

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 38

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

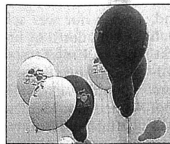
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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



FRANZ STEINEGGER / «Die jetzige Situation ist keine Katastrophe»: der STV-Präsident über Finanzen und Strategien. **SEITE 2**



LEHRLINGSFORUM / Die Bündner Gastgewerbe-Lehrlinge haben die Wünsche an ihre Chefs per Ballon verschickt. **SEITE 4**



mit Beilage
WEIN

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Zeit für die Keep-cool-Box?

MARIETTA DEDUAL

Er habe eine «Keep-cool-Box» auf seinem Schreibtisch, sagte jüngst ein Touristiker. Darin deponiere er jeweils seine schwierigen Fälle; nach zwei Tage schaue er sich die Papiere an. Dann stelle er regelmässig fest, dass ein Teil der Papiere nicht so viel Beachtung verdiente, dass ein Teil der Probleme auf eine mit durchschnittlichem Aufwand lösbare Grösse geschrumpft sei und für den anderen Teil springe ihm die Lösung ins Auge.

Wichtig sei jedoch, dass die Probleme nach zwei oder bestenfalls drei Tagen angegangen würden, ansonsten käme es einem «Unter-den-Teppich-Kehren» gleich. Verdrängen sei keine Lösung. Ergänzend meinte er: «Es ist auch schön, wenn die Box am Wochenende leer ist.»

Diese Box ist nicht nur ein mentaler Vorgang, nein, sie steht wirklich auf seinem Pult. So habe er am Abend zu Hause nicht den Hinterkopf voll mit beruflichen Fragen und Problemen, könne sich der Familie oder dem Sport widmen und habe einen guten Ausgleich. Was übrigens in letzter Zeit mit dem Modewort Life-Work-Balance in Managerkreisen stark propagiert wird.

Was haben Sie diese Woche für Ihren Ausgleich gemacht? Waren Sie Joggen? Mit dem Velo unterwegs? Im Theater? Sie hatten noch keine Zeit? Dann ist es höchste Zeit, dass Sie sich eine Keep-cool-Box anschaffen.

WEINE

Rebensäfte für die kühlere Zeit

Anders als im Sommer wird in der kälteren Jahreszeit gerne auf schwerere Weine zurückgegriffen. Speziell zu Wild geben sie die ideale Begleitung ab.

DANIEL STAMPFELI

Themen rund um den Wein sind heute nicht mehr nur den Spezialisten vorbehalten. Die vermehrten Reiseaktivitäten der Schweizer in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten sowie die zunehmende Globalisierung haben dazu geführt, dass dem Konsumenten nicht nur die einheimischen Rebensäfte bekannt sind. Im Gegenteil: in der Schweiz werden zunehmend immer mehr Weine aus der Neuen Welt konsumiert. Da ist es besonders wichtig, dass Hoteliers und Gastronomen à jour sind, um auf Forderungen und Wünsche ihrer Gäste fachmännisch eingehen zu können.

Mit ihrer Weinbeilage will die hotel + tourismus revue die Wirte und Hoteliers beim Einkauf und Verkauf unterstützen. Schwerpunkte des aktuellen Weindossiers bilden neben Herbst- und Winterweinen auch der Portwein sowie die Frage nach dem richtigen Glas. **Siehe Beilage**

Foto: zvg



HERBSTZEIT - ERNTEZEIT

Die Weinlese steht im Herbst sicher im Zentrum der Aktivitäten der Weinbauregionen. Dannzumal beginnt aber auch die Saison für den Konsum der schwereren und gehaltvolleren Weine - ganz im Gegensatz zum Sommer.

STV

Wieder auf Budgetkurs

Die Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands ist reibungslos über die Bühne gegangen. Der rote Jahresabschluss 2002 sowie die allfällige Bundesrats-Kandidatur des Präsidenten Franz Steinegger führten nur vor und nach der offiziellen GV zu Diskussionen. Im laufenden Jahr sei der STV wieder auf Budgetkurs, sagte die Direktorin Judith Renner. Das Budget 2004 könnte jedoch durch eine Mehrwertsteuer-Nachforderung zu Fall gebracht werden. **SST**

Siehe Seiten 2 und 5

AROSA

Partnerort von Entenhausen

Arosa ist Schweizer Tourismuspartner der Walt Disney Company (Germany) GmbH. Der Ort ist aus mehreren Konkurrenten ausgewählt worden.

Am 29. November wird der Alpen Club Micky Maus in Arosa eröffnet. Ab Sommer 2004 soll das gesamte Familienangebot auf die Helden von Entenhausen abgestimmt werden. «Wichtig ist uns einerseits, dass unseren Leistungsträgern nun ein Thema vorgegeben ist und andererseits, dass sich

durch die Kooperation sensationelle Kommunikationswege ergeben.» Für Arosas Tourismusdirektor Hans-Kaspar Schwarzenbach ist die Wahl zum ersten Schweizer Walt-Disney-Tourismuspartner eine Bestätigung für das Familienangebot seiner Destination. Denn schliesslich seien mit Ausnahme von zwei alle anderen Schweizer Familienorte im Rennen gewesen. In die Schlussrunde geschafft hat es auch Lenzerheide. Gewählt worden sei Arosa dann vor allem deshalb, weil der Ort «kompakt und die Wege zu den Hotels kurz» seien. **CK**

Fortsetzung auf Seite 3

INTERNET

Website-Unterhalt

Kosten der Mutationen und Zeitmangel sind die grössten Hindernisse bei der Aktualisierung des Internet-Auftritts. Moderne CMS-Tools (Content Management System) erlauben es den Site-Besitzern, aktuelle Angebote mit Bild und Text jederzeit selbst zu ändern, ohne das eigentliche Gerüst der Website zu verändern. Die Bedienung dieser benutzerfreundlichen CMS-Programme heisst eigentlich nichts anderes als das Eintippen von neuen Daten in bestehende Masken. **MJP**

Siehe Seite 17

INHALT

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



REBAG
DATA
AG ...

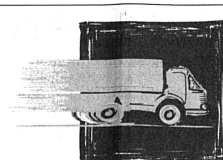
hotel informatik

keys

protel

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

Seeding 36 8134 Adiswil 01-711-7410 01-711-7429 www.rebag.ch



SCANA BEWEGT
MARKEN UND MÄRKTE.

Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf
www.scana.ch



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

CHECK IN DATA

ht IN KÜRZE

Lehrlingsforum / Konfliktverhalten und Sucht waren Schwerpunkte des zweiten Lehrlingsforums Graubünden. Rund 80 Lehrlinge und 20 Lehrmeister aus Hotellerie und Gastronomie haben am Anlass teilgenommen. **Seite 4**

Alpines Netzwerk / Das von Tirol aus lancierte Netzwerk «AlpNet» beantragt seine Förderung gemäss dem Programm «Interreg IIB» der EU. Dieses bezieht in seinen «Kooperationsraum» auch die Schweiz mit ein. **Seite 7**

Mystery Park / Nach etwas mehr als 100 Betriebstagen steht fest, dass von Dänikens Mystery Park in der Region Interlaken mehr Übernachtungen generiert, als dies die Tourismusbranche im Vorfeld erwartet hatte. **Seite 9**

New Yorker Trendhotels / Wer ein bis ins Detail perfektes Boutique-Hotel erleben will, kommt um dieses Haus nicht herum: das «60 Thompson» ist selbst unter Manhattans Hotelkonzepten eine interessante Ausnahme. **Seite 12**

Alpenprodukte / Produkte aus dem Alpenraum sind nicht nur gesund und identitätsstiftend. Gewisse Köche haben sie auch als Delikatessen entdeckt. «Schlemmereien aus 1001 Alpen» heisst das Motto zum Beispiel im Erner Gasthof St. Georg. **Seite 13**

Wild / Schweizer Wild ist rar und teuer. Ausländisches ist zwar konstanter in der Qualität, wird aber meistens geschnitten und vakuumiert angeboten. Sonst ist es mit hiesigem ziemlich vergleichbar. Auf jeden Fall ist Wildbeschaffung Vertrauenssache. **Seite 14**

Fast-Food / Alle kennen McDonald's, Wendy's und Subway. Aber nur wer schon im Südosten der USA unterwegs war, dem wird «Krystal» ein Begriff sein. Diese Fast-Food-Kette behauptet sich seit Jahren erfolgreich mit kleinen viereckigen Mini-Burgern. **Seite 16**

Internet / Die Website-Besitzer haben erkannt, dass der Webaufruf aktuell und auf das richtige Publikum zugeschnitten sein muss. Ganz so einfach ist es aber auch wieder nicht. Content-Management-Systeme ermöglichen, die Inhalte selber nachzuführen. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

STV-GV / Anlässlich der Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbandes musste die Präsidentin, Judith Renner, einen Bilanzverlust präsentieren. Die finanzielle Situation des STV gab zu einigen Diskussionen Anlass. **CF Seite 1**

Jugendtourismus / In einer Studie wurde zu ermitteln versucht, welche Bedürfnisse jugendliche Festivalbesucher haben. Die Erhebungen dazu wurden am Paléo-Festival in Nyon und am Jazzfestival Montreux gemacht. **CF Seite 2**

Gruppe Manotel / In Genf wurden von dieser Gruppe zwei Häuser wiedereröffnet: Das Hôtel Auteuil und das Hôtel Chantilly, das in Hôtel Kipling umbenannt wurde. Vorgehen sind umfangreiche Renovierungen. **CF Seite 3**

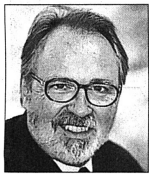
Historische Flotte / Soll die CGN, die Genfersee-Schiffahrtsgesellschaft, alle Belle-Epoque-Schiffe behalten? Der Waadtländer Tourismusdirektor Charles-André Ramseier gibt mögliche Antworten auf diese Frage. **CF Seite 5**

FORUM

Erlebnisse inszenieren

DICK F. MARTY*

Wir blicken auf einen herrlichen Feriensommer zurück. Auf einen, der uns zwar nicht die erhofften ausländischen Gäste bescherte, aber dazu führte, dass die Schweizer das eigene Land neu entdeckten. Herr und Frau Schweizer haben sich trotz Schnäppchen und attraktiven exotischen Angeboten nicht allzu sehr zu Auslandsreisen verführen lassen. Nein, sie genossen im Jahrhundertssommer ihr eigenes Land in den Bergen, auf Wander- und Biketouren, oder beim kühlen Bad in Flüssen und Seen. Und sie haben sich an einem der Sommer-, Älpler-, Musik-,



See- und Theaterfeste, Festivals oder Events amüsiert. Auch ich habe mich ähnlich verhalten und einige dieser Feste besucht, wovon mich eines ganz besonders begeisterte: Ein klassisches Konzert am Ufer des kleinen Bergsees Cadagno auf 2000 Meter in den Tessiner Alpen hoch über der Leventina. Dieser kleine und zum ersten Mal organisierte Anlass hat eine beachtliche Menschenmenge angezogen und erfreut und Emotionen und Begeisterung ausgelöst.

Was können wir für das touristische Angebot daraus ableiten und lernen?

Unsere heutige Gesellschaft ist stark erlebnisorientiert. Essen, Trinken, Schlafen im Hotel, ein Zoo- oder Museumsbesuch muss heute ein Erlebnis sein und muss als Erlebnis inszeniert werden.

Zugeben, schönes Wetter bewirkt viel und macht es einfacher, ein schlichtes Konzert im Freien zum Erlebnis werden zu lassen. Doch die touristischen Leistungsträger sollten sich überlegen, wie sie ihr Angebot inszenieren können. Und wie das touristische oder auch kulturelle Angebot als eigentliche Erlebniswelt aufgewertet werden kann. Es gilt, Atmosphäre zu schaffen. Oft gelingt es, ohne grossen Aufwand, zum Beispiel durch entsprechende musikalische Begleitung, oder durch das Einspannen einer Persönlichkeit, Akzente zu setzen. Authentizität, gepaart mit einer Prise Kreativität und Originalität und einem Überraschungselement, begeistern und erfreuen die Gäste – auch im nächsten Sommer, selbst wenn es regnet. Ich empfehle den Tourismusmanagern, in ihren Destinationen ein Kreativteam zu bilden, das sich überlegt, wie das touristische Angebot oder Teile davon als Erlebnis inszeniert werden können.

FRANZ STEINEGGER

«Wir sind zu grosszügig gewesen»

Am Morgen vor der GV des Schweizer Tourismus-Verbandes hat sich der Präsident Franz Steinegger zu Finanzproblemen und Strategien geäussert.

INTERVIEW: SONJA STALDER

■ Herr Steinegger, muss der STV schon bald einen neuen Präsidenten suchen?

(Lacht.) Der STV-Präsident wird heute vermutlich wiedergewählt...

■ Was geschieht aber, wenn der neu gewählte STV-Präsident im Dezember Bundesrat wird?

Dann hätten wir eine neue Situation, für die wir zu diesem Zeitpunkt eine Lösung finden müssten.

■ Selbst wenn Sie nicht Bundesrat werden, stellt sich die Frage nach dem STV-Präsidium: Sie treten als Nationalrat zurück, dadurch verliert der Verband an politischer Einflusskraft.

Längerfristig wäre das sicher ein Problem. In einer Übergangsphase stellt sich die Frage jedoch nicht. Zudem hoffen wir, dass unsere Direktorin, Judith Renner, in den Nationalrat gewählt wird.

■ Wie viele Tage haben Sie im letzten Jahr für den STV gearbeitet?

Das weiss ich nicht. Bei der Expo.02 habe ich die Tage zusammengezählt, beim STV mache ich das nicht.

■ An der heutigen GV werden die – im Vergleich zum Vorjahr – noch roten Zahlen des Verbands zur Diskussion gestellt. Haben Sie Ihre Kontrollfunktion als Präsident zu wenig wahrgenommen?

Die Kontrollfunktion liegt nicht primär beim Präsidenten, sondern beim Finanzchef und den Rechnungsprüfern. Das ist aber gar nicht das Problem. Der Fehler bestand darin, dass wir mit einigen Trägern des Tourismus zu grosszügig gewesen sind. Wir haben Dienstleistungen erbracht, ohne dass diese angemessen abgegolten werden mussten.

«Wir haben Dienstleistungen erbracht, ohne dass diese angemessen abgegolten werden mussten.»

■ Welche Träger und Dienstleistungen sprechen Sie an?

Jene im Zusammenhang mit dem «Q» oder mit der Parahotellerie-Statistik... Mit Ausnahme von «Veloland Schweiz» sind all unsere Dienstleistungen nicht voll kostendeckend.

■ Als «Katastrophenfranz» mit Expo-Erfahrung wissen Sie be-

Foto: Marietta Dedual



FRANZ STEINEGGER

«Ich persönlich bin der Meinung, dass der Schweizer Tourismus-Verband beim Lobbying nicht immer an vorderster Front sein Logo zeigen muss.»

stimmt, wo der Verband jetzt ansetzen muss.

Die jetzige Situation ist keine Katastrophe, sondern eine ganz normale Erscheinung: Ein Verband muss gelegentlich eine Anschubfinanzierung leisten – und sich dann der Frage stellen, wie die Finanzierung längerfristig geregelt werden kann. Beim Qualitäts Gütesiegel beispielsweise können wir die Finanzierung jetzt 100-prozentig sicherstellen.

■ Wie das?

Indem die Mitwirkenden mehr zahlen müssen – das heisst: die touristischen Organisationen und jene Betriebe, die ausgezeichnet werden wollen.

■ Was heisst «mehr zahlen»?

Das müssen Sie Judith Renner fragen.

■ Von aussen ist nicht immer klar, was der STV sein will – und kann. Gestern hat auch der STV-Vorstand diese Frage diskutiert. – Hat er eine Lösung gefunden?

Im Prinzip hat der Vorstand die bisherige Strategie bestätigt: Die Hauptaufgabe des STV liegt in der politi-

schen Interessenvertretung. Dazu gehört auch die Kommunikation dieser Anliegen. Zusätzlich erbringt der Verband Dienstleistungen und übernimmt Beratungs-Mandate – beides kostendeckend.

■ Mit Blick auf die anderen Verbände: Ist der STV Ihrer Meinung nach somit über alle Themen hinweg die tourismuspolitische Fachstelle?

Auf jeden Fall. Der STV muss das Lobbying organisieren. Die Frage ist aber, wer mit einem Thema nach aussen tritt. Hier kommt es immer wieder zu Rivalitäten. – Ich persönlich bin der Meinung, dass der STV nicht immer an vorderster Front sein Logo zeigen muss. Bei Fragen der Ausländerregelung sollte beispielsweise Gastrosuisse nach vorne treten dürfen, beim Mehrwertsteuer-Sondersatz hotellerieuisse. – Das sind ja auch Mitgliederverbände, die sich gegenüber ihren Beitragszahlern legitimieren müssen.

■ In der Branche wurde auch schon diskutiert, ob sich der Tourismus mit seinen politischen Anliegen nicht gleich bei Economiesuisse anschliessen sollte.

Aus meiner Sicht wäre das keine gute Lösung. Eine vernünftige Zusammenarbeit ist sicher notwendig; Economiesuisse ersetzt aber keine Branchenorganisation. Eine Branche braucht eine eigene Kraft, welche die gemeinsamen Interessen bündelt. – Zudem gibt es Themen, bei denen Economiesuisse eine andere Auffassung vertritt als die Tourismusbranche. Ich denke etwa an die Mehrwertsteuer oder die Hotelfinanzierung.

«Eine Branche braucht eine Kraft, welche die gemeinsamen Interessen bündelt.»

■ Weniger Mitglieder, weniger Mittel: Wie will der STV den anhaltenden Mitgliederschwund stoppen?

Unser Problem sind die Fusionen: Wenn zwei Banken fusionieren, fällt ein Mitglied weg. Das schlägt sich natürlich auch auf die Beiträge nieder. Wir müssen deshalb laufend die Beiträge etwas anpassen – sonst würde nichts anderes übrig bleiben, als die Dienstleistungen zu reduzieren.

■ Angesichts dieser Situation: Weshalb ist die Einführung von Mindestbeiträgen erst für diese GV traktandiert?

Der Vorstand hat gestern sogar beschlossen, dieses Traktandum nicht der GV zu unterbreiten. Die Mehrheit der Vorstandsmitglieder befürchtet, dass Mindestbeiträge zur Folge haben könnten, dass sich alle gegen unten orientieren...

■ Sie sehen das anders?

Ja, ich könnte mit einer solchen Lösung leben. Wir müssen sowieso mit jedem Mitglied den definitiven Beitrag individuell aushandeln.

■ Judith Renner ist ein Jahr im Amt. Welche Bilanz ziehen Sie?

Judith Renner kann auf ein hartes, aber erfolgreiches Jahr zurückblicken. Sie hat wichtige Entwicklungen erkannt. – Es war immer Auftrag des Ausschusses und des Vorstands, dass die Dienstleistungen kostendeckend sein müssen. Judith Renner hat diesen Auftrag jetzt rigoros durchgesetzt und Transparenz geschaffen.

Zur Person

Will Franz Steinegger in den Bundesrat? – Diese Frage war das (inoffizielle) Thema der diesjährigen Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbandes. Auch bei Redaktionsschluss stand noch nicht fest, ob der 60-jährige Uner als Vize-Nachfolger kandidieren will.

Dieser Tage absolviert Steinegger in Bern seine letzte Session – zumindest als FDP-Nationalrat. SST

93 000 verkaufte «Sommertipps»

TrailAway. Zwischen dem 7. Juli und dem 7. September verkaufte das SBB-Tochterunternehmen TrailAway rund 93 000 «Sommertipps». Dies entspricht einer Steigerung von 65% gegenüber der Vorjahresaktion. Ganz oben in der Gunst der Kunden standen die Ausflüge in den Mystery Park und in die neue Masoala-Rainwald-Halle des Zürcher Zoos. Zu finden waren die Freizeitpackages unter www.sommertipps.ch. TRU

Förderverein ViaValtellina

Vereinsgründung. Unter der Leitung von ViaTiora, dem schweizerischen Zentrum für Verkehrsgeschichte, wurde der «Förderverein ViaValtellina» gegründet. Sein Ziel ist die Unterstützung des länderübergreifenden Tourismusprojektes «ViaValtellina». Dieses orientiert sich am ehemaligen Weinweg vom italienischen Veltlin über das Puschlav, das Landwassertal und das Prättigau bis ins österreichische Montafon. TRU

Über 3000 Konkurse

Creditreform. Die Zahl der Firmenkonkurse in der Schweiz hat per Ende August erstmals die 3000er Marke überschritten und liegt knapp 14 Prozent über den Werten des Vorjahres. Dies obwohl im August dieses Jahres «nur» 332 Konkurse registriert wurden, den tiefsten Wert in diesem Jahr, wie Creditreform am Mittwoch mitteilte. Mit 459 Konkursöffnungen wurde im Juli 2003 die zweithöchste Zahl der in einem Monat eröffneten Konkurse seit Jahren ausgewiesen. Einzig im

Monat Oktober 1997 musste mit 488 Eröffnungen ein höherer Wert ausgewiesen werden.

Aber auch die Zahl der Neueintragungen erreichte im Juli mit 3052 eine Rekordhöhe. Im August 2003 sank die Zahl auf 2047 und liegt damit nur knapp über dem Wert des Vorjahres. Das Total der Neueintragungen im SHAB liegt bei 20 802 für die ersten acht Monate 2003. Gegenüber der gleichen Zeitspanne des Vorjahres ergibt sich eine unbedeutende Zunahme von 0,3 Prozent. DST

Bodenmann: Bussen bestätigt

Brig. Der Hoteller Peter Bodenmann muss 13 von insgesamt 19 gegen ihn verhängte Bussen bezahlen. Das entschied das Bundesgericht. Es stützt damit den Entscheid des Bezirksgerichts Brig. Die Busse betragen laut «Walliser Bote» rund 15 000 Franken. Gebüsst worden ist Bodenmann unter anderem, weil er die Hotelbar noch nach Polizeistunde offen hielt und die externen Gäste zu Hotelgästen erklärte, wenn diese die Kurtaxe bezahlten. CK

TUI will Handelstochterfirma AMC verkaufen

Aufsichtsratsentscheid. Der weltgrößte Reisekonzern TUI, der unter der Reiseflaute leidet, will noch im 2003 seine britische Handelstochter AMC verkaufen. AMC soll für rund 200 Mio. Euro an deren Management gehen, entschied der Aufsichtsrat. 2002 hatte AMC einen Umsatz von 2,4 Mrd. Euro erzielt. Der operative Gewinn lag bei 26 Mio. Euro, 25% weniger als im Vorjahr. TRU/sda

Arosa ist Partner von Entenhausen

Fortsetzung von Seite 1

13 Arosen Hotels, die Bergbahnen und die Skischulen sind Partner im neugegründeten Alpen Club Micky Maus. Sie müssen dafür bestimmte Kriterien erfüllen. Die Bergbahnen beispielsweise bauen Iglus, wo sich die Kinder im Winter aufwärmen können und gratis Tee serviert bekommen. Die Skischulen bauen im Dorf «Mickys Schneestadion» und «Donalds Skiarena», wo die Kinder Snowboard- und Skiuunterricht bekommen sollen. Es gebe aber, so Myriam Keller, Presseverantwortliche von Arosa Tourismus, kein Disneyland mit kitschigen Plastikfiguren. Vielmehr würden die Arosen Mickys und Donalds aus echtem Holz geschnitzt.

Die 13 Familienhotels, unter ihnen die beiden 5-Sterne-Häuser «Arosa Külm» und «Tschuggen», müssen ebenfalls Kriterien erfüllen, die so Tourismusdirektor Hans-Kaspar Schwarzenbach, diejenigen der Hotels in den Schweizer Familienorten übersteigen. Das beginnt beim Willkommensgeschenk, zieht sich über das Spielzimmer und endet bei der Micky-Bettwäsche und -Zahnbürste. Schwarzenbach schätzt das Projektbudget, inklusive die jährlichen Lizenzgebühren, auf 200 000 Franken. Für den Gast soll sich trotzdem preislich nichts ändern: «Die Packages werden nicht teurer», versichert Myriam Keller.

AROSA SETZT AUF DIE NEUEN KANÄLE

Schwarzenbach rechnet damit, dass Micky im Sommer zusätzliche Gäste generieren wird. «Im Winter sind wir eh schon ausgebucht.» Vergleichsmöglichkeiten, wie viele zusätzliche Gäste die Entenhausen bringen, hat er keine, obwohl Micky Maus sich vor zwei Jahren auch im österreichischen Neustift niedergelassen hat. Die dortigen Touristiker hätten noch keine Bilanz gezogen, so Schwarzenbach.

Doch er setzt auf die «sensationalen Kommunikationskanäle», die die Walt Disney Company für Arosa öffnen soll. Die Feier, mit der der Bündner Ort am 29. November den Alpen Club Micky Maus eröffnet, wird mittels Flyers, die der DVD «König der Löwen» beigelegt sind, kommuniziert. Weitere denkbare Kommunikationskanäle, die mit Walt Disney in Verbindung stehen, sieht Schwarzenbach unter anderem bei den Kellogg's-Produkten, McDonald's und verschiedenen Kinder-TVs. Gäste anlocken lasse sich auch mit Filmpremiere wie zum Beispiel jener von Disneys neuem Streifen «Findet Nemo», der am Eröffnungstag gezeigt wird. Zudem wolle Arosa seine kleinen Gäste immer wieder mit Micky, Donald und Goofy zum Lachen bringen. Mit den «echten» Entenhausenern, jenen, die sich an einer Londoner Akademie für ihre Rollen ausbilden liessen. CK

HISTORISCHES HOTEL DES JAHRES

Grandhotel wird zur «Referenz»

Das Grandhotel Giessbach am Brienzersee wurde gestern als «Historisches Hotel des Jahres 2004» ausgezeichnet. Die Jury würdigte die «Dynamik der Geschäftsleitung». Sie mache aus dem etappenweise restaurierten Betrieb «ein Referenzobjekt in Sachen historisches Hotel».

KARL JOSEF VERDING

Die Lage sei «einzigartig», die «repräsentative Gesamterscheinung des Hotels» sei «bemerkenswert», und «ausserordentlich» sei «der stets den Grundsätzen der Denkmalpflege verpflichtete Aufwand», stellt die Jury fest. Der «Erlebnischarakter der Gesamtanlage» gehört zu den Auswahlkriterien der Jury und wurde erfüllt. Das Grandhotel Giessbach ist «das historische Hotel des Jahres 2004». Die Auszeichnung ist, wie immer, auf das nächste Jahr datiert, damit sie möglichst gut für das Marketing des Hotels genutzt werden kann. – Vier Betriebe erhielten eine «Besondere Auszeichnung» (siehe Kasten).



Das restaurierte Grandhotel Giessbach wird von der Landschaft eingerahmt.



NEUBAROCKER SAAL IM GRANDHOTEL GIESSBACH

Die Lage des Hotels sei «einzigartig», seine «repräsentative Gesamterscheinung bemerkenswert», sein Grundrisskonzept «überzeugend», und seine Rettung «beispielhaft», befand die Jury.

«Zur Grosszügigkeit dieser repräsentativen Architektur», so die Jury in ihrer Beurteilung, «die sich besonders im Entrée, dem Treppenhaus und den Gesellschaftsräumen manifestiert», geselle sich «die Dynamik einer Geschäftsleitung, die den Denkmalwert der Liegenschaft als wichtigsten Trumpf einsetzt, womit aus dem Grandhotel Giessbach ein Referenzobjekt in Sachen historisches Hotel wird».

FRANZ WEBERS STIFTUNG RETTETE DAS GRANDHOTEL

Das prominent auf einem Felsbuckel über dem Brienzersee gelegene Grandhotel Giessbach war 1875 als luxuriöses Etablissement nahe dem gleichnamigen Wasserfall eröffnet

worden. Der dreiflügelige Baukörper, entworfen vom Berner Architekten Horace Edouard Davinet, erhielt nach einem Brand 1883 sein heutiges Aussehen. Als der Hotelpalast abgebrochen werden sollte, wurde er 1983 durch die von Franz Weber lancierte «Stiftung Giessbach dem Schweizer Volk» gekauft und etappenweise restauriert.

TRÄGERSCHAFT ZEIGT TOURISTISCHE BEDEUTUNG

Alles, was bewahrt werden konnte, sei erhalten worden, vermerkt die Jury mit Genugtuung: die gesamte Raumstruktur, die historische Gliederung an den Fassaden und die «lebhaften Dächer im Schweizer Holzstil» sowie Fenster, Läden und das gesamte De-

kor. Fehlende Teile wurden ergänzt, die Farbgebung von 1885 wurde restauriert. Das erhalten gebliebene Mobiliar wurde wieder verwendet und durch zahlreiche Schenkungen ergänzt.

