieren. KJV

Reklame

## KLAFS

Die Wellnesspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Planung

Sauna / Sanarium



Dampfbad

Whirlpool



Themen

Eisgrotten

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 VD, Dietikon ZH.

HOTEL WIDDER IN ZÜRICH

# «Kann man hier eine Lehre machen?»

Das Hotel Widder in Zürich öffnete sein Haus für Kinder: Anlässlich des Zürcher Ferienpasses übten 25 Kinder das Hotelleben. Einige bekundeten Interesse an einer Lehre im «Widder». Für das Hotel ist das eine gute Möglichkeit, Nachwuchsmarketing zu betreiben.

MARCEL WÄLTJ

«Es goht, es goht!», schreit der 13-jährige Cyril Helsler, während er seine Serviette zu einer «Bischofsmütze» faltet. An einem der fünf Posten, dem «Bankett», übernehmen die fünf Fünfergruppen die Dekoration des Saales, in dem sie später ihre Eltern empfangen werden. Die Kinder im Oberstufenalter stellen begeistert die Gläser zu eigens kreierten Formationen millimetergenau auf den Tisch.

Doch der Renner des Postens «Bankett» ist die Demonstration des Roomservice. Die Schüler können einen inszenierten Anruf entgegennehmen, die Bestellung notieren und sie dann dem «Gast» auf das Zimmer bringen. «Der Zimmerservice gefällt mir sehr gut», sagt der 13-jährige Oliver Hänslä, der sich regelrecht auf das Telefon stürzt.

## FÜR DAS HOTEL ENSTEHT KEIN DIREKTER PROFIT

Finanziell seien diese Tage für das Hotel kein lukratives Geschäft, denn Einnahmen würden dadurch keine generiert, sagt Isabelle Schiegg, Personalführerin im «Widder». Warum organisiert also ein Luxus-Hotel einen solchen Anlass, und dies schon zum neunten Mal? «Für das Personal ist es eine schöne Abwechslung, einmal mit Kindern zu arbeiten», so Isabelle Schiegg. Doch das eigentliche Ziel sei es, den Kindern einen Einblick in die verschiedenen Abteilungen des Hotels zu ermöglichen. So stehen neben dem Posten «Bankett» auch Besuche bei der Floristin, der Bar sowie der Küche und des Stewarding-Bereichs auf dem Programm. Überall können die Kinder Aufgaben der «Widder»-Mitarbeiter erledigen. «Viele Kinder nehmen teil, weil sie sonst nie ein 5-Sterne-Hotel von innen sehen könnten», sagt Isabelle Schiegg.

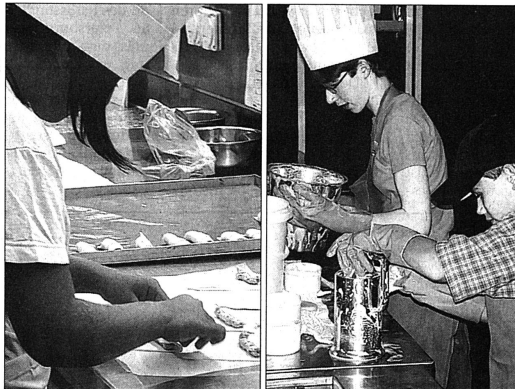
## GROSSES INTERESSE AN EINER LEHRE IM BETRIEB

«Kann man hier auch eine Lehre machen?», fragt Angi Salamon während sie ihren Sonnenblumenstrauß bei der Hotel-Floristin zusammenstellt. Diese Frage war an diesem Nachmittag mehrmals zu hören. So liegt in der «Zunftstube», wo die Kinder ihre selbstgebackenen Schinkengipfel und Minipizzas den Eltern präsentieren, auch Informationsmaterial über die verschiedenen Lehren bereit. Neben den hotelüblichen Stellen sei vor allem die KV-Lehre, die im «Widder» angeboten werde, sehr beliebt.

«Wir erhalten jedes Jahr einige Bewerbungen für eine Lehrstelle, von Kindern, die am Ferienpass teilgenommen haben», so Isabelle Schiegg. Diese Art von «Nachwuchsmarketing» sei für den «Widder» eine bessere Variante als die zum Teil sehr aufwändigen Schnupperlehren. «Während dem Ferienpass-Nachmittag bekommen die Kinder einen kurzen aber intensiven Einblick.»

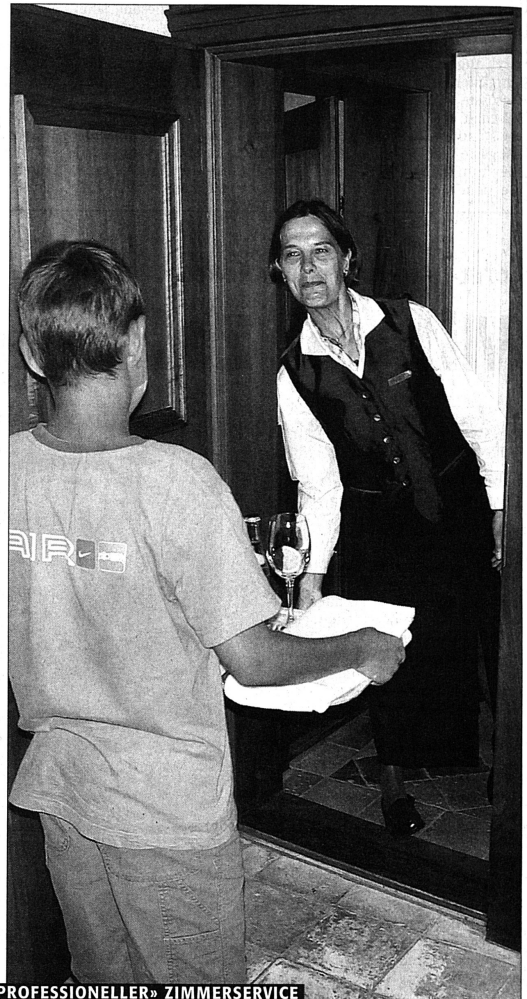
Zur Feier des Nachmittags finden sich die Kinder und deren Eltern zu einem Apéro ein. Nun wird noch der angekündigte Wettbewerb durchgeführt.

Dieses Jahr war der Ansturm so gross, dass die Anzahl Nachmittage kurzfristig um einen auf drei erweitert werden musste. Nächstes Jahr soll das Programm sogar um einen Posten erweitert werden.



KINDER IN AKTION

Ob beim Backen von Leckereien für das Apéro, dem Polieren von Silber oder dem Shaken von alkoholfreien Drinks: Die Kinder hatten jede Menge zu tun.



«PROFESSIONELLER» ZIMMERSERVICE

«Zimmerservice, guten Tag. Mein Name ist Oliver». Der 13-jährige Oliver Hänslä hat gut aufgepasst: Er bringt das Dessert dem gespielten Hotelgast professionell.

Fotos: Marcel Wältj



ZUSAMMEN AN EINEM TISCH

Auch wenn es aussieht wie eine Diskussionsitzung – hier werden nur Servietten zu «Bischofsmützen» gefaltet. Das «Widder»-Personal hat sich mit den jungen Ferienpassteilnehmern an einen Tisch gesetzt und zeigt ihnen, was es braucht, um Tische zu dekorieren.



## THEMATISCHE MARKETINGKOOPERATIONEN

## «Es braucht ein echtes Produkt»

Die Nachfrage nach speziellen Unterkünften steigt. Thematische Marketingkooperationen sind eine Möglichkeit, diese Chance zu nutzen.

SONJA STALDER

Wer eine Hotelgruppe gründen möchte, kann bei Schweiz Tourismus (ST) Ideen sammeln gehen: Die nationale Marketingorganisation stellt fortlaufend neue thematische Hotellisten zusammen. Diese reichen von den «Hundefreundlichen Hotels» bis zu den «Kerzenlicht-Hotels». «Spezielle Unterkünfte gewinnen ganz klar an Bedeutung», sagt Heinz Keller von ST und ergänzt: «Wir erhalten sehr viele entsprechende Anfragen.»

Da liegt es auf der Hand, entsprechende Angebote zu bündeln. Für eine Marketingkooperation braucht es allerdings mehr: «Bedingung ist ein echtes Produkt, das gemeinsam vermarktet wird. Sich ab und zu treffen, das reicht nicht aus», betont Keller. Aus seiner Sicht hätten folgende Hotels als Gruppe eine gute Chance auf dem Markt: kleinere Seminarhotels, historische Hotels, Schlosshotels, Klosterhotels sowie Gipfel- und Hospizhotels.

BESTEHENDE GRUPPEN  
SIND AM WACHSEN

Auch von Seiten der Hotels scheint das Interesse an thematischen Hotel-

gruppen zu wachsen: Die meisten bestehenden Marketingkooperationen (siehe Tabelle) haben in letzter Zeit neue Mitglieder gewonnen. Die im April 2002 gegründete Gruppe «Loveroom» beispielsweise ist inzwischen von sechs auf 25 Mitglieder angewachsen. Andreas Kuchen, Initiant und Interlakner Hoteller: «Wir bringen den Hotels nicht Hunderte von Logiernächten. Wir können aber helfen, die Wochenenden besser und zu interessanteren Konditionen auszulasten.» Ähnliches ist von Vertretern der anderen Hotelgruppierungen zu hören.

Neben den Schweizer Gruppen gibt es übrigens auch grenzüberschreitende: Dazu zählen etwa die «Europa Wanderhotels» oder die «Motor Bike Hotels» mit drei bzw. zwei Schweizer Mitgliedern.

## Geplante Gruppen

Zwei neue Hotelgruppen stehen in Planung: *hotelleriesuisse*, Icomos Schweiz und weitere Partner initiieren die Gruppe der «Historischen Hotels». Ein Innoutour-Gesuch ist deponiert, der Entscheid steht noch aus. Bereits seit längerer Zeit in Diskussion, jetzt sollen Nägel mit Köpfen gemacht werden: Die «Swiss 50plus Hotels» wollen ab 2004 auf dem Markt auftreten. Der Ansatz soll «gehobener» sein als bei den österreichischen 50plus-Hotels. SST

Foto: www.marchenhof.ch



ENTSPRICHT EINEM BEDÜRFNIS

Die thematischen Marketingkooperationen sind am Wachsen, neue sind am Entstehen. Die Gruppe der Kidshotels – die mit Gründungsjahr 1977 vermutlich älteste Gruppierung – ist im letzten Jahr um sieben Hotels auf 26 Mitglieder angewachsen.

## Von Bike-Hotels bis Wanderotel: Schweizer Hotelgruppen mit thematischem Bezug

(kein Anspruch auf Vollständigkeit)

| Name der Hotelgruppe<br>Gründungs-<br>jahr<br>Zahl der Mitglieder<br>Rechtsform                                            | Philosophie                                                                   | Aufnahmekriterien<br>Kontrolle                                                                                                                                                            | Jährlicher Mitgliederbeitrag<br>Leistungen                                                                                                                     | Zusammenarbeit mit internationaler<br>Gruppierung<br>Kontakt<br>Internet                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bike-Hotels</b><br>2002<br>23 (Ziel: 50)<br>Einzelverträge mit Agentur Felix AG (Import und Vertrieb Radsportartikel)   | Service am Mountain-Biker oder Rennvelofahrer.                                | Abschliessbare Garage, Werkstatt, Touren im Angebot, etc.<br>Kontrolle bei regelmässigen Besuchen.                                                                                        | 1500 Franken.<br>Internetplattform, vertreten an Fahrrad-Fachmessen, in Magazin, etc.                                                                          | Noch nicht, aber geplant.<br>Willi Felix, 071 911 66 16<br>www.bike-hotels.ch<br>www.velo-hotels.ch               |
| <b>Celebration-Hotels</b><br>2003 (ab 2004 aktiv)<br>6 (Ziel bis 2004: 20)<br>Einzelverträge mit der Celebrationpoint AG   | Qualitätslabel für Leader in Sachen Events.                                   | Noch nicht definiert.<br>Jährliche Kontrolle geplant.                                                                                                                                     | Noch nicht definiert.<br>Internetplattform, Messeauftritte, «Cele-Bons» (Gutscheinbooklet für Eventorganisatoren), Vernetzung, etc.                            | Nein.<br>Ewa Ming, 01 361 80 40<br>www.celebration-hotels.ch<br>(noch nicht aktiv)                                |
| <b>Füllhorn</b><br>1987<br>7<br>«Lockerer Zusammenschluss»                                                                 | Sanften Tourismus fördern.                                                    | Gemeinsame Philosophie, ökologisches Handeln, achtsamer Umgang mit Mitarbeitenden und Gästen, etc.<br>Freundschaftliche «Kontrolle» bei gegenseitigen Besuchen.                           | Je nach Aufwand, zwischen 2500 und 3000 Franken pro Betrieb.<br>Internetplattform, Prospekt, Inserate, Erfahrungsaustausch dank regelmässigen Treffen.         | Nein.<br>Alle Mitgliedbetriebe<br>www.fuellhorn.ch                                                                |
| <b>Swiss Golf Hotels</b><br>1994<br>46<br>GmbH                                                                             | Neue Golf Gäste für die Schweiz akquirieren.                                  | Nähe eines Golfplatzes (20 Automaten), Anforderungen in Bezug auf Infrastruktur und Dienstleistung.<br>Jährliche Kontrolle.                                                               | Je nach Zimmerzahl zwischen 8500 und 9500 Franken pro Betrieb.<br>Guide, Website mit Reservationssystem, Mitarbeiterschulung, Nutzung von Golferadressen, etc. | GolfAvita (Deutschland)<br>Karin Vesti, Renata Dejanovic,<br>081 300 44 22<br>www.swissgolfschweiz.ch             |
| <b>Idyll Hotels</b><br>1993<br>15<br>Verein                                                                                | Einfach wieder einmal so richtig Ferien machen.                               | Katalog mit Minimalanforderungen: Idyllische Lage, Erreichbarkeit mit ÖV, persönliche Gästebetreuung, ökologisches Frühstücksbuffet, etc.<br>Jährliche Kontrolle. / Gästebefragung        | 2000 Franken Grundgebühr plus 150 Franken pro Zimmer.<br>Internetplattform, nationaler und internationaler Führer, diverse Marketingaktivitäten.               | Partner Hotels Europe<br>Martin Mönch, 01 377 54 22<br>www.idyll.ch                                               |
| <b>Kidshotels</b><br>1977<br>26 (gegenwärtig läuft Akquisition)<br>Verein / Kooperationsvereinbarung mit Schweiz Tourismus | Familienfreundliche Betriebe für Angebote in einem familienfreundlichen Land. | A- und B-Kategorie. Grundkriterien: Familienfreundliche Atmosphäre, kindergerechte Verpflegung, familienfreundliche Preisgestaltung, etc.<br>Stichprobenweise Überprüfung.                | 8000 Franken (Kat. A), 4000 Franken (Kat. B).<br>Teilnahme an ST-Familienkampagne: Broschüre, Direct Mailing, PR, Cross-Marketing, etc. / Sachleistungen.      | Nein, zu einem späteren Zeitpunkt denkbar.<br>Alexandre Fricker, 01 288 11 11<br>www.MySwitzerland.com/kidshotels |
| <b>Loveroom</b><br>2002<br>25 (Start: 6)<br>GmbH                                                                           | Schluss mit der Langeweile in Schweizer Hotelzimmern                          | Herzblut für die Sache. Ein erotisch-romantisch dekoriertes Hotelzimmer. Absichtlich keine Standardisierung: Hoteller soll Fantasie walten lassen.<br>Kontrolle durch Internet-Gästebuch. | 900 Franken pro Betrieb.<br>Internetplattform, Werbung unter google, in Kinos, auf Zündholzschateln, etc.                                                      | Nein.<br>Andreas Kuchen, 033 826 44 45<br>www.loveroom.ch                                                         |
| <b>Velotels</b><br>1996<br>90 (Schweiz), 10 (Südtirol, Österreich)<br>Einzelverträge mit Chardon Communications AG         | Radtouristen willkommen                                                       | Minimalstandard wie bei «Veloland Schweiz»: Aufnahme auch nur für eine Nacht, verschliessbarer Raum für das Fahrrad, Putz- und Werkzeug, etc.<br>Keine regelmässige Kontrolle.            | 500 bis 1000 Franken (je nach Zimmerzahl).<br>Internetplattform, Produktion und Vertrieb von «Bike & Sleep», Mitgliedbeitrag «Veloland Schweiz».               | Nein, Gespräche finden statt.<br>Daniel Chardon, 01 680 22 22<br>www.velotel.ch                                   |
| <b>Wanderotel</b><br>2003<br>11 (Ziel: 100 Hotels, 25 SAC-Hütten)<br>Einzelverträge mit Chardon Communications AG          | Wanderer, ab in die Berge                                                     | Werden noch definiert.                                                                                                                                                                    | 600 bis 1600 Franken (je nach Zimmerzahl).<br>Internetplattform (ab 2004), Produktion und Vertrieb von «Hike & Sleep» (ab 2004 eigenständige Publikation).     | Nein.<br>Daniel Chardon, 01 680 22 22<br>Website ab 2004                                                          |

## HOTEL WILERBAD

# Der Gast bestimmt die Farbe selber

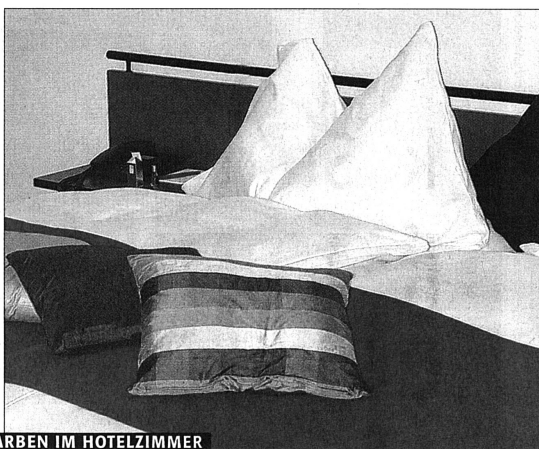
Farben spielen im 4-Sterne-Hotel Wilerbad in Wilen am Sarnersee eine wichtige Rolle. Bis jetzt vor allem im Seminarbereich. Nun hat Direktor Bruno Odermatt ein Package für Feriengäste geschnürt: «Lebe deine Farbe». Er möchte damit die Wochenenden auslasten.

CHRISTINE KÜNZLER

Es beginnt schon beim Willkommensdrink, der in der Lieblingsfarbe des Gastes gehalten ist. Denn, wenn die Gäste im 4-Sterne-Hotel Wilerbad in Wilen (OW) das Package «Lebe deine Farbe» buchen, geben sie an, welche Farben sie am liebsten mögen. Diese Farben ziehen sich im Zimmer weiter, in den Blumen, Decken, Möbeln und Accessoires. Der Gast kann die Farben nicht nur sehen, sondern auch riechen und hören: Ein Parfümfläschchen in seiner Farbe steht auf dem Nachttisch und CDs liegen bereit. Wer zum Beispiel Rot mag, der wird feurige Klänge zu hören bekommen. Wer Blau als Lieblingsfarbe hat, dem wird Händels Wassermusik empfohlen.

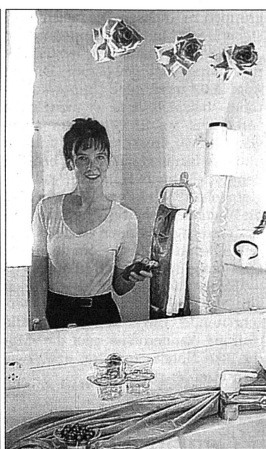
Der Gast kann in seinem Zimmer aber noch mehr über seine Lieblingsfarbe erfahren: Bücher liegen auf, die ihm vertiefte Informationen liefern. Und wer will, kann sich sogar selber als Künstler betätigen. Denn Daniela Niederberger, die die Zimmer liebevoll dekoriert und die Gäste während ihres Wochenendes betreut, stellt auch eine Staffelei ins Zimmer.

Fotos: Christine Künzler/zvg



FARBEN IM HOTELZIMMER

Das Bett im Zimmer wird in den Lieblingsfarben der Gäste dekoriert (links). Daniela Niederberger zieht die Farben dann im Badezimmer weiter (Mitte). Die verschiedenen Accessoires sind ebenfalls auf den ganz persönlichen Geschmack der Gäste abgestimmt (rechts).



Und wenn die Gäste dann zum Essen gebeten werden, sind sie wiederum von ihren Lieblingsfarben umgeben: Daniela Niederberger arrangiert in einem Korb Gemüse und Früchte in den jeweiligen Lieblingsfarben.

Hoteldirektor Bruno Odermatt setzt in allen Bereichen seines Hotels auf Farbe. So sind die Etagen nach Jahreszeiten benannt und die Zimmer in den entsprechenden Farben eingerichtet. Auch die Seminarräume sind in unterschiedlicher, dezenter Farbgebung. «Einige Firmen buchen immer wieder den gleichen Raum. Andere wollen die Farbe mal wechseln», sagt er. «Das Echo von den Kunden ist durchwegs sehr positiv.»

den Einfluss der Farben, er weiss zum Beispiel, welche Farbe eine heilende Wirkung hat und in welchen Farben sich besonders gut denken lässt. «Unsere Gäste spüren, dass es um mehr als nur die Farbe geht.»

## DAS NEUE PACKAGE KOMMT GUT AN

Die Idee des Packages «Lebe deine Farbe» war naheliegend. «Wir haben sechs Monate an diesem Angebot gearbeitet», fasst Odermatt zusammen. Entstanden ist es vor allem deshalb, weil er das «Wilerbad» an den Wochenenden besser auslasten möchte. Denn bis anhin ist das Haus zwischen 30 und 40 Prozent ausgelastet, unter der Woche indes zu rund 75 Prozent. Bis jetzt ist er mit dem Erfolg des Packages zufrieden: In den ersten acht Wochen sind bereits 22 Farb-Wochenenden gebucht worden. «Und etwa die Hälfte aller Gäste hat Geschenkgutscheine gekauft», so Odermatt. «Wir nehmen wöchentlich aber nur sechs Farb-Buchungen entgegen.»

Bruno Odermatt hat mit seinen Mitarbeitenden auch noch andere Packages geschnürt. Zum Beispiel den Wilerbad-Gourmetspass «Allein zu zweit...». Im Preis inbegriffen sind neben der Übernachtung ein 8-gängiges Schweizer oder thailändisches

Menu. Thailändisch, weil Odermatt diese Küche ausgesprochen möge. Seinen thailändischen Koch hat er im besten Restaurant Bangkoks gleich selber abgeworben. So haben denn auch seine Seminargäste die Möglich-

keit, thailändisch zu essen. Zur Abwechslung tischte er ihnen aber auch in einer Alphütte auf oder lädt zum Apéro auf Kanus auf dem idyllischen Sarnersee. Alles mit dem Ziel, «mit gutem Service Gäste zu binden».

## Das «Wilerbad»

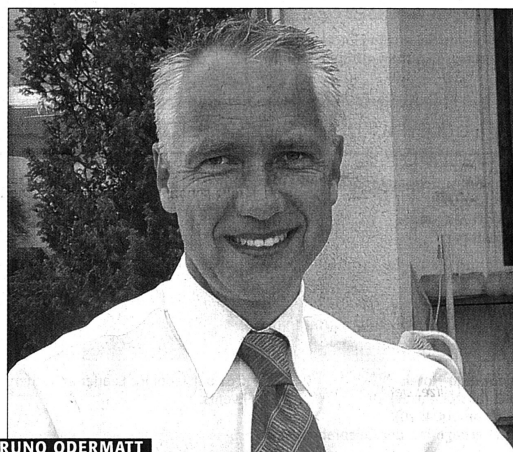
Das Vier-Sterne-Hotel umfasst 57 Zimmer, bietet rund 32 Vollzeitzellen und ist das ganze Jahr geöffnet. 80 Prozent der Gäste sind Schweizer und vorwiegend Seminargäste. Im Restaurant Vivaldi können 70 Gäste tafeln, im «Taptim Thai» 40 Gäste. Bruno Odermatt wirbt mittels Mailings, Telefonmarketing, Messen und Kundenbesuche für Gäste.

Das Package «Lebe deine Farbe» kostet pro Person 225 Franken. CK

www.wilerbad.ch

## ZUERST WAREN DIE EDELSTEINE

Auf die Idee, Farben einzusetzen, kam er, weil er dem Hotel «einen Sinn» geben wollte, wie er erklärt. «Es war mir wichtig, im ganzen Haus gute Energien erzeugen zu können und beste Voraussetzungen zu schaffen.» Das habe er getan, indem er in die Grundmauern des Neubaus, der im Frühling 1995 eröffnet worden war, einen Bergkristall aus dem Melchtal einmauern liess. Das war der Zeitpunkt, als Odermatt begann, sich mit Farben auseinander zu setzen. Heute kennt er



BRUNO ODERMATT

Der Hoteller hat die Hotelfachschule Luzern und das Unternehmenseminar von hotelleriesuisse absolviert. Erfahrungen hat er in Muttentz und St. Moritz geholt.

## ERICH CHIAVI

# «Ich rate den Hoteliers zu mehr Farbe»

Der Raum- und Farbphysiologe Erich Chiavi aus Davos setzt sich berufeshalber mit Farben auseinander. Er rät den Hoteliers zu mehr Farben.

CHRISTINE KÜNZLER

«Wir können Farben nicht nur mit den Augen, sondern auch mit anderen Sensoren wahrnehmen», sagt der Raum- und Farbphysiologe Erich Chiavi. «Ein blinder Mensch kann zwischen Schwarzweiss und einem wärmeren Farbton unterscheiden.» Über Sensoren, die am menschlichen Körper verteilt seien, «Farben, sagt Chiavi, «erzeugen Schwingungen, die in das menschliche Unbewusste eindringen und die Stimmung und Leistungen beeinflussen.»

«Es gibt viele langweilige Hotelzimmer», so Chiavi. Er rät deshalb den Hoteliers zu Mut zu Farben und plädiert für eine «Abkehr von monotonen und langweiligen Farben wie Anthrazit, Grau, Schwarz und Beige». Das ge-

fällt offenbar auch den Gästen, wie sich am Beispiel des Hotels Crusch Alpa in S-Charl (bei Scuol) zeigt: «Die Gäste sind von den Farben in den Zimmern alle begeistert», sagt Hotelière Madina Sutter. Chiavi hat sich bei der Farbgebung im alten Engadinerhaus an die Himmelsrichtungen gehalten: «Im nördlichen Teil des Hauses haben wir warme Farben wie Gelb und Terracotta gewählt. Im östlichen Teil entsprechen die Farben dem Sonnenaufgang, im westlichen dem Sonnenuntergang und im südlichen Teil haben wir mit kühleren Farben wie Blau gespielt.»

## ALLE FARBEN WIRKEN ANDERS

Jede Farbe wirkt anders. Blau zum Beispiel ist eine Farbe, die kühlt, und die in der Medizin benutzt wird, um Schwellungen zu reduzieren. Chiavi rät Blau für Schlafzimmer und für Räume, in denen Erfrischungen serviert werden, nicht aber für ein Sitzungszimmer. «Da würden die Menschen kalte Füsse bekommen», sagte



Erich Chiavi

Chiavi in einem Vortrag, den er an der 17. Tagung der Hauswirtschaft in Bern hielt. «Durch eine intelligente Farbwahl könnten wir Energie sparen.» Orange beispielsweise sei eine Farbe des Feuers, der Wärme und des Wohlbefindens. Die rote Farbe soll dort eingesetzt werden, wo Aktivität gefragt ist. Gelb ist laut Chiavi die Farbe des Denkens. «Mit dezenten gelben Farbtönen in Arbeitsräumen lassen sich wesentlich grössere Leistungen vollbringen.» Gelb wirke sich auch beruhigend und entspannend auf die Muskulatur aus.

Grün indes soll nach Chiavi nur in der Bodengestaltung verwendet werden, damit sich die Pflanzen genügend abheben können. In einem grünen Umfeld sei es dem Menschen möglich, zu regenerieren.

## SCHWARZ IST KEINE EIGENTLICHE FARBE

Von schwarzen Gestaltungselementen rät Chiavi ab. Schwarz sei keine Farbe und enthalte auch keine Schwingungen. Versuche in der Uni-

versität Freiburg hätten gezeigt, dass Pflanzen in einem schwarzen Raum schnell sterben, in einem hellen, farbigen Raum jedoch gut gedeihen. Auch der Mensch brauche helle und lichte Räume zum Leben.

«Wir Menschen brauchen vor allem Farbe aus der Natur», fasst Chiavi zusammen. Eine Schale mit Wasser, Blumen und Früchten bewirke zum Beispiel ein aussergewöhnliches Ambiente, in dem sich gut kommunizieren lasse. Farbeffekte liessen sich nicht nur durch Wände, sondern durch Teppichböden, Tapeten und Einrichtungsgegenstände erzielen.

«Wichtig ist, dass bei Farben nicht mit zu starken Kontrasten gearbeitet wird», so Chiavi. «Kontraste sind ungesund, weil sie erdrücken, erschlagen und nicht harmonisierend wirken.»

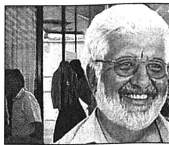
Es gelte indes, auch die Formen vielfalt zu nutzen und nicht alles symmetrisch anzuordnen. «Willkürlich in die Wiese gesetzte Blumen – ein bisschen Unordnung, wie es die Natur vor macht – ist sinnlich und interessant.»

www.colorbutterfly.ch





**MAISLABYRINTH /** Ein Kernelement des Irrgartens von Manuela und Adrian Kalberer in Wangs sind Kooperationen. **SEITE 9**



**RUDOLF SCHMIDT /** Der Präsident des Hoteliervereins Graubünden ist im Alter von 59 Jahren in Flims verstorben. **SEITE 11**

**Tourismus  
Hotellerie**

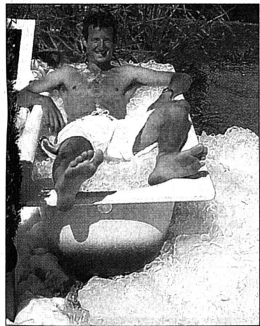
**hotel+tourismus revue**

## SÖRENBERG

### Cooler Aktion bei 35 Grad

Zwei Tonnen Eis und acht Tonnen Schnee – bei grosser Hitze: Sörenberg Flühli Tourismus und die Bergbahnen Sörenberg AG machens möglich.

Eis in Badewannen, Palmen in Töpfen und Liegestühle: Mit dieser Aktion auf dem Stäldeli in Flühli bei Sörenberg (LU) bieten Sörenberg Flühli Tourismus und die Bergbahnen Sörenberg ihren Gästen die Möglichkeit, sich ein bisschen von der Hitze zu erholen. «Sörenberg trotz der Sommerhitze – Sörenberg ischcool» war bei den Gästen offenbar willkommen, wie Carolina Rüegg, Marketingleiterin der Bergbahnen Sörenberg AG, festhält. «Es kamen viele», sagt sie. Zahlen jedoch wollte oder konnte sie keine angeben. «Wir haben nicht damit gerechnet, dass dieses Angebot so rege benutzt wird. Das hat uns überrascht.»



Gegen die Hitze: Der Gast geniesst das eisige Bad offensichtlich.

Die Gäste hätten es sichtlich genossen, im Eis und Schnee zu liegen, hält Carolina Rüegg fest

### GRATISTAGESKARTE FÜR ZWEI KILO EIS

Die Eiswürfel stammten von einer Berner Eisfirma und der Schnee wurde von der Eisbahn in Huttwil geliefert. Aber auch die Besucher haben Eis auf den Berg mitgebracht. Nicht ganz uneigennützig allerdings, denn wer zwei Kilo Eis auf das Stäldeli hochtrug, bekam von den Bergbahnen eine Tageskarte für den nächsten Winter geschenkt. Immerhin haben über 60 Personen von dieser Gratis-Tageskarte für die Region Sörenberg profitiert und über 150 Kilogramm Eis hochgebracht. **MW**

## INTERLAKEN

# Mystery Park: Start nach Mass

Eigentlich wäre der Mystery Park die ideale Schlechtwetter-Alternative im Berner Oberland: Der Start mitten im Hitze-Sommer ist dennoch geglückt.

**GREGOR WASER**

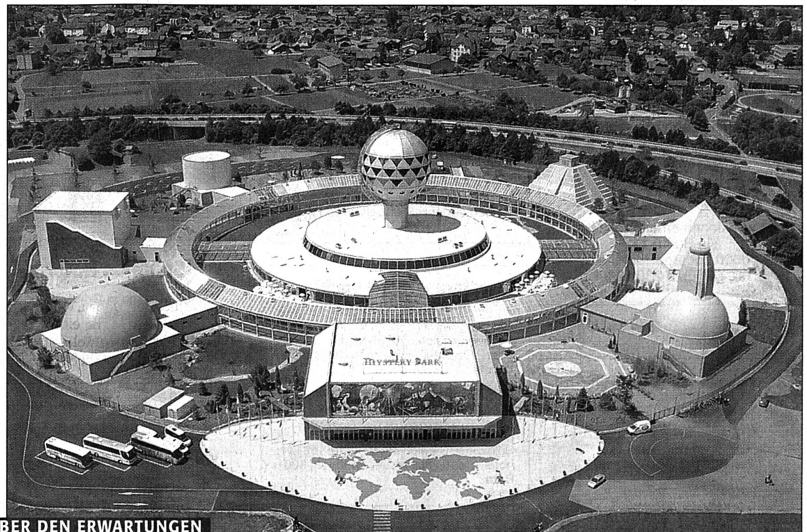
Mit 100 000 Besuchern nach 55 Tagen lag der Mystery Park schon Mitte Juli über der Zielvorgabe. Und diese Entwicklung hält an: Für die erste Zwischenbilanz nach 100 Tagen per Anfang September geht Managing Director Oswald Zurbruggen von einem 40-prozentigen Gäste-Plus aus, gemessen an den ursprünglichen Erwartungen. «Wir sind selber ein wenig erstaunt, dass in diesen Hitze-Wochen der Andrang so gross ist», sagt Zurbruggen. «Vorwiegend begrüßen wir derzeit den typischen Schweizer Feriengast, die Standard-Familie mit Kindern.» Gering ist der Anteil ausländischer Gäste. «Marketingmässig haben wir bisher die ausländischen Märkte noch kaum bearbeitet», begründet Oswald Zurbruggen und hält damit noch eine weitere Option für die nächsten Monate und Jahre offen.

Der Erlebnispark ist für den Andrang ausländischer Besucher jedenfalls schon heute gewappnet: Die Informationen werden über Kopfhörer in fünf Sprachen vermittelt, nämlich in Deutsch, Italienisch, Französisch, Englisch und Japanisch. Auf die Frage, ab welchem Alter der Mystery Park bei Kindern Anklang findet, sagt Oswald Zurbruggen: «Für Kinder bis sieben Jahre empfiehlt sich der Kinderhort Mysty Club. Auf Verständnis stossen die Themen aber erst bei 12- oder 13-Jährigen. Bei Kindern zwischen sieben und zwölf merkt man, dass das Verständnis vielleicht noch fehlt, die Art, wie etwas gezeigt wird, aber auf grosses Interesse stösst.»

### POSITIVE RESONANZ DER LOKALEN HOTELIERS

Als Konkurrenz zu den anderen touristischen Highlights der Region erachtet Oswald Zurbruggen den Mystery Park nicht: «Ich bin der Meinung, dass wir das Gesamtferienangebot insgesamt attraktiver machen. Gerade auch bei schlechtem Wetter ist der Mystery Park eine gute Ergänzung und Alternative, etwa zum Schilthorn oder dem Jungfrau-Joch.» Entsprechend positiv falle bisher auch die Resonanz seitens der lokalen Hotellerie aus, die teilweise den Mystery Park in Packages eingebunden habe. «Uns fehlt noch ein Benchmark, von dem wir ablesen könnten, wie viele Logiernächte der

Foto: Mystery Park



### ÜBER DEN ERWARTUNGEN

In den ersten 100 Tagen 40 Prozent mehr Besucher, als ursprünglich erwartet: mit diesem Ergebnis rechnen die Mystery-Park-Verantwortlichen per Anfang September.

Mystery Park ausgelöst hat», so Zurbruggen. Wobei er gleich anfügt, dass es auch künftig nicht ganz einfach sein dürfte, diese Zahl herauszukristallisieren. Hierzu müssten die Hoteliers theoretisch jeden Gast nach dem Beweggrund der Übernachtung fragen.