Die Trägerschaft des seit 1997 veranstalteten Wettbewerbs «Das historische Hotel / das historische Restaurant des Jahres» zeigt die Bedeutung dieser Auszeichnung für Tourismus und Gastronomie der Schweiz. Träger sind die Landesgruppe Schweiz von Icomos (International Council on Monuments and Sites) sowie hoteletriesuisse, GastroSuisse und Schweiz Tourismus. Die Schweiz kann auf diesem Weg ihren Gästen eine umfangreiche, international erstrangige, bewirtschaftete historische Substanz präsentieren.

Drei «Besondere Auszeichnungen» und ein Spezialpreis

Wie der Hauptpreis für das Grandhotel Giessbach, sind auch die «Besonderen Auszeichnungen» zugunsten des Marketings der betreffenden Betriebe auf das Jahr 2004 datiert. Eine solche Auszeichnung wurde dem Gasthof zum Löwen in Meilen verliehen. Und zwar gemäss der Jury «für die Wiederbelebung einer historischen Gaststätte mit überzeugender Ergänzung». Gutes neuzeitliches Mobiliar ergänzte das stimmungsvolle Interieur. Im Erdgeschoss befinden sich Restaurant und Bar mit freigelegter barocker Bretterbalkendecke. Im ersten Stock gibt es drei getafelte Gaststuben, unter anderem mit einer kassettierten Decke um 1700. Der neue Bühnenanbau mit Foyer, ein «sorgfältig gestaltetes Sicht-

betonkörper» (Jury), wurde als nordseitige Saalerweiterung konzipiert, «wobei Alt und Neu klar ablesbar bleiben».

Dem Restaurant Löwenzorn in Basel wurde die Besondere Auszeichnung «für den Erhalt und die Pflege eines geschichtsträchtigen, gewachsenen Basler Altstadtrestaurants» zuerkannt. Die eindrucksvolle Gesamtanlage bestechte durch das differenzierte Raumangebot, «wobei sich Kultur und Brauchtum zu einem erlebnisvollen Ganzen vermischen». Glanzvoller Höhepunkt seien «die beiden Prunksäle im Obergeschoss: der mit reichen Renaissanceetäfeln ausgestattete Intarsiensaal und der Zunftsaal aus dem 18. Jahrhundert mit schöner Stuckdecke und Cheminée».

Die Wirtschaft Ruggisberg in Lömmenschwil bekam ihre Auszeichnung «für die Erhaltung eines traditionellen Landgasthofes im denkmalpflegerischen Sinn». Die Gesamtanlage mit Wirtshaus, Scheune, Hofgut und baumbestandener Wiese sei «intakt und der Erlebnischarakter in dieser Landschaft dementsprechend einmalig».

Der Gasthof zum Löwen in Meilen erhielt gemäss Entscheid der Jury ausser der Besonderen Auszeichnung auch den Spezialpreis der «Mobiliar-Versicherung», und zwar für die Erhaltung einer wertvollen, mehr als 230 Jahre alten Stuhldr. Der Preis besteht aus 1000 Postkarten und zeigt die spätbarocke Kastenstuhldr mit ihrem wertvollen Zifferblatt. KJV

Reklame

BESTECK

Tradition und Innovation seit 1863

NEPP 1863

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

CLAUDIA ZÜLLIG

«Die Augen nicht verschliessen»

Die Mitorganisatorin des Lehrlingsforums führt mit ihrem Mann das Hotel Schweizerhof in Lenzerheide. Sie spricht im Interview über ihr Engagement.

INTERVIEW: MARCEL WÄLTJ

Weshalb gibt es das Forum?

Mir geht es darum, dass man den Lehrlingen zeigt, dass sie wichtig sind. In erster Linie machen wir mit dieser Veranstaltung etwas für sie. Der Output, der dadurch entsteht, ist für mich eher sekundär.



Warum haben Sie neu die Lehrbeauftragten auch miteinbezogen?

Letztes Jahr waren sie Hauptthema der Diskussionen. Es wurden konkrete Anforderungen ihnen gegenüber geäußert. Deshalb haben wir sie dieses Jahr auch eingeladen.

Können Sie den Lehrbeauftragten, die nicht anwesend waren, einen Tipp geben?

Offen sein, zuhören und miteinander reden. Auch das Sucht- oder Konfliktthema ansprechen und die Augen nicht verschliessen. Man fühlt es nämlich, wenn es ein Problem gibt.

Wird der Anlass über die drei obligaten Jahre hinaus weitergeführt?

Mit dem Geld aus dem Lehrstellenbeschluss des Kantons Graubünden wurde auch die Auflage für drei Forums gestellt. Ob eine weitere Durchführung über die drei Jahre hinaus stattfindet wird, werden wir nach der dritten Veranstaltung entscheiden.

2. LEHRLINGSFORUM GRAUBÜNDEN

«Beide Seiten müssen beitragen»

Konfliktverhalten und Sucht waren Schwerpunkte des 2. Lehrlingsforums Graubünden. Zur Lösung der Probleme müssten beide Seiten beitragen.

MARCEL WÄLTJ

«Ich werde «nur» als Lehrling wahrgenommen», tönt es aus einer Gruppe Jugendlichen, die gerade über Konfliktverhalten im Betrieb diskutiert. Die Arbeit der Lehrlinge werde nicht genug anerkannt – Dankbarkeit sei oft ein Fremdwort, und im Betrieb habe man zu wenig Zeit für die Lernenden. «Man ist einfach der «Bimbo», bringt ein Lehrling seine persönlichen Erfahrungen auf den Punkt.

Doch wie geht man im Betrieb mit Konflikt- und Suchtsituationen um? Rund 80 Lehrlinge und 20 Lehrmeister aus dem Kanton Graubünden nahmen am Lehrlingsforum teil, das Gastro Graubünden und der Hotelierverein Graubünden zum zweitenmal durchführten. Während am Morgen in den rund 15-köpfigen Diskussionsrunden die möglichen Probleme erörtert wurden, versuchten die verschiedenen Gruppen am Nachmittag in Zusammenarbeit mit Fachleuten Lösungen zu finden.

«DIE LÖSUNG HEISST OFT KOOPERATION»

«Es kommt darauf an, wie wichtig einem die Sache und die Beziehung

zur betroffenen Person ist», sagt Josef Hauri von der Firma Salestrainer.ch. «Die Lösung heisst oft Kooperation.» Sprechende man nicht miteinander, werde immer eine Person in die Opferrolle gedrängt, und das seien meistens

die Lehrlinge. Diskussion sei fast immer der gute Weg. Doch äusserten viele Jugendliche, sie hätten Probleme, mit dem Chef zu sprechen. Denn in der Hierarchie seien sie eben nur Lehrlinge und hätten demzufolge Angst vor einer Konfrontation mit den anderen Angestellten.

Um den Jugendlichen Mut zu machen, war Manuela Pesko, Snowboard-Weltcupsiegerin der letzten Saison, anwesend. Sie sprach über ihre Probleme, den Spitzensport und die Schule miteinander zu verbinden. «Diese Zeit war nicht immer einfach. Aber jetzt habe ich die Matura. Einen Abschluss zu haben, ist mir sehr wichtig.» Auch über das Thema Sucht wusste sie einiges zu erzählen. «In meinem Umfeld hatte ich einige Male Kontakt mit Drogen. Jedoch entspricht es nicht meinem Wesen, mir den nötigen Kick mit Drogen zu holen.»

INVESTIEREN STATT JAMMERN

«Die Feststellungen, die die Lehrlinge in den Diskussionen gemacht

haben, sind den unseren sehr ähnlich», sagt Jürg Trepp, Direktor des Hotels Pischia in Davos. «Lehrlinge sind Leute wie wir auch.» Der patriarchalische Führungsstil sei Vergangenheit und den Lehrlingen müsse etwas geboten werden. Beide Seiten müssten zur Lösung des Konflikts beitragen, dem anderen etwas anbieten.

«Ich ziehe ein sehr positives Fazit», sagt Jürg Domenig vom Hotelierverein Graubünden. «Die Jugendlichen waren sehr interessiert bei der Sache. Und den Lehrmeistern gefiel der Anlass auch.» Jetzt gehe es an die Nachbearbeitung, damit auch jene Lehrmeister informiert werden können, die beim Forum nicht dabei waren. Dazu dient eine Broschüre, die die Forums-Ergebnisse zusammenfasst.

«Dieser Anlass ist auch aus gesamttouristischer Sicht sehr wertvoll», sagt Gieri Spescha von Graubünden Ferien. «Man klagt immer, die Branche habe zu wenig Nachwuchs. Mit dem Lehrlingsforum wird einerseits unseren Lehrlingen etwas geboten, andererseits kann es auch als ein Teil des Qualitätsmanagements für den Tourismus gesehen werden.»

Fotos: Marcel Wältj



WÜNSCHE FÜR DIE ZUKUNFT

Zum Abschluss des Anlasses hängten die Lehrlinge ihre Vorstellungen eines perfekten Lehrbetriebes an einen Ballon – in der Hoffnung, dass sie ihr Ziel auch erreichen.



DISKUTIEREN MIT GLEICHGESINNTEN

In den Gruppendiskussionen konnten die Lehrlinge ihre Probleme erörtern und über mögliche Lösungen sprechen.

UMFRAGE: WAS NEHMEN DIE LEHRLINGE VOM LEHRLINGSFORUM FÜR DIE ZUKUNFT MIT?

«Ich habe gelernt, dass man über Konflikte sprechen sollte»



Mathias Eisenhut ist Kochlehrling im dritten Jahr im Hotel Kulm in Davos. Er war schon am 1. Lehrlingsforum dabei. «Ich nehme verschiedene Anregungen, die wir gehört oder besprochen haben, für die Zukunft mit.» Momentan habe er selber keine Probleme, aber jetzt wisse er, wie er damit umgehen könnte, falls er einmal mit einem Problem konfrontiert werde. «Ich glaube schon, dass das Forum etwas bringt. Jetzt kann ich die Konflikte besser behandeln und werde früher das Gespräch suchen.» Alle Beteiligten könnten durch die Gespräche etwas voneinander lernen. «Besonders für später, wenn man im Beruf selber tätig sein wird, kann man von den heute erlangten Informationen profitieren», fasst Mathias Eisenhut zusammen.



Barbara Haueter steht im zweiten Jahr der KV-Lehre an der Réception des Hotels Belvedere in Scuol. «Ich finde es gut, dass man so etwas organisiert.» Schade sei jedoch, dass ein solcher Anlass nur einmal pro Jahr durchgeführt werde. «Für mich ist positiv, dass man andere kennen lernt, die dieselben Probleme haben. Ein Banklehrling hat andere Probleme als wir in der Hotelrie und Gastronomie. Da alle in derselben Branche arbeiten, kommen branchenspezifische Sachen, wie unregelmässige Arbeitszeiten, besser zur Sprache.»

Solche Anlässe, sagt sie, sollten auch von der Schule oder den Betrieben lanciert werden. «Im Betrieb kann man schon auch diskutieren, aber mit Ausenstehenden ist es anders.»



Marco Hofmänner ist Drittljahreslehrling als Koch im Hotel Meiler-Prau da Moins in Flims. Er ist schon zum zweiten Mal an diesem Anlass dabei. «Ich finde es sehr positiv, dass auch Lehrbeauftragte anwesend sind. Unser Küchenchef ist auch dabei, und das finde ich wichtig.» Letztes Jahr sei nur über die Lehrbeauftragten gelästert worden und der Küchenchef habe die Vorwürfe dann «durch die Blume» erfahren. Dass sie diesmal direkt hörten, welche Gedanken und Probleme ihre Lehrlinge hätten, findet er sehr hilfreich und positiv.

«Gelernt habe ich, dass man vermehrt versuchen sollte, miteinander zu reden, statt einfach abzuschalten und auf stur zu stellen.» Das könne er in Zukunft auch so machen.



Karin Lampert arbeitet im Hotel Sportcenter Fünf-Dörfer in Untervaz. Sie ist im zweiten Jahr ihrer Gastronomiefachlehre. «Meine Erwartungen hat der Anlass erfüllt.» Sie werde nächstes Jahr sicher wieder kommen.

«Ich habe gelernt, dass man offen sein muss und über Sucht oder Konflikte sprechen sollte.» Sie selber sei aber eher ein verschlossener Typ, und für sie sei es weiterhin schwierig, über solche Themen zu sprechen. Interessant war für sie der Austausch zwischen den Lehrlingen. «Mit Gleichgesinnten die Probleme zu besprechen fällt einem immer leichter. Und zu sehen, dass man mit den Problemen nicht alleine ist, sondern dass noch viele andere die gleichen haben, tut auch gut.»



Nicole Marugg absolviert nach der Lehre als Hotelfachassistentin noch ein Zusatzjahr als Servicefachangestellte im Hotel Alpina in Klosters. «Ich persönlich habe den Tag im Vergleich zum letzten Jahr als nicht so gut empfunden. Wir hatten in der Gruppe einige, die nicht sonderlich motiviert waren. In den Diskussionen in der Gruppe haben wir meistens am Thema vorbei gesprochen.» Vom 1. Lehrlingsforum habe sie für die Zukunft mehr mitnehmen können. Sie habe diesmal einfach neue Leute kennen gelernt, was ja auch positiv sei.

«Ich werde mit künftig auftretenden Konflikten auch nicht anders umgehen und sie zu lösen versuchen, als ich das bereits vor diesem Anlass gemacht habe.»

MW

GENERALVERSAMMLUNG

Diskutiert wurde nur vor- und nachher

Die GV des Schweizer Tourismus-Verbands ist letzte Woche in Andermatt reibungslos abgelaufen. Rund 100 Personen haben daran teilgenommen.

SONJA STALDER

Wider Erwarten haben die roten Zahlen des Schweizer Tourismus-Verbands an der GV in Andermatt zu keinen Diskussionen geführt. Die 100 Teilnehmer sagten einstimmig Ja zu einem Bilanzdefizit von rund 32 000 Franken und einem Aufwandüberschuss von rund 54 000 Franken in der Betriebsrechnung. Die Direktorin Judith Renner begründete die Zahlen mit rückläufigen Mitgliederbeiträgen, betriebsnotwendigen Abschreibungen und zusätzlichen Kosten wegen des Direktorenwechsels. Die in diesem Zusammenhang kurz erwähnte Abgangsschädigung für ihren Vorgänger wollte Judith Renner im Anschluss der GV gegenüber der htr nicht näher erläutern. Ihre Begründung: «Diese Informationen sind nicht öffentlich zugänglich.»

MWST-NACHFORDERUNG VON 90 000 FRANKEN

Im laufenden Jahr befindet sich der Verband laut Judith Renner «auf Budgetkurs». Im 2004 will die Direktorin mit einem Verbandserfolg von 30 000 Franken abschliessen. Im Vergleich zum aktuellen Budget rechnet sie mit einem weiteren Rückgang der Mitgliederbeiträge, hofft jedoch auf Mehreinnahmen bei den Dienstleistungen. Das Budget 2004 akzeptierte die GV ebenfalls einstimmig.

Zu Fall bringen könnte dieses Budget indes eine Mehrwertsteuer-Nachforderung von rund 90 000 Franken: Die Steuerverwaltung erhebt diese Forderung, weil der STV die Beiträge für die Parahotellerie-Statistik bei sich sammelt, bevor er sie ans Bundesamt für Statistik weiterleitet. Der STV hat eine Beschwerde deponiert; ein definitiver Entscheid steht noch aus.

STEINEGGER BLEIBT HÖCHSTENS BIS 2007

Das Traktandum «Richtlinien Mitgliederbeiträge» scheiterte bereits im Vorstand: Das Gremium entschied am Vortrag der GV, diesen Antrag zurückzuziehen. Eine Mehrheit befürchtete, die Einführung von Minimalbeiträgen

könnte «eine Nivellierung nach unten» zur Folge haben (siehe auch S. 2).

Im Weiteren bestätigte die GV das Präsidium, den Vorstand und die Kontrollstelle für eine weitere Amtsdauer bis 2007. Der Präsident Franz Steinegger klammerte seine allfällige Bundesrats-Kandidatur aus, sagte aber, dass er bei der nächsten Wahl nicht mehr zur Verfügung stehen werde. Neu im Vorstand vertreten sind Norbert Riesen, Direktor Volkswirtschaftskammer Berner Oberland, sowie der Nationalrat René Vaudroz (VD). Sie ersetzen Melchior Buchs und die Ständerätin Christiane Langenberger.

LOGIERNÄCHTESTATISTIK: STV WILL DRANBLEIBEN

In seiner Ansprache ging Franz Steinegger auch auf die anstehenden tourismuspolitischen Aufgaben des STV ein: So will sich der Verband unter anderem dafür einsetzen, dass der Mehrwertsteuer-Sondersatz in der neuen Finanzordnung verankert und die Finanzierung von Schweiz Tourismus sichergestellt wird. Zudem will der Verband die Brancheninteressen bei der neuen Regionalpolitik, der Verkehrspolitik und bei den bilateralen Verträgen mit der EU einbringen. Stichwörter dazu sind Gotthard und Schengen-Visum. Deutliche Worte fand Steinegger zur geplanten Abschaffung der Beherbergungsstatistik: «Der handstreichartige Entscheid hat die gesamte Branche geschockt.» Er verspricht: «Der STV bleibt am Ball.»

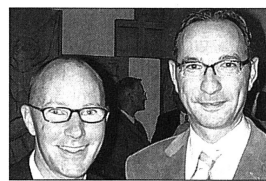
Die nächste STV-GV findet am 2. September 2004 in Freiburg statt.

Fotos: Mainetta Dedual

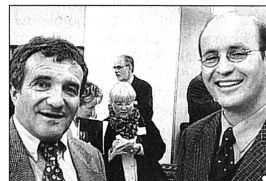


«BUDGET 2003 IM GRIFF»

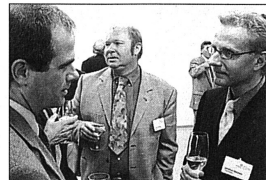
Die Direktorin Judith Renner brachte ihre erste GV schlank über die Bühne. Der rote Jahresabschluss 2002 sowie die allfällige Bundesrats-Kandidatur des Präsidenten waren zwar Gesprächsthema – aber nur vor und nach der offiziellen GV.



Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus, und Walter Kunz, Geschäftsführer Schweizerischer Reisebüro-Verband.



Leo Jeker, Direktor Bergbahnen Savognin; Damian Bumann, Leiter Marketing Saas Fee Bergbahnen.



Michael Nold, Direktion Credit Suisse, im Gespräch mit Botschafter Johannes Matyassy, Präsenz Schweiz.



BEIM APÉRO

Urs W. Eberhard, Marketing Swiss; Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus; Peter Vollmer, Direktor Seilbahnen Schweiz und Verband öffentlicher Verkehr; und Jean Odermatt, Fondazione «La Claustra».



GESPRÄCHSPAUSE FÜR EIN FOTO

Dieter Grossen, Stellvertretender Direktor im Bundesamt für Zuwanderung, Integration und Auswanderung; Claudio Casanova, Mitglied der Verbandsleitung hotellerieuisse; und Christoph Juen, Direktor hotellerieuisse.

Selbstanalyse: die Stärken und Schwächen des Schweizer Tourismus-Verbands

Welche Stärken und Schwächen hat der Schweizer Tourismus-Verband? Die Direktorin Judith Renner hat nach ihrem ersten Amtsjahr an der Generalversammlung in Andermatt Bilanz gezogen. Zu den Stärken des Verbands zählt sie das positive Image bei den Mitgliedern sowie das starke Netzwerk. «Das verdanken wir auch dem bisherigen Direktor», betonte sie. Zudem

seien die Dienstleistungen des Verbands wie etwa die Qualitätsförderung gut positioniert.

Die Resultate einer Mitgliederbefragung stützen diese Einschätzung: Von den 104 Mitgliedern, die geantwortet haben, finden es 94 Prozent «sehr wichtig», dass der Schweizer Tourismus-Verband «zentrale tourismuspolitische Stelle» sei. Die Dienstleistun-

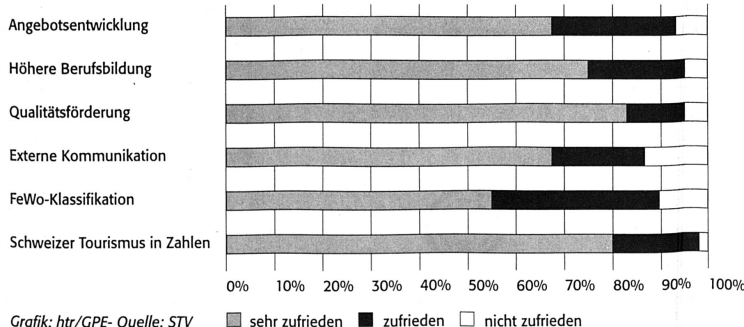
gen stossen mehrheitlich auf sehr grosse Zufriedenheit (siehe Grafik links).

Die Schwächen sieht Judith Renner unter anderem in der mangelnden Bekanntheit des Verbands in der Öffentlichkeit sowie in der schwachen Lobbyposition. Die Ergebnisse der Mitgliederbefragung deuten auch hier in dieselbe Richtung: Auf die geringste Zufriedenheit stösst die externe und in-

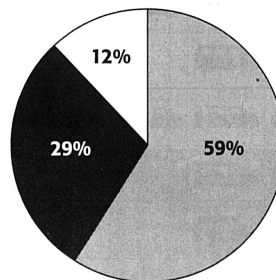
terne Kommunikation des Verbands (siehe Grafiken).

Als strategische Ziele leitete Judith Renner daraus unter anderem die folgende Punkte ab: verstärkte tourismuspolitische Präsenz, aktive Kommunikation über Ziele und Leistungen, transparente Beitragsregelung. Ausserdem sollen die Dienstleistungen in Zukunft kostendeckend sein. SST

STV-Dienstleistungen



Interne Kommunikation



Eric Scheidegger, Leiter Bereich Standortförderung beim Seco; Guglielmo Brentel, Präsident Zürcher Hoteliers.



Patrick G. Köppe, Dir. Baden Tourismus; Barbara Stutz, Tourex; Stefan Sieber, Geschäftsführer Celerina Tourismus.

Reklame

www.teigwarenmaschinen.ch

STATISTIK FOODSERVICE-ANBIETER

Des einen Freud – des anderen Leid

Im vergangenen Jahr steigerten die 25 grössten Gastronomiebetriebe der Schweiz ihren Umsatz um 2,1 Prozent auf 3,742 Mio. Franken.

DANIEL STAMPFELI

In der Rangliste der schweizerischen Foodservice-Anbieter, erstellt durch die deutsche Fachzeitschrift «Foodservice», steht wie bereits im Vorjahr die Migros zuoberst. Insbesondere die zusätzliche temporäre Gastronomie bei der Expo.02 habe dem orangen Riesen im Berichtsjahr ein Plus von 4 Prozent beschert. Die Übermacht der Migros führe dazu, dass die Handelsgastronomie in der Schweiz mit 30,7 Prozent al-

ler Erlöse der Top 25 stärker als in jedem anderen Land Europas sei.

Obwohl Mövenpick mit ihren bedienten Restaurants und der Verkehrsgastronomie ein Minus von 4 Prozent ausweist, kletterte Mövenpick vom sechsten auf den vierten Rang. Im Vergleich dazu 1992: Mövenpick belegte damals Rang zwei mit einem Umsatz von 389 Mio. Franken und 74 Betrieben.

Einen grossen Sprung nach vorn (von Platz 9 auf Platz 5) tat im vergangenen Jahr die Compass Group, jetzt mit Restorama AG und Creative Restaurantmanagement AG. Vom fünften auf den sechsten Platz abgerutscht ist dagegen Gate Gourmet. Im weltweiten Airline-Catering-Markt ist Gate Gourmet aber hinter der LSG nach wie vor die Nummer zwei.

Schweiz 2002: Foodservice Top ten¹⁾

Rg.	Vj.	Unternehmen	Umsatz in Mio. Fr.		Anz. Betriebe		Mitarbeiter am 31. 12. (unger. VZ) inkl. Management	
			2001	2002	2001	2002	2001	2002
1	1	Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich	696,0	724,0	206	206	3700	3700
2	2	McDonald's Suisse Holding SA, Crissier	498,0	525,0	130	139	6800	7100
3	3	SV-Group, Zürich Holding SA, Crissier	360,0	372,0	363	340	2989	2899
4	6	Mövenpick Gastronomie Schweiz AG, Adliswil	252,2	242,0	48	48	1826	1732
5	9	Compass Group Schweiz AG, Zürich-Kloten	138,0	234,0	180	230	1300	2310
6	5	Gate Gourmet, Zürich	276,0	223,0	2	2	1475	1200
7	7	Coop Schweiz, Basel	207,9	211,4	131	140	1800*	1800*
8	4	Autogrill Schweiz AG, Zürich	294,0	198,5	117	132	1466	1313
9	8	DSR Le Restaurateur, Morges	137,3	147,2	198	201	1389	1419
10	11	Candrian Catering AG, Zürich	105,0	138,0	27	30	685	900

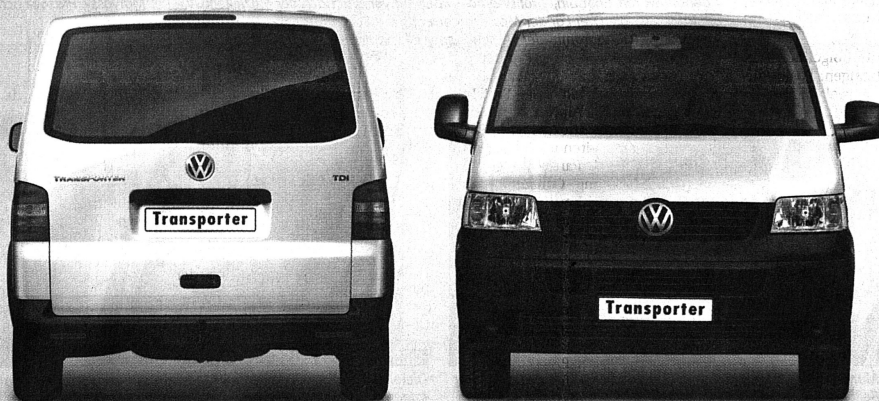
1) Systemgastronomie, GV-Catering – ohne Hotellerie; * Schätzwerte der Redaktion

Quelle: food-service

Anzeige

www.vw-nutzfahrzeuge.ch

Der neue VW Transporter.



Löst alle Transportprobleme.

Was immer Sie brauchen, um Ihr Geschäft zu beschleunigen, der neue VW Transporter lässt sich ganz auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden. Sehen Sie selbst, wie Ihnen der neue Transporter mit seinem breiten Modellangebot die Auswahl und den Geschäftsalltag erleichtert:

Radstand 3000 mm		Kastenwagen	Kombi	Pritschenwagen	Chassis-Kabine	Doppelkabine mit Pritsche	Doppelkabine mit Chassis
	Normaldach						
Radstand 3400 mm		Mittelhochdach	Hochdach				
Radstand 3000 mm		Normaldach	Mittelhochdach	Hochdach			
Radstand 3400 mm		Normaldach	Mittelhochdach	Hochdach			

Der neue VW Transporter. Die neue Auswahl. Die neue Antwort.



Nutzfahrzeuge

GAULT MILLAU

Anerkennung und mehr Umsatz

Jährlich im Oktober kürt Gault Millau die besten Köche der Schweiz. Was bringt aber zum Beispiel der Titel «Koch des Jahres» dem betreffenden Gastronomen?

Bald ist es wieder so weit: Das Geheimnis um den neuen Koch des Jahres, um die Aufsteiger des Jahres und andere Gault-Millau-Entdeckungen wird am 6. Oktober gelüftet. Im Rückblick auf ein Jahr «Koch des Jahres» kann Beat Bolliger vom Hotel Walserhof in Klosters dem ihm vor einem Jahr verliehenen Titel nur Positives abgewinnen: «Dank der Würdigung verspürten wir die allgemeine Flaute in der Branche nicht.» Hier sei insbesondere der Sommer massgebend gewesen, da der Betrieb im Winter generell sehr gut laufe.

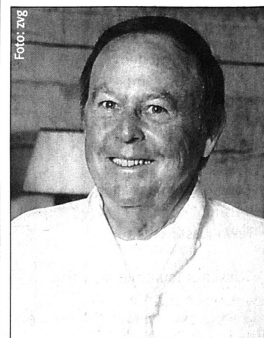
MEHRARBEIT, WELCHE FREUDE BEREITET

«Die Anerkennung für die geleistete Arbeit hat uns natürlich auch viel Freude bereitet», bilanziert Bolliger. Das Jahr als «Koch des Jahres» sei auch mit Mehrarbeit verbunden gewesen, «aber es handelt sich um eine Arbeit, die einem Freude macht».

Eifersüchteleien von missgünstigen Berufskollegen habe Bolliger keine zur Kenntnis nehmen müssen. «Vorwiegend wurde der mir zugesprochene Titel auch von meinen Berufskollegen positiv aufgenommen.»

Beat Bolliger war von Gault Millau vor einem Jahr wegen seiner «intelligenten, präzisen, einfallsreichen Küche» zum Koch des Jahres erkoren worden.

DST



Beat Bolliger, «Walserhof» in Klosters: Zurzeit noch «Koch des Jahres».



MYSTERY PARK / Erich von Dänikens Anlage beschert Interlaken mehr Logiernächte als erwartet. Davon profitieren alle. SEITE 9



«60 THOMPSON» / In diesem New Yorker Luxus-Haus wird das Boutique-Hotel-Konzept in Reinkultur umgesetzt. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

OBERENGADIN

Stärkung des Marketings

Das Marketing des Oberengadins erhält mit 650 000 Franken dreimal mehr Mittel als bisher. Für Leistungsträger wird ein Service-Center aufgebaut.

SILVIA CANTIENI

Das touristische Oberengadin geht in Zeiten verbreiteter Sparungen in die Offensive. «Wir wollen den Schwung der Skiweltmeisterschaft 2003 mitnehmen, statt zu klagen wie andere», sagte Claudio Chiogna, Direktor der Ferienregion Engadin (FRE), bei Gelegenheit von deren Generalversammlung in S-chanf. Die neue Ausrichtung des Marketings sei eine Kernbotschaft der Gesamtregion. Lokal seien weiterhin die einzelnen Tourismusvereine zuständig. Die von langer Hand aufgelegte Reform der Marktbearbeitung wird auf den 1. Mai 2004 umgesetzt. Neu stehen 650 000 Franken jährlich zur Verfügung. Bisher waren es 200 000 Franken.

PLAN EINES TOURISTISCHEN KOMPETENZZENTRUMS

Die massive Erhöhung und die Bündelung der Mittel sind möglich, weil neue Geschäftspartner zur touristischen Unternehmung Oberengadin gestossen sind. So gehören neben den lokalen Tourismusorganisationen und den Bergbahnen Engadin/St. Moritz (früher Arbeitsgemeinschaft Oberengadiner Bergbahnen) auch der Engadin Bus und die Rätische Bahn sowie die Schneeschulschulen und Engadin Golf zu den Marketingpartnern. Entsprechend ergeben sich daraus Anpassungen in den Kommissionen und den detaillierten Zielsetzungen.

Zu den Zielsetzungen gehört unter anderem der Aufbau eines touristischen Kompetenzzentrums für die Destination, eines so genannten Service-Centers für Mitglieder. Entscheidend im Wettbewerb sei die Sicherstellung einer lückenlosen Dienstleistungskette, wurde betont. Für FRE-Direktor Chiogna ist bei aller Genugtuung über den wegweisenden Schritt eines massgebend: Die zusätzlichen Mittel dürften nicht im Bürokratismus «untergehen», sondern müssten «eine äusserst wirkungsvolle und zielgerichtete Verwendung» erfahren.

An der FRE-Generalversammlung in S-chanf wurde mit Claudio Chiogna der dienstälteste amtierende Tourismusdirektor der Schweiz geehrt. Seit 1978 steht er dem Verein Ferienregion Oberengadin operativ vor. Der 59-Jährige bleibt noch drei Jahre im Amt.

ALPINES NETZWERK

EU soll Alpentourismus fördern

Im Konkurrenzkampf zwischen Strand und Alpen soll die Marktmacht neu verteilt werden. Das von Tirol aus lancierte Netzwerk AlpNet beantragt seine Förderung gemäss dem Programm «Interreg IIIB» der EU. Dieses bezieht in seinen «Kooperationsraum» die Schweiz ein.

KARL JOSEF VERDING

Das vor drei Jahren von Josef Margreiter, dem Geschäftsführer der Tirol Werbung, initiierte Alpine Economic Network (AlpNet) hat bei der Europäischen Union (EU) einen Antrag auf Projektförderung gemäss deren Programm «Interreg IIIB» deponiert. Der «Kooperationsraum» des Programms «Alpenraum» der EU (Interreg IIIA grenzüberschreitend und IIIB transnational) umfasst auch die drei Nicht-Mitgliedsstaaten Schweiz, Liechtenstein und Slowenien. Das Alpen-Programm der EU läuft bis 2006 und hat ein Gesamtvolumen von 123 Mio. Euro (192 Mio. Franken).

Es umfasst die folgenden vier generellen Zielsetzungen: Positionierung des Alpenraumes als eine starke räumliche Einheit im Netzwerk der europäischen Regionen; Anregung und Unterstützung nachhaltiger Entwicklung mit Berücksichtigung der Beziehungen zwischen den alpinen Kerngebieten und den dicht besiedelten Randgebieten; Verbesserung der Transportsysteme und der Erreichbarkeit; Erhaltung, Schutz und Entwicklung des Natur- und Kulturerbes.

THEMENBEZOGENE ALPEN-KOOPERATION

Ziele des branchenübergreifenden Alpine Economic Networks AlpNet sind: der Aufbau einer Marke «Alpen»; die Neupositionierung des «Alpensommers»; ein gemeinsamer Alpen-Auftritt im Internet; und der Aufbau eines Wissens-Pools. Auf Initiative von AlpNet und unter der Projektleitung von Harald Pechler, Chairman des International Center for Research and Education in Tourism (ICRET) an der Universität Innsbruck und Koordinator der Abteilung Tourismus-Management der Europäischen Akademie Bozen, ist ein Weissbuch zum Wirtschaftsstandort und zur Marke Alpen erarbeitet worden. Dessen Schlussberichte sind in der Endbearbeitung, darunter ein solcher des St. Galler Professors Thomas Bieger zum Markensystem der Alpen.

Foto: touplaner-online.de



«KOOPERATIONSRAUM» FÜR DIE SCHWEIZ

Hier treffen das Engadin, Tirol und Südtirol zusammen: Blick über den Reschenpass auf die Pinzgauer Alpen. Im Juli fand am Reschenpass die Drei-Länder-Messe «Interregio» für Gewerbe, Tourismus und Landwirtschaft statt. Das Projekt wird vom «Interreg III A»-Programm der EU sowie speziell von Italien, der Schweiz, der Autonomen Provinz Bozen und Tirol unterstützt.

Daniël Fischer leitet das Projektmanagement von AlpNet. Der ehemalige Tourismusdirektor von Saas Fee ist Geschäftsleitender Partner von Daniel Fischer & Partner, Management & Marketing Consultants in Niederwangen bei Bern. «AlpNet hat sich aus einem Strategieprojekt mit der Tirol Werbung ergeben», erklärt Fischer gegenüber der htr. Es habe sich gezeigt, dass auch die «grösste und stärkste Alpendestination» Tirol ein strategisches Interesse daran habe, «themenbezogen alpenübergreifend» mit anderen zu kooperieren, betont der AlpNet-Projektmanager. «In Gründung begriffen ist das Produkt «Alpine Wellness». Weitere Themen sind in Bearbeitung.»

«VALAIS EXCELLENCE» KANN VORREITER WERDEN

Die Alpen werden als ein «heterogener Raum verschiedenster Kulturen» wahrgenommen, räumt Fischer ein: «Dies macht Sinn und ist eine traditionelle Stärke.» Aber: «Längerfristig braucht es mit Blick auf die weitere Globalisierung auch alpenübergreifende Kernwerte. Ein «Valais Excellence» kann zum Vorreiterprojekt einer «Alpine Excellence» werden.»

Die transnationale Zusammenarbeit an der Entwicklung des Produkts «Alpine Wellness» gibt laut

Josef Margreiter, dem Chef der Tirol Werbung und Initiator von AlpNet, ein Beispiel dafür, dass der gemeinsame Aufbau und die Umsetzung von Themenkompetenz im Tourismus der Alpenländer «bereits im Gange» seien.

AUFBAU VON MARKTMACHT UND KOMPETENZ

Margreiter nahm gegenüber der htr auch Stellung zur Konkurrenz der Alpenländer in den touristischen Fernmärkten. Workshops von Schweiz Tourismus (ST) zu den Entwicklungsmärkten haben gezeigt, dass zum Beispiel in Argentinien und Brasilien, die ihre grossen Ferien von Weihnachten bis Fasnacht haben, die einzelnen Alpenländer mit ihren Schneeferienangeboten auch im Billigflug-Zeitalter gegen die Marketing-Übermacht der nordamerikanischen Destinationen von Aspen bis Whistler Mountain unterliegen. – Aber: Die Destinationen in den westlichen und östlichen Gebirgen der USA und Kanadas wird man nie unter einer transnationalen Dachmarke zusammenbringen können – anders als die «Alpen». Ist also das Erreichen einer massierten Marketing-Power der «Alpen» auf Fernmärkten ein Ziel von AlpNet? Margreiter's Antwort: «Richtig. Eine erste Konzeption in dieser Beziehung haben wir bereits in Arbeit.»

Jürg Schmid, der Direktor von Schweiz Tourismus (ST), betont, dass die Alpenländer «realistischerweise vor allem in den Nahmärkten immer Konkurrenten bleiben werden». Ein gemeinsamer Marketing-Auftritt in Fernmärkten mache allerdings Sinn – so wie er bereits durch die Alpine Tourist Commission (ATC) von Österreich, Italien, Deutschland und der Schweiz organisiert werde. Sie wird gegenwärtig von Schmid präsidentiert und ist auf die nordamerikanischen Märkte fokussiert. Und: «ST begrüsst grundsätzlich die gemeinsame Förderung der alpinen und voralpinen Ferienform. Denn unsere Mitbewerber stehen grundsätzlich für andere Ferienarten, wie zum Beispiel Meerferien.»

Europa-Workshop

«Erfolgsfaktoren der Tourismuswirtschaft im europäischen Umfeld»: So heisst ein Workshop des Europaforums Luzern am 27. Oktober im KKL. Exponenten aus der Schweiz und aus Österreich diskutieren. Darunter: Thomas Bieger, Josef Margreiter und Franz Steinegger. KJV

E-Mail: info@europa-forum-luzern.ch
Telefon 041 340 79 83, Fax 041 340 79 01.

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern • REDAKTION: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: ht@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@sulcusag.ch
www.sulcusag.ch

Committed to Excellence in Hospitality

Oh Pastamia!

Conva tech
Conva tech AG
Gaissbergstrasse 46
8280 Kreuzlingen
Tel: 071 677 98 86
Fax: 071 677 98 89
info@convatech.ch
www.convatech.ch

Miele
Service-Abonnement.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

hoteljob

Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie

Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?

Telefon 031/270 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch
www.hoteljob.ch

BRITA®
Professional

Innovative und kostensparende Wasserfilter-Systeme für die Gastronomie

www.brita.ch

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

Spanien (Costa Blanca) zu verkaufen:

**Rustikales Speise-
restaurant**«Schweizer Beizli» mit gutem Gäste-
stamm, an **Top-Lage in Calpe**.
Ganzjahresbetrieb, neu eingerichtete
Küche, 35 Plätze innen, 25 Plätze aus-
sen. Totalpreis inkl. aller Einrichtungen
(Inventar): Fr. 395 000.-Tel.-Nr. 0034 966 491 597
E-Mail: j.schnee@terra.es

157914/427865

ZERMATT (Wallis)

Gesucht Kaufinteressenten für

Bar-Pub/Club

Interessenten wenden sich an:

Alpincervino AG, Postfach 443, 3920 Zermatt
Telefon 027 967 15 25, Fax 027 967 57 29
E-Mail: info@alpincervino.ch

157911/427666

ZERMATT (Wallis)

Gesucht Kaufinteressenten für

Bauparzellen

Interessenten wenden sich an:

Alpincervino AG, Postfach 443, 3920 Zermatt
Telefon 027 967 15 25, Fax 027 967 57 29
E-Mail: info@alpincervino.ch

157912/427666

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION4-Sterne Hotel Garni in Kantons-
hauptstadt mit 50 Betten zu verkaufenGourmet-Restaurant am Lago di
Lugano in bekanntem Ferienort
zu vermieten4 Sterne Hotel im Tessin mit 80
Betten, Schwimmbad, Hallenbad,
Restaurants und Bar zu verkaufen.Ist Ihr Wunschbetrieb nicht dabei,
rufen Sie uns trotzdem an.Poststrasse 5, CH-8808 Pfäfers SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06**Goldingen SG**

Zu verkaufen / vermieten im Dorzentrum Goldingen

Landgasthof „RÖSSLI“Bekanntes Restaurant (25 Plätze) mit sep. Saal (70
Plätze). Kleine Bar. Viele Nebenräume. Genügend
Parkplätze. Separate 6 - Zimmer - Wohnung im OG.
Liegenschaft grösstenteils renoviert. Andere Nutzung
möglich. VP Fr. 680,000.-, (Pacht Fr. 2900.- exkl.).**STADLER** 8645 JONA
IMMOBILIEN Telefon 055 225 39 39
www.stadler-immo.chZu verkaufen: Kleines, gut gehendes
und bestens erhaltenes**Hotel im Oberengadin**(nur seriöse, kapitalkräftige Interessen-
ten)Weitere Informationen erhalten Sie
unter Chiffre 157908, hotel + tourismus
revue, Postfach, 3001 Bern.

157908/163024

ZERMATT (Wallis)

Gesucht Kaufinteressenten für ein

4-Sterne-Hotel

mit Spezialitätenrestaurant

Interessenten wenden sich an:

Alpincervino AG, Postfach 443, 3920 Zermatt
Telefon 027 967 15 25, Fax 027 967 57 29
E-Mail: info@alpincervino.ch

157913/427666

**HOTEL MEILER –
PRAU DA MONIS AG**

gegenüber den Bergbahnen Flims



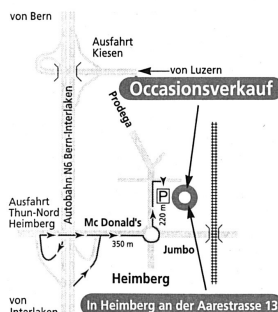
DIE ALPENARENA

infolge Nachfolgeregelung **ZU VERKAUFEN**Das Hotel Meiler – Prau da Monis ist ein
gut eingeführtes 3-Sterne-Hotel mit 100 Betten,
Restauration (ca. 180 Plätze),
grosser Sonnenterrasse (ca. 140 Plätze),
Hausbar (ca. 34 Plätze), Stenna Bar/Dancing (ca. 120 Plätze),
Tiefgarage (51 Plätze), Kiosk und Personalhaus (24 Betten).Jahresbetrieb in bester Geschäftslage, sehr guter Zustand,
grosse Stammkundschaft, mit weiteren Ausbaumöglichkeiten.Weitere Informationen siehe Internet
www.meiler-pdm.chAnfragen unter Telefonnummer
0041 (0)81 920 93 93 an Gaudenz Meiler

11169/157785

ANZEIGEN**HUGENTOBLER**

Kochsysteme HG 3000

**Occasionsverkauf
und Hausmesse**mit Präsentation einer
Weltneuheit in HeimbergInduktions-
tischgeräte:
die ideale
Ergänzung zum
Herd**Montag, 22. September bis
Mittwoch, 24. September 2003
täglich von 9.00 Uhr
bis 18.00 Uhr**Wir werden Ihnen die Evolution in
der Griddle-Geschichte live demons-
trieren und servieren Ihnen Grilladen
vom Indu-Griddle HG 3000®.
Unser gesamtes Occasionseintausch-
und Neu-/Liquidationslager steht
für Sie zum Kauf bereit.
Herde, Grossküchenapparate,
Kühlmöbel, Tische, Korpusse usw.
Topqualität zu super Preisen!**Hugentobler AG** Grubenstrasse 107 • 3322 Schönbühl
Telefon 031 858 17 17 • Fax 031 858 17 15**Zu verkaufen elektronische
Stempeluhren**ab Fr. 598.-,
rechnende Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- exkl. MwSt.
Stets rev. Occ. mit Garantie.
Jäggi+Co., Uhrenanlagen
Lyss: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61
www.jaeggi-co.ch

154415/330280

www.zuendhoelzer.ch**Über Premierieren und Saucieren.**

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

Wir verkaufen an unverbaubarer
Lage, direkt am
Lago Maggiore/Tessin
profitables *Hotel**Attraktives Wellnesskonzept mit
Entwicklungspotenzial und Stamm-
kundschaft; 46 Doppelzimmer,
je 1 Attika- und 5-Zimmer-Dachwoh-
nung, Hallenbad, Fitness/Sauna/
Solarium, 3 Restaurants, Weinkeller,
Konferenzsaal, Tiefgarage
(18 Plätze) und Parking für Bus
und PKWs (12).Infos:
PLT Invest SARL,
Postfach, 8033 Zürich,
Telefon 01 361 11 25,
Fax 01 361 12 55,
E-Mail: em-orn.steiger@plt.ch

157920/247604

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

157909/247604

Zu verkaufen oder zu vermieten

**Hotel Stella del Lago
und
Dancing Disco Schönau**in Oberhofen am Thunersee, mit
Seeanstoss und sensationeller Pano-
ramasicht.Die Liegenschaft verfügt über ein Ho-
tel mit 26 Betten, ein See-Restaurant
und Wintergarten mit insgesamt 160
und einer See-Terrasse mit 150 Sitz-
plätzen. Das Dancing hat eine Kapa-
zität von 100 Sitzplätzen.Der Verhandlungspreis beträgt
CHF 7.5 Mio.Weitere Informationen erteilt Ihnen
gerne JEMINI IMMOBILIEN AG un-
ter Tel. 031 310 06 66.

157953/172723

Pacht, Beteiligung oder KaufDipl. Hotelier-/Restaurateurpaar EHL
(40) mit vielseitiger, grosser Erfahrung
sucht die geeignete**Hotelliegenschaft**Anforderungen an den Wunschbetrieb:
- Regionen Vierwaldstättersee, Zug,
Zürich
- 3 oder 4 Sterne
- F&B-Anteil mind. 50%
- Umsatzgrösse ab Fr. 2 Mio.

Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

Offerten bitte unter Chiffre 157954,
hotel + tourismus revue, Postfach,
3001 Bern.

157954/427896

Er braucht. Sie hat.**Spende Blut. Rette Leben.****Über
Internet und
nette Gäste.**Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,
www.ht.ch

Logiernächterrückgang

Brienz-Meiringen-Hasliberg.

Die Alpenregion bezeichnet die Sommersaison 2003 als erfolgreich – trotz einem Rückgang der Übernachtungszahlen im August um 4,79% auf 30825 Logiernächte. Laut Medienmitteilung erfolgten viele Spontanbuchungen, welche auch häufig um eine Nacht oder zwei Nächte verlängert worden seien. Die Buchungen über das Direktreservierungssystem seien etwas höher als im Vorjahr ausgefallen. Die Frequenz der Aareschlucht fiel um 36%

höher aus als im August des Vorjahres. Gleichzeitig verzeichnet das Freilichtmuseum Ballenberg einen Rückgang von 17%. Um über 25% konnten die Meiringen-Hasliberg-Bahnen ihre Frequenzen steigern. Bei den Sportbahnen Hasliberg-Käserstatt AG brachte die Eröffnung des Moortweges Hasliberg-Käserstatt sowie des Zwergerweges zum Bannwald Mehrfrequenzen: Die Gäste- und Frequenzzahlen konnten zwischen 11% und 13% gesteigert werden. TRU

Beinahe neuer Rekord

Arosa Bergbahnen. Die Arosa Bergbahnen AG konnte in dem Ende April abgeschlossenen Geschäftsjahr 2002/03 den Reingewinn um 58% auf rund 411 000 Franken steigern. Der Gesamtertrag der Bergbahnen stieg gemäss Geschäftsbericht um 9,2% auf 29,7 Mio. Franken. 18,3 Mio. Franken davon stammten aus der Personenbeförderung, 8,3 Mio. Franken wurden in der Gastronomie erzielt. Die Frequenzen der Bergbahnen erreichten beinahe einen neuen Rekord. Insgesamt wurden

6156247 Personen befördert, fast 14% mehr als im Vorjahr. Der Betriebsaufwand kletterte um 9,3% auf total 22,8 Mio. Franken. Der Personal- und der Sachaufwand nahmen jeweils um etwas mehr als 10% auf 10,4 Mio. Franken beziehungsweise 7,6 Mio. Franken zu.

Die Generalversammlung kann über einen Bilanzgewinn von 517 095 Franken verfügen. Der Verwaltungsrat beantragt, die Dividende von 3 im vergangenen Jahr auf 4 Prozent zu erhöhen. TRU/sda

Luzern: Rückschläge

Logiernächte. Zwischen Januar und Juli 2003 erzielte Luzern 403 237 Logiernächte oder 73 642 weniger als im Vorjahr. Die über Jahre aufgebauten Märkte Asiens und der USA leiden laut Pressemitteilung noch immer unter den weltwirtschaftlichen Wirren, was sich potenziert auf Luzern auswirke. Während die Amerikaner weitflüchtig von Reisen nach Europa absehen würden, erhalten sich einzelne asiatische Märkte leicht (Japan: +5,7%, China +5,8%). Für das Gesamt-

total der Zentralschweiz präsentiert sich der Monat Juli ähnlich: Etwas mehr Schweizer Gäste (+2,9%) vermochten die Rückgänge nicht zu kompensieren. Konnten in der entsprechenden Vorjahresperiode 379 559 Gästenächungen registriert werden, waren es diesmal nur noch 367 826. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer verbleibt bei rund 2,1 Tagen. Immerhin schneidet die Zentralschweiz laut Pressemitteilung besser ab als die Gesamtschweiz. TRU

KURZ UND BÜNDIG

Grösste Bikeregion Europas geplant

Mit Interreg-Geldern will sich das Unterengadin zusammen mit der Plav, dem Müntertal, Samnaun sowie dem benachbarten Italien und Österreich als Top-Bike- und -Radregion profilieren. «Rad & Bike Arena» nennt sich das Projekt. Laut der «Engadiner Post» soll damit die grösste Bikeregion Europas entstehen. Damit das Projekt mit Interreg-Geldern unterstützt wird, müssen eine ganze Reihe von Auflagen erfüllt werden. TRU

Stamford Hotels and Resorts legen zu

Nur ein Jahr nach der Unterzeichnung des Kooperationsvertrags zwischen Stamford Hotels and Resorts und der Organisation SRS-Worldhotels konnte die in Australien und Neuseeland ansässige Hotelkette ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 78 Prozent steigern. Die Stamford Hotels and Resorts werden als Private-Label-Kunde geführt. TRU

Raffles International expandiert weiter

Die Eröffnung des neuen «Raffles Resort Canouan Island», The Grenadines, in den südlichen Antillen, ist für Sommer 2004 geplant. Dies ist für Raffles der vierte Kooperationsvertrag innerhalb von fünf Monaten. Die neue Anlage wurde vom italienischen Architekten Luigi Vietti gebaut und zählt 156 luxuriöse Unterkünfte in Villen, die sich über eine oder zwei Etagen erstrecken. TRU

Neu bei Swiss International Hotels

Die Marketingorganisation Swiss International Hotels gibt die neue Mitgliedschaft des Seminar- und Event-Gasthofs Sternen Muri bei Bern sowie des 4-Sterne-Hotels Arte in Olten bekannt. TRU

Angepeilt werden 1000 Stadtführungen

Per Mitte September wurden in Solothurn nur für den laufenden Monat 250 Stadtführungen gebucht. Dies bedeutet eine Steigerung von 55% im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode. Laut Erich Egli, Direktor von Solothurn Tourismus, sollte es wieder gelingen, im 2003 die «magische Zahl» von 1000 Stadtführungen zu erreichen. TRU

Intersky hat Balkan-Flüge eingestellt

Die Flüge nach Sarajevo und Tuzla wurden von der Regionalfluggesellschaft Intersky eingestellt. Damit ist die österreichische Intersky nur gerade zwei Monate lang von Bern-Belp nach Bosnien-Herzegovina geflogen. TRU

MYSTERY PARK

Mehr Übernachtungs-Potenzial als ursprünglich angenommen

Nach etwas über 100 Betriebstagen steht bereits fest, dass der Mystery Park in Interlaken und in der Region mehr Übernachtungen generiert, als man dies im Vorfeld angenommen hatte. Davon profitieren Hoteliers und andere Leistungsträger.

TONI RÜTTI

«Der Mystery Park birgt ein grösseres Potenzial an Übernachtungsgästen, als dies für typische Tagesausflugsziele normalerweise der Fall ist und wir ursprünglich angenommen hatten. Auch ist er mehr als bloss eine Schlechtwetteralternative. Er lockte selbst an sehr heissen Sommertagen viele Gäste nach Interlaken, die zum Teil hier übernachteten», sagt Stefan Otz, Direktor Interlaken Tourismus. Davon profitierten die Hotels aller Kategorien – vom 5-Sterne-Haus bis zur einfachen Unterkunft. Zu mehr Übernachtungen komme es in Interlaken und der Jungfrau-Region aber auch, weil der Besuch des Mystery Parks – stärker als erwartet – mit anderen Angeboten kombiniert wird, etwa mit einer Fahrt aufs Schilthorn oder aufs Jungfraujoch oder dem Besuch der Tallspele. «Die verschiedensten Leistungsträger profitieren von den Synergieeffekten», sagt Otz.

«Die Mystery-Pauschalen verkaufen sich besser als die Jungfrau-Pauschalen», fasst René Klopfer, Direktor des 3-Sterne-Hotels Chalet Swiss und Präsident des Hotelier-Vereins Interlaken, zusammen. Die weitere Entwicklung der Logiernächtezahlen stehe mit der Entwicklung des Mystery Parks sowie dessen längerfristiger Positionierung in einem direkten Zusammenhang. Für Interlaken und die Region liegen zurzeit noch keine statistischen Daten im Zusammenhang mit den bisher generierten zusätzlichen Übernachtungen vor.

«NEUENTDECKUNG» DER JUNGFRAUREGION

«Unsere Erwartungen wurden mehr als nur erfüllt», sagt Werner Affentranger, Direktor des 3-Sterne-Hotels Carlton sowie Präsident von Interlaken Tourismus. Sein Hotel offeriert den Mystery-Park-Besuchern die Gratisfahrt zum Park und einen Ausflug auf den «Harder». «Die Schweizer haben dank dem Mystery Park offenbar die Jungfrau-Region neu entdeckt», sagt Affentranger. In einem nächsten Schritt soll nun der Mystery Park auch im benachbarten Ausland stärker beworben werden (siehe Kasten).

«Seit der Mystery-Park-Eröffnung Anfang Juni haben wir über 500 zusätzliche Logiernächte beziehungs-

Foto: Swiss-Image



SYNERGIEEFFEKTE IN INTERLAKEN

Viele Mystery-Park-Besucher nutzen den Aufenthalt in Interlaken, um noch weitere touristische Angebote des Berner Oberlands zu geniessen, etwa eine Fahrt aufs Jungfraujoch. Oder umgekehrt besuchen die Berggänger den Mystery Park.

weise einen Umsatz von 100 000 Franken generiert», sagt Andreas Kuchen, Direktor des 3-Sterne-Hotels Goldkey. Das Mystery-Park-Angebot seines Hotels beinhaltet zwei Übernachtungen für 299 Franken inklusive Welcome-Mystery-Drink, Mystery-Park-Tageseintritt und Welcome-Präsent. Schätzungsweise 15 000 Franken hat das Hotel Goldkey bisher in die Werbung für diese Packages investiert.

Stephan J. Maeder, Direktor des 3-Sterne-Hotels Villa Europe, geht von zusätzlichen 200 bis 300 Logiernächten aus. Sein Pauschalangebot beinhaltet die Gratisübernachtung von Kindern bis 12 Jahren. «Der Mystery Park hat auch zu einer Veränderung

des Gästesegments geführt», konstatiert Maeder. Neben einem höheren Anteil an Familien könne sein Haus jetzt mehr Firmen und Vereine begrüßen.