Wie lange die Starteuphorie in Interlaken bei den Mystery-Park-Betreibern anhält, muss sich aber erst zeigen. Sicherlich dürfte die Neueröffnung viele Neugierige und Themen-interessierte angelockt haben. Doch kommen diese Besucher ein zweites Mal? «Es gibt Leute, die den Park schon viermal besucht haben», macht sich Zurbruggen diesbezüglich selber Mut. Aber auch ihm ist klar: «Wir werden gezwungen sein, regelmässig neue Attraktionen zu bringen.» Der Mystery Park sei eben nicht der Europa Park, der auf Adrenalin setzen könne, oder eine Expo, die auf künstlerisches Interesse stosse. Doch gerade vom Expo-Effekt erhofft sich Zurbruggen einiges: «Die Expo hat viele Leute sensibilisiert, ein Gefühl für eine gewisse Art der Ausstellung zu entwickeln.» Der Vergleich zur Landesausstellung («das ist ja wie an der Expo») fällt zumindest bei den Warteschlangen vor dem Eintritt zum Mystery Park regelmässig.

In engem Gespräch steht die Mystery-Park-Leitung zudem mit Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Univer-

sität Bern. Denn noch sind 300 Quadratmeter im ersten Obergeschoss frei, um neue Ideen und Themen umzusetzen. Hier wird nun zusammen mit der Forschungsstelle abgeklärt, welche weiteren Themen und Attraktionen auf breites Interesse stossen könnten.

### GRÖSSTE SCHWACHSTELLE IST DIE RESTAURATION

Oswald Zurbruggen ortet bei der Frage nach den Kinderkrankheiten die grösste Schwachstelle derzeit bei der Restauration: «Die Planung stellt uns

vor ein Problem. Es ist nicht ganz einfach, dem Ansturm gewachsen zu sein, wenn man morgens nicht genau weiss, ob nun 1000 oder 5000 Besucher kommen.» Doch er ist überzeugt, auch diese Hürde in den nächsten Wochen zu meistern.

Bereits auf ein gutes Echo stossen dagegen die Zubringerdienste von Postauto Berner Oberland. Mit 40 Prozent befördern die Gelenkbusse den erwarteten Anteil der Besucher vom Bahnhof Interlaken zum Mystery Park. Ein wesentlicher Grund für diesen hohen Anteil: der Bus-Shuttle ist im Eintrittspreis inbegriffen.

### «Ohne Achterbahn und Geisterspuk»

Der Mystery Park profitiert weiterhin vom grossen Erfahrungsschatz des Initiators Erich von Däniken, Buchautor und Delegierter im Verwaltungsrat der Mystery Park AG. Wenn er sich nicht gerade auf einer Vortragsreise im In- oder Ausland befindet, ist er fast täglich im Themenpark in Interlaken anzutreffen. Oder er steht den Besuchern Rede und Antwort, wie kürzlich in einem Bluewin-Chat. «Der Mystery Park ist einzigartig in der Welt», äusserte er sich dabei auf eine der zahlreichen Fragen, «wir sind kein Gaudipark mit

Achterbahnen und Geisterspuk, bei uns lernt man das Staunen wieder. Jeder Besucher findet Rätsel, von denen er bislang nicht wusste.»

Aber Erich von Däniken hält auch mit Kritik an der Park-Leitung nicht zurück, wenn es um Kinderkrankheiten geht: «Das Innere des Maya-Pavillons sollte ein einziger Urwald sein. Nun hat man mir gesagt, die betreffenden Urwald-Pflanzen seien nicht rechtzeitig eingetroffen. Solche Kleinigkeiten dürfen in wenigen Tagen aber bereinigt sein.» **GW**

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

**SULCUS**  
HOSPITALITY (SCHWEIZ) AG

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

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

Committed to Excellence in Hospitality

**hoteljob**

Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie

Suchen Sie ... MitarbeiterInnen? eine neue Stelle?

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

**happy+YOU**

happy schlafen: Das Glück im Hotel.

happy systems

I want to be happy.

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

**gemeinsam**

**HOTELA**

**HESSER**Unternehmensberatung  
für Hotellerie & RestaurationPlanen Sie Ihre Karriere  
mit uns ...Suchen Sie einen interessanten  
Betrieb zu kaufen - zu mieten -  
oder Miet-Kauf?Suchen Sie eine neue  
Herausforderung als Direktor,  
Geschäftsführer, F+B Manager  
oder Küchenchef?Schreiben Sie uns Ihre Vorstellungen und  
senden Sie uns Ihren Lebenslauf, wir haben  
die Kontakte zu den Besitzerschaften.Poststrasse 5, CH-8808 Pfäffikon SZ  
055/410'15'57 - 079/422'37'24  
Fax 055/410'41'06**Gsell & Partner**

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Profitieren Sie von  
unseren Branchenkenntnissen!**Kauf & Verkauf**von Hotelliegenschaften.  
Absolute Diskretion ist für  
uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

Zu kaufen oder mieten gesucht:

**Hotel garni**ca. 10 Zimmer, mit  
Garten/Umschwung, Frühstücksraum,  
Sommer- oder Wintersportortganze Schweiz und  
Süddeutschland/VorarlbergKontakte via:  
tracar gmbh, postfach 209,  
9050 appenzell, acar@bluewin.ch

376396/157354

**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 lang-  
fristige Miete.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

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

157141/5312

Zu verkaufen im Zentrum von

**RORSCHACH****Wohnhaus mit Restaurant**

35 Plätze, alles in Top-Zustand

Preis: CHF 690 000.-

Sehr gute Rendite.

Hervorragendes Preis-Leistungs-  
Verhältnis.Interessenten melden sich unter  
Telefon 078 751 16 49

157323/426819

**Zum Verkauf**Die beste Kombination zweier von  
Grund auf verschiedenen Nationen;  
wer Mut zeigt, wird belohnt!Am Eingangstor des schweizerischen  
Nationalparks in unmittelbarer Nähe  
der Sommer- und Winterskigebiete  
Minschuns und Stilsferjoch ...Das 3\* Hotel ...  
verfügt über 40 teils neu renovierte  
Zimmer, Sauna mit Liegewiese und  
Dusche, Disco, grossen Parkplatz  
(20 PWS), Restaurant, Cocktail-Bar,  
Piano-Aufenthaltsraum, neues Arven-  
holzstübeli, altes Stübeli, Speisesaal-  
Plätze, insgesamt 150.Die Lage eignet sich bestens für Velo-  
fahrten, Wandern, River-Rafting, und für  
ganz Mutige, die sich dem Fallschirm-  
springen widmen wollen.Der Mietvertrag (5 Jahre) wird aus  
Gründen des Besitzers abgetreten.  
Das Klein- und Grossinventar sowie  
der Ausbau werden zu einem Verhand-  
lungspreis von CHF 1,8 Mio. angebo-  
ten. Der Versicherungswert beträgt  
CHF 4,1 Mio.Ausgewiesene Fachleute mit ernst-  
haftem Interesse erhalten auf  
Absprache einen Besichtigungster-  
min bei:Jachen Delnon, Delnon Treuhand,  
Telefon +41 (0) 81 854 36 77  
E-Mail delnon@bluewin.ch

157356/39616

**Schönes Hotel**mit 70 Betten in Grindelwald  
zu verkaufenNähere Auskunft unter  
Telefon 079 725 66 90

157324/426818

**Lago di Lugano**Wir verkaufen an bester Lage,  
direkt am See**rentables \*\*\*Hotel**Attraktives, ausbaufähiges  
Konzept - mit internationaler  
Stammklientel; 23 Doppelzimmer,  
Schwimmbad, Schiffsanlegestelle,  
3 Restaurants und Personalhaus.Informationen:  
PLT Invest SARL,  
Postfach, 8033 Zürich,  
Telefon 01 361 11 25,  
Fax 01 361 12 55,  
E-Mail: em-orn.steiger@plt.ch

156633/247804



Stadt Bern

Die Stadt Bern vermietet auf den 1. Oktober  
2003 oder nach Vereinbarung das**Restaurant Sternen  
in Bümpliz**Das älteste Bümplizer-Wirtshaus aus dem  
18. Jahrhundert, in den Jahren 1990/91 stilvoll  
renoviert, ist in der Fussgängerzone von  
Bümpliz sehr zentral gelegen.Im Erdgeschoss sind neben einer modernen  
Küche zwei Restaurants mit **total 70 Sitzplät-  
zen**, im OG befinden sich 4 schöne Stuben für  
à la carte und Bankette mit insgesamt 100 Sitz-  
plätzen und im Dachgeschoss ist die schöne  
**3½-Zimmer-Wirtswohnung**. Im Sommer  
stehen auf der **Terrasse und im Garten** noch-  
mals rund 100 Sitzplätze zur Verfügung.Der am Gebäude angrenzende Sternensaal  
wird durch den Trägerverein Sternensaal  
betreut und kann für **Grossanlässe** dazu  
gemietet werden.Gesucht ist eine **initiative, solvente Gastro-  
nomiepersönlichkeit**, welche sich in Bümpliz  
zu integrieren versteht und Wert auf eine  
gepflegte Küche legt. Die Vermietung erfolgt  
**zu fairen Bedingungen**.Interessierte bitten wir die Mietunterlagen  
**schriftlich** anzufordern bei der  
Liegenschaftsverwaltung der Stadt Bern  
Monika Geiser, Schwanengasse 14, 3011 Bern  
oder monika.geiser@bern.chZu verkaufen oder verpachten  
im Tessin!

Region Lago Maggiore

**3-Sterne-Hotel**Locarno/Muralto  
zentrale LageInformationen erhalten Sie bei:  
Via Buetti 11,  
6600 Locarno-Muralto  
Tel. +41(0)79 230 12 24

157058/193690

**\*\*\*Sunshine-Hotel**auf dem Sonnenplateau  
Grächen WallisLangfristig zu vermieten.  
Wer Mut hat, wird belohnt!Hotel 3 Sterne Superior  
und exklusives Speiserestaurant62 Betten/Speisesaal 75 Plätze,  
Speiserestaurant 50 Plätze,  
WirtswohnungAusgewiesene Fachleute mit Erfahrung  
und ernsthaften Interessen erhalten  
einen Besichtigungstermin/  
Besprechungstermin. Es werden keine  
schriftlichen Auskünfte erteilt.Interessenten richten ihre Bewerbung  
mit Auskunft zur Person unter Chiffre  
157266, hotel + tourismus revue,  
Postfach, 3001 Bern.

157266/13951

**ANZEIGEN****Hotel-Restaurant**

Central Zug

Infolge Umnutzung des Hotels und  
Restaurants Verkauf von sämtlichem  
Inventar (sehr guter Zustand).Besichtigung und Verkauf nach  
Absprache.Weitere Auskünfte unter:  
Natal: 079 279 26 74  
Montag bis Freitag  
(8.00 bis 17.00 Uhr)

156852/41580

**BAZAR**

Zu verkaufen

57 mechanische

**Hotelzimmer-Safes**mit Zahlenkombination,  
inkl. Notöffnungs-Schlüssel.

Preis: CHF 3000.-

Für Informationen steht Ihnen  
Herr Peter Hedinger, Haustechnik,  
zur Verfügung: Tel. 041 418 28 28;  
E-Mail: info@balances.ch

157309/22683

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

htr

Machen Sie Ferien  
in der Schweiz mit

www.swisshotels.ch

Über Internet  
und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren:

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



## «Rezepte gegen die Absatzflaute»

**Kongress und Messe X'03.** «Rezepte gegen die Absatzflaute» verspricht der Kongress für Marketing, Kommunikation und Technik, «Xongress X'03». Er findet vom Dienstag, 26. bis zum Donnerstag, 28. August im Messezentrum der Messe Zürich statt, wo parallel die «X'03 – 6. Schweizer Messe für Marketing, Kommunikation und Event» veranstaltet wird. Neu wird eine «Xongress-Academy» mit halbtägigen, «praxisnahen Workshops» (Fr. 250.– pro Teilnahme) angeboten; unter an-

derem mit einem «Fit-for-Sales-Verkaufstraining» und einem Exklusivseminar des Xongress-Redners und Erlebnismarketing-Experten B. Joseph Pine: «Branding: Inszenierung von A bis Z» (Fr. 480.–).

Der «Xongress X'03» ist gegliedert in den «Marketing-Tag» am Dienstag, den «Kommunikations-Tag» am Mittwoch und den «Event-Tag» am Donnerstag. Zu ihren Referenten und Themen zählen zum Beispiel Peter Haller, Geschäftsführer der Serviceplan-

Agenturgruppe München, mit «Share of Soul – 10 Keydriver einer Marke», und Paco Underhill, Autor des Bestsellers «Why We Buy», über neue Parameter des Consumer-Marketings in wirtschaftlicher Flaute (beide Dienstag). Die Xongress-Teilnahme kostet 680 Franken pro Tag (Fr. 550.– für einen halben Tag), oder zwei Tage im Package I für 1180, drei im Package II für 1770 Franken. **KJV**

Infos zur Messe: [www.xpage.ch](http://www.xpage.ch), [info@xpage.ch](mailto:info@xpage.ch). – Infos zum Kongress: [www.xongress.ch](http://www.xongress.ch), [info@xongress.ch](mailto:info@xongress.ch).

## «graubünden»: Marke ohne Dach-Claim

«The Heimat Feelings». Der Markenrat des Vereins Marke «graubünden» verzichtet künftig auf den Einsatz des Dach-Claims «The Heimat Feeling» in allen Kommunikationsmassnahmen. Dies obwohl das Potenzial des Claims als Positionierungszusatz laut Markenrat unbestritten ist. Der Entscheid habe keinerlei Auswirkungen auf die Substanz der Marke «graubünden». **TRU**

## Aufgaben des VR

**Seilbahnen.** Die technischen Anforderungen und insbesondere die neuen Konzessionsierungsvorschriften erzwingen die Auseinandersetzung des Verwaltungsrates (VR) eines Seilbahnunternehmens mit seiner Verantwortung. Es stellen sich Fragen wie: Welches sind die undelegierbaren Aufgaben des VR im Bereich der technischen Betriebsführung? Wie weit muss und darf er sich bei Neubauten und Erneuerungen in Entscheide einbringen? Welches sind wirklich

sinnvolle Risikobewältigungsstrategien, etwa im Bereich von Versicherungen? Wie erklärt sich die grosse Sitzungsintensität der VR von Schweizer Seilbahnunternehmen?

Dazu organisiert das Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen zusammen mit dem Verband Seilbahnen Schweiz (SBS) ein Seminar. Dieses findet am 22. Oktober in Zürich statt. **TRU**

Telefon 071 224 25 44 oder [www.idt.unisg.ch](http://www.idt.unisg.ch)

MARCO WYSS

## «Das Win-win-Prinzip angestrebt»

Ein wesentliches Element des Konzeptes des Maislabyrinths in Wangs sind Kooperationen, konstatiert der Direktor der Ferienregion Heidiland.

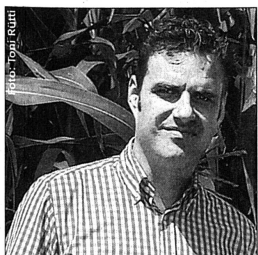
INTERVIEW: TONI RÜTTI

■ Wie erklärt sich der Erfolg des Maislabyrinths in Wangs?

Die Familie Kalberer hat ein sehr gutes Feeling für Kooperationen. Dabei wird nicht nur gefordert, es wird auch gegeben. Was Kalberers bekommen, setzen sie wieder fürs Ganze ein, um der Tourismusregion etwas zu bieten. Angestrebt wird das Win-win-Prinzip.

■ Was ist das Spezielle an den Partnerschaften?

Speziell ist zum Beispiel, dass tief verwurzelte Landwirtschaft mit einem Weltkonzern wie McDonald's zusammenarbeitet. Interessanterweise



Marco Wyss, Direktor der Ferienregion Heidiland.

funktioniert die Zusammenarbeit von beiden Seiten her.

■ Wie komplex ist dieses Projekt?

Sehr komplex. Ein Beispiel: Die Wege im Irrgarten wurden mit dem Global-Positioning-System via Satellit ausgemessen. Die Komplexität ist bemerkenswert, sowohl was die Technik als auch Organisation und Investitionen anbelangt. Die Anlage ist so konzipiert, dass das Angebot einen halben Ferientag ausfüllt.

■ Wie wirkt sich dies auf die Ferienregion Heidiland aus?

Unsere Region lebt von der Gesamtheit des Angebots. Der Irrgarten ist als Attraktion ein weiterer Mosaikstein davon.

■ Das Maislabyrinth Wangs hat bisher ein gutes Echo gefunden. Wie kommt das?

Dies hängt auch mit dem Bezug der Freizeitanlage zu Landwirtschaft und Natur zusammen, was gerade für Familien von einiger Bedeutung ist. Es wird ihnen für ein geringes Ausflugsbudget viel Gehalt geboten.

MAISLABYRINTH WANGS

## Realisierung dank Sponsoren, Partnern und Goodwill

Das Maislabyrinth in Wangs/Sarganserland der Landwirte Manuela und Adrian Kalberer ist mehr als eine zusätzliche Einnahmequelle. Die Besitzer dieser Freizeitanlage hoffen, im zweiten Betriebsjahr die letztjährige Besucherzahl von 11 000 noch zu übertreffen.

TONI RÜTTI

Mit ihrem Maislabyrinth haben Manuela und Adrian Kalberer auf ihrem Bauernhof ein Projekt verwirklicht, bei dem Landwirtschaft und Tourismus weitgehend verschmelzen. Der Sarganser Agronom Martin Willi sieht im Maislabyrinth von Wangs «eine gelungene Symbiose zwischen Landwirtschaft, Natur und Tourismus». Im Gegensatz zu anderen «Irrgärten» präsentiert sich Kalberers Projekt als professionell strukturierte Freizeitanlage. Zum Konzept gehört ein Event-Programm mit Bauernfrühstück, der «Vollmondnacht», dem Maislabyrinth-Fest oder dem Wettbewerb für Kinder. Im Schnitt kommen täglich etwa 120 Personen. Kalberers Anlage würde sich auch als Regenwetterprogramm eignen. Der Eintrittspreis beträgt 7 Franken für Erwachsene und 3 Franken für Kinder. Ab zehn Personen gilt der Gruppenpreis von 5 Franken für Erwachsene. Geburtstagskinder zahlen nichts.

### VERPFLEGUNGSDIENST AUF DEM AUSSICHTSTURM

Im zweiten Jahr wird den Gästen bereits wesentlich mehr geboten als im ersten. So wurde von einer Bauferma ein ausrangierter Bagger übernommen, der so umgebaut wurde,



Die Landwirtin Adriana Kalberer wird im Sommer zur Gastgeberin und Betreiberin einer Freizeitanlage.

Fotos: Toni Rüttli



DAS MAISLABYRINTH: 2 HEKTAR, 220 000 MAISPFLANZEN, 2,2 KM WEGE UND IRRWEGE

Die Architektur des Irrgartens wurde am Computer gezeichnet. Die Umsetzung auf dem Feld erfolgte via Satellit über das Global Positioning System (GPS). Auf den Wegen und Irrwegen liegen 400 m<sup>2</sup> Kies.

dass ihn die Kinder gefahrlos zum Spielen brauchen können. Vom «Puurebeizli» aus zum gemieteten Holzturm im Herzen des Maislabyrinths wurde neu ein Seilbähnchen für die Verpflegung installiert. «Mit dieser originellen Verpflegungsmöglichkeit», so Marco Wyss, Tourismusdirektor der Ferienregion Heidiland, «wird ein Gästebedürfnis voll abgedeckt. Hier wird das vorgelebt, was in der Tourismusbranche als das A und O gilt: Zusatzverkäufe. Laut Adrian Kalberer nutzt etwa ein Drittel der Besucher den Lieferservice, oft auch nur zum Plausch. Der Umgang mit Gästen ist für Kalberers vom Direktverkauf des Fleisches her nicht neu.

### KOOPERATIONSPARTNER AUS ALLEN BEREICHEN

«Schon in der Projektierungsphase wurden Bevölkerung und einheimische Betriebe über das Vorhaben orientiert und zum Mitmachen eingeladen», sagt Manuela Kalberer. Einige Unternehmen seien dem Unterfangen mit einer gewissen Skepsis oder gar mit Argwohn begegnet. «Doch die meisten waren uns wohlgesinnt. Einige waren spontan zum Kooperieren bereit, so auch die Ferienregion Heidiland. Ohne Sponsoren und Partner sowie dem Goodwill der Behörden unserem Projekt gegenüber wäre die Realisierung nicht möglich gewesen», sagt Manuela Kalberer.

Marco Wyss attestiert Kalberers einen gut entwickelten Sinn für partnerschaftliches Zusammenarbeiten und

das im Tourismus erforderliche Feingefühl für Gästebedürfnisse. «Im Tourismus findet das Projekt Anklang, weil erkannt wird, dass für die Gäste eine attraktive Freizeitanlage geschaffen wurde», sagt Wyss. Die Zusammenarbeit mit der Ferienregion Heidiland sowie mit Sponsoren und Partnern aus Bereichen wie Hotellerie und Gastronomie, Vereine, Maschinenbetriebe, Baugewerbe, landwirtschaftliche Erzeugnisse, Partyservice, Getränke usw. konnte in diesem zweiten Jahr noch intensiviert werden. Die Promotion läuft über Flyers, die in den Hotels

aufliegen, aber auch über die Ferienregion Heidiland, die Pizolbahnen, weitere Partner sowie die Mund-zu-Mund-Propaganda. Wie schon im 2002 wird das Labyrinth nach dreimonatiger Betriebsdauer und einem Schlussevennt am vom 5. Oktober wieder abgebrochen. Die 220 000 Maispflanzen werden dann dem Vieh verfüttert, das gegenwärtig auf der Alp sömmert. «Unsere touristische Anlage», so Adrian Kalberer, «die unsere Existenz im Sommer sichert, wird dann wieder zum ganz normalen Landwirtschaftsbetrieb.»



### ORIGINELLE GÄSTE-VERPFLGUNG

Adrian Kalberer präsentiert ein Novum: Die von den Labyrinth-Gästen telefonisch bestellten Erfrischungen werden per Seilbähnchen angeliefert (Distanz 215 m).

## DIE GOLDBLUME VON SCHWEIZ TOURISMUS

## Sie soll gezielt angewendet werden

Die Goldblume von Schweiz Tourismus ist ein Erfolg, denn sie wird häufig kopiert. Mit dem Nachteil, dass sie nicht klar Schweiz Tourismus zugeordnet wird, wie eine Umfrage zeigte. Seit dem neuen Werbeauftritt wird der Missbrauch nun strenger geahndet.

OTHMAR GÄCHTER

Das Logo von Schweiz Tourismus (ST), die Goldblume, ist ein Erfolg. Sie wird, wie die Marktforschung von ST zeigt, von 30 bis 35 Prozent der Schweizer erkannt. Nur: Sie wird nicht unbedingt ST zugeordnet. «Die Befragten gaben lediglich an, die Goldblume habe etwas mit Ferien und Erholung zu tun, oder meinten, es handle sich um ein Schweizer Produkt», sagt Urs Emch, Leiter Marketing Services & Brand Management bei ST.

Die Goldblume ist zwar urheberrechtlich geschützt, doch wird sie immer wieder von zahlreichen Destinationen oder touristischen Anbietern mit dem eigenen Slogan kombiniert. So wirbt zum Beispiel Gstaad mit der Goldblume und dem Slogan «Come up – Slow down» und die Niesenbahn mit der Goldblume und dem Slogan «the swiss pyramid». Bei den Flumser-

bergen und Arosa steht sie ohne Slogan neben dem eigenen Schriftzug. Grundsätzlich ist es ja im Interesse von ST, dass die Destinationen und Anbieter die Goldblume nutzen, allerdings darf sie nicht mit dem Claim oder dem Namen der Destination in Verbindung gebracht werden. Die Goldblume muss zusammen mit dem ST-Slogan «Schweiz ganz natürlich» verwendet werden.

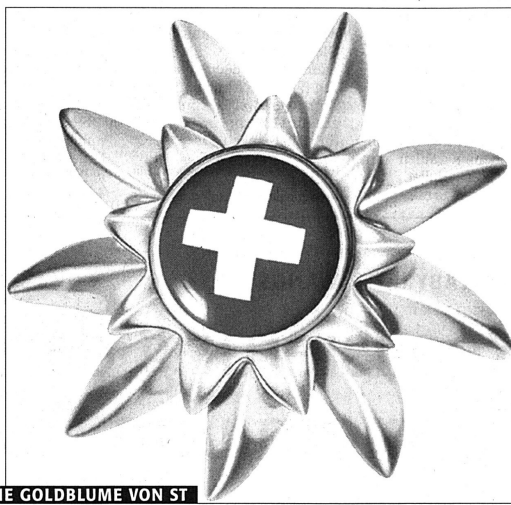
Ein eigentlicher Wildwuchs herrsche im Souvenirbereich, so Emch. So manches Souvenir sei mit der Goldblume verziert. Ebenfalls stehe das Signet auf vielen Produkten, die nichts mit dem Tourismus zu tun haben.

Der schlimmste Missbrauch findet laut Emch im Internet statt. Hier tauche die Goldblume auf Sexsites und Sites von Rechtsextremen auf. «Die Androhung von juristischen Mitteln hat jeweils gereicht, um eine Entfernung des Logos zu bewirken.»

## «WIR FAHREN EINE HÄRTERE LINIE»

Die breite Verwendung der Goldblume durch ST war nicht ganz ungewollt. Bei deren Lancierung musste das Logo möglichst schnell eine Bekanntheit erreichen. Dies führte laut Emch zur Strategie, «die Goldblume an vielen Orten zum Einsatz zu bringen». So ging ST zum Beispiel eine Kooperation mit Swiss Dairy Food ein. «Seit dem Neuauftritt zu Beginn dieses

Foto: zvg



DIE GOLDBLUME VON ST

Sie wird gern kopiert. Oft eben auch missbräuchlich und für Produkte, die mit Tourismus nichts zu tun haben. ST hat jetzt die Richtlinien verschärft.

Jahres fahren wir nun eine härtere Linie», sagt Emch. Das Ziel sei eine klar strukturierte Markenführung. «Für den Gast soll kein Zweifel bestehen, dass die Goldblume für ST steht und nicht irgendein für alles verwendbares

Markenzeichen der Schweiz ist», sagt Emch. Ihr Einsatz in Kombination mit Anbieter- und Destinationsnamen und -Slogans sowie ihre Anwendung für tourismusfremde Produkte soll verhindert werden. Auch ST-intern

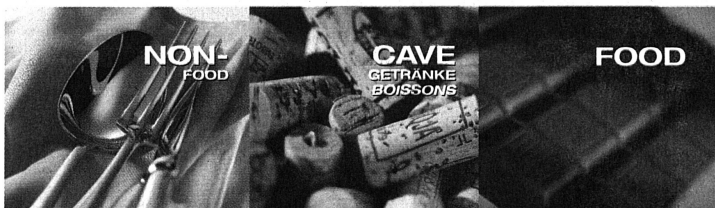
halte man sich an diese strengeren Richtlinien, verspricht Emch.

## DIE PARTNER ZEIGEN VERSTÄNDNIS

Seit Beginn dieses Jahres werde mit Destinationen oder anderen Unternehmungen, welche die Goldblume verwenden, vermehrt Kontakt gesucht. Dabei stosse ST mit ihrer Regelung jeweils auf Verständnis und habe bisher noch nie den Rechtsweg beschreiten müssen. Für Emch ist es selbstverständlich, dass Destinationen und touristische Anbieter, die in ihrem eigenen, bereits etablierten Auftritt die Goldblume verwenden, nicht gedrängt werden sollen, auf sie zu verzichten. «ST will die touristischen Partner ja nicht verärgern. Es würde kaum verstanden, wenn jahrelang die Verwendung der Goldblume toleriert oder sogar gefördert wurde und dann plötzlich ihre Entfernung aus dem eigenen etablierten Logo verlangt würde», sagt Emch.

Für Thomas Bieger, Professor am Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St. Gallen, bietet die neue Strategie Vor- und Nachteile. Einerseits bedauert Bieger den Verlust eines sympathischen Logos als Dachmarke für Schweizer Konsumprodukte. Andererseits bestätigt er, dass eine Marke stärker wird, je kontrollierter sie zum Einsatz kommt.

Anzeige



## SALON HOWEG 2003

Organisiert von Profis für Profis  
Organisé par des pros pour les pros

Gemeinsam mit unseren Partnern organisieren wir auch dieses Jahr wieder den Salon Howeg für Sie. Besuchen Sie uns an einem der drei Standorte und profitieren Sie von speziellen Messeangeboten, Degustationen vor Ort, Präsentationen von Neuheiten sowie kompetenter Beratung unseres Verkaufsteams und verpassen Sie nicht die tägliche Verlosung von tollen Preisen.

Ein Besuch lohnt sich!

En collaboration avec nos partenaires, nous organisons pour vous le Salon Howeg de cette année également. Venez nous rendre visite à l'un des trois emplacements et profitez de nos offres spéciales pour la foire, des dégustations sur place, de la présentation des nouveautés, tout comme des conseils professionnels assurés par notre équipe de ventes. Ne râtez pas le tirage au sort quotidien de prix exceptionnels.

Une visite en vaut la peine!

|                     |                 |                                    |
|---------------------|-----------------|------------------------------------|
| <b>Savièze VS:</b>  | Halle des Fêtes | 8. – 10. September/septembre 2003  |
| <b>Chur/Coire:</b>  | Stadthalle      | 15. – 17. September/septembre 2003 |
| <b>Thun/Thoune:</b> | Thun-Expo       | 22. – 24. September/septembre 2003 |

Öffnungszeiten/heures d'ouverture: Montag/lundi 13.00 – 19.00  
Dienstag/mardi 11.30 – 19.00  
Mittwoch/mercredi 11.30 – 16.30

Bei Abgabe dieses Inserates am Empfang der Messe laden wir Sie herzlich auf eine Flüte Taittinger ein.

A la remise de cette annonce à la réception de la foire, vous serez cordialement invité à déguster une flüte de Taittinger.



Sortimentsvielfalt  
Assortiment diversifié

HOWEG

Reservatstrasse 1 • 8953 Dietikon  
01 746 55 55 • Fax 01 746 55 56  
www.howeg.ch



## LESERBRIEF

## «Bei den Kosten wurde uns fast schlecht»

Betreffend Artikel zum Thema «Hauszeitungen» (hotel + tourismus revue vom 24. Juli auf Seite 5)

In der Nummer 30 der hotel + tourismus revue besprechen Sie das Thema Hauszeitung. Weil wir als sehr kleiner Einsaisonbetrieb seit letztem Jahr auch eine Hauszeitung an unsere Gäste verschicken, interessierte es uns natürlich, was Sie dazu zu sagen haben.

Bei den Kosten, welche Sie für eine Auflage von 15 000 Exemplaren schätzen, wurde uns allerdings fast schlecht. Welches Hotel hat denn bei den heutigen Margen sooo viel Geld



Diese Hauszeitung des «Goldenli» kostet 50 Rappen pro Stück. Kosten für den Versand inklusive.

für Werbung? Unsere Zeitung, welche wir im Winter, wenn das «Goldenli» geschlossen ist, selber schreiben, könnte bestimmt noch besser sein. Sie wird aber von unseren Gästen sehr geschätzt, und sie nehmen auch in Kauf, dass sie nicht auf Kunstdruckpapier gedruckt ist. Informationen sind ja heute sehr schnelllebig.

Apropos Kosten: die Zeitung für diesen Sommer kostete uns bei einer Auflage von 8000 Exemplaren rund 4000 Franken, inkl. Versand an ca. 2500 Empfänger. Wir benötigen seit diesem Jahr die Zeitung gleichzeitig auch als Preislise.

Georges und Beatrice Jost,  
Berggasthaus Goldenli,  
Kiental-Griesalp (www.goldenli.ch)

## KURZ UND BÜNDIG

## China: Milliarden-Einbusse erwartet

Sars hat Chinas Tourismusbranche schwer in Mitleidenschaft gezogen. Vize-Ministerpräsident Wu Yi in Peking rechnet in diesem Jahr mit Einbussen in Höhe von 270 Mrd. Yuan (rund 43 Mio. Fr.). Allein im ersten Halbjahr seien wegen der Epidemie 11,76 Prozent weniger Touristen in das Land gekommen; die Einkünfte der Branche seien verglichen zum Vorjahreszeitraum gar um 23,57 Prozent gefallen. CK/sda

## Bödeli: Gästekarte als Ticket kommt gut an

Die Bödeli-Gäste (Interlaken, Matten und Unterseen) fahren mit der Gästekarte gratis mit dem Zug nach Därligen, vom Ost- zum Westbahnhof sowie mit dem Postauto nach Wilderswil, Bönigen und Ringenberg. Dies während einer Versuchsphase im Juli und August. Die erste Bilanz zeigt, dass das Angebot gut ankommt. Der Interlakener Tourismusdirektor Stephan Otz plädiert dafür, die Gatisfahrten definitiv einzuführen. Allerdings ist noch nicht klar, wer die Kosten übernehmen soll. Der Versuch kostet laut «Berner Zeitung» 75 000 Franken. CK

## Axalp: Viele wollen eine Kuh leasen

Wird das Kuhleasen bald zu einem touristischen Trend? Jedenfalls ortet Katrin Lüthi, Direktorin der Alpenregion Brienz-Meiringen-Hasliberg, Begeisterung seitens der Gäste, wie sie der «Berner Zeitung» sagte. So funktioniert das Kuhleasen: Für 380 Franken kann der Gast beim Bauern Paul Wyler aus Brienz für einen Sommer eine Kuh leasen. Der Gast verpflichtet sich zu vier Stunden Arbeit auf der Alp Tschingelfeld. Dafür bekommt er Käse zu einem Sonderpreis. CK



## «Trust» nicht nur für Leading-Hotels

**Leading Hotels of the World.** Die Marketing-Vereinigung hat eine Kooperation mit der amerikanischen Immobilienfirma Trinity Hotel Investors L.L.C. bekannt gegeben. Der Zusammenschluss mit dem Namen «The Leading Trust» wurde geschaffen, um die rund 400 Mitgliedshäuser der Leading Hotels und andere Hotels weltweit bei finanziellen Engpässen mit einem Investitionsvolumen zu unterstützen.

Gemäss einer Pressemitteilung ist es das langfristige Ziel

von Leading Hotels, sich von einer Marketing-Vereinigung zum Dienstleistungsunternehmen für Produkte und Serviceleistungen im Luxus-Hotelsegment zu entwickeln.

Zu den Leistungen von «The Leading Trust» zählen auch die Organisation von Partnerschaften, der Tausch von Anteilen, Asset Management (Vermögensverwaltung), Vermögensberatung, «Sliver Equity» (scheibchenweiser Anteil am Kapital) und «Outright Purchase» (volle Übernahme).

Die Untergruppierung «Leading Hotel Fund Advisors» ist für das Management von The Leading Trust verantwortlich.

Die Leading Hotels haben sechs neue Mitglieder: «The Grove» in Hertfordshire, England (Neueröffnung), «Rocco Forte Hotel de Russie» in Rom, Hotel Königshof in München, «Cristallo Hotel & Spa» in Belluno, Italien, «Fonteverde» Terme und Hotel in San Casciano dei Bagni, Italien, und «Rittenhouse Hotel» in Philadelphia, USA.

KJV

## Das 43. Fairmont-Hotel ist offen

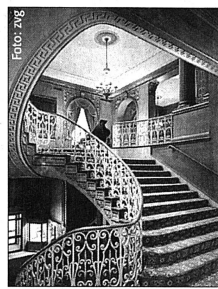
**Seattle.** Die Luxus-Hotelgesellschaft Fairmont hat in Seattle ihr 43. Hotel eröffnet: das «Fairmont Olympic Hotel». Das Fünf-Sterne-Haus ist im Jahre 1924 erbaut worden und umfasst heute 450 Zimmer, davon 209 Suiten. Zum Hotelangebot gehören zwei Restaurants, zwei Lounges, ein Fitness-Raum sowie Highspeed-Internetzugang. Der Meeting- und Tagungsbereich misst 20 000 Quadratmeter.

Den Managementvertrag hat Fairmont Hotels & Resorts

mit einer Legacy Real Estate Investment Trust abgeschlossen. Die Investment-Gesellschaft ihrerseits hat das Hotel für rund 105 Millionen US-Dollar erworben.

Die Fairmont Hotels & Resorts ist gemäss Pressemitteilung die grösste Hotelgesellschaft im Bereich der Luxus-hotellerie. Angeschlossen sind Stadthotels und Resorts in den USA, in Kanada, Mexiko, auf Bermuda, Barbados und in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

SST



### ZUM TOD VON RUDOLF SCHMIDT

# Warmherzig, engagiert und charmant

Am vergangenen Samstag ist der Hotelier Rudolf Schmidt im Alter von 59 Jahren in Flims verstorben. Er hat den Hotelierverein Graubünden während zwölf Jahren mit grossem Engagement geführt. Schmidt war eine faszinierende und überall beliebte Persönlichkeit.

von 24 Jahren in dritter Generation den Familienbetrieb Hotel Schweizerhof in Flims Waldhaus, den er mit sehr grossem Erfolg während 35 Jahren zusammen mit seiner Gattin Therese führte. Im Jahr 1991 wurde Rudolf Schmidt zum Präsidenten des Hoteliervereins Graubünden gewählt.