Das «Victoria-Jungfrau» verkaufte bis dato etwa 50 Mystery-Park-Angebotsabende zu 788 Franken, inklusive zwei Übernachtungen, Halbpension und einem Eintritt. Laut Mark Isler, Marketing- und Verkaufsleiter des Grand Hotels, wurde nicht erwartet, dass es beim «Victoria-Jungfrau» zu sehr vielen zusätzlichen Logiernächten komme. «Der Mystery Park macht die Jungfrau-Region gesamthaft noch attraktiver. Davon profitieren alle», so Isler.

Werbetrommel

In den ersten Sommermonaten kam es in Interlaken zwar zu einem Minus bei den Logiernächten, weil die asiatischen Gäste weitgehend ausblieben. Der Verlust hielt sich aber in Grenzen, weil vor allem Schweizer im Vergleich zu den Vorjahren zu legten. Erst kürzlich wurde damit begonnen, die Werbetrommel für Erich von Dänikens Mystery Park auch jenseits der Landesgrenzen zu rühren. Erwartet werden namentlich Gäste aus Süddeutschland sowie vermehrt Erich-von-Däniken-Fans. TRU

hilcona

*Pasta
Nobile*

*Wahre Grösse
kommt von innen...*



...und diese Pasta kommt von Hilcona. Das Besseresser-Team bringt eine neue Generation Pasta auf den Markt. Das besondere Zeichen von Pasta Nobile sind die außergewöhnlich grossen, exklusiven Formen mit extra dünnem, leicht bemehltem Teig und mehr als 50% Füllungsanteil. Mit 7 kreativen Füllungen wie z.B. Triangoli mit Meeresfrüchtelefüllung oder Agnolotti mit Thunfisch-Kalbfleischfüllung ist es immer Erlebnis-Pasta pur in höchster Premium-Qualität. Mit dem authentischen Geschmack der Pasta Nobile wird jedes Gericht zu einem Fest für die Sinne. Pasta Nobile werden lose gefroren in handlichen 2 x 1kg Schalen angeboten. Wenn Sie mehr wissen möchten, fragen Sie bei Ihrem Grosshändler nach Hilcona oder rufen Sie uns einfach an: 00423 / 235 93 13. Hilcona AG, FL-9494 Schaan.

Einbusse bei InterConti

InterContinental Hotels. Die Hotels dieser Gruppe (Holiday Inn, Express, Crowne Plaza, InterContinental) mussten in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres (per 30. Juni) einen Umsatzrückgang von 3,4% hinnehmen. Der operative Gewinn ging um 31,7% auf 86 Mio. Pfund zurück (2002: 126 Mio. £). Besonders schlecht abgeschnitten haben die Hotels im Asien-Pazifik-Raum mit einem Minus von 75%. In Europa lag das Minus bei 38%. HAS

Gute Sommersaison

Graubünden. In den ersten drei Sommermonaten 2003 erzielte Graubünden eine markante Logiernächtezunahme, wie Graubünden Ferien (GRF) mitteilt. Nach Zunahmen im Mai (+1,9%) und Juni (+7,1%) verzeichnete Graubünden nun auch im Hauptferienmonat Juli ein Plus von 3,9 Prozent. Kumuliert ergibt das für die ersten drei Sommermonate ein Plus von knapp 5 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zunahme um knapp 50 000 Übernachtungen

auf 1,06 Mio. Logiernächte. Damit weicht die Übernachtungsentwicklung des Bündnerlands klar vom gesamtschweizerischen Durchschnitt (-5%, Mai bis Juli) ab. Die Nachfrage nach Hotelübernachtungen aus dem Markt Deutschland hat sich laut GRF in Graubünden (-3%) weniger negativ entwickelt als in anderen Schweizer Regionen. Laut GRF bewegt sich «die erfreuliche Entwicklung der Schweizer Nachfrage» (+8,5%) im Rahmen der anderen Tourismus-Regionen. TRU

Halbierter Gewinn

Accor. Sars-Epidemie, Irak-Krieg und soziale Unruhen in Frankreich haben auch der grössten europäischen Hotelgruppe übel mitgespielt: Accor meldet für das erste Semester des Geschäftsjahres 2002/2003 einen Gewinnrückgang um 52 Prozent auf 106 Millionen Euro (2001/2002: 221 Mio. Euro). Der Umsatz ging um 7,8 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro zurück (2001/2002: 3,58 Mrd. Euro).

Dabei haben die Budget-hotels besser abgeschnitten als die Mittelklasse- und Luxus-

etablissemens; nur in den USA weisen auch die Budgethotels rückläufige Umsatzzahlen aus (-4%). Die Servicebranche hat vor allem unter den Geldabwertungen in Südamerika gelitten und weist ein Umsatzminus von 9,2 Prozent auf 231 Mio. Euro aus. In Anbetracht des weiterhin maroden internationalen Umfelds und des mässigen Sommergeschäftes erhofft man sich bei Accor zum Ende des Geschäftsjahres einen Gewinn vor Steuern von 500 Mio. Euro. HAS

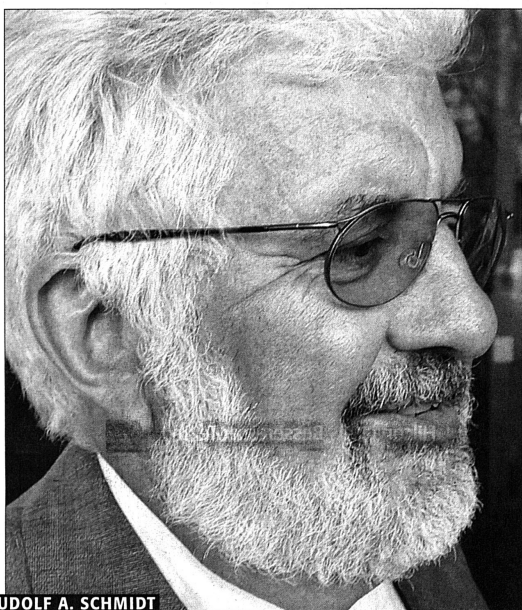
Club Med kämpft weiter

Club Méditerranée. Der Konzernumsatz lag im dritten Quartal des Geschäftsjahres um 14% hinter den vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres und belief sich auf 387 Mio. Euro. Die Reservierungen der Sommersaison lagen um 8,5% hinter denen des Sommers 2002. Laut Mitteilung haben die Reservierungen inzwischen wieder zugenommen. Doch wahrscheinlich können sie den schlechten Jahresbeginn nicht mehr auffangen. HAS

ERINNERUNGEN

Der schwere Abschied von einem Freund

Foto: Marietta Dedual



RUDOLF A. SCHMIDT

Der Präsident des Hotellervereins Graubünden verstarb am 10. August 2003.

Rudolf Schmidt hatte viele Freunde, denn er liebte die Menschen und war ihnen wohlgesinnt. Seine Herzlichkeit, sein Charme und seine Fachkompetenz fehlen. – «Weisst du noch...?» Im nachfolgenden Beitrag erinnern sich einige Freunde.

sehen.» Als wir die Gewitterzone verlassen hatten, beruhigte sich der Flug wieder und ein sichtlich erleichteter Rudolf Schmidt sagte: «Jetzt haben wir die Möglichkeit bekommen, auch noch die andere Hälfte der Welt zu sehen.» Nur eine von vielen Erinnerungen an einen guten Freund, die ihn unvergesslich für mich machen!

Beat Glaes, Gastgeber im Arvenhotel Waldeck, Flims Waldhaus

ER WAR IN VIELEM EIN VORBILD



Einen guten Freund zu verlieren ist immer schmerzlich. Einen Freund und so liebenswürdigen Menschen wie Ruedi Schmidt zu missen, erzeugt eine endlose Leere. So bleibt nur noch die Erinnerung an viel gemeinsamen Erlebtes.

Das letzte und wohl eindrücklichste Erlebnis war Ende April ein Besuch bei seinem Sohn Christoph, der in Berlin ein Hotel führt.

Ruedi war von seiner Krankheit bereits gezeichnet aber voller Zuversicht und Optimismus. Schön und eindrücklich waren die Tage. Ruedi, ganz nach seiner Art, ein aufmerksamer Beobachter, dem nichts entging

und sich zu vielem kritisch äusserte, meinte: «Weisch du Ruedi chunt scho no drus und weiss uf was es achunt.» Es stimmt, er wusste es und weil er es wusste, bemerkte er mit Recht: «Ich kann doch stolz sein auf meinen Sohn, er macht es gut.»

Das in Berlin Erlebte tat ihm sichtlich gut. Ruedi war uns in vielem ein Vorbild und wird es immer bleiben.

Ernst Meili, Chesa Meili, Celerina/Schlarigna

ER WAR IMMER VOLLER HOFFUNG



Lieber Ruedi,

Obschon von der Krankheit gezeichnet, warst du immer voller Hoffnung. Deine Worte bei meinem letzten Besuch: «Waisch i muass nu wider a klü me Kraft kriega, denn gohts schu wider», waren ein echter Aufsteller und bleiben mir unvergesslich. Du warst eine Persönlichkeit mit grosser Ausstrahlung, Gesprächskultur, ein humorvoller Redner und treuer Freund.

Mit deiner positiven Lebenshaltung hast du stets eine Atmosphäre der Herzlichkeit und des Wohlfindens verbreitet. Den Hotellerverein Graubünden hast du kompetent und souverän geführt und durch dein wegweisendes Wirken das Ansehen unseres Berufsstandes und der Touristik nachhaltig aufgewertet. Du und deine liebe Frau Theres pflegten eine vorbildliche Gastlichkeit. Man fühlte sich bei euch immer aufgehoben. Das Romantik Hotel Schweizerhof bleibt ein Juwel in der Bündner Hotellerie.

In dankbarem, liebevollem Gedenken

Milo Pfister, ehemaliger Gastgeber im Romantik Hotel Stern, Chur

ER WAR IMMER AUFGESTELLT



Immer ein Lachen im Gesicht, immer zu einem Spass aufgelegt, immer aufgestellt, so bleibt mir Rudolf, wie er sich gerne nannte, in Erinnerung. Immer wusste er auch die letzten Neuigkeiten oder Gerüchte und war stets informiert, was so alles im

Kanton lief. Mit Freude und mit positiver Einstellung übte er das Amt als Präsident des Hotellervereins Graubünden aus, immer bereit, die Interessen seines Berufsstandes zu wahren und allfälligen negativen Strömungen entgegenzutreten. Sein Beziehungsnetz, das er im freundschaftlichen Geist pflegte, war ausserordentlich gross und von grossem Nutzen für die Hotellerie in Graubünden und in der Schweiz. Immer wieder durfte ich in langen Gesprächen zur Meinungsbildung beitragen. Unser gemeinsames Hobby, das Golfspiel, schenkte uns viele schöne Stunden. Gemeinsame Golfreisen bleiben mir unvergesslich und immer war er es, der zur guten Stimmung beitrug. Einen guten Kollegen zu verlieren ist nicht leicht, aber einen wahren Freund zu verlieren, ist sehr schwer. Ruedi Schmidt wird uns allen sehr fehlen, aber im Geist und Gespräch wird er immer mitten unter uns sein.

Sepp Müsgens, ehemaliger Besitzer des Hotels Margna, Sils Baselgia

ER HATTE EIN FEINES GESPÜR FÜR PRIORITÄTEN



Über den Abgrund hinweg der Blick in die Tiefe und hinauf zu den Gipfeln: Die Gäste hat er verwöhnt, und dabei seinen ganzen Charme spielen lassen. Uns Freunde hat er gefördert mit eigenständigen Meinungen und klaren Positionen. In aller Freundschaft und Sympathie ist darob nie auch nur der Hauch einer Missstimmung aufgekommen. Dem Verband und dessen Interessen hat er mit grossem Geschick und Sachverstand, aber auch mit unternehmerischem Weitblick und dem feinen Gespür für die richtigen Prioritäten gedient.

Ruedi Schmidt, Präsident des Hotellervereins Graubünden, Impulsgeber in der Schweizerischen Branchenpolitik, Meinungsmacher in der ERFA-Gruppe, Schaltstelle eines Netzwerkes, das er subtil aufgebaut und konsequent ausgebaut hat.

Kompetenz mit menschlichem Gesicht: Ruedi Schmidt hat die Dossiers gekannt. Mit den Problemen unserer Branche war er vertraut. Die Dimension des Wandels hat er nie unterschätzt. Sein Charisma bleibt uns unvergesslich. Genauso wie seine Ecken und Kanten. Seine verbindliche, offene Art. Sein unermüdliches Weitergehen und Mitziehen.

Ein letztes Bild, ein Blick in die Ferne: Ende Mai dieses Jahres, ich kann mich noch gut erinnern, trafen Ruedi und ich uns zu einer Besprechung. Anschliessend besuchten wir die Terrasse des Restaurants Conn

in Flims. Der Blick in die Rheinschlucht hinunter, dann hinein ins Versamer Tobel und hinauf zu den Gipfeln, dieser Moment damals hat uns tief beeindruckt, ebenso das bescheidene Schweigen vor der Grösse der Welt, die vor uns lag. Und dann wieder die ganze Herzlichkeit, die spontan aus Ruedi Schmidt hervorbrach – uns allen wird er fehlen.

Walter Trösch, Vizepräsident hotellerieuisse

ER HATTE DAS GEWISSE «ETWAS»



Ruedi war für mich eine der eindrücklichsten Persönlichkeiten, die ich je kennen gelernt habe. Er hatte das gewisse «Etwas», um zu erkennen, worauf es ankommt. Er war ein Schnelldenker und konnte gleichzeitig telefonieren, zuhören und mit einem Auge sogar noch die Zeitung lesen.

Ich durfte mit ihm als Präsidenten zwölf herrliche Jahre verbringen. Unzählige Male sind wir miteinander für den Hotellerverein durch die Schweiz gekurvt, und es war selbst bei schwierigen Geschäften ein grosses Vergnügen. Wichtiger und Profitreuer hatten es sehr schwer bei ihm. Selbst in schwierigsten Zeiten hat er den Humor nicht verloren und war immer optimistisch. Mit seiner positiven Ausstrahlung verbreitete er immer gute Laune.

Sehr eindrücklich war Ruedis letzter öffentlicher Auftritt anlässlich der Generalversammlung des Bündner Gewerbeverbandes im Juni. Die Sitzung fand bei zirka 35 Grad in einem grossen Festzelt statt; die Teilnehmer waren durch langatmige statutarische Traktanden und trockene Festreden bereits stark «gefordert». Drei Minuten Redezeit genügten Ruedi, um die Stimmung zu kehren und die Versammlung zum Lachen zu bringen. Dazu brauchte er keine Notizen. Es nahm ihm auch niemand übel, dass er Pratal mit Paspals als Tagungsort verwechselt. So stolz ich damals auf meinen Präsidenten war, so traurig war ich, weil ich spürte, dass es einer seiner letzten Auftritte ist. Ruedi fehlt mir sehr. Es verging in den letzten zwölf Jahren kein Tag, an dem wir nicht mindestens einmal miteinander telefonierten und geschäftliche und private News austauschten. Ich vermisse einen vorbildlichen Chef, einen treuen Kumpel und einen väterlichen Freund, der ewig in mir weiterlebt.

Jürg Domenig, Geschäftsführer des Hotellervereins Graubünden

ER HATTE RESPEKT VOR DEM FLIEGEN



Zusammen mit Rudolf Schmidt habe ich viele Reisen unternommen. Eine davon führte uns nach Südamerika.

Der Flug verlief alles andere als ruhig. Wir flogen durch ein Gewitter und das Flugzeug wurde kräftig durchgeschüttelt, so dass vielen Passagieren sogar übel wurde und das Handgepäck im ganzen Raum durcheinander flog. Ruedi, der immer etwas Angst vor dem Fliegen hatte, fasste mich am Arm und sagte: «Wenn es sein muss, dann jetzt. Aber wenigstens können wir sagen, wir haben die halbe Welt ge-

Im Sommer kräftig zugelegt

Arosa. Nachdem im Juni 23% und im Juli 10,2% mehr Hotelübernachtungen als noch im Vorjahr gezählt werden konnten, verzeichnet Arosa auch im August ein Wachstum von 23%. Dass die «Gratis-Bergbahnen» (all-inclusive) und das Wasserspiel einfach zu kommunizieren und vor allem auch bei den deutschen Gästen beliebt sind, beweist laut Medienmitteilung von Arosa Tourismus die Zunahme von über 14% bei deutschen Gästen. **TRU**

Zufriedene Gäste

The Ritz-Carlton. Die zufriedensten Gäste in der Luxus-hotellerie wohnen offenbar bei Ritz-Carlton. Das amerikanische Marktforschungsinstitut J.D. Power and Associates setzt The Ritz-Carlton Hotel Company erstmals auf Platz 1 der «North America Hotel Guest Index Study». Von 1000 möglichen Punkten erreichte Ritz-Carlton 880. Damit liegt The Ritz-Carlton klar über den übrigen 53 Hotelgruppen der Studie. The Ritz-Carlton führt neben der übergeordneten Ka-

tegorie «Gästeszufriedenheit» auch die Kategorien des Luxus-segments an, darunter Reservierungshandling, Gästezimmer, gastronomisches Angebot, Hotelservices und Abreise. In den letzten beiden Jahren besetzte Ritz-Carlton jeweils den zweiten Platz. Für Ritz-Carlton-Präsident Simon F. Cooper ist das jüngste Ergebnis «der Beweis, dass die Vision von Wachstum und Erweiterung der Marke richtig war, ohne dabei die exzellente Dienstleistung zu opfern». **TRU**

Rekordverdächtig

SAC. Der diesjährige Sommer mit seinen hohen Temperaturen hat den Hütten des Schweizer Alpenclubs SAC rekordverdächtige Gästezahlen beschert. Die Chancen stehen gut, dass der bisherige Jahresrekord von 329 000 Übernachtungen im 2003 gebrochen wird, wie der «Walliser Bote» meldete. Deutlich zugenommen hätten nicht bloss die Übernachtungszahlen von Alpinisten, sondern auch die Tagesgäste. Die in den letzten Jahren intensivierten Marketinganstengungen hätten sich letztlich positiv aus-

gewirkt. Laut Bruno Lüthi, Bereichsleiter Hütten beim SAC, erleben die Berge – und mit ihnen die SAC-Hütten – eine eigentliche Renaissance. Noch in den 90er-Jahren seien die Übernachtungszahlen in den rund 170 SAC-Hütten stetig gesunken. Erst in den letzten Jahren habe der Abwärtstrend gestoppt werden können. In den letzten Jahren seien etliche Millionen in die Infrastruktur der Hütten investiert worden. **TRU**

Alle Schlösser ausgewechselt

Hotel Sursee. Das Konkursamt Hochdorf hat im Hotel Sursee die Schlösser ausgewechselt. Damit ist dafür gesorgt, dass der Hotelbesitzer Daniel Negri sowie die Pächterin Ara Hotel Suisse GmbH keinen Zutritt mehr zum Hotel haben, wie die «Neue Luzerner Zeitung» meldete. Seit Mai ist das Hotel geschlossen. Dies nachdem gegen Negri der Konkurs eröffnet worden war. Er soll der Luzerner Kantonalbank 46 Mio. Franken schuldig sein. **TRU**

LUXUS-BOUTIQUE-HOTEL «60 THOMPSON», NEW YORK

Nicht weit von der Wall Street entfernt

Unter den vielen Hotelkonzepten, die in Manhattan realisiert sind, bildet das Boutique-Konzept des «60 Thompson» eine interessante Ausnahme.

■ HARALD WEISS

Während die meisten neuen Hotels versuchen, sich mit eigenwilligen Konzepten von der Konkurrenz abzuheben, hat Hotelier Jason Pomeranc einfach ein weltweit bereits bestehendes Konzept in Reinkultur umgesetzt. Wer ein bis ins Detail perfektes Boutique-Hotel erleben will, kommt nicht um dieses Haus herum. Der 30-jährige Pomeranc hat das realisiert, was Ian Schrager und die vielen anderen im Kopf gehabt haben müssen, als sie mit ihren Ideen vom Edelhotel starteten, dann aber teilweise doch wieder in riesigen Bettenburgen endeten.

ding her ist er Rechtsanwalt und hat zuvor viele Jahre in der Immobilienbranche gearbeitet. 1999 arbeitete er an einem Immobilienprojekt, bei dem ein Fitness-Studio in der Nähe der Wall-Street in ein Hotel umgebaut werden sollte. Als dieses Projekt ins Stocken kam, entschied er sich, sein eigenes kleines Edelhotel im Süden von Manhattan zu bauen.

PENTHOUSE-SUITE FÜR 3500 DOLLAR PRO NACHT

Das «60 Thompson» ist ein Hotel, das sich selbst gerne ins Rampenlicht stellt und dessen Publikum ebenfalls das Bad in der Menge sucht. Hollywood-Star Russell Crowe fühlt sich dort offenbar so sehr zu Hause, dass er Pomeranc schon den Kauf der zweigeschossigen Penthouse-Suite angeboten hat. Doch der hat bislang abgelehnt, denn bei einem Preis von 3500 Dollar pro Nacht ist sie eine wichtige Erlösquelle für den Hotelbetrieb.

Dass sich Amerikas Schickimicki-szene dort so wohl fühlt, liegt an all den vielen Glamour-Details. Dazu gehören beispielsweise die Hoteluniformen von Nino Cerrutti, die Bettwäsche vom italienischen Edel-Ausstatter Frette und sogar eigens bedrucktes Toilettenpapier. O'Briens Hotel-Design entspricht dem Zeitgeist: Asymmetrische Formen, kontrastreiche Kombinationen, dazu viel Marmor, Holz, Chrom und Leder.

Im Restaurant hat Michael Batt das Sagen, der mit seinem Team eine «einfache, moderne amerikanische Küche» anbietet.

VON ANFANG AN PRAKTISCH AUSGEBUCHT

Pomeranc' puristisches Konzept ging auf. Von Anfang an war das Haus praktisch ständig ausgebucht. Amerikas Reisefachzeitschrift «Condé Nast Traveler» zählt das «60 Thompson» zu den fünf begehrtesten Hotels in Amerika, und das bei Zimmerpreisen ab 370 Dollar.

Doch so begehrt wie das Hotel bei Amerikas Stars und Sternchen ist, so sehr verärgert sind die Nachbarn über das mitten in einem Wohngebiet stehende Hotel. Schon bei den Bauarbeiten hat sich Pomeranc viele Feinde bei den Anwohnern in der Nachbarschaft gemacht. Der Boden unter der Metallfabrik war mit Chemikalien verseucht und musste sehr tief abgetragen werden, was zu Bauschäden bei den angrenzenden Häusern führte. Die Anwohner klagen, dass die Lärmbelastung für diese Wohngegend viel zu gross sei und verweisen auf die Strafe von 13 000 Dollar, die das Hotel im vorigen Jahr wegen Lärmüberschreitungen zahlen musste.

Damals gab es Auflagen, die das Hotel aber bislang nicht erfüllt haben soll. Pomeranc wies die Vorwürfe als unbegründet zurück. Schliesslich habe er inzwischen 40 000 Dollar in Schallschutzmassnahmen investiert, doch «die Leute hier sind so gegen uns, dass sie schon das Klippen von Halsketten und Armreifen stört».

Seit Monaten versucht die Stadtverwaltung zwischen den sich in den Haaren liegenden Parteien zu schlichten, denn immerhin zählt das Haus jährlich rund 2 Millionen Dollar Steuern und ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor bei der dringenden erforderlichen Revitalisierung von Lower Manhattan.

Die allgemeine Wirtschaftslaute im Süden von Manhattan ist eine grosse Belastung für alle dort ansässigen Betriebe. Auch am «60 Thompson» sind die Wirtschaftsprobleme nicht spurlos vorbeigegangen. Zwar verzeichnet das Hotel mit einer Auslastung von 94 Prozent immer noch einen der besten Werte in New York, aber dieser Wert war nur möglich, weil



■ DEN LUXUS GENIESSEN

Grosszügig konzipiert: «60 Thompson Loft», für Gäste, die die Annehmlichkeiten eines 12-geschossigen Luxushotels im Süden Manhattans zu geniessen wissen.

man die Preise gestutzt hatte. Kurz nach der Eröffnung, im Sommer 2001, lagen die Zimmerpreise bei 370 bis 625 Dollar, doch kurz darauf, im November 2001, war der günstigste Zimmerpreis mit 160 Dollar auf seinem Tiefststand aller Zeiten angelangt. Im Frühjahr 2002 lag er zwar wieder bei 240, doch erst seit kurzem konnte der unterste Zimmerpreis wieder auf den ursprünglichen Wert von 370 Dollar angehoben werden. Pomeranc hat die geringeren Einnahmen mit höheren Preisen bei anderen

Leistungen und mit Personalkürzungen abgeglichen. Wie gross sein Team heute tatsächlich noch ist, darüber schweigt er sich aus. Die «New York Times» schrieb im April, dass das Haus über 100 Mitarbeiter habe. Schätzungen besagen, dass das 100-Betten-Haus nur noch 70 Mitarbeiter zählt.

Die Htr stellt in unregelmässiger Folge prägnante Beispiele von Trendhotels in New York vor. Bereits erschienen: «Westin at Times Square» (20.3.), «City Club Hotel» (17.4.), «The Bryant Park Hotel» (29.5.), «Art-Hotel Gershwin» (21.8.).

Trendhotels

Dabei hatte Pomeranc zuvor vom Betrieb eines Boutique-Hotels nicht die geringste Ahnung. Er hat weder eine Hotelfachausbildung durchlaufen, noch ist er Designer. Von der Ausbil-

Anzeige

Gewinn für Sie und Ihre Gäste!

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

Holen Sie sich die Wettbewerbsunterlagen bei Ihrem nächsten CCA-Einkauf.

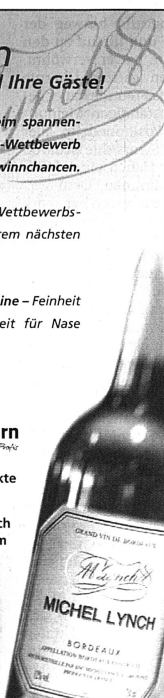
«Michel Lynch»-Weine – Feinheit und Ausgewogenheit für Nase und Gaumen!

Cash-Carry
CC A Angehrn

8 x drei Engrosmärkte unter einem Dach
www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

Vertrieb Westschweiz:
www.vogel-vins.ch

Vogel



Luxus-Hotel in stillgelegter Fabrik

Der New Yorker Hotelier Jason Pomeranc hatte die seit langem stillgelegte Metallurgiefabrik in der Thompson Street Nummer 60 erworben, um auf diesem Grundstück das Hotel seiner Wünsche zu errichten: Ein klassisches Luxus-Boutique-Hotel. Der etwas eigenwillige Hotelname «60 Thompson» leitet sich aus der Hausadresse ab; in den USA steht die Hausnummer vor dem Strassennamen. Als Innenarchitekten wählte er den Boutique-Designer Thomas O'Brien, der zwar noch nie an einem Hotelprojekt ge-

arbeitet hatte, der sich aber bereits als Innenarchitekt für die Boutiquen von Ralph Lauren und Giorgio Armani einen Namen gemacht hatte. Architekt war Stephen Jacobs. Rund 25 Millionen Dollar mussten investiert werden, bis Jason Pomeranc im Februar 2001 das zwölfgeschossige und 3000 Quadratmeter grosse Hotel eröffnen konnte. Das Haus verfügt über 100 Zimmer inklusive einer Penthouse-Suite, einer Hotelbar und dem Restaurant «Thom», das vorab Fisch und Geflügel anbietet. **HW**

Zahlen und Fakten

Zimmer und Suiten: 100

Preise: Zimmer bis 450 Dollar, Suiten bis 625 Dollar.

Restaurant: «Thom» mit Chefkoch Michael Batt

Hotelier: Jason Pomeranc

Direktor: Stephen Brandman

Hotelmanagement: The Pomeranc Group

Eröffnet: Februar 2001

Architekt: Stephen Jacobs

Innenarchitekt: Thomas O'Brien

<http://www.60thompson.com>



WILD / Schweizer Wild ist rar und teuer. Importiertes ist konstanter in der Qualität, ist aber oft geschnitten und vakuumiert. SEITE 14



KRYSTAL / Diese US-Fast-Food-Kette behauptet sich seit Jahren erfolgreich mit ihren kleinen viereckigen Mini-Burgern. SEITE 16

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

SCHWEIZER WEIN

Förderung für einheimische Weine

Die neu gegründete Swiss Wine Communication AG wird sich ab 1. Januar 2004 um die Promotion von Schweizer Wein im In- und Ausland kümmern.

Die Branchenunternehmung resultiert aus dem Inkrafttreten des neuen Landwirtschaftsgesetzes. Unter dem neuen Gesetz geniesst die Förderung von Schweizer Wein im Inland eine finanzielle Unterstützung des Bundes, wie sie auch für andere einheimische Agrarprodukte der Fall ist.

Heute subventioniert der Bund nur die Exportpromotion des Verbandes der Schweizer Weinexporteure. Gemäss Mitteilung des Westschweizer Informationsdienstes AGIR wird ab 2004 die gesamte Promotion von Schweizer Weinen, für die Inland- wie auch für die Exportmärkte, direkt von der Branchenorganisation ISV (Interprofession suisse du vin) gestaltet und koordiniert. Ausgeführt wird sie dann von der Swiss Wine Communication AG, deren Sitz in Bern sein wird. Zum Direktor wurde der 48-jährige Luzerner Önologe Jürg Bussmann ernannt. *MJP/psd*

KURZ UND BÜNDIG

Traditionelle Feste rund um den Alpkäse

Im September finden zahlreiche Alpkäsefeste und Alpbahnen statt. Das Ergebnis des Alpsommers wird an der «Chästeilet» zwischen den Kuhbesitzern aufgeteilt: echter Alpkäse, ausschliesslich im Sommer von Hand auf der Alp gefertigt. Bergkäse hingegen wird das ganze Jahr über im Tal gemacht. Die herausgegebene Broschüre «Alpkäse – Vom Genuss, der von den Alpen kommt» erzählt von traditionellen Festen und bietet Rezepte. *MJP*

Informationen: www.schweizeralpkäse

Salon Howeg 2003 in der Thun-Expo

Der Salon Howeg versteht sich als eine Einkaufsmesse für Kunden aus der Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung. Und als Branchentreffpunkt soll auch der diesjährige Salon eine Plattform für Kunden, Produzenten und Lieferanten bieten. Der Salon Howeg 2003 für das Bernbiet findet vom kommenden 22. bis 24. September zum ersten Mal in der Thun-Expo statt. *MJP*

Weinauktion mit Trouvaillen

Die Steinfels-Weinauktionen, das älteste Weinauktionshaus der Schweiz, führen am 20. September in Zürich die vierte diesjährige Weinauktion durch. Unter anderem sind auch über ein Dutzend Weine mit 100 Parker-Punkten zu ersteigern. *MJP*

www.steinfelsweine.ch

PRODUKTE AUS DEN ALPEN

Vom Lebensmittel zur Delikatesse

Produkte aus dem Alpenraum sind nicht nur gesund und identitätsstiftend. Gewisse Köche wie Christophe Roch aus Sion und Kurt Leuenberger aus Ernen haben sie auch als Delikatessen entdeckt. «Schlemmereien aus 1001 Alpental» heisst das Motto im Gasthof St. Georg.

■ FRANZISKA RICHARD

Nicht überall hat die Mittelmeerküche mit den zu Heilmitteln hochstilisierten Produkten wie Fisch und Olivenöl bis in die hintersten Alpentäler gefunden. Es gibt auch Köche, die sich konsequent einer «Alpenküche» verschreiben – und dabei nicht ohne Erfolg sind. «Die Begeisterung für das wieder Kühler, Alpine ist durchwegs da», meint Klaus Leuenberger vom Restaurant St. Georg in Ernen im Goms. Seine Küche steht unter dem Motto «Schlemmereien aus 1001 Alpental».

Der 39-jährige, in der Welt weit herumgekommene Emmentaler bezieht seine Produkte von einheimischen Bauern, grösstenteils direkt: Käse, Walliser Bergschafe, Wollschweine, Hinderväldlerkühe und einheimische Truthähne. Sie weiden in alpiner Höhe. In der Gaststube pflegen er und seine Frau Marlis das Währschaf mit viel Geschmortem, Würsten und Innereien; im Restaurant bieten sie eine gehobene regionale Küche. Bei den Einheimischen ging es etwas länger; bei den Touristen hat der Kochstil sehr schnell Anklang gefunden.

PRODUKTESUCHE IST SEHR ZEITINTENSIV

Vor einem Jahr gut gestartet mit seiner «Cuisine du terroir» ist auch der junge Walliser Christophe Roch, der in Sion sein kleines Restaurant «La Table d'Hôtes» führt: Allabendlich serviert er hier ein 4-gängiges Menü à 50 Franken. Geöffnet ist das Restaurant nur abends; denn die Produktesuche sei überaus zeitintensiv. Besondere Ehre erweist Roch dem Walliser Schwarznasenschaf und Geflügel, der Eringerkuh und einheimischen Käsen.

«Sorgfältig ausgesuchte Alpenprodukte sind wahre Delikatessen», meint

Foto: zsg/Schweizer Milchproduzenten SMP-PSL



ALPKÄSE

Neben Fleisch gehört auch Käse aus dem Alpengebiet zu den Produkten, die vermehrt Eingang in die Küche schweizerischer Spitzengastronomie finden. Im Bild die «Chästeilet» im Justistal.

Roch. Und auch Leuenberger ist überzeugt, dass die Höhe, auf welcher die Tiere gehalten würden, auf die Qualität einen wesentlichen Einfluss hätten. «Nicht minder wichtig ist die Rasse selbst», betont Leuenberger. Deshalb ermuntert er die Bauern, wieder Terrassen zu halten, die vom Profitdenken der Lebensmittelindustrie verschont geblieben und somit auch nicht überzüchtet sind: oftmals vom Aussterben bedrohte Rassen wie die Hinderväldlerkuh. Punkto Qualität und Geschmack seien solche Rassen besser und eigenständiger. Bei solchen Extrawünschen machen Bauern natürlich nur mit, wenn der Gastronom ihnen ganze Tiere abkauft und sich nicht lediglich auf die Kurzbratstücke stützt.

Eine ausschliessliche A-la-minute-Küche mache im Alpenraum keinen Sinn, betont Leuenberger. Vielmehr gehöre das Konservieren zur kulinarischen Tradition des Alpenraumes. «Ideal – denn damit lassen sich auch saisonale Schwankungen auffangen. «Schlacht- und Erntezeit

fallen zeitlich mit den touristisch ruhigeren Monaten zusammen. Diese stille Zeit nutzen wir, um die Lebensmittel zu verarbeiten und zu konservieren.»

PARADOXE MARKTSITUATION

Dass nur wenige Betriebe diesen Aufwand und Idealismus aufbringen können und wollen, liegt auf der Hand. Soll die «Alpenküche» jedoch auch ein Identitätsstifter und Werbeträger werden, müssen die Produkte einfacher erhältlich werden. Tatsächlich ist die Marktsituation oftmals paradox. Für die Metzgereien sind die verfügbaren Quantitäten zu klein, um sie (als Label-Produkte) ins Angebot aufzunehmen; und damit können und wollen die Bauern, auch weil das Milchgeschäft bis anhin einträglicher war, sich nicht auf Experimente einlassen.

Diesen Teufelskreis will beispielsweise die Interessengemeinschaft «Pure Simmental» mit ihrem vor

fünf Jahren lancierten gleichnamigen Label durchbrechen. Sie strebt ein Marketing an, wie es die Franzosen mit ihren weltweit bekannten Charolais- und Limousin-Rindern schon lange tun: Die Hervorhebung der Simmentalerasse, kombiniert mit labelgerechter Haltung und Fütterung (IP-Suisse). Tatsächlich konnten alleine im Simmental zwanzig Bauern wieder zur Haltung von Simmentaler-Kühen gewonnen werden.

Im Ausland hingegen gilt das Simmentaler als das Qualitätsprodukt schlechthin, sowohl bei Züchtern, Bauern als auch bei Köchen: Alain Ducasse zieht die Berner Oberländerin für seine Schmorbraten schon lange den französischen Edelrassen vor. Und was viele nicht wüssten, meint Beat Wüthrich, Projektleiter «Pure Simmental» bei IP-Suisse: «In argentinischem und brasilianischem Rind, das jahrelang dem Schweizer Rind vorgezogen wurde, fliesst Simmentalerblut.» Das Sperma des Simmentalerstiers werde weltweit exportiert.

Verschiedene Delikatessen aus dem Alpenraum

Alpschweine: Sie werden vorwiegend mit Molke gefüttert. Der hohe Prozentsatz an Milchbestandteilen gibt dem Fleisch seinen unverkennbaren Charakter. Es ist kräftiger im Geschmack, fester in der Konsistenz und dunkler als herkömmliches Schweinefleisch. Die Tiere kommen im Alter von drei Monaten und zwanzig Kilo Gewicht auf die Alp. Nach dem Alpsommer bringen sie ca. 100 Kilo auf die Waage und werden geschlachtet. Alpschweine sind schwierig erhältlich, am besten direkt über den Bauern oder die spezialisierte Metzgerei.

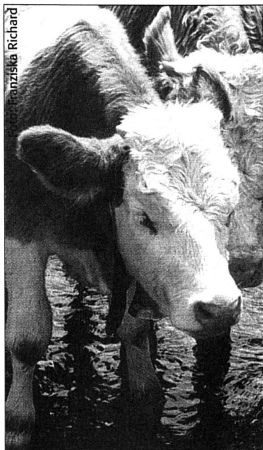
Oberwalliser Schwarznasenschaf: Lange Zeit galt das einheimische Lammefleisch in der Gastronomie als praktisch ungeniessbar: zu zäh, zu «schäftig». So wurde vielerorts auf das neuseeländische Lamm ausgewichen. Mittlerweile genügt das Oberwalliser Schwarznasenschaf selbst Köchen mit

höchsten Ansprüchen, beispielsweise auch Didier de Courten. Die Tiere werden heute jünger geschlachtet als früher und das Fleisch früh vom Fett getrennt. Das Fleisch von gealpten Tieren ist fest in der Konsistenz und würzig im Geschmack. Die Nachfrage ist grösser als das Angebot; hier braucht es den guten Draht zum Bauern oder Metzger.

Simmentaler-Rind- und -Kuhfleisch: Gilt als geschmackvoll und feinfasrig. Dank den feinen Fetteinlagerungen ist es schön marmoriert und saftig. Es eignet sich sowohl zum Braten wie auch zum Schmoren. Bei der Frage, welches Fleisch bezüglich Alter und Geschlecht das beste ist, gehen die Meinungen stark auseinander. Philippe Rochat, ebenfalls ein Liebhaber von Simmentalerfleisch, schwört selbst beim Filet auf die 3-jährige Kuh, die schon einmal gekalbt hat: «Ich liebe dieses Fleisch

von «Halbwüchsigen» nicht. Man muss die Reife der Kuh spüren, das Fleisch muss tiefrot sein und Charakter haben.» Auch die zu Bell gehörende, aber selbstständige «Grande Boucherie du Molard» in Genf, die beinahe zu 100 Prozent auf Simmentalerlind umgestellt hat, zieht die «génisses» (junge Kuh) dem Ochsenfleisch vor. «Fleisch muss man kauen», meint Direktor Serge Belime gar.

Die übrigen Bell-Filialen hingegen antworten mit ihrem Ochsenfleisch «Pure Simmental» (Lancierung im April 2004) einem anderen Konsumentengeschmack: Butterzart muss hier das Fleisch sein, weshalb Bell lediglich Fleisch von 18- bis 20-monatigen kastrierten Ochsen verwendet. Simmentalerfleisch ist u.a. bei Grauwiler (Basel), Mérot (Bern), Du Molard (Genf), Migros Aare und Bieri (Schönried) erhältlich. *FRG*



Die Simmentalerasse wird auch von Starkoch Alain Ducasse geschätzt.

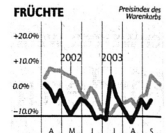
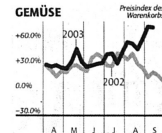
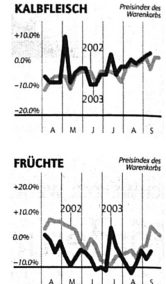
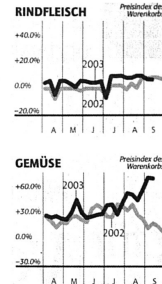
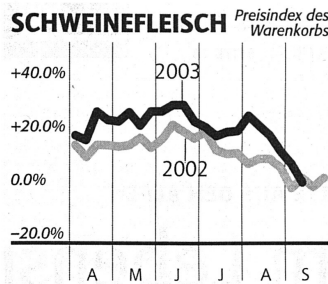
Grösserer Prodega CC Rüşchlikon

Rüşchlikon. Nach einer mehrmonatigen Umbauzeit wurde die Verkaufsfläche des Prodega Cash+Carry-Marktes in Rüşchlikon, in unmittelbarer Nähe der Autobahnausfahrt Thalwil, um 480 auf 3300 Quadratmeter erweitert. Mit rund 800 Quadratmetern ist die Verkaufsfläche für die Frischprodukteabteilungen Metzgerei, Molke- sowie Früchte und Gemüse gleich geblieben. Rund 20% mehr Verkaufsfläche erhielten die Abteilungen Getränke, Food und Non-Food. **MJP**



PRODINDEX 15. 9. BIS 20. 9. 2003

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



FRAGE DES GESCHMACKS

Nicht für alle Gourmets gleich

Fleisch von erlegtem Wild schmeckt anders als von Masttieren, die Heu und Kraftfutter fressen. Bergkräuter übertragen ihren Geschmack auf das Fleisch. Gämse schmeckt daher am intensivsten, Zuchthirsch am neutralsten, Reh und wilder Rothirsch liegen dazwischen.

GUIDO BÖHLER

Die Zartheit sei eine Frage des Alters, meint der Toggenburger Metzger Willi Götzl: «Ob «wild» oder Zucht spielt dabei keine Rolle.» Auch die Zubereitungsart sei wichtiger als die Wahl zwischen «wild» und Zucht. Andere Erfahrungen macht der Jäger und Koch Werner Schibli: «Ein sechsjähriges Reh kann immer noch butterzart sein.» Wesentlich ist jedoch der Reifeprozess. Bell AG bietet Reh aus Slowenien mit sechs bis sieben Tage Reifung an – «das optimale Mass», findet Walter Bieri, «durch längeres Reifen wird es nicht zarter», aber der «haut gößt» nimmt zu. Kenner jedoch lieben diesen wild-typischen Geschmack. «Ideal für Gourmets ist ein nach zwei bis drei Tagen frisch abgezogener Reh Rücken», stellt der Comestibler Arne van Grondel fest. Daniel Christen vom Hotel Bodenhaus macht aber die Erfahrung, dass «Liebhaber das Wild auch mögen, wenn es dezent schmeckt». Unerwünschte Geschmacksnoten können Probleme hervorrufen. «Böckelig» schmecken männliche Tiere, wenn sie brunftig sind. Säuerlich kann Wild schmecken, wenn es langsam stirbt, weil es angeschossen wurde. Und nicht immer ist der starke Geschmack bei Gourmets beliebt. «Das kräftige Wildschwein wird in der Gastronomie selten verlangt», so van Grondel. Daniel Christen teilt diese Erfahrung.

KURZE HALTBARKEIT BEI ERLEGTEM WILD

Arbeitshygiene ist die wichtigste Anforderung bei Wild. Walter Bieri, der selbst auf die Jagd geht, appelliert an seine Weidmannskollegen, «nicht nur ans Kribbeln beim Abschuss zu denken, sondern auch an das Tier als Rohstoff für ein Nahrungsmittel». Trotzdem ist Fleisch von erlegtem Wild kürzer haltbar: Zwischen dem Schuss und der Zubereitung sollten höchstens zwei Wochen liegen. Beim geschlachteten Zuchthirsch sind «bis drei Monate möglich», so van Grondel. Viele Tiere müssen schon vor dem offiziellen Jagdbeginn im Herbst geschossen werden. Sommerböcke werden daher meistens tiefgekühlt, bis die gastronomische Wildsaison beginnt. Aufgetautes Wildbret ist wässriger und ergibt mehr Saftverlust. «Um das Austrocknen beim Garen zu verhindern, ist eine kürzere Bratzeit nötig», rät van Grondel.

FLEISCH VON DER JAGD

Lohnt sich Schweizer Wild?

GUIDO BÖHLER

Schweizer Wild gelangt kaum in den Handel – lohnt sich die Suche nach dieser Rarität? Je nach Lieferant kann importiertes dem einheimischen ebenbürtig sein. Bell AG als Beispiel bezieht Reh aus Slowenien, wo die Firma Sammelstellen errichtet und die dortigen Jäger geschult hat. Walter Bieri von Bell in Kriens erklärt, «in maximal zwölf Stunden nach dem Schuss wird das Wildbret gekühlt». Sogar für Schweizer Jäger wäre dies eine Herausforderung. Ausserdem ist es «bis zum Schussort rückverfolgbar, und ein staatlicher Veterinär kontrolliert jedes Tier», was in der Schweiz nicht vorgeschrieben ist.

BELL KAUFTE FAST GANZE SLOWENISCHE PRODUKTION

In Slowenien werde das Reh grob zerlegt, in Italien weiterverarbeitet und dann tiefgekühlt oder frisch vakuumiert. Bell nimmt den Slowenen fast die gesamte Produktion ab und kann daher qualitative Anforderungen besser durchsetzen. «In Österreich ist dies schwieriger», so Bieri, «dort herrscht eine Lobby». Bei Geschmack und Zartheit bestehe kein Unterschied zwischen Import- und Schweizer Wild, meint der Wildexperte.

VAKUUMIEREN BEEINFLUSST DIE QUALITÄT

Zum Vergleich: Michel Comestibles in Unterseen beschafft das Wild vor allem in Österreich. Foodmaster Arne van Grondel findet das österreichische Alpenwild gleich gut wie Schweizer, «es wird wie bei uns am Tag des Schusses gekühlt». Ein Unterschied besteht aber darin, dass das importierte meistens vakuumiert wird, räumt van Grondel ein. Dadurch weist es eine feuchtere Oberfläche auf. Schweizer Wild versucht er auf Anfrage zwar zu beschaffen, aber «zwanzig hiesige Reh Rücken für ein Bankett ist illusorisch».

KONSTANTE QUALITÄT AUS ÖSTERREICH

Er macht die Erfahrung, dass «die Verarbeitungsqualität von Schweizer Wild immer tadellos ist. Importiertes lässt sich mit einheimischem vergleichen, aber die Finesse fehlt. Dafür ist es bis 25 Prozent günstiger, und Österreich kann auch bei grossen Mengen eine konstante Qualität von Einzelstücken liefern». Dort gibt es speziali-

Foto: Guido Böhrer



WILD IN DER GASTRONOMIE

Rehrücken gehört zu den Highlights der Wildsaison. Gut zubereitet und schön präsentiert, erfüllt er die Erwartungen der Gäste.

Jagdmethode bestimmt Fleischqualität

Es gibt drei wichtige Jagdmethoden: Bei der «Pirsch» versucht der Jäger, das Wild anzuschleichen, beim «Ansitz» wartet er an einem günstigen Ort, bis es «austritt». Bei der Treibjagd hetzen Treiber mit Hunden das Wild den Jägern zu.

Walter Bieri von Bell gibt zu bedenken, dass «die Hetzjagd die Fleischqualität beeinträchtigen kann, weil sie das Tier in Todesangst versetzt». «Pirsch» oder «Ansitz» sind schonender. Auch die Trefferlage beeinflusst die Fleischqualität. Wichtig ist ein sauberer, tödlicher Schuss, idealerweise ein Kopf- oder Blattschuss. Geschossen wird in der Schweiz immer häufiger mit Teilmantel-Geschossen, welche aufzulösen und schlagartig töten. Allerdings reißen sie den Körper

stärker auf, gibt Götzl zu bedenken. Und das Herausheben des Schusskanals bzw. der Pulverrückstände verteuert das Wildbret. Ein Pansenschuss sowie Durchschüsse kontaminieren das Fleisch.

Auf ein Reh schießt man oft mit Bleischrot und tötet das Tier eher durch Schock als durch die Wunde. Die Kugeln bleiben zwar oft in der Haut stecken, aber nicht immer: «Manchmal kann man Schrotkugeln nicht entfernen, ohne das Fleisch zu zerfleddern», klagt der Toggenburger Metzger Willi Götzl. Aus demselben Grund gibt Bell AG trotz Verwendung von Metalldektoren keine Garantie, dass in Edelpartien nie eine Kugel bleibt. Anders bei Vordervierteln, die man ohnehin zerschneidet. **GB**

sierte Wild-Verarbeitungsbetriebe, wo «stark rationalisiert und hygienisch gearbeitet wird. Bei uns werden zwar weniger Tiere geschossen, dafür sorgfältiger und schneller verarbeitet», meint van Grondel. Anders tönt es bei Bell AG: «Dank strengen Richtlinien müssen auch ausländische Betriebe keine Abstriche bei der Sorgfalt machen.»

FRISCHE UND RÜCKVERFOLGBARKEIT

Eine ähnliche Erfahrung macht Daniel Christen, Küchenchef des Hotels Bodenhaus im Bündner Wackerpreis-Dorf Splügen. Er verwendet meistens österreichisches Wild und stellt «keinen Unterschied in der Fleischqualität» fest. Ob in- oder ausländische Herkunft deklariert er nicht, «da die Wildkarte immer gleich lautet soll». Auch Werner Schibli, Jäger und Inhaber des Wildspezialitäten-Restaurants «Schibli's» in Uster, stellt keinen grundsätzlichen Qualitätsunterschied fest. Er gibt aber zu bedenken, dass Schweizer Wild besser rückverfolgbar ist und man die Frische leichter beurteilen kann.

SCHWEIZER JÄGER LIEFERN «IN DER DECKE» AB

Ebenso der Toggenburger Metzger Willi Götzl, welcher Bündner und St. Galler Wild verarbeitet: Er vertraut dem einheimischen mehr als dem importierten: «Bei ausländischem weiss man nicht, wie es geschossen wird, und wie lange es «abliegt», bis der Jäger es findet. Einen weiteren Vorteil sieht er darin, dass ihm Schweizer Jäger das Wild «in der Decke» abliefern. Götzl kann so die Qualität besser beurteilen als am zerlegten Tier. Bereits bei der Jagd beginnt die Fleisch-Qualitätskette: Der Jäger bricht das Tier selbst auf, putzt es aus und führt die Fleischschau durch – dies ohne hygienisches Umfeld und manchmal bei Dämmerung. Der Transport darf nicht lange dauern, das Fleisch muss rasch gekühlt werden.

Zwei Jagdsysteme

Bei der Revierjagd verpachtet eine Gemeinde das Jagdrecht an eine Jagdgesellschaft. Im Revier dürfen nur Pächter und eingeladene Jäger jagen. Das Wildbret gehört der Jagdgesellschaft und wird versteigert, dem Jäger kommt nur das «kleine Jägerrecht» zu, sprich Geweih und Innereien. Letztere wird er jedoch im Wald zurücklassen mit Ausnahme der Leber.

In Kantonen mit Patentjagd darf jede Person jagen, welche die Jägerprüfung bestanden und die Patentgebühr bezahlt hat. Dafür gehört das Wildbret dem Jäger. Der Kanton legt fest, welche und wie viele Tiere ein Jäger erlegen darf. Rehe darf man bei der Patentjagd nur mit Kugeln erlegen. **GB**



Erleben Sie die Weichheit

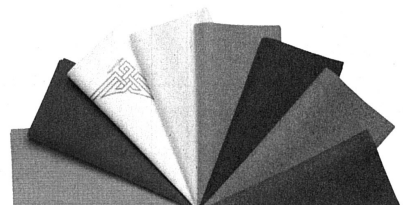
Beeindruckend, nicht wahr? Die elegante Verarbeitung erweckt den Tisch zum Leben. Tela Guestline® Classic Servietten machen einen ausgezeichneten ersten Eindruck.

Da man die Qualität an der Textur erkennt, bestehen unsere Servietten aus farbechtem Airlaid Material. Es ist weich und fühlt sich angenehm an, eine echte Alternative zu Stoffservietten. Von der Vorspeise bis zum Kaffee können Sie sich auf diese Servietten verlassen, da sie ihre stoffartige Beschaffenheit während der gesamten Mahlzeit behalten.

Wenn Sie anspruchsvolle Kundschaft beeindrucken möchten, wählen Sie klassische Eleganz.

Kein Wunder wählen Profis Tela Guestline® Servietten.

Tela Guestline® Die Wahl der Profis



«AgroPreis»-Gewinner

Konolfingen. Seit 11 Jahren vergibt die Emmentaler Versicherung unter dem Patronat des Schweizerischen Bauernverbandes den «AgroPreis». Gewürdigt werden sollen landwirtschaftliche Konzepte der besonderen Art. Dieses Jahr wurde u.a. folgendes Projekt prämiert: Rahmglace der Familie Rieder aus Lenk. Die 44 Sorten Rahmglace und Sorbet beinhalten Milch, Eier und frische Früchte aus eigener Produktion und kommen völlig ohne Geschmacksverstärker, Konser-

vierung- und Farbstoffe aus. Auch beim Verkauf wird ein neuer Weg beschritten, denn dieser erfolgt auf direktem Weg an Hotels im Berner Oberland.

Ausgezeichnet wurde ebenfalls die Genossenschaft Valplantas. Die rund 100 Bauern der Region Sembrancher und Unterwallis umfassende Genossenschaft erschloss mit Kräuternbau eine neue Einkommensquelle und stellt ebenfalls den «Bio Alp Tea» her. Jährlich werden rund 1,3 Mio. Liter Eistee produziert. **MJP**

Champagne-Weinlese

Epernay. Die diesjährigen Wetterläunen haben in der Champagne zu einer atypischen Weinlese 2003 geführt. Mit der frühen Lese ab 18. August wurde der bisherige Rekord um zwei Tage geschlagen. Los ging es in den meisten Gemeinden am 25. August und endete zwischen dem 5. und 7. September. Der Zustand der Trauben mit Alkoholpotenzial über 10,5° sei hervorragend, mengenmässig hingegen die schwächste Ernte der letzten 30 Jahre. **MJP**

Wellness-Fachmessen

Köln. Das Messetrio «aquanaale» (Sauna, Pool und Ambiente, 5. bis 8. November), «FSB» (Freizeit, Sport und Bäderanlagen, 5. bis 7. November) und «Solaria» (Sonnensystem, 6. bis 8. November) soll laut Organisatoren eine «Orientierung im Wellness-Dschungel» bringen. Die gleichzeitig stattfindenden Fachmessen der Kölnmesse betreffend die Vital- und Wellnessbereiche sollen eine Möglichkeit bieten, sich über neuste Trends und Entwicklungen zu informieren. Vor

allem die «aquanaale», die neue Fachmesse für Sauna, Pool und Ambiente soll mit ihrem umfassenden Angebot an Fertigschwimmbecken, Whirlpools, Spas sowie Saunaaanlagen und Dampfbädern Hotels, Wellness-Hotels und Hotelketten ansprechen. Gemäss Mitteilung wurden letztes Jahr in Deutschland für Wellness 38,5 Milliarden Euro ausgegeben. Im nächsten Jahr sollen es 41 Milliarden Euro werden. **MJP**

www.aquanaale.de

Internationale Food-Messe

Leipzig. Zu den Höhepunkten der diesjährigen «Gäste 2003», der Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung, die vom kommenden 16. bis 19. November in Leipzig stattfindet, gehören der «Marktplatz Hotel», der «6. Leipziger Preis der Köche», die «1. Konferenz zur Schulverpflegung» sowie die «2. Fachtagung für Klinik- und Heimgastronomie». **MJP**

www.gaezte.de

LESEBAR

Die Küche des Michel Bras

Der Franzose Michel Bras ist ein Poet in der Küche. Mit diesem Buch macht er es möglich, dass seine Drei-Sterne-



Gerichte perfekt nachgeköcht werden können. Alle 85 Rezepte wurden für diejenigen ausgewählt, erprobt und manchmal ein wenig vereinfacht, die Lust am Essen und Freude am Kochen haben. **DST**

270 Seiten, ISBN 3-88472-5505, 105 Franken, Christian Verlag, München.

101 Rezepte aus Spaniens Tapas-Bars

Ein Buch für alle, die noch nicht wissen, welche Bar in Spanien einen Besuch lohnt oder welche Tapas sich hin-



ter dem unaussprechlichen Namen Txalupa verbirgt. Die Autorin Fiona Dunlop besuchte 226 Tapas-Küchenchefs in Spanien, liess sie erzählen und entlockte ihnen ihre Lieblingsrezepte, ihre «Tapas favoritas». 101 Originalrezepte aus den besten Tapas-Bars in Andalusien, Alt-Kastilien, im Baskenland, in Valencia, Barcelona und Madrid, für das echte Spanien-Feeling zu Hause. **DST**

192 Seiten, ISBN 3-88472-569-6, 42 Franken, Christian Verlag, München.

Das österreichische Mehlspeiskochbuch

Toni Mörwald, hochdekorierter Meisterkoch aus Feuersbrunn und früherer Kurkonditor von Oberlaa, hat ein zeit-



gemässes Standardwerk der süßen Küche geschaffen. Erstmals veröffentlicht er seine Meisterrezepte. **DST**

448 Seiten, ISBN3-85326-219-8, 58,60 Franken, Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten.

USA

Krystals Burger ecken an

Jeder kennt McDonald's, Burger King, Wendy's und Subway. Aber nur wer schon mal im Südosten der USA unterwegs war, dem wird der Name Krystal ein Begriff sein. Diese Fast-Food-Kette behauptet sich seit Jahren erfolgreich mit ihren kleinen viereckigen Mini-Burgern.