### BÜNDNER HOTELLERIE HERVORRAGEND VERTERETEN

Er hat den Berufsverband während seiner 12-jährigen Amtszeit mit grosser Umsicht und Können geführt. Mit Kompetenz, Feingefühl und viel Charme gelang es ihm immer wieder, seine Anliegen durchzusetzen. Mit seiner gewinnenden Art, mit seiner Ausstrahlung, mit seiner Persönlichkeit und mit seinem Beziehungsnetz in Politik und Wirtschaft gelang es

ihm, die Interessen der Bündner Hotellerie hervorragend zu vertreten und durchzusetzen.

### ER WAR DER PERFEKTE GASTGEBER

Rudolf Schmidt war für alle ein Vorbild. Er war der perfekte Gastgeber und gab jedem das Gefühl, als Freund herzlich willkommen zu sein. Diese

Gastgeberrolle – verbunden mit Kultur, Geschichte, Herzlichkeit und Herzblut – hat ihn zu einer unvergesslichen Persönlichkeit gemacht. Seinen Grundsätzen ist der stets optimistische Rudolf Schmidt in den langen Jahren seines Wirkens immer treu geblieben – insbesondere jenem, dass ein Gastgeber niemals klagt und immer strahlt, auch wenn ihm das Wasser bis zum Hals steht.

Mit Ruedi Schmidt verlieren wir eine faszinierende und überall beliebte Persönlichkeit sowie einen aktiven, engagierten und warmherzigen Menschen. Er hinterlässt eine Lücke, die nur sehr schwer zu füllen sein wird.

Eine ausführlichere Würdigung von Rudolf Schmidts Leben und Wirken werden wir in einer der nächsten Ausgaben der hotel + tourismus revue veröffentlichen.

### JÜRG DOMENIG

Rudolf Schmidt ist am 10. März 1944 in Flims geboren, wo er zusammen mit seinem Bruder Daniel Schmid aufwuchs. Nach erfolgreichem Abschluss der Hotelfachschule Lausanne übernahm er als junger Hotelier im Alter

Alles hat seine Zeit

Flims Waldhaus, 9. August 2003

## Rudolf Andrea Schmidt

10. März 1944

Traurig nehmen wir Abschied.

Therese Schmidt-Schumacher  
Ladina Schmidt Gredig, Gian-Reto und Christoph Schmidt  
Daniel Schmid und Thomas Germann  
Hermine Schumacher-Weyermann  
Ruth Rauch Schumacher und Markus Bitterli  
und alle seine Verwandten und Freunde

Anstatt Blumen zu spenden, gedenke man der Organisation Swisstransplant, Boulevard de la Tour 4, 1205 Genf, CS Genf 12-35-2, Konto 628 108.71.

Traueradresse:

Therese Schmidt-Schumacher, Romantik Hotel Schweizerhof, 7018 Flims Waldhaus



DER STETS OPTIMISTISCHE RUDOLF SCHMIDT ...

... ist in den langen Jahren seines Wirkens seinen Grundsätzen immer treu geblieben – insbesondere jenem, dass ein Gastgeber niemals klagt und immer strahlt.

Mit grossem Bedauern haben wir vom Hinschied unseres hochgeschätzten Mitgliedes und Präsidenten des Regionalverbandes Graubünden

## Rudolf A. Schmidt

erfahren. Seine Kompetenz und seine Herzlichkeit werden wir alle sehr vermissen.

Sein unermüdlicher Einsatz für die Bündner und für die Schweizer Hotellerie wird uns stets in allerbesten Erinnerung bleiben. In Dankbarkeit und hoher Achtung werden wir dem Verstorbenen ein ehrendes Andenken bewahren. Den Angehörigen sprechen wir unser herzliches Beileid aus.

hotelleriesuisse  
Präsident,  
Verbandsleitung und Direktion

Sehr traurig, aber dankbar für die Zeit, die wir zusammen verbringen durften, nehmen wir Abschied von

## Rudolf Schmidt-Schumacher

Präsident Hotelierverein Graubünden

10. März 1944–09. August 2003

Wir trauern um einen sehr engagierten, loyalen und liebenswerten Präsidenten und Freund. Der Verstorbene hat sich über 12 Jahre mit aller Kraft erfolgreich für unseren Verband und die Bündner Hotellerie eingesetzt.

Unser tiefstes Mitgefühl begleitet die Angehörigen in diesen schweren Stunden des Abschieds. Ruedi wird mit seinem Optimismus und seiner Liebenswürdigkeit in unserer Erinnerung weiterleben.

Im Namen des Hoteliervereins Graubünden

Der Vizepräsident

Andreas Züllig

Der Geschäftsführer

Dr. Jürg Domenig

## «MAGNATEN UND PRIMATEN»

## Verblüffende Parallelen ausgemacht

Richard Conniff hat die Welt der Reichen mit der Tierwelt verglichen und viele Parallelen festgestellt. Eine respektlose und witzige Gegenüberstellung.

Fotos: Marietta Dedual

MARIETTA DEDUAL

«Es ist nicht von der Hand zu weisen: Illustre Zeitgenossen und Magnaten des Big Business sind als Primaten unter uns.» So lautet das Fazit des Autors des Buches «Magnaten und Primaten».

Der Zoologe und Wissenschaftsjournalist Richard Conniff hat sich in den Revieren der Reichen und Mächtigen rumgetrieben, hat seine Studien in Luxushotels fortgesetzt und alles notiert, was seinem gewissermaßen zoologischen Blick auffiel.

## VOM FLUCH DES CONCIERGE AN DER RÉCEPTION

Die mit Perlen bestickten Krägen der Gewänder Königin Elisabeths I. erinnern ihn an die Halskrause eines Ohrenmakis und Marilyn Monroes Gesten sind in seinen Augen die eines verschreckten Schimpansen, Donald Trump wird neben einem potenten Pavian abgebildet und John D. Rockefeller als dominanter Mandrill. Der Autor beschreibt die exzentrische Welt zwischen Statussymbolen wie Ferrari und Brioni-Anzügen und kommt zum Schluss, dass jene, die Geld und Macht haben, Strategien entwickeln, um in



LUFTKÜSSCHEN ...  
... von Marilyn Monroe und einem Schimpansen, eine Gegenüberstellung in Conniffs Buch. Diese Geste diene übrigens unter Primaten der Beruhigung.

allen Lebenslagen dominant zu bleiben und Minderbemittelte in ihre Schranken zu weisen. Doch leicht zu erkennen sind sie nicht immer. Conniff: «Es ist der Fluch des Concierge an der Réception, dass er nicht weiss, ob der Typ in T-Shirt und ausgebleichten Jeans vor ihm nicht womöglich ein Milliardär ist. Es ist ein herzerreissendes Dilemma: Soll er erst einmal verstohlen nach sekundären Merkmalen von Dominanz Ausschau halten, bevor er um den Gast herumswänzelt – eine leichte Verbeugung, um zu sehen, ob sich unterhalb der Jeans

2000-Dollar-Schuhe von Berluti befinden?»

## GOLDENE REGELN FÜR ALPHA-SCHIMPANSEN

Der Journalist bleibt jedoch nicht bei diesen Erkenntnissen stehen, sondern gibt uns auch noch ein paar Verhaltensregeln mit auf unseren weiteren Lebensweg: «Wenn wir uns Gedanken machen, was gut für uns ist, können wir in der Tat so etwas formulieren wie die zehn goldenen Regeln für Alpha-Schimpanzen, wie man in



## FINANZMOGUL UND MANDRILL

Donald Trump, einer der erfolgreichsten und schillerndsten Magnaten der Finanzwelt, werde von Freund wie Feind gerne mit einem Primaten verglichen.

einer unvollkommenen Welt zurecht kommt:

1. Du musst die drei grossen Lügen der Subspezies kennen.
2. Wähle deine Freunde mit Bedacht.
3. Achte auf die Frauen.
4. Gib früh. Gib oft. Gib mehr, als du dir leisten kannst.
5. Setze dein Plus-Gesicht auf.
6. Schlage entschlossen und mit überwältigender Kraft zu.
7. Zeige dich liebenswürdig in deinem neuen Status.
8. Die Familie sollte immer an erster Stelle kommen.

9. Baue ein bescheidenes Haus.
10. Halte dir immer einen Fluchtweg offen.»

An dieser Stelle wollen wir auf die zehn Punkte nicht näher eingehen, aber wenigstens die drei grossen Lügen der Subspezies sollen hier erwähnt werden:

«Geld interessiert mich nicht besonders. Macht bedeutet mir nichts. Es ist mir absolut nicht wichtig, andere Leute zu beeindrucken.»

Richard Conniff, Magnaten und Primaten, Über das Imponiergehabe der Reichen, Karl Blessing Verlag, ISBN 3-89677-123-5

Anzeige

**Pilzmischung «Standard»**  
tiefgekühlt  
Karton 2 oder 5 kg  
**5<sup>75</sup>**  
kg DITZLER

**Mozzarella «cuisine»**  
Block ca. 2300 g  
**6<sup>90</sup>**  
kg

**Vorderschinken Zigan**  
Stück zu ca. 1,8 kg  
SCHWEIZER FLEISCH  
VIANDE SUISSE  
**9<sup>80</sup>**  
kg

**Excellency Olivenöl extra vergine**  
**5<sup>95</sup>**  
l

**100 cl  
23% Vol.**  
**19<sup>40</sup>**  
CAMPARI

**alle Sorten**  
**21<sup>90</sup>**  
Pampers

Aktionen gültig vom 18.08. bis 23.08.2003  
Alle Angebote exklusive MwSt

Holen bringt's!

**prodega**  
CASH+CARRY

Mooseedorf • Heimberg • Kriens • Pratteln •  
Dübendorf • Neuendorf • Rotkreuz • Chur •  
Reinach • Biel • Glisiez • Rapperswil •  
Ruschlikon • Crissier • Dietikon • St-Blaise

## PETER EGGENBERGER

## «Kombination von Golf und Wellness»

Die bestklassierten europäischen Berufs-Seniorengolfer bestritten in Bad Ragaz das PGA Seniors Open. Peter Eggenberger ist CEO der Grand Hotels.

## INTERVIEW: KARL JOSEF VERDING

## Was bringt dieses Turnier den Grand Hotels Bad Ragaz?

Wir sind Sponsor und Organisator des Turniers. Unsere Hotels sind dadurch Gastgeber für ausgezeichnete Sportler, hochrangige Sponsoren und namhafte Gäste aus Wirtschaft und Gesellschaft. Der besondere Reiz für Sponsoren und ihre Kunden liegt in der legeren Atmosphäre mit den Seniors: die Spieler gehen auf die Gäste ein, plaudern und geben heisse Tipps auf dem Course und beim Putten. Wir bieten den Gästen neben dem Golf eine Wellness-Infrastruktur, um sich wohl und entspannt zu fühlen. Mit zusätzlichen Banketten – darunter ein gemeinsames von Gästen und Profis –, Essen und Übernachtungen während dieser Woche können wir weitere Leistungen unseres Resort vermarkten.

## Wie ist das Verhältnis zwischen dem Aufwand für Organisation und Sponsoring einerseits und der unmittelbaren, durch das Turnier ausgelösten Wertschöpfung der Grand Hotels andererseits?

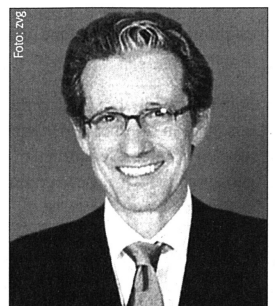
Wir betrachten die Wertschöpfung aus dieser Veranstaltung langfristig. Als zuverlässiger Partner, der auch jeweils für die finanzielle Absicherung garantiert, stehen die Grand Hotels Bad Ragaz für ein äusserst professionelles PGA-Turnier mit einer ausgezeichneten Infrastruktur. Genau dieser Vorteil wirkt sich für uns über das ganze Jahr gesehen positiv aus und überkompensiert den Aufwand, den

wir in kurzer Zeit für die Veranstaltung aufbringen.

Die Qualität der Infrastruktur und die professionelle Pflege des Golfplatzes werden von den Teilnehmern der bisherigen Turniere hervorgehoben. Wie wirkt sich das auf Ihr Gäste-Marketing aus? Welche Bedeutung haben Golf spielende Gäste für die Grand Hotels Bad Ragaz?

Das Event wird dementsprechend im Rahmen unserer sonstigen Vermarktung des Golfplatzes immer wieder erwähnt. Golfgäste haben bei uns im Rahmen der Gäste-Segmentierung einen wichtigen Stellenwert. Bei der Segmentierung in Gesundheits-, Wellness-, Business- und Golf-Gast kommt vor allem während der Sommermonate dem Golfgast eine hohe Bedeutung zu. Idealerweise verbringen diese Gäste, die das Golfspielen lieben, mehrere entspannende Tage bei uns und geniessen die luxuriöse Anlage. Denn die Kombination aus Hotel, Wellness, Gastronomie, Casino, Medical Health Center und Golf in voralpinem Klima findet man in der Art kaum.

Foto: J. B.



Peter Eggenberger.





**HECHTSPEZIALITÄT /**  
Bruno Stanger vom Bieler  
«Beau-Rivage» lanciert den  
Treberhecht, eine neue  
Bielersee-Spezialität. SEITE 14



**BERLIN /** Der Stuttgarter  
Jörg Mink verwirklicht  
traditionell schwäbische  
Küche als Hommage an  
seine Oma Mina. SEITE 17

**Gastronomie  
& Technik**

**hotel+tourismus revue**

## NAHRUNGSMITTEL

# Hero mit Gewinn-einbruch

Der Lebensmittelkonzern Hero hat im ersten Halbjahr 2003 einen markanten Gewinneinbruch verzeichnet. Der Reingewinn fiel um 88,4 Prozent. Wie das Unternehmen mit Sitz in Lenzburg mitteilte, sank der Betriebsgewinn (EBIT) um 43,9 Prozent auf 38,3 Millionen Franken.

Im ersten Halbjahr stieg der Umsatz dank Akquisitionen um 14,5 Prozent auf 711 Millionen Franken. Im Geschäftsbereich Nahrungsmittel stiegen die Verkäufe um 20,8 Prozent, auf 569,7 Millionen Franken, wobei hier die Schwartauer Werke konsolidiert wurden, und sich der Kauf des ägyptischen Konfitüren-Herstellers Vitrac bemerkbar machte. Im Bereich Back- und Dekoartikel sank der Umsatz um 15 Prozent auf 116,3 Millionen Franken. Hero begründet die Umsatzrückgänge mit der negativen Konsumentenstimmung, der diesjährigen kurzen Osterartikel-Verkaufszeit und dem schwachen Dollar.

Gemäss Mitteilung habe sich Hero im schwierigen wirtschaftlichen Umfeld gut behauptet, auf vergleichbarer Basis betrage das Wachstum 2,1 Prozent.

MJP/sda

## KURZ UND BÜNDIG

### Unveränderte Konsumentenstimmung

Gemäss einer Umfrage, die das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) quartalsweise bei rund 1100 Schweizer Haushalten durchführte, verhartete die Konsumentenstimmung im Juli 2003 mit -35 Punkten auf dem vor drei Monaten erreichten niedrigen Stand. Die Haushalte schätzten die Entwicklung in den vergangenen 12 Monaten weniger pessimistisch ein als noch im vergangenen April. Hingegen habe sich nach Einschätzung die finanzielle Lage der Haushalte in den vergangenen Monaten etwas verschlechtert. Doch die Befragten sehen die Lage mit Blick auf die kommenden 12 Monate nach wie vor positiv.

MJP

### Kölner Fachmesse «Anuga Frozen Food»

Im Rahmen der diesjährigen «Anuga», der internationalen Kölner Fachmesse der Lebensmittelwirtschaft, soll auch der Markt für Tiefkühlkost näher beleuchtet werden. Das Wachstum im deutschen Markt für Tiefkühlkost ist offenbar ungebrochen. Gemäss dem Deutschen Tiefkühlinstitut stieg der Gesamtverbrauch ohne Rohgefäuge und Speiseeis auf dem deutschen Markt um knapp drei Prozent auf 2,5 Millionen Tonnen. Vom kommenden 11. bis 15. Oktober werden sich die Messebesuchern in Köln die zehn Fachmessen «Fine Food», «Gourmet», «Chilled Food», «Meat», «Frozen Food», «Dairy», «Bread & Bakery», «Drinks», «CateringTec» sowie «RetailTec» unter der gemeinsamen Dachmarke «Anuga» präsentieren.

MJP

Fotos: Martin J. Petras



**SCHATTIGES PLÄTZCHEN AM ZÜRICHSEE**

Seehotel Sonne in Küsnacht: Das Garten-Selbstbedienungsrestaurant macht rund einen Drittel des gesamten Gastronomie-Umsatzes aus.

## SEEHOTEL KÜSNACHT/ZH

# «Die Hitze kommt uns gelegen»

Das Leben findet zurzeit draussen statt: Die Gluthitze treibt die Schweizer aus ihren eigenen Wänden ans Wasser – oder ins Gartenrestaurant.

MARTIN J. PETRAS

«Die Gäste lieben es, am See und im Schatten der Bäume zu essen», so die «Sonnen»-Gastgeber Catherine Julien und René Grüter. Wohl den Restaurateuren, die bei den herrschenden Temperaturen eine schattige Terrasse für ihre Gäste aufdecken können. Gleich über zwei Terrassen verfügt das direkt am Zürichsee gelegene Seehotel Sonne in Küsnacht: Im 350-plätzigem Selbstbedienungs-Gartenrestaurant werden Grillspezialitäten, Tagespasta, Salatebuffet wie auch Thai-Gerichte aus dem Wok angeboten, und auf der 100-plätzigigen Terrasse des gehobenen Restaurants «Sunnegalerie» wird eine mediterrane Küche serviert. «Dank des konstant schönen

Sommerwetters liegen wir jetzt leicht über dem Vorjahresumsatz», so Grüter. Dabei habe das Jahr nicht unbedingt gut angefangen: «Während der ersten Monate des laufenden Jahres verzeichneten wir einen Umsatzrückgang von rund 10 Prozent.» Und dass die Restaurantbesucher in diesem

Jahr allgemein zurückhaltender und preisbewusster sind, merke man auch im Gartenrestaurant deutlich. Mit einem Gästeaufmarsch von rund tausend Personen an schönen Sommertagen ist das Gartenrestaurant eine wichtige Stütze der vielfältigen «Sonne»-Gastronomie. Und an einem

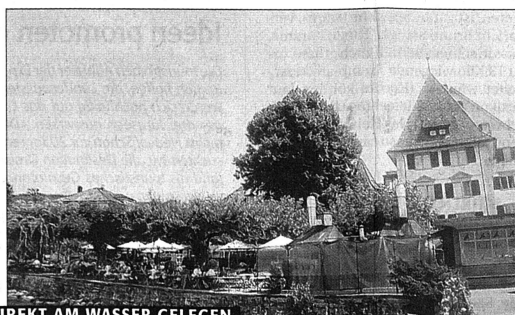
Schönwetter-Wochenende können dort schon mal an die 300 Kilo Pommes frites und 2000 Bratwürste über den Tresen gehen. Die grösste Herausforderung an solchen Tagen sei der richtige Einkauf, lächelt Grüter: «Regen hingegen bedeutet einen Umsatzrückgang von bis zu 70 Prozent.»



«Sonne»-Gastgeber: René Grüter und Catherine Julien.

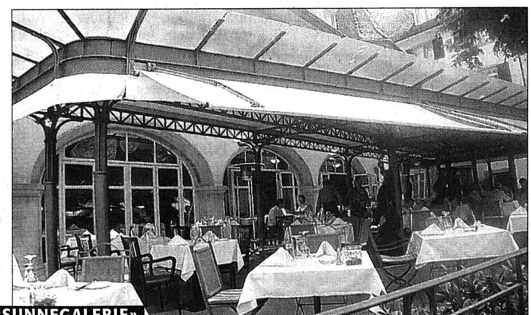
## Seehotel Sonne Küsnacht/Zürich

|                                     |                                                                                |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hotelzimmer:</b>                 | 37 Zimmer und 3 Juniorsuiten.                                                  |
| <b>Gastronomie:</b>                 |                                                                                |
| – Garten                            | 350 Sitzplätze                                                                 |
| – Sunnegalerie                      | Terrasse: 100 Plätze, Innen: 50 Plätze                                         |
| – Gaststuben                        | 60 Sitzplätze (Buurestube, Gaststube, Küsnachterstube)                         |
| – Turmbau                           | 30 Plätze                                                                      |
| <b>Bankett- und Konferenzräume:</b> | Turmsaal (40 Plätze), Festsaal (120), Prunkstube (15) und Guggenbühlstube (15) |
| <b>Anzahl Mitarbeiter:</b>          | 80 im Sommer, 60 im Winter                                                     |
| <b>Jahresbudget:</b>                | 9 Mio. Franken (davon drei Viertel Food & Beverage)                            |



**DIREKT AM WASSER GELEGEN**

Das geschichtsträchtige Seehotel Sonne in der Zürcher Seegemeinde Küsnacht verfügt über 37 Zimmer und 3 Juniorsuiten.



**«SUNNEGALERIE»**

Restaurant «Sunnegalerie» in der «Sonne» Küsnacht: Mediterrane Küche auf 100 Aussen- und 50 Innen-Sitzplätzen.

## Weinlese beginnt früher

**Frankreich.** Am Donnerstag vergangener Woche hat in Frankreichs Weinanbauregion Rivesaltes in den Ostpyrenäen bereits die Weinlese begonnen. Nach Angaben örtlicher Winzer begann die Ernte der Muskateller-Trauben – traditionell die erste Sorte, die gelesen wird – wegen der vielen Sonnenstunden in diesem Sommer eine Woche früher als sonst. Von dem Muscat de Rivesaltes werden jedes Jahr rund 170.000 Hektoliter hergestellt. *DST/sda*

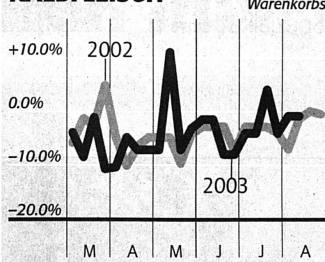
## 3. Platz für Schweizer

**Barkeeper-Wettbewerb.** Am europäischen Finale der Grand Marnier Trophy in Monaco schaffte es der Schweizer Marco Sandionigi von den Bürgenstock Hotels & Resort mit seiner Cocktail-Kreation «Grand Slam» auf den dritten Platz. Als Sieger ging der österreichische Barman Peter Weissnegger hervor. Bedingung für die Teilnahme: Der Drink musste mindestens 2 cl Grand Marnier Cordon Rouge enthalten und durfte aus nicht mehr als fünf Komponenten bestehen. *DST*

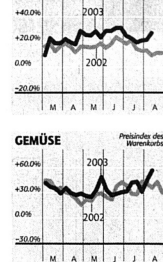


PRODINDEX 11. 8. BIS 16. 8. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

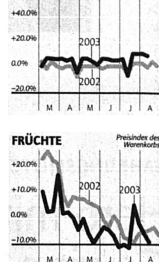
### KALBFLEISCH



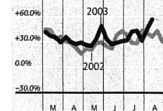
### SCHWEINEFLEISCH



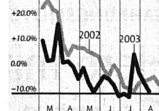
### RINDFLEISCH



### GEMÜSE



### FRÜCHTE



SILVIO RIZZI GESTORBEN

## Gefürchtet und respektiert

«Gastroteurkritiker haben am meisten Feinde, wenn sie jemanden loben. Wird ein Gastronom verrissen, haben sie nur einen Feind. Wenn sie aber einen Gastronom loben, dann werden sie von allen anderen beschimpft und der Bestechlichkeit verdächtigt.» Wie recht doch Ueli Prager mit dieser Aussage hat!

Als Verlagsleiter des schweizerischen «Gault Millau» stand Silvio Rizzi während neun Jahren selbst in der Kritik. Wo immer er Punkte vergebend auftauchte, zitterten die Patrons und schwitzten die Köche. Seine Entscheidungen polarisierten sowohl Chefs als auch Feinschmecker. Die Weisheit, «lieber vom Richtigen kritisiert zu werden als von Falschem gelobt zu werden», wäre wohl in vielen Fällen der beste Ratgeber gewesen.

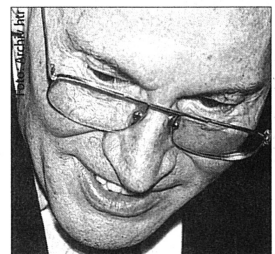
### EHRE PLÄDOYERS ALS URTEILE

Rizzis scharfzüngigen und sprachlich brillanten Kommentare waren neu für die gastronomische Schweiz. Seine Kritiken waren jedoch keine Urteile, sondern eher Plädoyers. Er sah sich auch weniger als Richter, sondern eher als Anwalt von verunsicherten Gourmets und Gourmands. Auch wenn Silvio Rizzi manchmal am liebsten Anwalt und Richter zugleich war: sein Mut zum leidenschaftlichen Urteil, zur klug begründeten, aber manchmal überspitzten ästhetischen Wertung waren richtungsweisend.

Rizzi war sicher einer der einflussreichsten Gastroteurkritiker seiner Zeit. Er war gefürchtet und respektiert. Dieser Tatsache ist er jedoch mit seiner ihm eigenen Nonchalance begegnet. Als Kritiker muss man dies wohl auch können: der Nobelpreisträger Grass duellierte sich seit Jahrzehnten mit seinem Intimfeind, dem Kritiker Marcel Reich-Ranicky.

Und in der schrägen Komödie «Brust oder Keule?» («L'ail ou la cuisse?») lässt der französische Regisseur Claude Zidi den zappeligen Louis de Funès samt Filmsohn Coluche als Gastroteurkritiker manch horribles Abenteuer bestehen.

Kritik darf alles, nur nicht langweilen. Silvio Rizzi war nie langweilig. Silvio Rizzi ist letzte Woche im Alter von 73 Jahren gestorben. *HG*



Silvio Rizzi war mit seinen Gastroteurkritiken richtungsweisend.

KREATIVE KÜCHE

## Ein Newcomer auf der Karte

Bruno und Anne-Marie Stanger, Pächter des Bieler Restaurants Beau-Rivage, lancieren im Spätherbst 2003 den Treberhecht – eine vollkommen neue Bielersee-Spezialität. Der innovative Gastronom will allerdings der traditionellen Treberwurst nicht Konkurrenz machen.

HEDWIG SCHAFER

Die Geranten des «Beau-Rivage» am Bielersee haben eine neue USP (unique selling proposition) kreiert: den Treberhecht. Das Filet dieses fettarmen Fisches wird sorgfältig von allen Gräten befreit und während drei bis vier Minuten schonend im Dampf des Tresters (oder Trebers) des Pinot Noir 2003 aus Schafis gegart. Die Spezialität wird zusammen mit einer fein abgestimmten Weisswein-Rahmsauce auf einem Lauchbett serviert.

### VOLLKOMMENE HARMONIE VON SEE UND REBE

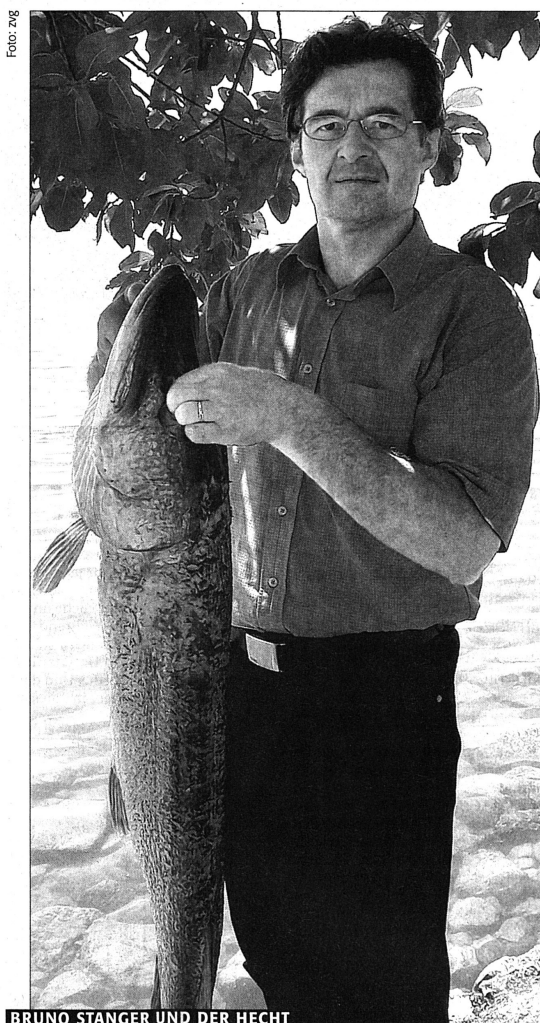
Die herrlichen Düfte des Marc verleihen dem Treberhecht das ganz besondere Aroma. Mit ihm bringen Bruno und Anne-Marie Stanger sowie ihr Spitzenkoch im Einklang mit der Philosophie des Lokals «die vollkommene Harmonie von See und Rebe am Bielersee» auf den Teller. Und für Feinschmecker ist der Treberhecht ein adeliger Verwandter der rustikalen Treberwurst.

Ein berühmtes Sprichwort lautet: «Es gibt nichts Neues unter der Sonne.» Auf die innovative Gaumenfreude der Gaststätte mit der wohl schönsten Terrasse nicht nur in der östlichen Bielerseebucht, sondern rund um den Jurasee, trifft diese Behauptung nur insofern zu, als es die als «Schnapsidee vom Bielersee» apostrophierte, alte Tradition der Treberwurst schon seit 120 Jahren und den Raubfisch mit der kräftigen Bezeichnung vermutlich seit Ende der letzten Eiszeit vor zirka 15.000 Jahren gibt.

Doch den «gedanklichen Hechtsprung», den «Esocidae» von der Pochierpfanne auf den Brennhaufen mit dem Trester (des nach dem Pressen der Trauben entstandenen Abfalls) umzusiedeln, haben – soweit dies bekannt ist – bislang ausser Bruno und Anne-Marie Stanger noch keine anderen Gastronomen gewagt.

### SPEZIELLE TECHNIK ZUM ENTGRÄTEN

Auf die Idee, den Hecht innovativ zu aromatisieren, kamen Stangers freilich nicht wie die Jungfrau zum Kind. Dieser Fisch ist schon lange Stammgast auf ihrer Speisekarte: Im «Beau-Rivage» kommt er bereits seit Jahren in Olivenöl mit Kräutern gebraten, in Butter gegart, pochiert oder frittiert auf den Tisch. «Unser Chefkoch hat für das Entgräten eine spezielle Technik entwickelt, und was wir ser-



BRUNO STANGER UND DER HECHT

Mutig und kreativ: Bruno Stanger hat den gedanklichen «Hechtsprung» gewagt, den Hecht von der Pochierpfanne auf den Trester zu verlegen.

viere, ist garantiert ohne Gräte», verspricht Bruno Stanger. Hinzu komme, dass in seinem Betrieb auch grosse, bis zu 13 Kilo wiegende Exemplare verarbeitet würden. (Hechte können laut Lexikon bis 1,5 Meter lang und 25 Kilo schwer werden.) Das Fleisch von grossen Tieren sei ebenso zart wie das von kleineren.

### JÄHRLICH WERDEN ZWEI TONNEN VERARBEITET

Erste «Testesser» – unter ihnen eine Hochzeitsgesellschaft – haben den Treberhecht bereits in der letztjährigen Saison degustiert und dem Gericht Bestnoten erteilt. Gestützt auf die positiven Erfahrungen, hat für Stanger nun die Stunde der Lancie-

rung geschlagen. Dabei hat er nicht allein die Individualgäste, sondern auch die Organisatoren von Banketten ins Auge gefasst. Beabsichtigt er vielleicht, den ganzen Bielersee leer fischen zu lassen? Dass die Nachfrage das Angebot übertreffen könnte, steht für ihn ausser Frage. «Pro Jahr verarbeiten wir fast zwei Tonnen von Berufs- und Hobbyfischern gelieferten Hecht, und zwar grösstenteils Ware aus dem Bielersee.»

### EGLI UND FELCHEN EIGNEN SICH NICHT

Wenn nötig, sei er selbstverständlich bereit, frische Fische aus dem Neuenburger- und dem Murtensee oder aus anderen Schweizer Seen zu kaufen, so Stanger: Immer vorausgesetzt, dass es sich dabei um erstklassige Qualität handle. Keine Sorgen darüber, dass der Bielersee leer gefischt werden könnte, machen sich auch die professionellen Fischer, fangen sie doch am Jura-Südfuss jährlich rund 800 Hechte aus dem herzförmigen Gewässer.

Die Frage drängt sich auf, was das «Beau-Rivage» sonst noch in seiner Pipeline hat. Hat der Treberhecht-Erfinder auch schon an die Zubereitung von Treberregis oder Treberfelchen gedacht? Nun, die Filets dieser Süswasserfische findet er für das Garen auf dem Trester eine Nummer zu klein. Hinzu komme, dass Treberhecht attraktiver töne und sich sogar als Label eignen würde.

### WURST IST WURST UND HECHT IST HECHT

Könnte sich der Treberhecht somit zu einem ernsthaften Konkurrenten der Treberwurst entwickeln? «Keine Angst», meint der Marketingkenner Stanger: «Die Treberwurst ist ein wahrhaftiges Gericht, das im besonderen Ambiente von Winzern und Gourmets am besten schmeckt.» Der Treberhecht spreche dagegen die Zunft der Feinschmecker an und erfordere als Umfeld ein gepflegtes Restaurant. Hinzu komme, dass der Hecht im Gegensatz zur Wurst nicht billig sei: Für ein Kilo Nettogewicht zahle das «Beau-Rivage» rund 50 Franken.

## Ideen promoten das Dreiseenland

Die touristischen Anbieter der Expo.02-Region hoffen, die Landesausstellung werde sich nachhaltig auf das Gebiet der drei Juraseen auswirken. «Das ist nichts Neues: Schon vor 20 Jahren versuchten wir, die Destination Dreiseenland als touristisches Gesamtangebot zu verkaufen», erklärt Bruno Stanger vom Bieler Restaurant Beau-Rivage. Damals unternahm er mit Touristikern zusammen ausgedehnte Promotionsreisen in Deutschland und Frankreich. Noch stellen jedoch Experten und Profis kaum Anzeichen der von ihnen angestrebten Nachhaltigkeit fest. Doch wer initiativ ist, gibt nicht auf und ent-

wickelt – wie unter anderem Stanger mit dem Treberhecht – im eigenen kleinen «Königreich» attraktive Angebote. «Man darf sich dabei nur nicht verzetteln und muss konsequent die einmal gewählte Linie durchziehen», mahnt Stanger. Anfang der Achtzigerjahre war er Verkaufsleiter bei der Bielersee Schifffahrtsgesellschaft. Gemeinsam mit seiner Frau war er jahrelang Direktor des «Eurotel» in Neuenburg und Pächter des Restaurants Schlossberg in Erlach. Während der Expo.02 betreute er in der Bieler Artepole das Gourmet-Restaurant «Le Turmolac». *HS*



## REGIONALE MARKEN

# Die kulinarische Anti-Globalisierung

In der Ostschweiz haben sich sechzig Gastronomen der Regionalmarke «Culinarium» angeschlossen und verpflichtet, eine Mindestzahl von Getränken, Käsesorten, Desserts und Menus aus regionalen Zutaten anzubieten. Was motiviert sie dazu?

GUIDO BÖHLER

Um die ersten zehn Wirte zur Teilnahme bei der Regionalmarke «Culinarium» zu bewegen, war viel Überzeugungsarbeit nötig. Heute melden sich neue Interessenten spontan an und nehmen Gebühren, Auflagen und Kontrollen in Kauf. Culinarium ist seit der Gründung vor drei Jahren zur grössten Regionalmarke der Schweiz angewachsen, macht intensiv Marketing und verfolgt eine seriöse Linie: Es ist die einzige zertifizierte Regionalmarke der Schweiz und eine der wenigen mit Gastronomie-Beteiligung.

Rund ein Viertel der Teilnehmer sind Gastronomen, die andern Verarbeiter und Händler bis hin zu CCA und Migros Ostschweiz. Auch die Regionalmarke der Zentralschweiz prüft, ob sie das ursprünglich aus Österreich stammende Programm von den St. Gallern in Lizenz übernehmen wird. Interessierte Betriebe erhalten ein Anforderungsprofil und werden nach Voranmeldung unter die Lupe genommen.