■ **BIRGIT SOMMER**

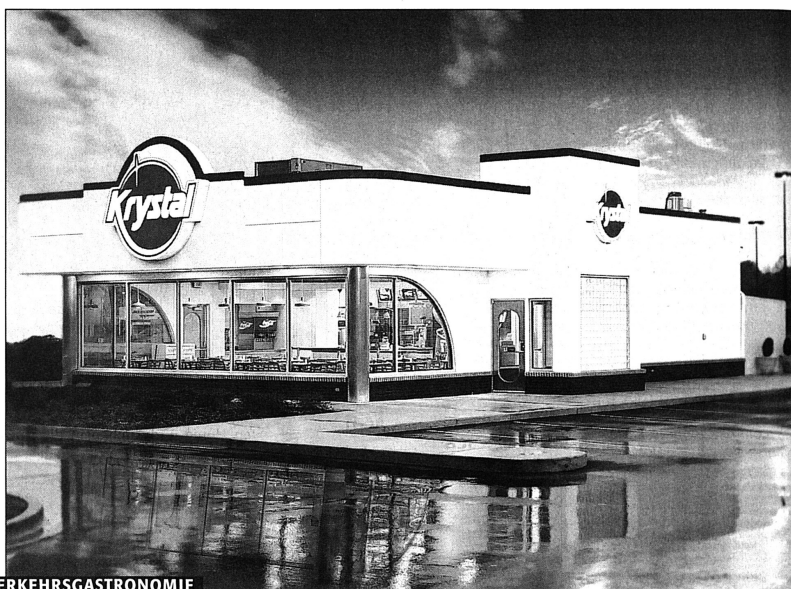
Mit 245 Filialen und 189 Franchise-Restaurants ist die Fast-Food-Kette Krystal im Südosten der USA eine Institution, vor allem wegen der besonderen Form ihrer Burger. Diese sechs mal sechs Zentimeter quadratischen Hamburger sind deren Verkaufsschlager und halten die Kette schon seit vielen Jahren gegenüber den Grossen konkurrenzfähig. Über die Hälfte des Umsatzes erzielt Krystal mit diesen witzigen Mini-Burgern.

Normalerweise finden sich die bekannten Fast-Food-Restaurants dicht an dicht hintereinander an den grossen Durchgangsstrassen. So auch am East Memorial Boulevard in Lakeland, Florida. Hier wird der Konkurrenzkampf quasi Tür an Tür ausgetragen, denn die fünf dortigen Restaurants sind alle nur eine Parkplatzauffahrt voneinander entfernt. Krystals-Managerin Vicki Schmidt kennt diesen Abschnitt schon lange: «Ich arbeite hier schon seit unserer Eröffnung vor 30 Jahren und habe viele kommen und gehen sehen. Sogar Burger King wurde durch den Mexikaner Tapatio's ersetzt, aber wir sind noch immer hier.»

ZWÖLF STÜCK FÜR ZWEIF DOLLAR

Sie arbeitet in einem Franchise-Betrieb, deren Inhaber Jim Weber und Art Welhoelter sind und nach deren Meinung der Unternehmenserfolg

Fotos: zug/Krystal



VERKEHRSGASTRONOMIE

Die Krystal-Kette erzielt 60 Prozent ihres Umsatz in den Drive-in-Betrieben der ländlichen Regionen von Alabama, Arkansas, Georgia, Kentucky, Louisiana, Virginia, Mississippi, Virginia und Texas.

dem Format des Mini-Burgers zuzuschreiben ist: «Haben Sie schon mal einen Burger von Wendy's oder McDonald's im Auto gegessen? Ich bin sicher, sie hatten danach die Hälfte davon auf ihrem Schoss», scherzen die beiden über ihre Konkurrenz.

Der Krystal-Burger ist viereckig, 60 Gramm leicht und damit klein genug, um auch im Auto krümmelfrei verzehrt zu werden – ein unschätzbare Vorteil im Autoland Amerika. Wem das als Mahlzeit nicht reicht, kann sich auch ein Dutzend davon holen: Zwölf Stück kosten sieben Dollar und sind in einer hübschen Plastiktasche verpackt.

Ein Teil des Erfolgsrezeptes ist es, dass der kleine Burger so gut in der Hand liegt. Aber warum begrenzt sich der Erfolg dann nur auf diese Region? Dafür hat Krystals Chef Philip Sanford eine einfache Erklärung: «Unser Konzept braucht einen Markt mit vielen Einwohnern die vom Auto abhängig sind sowie Reisende und Touristen.» So erzielt die Kette 60 Prozent ihres Umsatz in den Drive-in-Betrieben der ländlichen Regionen von Alabama, Arkansas, Georgia, Kentucky, Louisiana, Virginia, Mississippi, Virginia und Texas. Ein weiterer Punkt, durch den sich Krystal von seinen Konkurrenten unterscheidet, ist der 24-Stunden-Service. Das komplette Sortiment – bis hin zu verschiedenen Käse- oder Doppeldecker-Varianten – kann der Kunde schon zum Frühstück erwerben.

VIELE BURGER – VIELE KALORIEN

Damit die Salatbewussten nicht zur Konkurrenz abwandern, bietet auch Krystal neuerdings verschiedene Salate. Aber «die Leute nehmen das kaum wahr, sie wollen ihren Krystal», so Managerin Schmidt. Und bei 160 Kalorien pro Stück kann sich auch der Ernährungsbewusste mal einen Mini-Burger leisten. Doch die wenigen Kalorien pro Stück werden meist durch die Menge wieder ausgeglichen, denn durchschnittlich kauft jeder Kunde mehr als drei kleine Burger.

Das erste Krystal-Restaurant wurde 1932 in Chattanooga, Tennessee, eröffnet. Damit ist die Kette älter als McDonald's, Burger King und Wendy's. Das Fundament für die Kette sollte Reinheit und Sauberkeit sein. «So

rein wie ein Krystal» sollte alles nach den Vorstellungen von Firmengründer Rody Davenport sein.

Doch die Zeiten waren für Krystal nicht immer völlig glasklar. 1995 meldete man Insolvenz an, um sich von den Forderungen von 6000 ehemaligen Mitarbeitern zu befreien, die behaupteten, dass ihre Überstunden niemals bezahlt wurden. Nachdem Krystal 13 Mio. Dollar gezahlt hatte, übernahm Port Royal Holdings für 108 Mio. Dollar das Unternehmen. Chef wurde der Ex-Coca-Cola-Manager Sanford, der vor allem die Franchise-Konzeption ankurbelte. Von neuen Franchise-Nehmern werden heute 1,2 Millionen Dollar Eigenkapital und ein frei verfügbares Kapital von mindestens 600.000 Dollar verlangt. Trotz der hohen Eigenleistung sind die Franchisenehmer Jim Weber und Art Welhoelter mit ihrem Erfolg zufrieden: «Der Hamburger war und wird immer das beliebteste Essen in Amerika sein. Er ist mindestens so beliebt wie der Chevrolet und Apple Pie.»

Krystal Company

Gegründet 1932 in Chattanooga, Tennessee
Firmensitz: Chattanooga
Eigentümer: Port Royal Holdings Inc. **CEO:** Philip Sanford
Mitarbeiter: 6800
Restaurants: 434, davon 245 Filialen und 189 Franchisebetriebe
Region: Südosten der USA
Umsatz 2002: 390 Mio. Dollar (Vorjahr 372 Mio. Dollar)
Internet: www.krystal.com

KLEIN UND VIERECKIG

60 Gramm und damit klein genug ist der Hamburger von Krystal, um im Auto verzehrt zu werden, ohne dass dabei Hände und Hose beschmutzt werden.

CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM)

Website: Aktualität ist oberstes Gebot

Die Website-Besitzer haben erkannt, dass der Webaufruf aktuell und auf das richtige Publikum zugeschnitten sein muss. Ganz so einfach ist das mit dem Web-Insert auch wieder nicht. Content-Management-Systeme ermöglichen, die Inhalte selbst nachzuführen.

PETER DOEBEL

Das Internet als Werbepattform – Hotelketten, eigenständige Hoteliers und selbst kleine Restaurationsbetriebe setzen auf die Karte des weltweiten Präsentiertellers. So auch das Restaurant Waldeggen in Aarwangen. Inhaber Mustapha Bardaki. «Ich denke, dass die tägliche, aktuelle Speisekarte im Web neue Gäste in mein griechisch-schweizerisches Restaurant locken könnte», Bardaki hat aber auch Bedenken wegen der Kosten: «Täglich die diversen Menüs im Web zu ändern, kostet Geld. Und vom PC selbst versteht mein kleiner Sohn mehr als ich.»

Damit spricht Bardaki das Problem an, vor dem auch viele Grossbetriebe Angst haben: Die Kosten der Mutationen auf der eigenen Website. Denn Websites haben heute nahezu alle Betriebsgrößen – aber aktuell nachgeführt sind diese Internetauftritte noch lange nicht.

Christian Fawer, dessen Firma Escapenet in Winterthur schon weit über

zwei Dutzend Hotels und Restaurants auf dem Weg ins Internet begleitet hat, wundert sich über diese Schwellenangst: «Sehr wahrscheinlich haben sehr viele mittlere und kleinere Betriebe in der Gastronomie und Hotellerie schon bei der Auftragserteilung für die eigene Website nicht daran gedacht, dass da immer aktuelle Angebote ins Web gestellt werden müssen und deshalb auch nie nachgefragt, wie das zu machen sei.» Fawer bietet deshalb bereits bei der Erstellung einer Site ein CMS (Content Management System) an, das dem Site-Besitzer ermöglicht, aktuelle Angebote jederzeit selbst nachzuführen und zu ändern, ob mit Bild oder mit Text. «Wohlgemerkt, das eigentliche Gerüst der Site bleibt erhalten. So kann der Wirt beispielsweise seine Speisekarte täglich wechseln, Events einbauen und sofort über Betriebsferien orientieren.»

Das hilft Kosten sparen, denn ein Provider, also der Betreiber des jeweiligen Webangebotes, verlangt dafür Geld. Zeit ist auch ein Argument: «Wir möchten unsere Gäste weltweit immer aktuell informieren. Dafür haben wir ein CMS von unserem Provider. Leider fehlt mir sehr oft die Zeit, alles auf dem neusten Stand zu halten. Und wenn ich meinen Provider dann um Hilfe bitte, so ist er total überfordert und sagt mir manchmal, dass er einfach keine Zeit habe, und dass ihm das Personal fehle.» Die Kosten scheut Laurence Droz weniger, sie weiss, dass Arbeit Geld kostet, sie sucht deshalb Abhilfe durch externe Mitarbeiter, die sich dieser Probleme Tag und Nacht annehmen können. «Sonst nützt ein Webaufruf gar nichts – er muss stets up to date sein.»

DER PORTIER MACHT DAS SCHON ...

Fawer meint als Experte, es müsse mehr Schulung in den Hotels betrieben werden, denn schliesslich seien CM-Systeme dazu da, dass jedermann sie bedienen können muss (siehe Kasten). Das haben die Inhaber im Hotel Bären in Langenthal schon lange erkannt: Hier sind die Réception und der Portier für das Aktualisieren der Website zuständig. Christine Geiser, Direktions-Stellvertreterin meint: «Mit dem CMS kann der Portier in der Nacht die neue Speisekarte ins Netz stellen, die Réceptionistin kann tagsüber neue Events auf die Website platzieren – wir sparen dadurch viele Kosten und sind sehr aktuell.» Geiser meint auch, dass die nötigen Änderungen eines Webaufruffs klar getrennt sein müssen: «Unsere Site hat ein festes Gerüst – wir haben unsere Passwörter und können so gewisse Bereiche jederzeit ändern. Was wir bewusst vermeiden, ist eine Veränderung der Gesamtauftritts – das ist Sache der Spezialisten.» Sie fügt

Screenshot: htr



ONLINE-PROSPEKT: Auf ein Menü für druckfähige Funktionen aus, wenn Sie darauf klicken und die Maus Taste gedrückt halten. Der Webaufruf sollte immer aktuell und auf das richtige Publikum zugeschnitten sein.

denn auch an, dass ihr CMS eigentlich nichts anderes sei als das Eintippen von Daten in eine bestehende Maske.

Einen ganz anderen Weg geht das Hotel Europa in Champfer/St. Moritz: Direktor Armin Bützberger schwört auf das Internet als bedeutendes Standbein, etwa für seinen Souvenir- oder Spezialitätenshop. «Wir verkaufen Honig und Kuchen in die ganze Welt – dabei ist Internet nicht mehr wegzudenken.» Bützberger lässt seine Website-Aktualisierungen aber auswärts machen – da wisse er, dass er stets die richtigen Resultate erhält. «Ich denke, der Schuster bleibt bei seinen Leisten – wir sind Hoteliers, keine Website-Macher.» Aktuelle Speisekarten führt er nicht, denn «wir haben überwiegend Stammgäste mit Halb- oder Vollpension.» Er weist aber auf die Aktualität seiner Site hin: «Wir haben schon die Preise der Wintersaison und andere Aktualitäten. Der richtige Partner gewährleistet auch stete Präsenz.»

«VON PLATTFORM UND BROWSER UNABHÄNGIG»

Die Mirusmedia AG ist ein eigentlicher Spezialist auf Hotellösungen, nicht nur im Internet, auch auf der logistischen und buchhalterischen IT-Seite. Wir fragten Inhaber Paul Petzold, ob er auch ein CMS anbietet und wie das zu bedienen sei. Die Antwort

kam klipp und klar: «Der Hotelier kann dies über seinen I-Hotel-Webmaster-Account gleich selber erledigen, wann und wo auch immer er dies tun will, Plattform- und Browser-unabhängig.»

Und natürlich wollten wir wissen, ob es Sinn mache, wenn das Hotel die eigene Webpage selbst gestaltet. Auch hier wusste Petzold Rat: «Der Hotelier soll freie Hand haben, sein Produkt nach seinen Wünschen präsentieren zu können, ohne sich mit programmiertechnischen Fragen auseinander

setzen zu müssen.» Zum Thema CMS sagt Petzold: «Darum kommen die Hoteliers auf uns zu, es ist das A und O in dieser Branche, dass der Hotelier eines seiner wichtigsten Werbe- und Marketingtools selber verwalten kann.» Und wie beurteilt er die Auftritte der Schweizerischen Hotels im Internet? Petzold schrieb uns: «Es gibt Perlen, aber die meisten Hotels sind zu wenig aktuell.»

www.mirus.ch, www.escapenet.ch

«Die Tools werden fast täglich genutzt»

Christian Fawer, Inhaber der Escapenet in Winterthur, der selbst Dutzende Hotels ins Web geführt hat, meinte auf unsere Frage zu einem Content-Management-System: «Ich spreche viel leicht gegen eine Menge Mitbewerber, die selbst aktuelle Änderungen an den Websites vieler Hotels vornehmen würden. Ich finde aber, dass der Website-Besitzer, in diesem Fall also der Hotelier oder der Wirt, selbst entscheiden muss, ob er diese Arbeit auswärts geben will und entsprechend dafür bezahlt. Oder ob er sein Personal schulen will und folglich diese Arbeiten inhouse und jederzeit ausführen will. Sicherlich haben wir nichts gegen im-

mer neue Updates und Änderungen, wir glauben aber, dass es genügend Tools gibt, die solche Kosten bereits kurzfristig auf ein Minimum reduzieren. Ein CMS ist überall dort sinnvoll, wo es gilt, Aktualität, Spontaneität und Kreativität spielen zu lassen – das sind auch Merkmale der modernen Hotellerie, die nicht mehr nur Abendessen und Betten anbieten will. Hier spielen die Flexibilität des Chefs, das Vertrauen zu seinen Mitarbeitern, die Seriosität des Providers eine wichtige Rolle. Unsere Tools sind bei allen Hotels, deren Websites wir gestaltet haben, mit Begeisterung aufgenommen worden und werden fast täglich genutzt.» Doe

Vertrauen ist gut ...

..., Kontrolle ist besser. Viele CMS sind an einen festen Host gebunden. Das bedeutet, der Benutzer kann damit nur Websites aktualisieren, die auf jenem Host liegen, an den auch das CMS angeschlossen ist. Das hat mehrere Gründe: Zum einen sind sich die Provider so sicher, dass ihr Tool nicht für fremde Aufgaben genutzt wird. Zum anderen ist der Inhaber des CMS, also etwa der Hotelier, aber sicher, dass seine Mitarbeiter damit nicht ihre eigenen persönlichen Websites pflegen. Und trotzdem warnen Experten, dass ein CMS zwar schön und recht sei, dass es aber eine gewisse Erfahrung brauche und deshalb sei eine Kontrolle wichtiger denn blindes Vertrauen. Als Beispiel nannte ein Hotelier in Davos: «Ich mache alles selbst. Ich will ja nicht, dass aus einem Rehpeffer auf der aktuellen Speisekarte im Web plötzlich ein Red Pepper wird – da würde ich mir ins eigene Fleisch schneiden.» Doe

AUS- UND WEITERBILDUNG

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Grundlagen zum Erfolg

Réceptionskurs 1

4-wöchiger Intensivkurs (130 Lektionen) für Ein-/Umsteiger an die Hotelréception mit FIDELIO
13. Oktober bis 7. November 2003
und 19. April bis 14. Mai 2004
(oder 2 Blöcke à 2 Wochen Herbst/Frühling)

Mitarbeiter-Administrationskurs

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

Verlangen Sie bitte unser detailliertes Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homepage www.hotelschule-loetscher.ch
HOTELSCHULE LÖTSCHER, Färbistrasse 1B, 7270 Davos Platz
Tel. 081 420 65 26 E-Mail: info@hotelschule-loetscher.ch

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

153472/390239

SOUTHBORNE SCHOOL OF ENGLISH BOURNEMOUTH ENGLAND

Für Fachleute in Hotellerie und Gastronomie

Tel. 031 950 28 27

www.best-of-english.ch



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch anwendbares FRANZÖSISCH
CCIEL, Négresseauve
F-78370 CELLES/BELLE
Téléphone: 0033-5-48-275 275
Fax: 0033-5-48-272 179
E-Mail: cciel@mellecom.fr
<http://www.mellecom.fr/cciel>

- * Schwerpunkt Hotellerie und allgemeine Intensivkurse für jede Stufe und Alter in familiärer Landhaus-Atmosphäre
- * inklusive Exkursionsprogramm/Dégustation (Bordeaux, Cognac, Austerlitz etc.)
- * Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe
- * Menu-Übersetzungen für Hotelbetriebe

145391/362024

Sprachausbildung

an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Annamarie Rolf Frischknecht Tel. 01826 39 58
www.sprachausbildung.ch

Über Internet und nette Gäste.

htr

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

Aktion Mobilitätskette

Energie, Mobilität, Umwelt.

Unter dem Motto «Eine erlebnisreiche Mobilitätskette für Ihren Ausflug!» veranstalten die «Energienetz Luzern» und die «Energienetz Region Entlebuch» gemeinsam eine Aktion der kombinierten Mobilität für Freizeit und Tourismus. Sie steht im Zeichen des Aktions- tages «In die Stadt – ohne mein Auto», die am 22. September durchgeführt wird. Das Label «Energienetz» von Energie- Schweiz erhalten Gemeinden, die energiepolitische Mass-

nahmen beschlossen oder realisiert haben. Die «Energienetz Region Entlebuch» und die «Energienetz Luzern» wollen künftig verschiedenste Projekte der Sparten Umwelt, Energie und Mobilität dort gemeinsam angehen, wo beidseitiger Nutzen entsteht. Den Auftakt zu der Zusammenarbeit zwischen der Stadt Luzern und dem Regionalmanagement Unesco Biosphäre Entlebuch macht die Aktion «Mobilitätskette» vom 20. September bis zum 5. Oktober 2003. TRU

Ex-Miss-Bern zieht 20 Gewinner

Bern. Eine Reise aufs Jungfrau- joch: diesen Preis haben 20 Personen gewonnen, die am Wettbewerb zur Sondermünze «Berner Altstadt» teilgenommen haben. Die Ex-Miss-Bern Sylvie Kempa hat die Gewinner aus über 2000 Einsendungen gezogen (siehe Bild). Mit von der Partie waren der Berner Tourismusdirektor Raymond Gertschen sowie der Swissmint-Direktor Kurt Rohrer. Die Münze «Berner Altstadt» ist in der Reihe «Unesco-Weltkulturerbe» erschienen. SST



ZITAT DER WOCHE

«Gastfreundschaft besteht aus ein wenig Wärme, ein wenig Nahrung und grosser Ruhe.»

Ralph Waldo Emerson (1803–1882), US-amerikanischer Geistlicher, Lehrer, Philosoph und Essayist.

PEOPLE

Rezidor SAS Hospitality ernannte den gebürtigen Deutschen **Martin Rinck** (39) zum Senior Vice President Business Development. Er tritt die Nachfolge von **Bahram Sadr-Hashemi** an, der künftig als Berater für das Vorstands-Komitee von Rezidor SAS Hospitality tätig sein wird. Rinck verfügt laut Pressemitteilung über umfassende Erfahrung in der internationalen Beherbergungsindustrie. TRU

Michael Haefliger wurde mit dem Europäischen Kultur-Initiativ-Preis der Europäischen Kulturstiftung (Basel) ausgezeichnet. Dieser Preis würdigt Haefligers Wirken, das Lucerne Festival «als Podium von internationalem Rang für die künstlerischen Eliten zu etablieren». TRU

Der Direktor des Hotel Chesa Rosatsch in Celerina, **Christian Cafilisch**, will sich beruflich neu orientieren. Sein Nachfolger heisst **Ueli Knobel**. Als Absolvent der Hotelfachschule Lausanne arbeitete Knobel in diversen Frontpositionen sowie in der Administration von verschiedenen Westschweizer Hotels sowie im Ausland. Er übernimmt die Verantwortung für das Hotel Chesa Rosatsch per 1. Dezember 2003. TRU

Pierre U. Stacher (rechts), General Manager des Swissôtel Basel, über- gibt sein Amt an **Yvette Thuring** (links), zuvor GM des im Juni verkauften Raffles Brown's Hotels in London. Stacher übernimmt am Ende Septem-



Settimana Ticinese. Gleich zwei Meister der Tessiner Küche gaben sich letzte Woche in Bad Ragaz die Ehre und verwöhnten die Gäste der Grand Hotels Bad Ragaz. **Dario Ranza** von der Villa Principe Leopoldo in Lugano und **Martin Dalsass**, Restaurant Santabbondio, Lugano-Serengo überzeugten mit Köstlichkeiten aus dem sonnigen Süden – vom Tintenfisch-Carpaccio über Risotto mit Zander aus dem Luganersee bis zu Dolci fantasia. Der zum Essen gereichte Wein kam ebenfalls aus dem Tessin. Die Produzenten **Luigi Zanini**, **Ligornetto**, und **Guido Brivio**, **Mendrisio**, präsentierten ihre Spitzengewächse. Unser Bild zeigt die Gastköche **Martin Dalsass** und **Dario Ranza** (2. und 3. v. l.) sowie **Renato Wälti** (l.), Küchenchef der Grand Hotels Bad Ragaz und **Roland Schmid** (r.), der neue Küchenchef der «Äbdestube» in den Grand Hotels.

NACHDIPLOMKURS

Neue Sport- und Eventmanager

Nach der einjährigen berufsbegleitenden Ausbildung am Weiterbildungszentrum der Höheren Fachschule für Tourismus Graubünden und einer abschliessenden Diplomarbeit konnten die Absolventen des Nachdiplomkurses Sport- und Eventmanagement ihr Diplom in Empfang nehmen. Es sind dies: **Julia Barandun**, **St. Moritz**; **Corina Grünfelder**, **Chur**; **Patrick Hartmann**, **Ebnat-Kappel**; **Barbara Pfenniger**, **Meikirch**; **Sepp Schneider**, **Brig**; **Luzia Wanner**, **Lenzerheide**; **Cornelia Wyrssch**, **Cham**; **Marc Zehnder**, **Affoltern am Albis**. TRU

NACHDIPLOMKURS

Event-Manager diplomiert

26 Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben am Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule für Wirtschaft Luzern (ITW) den Nachdiplomkurs Event-Management absolviert. Voraussetzung zur Erlangung des Diploms war unter anderem die Erarbeitung eines vollständigen Konzeptes zur Organisation eines Events. Dieses Jahr wurden acht Konzepte verfasst, die im «Alpenrockhouse» in Kloten präsentiert wurden.

ERFOLGREICHE DIPLOMANDEN

Folgende Diplomanden haben die Prüfungen erfolgreich bestanden: **Alex Bisang**, **Diëtikon**; **Dunja Bolliger**, **Eschelbach**; **Claudia Busa**, **Luzern**; **Ra-**

phael De Schouwer, **Uster**; **Rolf Egli**, **Wart**; **Simone Frei**, **Baden**; **Alexandra Frey**, **Knonau**; **Barbara Güntensperger-Fuchs**, **Uster**; **Reto Hähnelin**, **Kloten**; **Remo Hicklin**, **Schwyz**; **Patrizia Husi**, **Schwyz**; **Heidi Kiener-Strub**, **Feldmeilen**; **Ruth Marti**, **Kallnach**; **Martina Molin**, **Küttigen**; **Bettina Müller**, **Dübendorf**; **Elsbeth Neumeyer**, **Winterthur**; **Sandra Odermatt**, **Luzern**; **Edi Portmann**, **Luzern**; **Patricia Carola Rössli**, **Solothurn**; **Alexandra Roth**, **Uster**; **Mari Russi-Bergström**, **Zufikon**; **Stefan Schmid**, **Davos Dorf**; **Theres Strobel**, **Oberrieden**; **Roger Welti**, **Olten**; **Barbara G.R. Werthemann**, **Allschwil**; **Martin Wüthrich**, **Zürich**. TRU

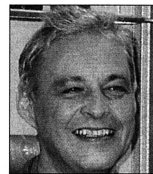
Der nächste Nachdiplomkurs «Event-Management» mit noch freien Plätzen startet im Juni 2004.

GLOSSE

Fehlprägungen

HANSPETER GSELL

Hotellers sind gewohnt, Fotos nicht nur anzusehen, sondern quasi durch sie hindurch zu blicken. Sie bekommen unzählige Bewerbungsfotos zu Gesicht und lassen sich von den ersten Eindrücken ihrer zukünftigen



gen Mitarbeiter prägen. Zurzeit sehen wir uns die Fotos von Hunderten von National- und Ständeratskandidaten an und mancher Stimmbürger wird sich bei der Wahl von diesen Eindrücken leiten lassen. Die soziale Wirkung von Aschi Leuenbergers Schnauze, die populistische Schräglage von Christoph Blochers Kinn und der freisinnige Haarschnitt von Trix Heberlein prägen!

Nur die eigenen Fotos scheinen so manchem Hoteller völlig gleichgültig zu sein. Zwar tauchen in Prospekten und auf Homepages Bilder auf, die mich tatsächlich prägen. Allerdings entspricht diese Erstprägung in vielen Fällen eher einer Fehlprägung. In offensichtlicher Unwürde ergraute Patrons versprechen mir nichts Gutes und die gefährlich glanzlosen Augen altgedienter Chefs lassen tief blicken. Die Fotos scheinen aus einem alten Hochzeitsalbum zu stammen. Oder war es gar eine Aufnahme vom ersten Tag in der Rekrutenschule? Kuno trägt die Haare lang, dabei hat er doch seit 10 Jahren eine Glatze! Und erst Kari Koch in seinem Konfirmandenanzug!

Nun werden Sie vielleicht sagen, dass der Gsell auch nicht mehr so aussieht wie auf dem Foto. Da haben Sie natürlich recht. Ich habe inzwischen eine Glatze, ein Holzbein sowie manchmal einen farbigen Papagei auf der linken Schulter. Aber als Kolumnist ist es manchmal besser, wenn man nicht erkannt wird...