### TRITTBRETTFAHRER SIND UNERWÜNSCHT

Der zuständige Culinarium-Auditor Herbert Huber sieht sich «nicht nur als Kontrolleur sondern auch als Berater, obwohl er schwarze Schafe ausschliessen würde». Der ehemalige Gastwirt prüft ein vorgeschlagenes Menü, die Servicekompetenz und Rezepte, Lieferantenlisten, Speisekarten sowie das Hygienekonzept.

Culinarium will das Gästevertrauen verbessern und die regionale Wirtschaft sowie Innovation fördern. «Die-se Ziele werden tatsächlich erreicht», so Huber. «Aber beim Umsatz darf der

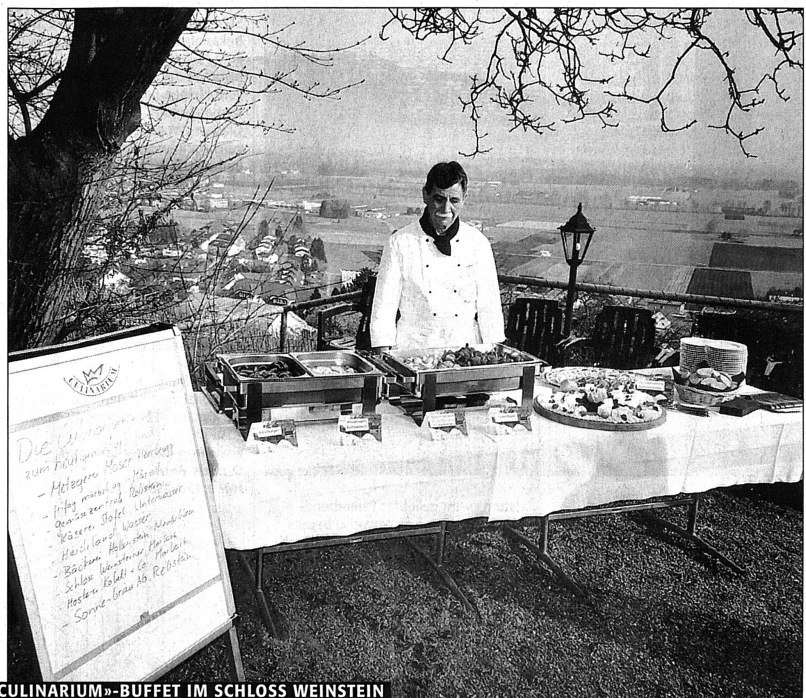
Gastwirt keine grossen Sprünge erwarten. Doch auch die Nachteile halten sich in Grenzen: Heikel wird es erst, wenn die Küche verwechselbare Zutaten gleichzeitig lagert wie Poulet aus China und der Ostschweiz. Oder wenn das Personal häufig wechselt, steigt der Schulungsaufwand. Und im Winter, wenn die Auswahl regionaler Zutaten schrumpft, ist Kreativität gefragt.» Beim Fleisch ist die Rückverfolgbarkeit besonders wichtig, aber viele Gastronomen verlangen importierte Edelstücke, weil sie preisgünstig und qualitätskonstant sind. Doch Willi Götzl, Toggenburger Culinarium-Metzger wehrt sich: «Auch beim regionalen Fleisch stellt der Metzger die gewünschte Qualität und Menge bereit, wenn er rechtzeitig planen kann».

### STERNEBETRIEBE SIND SCHWER ZU MOTIVIEREN

Ein «Culi»-Menu muss zu mindestens 50 Prozent aus Zutaten von Programm-Teilnehmern oder anerkannten Produzenten der Region bestehen, «effektiv erreichen die meisten über 70 Prozent» weiss Huber. Das Reglement verlangt möglichst hohe Anteile, akzeptiert aber auswärtige Frites oder Reis als kleine Beilage. «Unlogisch wäre aber Steak mit Chiantisaucen», so Huber, «aus Wein der Region könnte man etwas Gleichwertiges zubereiten.» Für Touristen attraktiv sind Ostschweizer Spezialitäten wie Birnen-Schlotzfladen, Toggenburger Weidekalb, Alp-schwein, preisgekrönte Käsesorten und der Rheintaler AOC-Ribelmaais. Schwieriger wird es mit Convenience aus der Region: die käufliche Auswahl ist limitiert.

«Sowohl traditionelle Beizen wie gehobene Restaurants sind willkommen», so Huber, «weniger jedoch elitäre Lokale, und unerwünscht sind Trittbrettfahrer. Ein Teilnehmer muss sich engagieren». Einige Sternebetriebe sind schwer zu motivieren: Judith Sourvinos von der «Post» in Ebnat-Kappel hat abgesagt, und Vreni Giger vom «Jägerhof» in St. Gallen beteiligt sich bereits am bio-orientierten und ebenfalls zertifizierten WWF-Label «Goût Mieux». Immerhin: Gault-Millau-, Guide-bleu- und Gildenbetriebe sind bei Culinarium dabei.

Foto: Guido Böhler



«CULINARIUM»-BUFFET IM SCHLOSS WEINSTEIN

Kein passiver Widerstand bei Herkunftsdeklarationen herrscht in Culinarium-Betrieben, sondern eine ebenso offene wie aktive Gästeinformation.

Anzeige

## Dank Kontrollen glaubwürdig

Das Regionalmarken-Programm «Culinarium Ostschweiz» ([www.culinarium-net.ch](http://www.culinarium-net.ch)) will die Wertschöpfung der Region verbessern, den Absatz regionaler Produkte sowie Spezialitäten und dadurch den Tourismus fördern. Und vor allem will es nach Skandalen bei Produkten des globalen Handels das Gästevertrauen zurückgewinnen.

Wie gut das Konzept bei den Gästen ankommt, war Thema einer Umfrage, die derzeit ausgewertet wird. Das Gütesiegel mit dem Krönchen verspricht, dass die Produkte in der Region erzeugt und verarbeitet wurden

den sowie rückverfolgbar sind. Laut Richard Schnyder von der Berner Firma ProCert, welche die Culinarium-Teilnehmer auditiert, erhält «der Gast dank der Produkt-Zertifizierung die Garantie, dass Deklarationen und Aussagen wirklich stimmen». Derzeit beteiligen sich 227 Betriebe bei Culinarium, von industriellen bis zu einem Bio-Vegi-Pasta-Hersteller, Tendenz steigend. Die Branchen sind gleichmässig vertreten abgesehen von den unterrepräsentierten Bäckereien. Die «Region» ist grosszügig definiert und reicht von Schaffhausen bis Davos. GB

## Meinungen von Gastronomen

Marcel Senn vom «Rössli» in Werdenberg bietet täglich acht Culinarium-Gerichte à la carte an. Nur im preisgünstigen Tagesmenü sei die regionale Herkunft nicht immer garantierbar, folglich deklariert er es nicht als «Culinarium». Senn ist überzeugt, dass das Programm die Servicequalität verbessert und den Umsatz fördert. Er räumt aber ein, dass man in schwierigen Zeiten kaum eine Steigerung erwarten darf. Alfred Herzog vom «Schloss Weinstein» in Marbach bietet derzeit elf Culinarium-Gerichte an, manchmal als Tagesmenü und immer à la carte und als Wochenspezialität. «Die Gäste interessieren sich für Culinarium und

loben vor allem die regionale Herkunft des Fleisches», so Herzog. Er ist überzeugt, dass Culinarium mit den kurzen Transportwegen dem Trend entspricht. Den Aufwand empfindet er als tragbar. Peter Schmitz vom «Frohssinn» in Oberbüren ist einer der Initianten von Culinarium. Er offeriert sechs bis sieben Culinarium-Menüs als Tagesmenü, à la carte und Sommerspezialität. Er nennt seine Lieferanten auf der Karte oder mündlich mit Namen und ist überzeugt, dass die Gäste solche Ehrlichkeit schätzen. «Culinarium hilft, die Glaubwürdigkeit und Professionalität zu verbessern und spricht einige zusätzliche Gäste an», so Schmitz. GB

# Übernehmerseminar

NEU: Eidg. anerkannt



NACHDIPLOMSTUDIUM  
HOTELMANAGEMENT HF  
(UNTERNEHMERSEMINAR)

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

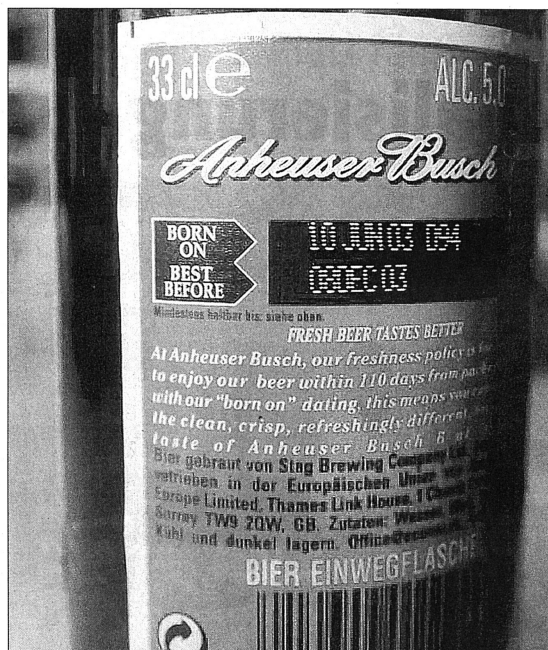
Kursbeginn 2003: 15. Oktober 2003  
Kursbeginn 2004: 20. Oktober 2004

Weitere Infos und Seminar-Dokumentation:

hotelleriesuisse, Weiterbildung  
Peter B. Grossholz oder Pia Kienle  
Telefon 031 370 41 11  
[www.swiss-hotels.ch](http://www.swiss-hotels.ch)

hotellerie  
suisse

hotelfachschule thun  
soul, passion & system



## Anheuser Busch «B» – Think fresh!

Achten Sie nicht auch stets darauf, beim Einkaufen möglichst frische Produkte zu bekommen? Sei es Gemüse, Fisch, Fleisch oder Milchprodukte: Der erste Blick gilt der äusseren Erscheinung, der zweite dem Verfallsdatum. Erst wenn diese beiden Komponenten Ihre persönliche Qualitätsprüfung bestanden haben, entscheiden Sie sich zum Kauf. Warum sollten Sie sich bei einem Bier anders entscheiden? Anheuser Busch «B» ist das weltweit einzige Premium-Bier mit Frische-Garantie. Unsere Konkurrenz begnügt sich mit der Bekanntgabe des Verfalls-

datums – Ihr geliebtes Feierabendbier ist somit möglicherweise bereits monatelang gelagert. Anheuser Busch «B», gebraut bei der Londoner Stag Brewery, ist höchstens 14 Tage später in die Schweiz ausgeliefert und steht unmittelbar danach im Kühlschrank Ihrer Lieblingsbar. Das «born on date» auf der Flaschenrückseite legt Ihnen sofort offen, wie kurz dieser Zeitraum war. Der Qualitätsunterschied ist nicht nur für den ausgesprochenen Bierliebhaber deutlich spürbar.

**Econet AG**  
Generalimporteur  
Telefon 01 822 16 66  
Fax 01 822 16 75  
office@econet.ch

## TMP Switzerland – zeitlose Originale

Innovative Ideen und bestechendes Design. Schlichte Eleganz für die sprichwörtliche Schweizerische Ordnungsliebe. Jeder kennt ihn – aber die wenigsten seinen Namen. Der drahtige Schweizer ist zweifelslos der grosse Star unter den Accessoires und das bekannteste Produkt der TMP-Schweizerland-Kollektion. Der Paper Collector sammelt das Altpapier formschön – vom kleinen Formular bis zur Überformat-Zeitung. Der 1989 von Will Glaeser (Wogg) entworfene Korb aus verchromtem Stahlrohr eroberte den europäischen Markt in kurzer Zeit. Fast ein bisschen im Schatten dieses Stars stehen die anderen Originale aus der TMP Switzerland Kollektion; z.B. der Flaschenhalter Portavino von Hans Hilfiker (Schöpfer der Schweizer Bahnhofsuhr) oder der Karaffentrockner für Weingeisesserinnen und -geniesser. Neustes Mitglied der TMP-Schweizerland-Familie ist Flip Flap, der erste klappbare Flaschenträger aus Draht für bis zu 6 Flaschen.

Thomas Merlo und sein Team zeigen die Kollektion mit den Neuheiten an der Ornaris in Bern, vom 17. bis 20. August.

[www.tmp-switzerland.com](http://www.tmp-switzerland.com)

Ornaris Bern

Halle 120/Stand A.34



## Wenn die Luft im Restaurant krank macht ...

Dieses Problem hat praktisch jeder Wirt und jede Wirtin mit ihrem Personal. Auch die Gäste werden in dieser Beziehung immer kritischer. Türen und Fenster öffnen nützt praktisch nichts, alle atmen die rauch- und bazillengeschwängerte Luft ein. Mit kontrollierter Lüftung und Klimatisierung ist es in

jedem Lokal möglich, die Luft sauber zu halten. Durch das Integrieren stützender Kanäle oder Lüftungsrohre in passenden Farben, wird das Ambiente in keiner Weise gestört und jedermann fühlt sich wohl.

Die Firma Inter Tech Energie AG in Obfelden hat sich darauf spezialisiert, in bestehenden Hotels und Restaurationsbetrieben die Lüftung und Klimatisierung auf den heute geforderten Standard zu bringen.

**Tech Energie AG**  
Telefon 043 322 70 30

## Kernöle aus der Teutoburger Ölmühle

Die Teutoburger Ölmühle GmbH & Co. KG produziert hochwertigste kaltgepresste Raps-Kernöle in einem energieautarken Verfahren aus geschälter Saat unter Nutzung der abgetrennten Schalen als regenerativem Energieträger. Die Entwicklungsarbeiten zur Pressung geschälter Raps-Saaten erfolgen unter Beteiligung des geschäftsführenden Gesellschafters Dr. Michael Rass an der Universität Essen. Das Bio-Produkt

Raps-Kernöl «Organic» wurde bereits mehrfach für seine aussergewöhnlichen Qualitäten prämiert. Erst vor kurzem (November 2002) verlieh «Ökotest» dem Raps-Kernöl «Organic» das Prädikat «sehr gut». Das in kontrollierter Kaltpressung und ohne Raffination hergestellte Raps-Kernöl ist eine echte Innovation. Einzigartig ist es deshalb, weil der Raps vor der Pressung geschält und damit eine chemische Raffination des Öls überflüssig wird.

**Knoll Naturproduktehandel GmbH**  
Tallackerstr. 14, 8274 Tägerwilen  
Telefon 071 669 23 01  
[www.teutoburger-oelmuehle.ch](http://www.teutoburger-oelmuehle.ch)

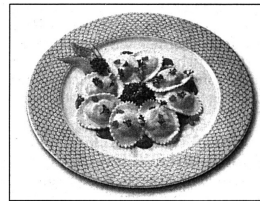
## Buitoni – Rondello chasseur

Noch sind die Blätter an den Bäumen grün und die Temperaturen sommerlich warm, doch hinter den Kulissen laufen die Vorbereitungen für den Herbst-einstieg und die Wildsaison schon auf Hochtouren.

Bereits Mitte August kommt die erste saisonale Herbstspezialität von Buitoni auf den Schweizer Markt. Das Rondello Chasseur mit einer würzigen Rehfleisch-Preiselbeer-Füllung. Dieses Produkt lässt sich hervorragend mit den klassischen Beilagen aus der Wildküche kombinieren und bietet eine wirkliche Alternative für Gäste, die weniger Gefallen an Wildpfeffer finden. Durch die kurze Zubereitungszeit von ca.

3 Minuten empfiehlt es sich auch besonders als Vorspeise in einem Wildmenu. Das Rondello Chasseur ist in der Einheit von 3 x 1500 g erhältlich und wird nur während den Herbstmonaten im Angebot sein.

**Nestlé Food Services**  
9401 Rorschach  
Hotline 071 844 85 30



Sie profitieren von Super-Sparangeboten. Und gewinnen mit etwas Glück ein smart city-coupé!

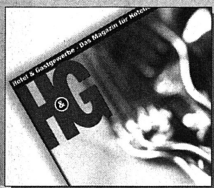
## Grosser Lese- & Fahr-Spass



### 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) |

Studenten und Lehrlinge erhalten 50% Rabatt (bitte Ausweiskopie belegen)! Preise inkl. Versandkosten und MwSt. Auslandspreise auf Anfrage.

## 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:  
hotellerieuisse, Abo Service,  
Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern

Dann nehmen Sie automatisch an der Verlosung eines smart city-coupés à pure im Wert von Fr. 13'490.- teil!

Sie können uns auch anrufen (031 370 42 22) oder ein E-Mail senden (abo@swissshotels.ch).



Hier abtrennen ✂

Vorname:

Name:

Firma:

Funktion:

Strasse/Nr.:

PLZ/Ort:

Telefon tagsüber:

E-Mail:

☐ Ich nehme nur an der Verlosung teil.



## Zollkontingent für Zuchttrinder versteigert

**Gebotspreisverfahren.** Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) hat das Zollkontingent für Zuchttrinder versteigert. Der durchschnittliche Steigerungspreis beträgt 480 Franken. Das im Juni 2003 gestützt auf die Tierzuchtverordnung ausgeschrieben Teilzollkontingent umfasst 400 Tiere. Der Versteigerungserlös zu Gunsten der Bundeskasse beträgt rund 192 000 Franken. **DST**

## Fachmesse für Neuheiten und Trends

**Ormaris Bern.** Vom 17. bis 20. August findet in den Hallen der BEA Bern expo die Ormaris – eine Fachmesse für Neuheiten und Trends statt. Auf einer Nettostandfläche von 18 500 Quadratmetern präsentieren 600 Aussteller ihre Produkte, unter anderem zu den Themen Tisch, Küche, Floristik, Spiel und Hobby. **DST**

www.ornaris.ch

## Immobilien effizienter verwerten

**Expo Real 2003.** Vom 6. bis zum 8. Oktober 2003 findet in München die Expo Real, 6. Internationale Fachmesse für Gewerbe-Immobilien statt. Die Veranstaltung zeigt die gesamte immobilienwirtschaftliche Wertschöpfungskette und versteht sich als «Arbeitsmesse», bei der die Kommunikation zwischen Anbietern und Nutzern von Gewerbe-Immobilien im Mittelpunkt steht. **DST**

## Weltmesse für Getränke und Liquid Food

**Drinktec München.** Vom 12. bis 17. September 2005 findet auf dem Gelände der Neuen Messe München die nächste Drinktec statt. Die Weltmesse für Getränke- und Liquid-Food-Technologie wird ihr Angebotsspektrum im Bereich PET erheblich erweitern. Zur letzten Drinktec im Jahr 2001 kamen 1288 Aussteller aus 48 Ländern und rund 70 000 Besucher aus 127 Ländern. **DST**

## Feier des Geschmacks

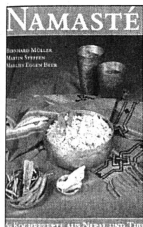
**Gourmesse 2003.** Vom 12. bis 15. September 2003 findet im Kongresshaus Zürich die neunte Austragung der Gourmesse statt. An der diesjährigen Geniessermesse präsentieren 130 Aussteller mehrere tausend Delikatessen zum Essen, Trinken und Schmauchen. Die dreitägige Messe wartet mit einer Reihe von Prominenten auf: Peter Reber, Kurt Aeschbacher, Duri Bezzola, Mascha Santschi, Dieter Meier, Sepp Trütsch, Suzanne Klee, Matthias Winkler, Maria Walliser.

Sie werben jeweils mit einem prominenten Koch in der Showküche. Zur diesjährigen Gourmesse gehören auch die Internationale Spirituosen-Fachmesse der Schweiz «Inter Spirit» sowie die Schweizer Cocktail-Meisterschaften der Swiss Barkeeper Union SBU, bei der die Schweizer Teilnehmer an der Barkeeper-WM in Las Vegas gekürt werden. 84 Olivenöle stehen zur freien Blinddegustation, am Schluss steht die Vergabe des «Olio»-Publikumsfavoriten 2003. **DST**

## LESEBAR

### Namasté – Rezepte aus Nepal und Tibet

Die Autoren überraschen all jene, die sich von Düften, Farben und kulinarischen Exkursionen begeistern lassen. Bernhard Müller, langjähriger Experte für Tibet, China und Indien sowie Mit-



autor, hat ein Team in den Himalaja begleitet. In Hotels, Restaurants, privaten Haushalten und Nomadenzelten wurde besprochen, gekocht, geliebt, notiert und fotografiert. Ausgewählt wurden 69 Rezepte. In der Hotelfachschule Thun wurden diese nachgekocht, rezeptiert und verfeinert. Die meisten Grundnahrungsmittel sind uns aus der europäischen Küche bekannt und vertraut. Die Vielfalt der Gemüse, verbunden mit den speziellen Gewürzen, bringt eine bisher wenig bekannte Note in unseren Alltag. Das geistige Oberhaupt der Tibeter – Seine Heiligkeit der Dalai Lama – drückt im Vorwort seine Begeisterung für dieses verbindende Werk aus. Auch die Könige von Nepal und Mustang freuen sich, ihre Länder Europa näher vorzustellen. **DST**

145 Seiten, ISBN 3-9521532-9-5, 24,80 Franken, Weber AG Verlag, Thun/Gwatt

### Hans Haas – Kulinarische Skizzen

Einer, dem private Genusslebnisse besonders am Herzen liegen, hat sein zweites Buch veröffentlicht: Hans Haas, Sternekoch des bekannten Münchner Restaurants Tantris. Mit «Kulinarische Skizzen» beschreibt er.



Bücherneuland. Er selbst spricht nicht von einem Kochbuch, sondern von einer gedruckten Einladung an Freunde, das Leben genussvoller zu gestalten. Entstanden ist ein sehr privater Blick in die Zeichenmappe des Künstlers und eine persönliche Einladung, Kochgeheimnisse des Virtuosen Haas zu erfahren – mit kurzen Rezepten, die mühelos ohne exakte Mengen- oder Zeitangaben funktionieren. Es handelt sich um ein optisches Vergnügen mit Tipps und Tricks und mit eigenen, liebevoll ausgeführten Illustrationen und Zeichnungen. **DST**

128 Seiten, ISBN 3-930614-06-5, 22 Euro, Food Promotion GmbH, München

## KONZEPT AUS DEUTSCHLAND

# Die Schwaben erobern Berlin

In Berlin zieht ein Stuttgarter Gastronom «samt Grossmutter» ein: Jörg Mink verwirklicht traditionell schwäbische Küche als Hommage an seine Oma Mina. Fünf weitere Unternehmer aus Stuttgart vertreiben über diese Partnerschaft in der Bundeshauptstadt Produkte.

Foto: zvg



### MINK UND SEINE PARTNER

Jörg Mink (mit Pfanne) und seine Partner (hinten, von links) Gert Aldinger, Ernst Dautel, Wolfgang Treiber und Hans-Peter Wöhrwag sowie Martina Hunzelmann (unten links) sind in Berlin mit einem kompletten schwäbischen Angebot präsent.

### MARIA PÜTZ-WILLEMS

Jörg Mink, Jahrgang 1960, ist seit 20 Jahren selbstständig und betreibt seit 1998 sein eigenes «Gasthaus zur Linde» in Stuttgart-Möhringen. Nach einigen beruflichen Ausflügen hat ihn die Heimat wieder zurückgelockt: Denn er glaubt, dass «der einzige Dauertrend die Tradition» ist. Alles «Hippe» werde immer schneller vergänglich, Wohnstube-Charakter und Gemütlichkeit behalte jedoch noch immer seine Wertigkeit. Heimelig gehts deshalb auch bei «Oma Mina» in Berlin zu: Nostalgische Kronleuchter, antiques Mobiliar und Bilder erinnern an die «guten alten Zeiten».

### MIT DEM KÜHL-LKW NACH BERLIN

Das Ende Juni eröffnete neue Restaurant «Oma Mina» serviert an Berlins Potsdamer Platz nur altschwäbische Gerichte – original aus Grossmutter Rezeptbuch. Auf der Karte stehen die legendärsten Leispeisen aus dem Schwabenlände: von Hand zubereitete schwäbische Maultaschen auf Riesling-Sahne-Sauerkraut mit Salat, Maultaschen auf Ochsenschwanzragout oder der klassische Zwiebelrostbraten mit Salat und Spätzle.

Rund 80 Rezepte aus Omas und Uromas Küche hat Mink ohne Zusätze wiederbelebt, nur mit Kräutern verfeinert und dem heutigen Geschmack angepasst. Verwendet werden nur gesunde und hausgemachte Grundprodukte, «was den Aufwand des Kochens erhöht», erläutert der Chef. Gekocht bzw. vorgekocht werden drei Viertel der Speisen in Minks zentraler Produktionsküche in Stuttgart-Möhringen. Zweimal wöchentlich bringt ein Kühl-Lkw die Speisen nach Berlin – schockgefroren und/oder vakuiert. Jörg Mink und zwei weitere Köche verantworten die Produktion, in Berlins Restaurant «Oma Mina» agieren ein Koch und eine Assistentin.

### PARTNERSCHAFT MIT ANDEREN SCHWABEN

Mink ist Profi und zückt deshalb auch – abseits jeder Emotion und Vision – den Bleistift. Vor allem die Preise rechnet er mit spitzen Stift. Deshalb erhielt Minks «Gasthaus zur Linde» in Stuttgart für sein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis vom roten Michelin-Führer den «Bib Gourmand». Auch die «Linde» wird künftig die neuen «Oma-Mina»-Produkte anbieten.

Genauso strategisch hat er seine Partnerschaft mit anderen schwäbischen Traditionsunternehmern begonnen. Diese Firmen sind aus-

nahmslos seit Generationen in Familienbesitz. Dazu gehören die drei Spitzenwinzer Gert Aldinger, Ernst Dautel und Hans-Peter Wöhrwag, die Röst-

rei Hochland Kaffee Hunzelmann und die Spezialitäten-Bäckerei Treiber. Die Produkte, die diese Firmen für «Oma Mina» kreiert haben, werden auch nur für dieses Konzept verwendet. Ausnahme ist der «Oma-Mina-Brut»-Sekt, der in klassischer Flaschengärung hergestellt wird und auch an die übrigen Winzer-Kunden verkauft werden darf.

### KANZLERAMT VON DEN MAULTASCHEN BEGEISTERT

Auf die Idee, am Potsdamer Platz schwäbische Spezialitäten zu verkaufen, kam Mink durch seine Koch-Event-Aktivitäten für die baden-württembergische Landesvertretung und das Kanzleramt in Berlin. «Jedes Mal musste ich mit einem Koffer voller Maultaschen anreisen», erzählt Mink. In der deutschen Hauptstadt leben rund eine Viertel Million Baden-Württemberger, davon allein rund um den Potsdamer Platz etwa 15 000.

Internet-Adressen: www.oma-mina.de; www.hochland-kaffee-tee.de; www.baeckerei-treiber.de; www.weingut-aldinger.de; www.weingut-dautel.de; www.weingut-woehrwag.de

## Facts and Figures zu «Oma Mina»

**Oma Mina:** Neues Restaurant mit 40 Sitzplätzen plus 50 im Aussenbereich am Potsdamer Platz in Berlin. Eröffnet 30. Juni 2003.

**Betreiber:** Jörg Mink, Stuttgarter Gastronom.

**Konzept:** Schwäbische Spezialitäten exklusiv für die Bundeshauptstadt. Partnerschaft mit fünf weiteren schwäbischen Unternehmern.

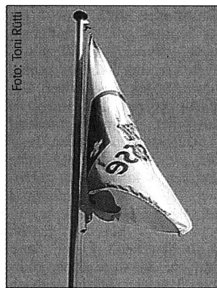
**Jörg Mink:** Ausbildung zum Koch im Stuttgarter «Hofbräu-Keller», ab 1979 Aufbau eines Party-Service für das Schlossrestaurant «Zur Schwaige» in München-Nymphenburg. Danach Küchenchef im Feinschmecker-Restaurant «Hirsch Weinstuben» in Stuttgart-Möhringen, für das Mink 1981 einen Michelin-Stern erlachte. Seit 1984 selbstständig. Erstes Restaurant in

Renning, später führte er elf Jahre lang den «Schwarzen Adler» in Leonberg-Ellingen. Seit 1998 Inhaber vom «Gasthaus zur Linde» in Stuttgart-Möhringen.

**Minks Partner:** Drei Winzer (Gert Aldinger, Ernst Dautel, Hans-Peter Wöhrwag), mit denen der fruchtig-spritzig Sekt «Oma Mina Brut» produziert wird. Die Rösterei Hochland Kaffee Hunzelmann produziert für «Oma Mina» Espresso und traditionellen Kaffee, den die Gäste auch im 250-Gramm-Päckchen mitnehmen können. Die Spezialitäten-Bäckerei Treiber liefert u.a. den «Rahm-Deia», eine Art Salzucken, den die Landfrauen schon vor rund 100 Jahren gebacken haben, ferner Ofenschlupfer (Auflauf aus Äpfeln und Brötchen) oder Gugelhupf. **MAP**

## Ein Sammlerobjekt?

**Fahndiebe.** Die Hotelfachschule Thun beklagt den Diebstahl einer farbkneuen «hotellerie-suisse»-Fahne. Auf eine Strafanzeige wird verzichtet. Die Täterschaft war offenbar wäherlich, liess sie doch die anderen Fahnen – eine Berner und eine Schweizer Flagge – hängen. Wo die «hotellerie-suisse»-Fahne heute im Winde weht, weiss niemand. Unterdessen hängt vor der HF Thun wieder eine «hotellerie-suisse»-Fahne, diebstahlsicher mit einem Schloss versehen. **TRU**



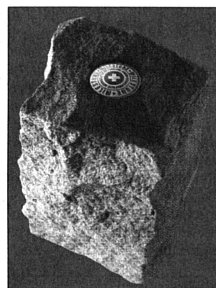
## Hotelrabatt für Hitzegeplagte

**Deutschland.** Mehrere deutsche Hotels bieten Bewohnern heisser Stadtwohungen vergünstigte Zimmer mit Klimaanlage an. «Es soll eine Art Nachbarschaftshilfe sein», sagt Sabine Schwarzer, Sprecherin der Hotelkette Steigenberger in Frankfurt. Die Preise liegen bis zu 30 Prozent unter dem regulären Angebot. Die Gäste müssen in einer Umgebung von 30 Kilometer des jeweiligen Hotels wohnen, wie die Austria Presse Agentur meldet. **TRU**

## Tourismuspriest 2003

**Milestone 2003.** Am kommenden 18. August (Poststempel) läuft die verlängerte Eingabefrist für Milestone-Bewerbungen nun definitiv ab. Bis Redaktionsschluss sind insgesamt 50 Projekte und mehrere Empfehlungen für ein herausragendes Lebenswerk eingereicht worden. Am 28. Oktober findet im Hotel Bellevue Palace Bern die feierliche Preisverleihung statt. **PK**

Bewerbungsformular erhältlich bei [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch) oder Redaktion htr, Telefon 031 370 42 16.



## ZITAT DER WOCHE

**«In blauen Sitzungszimmern bekommen die Menschen kalte Füsse.»**

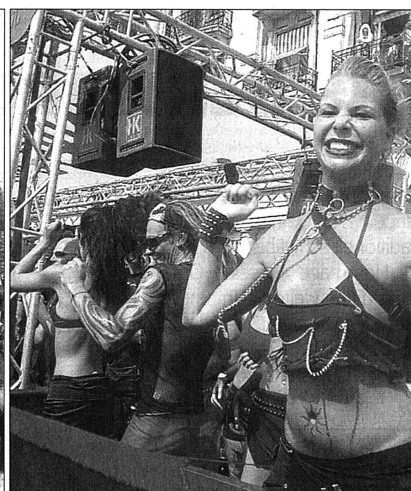
Erich Chiavi, Raum- und Farbphysiologe. *Siehe Seite 6*

## IST ZÜRICH

## Diplomfeier

An der Internationalen Schule für Touristik (IST) in Zürich sind nach dem berufsbegleitenden Lehrgang TB 0102 folgende Tourismusfachleute diplomiert worden:

Michèle Artho, Zürich; Yvonne Bähler, Schaffhausen; Cornelia Diener, Zürich; Sonja Susanne Freihofer, Neftenbach; Karin Hausmann, Männedorf; Corinne Kägi, Cham; Corinne Kaufmann, Kindhausen; Astrid Keller, Zürich; Alexandra Martin, Reinach; Angela Severina Maurer, Gossau; Lennart Monnier, Zürich; Jeannine Oberholzer, Seegraben; Jasmin Ott, Winterthur; Joëlle Richa, Baar; Barbara Rüede, Aarau; Claudia Schönenberger, Rütli; Anne-Marie Strecken, Zürich; Josiane Thomas, Fällanden; Sandra Vazquez, Basel; Andrea Weber, Allschwil; Nicole Weber, Birmensdorf; Annette Wittwer, Zürich; Gaby Wolf, Regensdorf; Annemarie Zaugg, Zürich. **TRU**



Die 12. Zürcher «Streetparade» war die heisseste. Unter glühender Sonne und bei tropischen Temperaturen von bis zu 37 Grad fand am letzten Samstag die zwölfte Ausgabe der «Streetparade» statt. 25 «Love Mobiles» starteten zur 2,4 Kilometer langen «Streetparade»-Route ums Zürcher Seebecken. Die Organisatoren der «grössten und schönsten Techno-Parade der Welt» schätzten die diesjährige Besucherzahl auf 900 000 Personen. **MJP**

## H&G 06/2003

## Von guten Manieren



Sichere Umgangsformen und gute Manieren sind gefragt denn je. Edelhotels und Luxusrestaurants freut die Entwicklung, obwohl die Gastgeber ihre Kundschaft nicht in eine Benimm-Zwangsjacke stecken wollen. «Auf der Basis einer guten Erziehung sollte sich jeder Gast frei entfalten dürfen», sagt der bekannte deutsche Fernsehkoche Johann Lafer.

Weitere Themen in der neusten H&G-Ausgabe: Golf-Handicap: Einfach und doch schwierig. – Wellness: Nicht für alle nur gesund. – Front Office: Die wesentlichste Schnittstelle zum Markt. – Szenelokale in Traditionshotels: Die altherwürdigen Damen der internationalen Hotellerie werden trendy. Auch in der Schweiz. **FRI**

Eine Gratisprobenummer oder ein Kennenlern-Abo erhalten Sie unter Telefon 031 370 42 22 oder per E-Mail: [info@swiss-hotels.ch](mailto:info@swiss-hotels.ch)

## SAMNAUN TOURISMUS

## Ein Samichlaus in Badeschuhen

Nein, der Samichlaus hat sich nicht im Monat geirrt. Er bringt ja auch Eis statt Nuss und Mandarinen. Und zwar im Auftrag von Samnaun Tourismus.

### CHRISTINE KÜNZLER

Was macht ein Samichlaus in voller Montur und mit Badeschuhen bei 34 Grad? Werbung für die Samnauner «ClauWau Santa Claus World Championship». «Die Leute waren überrascht, in der brütenden Hitze auf einen Samichlaus zu treffen», erzählt Daniela Heis von Samnaun Tourismus. «Die Passanten wollten viele Informationen und waren rundum begeistert.» Rund 200 Glacén hat der Samichlaus bei seinem Zürcher-Besuch verschickt. Es ist das erste Mal, dass Samnaun den Samichlaus im Hochsommer auf die Strasse schickt. «Die letzten beiden Jahre waren wir im Herbst auf Promotionsreise», sagt Tourismusdirektorin Alexandra Walliser. **CK**

Foto: zsg



### SAMICHLAUS VERTEILT GLACE

Samnaun Tourismus hat den Samichlaus nach Zürich geschickt. Er wirbt für die «ClauWau Santa Claus World Championship», die Weltmeisterschaft der Nikolausse.

## PEOPLE

**Tanja Oetiker** (24) wird beim Kur- und Verkehrsverein St. Moritz Leiterin des Bereichs Gästeberatung (Information und Reservation). Sie übernimmt die Stelle von **Thomas Kirchhofer**, der Kurdirektor von Pontresina wird. Tanja Oetiker hat an der Academia Engiadina die Handelsmittelschule und die Berufsmatura absolviert. Bevor sie nach St. Moritz kam, leitete sie das Sekretariat des Instituts für Tourismus und Landschaft, Samedan. Erfahrungen mit Gästen sammelte sie als Receptionistin im Tessin. **TRU**

Der deutsche Urlaubsforscher **Heinz Rico Scherrieb** (55) wird neuer Leiter des Instituts Tourismus und Freizeit an der HTW Chur. Derzeit ist der promovierte Jurist und Betriebswirtschaftler Geschäftsführer der EWC, Erlebniswelten Consulting, Wien/Innsbruck. Scherrieb unterrichtete unter anderem an der Universität St. Gallen und an den Fachhochschulen von Worms, Heilbronn, Würzburg, Fulda und Ravensburg. «Die Schweiz muss die Berge neu inszenieren, um aus dem touristischen Abwärtstrend herauszukommen», sagt Scherrieb. **TRU**

**Urs Abgottspon** (32) heisst der Projektleiter der Qualitätskampagne «Ferienlebnis Zermatt». Der diplomierte Marketingplaner wird zusammen mit seinem Team eine Vorgehensstrategie entwickeln und Massnahmen zur Qualitätssteigerung vor Ort erarbeiten, wie es in der Publikation «Zermatt Inside» heisst. **TRU**

**Thorsten Ries** (37) ist seit August 2003 Generaldirektor des «Ritz-Carlton, Sharm El Sheikh» auf der Sinai-Halbinsel in Ägypten. Seit dem Frühjahr 2002 hatte er als Hotel Manager des



«Ritz-Carlton, Doha» in Katar dessen Hotel-Operations überwacht. Bevor er nach Doha ging, war er als Director of Sales and Marketing für die deutschen Häuser der amerikanischen Luxus-hotelgruppe tätig. Als er 1999 zu Ritz-Carlton kam, hatte er zu den Eröffnungen der Four Seasons Hotels in Toronto und Berlin beigetragen. **KJV**

## IMPRESSUM

### htr hotel+tourismus revue

Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Gegründet 1892

**Herausgeber:**  
Schweizer Hotel-Verein  
Monbijoustrasse 130  
Postfach  
3001 Bern

**Leitung Medien:**  
Christian Hodler

**Redaktion:**  
Chefredaktor: Marietta Dedual (MD)  
Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH)

**Hotellerie und Tourismus:** Christine Künzler (CK), Toni Rütli (TRU), Sonja Stalder (SST), Dr. Karl Josef Verding (KJV)

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

**Cahier français:** Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM)

**Milestone:** Dr. Peter Köhler (PK)

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

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

**Korrektur:** Paul Le Grand

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

**Verlag:**

**Verlagsleitung:** Iris Strebel  
**Abonnemente:** Nadine Blum, Anna-Lisa Casaldi  
**Stellenservice:** Matthias Beyerle, Andreas Jakob, Marc Moser  
**Geschäftsstellen:** Iris Strebel (Verkaufslaufleistung a.), Roger Stemmer, Brigitte Weber  
**Innendienst:** Patrick Stalder

**Druck:**

Büchler Grafico AG, Druckzentrum Bern

**Auflage:** 11'209 Ex. WEMF-bezugsfähig 2002

**Verkaufspris:** (inkl. MwSt)

Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–

ISSN: 1424-0440

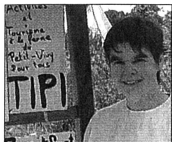
**Offizielles Organ für:**

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

**Kontakte:**

**Adresse:**  
Monbijoustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern  
**Redaktion:** (Leserbriefe, People, usw.)  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 24,  
E-Mail: [info@swiss-hotels.ch](mailto:info@swiss-hotels.ch)  
**Abonnemente:**  
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: [abo@swiss-hotels.ch](mailto:abo@swiss-hotels.ch)  
**Stellenservice:**  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: [marc.moser@swiss-hotels.ch](mailto:marc.moser@swiss-hotels.ch)  
**Geschäftsstellen:**  
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: [patrick.stalder@swiss-hotels.ch](mailto:patrick.stalder@swiss-hotels.ch)  
**Internet:** [www.swiss-hotels.ch](http://www.swiss-hotels.ch)  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.





**FRIBOURG** / La ferme du Petit-Viv, exemplaire au niveau de l'agritourisme, entend collaborer avec les hôteliers. **PAGE 2**



**VINS CALIFORNIENS** / Les Américains élaborent des vins de grande qualité dans des infrastructures très modernes. **PAGE 5**

**Cahier français**

**hotel+tourismus revue**

**COMMENTAIRE**

**«L'heure presse»**

LAURENT MISSBAUER

«Au niveau touristique, les principaux arguments en faveur d'une candidature valaisanne aux JO de 2014 sont la formidable augmentation de la notoriété de la ville organisatrice, le renforcement du management de la destination et l'accélération du processus de rénovation des hôtels et des remontées mécaniques.» Tels sont quelques-uns des arguments que Jérémie Robyr, le président de Valais Tourisme, mettra en avant le 29 août afin d'inciter le Conseil d'Etat valaisan



à se pencher sur le lancement d'une candidature pour les JO de 2014. En attendant cette échéance du 29 août, force est de constater que l'heure presse et qu'une hypothétique candidature du Vieux-Pays possède actuellement un certain retard sur d'autres candidatures telles que Zurich ou Annecy. Cette dernière, par exemple, dispose déjà d'une association particulièrement active si l'on en juge par son site Internet\*. Dans ce dernier, on peut notamment lire les quelques lignes suivantes: «Février 2014. Devant les caméras du monde entier, les XXIIes JO d'hiver s'ouvrent à Annecy. Un village olympique, un stade sont sortis de terre. Des dizaines d'hôtels ont été aménagés dans le département. Par les aéroports et gares ferroviaires flamboyants neufs, par de nouvelles autoroutes, le monde entier afflue à Annecy...» Il s'agit là assurément de belles perspectives. Celles-ci pourraient cependant tomber à l'eau au cas où Paris décrocherait en 2005 les Jeux d'été de 2012. Annecy serait en effet contraint de retirer sa candidature et les Valaisans se retrouveraient avec un adversaire de moins. «Et, à ce moment-là, la Suisse devrait bénéficier de la prochaine échéance des championnats d'Europe de football de 2008 qu'elle organise avec l'Autriche pour démontrer qu'elle est parfaitement capable d'organiser de grandes manifestations sportives», indique Eddy Peter, le directeur de Sion Tourisme, fermement convaincu que Sion aurait toutes ses chances pour 2014. C'est dire si la prochaine séance du 29 août entre le Conseil d'Etat et les pontes du tourisme valaisan est attendue avec impatience.

\*www.olympiques-nous.com

**JEUX OLYMPIQUES D'HIVER DE 2014**

# L'idée d'une candidature valaisanne sera évoquée le 29 août à Sion

L'attribution, le 2 juillet, des JO de 2010 à Vancouver plutôt qu'à Salzbourg, n'a pas manqué de réjouir les responsables de Valais Tourisme. Ces derniers évoqueront l'idée d'une candidature valaisanne aux JO de 2014 avec le Conseil d'Etat valaisan le 29 août.

■ LAURENT MISSBAUER

Parler de disciplines sportives hivernales en pleine canicule estivale pourrait paraître incongru. Or, il n'en est rien. L'attribution, le 2 juillet dernier, des Jeux olympiques d'hiver de 2010 aux Canadiens de Vancouver plutôt qu'aux Autrichiens de Salzbourg, a conforté les professionnels valaisans du tourisme qui, l'année passée, avaient écrit au Conseil d'Etat du Valais une lettre dans laquelle ils lui demandaient «de prendre officiellement note de la décision des milieux touristiques de lancer une candidature valaisanne aux Jeux olympiques d'hiver de 2014» (cf. l'hotel + tourismus revue du 26 septembre 2002).

## LA CHANCE NOUS SOURIRA POUR LES JEUX DE 2014

Signée aussi bien par Jérémie Robyr, Urs Zenhäusern et Yvan Aymon, respectivement président, directeur et directeur-adjoint de Valais Tourisme, que par Eddy Peter, Walter Loser et Enrique Caballero, respectivement directeurs de Sion Tourisme, de Crans-Montana Tourisme et de Chablais Tourisme, cette lettre relevait notamment que «les vrais professionnels du tourisme sont conscients du potentiel économique, social et environnemental que génère l'organisation d'un événement aussi marquant et veulent croire que la chance sourira au Valais pour les Jeux olympiques d'hiver de 2014.»

La chance, pour l'instant, semble être du côté d'une candidature européenne, qu'elle émane de Sion, d'Annecy ou de Zurich (lire ci-contre). Jérémie Robyr, le président de Valais Tourisme, en est certain: «Les JO de 2010 se dérouleront en Amérique du Nord, ils reviendront à coup sûr en Europe en 2014 et nous ne manquerons pas de le relever lors de notre rencontre avec le Conseil d'Etat valaisan.» Celle-ci aura

Photo: Laurent Missbauer



«LE VALAIS, CANDIDAT TOUT DÉSIGNÉ»  
Après Sion 2002 et Sion 2006, mais également après Berne 2010, le Valais devrait également avoir son mot à dire pour 2014. Notre journal s'en était d'ailleurs fait l'écho dans son édition du 26 septembre 2002. Zurich 2014 serait aussi sur les rangs.

lieu à Sion le 29 août. «Elle a avant tout été agendée afin de discuter de la politique touristique du canton, mais nous ne manquerons pas d'évoquer l'idée d'une candidature valaisanne pour les JO de 2014. Nous l'évoquerons d'autant plus volontiers que notre lettre de l'année passée avait été accueillie po-

sitivement par le conseiller d'Etat Jean-René Fournier», note Urs Zenhäusern, le directeur de Valais Tourisme.

Walter Loser, directeur de Crans-Montana Tourisme, voit lui aussi d'un bon œil l'idée d'une nouvelle candidature valaisanne: «Nos chances méritent d'être évaluées et les délégués du

CIO ont une dette envers nous. Il y a quatre ans, Sion 2006 s'était en effet fait piéger par l'affaire Marc Hodler.» Même constat auprès du directeur de Sion Tourisme Eddy Peter, un des initiateurs de la candidature de Sion 2002: «Seul le Valais est en mesure d'organiser des JO en Suisse.»

## Après Berne 2010, Martin Hodler tente le coup avec Zurich 2014

Si l'idée d'une candidature valaisanne pour les Jeux olympiques d'hiver de 2010 ne tient pour l'instant que dans une lettre envoyée l'année passée par les milieux touristiques du canton et dans un point de l'ordre du jour de la prochaine rencontre du 29 août entre le Conseil d'Etat du Valais et une délégation touristique composée de Jérémie Robyr, Urs Zenhäusern, Marcel Perren, Yvan Aymon et Herbert Volken, tous cinq de Valais Tourisme, ainsi que de François Sepey, le chef du service de promotion touristique et écono-

mique du canton du Valais, l'idée d'une candidature zurichoise pour les JO de 2014 semble être plus avancée. Elle dispose déjà d'un logo (à droite sur notre photo ci-dessus) et d'informations très détaillées sur Internet: [www.svsm-stadortmarketing.ch](http://www.svsm-stadortmarketing.ch).

Le projet de candidature de Zurich 2014 a été dévoilé le 5 juin et il compte, parmi ses responsables, Martin Hodler, un des initiateurs de la candidature de Berne 2010, candidature qui n'avait pas survécu le 22 septembre dernier au refus de 78% de la population bernoise

invitée à se prononcer sur l'octroi de deux crédits portant sur un total de 22,5 millions. Contrairement à ce que certains ont pu initialement penser, la candidature de Zurich 2014 prévoit d'organiser ses compétitions de ski non pas à Davos, dans les Grisons, mais à Hoch-Ybrig, dans le canton de Schwytz. On relèvera encore que le nom d'Edith Strub, l'ancienne directrice de l'Office du tourisme de Zurich, figure dans l'organigramme de Zurich 2014. **LM**

\* cliquer sur «Aktuelles», puis sur Zurich 2014

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

**vanBaerle**

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vaisselle Cuisine Textile Engers Ambiance

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

**hoteljob**

**LE SPECIALISTE DU PLACEMENT**

hotellerie suisse

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

**Micros Fidelio**

Hôtel Royal Plaza, Montreux

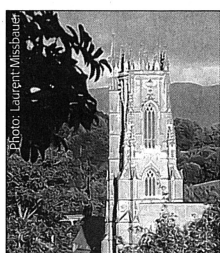
Produits Micros-Fidelio  
Check-In Data 021 632 91 00.  
Chez eux chez les meilleurs.

**CHECK IN DATA**

## Visiter la ville de Fribourg autrement

**Pays de Fribourg.** La ville de Fribourg présente la particularité de se laisser visiter de multiples façons. En 2002, 173 tours de ville guidés ont été organisés par Fribourg Tourisme pour 4241 participants à pied, en car et en petit train.

Ce dernier a transporté quelque 9800 visiteurs dans les méandres de la vieille-ville de Fribourg. En outre, le Mouvement des Aînés a fait découvrir la cité des Zaehringen de façon quasi individuelle au cours de 55 tours qui ont réuni 280 per-



Une visite très appréciée: la tour de la cathédrale de Fribourg.

sonnes. Un nouveau «Guide du visiteur» a d'ailleurs été édité cette année.

Toutefois, c'est incontestablement la tour de la Cathédrale St-Nicolas qui suscite le plus d'étonnement. Du mois de juin à celui d'octobre, Fribourg Tourisme, qui gère la montée des 368 marches afin que les touristes profitent d'une vue à couper le souffle au sommet de la cathédrale, a recensé près de 7000 personnes qui se sont ainsi élevées dans le ciel... JS

## Bientôt Vinea

**Valais.** Rendez-vous des amateurs de vin, Vinea a lieu le premier week-end de septembre à Sierre. Cette année, la dixième édition se tiendra donc les 6 et 7 septembre. Dès 10 h et jusqu'à 18 h (17 h le dimanche), 120 producteurs de vins valaisans feront goûter leurs nectars, à l'avenue du Général-Guisan. Pour la première fois, le Tessin et ses merlots seront de la partie. Les dégustations de prestige auront lieu au Château Mercier. Le programme complet figure sur le site Internet suivant: [www.vinea.ch](http://www.vinea.ch). PT

## M. Chaplin à Gruyères

**Pays de Fribourg.** Dans la localité de Gruyères, la splendide demeure historique, qui est connue sous le nom de «maison bourgeoise» et qui appartenait depuis peu au groupe «Restaurant le Chalet de Gruyères SA», a été vendue tout récemment à Michael Chaplin, un des fils du célèbre acteur Charlie Chaplin.

La famille Chaplin, à Corsier-sur-Vecvey, s'apprête en effet à quitter le Manoir de Ban, où a résidé longtemps toute la famille et qui sera transformé

en musée Chaplin. De son vivant, Charlie Chaplin s'était rendu à diverses reprises, en famille, dans la cité comtale de Gruyères.

La beauté des lieux et l'accueil de la population n'ont pas été étrangers au choix de Michael Chaplin, acteur et auteur, et de son épouse Patricia, artiste-peintre, à qui l'on prête l'idée d'ouvrir un atelier dans l'ancienne école de la cité, à côté du Musée Giger. D'autres célébrités pourraient suivre leurs traces... JS

### TOURISME RURAL

## Sainte-Croix, européenne

Du 27 au 29 août prochains, Sainte-Croix sera très européenne. La station du Jura vaudois accueillera, conjointement avec sa voisine française des Fourgs, l'Université d'été du tourisme rural, organisée depuis treize ans par «Source», l'organisation faîtière française du domaine.

«Chaque année, nous faisons un appel d'offres pour cette manifestation tournante. Il se trouve que la candidature conjointe des Fourgs, en France, et de Sainte-Croix, en Suisse, s'inscrivait parfaitement à notre esprit d'ouverture», précise Cécile Surville, en charge de l'organisation pour le compte de «Source», le Centre national français de ressources du tourisme en espace rural.

Thème de cette treizième édition: «Activités du tourisme rural et formation: un pari pour les territoires et les destinations», avec pour séminaires et rencontres spécifiques: la formation au tourisme rural, l'offre de formation en France et en Europe, les points de blocages et la prise en compte des évolutions dans les dispositifs existants, l'adéquation entre formation et besoins des acteurs, etc. Un programme qui réunira près de 300 personnes, dont environ un quart en provenance de Suisse.

### DES VISITES SUR LE TERRAIN, EN SUISSE ET EN FRANCE

Outre les séminaires et tables rondes prévus le mercredi 27 août le vendredi 29 août, pour tous les participants, la journée du jeudi, le 28 août, sera consacrée à des visites sur le terrain avec, notamment pour la Suisse, l'étude des phénomènes «Aventure sur la paille» et «Swing Golf à la ferme» et, côté français «La route du Comté», les parcours aventure et les savoir-faire régionaux, avec un passage au Musée du fer de Vallorbe (VD). Organisée chaque année depuis 1991 par «Source», l'Université d'été est à ce jour, en France et en Europe, la seule rencontre régulière de tous les réseaux du tourisme rural. Ses participants se recrutent parmi les élus, les responsables touristiques, les enseignants et les prestataires de services touristiques.

Pour les participants, il s'agit tout à la fois d'enrichir la réflexion sur une problématique spécifique du développement touristique et de favoriser la rencontre et l'échange entre des partenaires qui n'ont pas nécessairement l'occasion de travailler ensemble habituellement. L'association «Source», quant à elle, se pose comme le centre de compétences du genre pour la France et les francophones. Basée près de Clermont-Ferrand, elle permet à tous les acteurs du tourisme rural un accès rapide à l'ensemble des informations disponibles en la matière, essentiellement via un site Web fort documenté: [www.source.asso.fr](http://www.source.asso.fr). JJE

### TOURISME ET AGRICULTURE

## Deux mondes faits pour s'entendre

La saison d'été bat son plein et la moisson s'annonce excellente pour l'hébergement au vert. On en veut pour preuve l'exemple de la ferme polyvalente du Petit-Vivry (FR) où le tourisme et l'agriculture semblent être deux mondes faits pour s'entendre sous le signe de l'accueil.

JOSÉ SEYDOUX

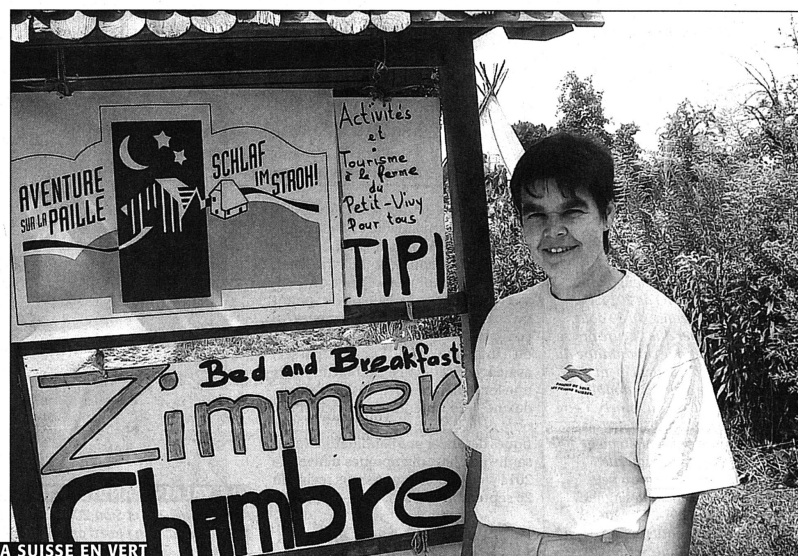
«Proches de vous. Les paysans suisses...» les affiches qui parsèment les villes et le slogan sur le T-shirt arboré par notre hôte du jour montrent que la campagne est... en campagne. Nous sommes ici en espace rural, au Petit-Vivry, dans le canton de Fribourg, une ferme d'accueil modèle en matière de tourisme vert, qui plus est implantée à Barberêche, la commune du conseiller fédéral Joseph Deiss, notre «ministre du tourisme»...

Nous sommes surtout chez Elsbeth Aeberhard qui, avec son mari Béat et toute sa famille, exploite une entreprise agricole de moyenne importance: 21 hectares de surface utile, 5 hectares de forêt, 22 vaches, un contingent de 130 000 kg de lait... et toute une activité dans l'agritourisme. Le domaine de madame, exemplaire à plus d'un titre comme l'atteste l'obtention, en 1998, du Prix mondial pour la créativité des femmes en milieu rural (lire ci-dessous).

### UNE FERME POLYVALENTE ET ACCUEILLANTE

Toutes les activités répondant à la définition du tourisme en milieu rural sont déployées à la ferme du Petit-Vivry: logement en chambres (9 lits), aventure sur la paille (deux fois 15 places), tipis (25 matelas), école à la ferme (destinée aux enfants du niveau primaire et axée de façon didactique sur les activités agricoles, le jardin potager et certaines préparations culinaires), les petits déjeuners, repas de midi et du soir, goûters, apéros, brunches, repas de fête et d'entreprise, les visites de ferme, la connaissance des produits du terroir... On répond ici à une tendance grandissante en faveur

Photo: José Seydoux



LA SUISSE EN VERT

La tendance est au développement d'un hébergement alternatif, comme l'illustre le tourisme rural tel qu'il est proposé à la ferme fribourgeoise du Petit-Vivry, le domaine d'accueil d'Elsbeth Aeberhard qui entend collaborer avec les hôteliers.

de séjours et d'expériences dans la nature et pétris d'authenticité, obéissant à des critères d'accueil, de qualité et de convivialité.

Certes, s'il est évident qu'avec une génération de retard l'agriculture suisse joue la carte du tourisme rural, par souci de diversification agricole, celles et ceux qui en assument la charge ne sont pas motivés par des seuls critères économiques. «L'idée de pouvoir partager notre amour des choses de la terre et des animaux nous a séduits, vu le besoin des gens de se ressourcer à la campagne pour retrouver leurs racines», explique la maîtresse des lieux.

«Ces activités nous donnent le sentiment d'être utiles et renforcent notre conviction de nous battre pour l'avenir de notre agriculture, de notre région, de nos produits», affirme Elsbeth Aeberhard. Mais qui sont ses hôtes? Leur nombre et leur diversité témoignent de l'importance de la demande: au printemps, des écoles et des groupes; en juillet et août, des individuels et des

familles, qui réservent très tard, quelques jours, voire quelques heures avant; en septembre et octobre, les deux types de clientèle. Si la majorité des adeptes du tourisme rural provient de Suisse, le nombre de Français, d'Allemands et d'Autrichiens est en progression et cette forme de tourisme recouvre l'ensemble de l'échelle sociale, de l'ouvrier aux professions libérales, en passant par les agriculteurs!

### UN MÉTIER TOURISTIQUE À PART ENTÈRE

Si le B.A.-BA du tourisme rural reste une bonne organisation, les exploitants agricoles se lançant dans cette activité participent aujourd'hui à la grande chaîne du tourisme avec les qualités humaines, les connaissances professionnelles... et une patente d'établissement parahôtelier ad hoc («Patente 1») dans le canton de Fribourg. Malheureusement, l'offre n'arrive pas à répondre à toute la demande et les projets de développe-

ment se heurtent aux tracés administratifs: «Les lois ne sont pas encore assez favorables au tourisme rural et il faut enjamber de nombreux obstacles avec force et persévérance», regrette notre interlocutrice, en faisant allusion à un certain article 40 de la loi sur l'aménagement du territoire.

Petit à petit, l'offre intègre les catalogues de produits touristiques. Au Petit-Vivry, des organisations de vacances actives font du canoë sur le lac de Schiffenen, avec logement à la ferme, et d'autres agences de voyages commencent à jouer ce type de carte. «Les produits du terroir et le tourisme à la ferme représentent un énorme travail éducatif et social que les paysans et paysannes de ce pays offrent à notre société stressée, «fast-foodisée» et anonyme», conclut Elsbeth Aeberhard. Elle n'y gagne que son salaire... mais le privilège de pouvoir travailler chez elle au contact et au service des autres.

### Collaborer avec les hôteliers

«Nous aimerions beaucoup développer une réelle collaboration avec les hôteliers, car nous savons que leur clientèle serait très heureuse de prendre un repas dans une ferme, déguster des produits du terroir et se détendre au vert, ce serait un plus pour eux», annonce Elsbeth Aeberhard, bien décidée à les convaincre, elle qui prépare tous ses repas exclusivement à l'aide des produits du cru et accueille ses hôtes en français, allemand, italien et anglais. JS

## L'agritourisme est bien souvent une affaire de femmes

La quarantaine jeune, souriante et déterminée, Elsbeth Aeberhard a été la première Suissesse à obtenir, en 1998, le Prix mondial pour la créativité en milieu rural. Cette distinction est attribuée chaque année aux femmes manifestant une créativité et un engagement exceptionnels dans la recherche d'une meilleure qualité de vie en milieu rural. C'était aussi la première fois qu'elle était décernée à une personne ayant œuvré en faveur du tourisme rural.

La maîtresse de maison du Petit-Vivry souligne le rôle primordial de la vulgarisation agricole qui a largement contribué au développement de son activité d'accueil. A cet égard, après Evelynne Gabriel, une pionnière, Monique Bücher et Irène Lüthi, de l'Institut agricole de Grangeneuve (FR), ont favorisé l'heureuse orientation de cette fille d'agriculteurs titulaire de la maîtrise fédérale de paysanne.

Actuellement, une jeune stagiaire alsacienne, Virginie Flück, y parfait sa

formation, au terme d'un BTS (Brevet technique supérieur) de deux ans de «service en espace rural», option «animatrice en milieu rural avec les enfants», et qui va se lancer dans une exploitation vigneronne avec gîte rural. La preuve que la France a beaucoup d'avance en matière de formation professionnelle dans ce domaine... et que l'agritourisme est, en toute logique, un métier où la sensibilité et l'hospitalité féminines peuvent pleinement s'exprimer. JS



## La CGN sollicite un nouveau crédit

**Vaud.** La Compagnie générale de Navigation (CGN) a, selon un plan avalisé par des commissions des cantons concernés (Vaud, Valais et Genève), sollicité une somme de 40 millions de francs pour le réaménagement de ses anciens bateaux à vapeur, l'achat de deux nouveaux bateaux et la réfection de son chantier naval à Lausanne-Ouchy.

Au mois d'octobre, ce sera le Grand Conseil valaisain qui, le premier, devra se prononcer sur un crédit de 2,5 millions,

alors que les législatifs vaudois et genevois devront, quant à eux, se prononcer sur des sommes de 26,2 et 10,3 millions de francs.

Construits avant la Première Guerre mondiale, plus précisément entre 1907 et 1914, les vapeurs historiques le «Savoie», l'«Italie» et le «Vévey» pourraient être concernés par les rénovations à raison d'une dizaine de millions de francs chacun. Déjà rénové à grands frais, le «Montreux» devrait servir de cadre de référence.

Pour le reste, les investissements, que la CGN estime indispensables à son fonctionnement, concernent l'acquisition de deux nouveaux bâtiments de 200 places, qui complèteraient la flotte commerciale, ainsi que le réaménagement du chantier naval de Lausanne-Ouchy, à Bellivue.

Après le canton du Valais, au mois d'octobre, les législatifs vaudois et genevois auront également à se prononcer sur les crédits concernés, sans que des dates aient déjà été fixées. JJE

## Une «Maison vigneronne»

**Genève.** L'Etat de Genève qui avait déjà débouqué un crédit d'étude en 2001, devrait se prononcer cette année encore sur le projet de «Maison vigneronne» à Lully. Dévisé à 3 millions de francs, le bâtiment occuperait un terrain attribué par legs en 1971, en même temps que des vignes. Sur six hectares, sur le coteau de Bernex, l'Etat de Genève dispose ainsi d'un vignoble, mais pas de cave digne de ce nom. Première vendange encavée: en 2005. PT

## Ras-le-bol à Champéry

**Valais.** Malgré trois ans de négociations entre la commune, Télé-Champéry et Pro Natura Valais, le dialogue n'a pas abouti. La dernière nommée a en effet déposé un nouveau recours en juillet. Le litige porte sur l'autorisation de construire deux nouveaux télésièges en remplacement de quatre anciennes installations.

Malgré les compensations écologiques, l'épreuve de force est systématique», a regretté Raymond Monay, le directeur de Télé-Champéry qui a déjà

engagé plus de trois millions de francs dans le projet.

Du côté de Pro Natura Valais, c'est la protection d'une zone de bas-marais d'importance nationale qu'on met en avant de même que le fait que la justification économique ne peut se faire qu'avec l'intensification du ski et de l'enneigement artificiel dans un secteur orienté au sud.

Les deux parties ont annoncé leur volonté de poursuivre le débat jusqu'au Tribunal fédéral. JJE

UVRIER (VS)

## Un parcours atypique

Plus de créativité chez les hôteliers: c'est ce que voudraient stimuler, par leur exemple, les responsables de l'Hôtel des Vignes à Uvrier (VS).

D'emblée il le précise: sa femme et lui sont des hôteliers un peu particuliers. En 1991, Pierre et Christiane Menegale décident de quitter, l'enseignement du sport pour l'un, le secrétariat pour l'autre, pour se lancer dans la construction et l'exploitation d'un hôtel quatre étoiles, à Uvrier, près de Sion, l'Hôtel des Vignes. Ils s'embarquent dans une aventure passionnante, fatigante, stimulante... «Ce qui est nouveau cette année, constate Chris-



Pierre et Christiane Menegale veulent faire preuve de créativité.

tiane Menegale, c'est la clientèle de vacanciers». L'hôtel des Vignes accueille surtout des hommes d'affaire, des petits séminaires, des gens de passage. «Les cyclistes, les marcheurs: c'est une clientèle idéale car ils profitent de l'hôtel». Pierre et Christiane Menegale ont, dès le début, souhaité que leur établissement soit un lieu de repos, mais aussi de rencontre, pas seulement une chambre pour dormir.

Critiques, ils le sont autant qu'à leurs débuts. «Je trouve que dans les écoles hôtelières, on ne développe pas assez l'imagination, la créativité. Personnellement je préfère laisser plus de place à l'instinct», avoue Pierre Menegale. L'Hôtel des Vignes engage surtout des gens de la région, souvent sans diplôme dans la branche, mais ayant un sens de l'accueil très développé, «surtout les mères de famille», note Christiane Menegale. «J'ai l'impression que l'hôtellerie a supprimé le service pour le remplacer par des équipements. Mais ça ne remplace pas la chaleur humaine», déclare Pierre Menegale. Ils trouvent un peu absurde les règlements qu'on leur impose, comme le quota d'employés en fonction du nombre de lits. «C'est un peu comme un carnet scolaire: on a des branches obligatoires...» Les démarches pour la qualité sont comprises comme une mode, alors que ce devrait être le bon sens qui fait l'excellence. DEM

KARLHEINZ LUKEY

## «L'hôtelier doit absolument retrouver son âme d'aubergiste!»

Directeur à Montreux de l'Hôtel Eurotel-Riviera depuis 1968, Karlheinz Lukey quittera le monde de l'hôtellerie à la fin de cette année. Il le quittera avec un regard pour le moins très critique sur les modes et sur les méthodes actuelles de l'hôtellerie.

INTERVIEW: JEAN-JACQUES ETHENOZ

■ L'hôtel va-t-il vous manquer?

Oui, l'hôtel va me manquer. C'est une telle habitude de rencontrer du monde. Que ce soit le client, le fournisseur ou l'employé. Songez, cinq des huit cadres de l'Eurotel Riviera sont là depuis 1976. Il en va de même pour une grande partie du personnel d'étage. Et, en trente ans, je dois avoir publié moins de dix annonces de recherche de personnel. On ne quitte dès lors pas ce monde sans émotion.

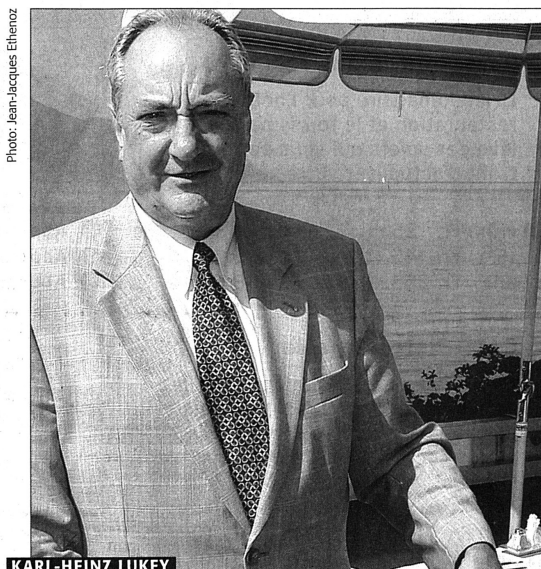
### «L'hôtellerie ne peut pas s'accommoder des lois de l'industrie.»

■ Comment expliquez-vous cette stabilité?

Lorsque j'étais apprenti, nous logions à onze dans une soupenne. Je me disais alors «quand tu auras quelque chose à dire, tu respecteras ton personnel, tu le nourriras, l'hébergeras convenablement et l'écouteras». C'est ce que j'ai toujours respecté. Au point que parfois on m'a traité de «gauchiste». Et cette stabilité a été à la source de nos succès pendant toutes ces années. Je ne préjugerai pas de 2003 mais, depuis la création de l'Eurotel, à chaque exercice les actionnaires (l'établissement est en mains d'une centaine de copropriétaires qui n'ont pas droit de séjour) ont touché un dividende et nous avons toujours alimenté un fonds de rénovation qui nous a permis de rénover 153 chambres en cinq ans. Pour ne parler que de l'an dernier, par exemple, nous avons changé les 712 fenêtres de l'hôtel, sans avoir recours aux banques.

■ Et l'accueil des clients?

C'est primordial. L'accueil, c'est une voix, un visage, des yeux, des individus qui donnent, d'autres qui viennent pour recevoir ou pour retrouver une ambiance, même trois ans après une dernière visite. Ici, chacun se sent concerné, au point qu'il y a des cadres qui sont aujourd'hui dans la copropriété. Malheureusement, aujourd'hui,



KARL-HEINZ LUKEY

«Depuis les années septante, je dois avoir été l'un des hôteliers de la région qui a le plus voyagé pour rencontrer les tours-opérateurs et vendre l'hôtel sur les foires.»

d'hui, on parle de l'accueil comme d'une industrie. Le tourisme devient une industrie, l'hôtellerie est devenue une industrie et l'hôtelier est devenu un gestionnaire. Or il doit rester un artisan, un aubergiste.

■ Mais le métier a évolué, non?

Bien sûr! Ce n'est cependant pas une raison pour ramener l'hôtelier au seul rôle de gestionnaire, à qui on ne parle que de lois, de règlements, de textes, d'autorisations, de papiers. On en revient à l'industrie: l'hôtellerie ne peut pas s'accommoder des lois et règlements de l'industrie. L'exemple le plus flagrant en est le nouveau règle-

ment sur le travail de nuit. Il amènera certains établissements à fermer à 22 heures 30. Or qu'y a-t-il de moins accueillant qu'une porte fermée?

■ L'industrie a apporté les labels...

Effectivement, un autre exemple est la mode des labels. Les hôteliers ont un système de classification très performant et très exigeant, pourquoi avoir un label de qualité qui ne dit rien aux clients? Un guide, ça doit être simple, c'est fait pour le touriste, pas pour la satisfaction des dirigeants du tourisme et des hôteliers. J'ai aussi constaté que, de plus en plus, la politique contrôle le tourisme. Pas seule-

ment la politique politicienne mais aussi la politique d'entreprise. Aujourd'hui, pour les directeurs d'office de tourisme ou d'hôtels, on détermine un cahier des charges, avec 70% d'administration et de gestion, et on fixe des objectifs à un ou deux ans. S'il ne les tient pas, on le prie d'aller voir ailleurs. Il n'y a plus de long terme possible.

■ Comment avez-vous vécu l'entrée du marketing dans l'hôtellerie?

Depuis les années septante, je dois avoir été l'un des hôteliers de la région qui a le plus voyagé pour rencontrer les tours-opérateurs et vendre l'hôtel sur les foires. Cela a été mon marketing, mon système de vente. Il ne sert à rien d'envoyer chez un client potentiel une assistante marketing qui n'a, en définitive, aucun pouvoir de décision et qui ne ramène que des «contacts». Ce que l'hôtelier veut, ce sont des nuitées et ce sont ses décisions qui peuvent en amener. L'Office du tourisme du canton de Vaud, par exemple, fait un formidable travail de promotion mais derrière, il faut des «décrocheurs de contrats». C'est ce qui fait vivre un hôtel.

### «Pourquoi avoir un label de qualité qui ne dit rien aux clients?»

■ Comment voyez-vous l'avenir?

Il faudra comprendre que le touriste ne vient pas que pour le paysage. Il faudra aussi que l'on comprenne que les charges sont extrêmement lourdes. On promet aujourd'hui 115 millions de francs pour l'hôtellerie, c'est un bel alibi qui pourra profiter en hypothèque de troisième rang alors que les banques n'ont rien en matière pour les premiers et deuxième. Ce qu'il nous faut, c'est des «visionnaires» à long terme.