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



ber das Swissôtel Zürich. Dessen Direktor **Rainer Tenius** übernimmt das im Bau befindliche Swissôtel The Cèlik Palas Bursa. **Meinhard Huck** wurde zum Managing Director der Gruppe Swissôtel befördert – aufgrund der Bekräftigung der eigenständigen Marke Swissôtel durch Raffles, wie betont wird. Huck wird anfangs Oktober nach Singapur an den Hauptsitz von Swissôtel und Raffles zugehen. Stacher wird zusätzlich zur Zürcher Funktion einen Teil der früheren Verantwortungen von Huck übernehmen, und zwar als Area General Manager Europa. KJV

IMPRESSUM

ht+ hotel+ tourismus revue

Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hoteller-Verein
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler.

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).
Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH).
Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Toni Rüti (TRU), Sonja Stalder (SST),
Dr. Karl Josef Verding (KJV).

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

Cahier français: Miroslaw Halaba (MH),
Laurent Nisibauer (LN).

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 Lob (GL), Tessin; Henbert Futscher (HF), Wien;
Mania Putz-Willems (MAP), München; Franziska Richard
(FR), Basel; Georg Uebachs (GU), Frankfurt; Gregor Waser
(GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich.

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strehel.
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casali.
Stellenservice: Matthias Beyeler, Andreas Jakob, Marc Moser.
Geschäftsbezogen: Iris Strehel (Verkauf/Leitung a.),
Roger Stemmer, Brigitte Weber.
Innenredaktion: Patrick Stalder.

Druck:
Büchler Grafico AG,
Druckzentrum Bern.

Auflage:
11'259 Ex. WEMF-Belgaubst 2002.

22'000 Ex. Vertriebsauflage.

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

ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

– Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen
und -Direktoren (VSTD)
– Schweizer Vereinigung
diplomierter Tourismusexperten (TOURED)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-
Restaurateure SHV (VDH)
– Hospitality Sales & Marketing Association
(HSMA) Swiss Chapter
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Bustrismus
– Verband Schweizer Bediener (VSB)
– Schweizer Kurhäuser (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 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swisshotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: abo@swisshotels.ch
Stellenservice:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: marcosen@swisshotels.ch
Geschäftsbezogen:
Tel. 031 370 42 45, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch
Internet: www.swisshotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.



Cahier français

hotel+tourismus revue

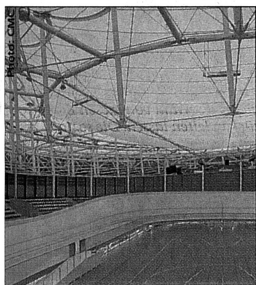
CENTRE MONDIAL DE L'UCI

Un atout de plus en plus touristique

Le Centre mondial du cyclisme, ouvert l'année passée à Aigle, joue un rôle toujours plus important au niveau touristique. Le point avec son directeur.

LAURENT MISSBAUER

Il y a du nouveau à l'Union cycliste internationale (UCI), plus précisément auprès de son siège central, le Centre mondial du cyclisme (CMC) basé à Aigle, dans le Chablais vaudois. Inauguré le 14 avril 2002, le CMC mettra en effet un terme, à la fin de l'année, au partenariat qui le liait avec la Coop pour l'exploitation de son restaurant de 100 places. Désormais, ce sera le CMC qui l'exploitera à son propre compte.



Au niveau touristique, on relèvera que l'espace d'exposition a attiré entre 700 et 1000 visiteurs par mois, a indiqué Renald Locca, le directeur du CMC. « Sans faire de publicité, nous avons accueilli quelque 12 000 personnes lors de visites guidées », a-t-il précisé.

«Au niveau du tourisme réceptif, nous organiserons, dès le printemps prochain, des vacances cyclistes où des groupes auront la possibilité de rouler pendant une semaine avec des champions tels que Laurent Dufaux ou Francesco Moser. Cette nouvelle offre s'adressera avant tout à des personnes âgées entre 35 et 50 ans. On leur proposera des programmes avec des nuitées à Lavey-les-Bains ou à Saillon-les-Bains et une visite du CMC, avec ses salles de conférences, son vélodrome et ses 700 places assises», conclut Renald Locca.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE LA FST

«Le financement durable de la FST, est une priorité absolue»

L'assemblée générale de la Fédération suisse du tourisme (FST), qui s'est tenue la semaine passée à Andermatt (UR), n'a pas soulevé de vagues. En coulisses, les problèmes financiers de la FST ont cependant suscité quelques inquiétudes.

LAURENT MISSBAUER

A première vue, on pourrait penser que les assemblées générales de la FST se suivent et se ressemblent comme deux gouttes d'eau d'une année à l'autre. Franz Steinegger, installé depuis 1987 sur le fauteuil présidentiel de la FST, mène en effet toujours sa barque «avec compétence et beaucoup de sens politique» pour reprendre les propos cités à Andermatt par Hubert Lauper, à la fois président de l'Union fribourgeoise du tourisme et vice-président de la FST.

«DANS UNE ÉCOLE, COMPTE TENU DES FINANCES...»

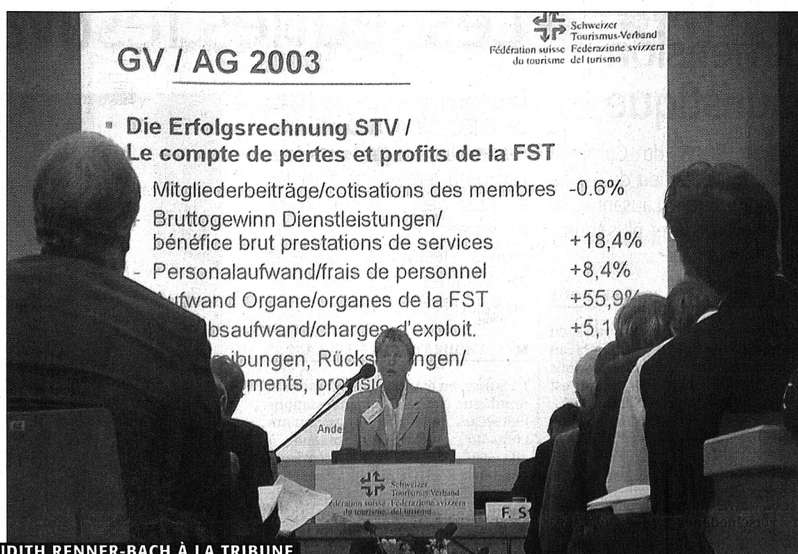
A la compétence et au sens politique, Hubert Lauper aurait aussi pu ajouter l'humour en parlant de Franz Steinegger. Ce dernier, avec son inimitable talent à dissimuler sous un air sérieux une raillerie bien sentie, a en effet relevé que la précédente assemblée générale s'était déroulée dans un palace bernois, celle de cette année, «compte tenu des finances de la FST», ne se tenait que dans une modeste école.

Plaisanteries mises à part, les comptes de la FST ont suscité un certain nombre d'inquiétudes. Celles-ci ont d'ailleurs fait l'objet d'après discussions, en coulisses, lors de la séance du comité convoquée la veille de l'assemblée générale. Parmi les quatre solutions, qui y ont été débattues afin d'améliorer la situation, figurait même l'hypothèse de dissoudre purement et simplement la FST! Cette hypothèse a certes été rapidement écartée, mais le fait qu'elle ait pu être évoquée reflète bien la gravité de la situation.

LES COTISATIONS SERONT REVUES À LA HAUSSE

Enfin, il est important de noter que les mesures préconisées ont été validées par des études de validation croisée, ce qui garantit leur fiabilité et leur applicabilité dans des contextes réels.

photo: Laurent Missbauer



La nouvelle directrice de la FST a présenté les comptes annuels qui se sont soldés par une perte au bilan de 31 975 francs.

séance, figure celle de ne se concentrer dorénavant que sur les prestations de services qui seront entièrement couvertes.

L'augmentation des cotisations minimales par membre sera également débattue cet automne. Il faut en effet savoir que certaines banques nationales, avant leur fusion, payaient à la FST des cotisations annuelles à cinq chiffres contre trois aujourd'hui! On

ne s'étonnera ainsi pas d'un excédent de dépenses de 54800 francs et de comptes annuels qui se soldent par une perte au bilan de 31975 francs comme on a pu le lire dans le rapport annuel distribué à Andermatt.

Celui-ci, au chapitre des comptes – approuvés à l'unanimité par les représentants de 180 voix (contre 260 en 2002) –, ne faisait pas non plus mystère de la gravité de la situation: «Le comi-

té, le comité directeur et la direction sont conscients que le financement durable de la FST est une priorité absolue à court terme.» Il s'agit là en effet d'une condition sine qua non pour que la FST puisse mener à bien ses objectifs, à commencer par la défense des intérêts de l'économie touristique suisse face aux autorités et aux tiers, ainsi que l'information du public sur l'importance du tourisme helvétique.

Quelques autres sujets de l'assemblée générale en bref

Cette assemblée générale de la Fédération suisse du tourisme (FST) a également traité plusieurs affaires courantes. Parmi celles-ci, on en mentionnera trois.

Election de deux nouveaux membres au comité. Quarante-et-un des quarante-trois membres du comité de la FST, dont Claudio Casanova, Christoph Juen et Christian Rey, tous trois d'hotelleriesuisse, ont été réélus pour la période 2003-2007. Le conseiller national vaudois René Vaudroz, directeur des remontées mécaniques

de Leysin, et Norbert Riesen, directeur de la Chambre de commerce de l'Oberland bernois, ont été élus au comité de la FST afin de remplacer la Vaudoise Christiane Langenberger (Conseillère aux Etats) et le Bernois Melchior Buchs (ex-Berner Oberland Tourismus) qui n'avaient pas souhaité prolonger leur mandat.

Renouvellement de la présidence. Le conseiller national bourgeois Hubert Lauper et Hans-Ulrich Müller, membre de la direction de Credit Suisse Financial Services à

Berne, ont été réélus à la vice-présidence. Président depuis 1987, Franz Steinegger a lui aussi été réélu. Il présidera donc la FST «au moins jusqu'au 10 décembre», a précisé à Andermatt Hubert Lauper en faisant référence à la possible élection de Franz Steinegger au Conseil fédéral, élection qui obligerait l'avocat uranais à renoncer à la présidence de la FST.

Prochaine assemblée générale.
La prochaine assemblée générale de la FST se tiendra le 2 septembre 2004 à Fribourg. LM

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

CC
bienvenue

Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

Bienné 032 344 68 68
Crissier 021 633 13 13
Givisiez 026 460 83 33
St-Blaise 032 756 22 22

www.prodega.ch

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT


hôtellerie
suisse

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

+

happy4YOU

**Demandez notre
offre professionnelle.**

+
happy systems™

Ah! Si j'avais un lit-happy.

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

CASH+CARRY
prodega

Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

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

www.prodega.ch

Du rififi sur les sentiers pédestres

Pays de Fribourg. Le torchon brûle entre l'Association fribourgeoise de tourisme pédestre (AFTP), l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) et le Gouvernement fribourgeois! L'AFTP réclame un mandat officiel pour l'entretien des sentiers, elle a déposé à cet effet auprès de la Chancellerie d'Etat un projet d'application de la Loi fédérale sur les voies pédestres. Il s'agit pour elle d'une reconnaissance officielle de son rôle. Celle-ci se heurte cependant au projet de loi



Fribourg compte 1700 km de sentiers pédestres.

cantonale sur le tourisme, élaboré par l'UFT, et qui devrait être remis au Conseil d'Etat d'ici à la fin de l'année, tourisme pédestre inclus.

Depuis deux décennies, et sans qu'il n'y ait jamais eu de mandat officiel, l'AFTP a œuvré au balisage et à l'entretien des chemins, l'UFT en assurant la promotion et l'administration. Qui aura la haute main sur les 1700 kilomètres de sentiers qui strient le Pays de Fribourg? Il s'agit, selon la formule consacrée, d'une affaire à suivre. JS

Contenu enrichi pour «L'évasion sur deux roues»

OTV. Lancée en 1998, la carte de cyclotourisme et VTT publiée par l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) a fait peau neuve. Appelée «L'évasion sur deux», elle dispose désormais d'un contenu enrichi grâce notamment à de nouvelles balades. Le Centre mondial du cyclisme d'Aigle et les forfaits spéciaux de Raitour Suisse et d'Eurotrek y sont également mentionnés. LM

Nouvelles animations

Riviera vaudoise. Montreux-Vevey Tourisme mettra sur pied cet automne deux nouvelles manifestations sur la Riviera vaudoise. Les 20 et 21 septembre, ce sera la première édition de «Rétromobile Vevey», un nouveau concept de rencontre de véhicules anciens. Autos, motos et vélos datant d'avant 1974 seront en effet exposés dans la vieille-ville, sur les quais et sur la Place du Marché. Leurs propriétaires se verront proposer deux itinéraires, l'un dans et autour de

la vieille-ville de Vevey, l'autre entre Vevey et le Casino de Montreux.

A Montreux, c'est le Marché couvert qui abritera le 27 septembre la nouvelle «Fête du bon pain», organisée dans le cadre de la Semaine du goût. Diverses prestations folkloriques sont prévues avec plusieurs confréries (Guillon, Gruyère, Grand Apier, Gourmettes), ainsi qu'un marché du pain à l'ancienne et le chapitre d'intronisation de la Confrérie vaudoise des chevaliers du pain. JJE

FRANÇOISE CRAUSAZ

Une véritable dimension touristique

L'édition 2003 du Comptoir suisse, qui aura lieu du 19 au 28 septembre à Lausanne, se veut plus suisse et plus touristique que jamais.

INTERVIEW: JOSÉ SEYDOUX

A quelques jours de l'ouverture du Comptoir suisse, qui se tiendra au Palais de Beaulieu à Lausanne, nous avons fait le point avec celle qui est un peu la fée de cette édition 2003, à savoir Françoise Crausaz, chef de projet au Comptoir suisse.

Comment s'exprimera ce «monde des plaisirs» qui sert de slogan au millésime 2003 du Comptoir suisse?

Cela signifie que tout est mis en place pour que le visiteur se sente bien, à l'aise et qu'il ait du plaisir à être au Comptoir: une sectorisation claire, des expositions qui présentent leurs produits sur des stands de haute qualité, un accent mis sur l'accueil, des animations – en lien avec le thème annuel qui est la Fête du Bicentenaire – qui se veulent interactives.

Que revêt l'aspect davantage «touristique» de cette édition? En quoi cette édition joue-t-elle sur l'image de la Suisse?

Par exemple, nos visiteurs pourront vivre des «plaisirs gourmands» grâce à une large place faite aux produits du terroir, aux fromages suisses, aux vins et à la gastronomie... sans oublier l'espace chocolat. Des stands sont consacrés aux voyages et à la culture, l'hôte d'honneur étranger est le Vietnam.

Est-il possible de mesurer l'apport hôtelier d'un événement tel que le Comptoir suisse?

La volonté du Comptoir suisse est d'attirer des visiteurs lointains, outre les exposants qui sont en nombre dans nos hôtels durant les dix jours de la foire et génèrent un nombre important de nuitées. Pour ce faire, nous nous efforçons de trouver des attractions susceptibles d'attirer nos amis d'outre-Sarène, notamment. La fête du Bicentenaire en est un exemple concret.

Vous attendez-vous à un afflux de visiteurs des cantons qui, comme Vaud, fêtent cette année le 200e anniversaire de leur entrée dans la Confédération?

Le Comptoir Suisse est la seule manifestation populaire regroupant les six cantons signataires de l'Acte de médiation. Ainsi, nous accueillons, pour la journée commémorative du samedi 20 septembre, des groupes et chœurs folkloriques (et leurs accompagnants) des cantons d'Argovie, de Thurgovie, de Saint-Gall, du Tessin, des Grisons et, bien sûr, du canton de Vaud.

LE TOURISME DES JEUNES EN SUISSE ROMANDE

Les jeunes festivaliers sous la loupe

Une récente étude de l'EHL, de l'HEG-Ge et de la Chaîne d'Animation lémanique touristique a tenté d'identifier les attentes des jeunes touristes à travers les portraits de jeunes festivaliers présents au Montreux Jazz Festival et au Paléo Festival de Nyon.

■ THOURAYA GHERISSI-LABEN*

La Suisse, en été, est connue pour ses nombreux festivals et manifestations culturelles organisées aux quatre coins du pays. La Suisse romande, à elle seule, en accueille plusieurs comme le Rock Oz'Arènes à Avenches (VD), le Festival des artistes de rue de Vevey, la Plage des six pompes et tant d'autres. Ces manifestations attirent également beaucoup de jeunes touristes suisses et étrangers. Cet article, tiré d'une étude plus étendue sur le tourisme des jeunes, met en avant des observations relatives au profil des jeunes fréquentant les deux festivals les plus connus de la Suisse romande, à savoir le Paléo Festival de Nyon et le Montreux Jazz Festival. En effet, les profils identifiés peuvent être utilisés à des fins marketing pour mieux appréhender les besoins des jeunes, clients de demain.

MONTREUX ATTIRE D'AVANTAGE D'ÉTRANGERS

Selon cette étude, le Paléo attire plus de suisses (55%) que d'étrangers et les festivaliers issus de la communauté européenne représentent 34%. Le Montreux Jazz Festival accueille un peu moins de 40% de jeunes suisses, 35% d'européens et 15% de nord américains. En outre, les jeunes fréquentant le Paléo paraissent un peu moins actifs que les jeunes du Montreux Jazz dans la mesure où 60% de ces derniers, contre 50% des jeunes du Paléo déclarent avoir déjà visité ou ont l'intention de visiter d'autres régions de Suisse.

Sur le Paléo, il règne plutôt une ambiance estudiantine dans la mesure où plus de 40% des festivaliers sont des étudiants. Le reste est composé de 20% d'employés et de moins de 15% de jeunes qui sont encore à l'école et dans la même proportion d'apprentis ou de jeunes stagiaires. Quant au Montreux Jazz Festival, les étudiants ne représentent que 30% des festivaliers, près de 25% sont encore à l'école et un peu plus de 20% sont des employés.

DE L'INTÉRÊT POUR DES ACTIVITÉS CULTURELLES

Quant à leurs motivations pour visiter cet endroit particulier de Suisse, les deux groupes de jeunes festivaliers répondent qu'ils sont là tout d'abord pour des raisons culturelles, ce qui se comprend vu le contexte de l'étude. Cependant, les deux raisons additionnelles diffèrent selon les deux groupes

Photo: Swiss-Image



LE PALÉO FESTIVAL DE NYON

Les jeunes festivaliers du Paléo allouent un maximum de 33% de leur budget aux loisirs, contre 26% pour ceux de Montreux.

étudiés. En effet, les jeunes du Montreux Jazz Festival mentionnent en premier lieu la relaxation et le repos puis la visite des proches, alors que les jeunes du Paléo les mentionnent en ordre inversé.

L'attachement des festivaliers du Paléo au côté culturel est confirmé par le fait que la première raison de leurs voyages, en général, est l'enrichissement culturel. Viennent ensuite, et dans l'ordre, le repos et les visites familiales. Cependant, ce que recherchent les jeunes du Montreux Jazz Festival est tout d'abord le repos, suit la culture et enfin les retrouvailles familiales et amicales. Indépendamment du contexte, les jeunes sont accompagnés dans la majorité des cas par des amis et ce pour 70% et 50% des réponses respectivement pour le Paléo et le Montreux Jazz Festival. Pour le reste, les jeunes fréquentant le Paléo viennent, en proportions égales de 10%, soit en famille soit seuls. Par

contre, les festivaliers de Montreux viennent à proportion de 15% soit en famille soit en groupes organisés.

L'autre différence entre les deux groupes de jeunes est que les festivaliers du Montreux Jazz effectuent plus fréquemment des voyages à l'intérieur de leur propre pays que ceux du Paléo. En effet, les premiers voyagent en moyenne cinq fois par an alors que les seconds autour de deux fois et demie. Quant aux voyages effectués en dehors des frontières de leurs pays de provenance, la moyenne pour les deux groupes est relativement égale: autour de deux fois par an.

UN BUDGET PLUS IMPORTANT À MONTREUX

Avec des disparités dans la répartition du budget journalier, les jeunes du Montreux Jazz Festival disposent d'un peu plus de 220 francs, alors que ceux du Paléo n'ont que 150 francs. Les

jeunes du Montreux Jazz Festival consacrent le maximum de leur budget (32%) à l'hébergement, alors que ceux du Paléo n'y concèdent que le minimum (11%). En outre, alors que les jeunes du Paléo allouent un maximum de 33% de leur budget aux activités de loisirs, ceux du Montreux Jazz n'en dépensent que 26%. Quant au budget pour la restauration, il est respectivement de 26% et de 22% pour les festivaliers de Montreux Jazz et pour ceux du Paléo.

Ces disparités budgétaires s'expliquent par le fait que les jeunes à Montreux ont préféré se loger soit à l'hôtel (29%), généralement de 3 étoiles, soit à l'auberge de jeunesse (28%). A Paléo, 65% des jeunes ont en revanche opté pour le camping. Les autres types d'hébergement choisis par les jeunes des deux festivals sont les motels, les cités universitaires, les Backpackers, etc. Pour les deux groupes de jeunes, les critères déterminant le choix du type d'hébergement sont sa proximité du centre de leurs intérêts (pour 52% des jeunes à Nyon et 37% pour ceux à Montreux) et le prix (pour 22% des jeunes du Paléo et 30% pour ceux du Montreux Jazz Festival).

Une autre différence réside dans le choix des lieux de restauration. En effet, les jeunes du Montreux Jazz Festival préfèrent d'abord les restaurants (23%), ensuite les fast-foods (22%) et enfin les sandwicheries (20%), alors que ceux du Paléo optent en majorité (39%) pour les sandwicheries et ensuite pour les fast-foods (31%).

*L'auteur de l'article est membre du Lausannais Institute for Hospitality Research de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL).

Les prix et l'hygiène sont à améliorer

Cette étude a notamment permis de montrer que les prix et l'hygiène étaient deux points à améliorer. A ce sujet, les jeunes du Montreux Jazz Festival mettent en avant les prix élevés surtout au niveau de la billetterie. Quant aux jeunes du Paléo Festival de Nyon, ils se soucient davantage des problèmes relatifs à l'hygiène et à l'animation diurne sur le camping.

Malgré la renommée de ces deux festivals, il y avait, selon les jeunes, des points à améliorer. Il est important donc de prendre en compte les ob-

servations de ces derniers car ils représentent un marché à fort potentiel actuel et futur. Actuel, car ces jeunes ont à la fois un budget suffisant et une durée de séjour moyenne pendant ces deux manifestations supérieure à la moyenne nationale (huit jours pour le Montreux Jazz Festival et cinq jours pour le Paléo Festival de Nyon). Futur, ensuite, puisque les jeunes des deux festivals déclarent à 80% avoir déjà visité la Suisse et à plus de 90% de vouloir visiter à nouveau la Suisse romande. TGL

La région du Léman à l'honneur

Swiss. Après les Grisons, le Tessin et le canton de Thurgovie, c'est désormais au tour de la région du Léman d'être à l'honneur dans le programme de restauration servi à bord des avions de la compagnie aérienne Swiss.

Depuis le mois de septembre et cela jusqu'au 2 décembre, ce sont en effet des spécialités gastronomiques de la région du lac Léman qui seront servies à bord des avions long-courriers de Swiss. Ces spécialités ont été préparées

par Christophe Rod qui est à la tête du Restaurant de La Rose-rale à Yverne-Roche, dans le Chablais vaudois, et qui a obtenu 15 points au Gault & Millau 2003.

Ancien élève de Philippe Rochat à Crissier, non loin de Lausanne, et de Gérard Rabaey, au Pont de Brent, au-dessus de Montreux, Christophe Rod a élaboré les menus servis à bord des avions de Swiss avec la complicité de Michel Hug et de Lazare Sagner de RSH Quality Food Concept SA à Crissier, une

société spécialisée dans la restauration de banquets et dans le consulting gastronomique.

Les passagers de première classe dégusteront des spécialités telles qu'une petite croûte au fromage à la vaudoise, en entrée, et des filets de fêra du lac farci aux laitues avec sauce au vin blanc d'Yverne, en plat principal. Pour le dessert, ils auront le choix entre un feuilleté aux cepes à la crème et à la poire de chez nous ou une tarte aux poires préparée selon une recette genevoise. **LM**

Parc Hotel: agrandissement en vue

Fribourg. Au Parc Hôtel, l'établissement de la famille Surchat (4 étoiles, 136 lits, 11 salles de conférences, deux restaurants, bar et dancing) a résolu de jouer la double carte de la diversification et de l'animation pour se dynamiser et se développer.

Un projet d'ajouter 40 chambres aux 71 actuelles, dûment prévu dans le premier plan de construction, est ainsi à l'enquête. Sis sur les hauteurs de la capitale fribourgeoise, l'hôtel d'affaires, proche de l'Hôpital

cantonal et de la zone industrielle de Villars-sur-Glâne, accueille une nombreuse clientèle d'hommes d'affaires et de séminaires.

Au Parc Hôtel s'est notamment fait un nom en assortissant son offre touristique d'un vaste programme d'animations gastronomiques, sous forme de quinzaines et de mois thématiques, dont Raymond Surchat, le directeur, s'est fait le spécialiste, parallèlement à une activité de restaurateur traiteur très coté. Chaque opération de ce

type, mené selon une procédure et des critères stricts (authenticité de la carte, produits importés, décoration et animation) nécessite un investissement en temps de l'ordre de 300 heures.

Actuellement et jusqu'au 29 septembre, un mois culinaire aux couleurs de l'Argentine est proposé au public fribourgeois sous forme de mets typiques de ce pays, de soirées gastronomiques et musicales, d'expositions d'objets et d'œuvres d'artistes. **JS**

ELECTIONS FÉDÉRALES

Avec deux hôteliers

Hôtellerie Vaudoise a décidé de soutenir trois candidats, dont deux hôteliers, aux élections au Conseil national du 19 octobre prochain.

JOSÉ SEYDOUX

Ces trois candidats sont: Jacques Pernet, hôtelier et propriétaire de l'Hôtel Bellerive, à Lausanne, vice-président d'Hôtellerie Vaudoise et membre du Comité exécutif d'hôtellerie suisse, Christophe Ming, hôtelier, sous-directeur de l'Hôtel Pavillon, à Vevey, et René Vaudroz, conseiller national sortant, président et administrateur-délégué de Télé-Leysin SA. «Infotellerie Vaudoise», l'organe d'information d'Hôtellerie Vaudoise, a ou-



Jacques Pernet (à g.) et Christophe Ming, candidats au Conseil national.

vert ses colonnes à ces trois candidats dans son numéro de septembre.

Interrogé sur les solutions préconisées pour favoriser l'essor harmonieux des PME de l'hôtellerie et de la restauration, Jacques Pernet (55 ans) affirme que «quand le tourisme va, tout va» et qu'il faut dès lors assurer son développement par des infrastructures d'accueil performantes, donc créer un encadrement politique favorable à la branche. Cette prise de conscience du tourisme pourrait passer par les médias, l'appartenance associative et une opération nationale de sensibilisation... à l'image du Brunch du 1er Août chez les paysans.

Tout en désirant démontrer que la jeunesse, l'engagement professionnel et la responsabilité politique vont de pair, Christophe Ming (28 ans) souhaite qu'on offre des conditions-cadres pour développer le tourisme, qu'on simplifie les procédures «vu les obstacles divers et variés que l'administration dresse devant les entrepreneurs». Le jeune candidat veveysan veut se battre à Berne «pour que la Suisse redevienne un pays de liberté et d'esprit d'entreprise, capable de générer les richesses nécessaires au bien-être de tous».

Enfin, René Vaudroz (56 ans) juge la conscience touristique de ses collègues parlementaires à Berne «assez superficielle» et le tourisme pas assez soutenu si on le compare à d'autres secteurs économiques: les banques, par le secret bancaire; les machines, par la suppression de l'Ichta et la garantie de risque à l'exportation; la chimie, par le protectionnisme à l'importation; et l'agriculture, par un important soutien financier.

GRUPE MANOTEL

Deux nouveaux hôtels de style

Le groupe Manotel a rouvert officiellement mercredi à Genève deux établissements de style: l'Hôtel Auteuil et l'Hôtel Chantilly, rebaptisé Hôtel Kipling. Ces réouvertures entrent dans le cadre d'un programme de rénovation qui doit se terminer en 2004.