## Un demi-siècle d'hôtellerie dont quarante ans en Suisse

Né à Berlin en 1938, c'est à Salzbourg, dans une Autriche sous protectorat américain, que Karl-Heinz Lukey («l'orthographe Karlheinz n'est qu'une coquetterie et de toute façon tout le monde dit Karl», relève-t-il) a entamé sa carrière en hôtellerie. Comme «lilt boy», dans un établissement occupé par des officiers américains justement. Le début d'un apprentissage de trois ans de «Gaststättentmann» (le garçon d'hôtel) qui le fera passer par la lingerie, les étages, la restauration, le service et l'administration. Pour deux ans, ce sera ensuite Kitzbuehl, puis, avant la mode, une saison comme professeur de ski aux «Amériques», avant Lausan-

ne (au Palace), Lugano et Villars. Là, c'est lui qui, comme chef de réception et sous-directeur, transmettra les clés du Villars-Palace au représentant du Club Med. C'était le 12 mars 1968. Le lendemain, le couple Lukey (Karlheinz est indissociable de son épouse Elisabeth) entrera à l'Eurotel de Montreux, un système de PPE sans droit de séjour. L'histoire, compliquée, de la chaîne Eurotel le fait aujourd'hui travailler pour Seghro, la société d'exploitation où les 116 co-propriétaires sont représentés. Et demain qu'advient-il? Le futur jeune retraité dit ne l'avoir pas encore défini. Côté affaires, il s'occupera de co-propriétaires, mais sans vouloir

participer au conseil d'administration à qui son successeur devra rendre compte. Et surtout, il prendra du temps. Celui de ne rien faire. Celui de mieux connaître les habitants de Blonay où il habite, celui de participer aux soirées annuelles du Ski-Club de Blonay, le plus grand ski-club de Suisse avec ses 600 membres. «Tout cela va certainement m'occuper», sourit-il, lui qui a organisé quelques milliers de banquets. Et puis, peut-être, y aura-t-il quelques voyages! Et encore quelques meubles anciens à rénover. Et l'«Isabella», une Borgward des années 50, déjà vedette de rassemblements de voitures anciennes qu'il s'agira d'organiser. JJE



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

## Plaisir de lire et de conduire

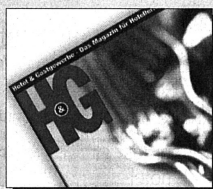
Les nouvelles ont toujours la cote:  
Lisez les publications d'hotelleriesuisse



### hotel+tourismus revue

L'Hebdomadaire pour l'hôtellerie, restauration et le tourisme soulève des sujets qui vous permettront d'actualiser votre savoir.

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



### Hotel & Gastgewerbe

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

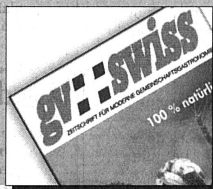
- 6 Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- 7 Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- 8 Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)



### Café-Bistro/Cafetier

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

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



### gv::swiss

Le magazine économique suisse pour la restauration collective.

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

### Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / Hotel & Gastgewerbe

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

### Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / gv::swiss

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

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

## Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no Publication Prix

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



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

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

Appelez-nous (031 370 42 22)  
ou envoyez-nous un e-mail (abo@swisshotels.ch)



Détacher ici



Prénom: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_

Entreprise: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Rue/no: \_\_\_\_\_

NPA/lieu: \_\_\_\_\_

Téléphone (la journée): \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

☐ Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

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



## COUPE CHASSELAS

### La revanche des vaincus

Terrassés l'an passé, les fendants valaisans réussiront-ils à damer le pion aux chasselas vaudois? Si la demi-finale des dégustateurs professionnels avait tourné à la mi-juillet en leur faveur, la réponse définitive ne tombera cependant que le 11 octobre à Berne.

Même si elle pourrait évoluer en tenant mieux compte des styles de vins blancs produits en Suisse, la Coupe Chasselas, lancée par le magazine «Vinum», se jouera, cette année encore, selon la formule consacrée. Il y a d'abord, des sélections du ressort des cantons, puis, en été, une demi-finale où des professionnels du vin désignent les vingt-quatre finalistes. Le 11 octobre, durant la Weinmesse de Berne, la finale sera jugée cette fois par un jury de professionnels et d'amateurs avisés...

Chaque étape livre un verdict qui ménage des surprises. Ainsi, en demi-finale, près de cinquante vins se sont tenus dans une fourchette de 1,5 point (sur 20), entre le champion genevois, le Rusin de Claire-Lise et Michel Debaillet (15,90), et le triomphateur du jour, le fendant de Leytron, La Barne, de Philippoz frères (17,47), coiffant de justesse le Dézaley La Guenietz, de Vincent Chappuis, de Rivaz (17,39). Huit vins vaudois – quatre Lavaux, deux Chablais et deux La Côte, dont le champion cantonal, le Vinzel d'Yves Menthonnet – s'opposent à onze fendants, dont le champion «L'Orpailleur», de Frédéric Dumoulin, à Uvrier, et à cinq «outsiders», champions de Bâle, de Neuchâtel, de Genève, du lac de Bière et du Vully. La lutte paraît d'ores et déjà fratricide, à l'image de l'élimination d'un ancien vainqueur, Les Bayels, de Raymond Paccot, à Féchy (VD), arrivé ex aequo avec le multifinaliste de Vétroz (VS), André Fontannaz, qui s'est qualifié... par tirage au sort! PT

## MÉLI-MÉLO

### Election de Federico Castellucci à l'OIV

Pour succéder au Français Georges Dutruc-Rosset, les délégués à l'Office international de la vigne et du vin (OIV) ont élu un Italien, en l'occurrence Federico Castellucci, au poste de directeur général. Originaire des Marches, où sa famille cultive un domaine viticole, il est en charge de la Federvini, la fédération italienne qui regroupe aussi bien les importateurs que les exportateurs de vins, d'eaux-de-vie, de liqueurs, de sirops et de vinaigres. Le nouveau patron de l'Office international de la vigne et du vin devra assurer la mue de l'OIV en une véritable organisation internationale. Il s'agira de faire de l'Office international de la vigne et du vin une sorte d'«ONU du vin». PT

## NOTA BENE

### Parution de la prochaine page «Bon à boire»

La rubrique «Bon à boire» paraît tous les deuxièmes jeudis de chaque mois. La prochaine parution de cette rubrique, consacrée aux boissons en général et à la viticulture en particulier, est donc prévue pour le **jeudi 11 septembre 2003**. MH

## CABERNETS SAUVIGNONS

# Comment les Etats-Unis entendent fabriquer des «superpremiums»

Le cabernet sauvignon fait encore tourner la tête aux Américains. «Opus One», le premier «joint venture» Bordeaux-Etats-Unis, fête ses 25 millésimes et le Vaudois Jean-François Pellet mise sur le cabernet et le merlot dans l'Etat de Washington. Destins et succès croisés.

PIERRE THOMAS

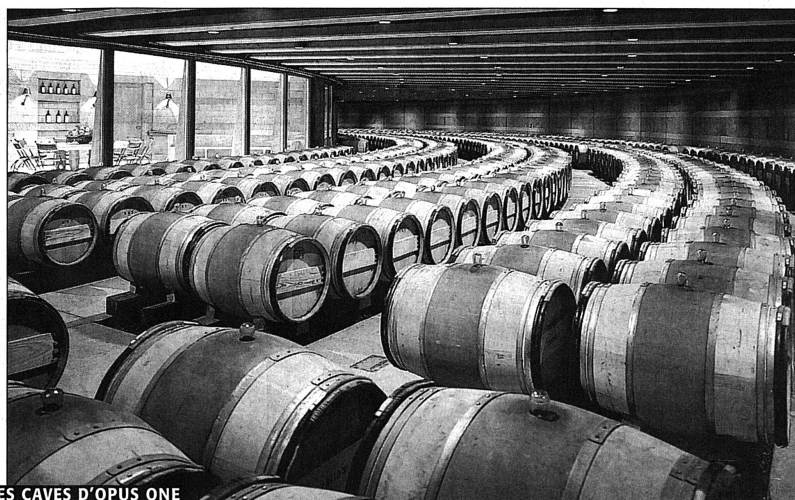
Les Suisses ont la cote aux Etats-Unis! L'épouse de Robert Mondavi, le pape de la viticulture californienne, est Tessinoise. Et par le hasard de l'émigration, le directeur de la viticulture et de l'œnologie d'Opus One, la «joint venture» entre Mondavi et Mouton-Rothschild, est Tessinois lui aussi. Les parents de Michael Silacci avaient tous deux traversé l'Atlantique mais, dans un français matiné d'accent «yankee», ce grand professionnel regrette de ne parler italien...

Récemment, à Genève, une dégustation verticale d'une dizaine de millésimes d'Opus One, de 1979 à 1999, a relancé la polémique. Les grands vins de Californie sont-ils comparables à ceux de Bordeaux? «Les deux régions, les deux climats sont différents», répond Michael Silacci. «L'histoire n'est pas la même. A Mouton, depuis 1853, on cultive et adapte les cépages, les porte-greffes et... l'esprit: la qualité des tannins est une réflexion menée par Mouton-Rothschild. En Californie, nous avons plus de fruit qu'à Bordeaux. Dans notre climat chaud, le risque, c'est que la surmaturité du raisin masque les terroirs... Et pourtant, nous cherchons le terroir!»

### «ON A DIX ANS POUR RÉUSSIR!»

Au cœur de Napa Valley, on sait aussi retourner les situations. Vers 1990, un siècle après avoir fait le voyage inverse, le phylloxéra a été «réexporté» d'Europe. «Le puceron dévastateur nous a rendu service: on a dû arracher nos ceps, certes, mais on a pu choisir, pour replanter, les meilleurs porte-greffes, les bons clones et les bons cépages. C'est le

Foto: Opus One



LES CAVES D'OPUS ONE

En Californie, les caves les plus prestigieuses, à l'image de celles d'Opus One, donnent dans le gigantisme.

phylloxéra qui a permis d'augmenter la qualité des vins de Napa!», assure Michael Silacci. Pas – ou pas encore – de phylloxéra plus au nord, où le Vaudois Jean-François Pellet s'est établi. On l'avait rencontré à côté d'Opus One, chez Heitz Cellars. L'œnologue, formé à Changins, est «monté» plus haut sur la côte ouest, dans l'Etat de Washington, à 400 km de Seattle. A 37 ans, il est à la tête d'un domaine, Pepperidge, planté il y a douze ans seulement par un riche entrepreneur.

Comme Opus One à l'époque, ce domaine affiche de grandes ambitions dans une région à la viticulture émergente, Walla Walla. «Aujourd'hui, même Michel Rolland – le «flying winemaker» (l'œnologue volant) bordelais – a un projet ici... Nous, nous ne voulons produire que des «superpremiums» à plus de 45 dollars la bouteille», explique le jeune Vaudois. Et tous les moyens ont été mis pour arriver: sur le 46e parallèle, à la limite de la croissance de la vigne, sur des

sols sablonneux d'origine volcanique, le vignoble est irrigué. «L'avantage du climat, c'est que le temps de maturation du raisin est plus lent qu'en Californie.» Mais pour quels vins? «Je veux réussir des vins de Walla Walla, pas de Bordeaux ou de Napa», affirme, péremptoire, Jean-François Pellet. Les premiers millésimes, denses, mais «buvaables» malgré leur jeunesse, sont encourageants. «On a dix ans pour réussir! Et aux Etats-Unis, dix ans, c'est long...»

## Plus de 200 francs la bouteille, le prix d'une star confirmée

«On essaie de faire un vin abordable dès la première année; à son apogée après douze à quinze ans. Mais il peut durer bien plus longtemps», explique Michael Silacci, le directeur de la viticulture et de l'œnologie d'Opus One, la «joint-venture» entre Mondavi et Mouton-Rothschild.

Selon les millésimes, le style d'Opus One change. L'assemblage, avec une forte proportion de cabernet sauvignon

(aujourd'hui, 84%), se rapproche de la «formule idéale» du Médoc: d'abord 7% de merlot, puis 4% de cabernet franc, et, dès 1994, 3% de malbec et, trois ans plus tard, une touche de 2% de petit verdot, un cépage dont on retrouve les vertus, un peu partout dans le monde.

A la dégustation, les vins oscillent entre des arômes de cuir (le premier millésime, le 1979), de café torréifié (splen-

dide 1985), où l'on reconnaît la «patte» du cabernet-sauvignon (le 1991, «mon millésime préféré», relève Silacci, ou le 1994), de café vert (1995), de réglisse, d'épices douces et de chocolat dans les plus jeunes (1996, 1998 ou 1999). Comme tout grand vin, Opus One ne se résume pas à une recette linéaire, mais à une palette de goûts. Le prix? Plus de 200 francs suisses la bouteille, le prix d'une star confirmée. LM

## CHAMPAGNES

# Avant tout une histoire de femmes

Le champagne c'est avant tout une histoire de femmes, pas uniquement de «veuves». De grands «veuvages» ont certes fait l'histoire du champagne, mais c'est aussi une histoire de famille et d'autres femmes y ont aussi participé. A commencer par Evelyne Roques-Boizel.

JEAN-JACQUES ETHENOX

Entre Louise Pommery, Nicole Barbe Ponsardin, devenue veuve Clicquot, et d'autres, l'histoire des maisons de Champagne est riche de veuves. Et pour la période contemporaine, sans qu'elles aient eu à «faire» un nom, les filles de «Lily» Bollinger ou des filles Taittinger illustrent encore cette participation des femmes à l'histoire du champagne. Il en est d'autres, moins connues certes, mais tout aussi

essentiels à la promotion de leur maison. Evelyne Roques-Boizel est de celles-là.

### «LE CHAMPAGNE? C'EST UN MÉTIER PASSIONNANT»

Evelyne Roques-Boizel pourrait être la preuve convaincante qu'élaborer et commercialiser du champagne est un art heureux. Historienne et muséologue de formation, elle a dû se mettre au métier après les disparitions brutales de son frère Eric et de son père René. C'est peu dire qu'elle a énormément travaillé pour acquérir compétence et crédibilité, mais le résultat est acquis. Elle l'exprime avec simplicité: «Le champagne est un métier passionnant et je suis heureuse de l'exercer chaque jour!»

Evelyne Roques-Boizel peut être d'autant plus heureuse de son métier qu'elle l'exerce avec succès. En 1983, Boizel produisait sous sa marque 400 000 bouteilles. Elle a aujourd'hui

quadruplé sa production, plus de la moitié étant pour l'exportation. Vers la Grande-Bretagne surtout, où Boizel dispose d'une très ancienne et solide réputation de prestige, indique Evelyne Roques-Boizel. La qualité des vins est, bien entendu, le cœur du problème. «Notre objectif est de faire des vins que nous aimons, des produits typés pour connaisseurs exigeants, pour découvreurs, et non du champagne standard qui plaise à tout le monde», note Evelyne Roques-Boizel.

### LES TECHNIQUES «LES PLUS MODERNES»

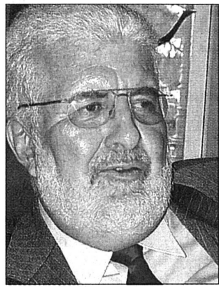
Ce travail de création conjugue les recours aux techniques «les plus modernes» et à l'art traditionnel des assemblages. Les progrès présentent l'avantage de respecter les caractères de chaque cru. Quant à l'art proprement champenois d'assembler les vins, il est l'âme même du plaisir de faire du «Boizel». Chaque année, trois

mois durant, Evelyne et Christophe Roques-Boizel et leur chef de cave se réunissent pour goûter des échantillons de vins clairs et les assembler aux plus justes proportions.

«J'aime ces dégustations. Nos appréciations divergent parfois mais nous parvenons toujours à un accord pour définir l'assemblage parfait qui fera le Boizel. Manifestement, ces choix passionnent la présidente des champagnes Boizel qui doit contribuer à faire de ces réunions de travail des moments heureux. «Nous sommes une petite équipe, ce qui nous permet de tout décider en commun», ajoute-t-elle. L'autoritarisme n'est pas dans la manière d'Evelyne Roques-Boizel.

Chacun sait que le pouvoir tue l'art qu'il veut ordonner. Le champagne n'échappe pas à la règle, qui doit tant au goût de ceux qui le font. La Maison des champagnes Boizel dispose, à sa tête, d'une femme formée aussi à l'histoire et aux arts. C'est loin d'être un désavantage!

## Disparition d'un célèbre hôtelier



**Flims (GR).** Un célèbre hôtelier grison est décédé la semaine dernière. Samedi, en effet, Rudolf Schmidt s'est éteint à l'âge de 59 ans. Il était président de la Société des hôteliers des Grisons depuis douze ans et exploitait, avec son épouse Theres, l'Hôtel Romantik Schweizerhof, un établissement familial quatre étoiles à Flims.

Rudolf Schmidt était diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne. C'est à l'âge de vingt-quatre ans qu'il avait pris la direction de l'hôtel familial, un

hôtel qu'il a géré pendant 35 ans avec engagement, compétence et doigté, relève la Société des hôteliers des Grisons.

Son engagement pour la profession lui a permis de placer l'hôtellerie parmi les partenaires clés de l'économie grisonne. En janvier, il avait été nommé pour son quatrième mandat à la tête de la Société des hôteliers des Grisons.

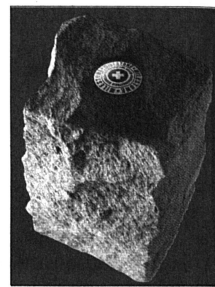
Avec Rudolf Schmidt disparaît une personnalité « fascinante et appréciée de tous », précise la société grisonne. **MH**

## Champagne suite et pas fin

**Champagne (VD).** Spécialiste des affaires européennes, l'avocat belge Denis Waelbroeck est confiant sur la recevabilité des recours des vignerons de Champagne. Ainsi, le Tribunal de Première instance des Communautés, à Luxembourg, devrait trancher la question de fond sans doute l'an prochain. Rappel: en vertu des accords bilatéraux, le vin produit à Champagne, près de Bonvillars, n'aurait plus le droit de porter le nom de la commune vaudoise. **PT**

## Dernier délai: 18 août

**Milestone.** Le dernier délai pour le dépôt des candidatures pour le Milestone, le Prix du tourisme suisse, a été fixé, rappelons-le, au 18 août (date du timbre postal). Une cinquantaine de projets ont déjà été déposés, dont récemment, côté romand, celui du «Tobogganing Park» de Silvio Giobellina à Leysin. Les lauréats seront récompensés le 28 octobre au Bellevue Palace à Berne. Les formulaires d'inscription se trouvent sur le site [www.milestone.ch](http://www.milestone.ch). **PKMH**



### FÊTES DE GENÈVE

## Affluence record

Les Fêtes de Genève, qui se sont déroulées du 31 juillet au dimanche 10 août, ont attiré le nombre record de deux millions de personnes, dont 10 à 15% d'étrangers. Les retombées pour l'économie locale sont estimées à plusieurs dizaines de millions de francs.

■ VÉRONIQUE TANERG

Samedi dernier, 600 000 personnes se sont massées sur la rade de Genève pour venir admirer le clou du spectacle des Fêtes de Genève, à savoir les feux d'artifices lancés sur le lac Léman. Cinq mille six cents places assises ont été vendues. La formule ne varie pas d'une année à l'autre, mais elle fait toujours recette.

Genève Tourisme dispose d'un budget de 2,2 millions de francs. Et les retombées pour les hôteliers, les restaurateurs, les commerçants et les transports s'élèvent à plusieurs dizaines de millions de francs.

La saison avait pourtant mal commencé pour l'hôtellerie haut de gamme. En effet, ce printemps, le roi Fahd a annulé sa venue à Genève, ce qui a engendré des annulations en cascade. Depuis lors, les Saoudiens ont été remplacés par des ressortissants des Emirats arabes unis. Et certains d'entre eux se sont glissés parmi les 450 000 participants de la Lake Parade, le 2 août, une caméra à la main.

### AVEC VUE DIRECTE SUR LA RADE

Les Fêtes de Genève sont une excellente affaire pour les restaurants et les hôtels situés à proximité du lac. Exemple: le Noga Hilton et le Président Wilson ne désemplissent pas. Leurs terrasses sont prises d'assaut en soirée et leur service d'étage travaille à plein régime pendant la nuit.

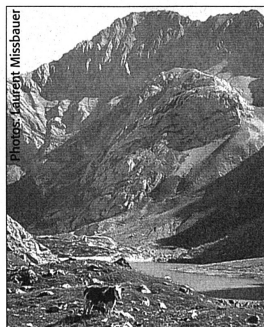
Et pour les feux d'artifice, certains établissements ont mis au point une formule qui marche bien: par exemple, le Métropole affiche un menu unique. Trois plats pour le prix de 93 francs, prix dans lequel est inclus l'accès à sa terrasse, avec vue directe sur la rade. Il a fait salles combles.

### RESTAURANT CRÉE POUR LES FÊTES

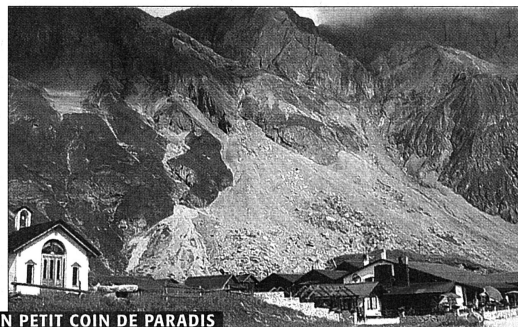
Les vignerons genevois disposaient d'un espace près du lac pour faire découvrir leur vin. Ils ont servi 1200 bouteilles. Même succès pour «Les terrasses du Léman», un restaurant créé pour les fêtes. Il a servi 2600 couverts, essentiellement des poissons du lac, soit plus du double de prévu. Seul problème, les Genevois, tout comme les touristes d'ailleurs, ne sortent pas de la zone du bord du lac, spécialement aménagée pour ces dix jours de liesse. C'est pourquoi de nombreux restaurants ferment à cette époque de l'année.

### SANETSCH (VS)

## L'innovation touristique à 2061 m

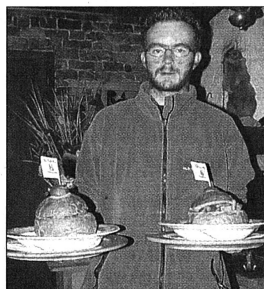


L'Auberge du Barrage de Sanetsch se trouve à l'arrière-plan, à gauche.



UN PETIT COIN DE PARADIS

Le «resort» de l'Auberge du Sanetsch comprend un restaurant, une soixantaine de lits, une chapelle et un musée paysan présentant plus de 2000 objets.



La Kopf à Djan, une des spécialités de l'auberge, se présente ainsi fermée...



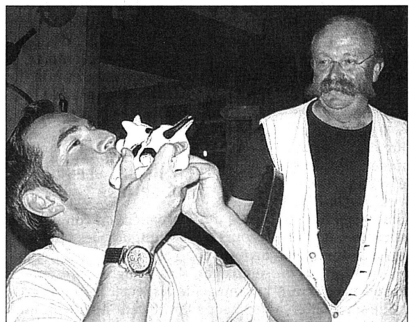
...ouverte, la Kopf à Djan renferme de la viande de veau et des légumes.

L'Auberge du Barrage, non loin du col du Sanetsch, présente cet été différentes innovations, à commencer par l'«Elixir de la vache Marguerite».

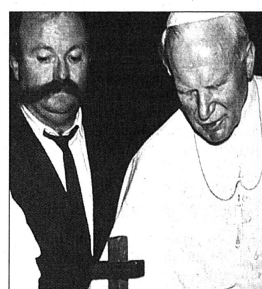
■ LAURENT MISSBAUER

«Dans le tourisme, il est indispensable d'innover et de surprendre le client afin de bénéficier d'une excellente publicité de bouche à oreille», relève Jean-Maurice Luyet, le tenancier de l'Auberge du Barrage de Sanetsch, à 2061 mètres d'altitude. Pour faire venir là-haut les touristes, il ne suffit pas de faire bénir la cloche de la chapelle de l'auberge par le pape Jean-Paul II, il faut sans cesse innover. Une innovation qui passe cet été par l'«Elixir de la vache Marguerite», une vache en porcelaine que les convives doivent embrasser sur la bouche afin d'en prélever le liquide mystérieux!

«Les convives se laissent entre eux un peu comme on le ferait avec un calumet de la paix», remarque Jean-Maurice Luyet qui, outre ses pipes à l'alcool de myrtille, propose comme nouveauté la «Tomme Rosette» et la «Kopf à Djan» non plus au pain de seigle, mais au pain de froment. Le musée de l'auberge présente en outre de nouveaux objets et les chambres peuvent désormais accueillir jusqu'à 70 personnes.



Jean-M. Luyet (à dr.) regarde amusé un client embrasser la vache Marguerite afin d'en extraire un élixir mystérieux.



J.-M. Luyet (à g.) a fait bénir en 1993 la cloche de sa chapelle par le pape.



Le musée a été enrichi cette année d'une multitude de nouveaux objets.

### D'UNE LANGUE A L'AUTRE

**Hôtellerie: les spécialisations sont de plus en plus demandées.** Les groupes d'hôtels qui réunissent des établissements spécialisés dans un domaine bien précis, par exemple, les familles, les cyclotouristes, les propriétaires de motos ou de chiens, sont de plus en plus demandés, relève Suisse Tourisme. «De nouveaux groupements peuvent être créés pour autant qu'il s'agisse d'une véritable spécialisation et que celle-ci soit promue en commun», estime Heinz Keller de Suisse Tourisme. **Page 5**

**La fleur d'or est parfois utilisée de façon abusive.** Le logo de Suisse Tourisme, la fleur d'or avec la croix suisse, est un succès et, à ce titre, est souvent utilisé de façon incorrecte. En règle générale, la fleur d'or doit être toujours accompagnée du slogan «Suisse. Tout naturellement.» Elle ne doit pas accompagner le nom d'une destination ou son slogan. Or, les chemins de fer du Niesen ont affublé de la fleur d'or leur slogan «Niesen, the swiss pyramid». La palme de l'utilisation abusive de la fleur d'or revient à des sites Internet à caractère pornographique ou d'extrême-droite. **Page 10**

**Une nouvelle spécialité culinaire bernoise.** Bruno et Anne-Marie Stanger, du Restaurant Beau-Rivage à Bienne, vont lancer cet automne une nouvelle spécialité culinaire. Il s'agit du brochet au marc, un clin d'œil à la célèbre saucisse au marc que servent de nombreux établissements situés dans les vignobles autour du lac de Bienne. Bruno et Anne-Marie Stanger n'en sont pas à leur coup d'essai en matière d'innovations culinaires. L'an passé, à l'occasion de l'Expo.02, ils avaient lancé le McEgli, un hamburger où la viande hachée avait cédé sa place à des filets de perche, Eglifilets en allemand. **Page 14**

### IMPRESSUM

#### hotel+tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers  
Montbousstrasse 130, case postale, 3001 Berne.  
Responsable des médias: Christian Hodler.

Rédaction: Rédacteur en chef: Marietta Dedual (VD).  
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miriam Halabä (MH).  
Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).  
Correspondants: Jean-Jacques Ephraïm (JJE), Véronique Emery Mayer (EM), Valérie José Seydoux (JS), Veronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne.

Edition: Cheffe d'édition: Iris Stebel.  
Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casarici.  
Annonces: Matthias Beyerle, Marc Moser.  
Publicité: Iris Stebel (Chef de service a.i.), Roger Stemmmer, Brigitte Weber.  
Administration: Patrick Stalder.

Impression: Buchler Grolino AG, Druckzentrum Berne.  
Trappe: 11709 Ex. courtoisie REMP 2002, 22'000 Ex. imprimés.  
Prix de vente: (TVA incl.)  
Vente au numéro Fr. 4.50, Abonnement 1 an Fr. 145.-  
ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Montbousstrasse 130, case postale, 3001 Berne.  
Rédaction: (Lettres de lecteurs, les gens, etc.)  
Tél: 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24.  
E-Mail: [hrt@swiss-hotels.ch](mailto:hrt@swiss-hotels.ch)  
Abonnements: Tél: 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23.  
E-Mail: [abo@swiss-hotels.ch](mailto:abo@swiss-hotels.ch)  
Annonces: Tél: 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23.  
E-Mail: [insentel@swiss-hotels.ch](mailto:insentel@swiss-hotels.ch)  
Publicité: Tél: 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23.  
E-Mail: [insentel@swiss-hotels.ch](mailto:insentel@swiss-hotels.ch)  
Internet: [www.swiss-hotels.ch](http://www.swiss-hotels.ch)

Les pipes à l'alcool de myrtille et à la graisse de marmotte sont une exclusivité de l'Auberge du Barrage de Sanetsch.



# stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

## Direktionspaar

\*\*\*\* Familienhotel zwischen Walen- und Bodensee, 55 Betten, anspruchsvolle Restauration, Bankett- und Konferenzräume bis 120 Personen. Sie haben eine gründliche Hotel- und Gastroausbildung und bereits einige Jahre Berufserfahrung in leitenden Positionen. Mitarbeitermotivation, Führungsstärke, Qualitätsbewusstsein und persönliches Engagement zum Wohle unserer Gäste sind für Sie Selbstverständlichkeit. Sie haben Ambitionen auf ein längerfristiges und selbstständiges Engagement und schätzen eine sehr schöne Direktionswohnung im Haus. Wir sind gespannt auf den Kontakt mit Ihnen unter Chiffre: 157357 an *hotel + tourismusrevue*, Postfach, 3001 Bern.

157357

Für unseren gut gehenden Hotel- und Restaurationsbetrieb suchen wir per Oktober oder nach Vereinbarung eine kompetente Persönlichkeit als

### Geschäftsführer

Das historische Haus und jung konzipierte Hotel befindet sich am oberen Zürichsee.  
Bitte senden Sie Ihre Bewerbung unter Chiffre 157383 an *hotel + tourismusrevue*, Postfach, 3001 Bern.

157383/99307

**Lenzerheide  
Valbella**  
Churwalden Parpan Lenz

**Hotel Valbella Inn**  
★★★★

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

Für unser Hotel mit 65 Zimmern, Hallenbad und Wellnessbereich, grossem A-la-carte-Restaurant sowie Seminar- und Bankettmöglichkeiten

suchen wir einen

### Küchenchef in Jahresstelle.

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

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

Wir bieten Ihnen eine interessante, abwechslungsreiche und anspruchsvolle Arbeitsstelle mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen.

Sie können sämtliche Möglichkeiten zum aktiven Sommer- und Wintersport nutzen.

Eintritt per Beginn Mitte September 2003 oder nach Vereinbarung.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen.

Persönlich

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

157406/35521

Grand Hotel **bellevue**

Nach der bravourösen Wiedereröffnung Anfang Dezember 2002 ist das Grand Hotel Bellevue\*\*\*\* in Gstaad jetzt mitten in seiner 1. Sommersaison.

Nach nur 5 Monaten erhielt unser Gourmetrestaurant «Prado» bereits 15 Punkte Gault/Millau.

Jetzt braucht unser junges, hoch motiviertes, internationales Team (ca. 15 Mitarbeiter) Ihre professionelle Unterstützung. Gehobener Service, echte Gastfreundschaft und internationale Gäste erwarten Sie. Nebst unserem zweiten beliebten A-la-carte-Restaurant «Coelho» verfügt das Grand Hotel Bellevue über eine Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik sowie einem Degustations-Weinkeller mit Carnotzet.

Sie sind zwischen 30 und 35 Jahre jung, haben Erfahrung in Teamführung, sind dynamisch und sprachgewandt (D/E/F). Zusammen mit unserem 2. Maître d'hôtel und Chef de Service geben Sie Ihr Fachwissen weiter und formen unsere Service-Brigade. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir noch in Jahresstelle einen

### Maître d'hôtel/Chef de Service

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

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.bellevue-gstaad.ch](http://www.bellevue-gstaad.ch)

### Grand Hotel Bellevue\*\*\*\*

CH-3780 Gstaad II Tel. +41-(0)33-748 00 00 II

Fax +41-(0)33 748 00 01 II [sekretariat@bellevue-gstaad.ch](mailto:sekretariat@bellevue-gstaad.ch)

157319/14958

## Schloss Hagenwil

Eingebettet in die sanfte Hügellandschaft des Oberthurgaus liegt das einzige Wasserschloss der Ostschweiz. Für diesen aussergewöhnlichen Restaurantsbetrieb mit gutbürgerlicher Küche suchen wir ab 1. März 2004

### einen Pächter oder eine Pächterin

Durch Ihre Kreativität und Freude am Gastgewerbe wird aus dem historischen Gebäude ein Betrieb mit unbeschränkten Möglichkeiten. Unsere diversen Räumlichkeiten, vom frisch restaurierten Keller bis zum heimeligen Rittersaal, bieten Platz für 20 bis über 100 Personen. Das «Schloss Hagenwil» ist ein bekanntes Ausflugsziel für Familien und ideal für Firmenbankette und Hochzeiten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an unten stehende Adresse. Wir freuen uns auf Sie!

Mehr über unseren Betrieb erfahren Sie über die Eigentümerfamilie A. Angehrn-Schneider, Hagenwil 2a, 8580 Amriswil, Tel. 071 411 1683 oder unter [www.schloss-hagenwil.ch](http://www.schloss-hagenwil.ch)

157414/426865

**UTO KULM**

Top of Zurich ★★★★★

**Top of Zurich!**  
Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich wie unser Betrieb ist auch die Stelle als

### 2. KÜCHENCHEF (m/w)

Sind Sie der Profi am Herd, eine dynamische, flexible und selbständige Persönlichkeit und lieben es, unsere Gäste mit einem vielseitigen, fantasievollen Angebot immer wieder aufs Neue zu verwöhnen?

Sie lieben es im Team zu arbeiten, verstehen Ihre Mitarbeiter zu motivieren und organisieren die Küche selbstständig und gewandt, wenn Sie dazu in hektischen Situationen die Nerven behalten können, dann sind Sie die goldrichtige Person.

Eine überdurchschnittliche Entlohnung und trotzdem eine geregelte Arbeits- und Freizeit sind für uns selbstverständlich.

Ebenfalls wollen wir unser Team erweitern mit einem kreativen und selbständigen

### CHEF DE PARTIE TOURNANT (m/w)

Interessiert? – Dann rufen Sie noch heute unseren Küchenleiter **Erich Furrer 01/457 66 66** an.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Ausländer nur mit Bewilligung B oder C.

157315/68667

Hotel-Restaurant UTO KULM  
Telefon: 01 457 66 66  
Internet: [www.uto-kulm.ch](http://www.uto-kulm.ch)

8143 Uetliberg  
Fax: 01 457 66 99  
e-mail: [uto.kulm@utoetliberg.ch](mailto:uto.kulm@utoetliberg.ch)

INHALT: Deutsche Schweiz 2-11 / Svizzera italiana 11 / International 11 / Stellengesuche 12

SOMMAIRE: Suisse romande 11 / Marché international 11 / Demandes d'emploi 12

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle  
[www.gastronet.ch](http://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



Siegeln Sie  
auf gutem Kurs  
[www.horega.ch](http://www.horega.ch)

**Der direkte Link  
zum Arbeitsmarkt**

Beratung  
Selektion  
Vermittlung

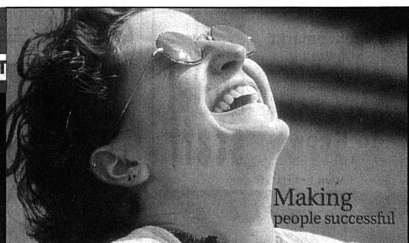
[info@gastrojob.ch](mailto:info@gastrojob.ch)  
[www.gastrojob.ch](http://www.gastrojob.ch)  
Luzern: 041 418 23 33  
Zürich: 01 280 03 40

**GastroJob**

**Adecco**  
HOTEL & EVENT  
[www.adecco.ch](http://www.adecco.ch)

Stellenangebote  
auf Seite 3.

Offres d'emplois  
en page 3.



AUF UND... INS Central Sporthotel

DAVOS



\*\*\*\*Restaurant Bündnerstube – Pianobar – Hallenbad – Wellness

...für die Wintersaison suchen wir per Ende November 2003 oder nach Vereinbarung folgende motivierte Mitarbeiter:

## 1. Réceptionistin

dt./engl./franz., Fidello, mit Berufserfahrung

Sie sind mitverantwortlich für den reibungslosen Ablauf der Réception, Stellvertretung Chef de Réception, haben Freude am Umgang mit Menschen, behalten in hektischen Situationen den nötigen Überblick, kennen sich mit Fidello aus und sind selbstständiges Arbeiten gewohnt.

Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir eine Persönlichkeit mit Erfahrung in ähnlicher Position.

Sowie

## 2. Gouvernante

(Vertretung der Generalgouvernante)

Sie sind mitverantwortlich für die Führung des kompletten Hauswirtschaftsbereiches, die Mitarbeiterplanung, Motivation und Qualitätssicherung.

Für diese interessante Aufgabe suchen wir eine Persönlichkeit mit abgeschlossener Hofa-Lehre oder gleichwertiger Berufsbildung.

Sprechen Sie ausserdem noch Englisch und Italienisch und haben Freude am Umgang mit Menschen, dann sind Sie genau die richtige Person.

Ihren Unterlagen sehen wir mit Interesse entgegen!

Central Sporthotel Davos  
Marcel Käppeli, Personalchef  
Tobelmühlestrasse 1  
7270 Davos Platz  
Tel. 081 415 82 00  
personalbuero@central-davos.ch  
www.central-davos.ch

157376/9288



ZUNFTHAUS - RESTAURANT - BRAUEREI

Für die Neueröffnung am 6. Oktober 2003 suchen wir noch diese qualifizierte MitarbeiterInnen:

**Chef de Service -  
Geschäftsführer-Assistentin**

**Koch - Chef de partie**

Sie verstehen es bestens, auf die Bedürfnisse unserer Gäste einzugehen und Ihre erworbenen Kenntnisse optimal anzuwenden. Unser Betrieb ist täglich von 07.00 - 24.00 Uhr geöffnet.

Interessiert? Dann richten Sie Ihre Bewerbung an Miguel Benitez, Geschäftsführer.

Ein junges und aufgestelltes Team erwartet Sie am Puls von Zürich.

157362

UNIVERSITÄTSSTRASSE 91 8006 ZÜRICH TELEFON 01 362 21 09 TELEFAX 01 362 26 64  
E-MAIL:VINDE@BACKUNDRAUL.CH INTERNET: WWW.GAMAG.CH

BEST WESTERN



Hotel des Alpes

Im Mittelpunkt der Mensch!

Im Best Western Hotel des Alpes in 7018 Flims-Waldhaus ([www.hoteldesalpes.ch](http://www.hoteldesalpes.ch)) dreht sich alles um die Menschen.

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir von Dezember bis Mitte April noch folgende Mitarbeiter:

**Servicefachangestellte / Barchef/in**

**Chef de partie / Pâtissier**

**Receptionist/in**

**Zimmermädchen**

**Office-Buffer Mitarbeiter / Nachtportier**

Gerne laden wir Sie zu einer Schnupperübernachtung ein.

Best Western Hotel des Alpes  
Margreth & Roland Mariacher  
7018 Flims Waldhaus

Telef.: 081 911 01 01 Fax: 081 911 31 93  
[mariacher@hoteldesalpes.ch](mailto:mariacher@hoteldesalpes.ch)

157392



In Sils-Maria, dem schönsten Engadiner Dorf!  
(Nähe St. Moritz)

Erstklasshotel\*\*\*\* (2-Saison-Betrieb) mit 120 Betten, Appartements, Jugendstilspiesesaal, Restaurant, Bar, Terrasse, Wellness- und Fitnessanlage.

Nach vielen Jahren angenehmer Zusammenarbeit ging unser Oberkellner in die verdiente Pension.

Deshalb suchen wir auf  
**kommende Wintersaison ab ca. 15. Dezember 2003**  
für eine langfristige Zusammenarbeit unseren neuen

## Oberkellner

Wir bieten eine interessante Stelle jeweils für die Sommer- und Wintersaison. Wir stellen uns ein Serviceprofi vor, der nicht jünger als 40 ist, mit Vorteil italienischer Abstammung ist oder mindestens die italienische Sprache gut spricht. Bringen Sie einen angenehmen Führungsstil, hohe Sozial- und Fachkompetenz, gepflegtes Aussehen, ein fröhliches Wesen und einige Jahre Erfahrung in gleicher Position mit?

**Dann freuen wir uns von Ihnen zu hören!**

Hotel Edelweiss, Hr. Brüggemann, CH-7514 Sils-Maria  
Tel. 081 838 42 42, Fax 081 838 43 43  
[www.hotel-edelweiss.ch](http://www.hotel-edelweiss.ch)

157367/131259

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per Ende August oder nach Vereinbarung

## Servicemitarbeiter/in

für den gepflegten Speiseservice

Wenn Sie ein/e Gastgeber/in mit viel Herz sind, dann finden Sie in unserem Gasthof Rössli eine Chance, die Gäste kompetent zu verwöhnen.

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.



Gasthof Rössli  
9524 Zuzwil SG bei Wil  
071 944 11 33  
079 674 46 43

156203/202304

[www.hotelparsenn.ch](http://www.hotelparsenn.ch)

Für unser renommiertes \*\*\*Hotel mit 75 Betten und einem A-la-carte-Restaurant, suchen wir zur Ergänzung unseres Teams für den kommenden Winter noch folgende wichtige MitarbeiterInnen.

Küche:

**Chef de partie/  
Commis de cuisine**

Restaurant:

**Servicefachangestellte**

A-la-carte-Restaurant

Rezeption:

**Rezeptionspraktikantinnen**

Etage:

**Zimmermädchen**

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen freuen sich:  
Hans und Martina Fopp, Hotel Parsenn,  
7260 Davos-Dorf,  
Tel. 081 416 32 32, Fax 081 416 38 67  
E-Mail: [hotel.parsenn@bluewin.ch](mailto:hotel.parsenn@bluewin.ch)

157322/280697



Bäder - Wellness - Sport - Eislauf - Event/Business

Der Erlenpark bietet in der Region Zürcher Unterland ein attraktives und vielseitiges Bäder-, Sport-, Wellness-, Event- und Businessangebot. Für die Erweiterung unserer Gastronomie-Crew suchen wir per 1. Oktober 2003:

## Jungkoch

Sind Sie aufgestellt, belastbar, zupackend und bereit auch dann zu arbeiten, wenn andere frei haben?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an:

Erlenpark  
Sportanlage Erlen AG  
Frau Edith Furrer  
Niederholtsdorf 20  
8157 Dielsdorf

157373



Wir sind eine Bergabahnunternehmung 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 Winterliegewiese guter Infrastruktur und sehr viel freier Hand, ist eine aussergewöhnliche Arbeitsstelle neu zu besetzen. Sie ermöglicht es Dir, Dein Wissen selbstständig umzusetzen

Damit der Team Leader seine Ziele erreichen kann, brauche 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 Freitageablösung und Springer in all unseren Restaurants  
**Kassierer/in**  
**Hilfsköche** 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](mailto:danuseriesen@bluewin.ch)

157302/283099



## al porto

DESIGNHOTEL  
RISTORANTE  
TRATTORIA  
BAR & LAGO LOUNGE  
SEMINARE & BANKETTE

### Eine Handvoll Profis.

Wir sind einer dieser „neuen, wilden, unabhängigen Betriebe“, die unkonventionelle Wege gehen, innovative Produkte entwickeln und die Dinge noch aus der Sicht der Gäste betrachten. Das hat zur Folge, dass sich bei uns nur flexible und dienstleistungsorientierte Fachleute wohl fühlen. Im al porto braucht's viel Power und den unbedingten Willen zum Erfolg.

Einige Mitglieder unserer beiden Serviceteams werden bald weiterziehen, um neue Erfahrungen zu sammeln. Wir suchen eine Handvoll ausgewiesener Service-Profis aller Hierarchiestufen, die ab September 2003 den Beweis antreten, dass man Freundlichkeit mit Professionalität und Arbeit mit Spass verbinden kann.

**Sie haben Erfahrung an guten Adressen gesammelt? Dann passen Sie ins Ristorante.** Ein trendiges Italo-Design-Restaurant mit verglaster Showküche, versenkbarer Fensterfront zum Hafen, Meeresfisch- und Fleischspezialitäten vom Holzkohlegrill, sowie einem grossen Weinsortiment. Hier betreiben wir klassischen Service im lockeren Stil.

**Sie stehen auf den unkomplizierten Kontakt zu einer breit gefächerten Gästeschar? Dann sind Sie der perfekte Typ für die Trattoria.** Eine moderne Hafenkneipe mit Kaff-Gipfeli-Über-Pasta-und-Fleischgerichte-bis-zu-Wein-und-Cocktail-Konzept. Hier betreiben wir übrigens auch im Winter eine attraktive Hafenterrasse mit viel Grün & Herz.

Wir freuen uns auf professionelle, aussagekräftige Unterlagen von Bewerberinnen und Bewerbern zwischen 20 und 35 Jahren und perfektem Verständnis unserer Landesteilsprache.

al porto  
Sven Weber  
Hafenstrasse 4  
8853 Lachen SZ  
Tel. 055 451 73 73  
Fax 055 451 73 64  
www.alporto.com  
sven.weber@alporto.com



## 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 stadtbekannten Mah-Mehs und Nasi Gorengs im ersten Stock für die Familie und die schon fast legendäre Bröstli-Stube 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

157293/7214

## UTO KULM

Top of Zurich ★★★★★

### Top of Zurich!

Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb mit 55 Hotelzimmern liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich wie unser Betrieb ist auch die Stelle als

### Anfangsgouvernante für Etage und Lingerie

Ihre Aufgaben sind:

- Zimmer- und Etagekontrolle
- Wäschekontrolle
- Blumenpflege
- Unterstützung und Ablös der Hausdienstleiterin

Wir bieten Ihnen:

Geregelte Arbeits- und Freizeit, angenehmes Arbeitsklima, 5-Tage Woche, gute Entlohnung

Unsere Anforderungen an Sie:

Sie sind flexibel, selbständig, effizient und haben die Liebe zum Detail.

Interessiert? – Dann rufen Sie noch heute unsere Hausdienstleiterin **Cornelia Blaser 01 457 66 66** an.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Ausländer nur mit Bewilligung B oder C.

157314/68667

Hotel-Restaurant UTO KULM  
Telefon: 01 457 66 66  
Internet: www.uto.kulm.ch

8143 Uetliberg  
Fax: 01 457 66 99  
e-mail: uto.kulm@uto.kulm.ch

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Réceptionistin (100%)

Sie sind eine motivierte und interessierte Fachkraft und möchten gerne in einem lebhaften, kreativen Betrieb arbeiten.

Sie sprechen ausser Deutsch auch gutes Englisch und kennen sich am PC aus (Erfahrung mit PROTEL von Vorteil).

Ihr zukünftiger Arbeitgeber ist ein \*Seminarhotel mit einer Privatklinik für Psychosomatik und Rehabilitation mit 45 Hotel- und 75 Klinikbetten, einem Solbad, 2 Restaurants und einem Theaterkeller.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Schützen Rheinfelden AG, Personalabteilung

Bahnhofstrasse 19, CH-4310 Rheinfelden

Für Auskünfte steht Ihnen unsere Personalleiterin Frau Leisinger unter

☎ 061 836 25 65 jederzeit gerne zur Verfügung.

157361/28606

### Night Auditor 40%

Wenn Sie schon Erfahrungen in der Hotellerie gesammelt haben und nun auf der Suche nach einer ergänzenden Tätigkeit sind, ist das die goldrichtige Stelle!

**Aufgabe:** Als selbstständige und durchsetzungsfähige Persönlichkeit verfügen Sie über genügend Front Office Erfahrungen um die ganzen Abschlüsse und Sicherheitsmassnahmen eines Hotels während zwei Nächten in der Woche zu gewährleisten.

**Arbeitsort:** Region Oberer Zürichsee

**Angebot:** Es erwartet Sie ein attraktives und modernes Umfeld, hohe Selbstständigkeit und Verantwortung. Bitte rufen Sie **Géraldine McLellan** für eine unverbindliche Vorabklärung an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. **01 225 40 30**, geraldine.mclellan@kellyservices.ch

### Shiftleader Coffeeshop w/m

Ein neu eröffneter Restaurantkomplex sucht Unterstützung im Café.

**Aufgabe:** Sie sind mit Herz und Seele Gastgeber und haben auch schon genügend Führungserfahrungen gesammelt um eine junge Crew zu motivieren und zu begeistern.

**Arbeitsort:** Zürich Nord

**Angebot:** Ein einmaliges Umfeld, attraktives Salär und Weiterbildungsmöglichkeiten werden Ihnen garantiert. Alles weitere würden wir gerne persönlich mit Ihnen besprechen. **Géraldine McLellan** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme; **01 225 40 30** oder via email an: geraldine.mclellan@kellyservices.ch

### Temporäre Einsätze!

Für verschiedenste Anlässe in der ganzen Region Zürich suchen wir immer wieder aufgestellte und motivierte Mitarbeiter in den Service, Bankettbereich und in die Küche.

**Victoria Castangia** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme; **01 225 40 30** oder via email an: victoria.castangia@kellyservices.ch

### Chef de Rang w/m

Ein führendes Hotel der Luxusklasse hat uns beauftragt, zwei motivierte Nachwuchstalente zu suchen. Sie haben (oder werden demnächst) eine Service- oder Gafalehre abgeschlossen.

**Aufgabe:** Sie stellen einen hohen Servicestandard sicher. Mit Ihrem Charme und Können gehen Sie tagtäglich auf Kundenbedürfnisse ein und erreichen im Team Erfolge.

**Arbeitsort:** Zürich

**Angebot:** Ein dynamisches Umfeld und attraktive Arbeitsbedingungen erwarten Sie auf Ihrem Weg in die Zukunft. Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Victoria Castangia, 01 225 40 30**

### Servicefachangestellte/r

Ein wunderschön gelegenes Seerestaurant sucht tatkräftige Unterstützung. Sie haben fundierte Serviceerfahrungen und grosse Freude am Gastgeber sein.

**Aufgabe:** Als Teamplayer freuen Sie sich tagtäglich darauf, Ihre Gäste mit innovativen Gerichten und gutem Rat zu verwöhnen.

**Arbeitsort:** Linkes Zürichseeufer

**Angebot:** Ein junges, gestyltes Umfeld und eine anspruchsvolle Getränkekarte erwarten Sie. Die Arbeitsbedingungen und Verdienstmöglichkeiten sind sehr attraktiv. Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Victoria Castangia, 01 225 40 30**

### Réceptionist/in

Unsere Mandantin ist ein modernes Hotel mit einer internationalen Gästestruktur und einem dynamischen Team.

**Aufgabe:** Es fehlt nur noch ein Teamplayer mit einem hohen Servicegedanken und guten Sprachkenntnissen in Deutsch und Englisch.

**Arbeitsort:** Zürich Nord

**Angebot:** Eine interessante Tätigkeit in einer entwicklungs-fähigen Position mit guter Entlohnung erwarten Sie bei Ihrem neuen Arbeitgeber. Für telefonische Vorabklärungen steht Ihnen **Géraldine McLellan** sehr gerne zur Verfügung. **01 225 40 30**, geraldine.mclellan@kellyservices.ch

### Chef de partie / Pâtissier w/m

Für ein renommiertes Gourmetrestaurant suchen wir eine motivierte und talentierte Fachperson ab September.

**Aufgabe:** Für drei Monate wird eine Ablöse in diese kleine, erfolgsorientierte Brigade gesucht. Sie tragen die volle Verantwortung für die ganze Pâtisserie und helfen in hektischen Momenten auf anderen Posten mit.

**Arbeitsort:** Stadtnähe Zürich

**Angebot:** Personalzimmer verfügbar. Attraktiver Stundenlohn und den Einblick in eine wirklich inspirierende Küche. Sind Sie neugierig? Nehmen Sie mit mir in der von Ihnen gewünschten Form Kontakt auf. **Victoria Castangia** unter der Nummer **01 225 40 30** oder per email: victoria.castangia@kellyservices.ch

### Koch

Für eine dynamische Brigade suchen wir einen erfolgreichen Fachmann.

**Aufgabe:** Am Herd unterstützen Sie aktiv eine vierköpfige Crew. Bei Abwesenheit des Küchenchefs kümmern Sie sich um das Bestellwesen, planen das tägliche Angebot und tragen die Verantwortung für die Umsetzung der Hygienevorschriften.

**Arbeitsort:** Stadtgrenze Zürich

**Angebot:** Ab sofort! Äusserst gute Entlohnung und die Arbeit in einem vielfältigen Unternehmen mit einem jungen Team und einem vorbildlichen Chef. Ihr Parkplatz ist schon reserviert! **Victoria Castangia** informiert Sie gerne über dieses spannende Angebot. **01 225 40 30**, victoria.castangia@kellyservices.ch

### Verkaufsberater/in

Ein renommiertes Cosmetologiegeschäft sucht Verstärkung!

**Aufgabe:** Als Charcuterieverkäufer/in beraten Sie Ihre Kunden fachgerecht und freundlich. Mit Küchenhygiene kennen Sie sich bestens aus.

**Arbeitsort:** Stadt Zürich

**Angebot:** Ein Tagesjob mit attraktiven Anstellungsbedingungen erwartet Sie. Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Géraldine McLellan**, geraldine.mclellan@kellyservices.ch, **01 225 40 30**

### Sommelier w/m

Für ein renommiertes Hotel in Bern suchen wir nach Vereinbarung einen kompetenten Weinfachmann.

**Arbeitsort:** Stadt Bern

**Angebot:** Sie möchten der anspruchsvollen Kundschaft das passende Tröpfchen zum köstlichen Essen empfehlen? Rufen Sie **Judith Lanker** für weitere Informationen an. **031 313 26 26**, judith.lanker@kellyservices.ch

### Servicefachangestellte/r

Ein Tagungszentrum mit marktführerischer Küche in der Nähe der Stadt Bern sucht Sie als charmanter/ Gastgeber/in.

**Aufgabe:** Als gelernter/ Servicefachangestellte/r sind Sie besorgt um das Wohl der Gäste.

**Arbeitsort:** Region Bern

**Angebot:** Interessiert? **Judith Lanker** informiert Sie gerne telefonisch über diese Position. **031 313 26 26**, judith.lanker@kellyservices.ch

### Chef de partie w/m

Kochen ist Ihre Leidenschaft!

**Aufgabe:** Sie haben die Prüfung zum Koch mit Erfolg abgeschlossen und verfügen über einige Jahre Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie.

**Arbeitsort:** Region Bern

**Angebot:** Mehrere Kunden suchen Sie als motiviertes und flexibles Brigadenmitglied. **Judith Lanker** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme. **031 313 26 26**, judith.lanker@kellyservices.ch

### Commis de Cuisine

Sie sind fertig mit der Lehre und suchen eine interessante Herausforderung in der Region Berner Oberland?

**Aufgabe:** Als motivierter Fachmann tragen Sie Ihren Teil am Gelingen der täglichen Betriebsabläufe bei.

**Arbeitsort:** Berner Oberland

**Angebot:** Unser Kunde, eine national tätige Unternehmung der Gemeinschaftsgastronomie, sucht Sie als motivierter «Frischling», in Jahresstelle. Personalzimmer kann zur Verfügung gestellt werden. **Judith Lanker** kann nähere Infos geben. **031 313 26 26**, judith.lanker@kellyservices.ch

**KELLY**  
CATERING

MEHR ALS EIN JOB!

Get online: [www.kellyservices.ch](http://www.kellyservices.ch)

0800 109 109

Löwenstrasse 29  
8023 Zürich-City  
Tel. 01 225 40 30

Schaffhauserstrasse 358  
8050 Zürich-Oerlikon  
Tel. 01 319 66 69

Marktgasse 6/8  
3011 Bern  
Tel. 031 313 26 26

Rue du Simplon 48  
1800 Vevey  
Tel. 021 925 40 60

Place Cornavin 10  
1211 Genf  
Tel. 022 906 92 92

WINTERSAISON 2003/04  
(ca. 12.12.03 bis 12.4.04)

Réception  
**2. CHEF DE RÉCEPTION  
RÉCEPTIONIST/IN**

Loge  
**NACHTCHASSEUR**

Etage  
**ETAGENGOUVERNANTE**

THE  
  
**CARLTON HOTEL  
ST. MORITZ**

The Carlton Hotel  
Anuschka Starkloff  
Human Resources  
7500 St. Moritz  
Telefon: 081 836 70 16  
E-Mail: [personal@carlton-stmoritz.ch](mailto:personal@carlton-stmoritz.ch)  
Internet: [www.carlton-stmoritz.ch](http://www.carlton-stmoritz.ch)

Service Gästerestaurant  
**CHEF DE RANG  
DEMI-CHEF DE RANG  
COMMIS DE RANG**



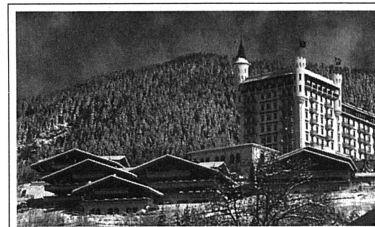
Bar  
**2. CHEF DE BAR  
COMMIS DE BAR**  
Sprachen: Deutsch, Englisch

Diverses  
**KOSMETIKERIN**  
(Sprachen: Deutsch, Englisch), von Vorteil mit  
Massage-Kenntnissen  
**KINDERBETREUERIN  
FLORISTIN**



157419/33626

WELCOME  
TO ONE OF EUROPE'S TOP RESORT HOTELS



**EIN AUSSERGEWÖHNLICHES HOTEL  
BIETET EINZIGARTIGE CHANCEN!**

Für die Wintersaison 2003/04 suchen wir eine pflichtbewusste und zuverlässige

## 2. Gouvernante

Sie haben bereits erste Erfahrungen in der gehobenen Hotellerie gesammelt, besitzen ein hohes Qualitätsbewusstsein sowie ein Auge für Details. Darüber hinaus arbeiten Sie effizient und organisiert und verstehen es ein kleines Team zu führen. Um den Ansprüchen unserer internationalen Klientel gerecht zu werden setzen wir bei unseren Mitarbeitern gute Deutsch-, Französisch- und Englischkenntnisse voraus (jede weitere Sprache ist von Vorteil).

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto).



  
**PALACE HOTEL  
GSTAAD**



Barbara Hefel, Personalchefin, CH-3780 Gstaad  
Tel. +41 33 748 50 00, Fax +41 33 748 50 01  
[hr@palace.ch](http://hr@palace.ch) [www.palace.ch](http://www.palace.ch)

157367/15067



Traditionsreichstes, führendes Haus im weltbekannten Wintersportort St. Moritz sucht für kommende Wintersaison noch folgende Mitarbeiter:

**Réception/Büro:** Réceptionist/in  
Réceptionspraktikant/in  
Praktikant F & B/Einkauf

**Loge:** Telefonistin (Swisscom-oder Hotelerfahrung)

**Küche:** Chef de partie  
Commis de cuisine  
Bäcker (selbständig)

**Service/ Etagenservice:** Chef de rang (D, E)  
Demi-chef de rang

**Etage:** Hausdamenassistentin  
Zimmermädchen

**Economat/Office:** Office-Gouvernante  
Kaffeeköchin/Economathilfe

**Fitness/Beauty:** Kosmetikerin mit Berufserfahrung, Sprachen D/E  
Damen- und Herrencoiffeur/-se (D/E)  
verantwortlich für hotel-eigenen Salon

**Chesa al Parc:** gemütliches Restaurant mit 80 Sitzplätzen  
und grosser Sonnenterrasse am Eis- und Curlingplatz:

Servicefachangestellte (D/E)  
Chef de partie  
Commis de cuisine

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.



**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](mailto:info@kulmhotel-stmoritz.ch)

157403/33812



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-Tourant (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](mailto:a.merenda@zermatt.net)



Swiss Deluxe Hotels



Preferred Hotels Worldwide



 DER KULTUR GEWIDMET

**UNSER UND IHR ZIEL:  
ZUFRIEDENE GÄSTE,  
DIE GERN WIEDER  
KOMMEN.**

**CONCIERGE**  
und  
**NIGHT AUDITOR/  
NACHTCONCIERGE**

gute Fidiolenkenntnisse

Wir suchen auf den 1. Oktober oder nach Übereinkunft teamfähige und belastbare Persönlichkeiten. Eine breite Allgemeinbildung, gute Sprachkenntnisse, Berufserfahrung sowie eine gepflegte Erscheinung sind für diese verantwortungsvolle Tätigkeit Voraussetzung.

Wir freuen uns auf Sie. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an Frau Esther Unruh.

DAS FÜHRENDE 5-STERNEHOTEL AM VERWANDTSTÄTTESSEE:  
3 RESTAURANTS, BAR,  
KONFERENZRAUM,  
168 ZIMMER

**PALACE  
LUZERN**  
★★★★

6002 LUZERN · HALDENSTRASSE 10 · PERSONALBÜRO TEL. + 41 41 416 10 04  
[e.unruh@palace-luzern.ch](mailto:e.unruh@palace-luzern.ch) · [www.palace-luzern.com](http://www.palace-luzern.com)

AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEDER BESITZ:  
VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA · INTERLAKEN

157388/23159



## EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

## Service de placement express

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

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

## SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

## CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

## Stellengesuche / Demandes d'emploi

## Küche / Cuisine

| 1    | 2                     | 3  | 4     | 5      | 6      | 7                    | 8                   |
|------|-----------------------|----|-------|--------|--------|----------------------|---------------------|
| 7353 | Alleinkoch/Koch       | 43 | CH    | sofort | D/I    | TG                   |                     |
| 7356 | Kü/chef/Sous-chef     | 30 | DE    | B      | Sept.  | D/E                  | Hotel/ZH            |
| 7363 | Commis de cuisine/w   | 19 | CH    | sofort | D/F    | Interlaken/4*-Hotel  |                     |
| 7365 | Küchenchef            | 52 | DE    | C      | Sept.  | D/E/F                |                     |
| 7368 | Kü/chef/Sous-chef     | 33 | DE    | G      | sofort | D/E                  | Basel+Umgeb.        |
| 7369 | Jungkoch/w            | 19 | CH    | Sept.  | D/E/F  | Zürich               |                     |
| 7371 | Kü/chef/Alleinkoch    | 45 | IR    | B      | Okt.   | D/E/I                | Kleinbetrieb        |
| 7379 | Commis de cuisine     | 20 | CH/FR | Sept.  | D      | TG/ZH/Spital/Kantine |                     |
| 7380 | Koch                  | 19 | CH    | Okt.   | D/E/F  | Zürich/Kantine/Hotel |                     |
| 7381 | Alleinkoch/Chef de p. | 23 | CH    | sofort | D/E    | AG/BE/SG             |                     |
| 7385 | Koch                  | 38 | CH    | sofort | D/E/F  | Thun+Umgeb.          |                     |
| 7394 | Hilfskoch             | 31 | PT    | C      | sofort | D/F/I                | TG                  |
| 7406 | Pizzaiolo             | 32 | IT    | LEG    | sofort | I                    | Zürich/Kantine/Heim |
| 7409 | Alleinkoch            | 9  | PT    | C      | Sept.  | D/I                  | Rest./Bern/Fribourg |
| 7411 | Commis de cuisine/w   | 20 | CH    | Sept.  | D/F    |                      |                     |

## Service/service

| 1    | 2                   | 3  | 4  | 5      | 6       | 7                  | 8              |
|------|---------------------|----|----|--------|---------|--------------------|----------------|
| 7355 | Kellner             | 26 | CH | sofort | D/F     | BE/FR/ZH           |                |
| 7361 | Kellner             | 28 | CH | sofort | D/E/F   | AG/ZH              |                |
| 7364 | Buffetdame          | 33 | IR | B      | sofort  | DE                 | BE/ZH          |
| 7366 | Kellner             | 32 | DE | LEG    | sofort  | D/E                |                |
| 7372 | Chef de service     | 48 | CH | Okt.   | D/E/I   | Zürich+Umgeb.      |                |
| 7373 | Chef de rang/w      | 25 | DE | LEG    | Okt.    | D/E                | Spiez/Thun     |
| 7375 | Service/w           | 21 | CH | Okt.   | D/E/F/I |                    |                |
| 7376 | Sefa                | 22 | CH | Okt.   | D/E/F   | 4*-5*-Hotel/GM     |                |
| 7382 | Sefa                | 40 | FR | LEG    | sofort  | LU/ZH/Basel+Umgeb. |                |
| 7383 | Service             | 52 | IT | LEG    | sofort  | D/E/F/I            |                |
| 7384 | Sefa/Chef de serv/w | 25 | CH | Sept.  | D/E/F   | Winterthur/TG/SG   |                |
| 7387 | Rest/leiter         | 47 | IT | C      | sofort  | D/E/F/I            | ZH/TG/SG/GR/LU |
| 7388 | Service             | 26 | AT | LEG    | Okt.    | D/E                | SG/ZH/LU/ZG    |
| 7391 | Gafa                | 23 | CH | Nov.   | D/E/F   | UR                 |                |

## Administration/administration

| 1    | 2                      | 3  | 4  | 5       | 6       | 7                  | 8                |
|------|------------------------|----|----|---------|---------|--------------------|------------------|
| 7352 | Réceptionniste         | 45 | CH | sofort  | D/E/F   | BE                 |                  |
| 7357 | Gerantenhepaar         | 63 | CH | sofort  | D/E/F   | Ost-CH             |                  |
| 7359 | Réceptionniste         | 21 | CH | sofort  | D/E/F   | Bern               |                  |
| 7360 | Gf/ührer/in/Aide du p. | 47 | CH | Sept.   | D/E/F   | LU                 |                  |
| 7362 | Betriebsass./w         | 28 | CH | sofort  | D/E/F/I | Ost-CH/TI          |                  |
| 7367 | Aide du patron/w       | 55 | CH | n.Ver.  | D/E/F/I | BE/NE/SG           |                  |
| 7370 | Salesmanager/w         | 36 | DE | LEG     | D/E/F   | 3*-5*-Hotel        |                  |
| 7377 | Bankkettg./w           | 20 | CH | Okt.    | D/E/F   | West-CH            |                  |
| 7378 | Direktor               | 58 | CH | Sept.   | D/E/F/I | 3*-4*-Hotel/VD/GE  |                  |
| 7386 | Bankkett-Assist./w     | 22 | CH | sofort  | D/E     | ZH/Hotel           |                  |
| 7389 | Réceptionniste         | 31 | FR | B       | Okt.    | D/E/F/I            | West-CH          |
| 7390 | Gesch/führer/in        | 48 | CH | sofort  | D/E/F   | AG/ZH              |                  |
| 7398 | Administration         | 20 | CH | sofort  | D/E/F/I | Bern               |                  |
| 7399 | Réceptionsprakt.       | 40 | ES | B-LEG   | Sept.   | D/E/I              | Biel/Basel/BE/ZH |
| 7400 | Gesch/führer/Stv./w    | 22 | CH | n. Ver. | D/E/F   | Thun+Umgeb.        |                  |
| 7402 | F&B-Assistent          | 23 | CH | Nov.    | D       | Zentral-CH         |                  |
| 7403 | Réceptionniste         | 22 | DE | LEG     | Okt.    | D/E                | 4*-Hotel/BS/ZH   |
| 7404 | Aide du patron         | 48 | CH | Sept.   | D/E/F   | BE/BS/SG           |                  |
| 7407 | Night Auditor          | 34 | CH | sofort  | D/E/F   | Ost-CH/60%         |                  |
| 7415 | Tourism./Eventsmg./w   | 26 | CH | sofort  | D/E/F   |                    |                  |
| 7416 | Admin./Service/w       | 36 | CH | sofort  | D       | Thun/Bern + Umgeb. |                  |

## Hauswirtschaft/ménage

| 1    | 2                     | 3  | 4  | 5     | 6      | 7                      | 8                  |
|------|-----------------------|----|----|-------|--------|------------------------|--------------------|
| 7354 | Haushilfe/Service     | 32 | TK | B     | sofort | D                      | Bern+Umgeb.        |
| 7358 | Gouvernante           | 28 | HT | C     | sofort | D/E/F                  | Biel-Bern/BS/ZH/LU |
| 7374 | Gouvernante           | 23 | CH | Okt.  | D/E    | ZH/BE/SG/AG            |                    |
| 7392 | Portier               | 61 | DE | C     | Nov.   | D/E/F                  | LU                 |
| 7393 | Etagegouvernante      | 19 | CH | Sept. | D/E/F  | 4*-5*-Hotel/West-CH    |                    |
| 7401 | Allroundner/Service/w | 25 | CH | Okt.  | D/E/F  | AG                     |                    |
| 7405 | Gouvernante           | 22 | CH | Okt.  | D/E/F  | 4*-5*-Hotel/Deutsch-CH |                    |
| 7410 | Zimmerfrau/Lingerie   | 37 | PT | LEG   | Sept.  | I                      | GR/ZH/LU           |

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)

## SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

## CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

## Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:

Eintrittsdatum / Date d'entrée:

Arbeitsbewilligung / Permis de travail:

Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐

Art des Betriebes / Type d'établissement:

Bevorzugte Region / Région souhaitée:

Name / Nom:

Vorname / Prénom:

Strasse / Rue:

PLZ/Ort: / NPA/Lieu:

Geburtsdatum / Date de naissance:

Nationalität / Nationalité:

Telefon privat / No de téléphone privé:

Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:

Bemerkungen / Remarques:

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: Französisch / Français: Italienisch / Italien: Englisch / Anglais:

(1=Muttersprache / Langue maternelle, 2=gut/bonnes, 3=mittel/moyennes, 4=wenig/faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement:

Ort / Lieu:

Funktion / Fonction:

Dauer (von/bis) / Durée(de/à):

1.

2.

3.

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date:

Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: ☐ Ja - ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui - ☐ Non  
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:

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

# AG

## ACTIVE GASTRO ENG

### Sie sind unser V.I.P.

#### Service (m/w)

Sie sind jung, ambitioniert und lieben ein gepflegtes, trendiges Ambiente. Wenn Sie eine herausfordernde Arbeitsstelle suchen bei der Sie Ihre Kenntnisse, welche Sie in der Servicebranche erworben haben, weiterentwickeln möchten, haben wir genau das Richtige für Sie! Ihr neuer Arbeitsplatz befindet sich in einem gepflegten Trend-Speisekloak im Herzen von Zürich. Mit Ihrer kommunikativen, aufgeschlossenen und charmananten Persönlichkeit verwöhnen Sie Ihre Gäste täglich aus Neue.

#### Restaurantleiter (m/w)

In dieser Kaderposition können Sie die Gastfreundschaft und die Atmosphäre des Hauses entscheidend mitprägen. Durch konsequentes Handeln führen Sie den ganzen Restaurant- und Barbereich zielorientiert und motivierend. Eine Herausforderung, die Sie aufgrund Ihrer guten Fachkenntnisse mit Bravour erfüllen werden. Es erwartet Sie ein Restaurantbetrieb im kommenden Quartier der Stadt Zürich.

#### Jungkoch/Chef de partie (m/w)

Für einen geschmackvollen Betrieb an bezaubernder Lage in Zürich suchen wir junge Berufsläufer mit abgeschlossener Kochlehre. Ausserdem sollten Sie eine junge Persönlichkeit sein, die gerne ihre Kreativität auch bei der Arbeit ausleben möchte. Wenn Sie lernfähig und motiviert sind und mit Ausdauer ein Ziel verfolgen, sind Sie die richtige Person.

#### Chef Tournant (w/m)

Für ein 5\*-Hotel auf dem Platz Zürich suchen wir einen gut qualifizierten Koch. Sie verfügen über Erfahrung in sehr guten Häusern und sind sich gewohnt ein Team zu führen und zu Höchstleistungen zu motivieren. Ihren Qualitätsanspruch und die Liebe fürs Detail können Sie in diesem Betrieb in vollen Zügen ausleben. Fühlen Sie sich angesprochen, dann rufen Sie uns heute noch an.

#### 2. Küchenchef (w/m)

Sie verfügen über beste Berufserfahrung und können die Verantwortung für den ganzen Küchenbereich sowie die Führung und Schulung der Brigade übernehmen. Es erwartet Sie ein neu renoviertes 4\*-Hotel im Grünen mit Sicht auf die Stadt Zürich.

#### Produktionsleiter (m/w)

Wir suchen für einen grossen Produktionsbetrieb in der Region Zürich einen organisatorischen Leiter. Sie sind verantwortlich für die gesamte Produktion, Planung, Hygiene, Kontrolle und Präsentationen von neuen Gerichten. Die Führung eines Teams von ca. 35 Mitarbeitern bedeutet für Sie eine echte Herausforderung. Zusätzlich verfügen Sie über Kenntnisse der asiatischen Küche. Interessiert?

#### Réception (w/m)

Sehr schönes 3\*-Hotel in der City von Zürich, wirklich ein Bijou, sucht eine sprachgewandte und kommunikative Persönlichkeit mit sympathischer Ausstrahlung und mindestens 2 Jahren Berufserfahrung in der Schweizer Hotellerie. Sie verfügen über gute EDV-Kenntnisse und finden auch in stressigen Situationen immer die beste Lösung um den Gästen einen angenehmen Aufenthalt zu bieten.

#### Weinberater (w/m)

Weine sind Ihre Passion und Sie haben in Ihrer beruflichen Karriere bereits viel mit Weinen aus aller Welt zu tun gehabt. Für ein exklusives Ladengeschäft in der City von Zürich suchen wir einen charmananten und kundenorientierten Weinberater, dessen Zuständigkeitsbereich der Weinverkauf und die Beratung einer anspruchsvollen Klientel ist.

#### Personalassistentin

Für einen internationalen Hotelbetrieb auf dem Platz Zürich suchen wir eine versierte und kompetente Persönlichkeit. Sie verfügen über einen Abschluss einer Hotellschule und haben bereits erste Erfahrungen in der Personaladministration gesammelt. Sie sind ein Organisationstalent und administrative Arbeiten fallen Ihnen leicht? Zögern Sie nicht, rufen Sie uns an.

#### Kaffeberater, 70-100% (w/m)

Sie lieben den täglichen Kundenkontakt und stehen Ihren Kunden gerne mit Rat und Tat zur Seite. Wir suchen für eine renommierte Firma und ihr Top-Produkt kommunikative, belastbare Kundenberater. Ein moderner Arbeitsplatz und ein eingespieltes Team warten auf Sie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. **Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.**

01-432 73 73

ACTIVE GASTRO ENG GMBH, Postfach, 8048 Zürich  
E-Mail: r.eng@activegastro.ch / www.activegastro.ch

ACTIVE GASTRO ENG - EIN NAMEN DEN SIE SICH MERKEN SOLLTEN!

# HALLO!

## APPETITES

### Fröhlich, farbig, luftig!

Dies ist die Devise in unserem jüngsten Café/Restaurant im Shopville. Wir bieten nicht nur eine attraktive Auswahl von verschiedenen hochwertigen Pastas, sondern auch exquisite Sandwiches, Suppen und Salate, alles in den drei Grössen small/medium/large, natürlich auch zum Mitnehmen. Nicht zu vergessen die erfrischenden Smoothies, die neue Art verführerische Fruchtgetränke zu geniessen! Anfang November geht's los! Für unser tolles, neues Team suchen wir folgende, gästerorientierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (selbstverständlich stehen alle Stellen Damen und Herren offen):

**STV Restaurantleiter** 15. Oktober  
Sie sind ein Profi, der die neue Herausforderung sucht, aber bereits Erfahrung in ähnlicher Position gesammelt hat.

**Betriebsassistent** 15. Oktober  
Sie sind eine frontorientierte, ehrgeizige Persönlichkeit mit fundierter Gastroausbildung und möchten nicht nur im Bereich Führung viel dazulernen!

**Service-Mitarbeiter** 1. November  
Sie sind flink, fröhlich, adrett. Wenn Sie dazu eine abgeschlossene Lehre im Gastgewerbe oder längere Serviceerfahrung vorweisen können, gehören auch Sie vielleicht schon bald dazu!

**Hilfsschöche** 1. November  
Sie haben einige Jahre Köchenerfahrung, gute Deutschkenntnisse, mind. Bewilligung B und sind an sehr sauberes und speditives Arbeiten in einem lebendigen Umfeld gewöhnt.

**Möchten Sie von Anfang an dabei sein?**  
Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Candrian Catering AG, Human Resources  
Postfach, 8023 Zürich, personal@bahnhofbuffet.ch

157407



**Zermatt -**  
einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen bietet für Berg- und Schnee-begeisterte mit seinen zahlreichen Freizeitmöglichkeiten den idealen Ort für eine Jahresstille.

Unser traditionelles 4\*\*\*\*-Romantik-Hotel Zermatt 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 Zermatt**  
Familie Daniela und Paul Jüden  
CH-3920 Zermatt  
Telefon +41-27-966 76 00  
Telefax +41-27-966 76 76  
Internet: [www.julen.com](http://www.julen.com)  
E-Mail: [info@julen.com](mailto:info@julen.com)

157265/99110



**heidihof**  
Hotel Restaurant  
CH-7304 Maienfeld

Ihre neue Herausforderung als

## Chefkoch oder Koch

Auf den 1. September 2003 oder nach Vereinbarung suchen wir Sie. Ihr Tätigkeitsumfeld bietet Ihnen modernste Infrastruktur für ein vielseitiges Angebot.

Für weitere Informationen oder ein persönliches Gespräch steht Ihnen Herr Elmer jederzeit zur Verfügung. Rufen Sie uns an. Tel. 081 300 47 47.

157349/994099

**RESTAURANTS**  
**GLATT DÖRFLE**  
glatt und gut  
**Jeden Sonntag frei!**

Für unser Restaurant mit vielseitiger À-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 selbstständig und haben eine Berufserfahrung 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

157262/13609



**Wintersaison 2003/04 mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol im Heidiland**

Unser lebhafter und anspruchsvoller Hotel- und Restaurantbetrieb liegt mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol. Mit Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute schon auf die neue Herausforderung der kommenden Wintersaison.

Unterstützen Sie uns mit Ihrem fachlichen Können als:

#### Koch, Jungkoch (CH, A, D)

#### Servicefachangestellte (CH, A, D)

#### Küchen-Zimmerhilfe (EU-Bürger)

#### Buffet-Zimmerhilfe-Lingerie (EU-Bürger)

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne und auch Schnee und arbeiten gerne in einem jungen, dynamischen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste in der kommenden Wintersaison gemeinsam.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder auf Ihren Anruf.

Hotel Furt, Artho Melli, 7323 Wangs-Pizol  
Telefon 081 723 21 66 Fax 081 723 40 66  
[www.hotel-furt.ch](http://www.hotel-furt.ch) / E-Mail: [hotel.furt@spin.ch](mailto:hotel.furt@spin.ch)  
157191/94323

Lokal: Bar/Lounge  
Standort: Fislisbach AG  
Publikum: Leute, die nicht aus Langeweile in Bars gehen modern, trendy, urban  
Stil: Roger Bachtold  
Architektur: P 5 Zürich  
Eröffnung: November 03  
Welche(r) erfahrene(r)

## Chef de Bar

nimmt die Herausforderung an, unsere Bar mit ihrer (seiner) Persönlichkeit und Engagement mit DEM Treffpunkt der Region zu machen?

Sarah und Felix Schibli freuen sich, Sie kennen zu lernen.

Die Bar in der Linde  
5442 Fislisbach  
056 493 12 80  
sarah.schibli@linde-fislisbach.ch  
157416/201260



**heidihof**  
Hotel Restaurant  
CH-7304 Maienfeld

Wollen Sie sich verändern?

Wir bieten Ihnen eine interessante, selbstständige und abwechslungsreiche Tätigkeit als

## Service-mitarbeiter/in

in der Funktion als  
Stv. unseres  
Geschäftsführers.

Für weitere Informationen oder ein persönliches Gespräch steht Ihnen Herr Elmer jederzeit zur Verfügung. Rufen Sie uns an. Tel. 081 300 47 47.

157348/994099



Wintersaison 03/04 im Ski- und Snowboardgebiet Berg Basel, Dink

Unser lebhafter Hotel- und Restaurantbetrieb mit 77 Betten und ca. 500 Sitzplätzen und einer grossen Skibus-Station liegt mitten im Skigebiet Berg Basel. Wir freuen uns heute schon gemeinsam mit Ihnen die kommende Saison zu gestalten.

Unterstützen Sie uns als:

Koch, Jungkoch (EU-Bürger)

Servicefachangestellte (EU-Bürger)

Barpersonnel (EU-Bürger)

Kiosk und Self Service Personal (EU-Bürger)

Officiangestellte (EU-Bürger)

Teller-Schwenker (EU-Bürger)

Chef de Service (CH)

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne und auch Schnee und arbeiten gerne in einem jungen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste gemeinsam in der kommenden Wintersaison.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto

Kappeler Glatt AG  
Berghaus Leiterli  
Postfach  
3775 Lenk im Jura  
Telefon +41 053 733 35 16  
157360

BEI BERG LENK, DANK

## Meine Zukunft bei der Migros!



# Jobs

«unden am bärg luegt men ufe zum bärg - oben am bärg luegt men abe vom bärg - so git es gäng öpiss z'luege», schreibt der Berner Mundartdichter Kurt Marti. Viel zu sehen gibt es aber auch auf dem Berg - und viel zu geniessen: auf dem Gurten, dem Berner Hausberg. 280 Meter über Bern, autofrei und mit einer eigenen neuen Standseilbahn in fünf Minuten erreichbar. Die Elemente Essen und Trinken, kulturelle Anlässe unterschiedlichster Art sowie Attraktionen für Kinder sorgen immer wieder auf Neue für bleibende Erlebnisse.

Für unsere **Abteilung «Feiern und Tagen» auf dem Traumberg von Bern**, suchen wir nach Vereinbarung

## Betriebsassistent/in 80%

**Sie haben** eine Gastrollehre mit einigen Jahren Berufserfahrung und mit einer Weiterbildung HF. Auch in hektischen Zeiten sind Sie sich gewohnt, Telefone freundlich entgegenzunehmen und bei Reservationen den Überblick zu behalten.

**Sie sind** ein Verkaufstalent und führen Bankettsprachen kundenorientiert. Administrative Arbeiten wie Laufzettel schreiben, Offerten und Rechnungen erstellen, erledigen Sie rationell und gekonnt. Qualität ist für Sie selbstverständlich und Sie setzen alles daran, diese kontinuierlich zu steigern.

## Sachbearbeiter/in Administration 40%

**Sie bringen** Erfahrungen aus der Gastronomie-Administration mit. Auch in hektischen Zeiten sind Sie sich gewohnt, Telefone freundlich entgegenzunehmen und bei Reservationen den Überblick zu behalten.

**Sie haben** ein Flair für Zahlen, Tagesabschlüsse und Rechnungen erstellen Sie rationell und gekonnt. Qualität ist für Sie selbstverständlich und Sie setzen alles daran, diese kontinuierlich zu steigern.

**Sie beide...**

**sind** flexibel in den Arbeitszeiten und haben ein freundliches Auftreten.

**Sie dürfen** davon ausgehen, dass Sozialleistungen, Karrieremöglichkeiten und zusätzliche Einrichtungen bei der Migros über dem Durchschnitt liegen.

**Wir freuen** uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

157380



## Genossenschaft Migros Aare

Karin Pfister, Personelles  
Industriestrasse 20, 3321 Schönbühl  
Telefon 031 858 85 49  
[karin.pfister@gmaare.migros.ch](mailto:karin.pfister@gmaare.migros.ch)  
Weitere Informationen: [www.migros.ch](http://www.migros.ch)

## Tertianum ZOLLIKERBERG

Das TERTIANUM Zollikoberg ist eine moderne, sympathische und hotelähnliche Seniorenresidenz mit 70 Mitarbeitenden. In den unterschiedlich grossen und attraktiven Appartements und im schönen Pflegebereich leben und wohnen 115 Gäste.

Für unser öffentliches Restaurant rondo suchen wir per 1. Oktober 2003 eine/n gepflegte/n, flexible/n und gästerorientierte/n

## Service-MitarbeiterIn

Verfügen Sie über entsprechende Berufserfahrung, sprechen Sie flüssend Deutsch und arbeiten Sie gerne in einer modernen, stilvollen Umgebung? Wenn ja, erwartet Sie ein aufgestelltes Team.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen und Foto senden Sie bitte an:

**TERTIANUM Zollikoberg**  
A. M. Strähle-Bezzola, Stv. Dir.  
Sennhofweg 23, 8125 Zollikoberg  
Tel. 01 396 12 12, Fax 01 396 12 00  
[Info@tertianum-zollikoberg.ch](mailto:Info@tertianum-zollikoberg.ch) [www.tertianum.ch](http://www.tertianum.ch)

157317/90550





### Hotel Wysses Rössli, 6430 Schwyz

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

#### KÜCHE:

##### Chef de partie

#### SERVICE:

**Servicefachfrau oder Servicemitarbeiterin** mit Berufserfahrung

#### RÉCEPTION/BANKETTSERVICE:

**Mitarbeiter/in mit abgeschlossener Hotelfachschule oder entspr. Ausbildung mit Berufserfahrung, Sprachgewandt**

Gute, den Berufserfahrungen entsprechende attraktive Anstellungsbedingungen.

Eintritt: 1. September oder nach Übereinkunft.

Wir freuen uns auf Anfragen, noch lieber öffnen wir Ihr Bewerbungsschreiben.

Bis bald – fürs Rössli-Team:

Urs & Ruth Ming-Odermatt

Hotel Wysses Rössli

Hauptplatz 3, 6430 Schwyz, Telefon 041 811 19 22

[www.roessli-schwyz.ch](http://www.roessli-schwyz.ch)

E-Mail: [info@roessli-schwyz.ch](mailto:info@roessli-schwyz.ch)

157358/32700

## AuPremier

Innovation und Tradition unter einem Dach.

Unser Unternehmen bietet ein vielfältiges Gastronomieangebot im HB Zürich: Restaurants, Bars, Verkaufsstände, Catering-Service sowie Konferenz- und Banketträume machen uns zum grössten Bahnhofbuffet Europas.

Für das Team in unserem stylish renovierten und mit 13 Gault Millau-Punkten dotierten Restaurant „Au Premier“ möchte wir unser junges, dynamisches Team mit einem ehrgeizigen, einflussreichen

## Commis oder Chef de Partie m/w

ergänzen.

Haben Sie eine erfolgreich abgeschlossene Kochlehre und bereits Erfahrung in der gehobenen Gastronomie? Lieben Sie die frische, saisongerechte, moderne Küche? Bringen Sie Ideen mit? Sagt Ihnen ein moderner Arbeitsplatz im Herzen von Zürich zu? Machen Ihnen freie Wochenende noch mehr Freude an Ihrem Beruf?

Sie beantworten diese Fragen mit Ja? Super! Dann schicken Sie am besten unverzüglich Ihre Bewerbungsunterlagen. Patrik Friemel (Küchenchef) oder Jann Hess (Human Resources) sind gespannt auf Sie!

Candrian Catering AG

Restaurants Bahnhof Buffet Zürich, Postfach, 8023 Zürich

Tel. 01/217 15 15

[personal@bahnhofbuffet.ch](mailto:personal@bahnhofbuffet.ch), [www.bahnhofbuffet.ch](http://www.bahnhofbuffet.ch)

157394

Für unser modernes und charmantes 3\*\*\* Hotel Montana mit dem **Bistro/Bar «Le Lyonnais»**, 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

## Chef de partie

mit Flair für die französische Küche

## 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](http://www.hotelmontana.ch) / [direktion@hotelmontana.ch](mailto:direktion@hotelmontana.ch)

157418/40762

## La Ginabelle

ZERMATT

... ein Haus mit einem Hauch von Eleganz und einem jungen Team am motivierten Mitarbeitern...

Sie sind begeisterungsfähig und teamorientiert. Kreativität und Fachwissen nennen Sie Ihr Eigen.

Sie lieben die Berge, frische Luft und sportliche Betätigung. Dann sind Sie die/der künftige Mitarbeiter/in in unserem Team.

Für die Wintersaison suchen wir folgende Mitarbeiter:

**Chef de Service**  
**Chef de rang**  
**Commis de rang**  
**Servicemitarbeiter/in**  
**Hotelfachmann/-frau**  
**Chef de Bar**  
**Commis de Bar**  
**Chef de partie**  
**Commis de cuisine**  
**Pâtissier/-ière**  
**Kindergärtnerin**  
**Rezeptionistin**

Nebst zeitgemässen Arbeits- und Entlohnungsbedingungen und eigenen Studios bieten wir Ihnen ein angenehmes Arbeitsklima.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Familie Abgotz-Schell

CH-3920 Zermatt

Tel. 0041-27-966 50 00

Fax: 0041-27-966 50 10

E-Mail: [info@la.ginabelle.ch](mailto:info@la.ginabelle.ch)

Internet: <http://www.la.ginabelle.ch>

157386/124699



Wir sind zwar schon eines der höchsten Hotels im Weltkurort Zermatt.

Trotzdem wollen wir noch höher hinaus!

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir deshalb für die kommende Wintersaison:

## Service Küche

**Chef de Rang**

\*

**Commis de Rang**

D/E/F

**Chef Pâtissier**

\*

**Chef Gardamanger**

\*

**Commis de Cuisine**

157370

Ihre Bewerbungsunterlagen mit einem Foto senden Sie bitte an:



Marie-José Metry-Julen

CH-3920 Zermatt

Telefon +41 (0)27 966 34 34

Telefax +41 (0)27 966 34 35

Internet: [www.schonegg.ch](http://www.schonegg.ch)



## 2-Tage- od. 10-Tage-Job

Möchten Sie mit einem «Kurzeinsatz» bei sehr guter Entlohnung mitarbeiten od. die Zwischensaison überbrücken?

Für die Restaurationsbetriebe am traditionell bekannten **Zuger Stierenmarkt vom 10. und 11. September** oder **Zuger Messe vom 23. Okt. bis 2. Nov.** suchen wir noch

## Service-Angestellte/Köche/-innen Buffet- und Hilfspersonal/Pizzaiolo

Weitere Auskünfte erteilen wir Ihnen gerne, rufen Sie an. K. Nussbaumer **Hotel Morgarten am Ägerisee** 6315 Morgarten/Oberägeri ZG  
Tel. 041 750 12 91 [www.hotel-morgarten.ch](http://www.hotel-morgarten.ch) Fax 041 750 59 49  
157382/133205



## Christiania in Zermatt

Für unser \*\*\*\* Sporthotel im Matterhorn-dorf mit Hotelbar, Spezialitätenrestaurant, Hallenbad sowie Fitnesscenter, suchen wir für die kommende Wintersaison noch folgende Mitarbeiter:

#### KÜCHE:

CHEF DE PARTIE

COMMIS DE CUISINE



#### SERVICE / HOTELBAR:

CHEF DE RANG

SERVICEMITARBEITER

BARMAID/ BARMAN



#### HOUSEKEEPING:

ZIMMERMÄDCHEN

TOURNANTE (ETAGE, LINGERIE, BUFFET)

Wir freuen uns

auf Ihre Bewerbungsunterlagen:

**CHRISTANIA HOTELS**

Fam. Peter Franzen - CH-3920 Zermatt

Tel. +41 27 966 60 00

[www.reconline.ch/christania](http://www.reconline.ch/christania) - [christania.zermatt@reconline.ch](mailto:christania.zermatt@reconline.ch)



... da macht arbeiten noch Spass!

Wir sind ein \*\*\*\*Hotel mit 120 Betten, einem Gourmet-Restaurant und einer Terrasse mit einer einzigartigen Aussicht auf Engelberg und die Innerschweizer Alpen. Zudem wird im Spätherbst unser neues Solbad mit entsprechendem Wellnessangebot eröffnet.

Unser junges, motiviertes Team sucht Verstärkung:

## Réceptionist/in (D/E, evtl. F)

Jahresstelle

Fidelio-Kenntnisse

## Chef de partie

Jahres- oder Saisonstelle

## Servicemitarbeiterinnen

Saisonstelle (12.03.-04.04.)

Engelberg ist der ideale Ort für sportbegeisterte und naturverbundene Leute – nahe dem Vierwaldstättersee gelegen. Das Waldegg – ein vielseitiger, lebhafter Betrieb mit internationaler Kundschaft.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf!

Hotel Waldegg, 6390 Engelberg

Marco von Euw

Tel. 041 637 18 22, Fax 041 637 43 21

[www.waldegg-engelberg.ch](http://www.waldegg-engelberg.ch) /

[info@waldegg-engelberg.ch](mailto:info@waldegg-engelberg.ch)

157346/10391

**Mit dem jungen Charme der ersten Stunde.** Als erstes Hotel von Zermatt, das auch den Erstbesteiger des Matterhorns beherbergte, sind wir einer reichen Tradition verpflichtet. Um die hohen Ansprüche unserer Gäste auf zeitgemässe Weise zu erfüllen, verlassen wir uns auf motivierte Mitarbeiter. Sind Sie dabei?



Unsere Montrose Bar im Zentrum von Zermatt ist bei Einheimischen und Gästen seit Jahren überaus beliebt. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, suchen wir für die kommende Wintersaison 2003/04 eine/n galante/n, aufgestellte/n

## BARDAME oder BARMAN

Sie verfügen über ein gepflegtes Auftreten und eine fundierte Erfahrung an der Bar oder im Servicebereich der gehobenen Gastronomie, sind selbstständiges Arbeiten gewohnt, Organisation ist für Sie selbstverständlich, Fremdsprachen bereiten Ihnen kein Kopfzerbrechen.

Falls Sie für uns die richtige Person sind, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Referenzen und Foto.

Seiler Hotel Monte Rosa\*\*\*\*  
Josianne Zeiler  
Personalbüro  
3920 Zermatt

Tel. 0041-27 966 87 56  
Fax 0041-27 966 87 57  
www.zermatt.ch/monterosa  
E-Mail: jz@seiler-zermatt.ch

157140/39268



Wir suchen für die Wintersaison 2003/2004

## ein (Ehe-)Paar für Etage/Lingerie

- CH-Erfahrung notwendig  
- Deutschkenntnisse von Vorteil

Daniel Ackermann und Maya Loy  
Hotel Hohe Promenade  
7050 Arosa (Tel. 081 378 77 00)

157381/1368

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. Rubli-Reichmuth

157278/115770



Für unser gepflegtes 4\*-Ferienhotel im Chaletstil im Zentrum von Adelboden mit 36 Zimmern, 2 Restaurants, Bar, Fitness-Studio, Sauna, Dampfbad, Solarium und einem Seminarraum suchen wir noch folgende Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ab der kommenden Wintersaison:

- **Souschef w./m.**
- **Réceptionistin**
- **Servicefachangestellte für das gepflegte à la carte**
- **Chef de Service m/w**
- **Hofa**
- **Direktionsassistentin Service/Etage**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, oder rufen Sie uns an:

**BEST WESTERN HOTEL BEAU-SITE**  
Fam. Markus Luder, Hoteller  
3715 Adelboden  
Telefon 033 673 22 22  
Fax 033 673 33 33  
E-Mail: hotelbeausite@bluewin.ch  
www.hotelbeausite.ch

157385/191

## Hotel Löwen Hausen a/A

sucht per 1. Oktober oder nach Vereinbarung

## Servicefachangestellte/n Koch/Köchin

Wir sind Mitglied bei der Gilde etablierter Köche der Schweiz und bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Jahresstelle.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann melden Sie sich per E-Mail [Info@loewen-hausen.ch](mailto:Info@loewen-hausen.ch) oder rufen Sie uns einfach an. Bitte verlangen Sie Herrn oder Frau Burkard.

[www.loewen-hausen.ch](http://www.loewen-hausen.ch)  
Tel. 01 764 00 06

157310/15350

## PARK HOTEL WALDHAUS flims

«Ein glücklicher Mitarbeiter ist mindestens so viel Wert wie ein glücklicher Gast.»

### Geht Ihnen jetzt ein Licht auf?

Als Fünf-Stern-Resort mit Tradition, neu erleuchteter «delight»-Badewelt und umfangreicher Gastronomie suchen wir per 9. Dezember 2003:

In unsere Hauptküche:

**Chef Saucier**  
**Chef Entremetier**  
**Chef Gardemanger**  
**Commis de cuisine**  
**Commis Pâtissier**

Panorama-Restaurants:  
**Chef de rang**  
**Servicefachangestellte**

POMODORO – Pizza e Pasta:  
**Restaurantleiter/in**  
**Pizzaiolo**  
**Chef de partie**  
**Commis de cuisine**  
**Hilfskoch**  
**Servicefachangestellte**

Mungga Stuba – das Fondue-Stübli  
**Chef de partie / Alleinkoch**  
**Servicefachangestellte**

### Erleuchtet?

Adriano Frigo, Human Resources, Manager, freut sich auf Ihre einleuchtenden Argumente.



DIE ALPENARENA

Park Hotel Waldhaus CH-7018 Flims Waldhaus Tel. 081 928 48 48  
a.frigo@parkhotel-waldhaus.ch www.parkhotel-waldhaus.ch

157044/1422

## 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](http://www.national-davos.ch)

157278/45730



**GLÄRNISCHHOF**  
STADT & BUSINESSHOTEL · ZÜRICH

In unserem jungen und dynamischen Front-Office-Team betreuen Sie als

## Front-Office-Mitarbeiter

tagtäglich Gäste aus aller Welt.

Kontakt mit Menschen, abwechslungsreiche Aufgaben in einem motivierten Team erfüllen, interne Schulungsmöglichkeiten nutzen, den Puls von «Downtown» spüren, und das in einem Swiss International Hotel. Ist das nicht schon lange Ihr Ziel? Wenn Sie ein gutes Auftreten und ein Flair für Sprachen haben, gerne in einem guten Team arbeiten, EDV-Kenntnisse besitzen und schon Rezeptionserfahrung mitbringen, so sollten Sie uns Ihre Bewerbung zukommen lassen.

**Eintritt: Anfang September oder nach Übereinkunft.**

**GLÄRNISCHHOF\*\*\*\***  
STADT & BUSINESSHOTEL  
zuhanden Rolf Benz, Vizedirektor  
Claridenstr. 30, 8022 Zürich 2  
Tel. 01 286 22 34

Surfen Sie auf unsere Homepage und erfahren Sie mehr über uns und unser Team.  
<http://www.glaernischhof.com>

157405/40339



## RÉCEPTIONISTINNEN

Sie haben Freude am Kontakt mit Menschen und kümmern sich kompetent um das Wohl unserer Gäste von der Anreise bis zur Abreise. Sie setzen gerne Ihre guten Fremdsprachen- und PC-Kenntnisse ein.

**SERVICE-VERANTWORTLICHE/R**  
mit Ihrer fachlich kompetenten und menschlichen Art leiten Sie unser Service Team.

**SERVICEMITARBEITER/INNEN**  
mit Ihrer fröhlichen, zuvorkommenden Art verwöhnen Sie unsere Hausgäste im Speisesaal oder unsere Gäste im à la carte Restaurant Stuba da la posta.

## SOUS-CHEF

Sie sind begeisterungsfähig, belastbar, qualitätsbewusst mit fundierten Kenntnissen, arbeiten gerne mit einem kleinen Team und wollen Ihre gehobenen gastronomischen Ziele verwirklichen.

## CHEF DE PARTIE

Sie sind kreativ, arbeiten gerne selbstständig und sind bereit Verantwortung zu übernehmen. Sie haben Freude an einer marktorientierten Frischprodukte-Küche.

## COMMIS DE CUISINE

Sie sind motiviert und arbeiten gerne in einem aufgestellten Teams

Gerne würden wir Sie kennenlernen, um mit Ihnen alles Weitere zu besprechen. Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an.

Hotel Post \*\*\*\*  
Fam. Hp. & T. Nerr  
CH-7514 Sils-Maria  
Tel. 081.838 44 44  
Fax 081.838 44 00  
[www.hotelpostsil.ch](http://www.hotelpostsil.ch)  
[mail@hotelpostsil.ch](mailto:mail@hotelpostsil.ch)



ENCADIN

Für unseren bekannten Restaurationsbetrieb im Churer-Rheintal suchen wir:

## Koch Sous-chef

Anstellung ab September 03 oder nach Vereinbarung

Haben Sie Interesse, in einem dynamischen Betrieb in einem motivierten Team zu arbeiten?

Auf Wunsch Kost und Logis im Haus.

Herr Thöny freut sich auf Ihre Bewerbung

Hotel Sportcenter Fünf Dörfer  
Oberau, Postfach 52  
7201 Untervaz Bf  
[mgaemp@spn.ch](mailto:mgaemp@spn.ch)

Nähere Auskunft unter Tel. 081/ 322 44 35



157379

## Restaurant Pfannenstiel

**Kulinarisch auf der Höhe,  
... der Passhöhe**

Das Restaurant Pfannenstiel liegt zwischen Meilen und Egg, auf der Passhöhe. Es verfügt über eine Burebeiz (42 Plätze), ein Stübli (44 Plätze) und eine grosse Gartenterrasse (110 Plätze). Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir

## einen versierten Koch (w/m),

der/die in einem Team von sechs Personen selbstständig und zuverlässig arbeitet, erfahren und belastbar ist. Ebenfalls suchen wir

## eine/n Servicefachangestellte/-r

der/die den Umgang mit Menschen liebt und auch in hektischen Situationen nicht die Nerven verliert. Mindestens ein Jahr Berufserfahrung und perfekte Deutschkenntnisse sind für diese Stelle von grosser Wichtigkeit. Falls kein Auto vorhanden ist, steht ein Zimmer im Hause zur Verfügung.

Oliver Oetjen und Daniel Cassani freuen sich auf Ihren Anruf unter Tel. 01 923 55 44.

Herrenweg  
8706 Meilen

Tel. 01 923 55 44  
Fax 01 923 59 44

E-Mail: [info@restaurant-pfannenstiel.ch](mailto:info@restaurant-pfannenstiel.ch)  
Internet: [www.restaurant-pfannenstiel.ch](http://www.restaurant-pfannenstiel.ch)

157417





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

## Restaurant Burg Uster

Für unser gepflegtes Speiserestaurant  
suchen wir per 15. Oktober 2003 in  
Jahresstelle erfahrene, fröhliche

**Servicetochter**  
sowie Aushilfe

**Allein-Koch/Köchin**  
**Küchen-/Buffetmädchen**

Gern erwarten wir Ihre Bewerbung oder  
Ihren Telefonanruf.  
Frau H. Schlatter, Seestrasse 495  
8038 Zürich, Telefon 01 481 57 75

157363/405631

**Bergrestaurant Sontgant**  
7460 Savognin/GR

Wir suchen noch als Ergänzung für  
unseren lebhaften Tagesbetrieb mitten  
im Skigebiet aufgestellten

## Servicemitarbeiter

mit Erfahrung.

Bewerbung unter Tel. 033 822 34 31 oder  
beat.trummer@sontgant.ch

Ich freue mich auf Ihren Anruf. 57375/416140

ROMANTIK  
HOTEL  
**ORSELINA**  
6644 ORSELINA

TESSIN

Wir suchen auf den 1. September 2003 oder nach  
Übereinkunft für unser aufgestelltes Empfangsteam

## SEKRETÄRIN/RÉCEPTIONNISTIN (VERTRETUNG CHEF DE RÉCEPTION)

mit Berufserfahrung; Muttersprache Deutsch, mit guten  
E- und F-Kenntnissen. Sind Sie motiviert und bereit, un-  
seren Chef de Réception tatkräftig zu unterstützen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Alberto Amstutz, **Romantik Hotel Orselina**  
6644 Orselina  
Tel.: 091 735 735 0 / Fax: 091 735 735 1

157363/27359

**Ristorante eco-Hotel**  
**Cristallina**

Vollwertküche mit Bio-Produkten,  
vegetarische Spezialitäten, Pizzeria.

Nach dem Umbau von unserer  
Struktur, suchen wir per sofort oder  
nach Vereinbarung eine/n

## Koch/Köchin

Unser Betrieb wird das ganze Jahr  
offen sein (Mittwoch: Ruhetag).  
Die Kandidatur zusammen mit dem  
Curriculum, Arbeitszeugnisse und Foto  
an die folgende Adresse zuschicken:  
Fam. Kälin-Medici  
Ristorante eco-Hotel Cristallina  
6678 Coglio (Tel. 079 792 92 89)

157363/405631

## SUISSE ROMANDE

**clubBAHNHOF**  
**café**  
KERZERS

ZUR ERGÄNZUNG UNSERER  
KÜCHENBRIGADE SUCHEN  
WIR PER SOFORT ODER  
NACH ÜBEREINKUNFT  
EINEN

## PIZZAIOLO

MIT HOLZOFENKENNTNIS!

sowie

## SERVICEANGESTELLTE/N

mit Erfahrung und guten  
Deutschkenntnissen.

FÜR WEITERE AUSKÜNFTE  
VERLANGEN SIE  
Herrn Berno oder Herrn Kobler  
Tel. 031 755 53 16

157318/386372

**Hôtel-Restaurant de la Riviera lémanique**  
cherche pour le 1<sup>er</sup> septembre ou  
à convenir:

## secrétaire-réceptionniste

avec expérience de l'hôtellerie, langues  
F/D/E

Nous attendons volontiers vos offres  
complètes sous chiffre 157371 à **hotel+**  
**tourismusrevue**, case postale, 3001  
Berne.

157371/28207

## INTERNATIONAL

STELLENVERMITTLUNGS &  
UNTERNEHMENSBERATUNGS  
**BÜRO METRO**

Postfach 1479 CH 8065 Zürich  
Domizil: Talackerstrasse 11,  
CH 8152 Glatbrugg  
Tel: +41 (0)1 201 4110 Fax: +41 (0)1 2021646  
W-Mail: metroch@attglobal.net

Seit über 50 Jahren die Adresse für  
interessante Stellen weltweit in Hotels  
und auf Kreuzfahrtschiffen.

Für Luxushotels in Osteuropa suchen  
wir:  
**MARKETING MANAGER**  
**RESTAURANT MANAGERS**  
**HOTEL MANAGERS**  
**EXECUTIVE CHEF**  
**SERVICE TRAINING MANAGER**

157368

Sie profitieren von Super-Sparangeboten. Und gewinnen mit etwas Glück ein smart city-coupé!

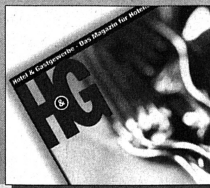
# Grosser Lese- & Fahr-Spass



## hotel+tourismus revue

Die Wochenzeitung für die Hotel-  
lerie, Gastronomie und den Touris-  
mus 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 aktu-  
elle 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) |

Studenten und Lehrlinge erhalten 50% Rabatt (bitte Ausweiskopie beilegen)! Preise inkl. Versandkosten und MwSt. Auslandpreise auf Anfrage.

## 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 42 22)  
oder ein E-Mail senden (abo@swiss-hotels.ch).



Hier abtrennen



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.

## DOMINO GASTRO



## Ihr Personal-Profi

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

## In Jahres- + Saisonstellen

## Küche/Service/Réception

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| Zürich u. Umgebung    | 043 960 31 51 |
| 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

DOMINO GASTRO

## www.adsjob.com

## UNBESCHRÄNKTE VERMITTLUNGEN

ab Fr. 450.-

Tel. 081 382 21 03 / 079 411 81 07, Fax 081 382 21 23

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.  
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

## Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09  
134930/401646

## Personal-Vermittlungen

Tel. 081 382 21 57 / 079 475 11 33, Fax 081 382 21 56  
Laufend qualifizierte Bewerber aus Österreich für Saison und Jahresstellen

www.gastro.ch

146961/453443

## 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 + tourismusrevue**, Postfach, 3001 Bern.  
157260/380059

## 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 + tourismusrevue**, Postfach, 3001 Bern.  
157163/407456

Ihre Ferien 2003? Kein persönlicher Ferien-Ersatz bei Unfall! Militär! – Wie weiter?

Hier die Lösung:  
Wir helfen Ihnen, nicht mit Personalvermittlung, sondern mit persönlichen Taten, denn das neue Dienstleistungsunternehmen fürs Gastgewerbe kann man tage- oder wochenweise mieten.

Nähere Infos über noch freie Septemberdaten: **Gastro Holiday Service**  
Natal 079 3585338  
157316/385183

## \*\*\*\* Night Manager, Deutscher, E, F

mit breiter gastronomischer Basis möchte sich kurzfristig verändern.

0049 8022 706 283

← Korrektur

E-Mail: tourenschwimmer@aol.com  
157403/426858

Junger Schweizer mit Hotelfachschulabschluss sucht für die Zeit vom Dez. 2003 bis Febr. 2004 eine

## abwechslungsreiche

## Herausforderung

Wunsch-Region: Berner Oberland, Vorzugsweise im Bar-Business. Haben Sie eine **Schnee-Bar** die Sie vermieten möchten? Crew wäre vorhanden.

Zuschriften unter Chiffre 157384, **hotel + tourismus revue**, PF, 3001 Bern.  
157384/384699

## IMAGE

**gastro** **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

# Vom Koch bis zur Gouvernante.

Abonnieren und inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, [www.htr.ch](http://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:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler

E-Mail: media@swiss-hotels.ch

## Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

## Termine:

- Ausgabe Nr. 34/2003
- Erscheint 21. 8. 2003
- Anzeigenschluss 18. 8., 12.00
- Wiederholungen 18. 8., 12.00

Nr. 35/2003

28. 8. 2003

25. 7., 12.00

25. 7., 12.00

Nr. 36/2003

4. 9. 2003

1. 9., 12.00

1. 9., 12.00

Nr. 37/2003

11. 9. 2003

8. 9., 12.00

8. 9., 12.00

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-begläubigt / contrôle REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.