MIROSLAW HALABA

Le parc hôtelier genevois continue de s'agrandir et de se rénover. Les dernières nouveautés en date sont notamment les réouvertures officielles, mercredi, de deux établissements appartenant au groupe hôtelier suisse Manotel: l'Hôtel Auteuil et l'Hôtel Chantilly, rebaptisé Hôtel Kipling. Destinés à la clientèle d'affaires et des organisations internationales, ces hôtels se distinguent, à l'instar des quatre autres établissements du groupe, par un style différent.

Ainsi, l'Hôtel Auteuil, établissement quatre étoiles de 104 chambres, a été aménagé dans un style «résolument design». Le lobby, par exemple, bénéficie d'une lumière naturelle et de lumières artificielles, le tout baignant dans une harmonie d'associations insolites, comme les voilages à reflets d'argent ou les grands miroirs baroques.

L'Hôtel Kipling (trois étoiles, 63 chambres) porte le nom du célèbre romancier anglais car il se veut l'expression «d'une demeure coloniale anglaise, intime et chaleureuse, ouvrant ses portes sur le thème onirique et merveilleux des voyages».

Photo: Groupe Manotel



HÔTEL AUTEUIL

L'Hôtel Auteuil a adopté un style «résolument design», a indiqué le groupe Manotel.

Le programme de rénovation du groupe Manotel a débuté en 2000 et se terminera en 2004 avec la rénovation de l'Hôtel Ascot.

L'investissement s'élèvera à 55 millions de francs. C'est un peu plus de ce qui avait été initialement prévu, mais les responsables du groupe précisent que des aménagements sont venus

s'ajouter au programme initial, notamment pour l'Hôtel Epsom et l'Hôtel Royal.

L'an prochain, le groupe offrira 602 chambres rénovées dans ses six hôtels trois et quatre étoiles, tous situés à Genève. Ces hôtels devraient générer un chiffre d'affaires supérieur à 35 millions de francs.

On notera que la journée de mercredi a également été marquée à Genève par l'ouverture officielle de l'Hôtel Express by Holiday Inn.

Ouvert le 15 juin, cet établissement, situé près de l'aéroport et qui devrait être classifié trois étoiles, possède 154 chambres réparties sur sept étages.

ASSOCIATION HÔTELIÈRE DU VALAIS

«En finir avec le chacun pour soi»

Lors de son assemblée annuelle, qui s'est tenue la semaine dernière à Zermatt, l'Association hôtelière du Valais (AHV) a dressé un bilan mitigé de l'exercice 2002. Quant à l'avenir, il passe par une recherche plus grande de synergies entre les établissements hôteliers.

GENEVIÈVE ZUBER

Durant l'année touristique 2002 (novembre 2001 à octobre 2002), les nuitées hôtelières, au nombre de 4,1 millions, ont stagné en Valais par rapport à l'exercice précédent. La saison hivernale (55% des nuitées) a marqué une légère progression de 0,63%, tandis que la saison estivale a accusé un recul

de 1%. Commentaire de Joseph Bonvin, président de l'AHV: «Le Valais a mieux résisté qu'ailleurs, sachant que l'hôtellerie suisse a enregistré une baisse de 5,1% des nuitées en 2002. Mais il n'y a pas de quoi pavoiser».

En juillet 2003 en effet, l'érosion estivale s'est poursuivie en Valais (-1,4%), et septembre s'annonce des données chiffrées précises, seul le mois d'août se profile comme une bonne cuvée, les stations alpines ayant accueilli de nombreux hôtes de dernière minute à la recherche d'un peu de fraîcheur.

UN TAUX D'OCCUPATION DES LITS INSUFFISANT

«L'éventuel réchauffement climatique est un nouvel argument à exploiter», précise Joseph Bonvin. Mais pour l'instant, le taux d'occupation

des lits hôteliers valaisans disponibles – un taux de 43%, dans la moyenne helvétique – ne permet pas de dégager les marges pour financer des investissements pourtant nécessaires.

Pour Joseph Bonvin, il faudrait qu'il atteigne au moins 50%. Les temps sont d'autant plus difficiles, a-t-il déclaré à Zermatt, que la Société de crédit hôtelier s'apparente plus à une nouvelle banque qu'à une aide à la branche et qu'elle ne prête qu'aux riches. En 2002, les crédits attribués au canton du Valais ont d'ailleurs diminué de 30% pour se limiter à 400 000 francs, l'un des montants les plus faibles attribués à une région touristique suisse.

DÉVELOPPER DES SYNERGIES

Dans le climat actuel, marqué par la mondialisation, Joseph Bonvin a

martelé à Zermatt que «nos voisins sont nos alliés». Autrement dit, il faut en finir avec le chacun pour soi. Un exemple: les nombreux hôtels trois étoiles de 40 à 50 lits peuvent réduire leurs coûts en regroupant des services, des achats à la réservation, du marketing au management.

Pour aider les hôteliers à développer des synergies, l'AHV a mis sur pied un projet de coaching. «Il s'agit de former trois groupes-test de cinq hôtels prêts à mettre certaines ressources en commun, de déterminer le caractère économique de la démarche et de créer des modèles», précise Eric Balet, de Sodeval, la Société pour le développement économique du Valais. Ce projet est dévisé à 85 000 francs dont 40 000 à charge d'Innotour, l'aide fédérale à l'innovation dans le tourisme. Sa réalisation dépendra en principe du feu vert d'Innotour qui devrait se déterminer cet automne.

Hôtel Duc Berthold Fribourg



Après de longues années et aussi pour des raisons de santé nous désirons

VENDRE

notre établissement de haut standing et très réputé immeuble historique complètement rénové dans le centre historique de la ville comprenant

- Hôtel 60 lits confort – Sauna
- Restaurant gastronomique – Brasserie – Bar – Terrasse
- Salle pour séminaires ou banquets – Parking

Site web: www.hotelducberthold.ch

Pour tout renseignement ou visite veuillez prendre contact avec Monsieur V. Almeri, 5 Rue des Bouchers, CH-1700 Fribourg, Téléphone 026 350 81 00, Fax 026 350 81 81

157641/11762

A vendre

ANTIGUA

Restaurant Italien de renommée

bel établissement au cœur de la marina la plus sélecta de Antilles...

Vente de l'exploitation et de son aménagement pour l'automne 2004 130 couverts, ouverture 15 novembre-15 mai, exploitation depuis 9 ans Véhicule de service inclus.

Renseignements: Françoise Giavarini, FG Conseils Versoix

E-Mail: fg-conseils@europa.com

Tél. +41 22 779 2709

Fax +41 22 779 27 40

cellulaire +41 79 355 20 72

157955/427895



**Tout sur Inter-
net et les
bénéfices nets.**

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



Ecole Hôtelière de Genève "ES"

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

Une institution de GASTRO SUISSE depuis 1914

1^{er} cycle (18 mois)

Diplôme de Cadre
en gestion hôtelière
et en restauration

2^{ème} cycle (12 mois)

Diplôme de
Restaurateur-Hôtelier «ES»
Restauratrice-Hôtelier «ES»

Début des sessions: fin avril et fin octobre



Av. de la Paix 12 • CH-1202 Genève
Tél. 022 919 24 24 • Fax 022 919 24 28
info@ehg.ch • www.ehg.ch



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

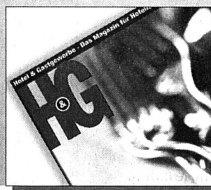
Plaisir de lire et de conduire



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.

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

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 cobiné, 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, CH-3001 Berne

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

Appelez-nous (031 370 42 22)

ou envoyez-nous un e-mail (abo@swiss-hotels.ch).



Détacher ici



Prénom: _____

Nom: _____

Entreprise: _____

Fonction: _____

Rue/no: _____

NPA/lieu: _____

Téléphone (la journée) _____

E-Mail: _____

☐ Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

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

Tout sur l'accueil et les mille-feuilles.

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

Les fêtes médiévales plaisent

Saillon (VS)/Fribourg. Les fêtes médiévales ont l'heur de plaire au public romand. On en veut pour preuve les manifestations qui se sont déroulées ces derniers jours dans la localité valaisanne de Saillon et dans la vieille ville de Fribourg.

Ainsi, à Saillon, quelque 25 000 à 30 000 personnes – les estimations sont difficiles à faire – ont assisté aux 5es Fêtes médiévales. Dix-huit mille spectateurs avaient été recensés il y a quatre ans. Les organisateurs avaient tablé cette an-

née sur «un peu plus de 20 000 personnes». «Cette affluence a été largement dépassée», ont-ils indiqué au quotidien «Le Nouvelliste».

Ce succès fait que le vieux bourg de Saillon devient «trop exigu» pour accueillir la manifestation. Les organisateurs devront donc plancher sur l'édition prochaine. Une extension sur la plaine pourrait s'avérer possible, mais la fête «perdrerait alors de son attrait et de son authenticité», ont-ils expliqué au quotidien valaisan.

A Fribourg, où s'est tenue la 3e Semaine médiévale, ce sont quelque 15 000 à 18 000 curieux – un chiffre précis est ici aussi difficile à formuler – qui ont assisté aux diverses manifestations. Cités par le quotidien «La Liberté», le directeur de l'Office du tourisme de Fribourg, Nicolas Zapf, et le président du comité d'organisation, Georges Rhally, ont notamment indiqué que le spectacle s'était «nettement amélioré» grâce à la participation de plusieurs troupes de théâtre du canton. **MH**

Les milieux touristiques inquiets

Réfection du tunnel de Glion.

L'assainissement des deux tubes du tunnel autoroutier de Glion, entre Villeneuve et Montreux, ne manque pas d'inquiéter les milieux touristiques vaudois et valaisans. Cet assainissement, qui se déroulera en trois phases durant lesquelles la circulation sera bidirectionnelle dans un seul tube, provoquera en effet des bouchons qui pourront aller jusqu'à plusieurs heures. De telles perspectives risquent d'inciter les touristes à passer leurs week-

ends et leurs vacances d'été ailleurs que dans les Alpes vaudoises et en Valais.

Après des travaux préparatoires, qui auront lieu du 23 septembre au 3 octobre de cette année, le tunnel «lac» sera fermé du 15 avril à la fin novembre 2004. Du 15 avril à la fin novembre 2005, ce sera au tour du tunnel «montagne» d'être fermé. Si les week-ends de ski et les vacances hivernales ne sont donc pas touchés par la fermeture de ces tunnels, il en va différemment pour les week-ends

estivaux. Les responsables de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) et de Valais Tourisme planchent actuellement sur l'élaboration de mesures d'accompagnement «destinées à réduire la catastrophe annoncée».

Selon Charles-André Ramseier, le directeur de l'OTV, cité par le quotidien «24 Heures», le Service des routes disposerait de 400 000 francs rien que pour la communication publique relative à l'assainissement des tunnels. **LM**

VALAIS

Le tourisme à l'école

Plusieurs stations veulent que les maîtres sensibilisent les écoliers au tourisme dès le plus jeune âge. Le département de l'éducation entre en matière.

■ **DANIELLE EMERY MAYOR**

Claude Roch, chef du département de l'éducation du canton du Valais, croit à la pertinence d'une sensibilisation au tourisme par l'école: «Il est juste de s'y appliquer au cycle d'orientation et plus juste encore de le développer aux niveaux secondaire et tertiaire.» Mais il lui paraît illusoire d'impliquer les classes du primaire qui ont «toujours plus de missions en plus des tâches fondamentales qu'on leur reconnaît».

SENSIBILISER LES ÉCOLIERS AUX RÉALITÉS DU TOURISME

«On ne peut vouloir un recensement des plans d'études sur des missions essentielles et rajouter dans la foulée de nouvelles fonctions parce que la société civile en ressent passagèrement le besoin.» Le monde touristique pense, au contraire, qu'un simple éclairage durant le cours de géographie, d'histoire ou lors des sorties pour les loisirs peut déjà sensibiliser les écoliers: sans tourisme, il n'y aurait pas de snowpark, de patinoire ou autre infrastructure dont profitent aussi les enfants du lieu.

Dans les régions touristiques de l'Entremont, du val d'Hérens, de Crans-Montana ou de Sion, on réfléchit à la possibilité de parler de tourisme dans les écoles. Stéphane Dayer, délégué écoles-économie au département de l'éducation, répond à plusieurs appels du pied pour actualiser une brochure sur le tourisme qu'il avait réalisée en 1998. Urs Zenhäusern, directeur de Valais Tourisme, participe lui à un groupe de travail cantonal dont le but est l'élaboration d'outils pour enseigner le tourisme à l'école. Pour ce groupe, il est important de mener une réflexion cantonale. «En ville, on n'a presque aucune idée du tourisme. Les éducateurs et les orienteurs professionnels devraient davantage promouvoir ces professions auprès des jeunes.»

VALORISER LES MÉTIERS DU TOURISME

Le Valais voit donc deux courants travailler en parallèle sur la question: d'un côté le groupe de travail cantonal composé essentiellement de gens du tourisme, de l'autre plusieurs stations qui veulent passer à l'acte tout de suite, comme Crans-Montana qui va inviter en novembre prochain les enseignants de la région à participer à une séance de sensibilisation durant laquelle Claude Roch s'exprimera. «Si l'on veut envisager de nouvelles missions à inscrire dans les tâches de l'école», relève le chef du département de l'éducation, il est impératif d'y associer très clairement ceux qui y vivent au quotidien.

FLOTTE HISTORIQUE DE LA CGN

Et s'il ne restait bientôt plus que le «Montreux» et la «Savoie»?

La Compagnie générale de navigation sur le lac Léman (CGN) doit-elle conserver tous ses navires Belle-Epoque? L'image de marque du lac Léman pâtirait-elle s'il n'en restait que deux? Eléments de réponses avec des responsables touristiques lémaniques.

■ **JEAN-JACQUES ETHENOZ**

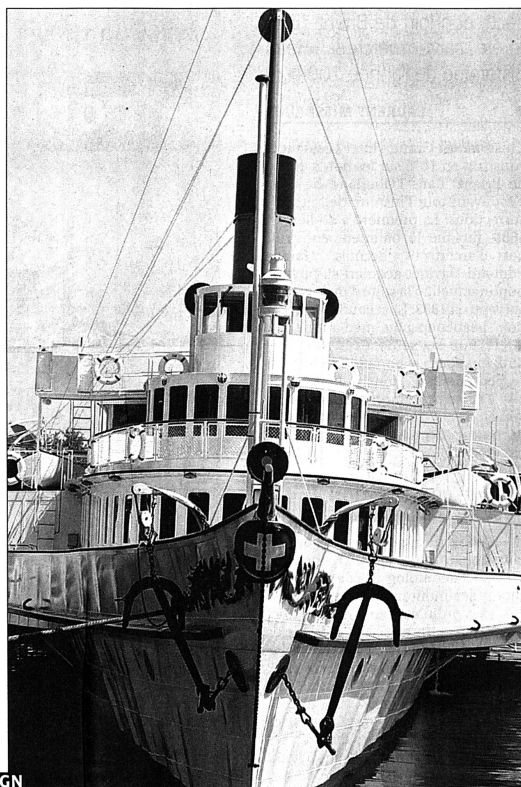
Triste voyage, le 8 septembre dernier, pour le «Valais». Relégué au rang de restaurant, lesté de béton, le bâtiment de la Compagnie générale de navigation sur le lac Léman a quitté un quai de Genève où il était confiné depuis les années soixante pour son dernier chantier. Celui de la Compagnie générale de navigation justement, entre Ouchy et Bellerive, où il sera démonté, démantibulé, pour être oublié, à moins que quelques passionnés de vapeur ne réussissent à le sauver in extremis.

Triste destin pour l'«Helvétie» à quai – ce qui signifie à mort, pour un marin – depuis plus de deux ans. Triste sort encore pour le «Simplon», dont une explosion a détruit la cheminée à la mi-août. Car personne aujourd'hui n'a les moyens de les réparer ou de les réparer. Et personne, pour le moment ne consentira les efforts nécessaires aux rénovations à effectuer sur la «Suisse» et le «Rhône», alors que le «Vevey» et l'«Italie» (des diesels électriques, ceux-là) réclament eux aussi des soins.

UNE DIZAINE DE MILLIONS POUR LA «SAVOIE»

Seule la «Savoie» sera sauvée (les travaux sont budgétisés à une dizaine de millions) et rejoindra le «Montreux» (rénové en 2001 pour une facture de 14 millions) au rang de fleuron rénové

Photos: Jean-Jacques Ethenoz



CGN

L'image de marque du lac Léman pâtirait-elle s'il ne restait bientôt plus que deux bateaux Belle-Epoque au sein de la Compagnie générale de navigation? Les avis des professionnels du tourisme que nous avons interrogés divergent.

de la flotte Belle-Epoque du Léman. Sera-ce suffisant pour entretenir la carte postale lémanique? En d'autres termes, le tourisme lémanique

pourrait-il se satisfaire de deux seules de ces silhouettes familières? Même si elle souffre de quelques nuances, la réponse est non!

Elle est même véhémente chez Francis Scherly, consultant touristique, professeur-associé à l'Ecole des Hautes Etudes commerciales de l'Université de Lausanne et directeur du bureau spécialisé Interconsulting à Montreux: «Nous devons absolument garder ce patrimoine lacustre. La communauté doit le comprendre. On ne peut pas, on ne doit pas tout conjuguer sur le mode de la banalité tenace. Je suis ainsi de l'avis que nous devons nous mobiliser pour conserver cette image de qualité. Il existe en effet des modèles d'action de soutien qu'il faudrait mettre en œuvre. En ce sens, oui, je suis indéracinable: nous devons faire de la qualité et nous devons l'assumer.»

MAINTENIR L'ATTRAIT DU LAC LÉMAN

Président de Montreux-Vevey Tourisme, François Margot partage l'avis du professeur montreuisien Francis Scherly: «Oui, il faut conserver les bateaux Belle-Epoque pour maintenir l'attrait du lac Léman alors que toutes nos villes sont organisées à la «savoyarde», dos tourné au lac. Alors oui, la Compagnie générale de navigation doit conserver cette flotte, la faire valoir. Mais je ne peux bien sûr pas me prononcer sur le nombre et l'état de la flotte qui doit et qui peut être conservée ou qui, au contraire, doit être mise au rancart.»

C'est aussi en termes d'image que raisonne Enrique Caballero, le directeur de Chablais Tourisme: «En Valais, nous sommes moins concernés, mais ce sont quand même de beaux produits qui valorisent la région. Mais, sans connaître le dossier, je ne peux dire si deux ou trois navires au lieu de six répondraient à la demande de la Compagnie générale de navigation sur le lac Léman.»

Au niveau de la rapidité, il n'y a pas eu de progrès depuis 1906

Directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Charles-André Ramseier raisonne lui aussi, comme bon nombre de ses collègues, en pensant à l'image «extraordinaire» que véhiculent les bateaux Belle-Epoque. «C'est de la plaisance», constate-t-il. «Et il est également vrai que nous aurions besoin d'unités plus petites et plus rapides.»

La rapidité, Francis Junco, directeur de l'Office du tourisme d'Evian, la met au centre du débat grâce à une comparaison pour le moins intéressante. Pour avoir feuilleté, il y a à peine quelques semaines, un horaire de la Compagnie générale de navigation sur

le lac Léman (CGN) de 1906, il reconnaît qu'il fallait, à ce moment-là, 35 minutes pour relier Evian à Lausanne. «Avec ces bateaux, il en faut malheureusement toujours autant», précise-t-il.

«Maintenant, il ne faut pas mésestimer la beauté et l'impact de ce patrimoine. Surtout à considérer les sommes folles qui ont été engagées pour le recréer, la communauté haut-savoyarde ayant consacré sept millions de francs afin de construire la barque «La Savoie» alors qu'il y a 50 ans, on les coulait», constate encore Francis Junco en se demandant si deux ou trois bateaux pourraient suffire.

Cette dernière option pourrait également séduire Jacques Martin, président de l'Office du tourisme du canton de Vaud et ancien membre du gouvernement vaudois. L'aspect financier lui fait cependant dire qu'on peut très bien imaginer conserver deux ou trois bâtiments historiques et désarmer les autres au profit d'unités plus petites.

«Il faut aussi prendre en compte que, pour beaucoup, le bateau est un moyen de transport», rappelle Jacques Martin. Le débat reste donc ouvert, mais le monde politique devra bien considérer que le patrimoine à la vent en poupe. **JJE**



En 1906, il fallait 35 minutes pour relier Evian à Lausanne. Aujourd'hui, il en faut malheureusement toujours autant.

Un restaurant immergé dans le lac

Neuchâtel. Architecte neuchâtelois, enseignant d'architecture à l'Ecole hôtelière de Lausanne, Antoine Wasserfallen nourrit le projet d'immerger un restaurant dans le lac de Neuchâtel. «Je l'imagine à quelques mètres de profondeur, en bordure de lac, dans le périmètre de la ville de Neuchâtel», a-t-il indiqué au quotidien neuchâtelois «L'Express».

Ce restaurant, qui serait dépendant d'un établissement existant, pourrait recevoir environ trente personnes. Le soir, la

structure se transformerait en night-club. Le coût de la construction atteindrait «à peine» 300 000 francs.

«Nos lacs ont les eaux les plus claires d'Europe: les offices du tourisme n'utilisent pas assez cet argument», a déclaré l'architecte, invité mardi soir à une manifestation organisée à Neuchâtel et consacrée à des idées visionnaires.

Le projet n'est «qu'au stade exploratoire», a cependant aussi confié Antoine Wasserfallen au quotidien neuchâtelois. Le

22 octobre, l'architecte rencontrera des représentants du canton, de la ville de Neuchâtel et de Tourisme neuchâtelois pour aborder cette question.

Pour Antoine Wasserfallen, un tel projet serait de nature à dynamiser le tourisme. «L'Ecole hôtelière de Lausanne serait chargée d'associer le lieu au type de nourriture. L'idée est d'élever des poissons, ou même des écrevisses, dans des grillages tout autour du restaurant», a ajouté l'architecte neuchâtelois. **MH**

Les vaches mieux que les étoiles

La Gruyère. On sait la difficulté que constitue, pour nombre d'offices du tourisme, le fait que leurs listes d'hôtels comportent forcément des établissements non membres de la SSH/hotelleriesuisse, donc non classifiés. La Gruyère Tourisme-Promotion, à Bulle, a contourné le problème et publie, en parallèle à la liste conventionnelle, une liste d'hôtels classés... par vaches! Un seul critère de classification, cependant, est pris en considération: le prix, censé

avoir une relation directe avec le nombre et la qualité des prestations.

Arborant de une à quatre vaches, une vingtaine d'hôtels de tout le Sud fribourgeois participent ainsi au «Passport La

Gruyère», forfait vendu de 85 à 180 francs pour deux nuits avec petit déjeuner grüérien, cocktail de bienvenue, soirée fondue et carte de réductions sur divers achats et entrées. Le système de classification en question a aussi été utilisé pour la vente des chambres d'hôtel lors de la récente Fête fédérale de musique populaire à Bulle. Avec les tours de Michelin, les capets de Gastrosuisse et les voiles de l'Exp02, les vachettes grüériennes sont en bonne compagnie... **JS**



FÊTE FÉDÉRALE À BULLE

Grand succès

La Fête fédérale de musique populaire (FFMP) de Bulle, où les milieux touristiques ont été très impliqués, a connu un très grand succès. Analyse.

JOSÉ SEYDOUX

En tout ce sont 300 orchestres champêtres, 1200 musiciens et 40 000 visiteurs, venus de toute la Suisse, qui se sont déplacés à la FFMP de Bulle, du 5 au 7 septembre. Toute la politique de communication, parfaitement orchestrée par un spécialiste du marketing et du sponsoring, Duri Mathieu, directeur d'osol4you à Bulle, n'a pas manqué de contribuer à ce succès.

«Notre centre polyvalent a pu démontrer ses qualités techniques, en particulier sa dimension raisonnable, sa vocation multifonctionnelle et son côté modulable qui permettent de s'adapter complètement à la demande», affirme Béat Kunz, directeur d'Espace Gruyère et président du CO de la FFMP.

AU MOINS UN MILLION DE TÉLÉSPECTATEURS

«Ce n'est pas un centre high tech, mais un lieu habillé de bois où l'on peut créer une atmosphère de fête.» L'organisation de spectacles reste cependant un objectif secondaire d'Espace Gruyère, par rapport aux salons et expositions, ce qui n'exclut pas des soirées culturelles à thèmes «pour autant que les plages de temps nous permettent d'exploiter ce créneau», explique encore Béat Kunz.

Quelque 5000 repas ont également été servis à l'Espace Gruyère, mais c'est surtout le côté studio de télévision qui aura marqué les esprits. Plus de 800 personnes ont participé à l'émission en direct de la TV romande et plusieurs autres retransmissions radio et télévision, dont le grand cortège dominical, auront touché au moins un million de personnes, donnant à la fête un impact médiatique sans précédent en Gruyère.

FAIRE FRUCTIFIER LA FÊTE AU NIVEAU TOURISTIQUE

Les responsables touristiques avaient concocté le décor de cet immense studio, sous forme de trois immenses panneaux photographiques devant lesquels se sont produits les divers groupes musicaux et qui, des heures durant, étaient visibles sur le petit écran. Les frais ont été pris en charge par La Gruyère Tourisme Promotion et les offices du tourisme de Bulle, de Charmey, du Lac de la Gruyère et de Gruyères-Moléson.

Mais comment faire fructifier cet impact? «Nous allons réactiver les groupes venus à Bulle en leur offrant la possibilité d'y revenir pour jouer et se détendre en famille, de même que nous avons constitué un intéressant fichier d'adresses d'individuels. Et nous envisageons une campagne d'envergure en Suisse alémanique en 2004», a précisé Pierre-Alain Morard, le directeur de l'Association touristique de la Gruyère.

HÔTEL HISTORIQUE DE L'ANNÉE 2004

«Le Grand Hôtel Giessbach est un modèle de référence»

Sauvé de la démolition en 1983, le Grand Hôtel Giessbach, non loin de Brienz (BE), a été sacré mercredi «Hôtel historique de l'année 2004».

LAURENT MISSBAUER

L'histoire du Grand Hôtel Giessbach, construit en 1875 sur les bords du lac de Brienz, dans l'Oberland bernois, c'est avant tout l'histoire de deux résurrections. La première a eu lieu en 1885, lorsque le bâtiment construit par l'architecte bernois Horace Edouard Davinet acquiert sa physiologie actuelle à la suite d'un incendie survenu en 1883. La seconde résurrection, beaucoup plus médiatique, est intervenue exactement cent ans plus tard, lorsque la «Fondation Giessbach au peuple suisse», fondation présidée par l'écologiste montreuais Franz Weber, a sauvé le Grand Hôtel Giessbach de la démolition et l'a restauré par étapes.

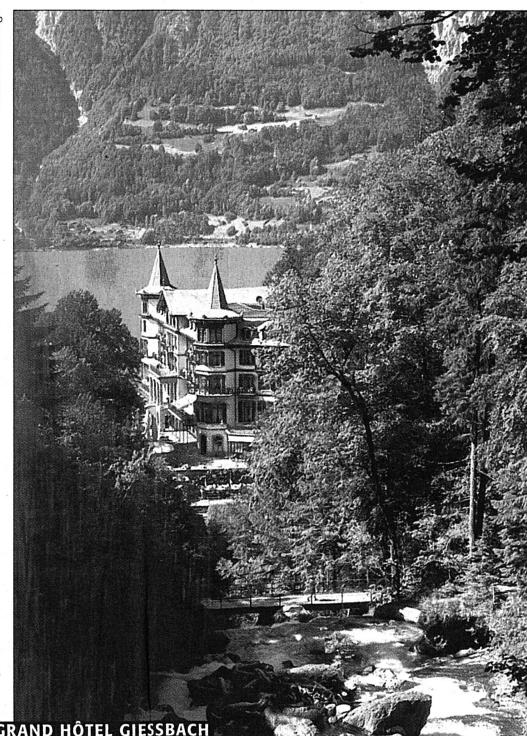
«UNE CONSERVATION EXTRAORDINAIRE»

«L'effort de conservation et de restauration des éléments d'origine dans le respect déontologique de la conservation des monuments historiques a été extraordinaire au Grand Hôtel Giessbach», a précisé Roland Flücker-Seiler, président du jury de l'Hôtel historique de l'année. Selon lui, tout ce qui pouvait être conservé l'a été, à commencer par la structure de l'espace, les éléments des façades, les toits en bois typique, les fenêtres, les volets et l'ensemble des décors. Quant au mobilier original, il a été réutilisé et complété par de nombreuses donations.

TROIS MENTIONS SPÉCIALES

«Tous les éléments de l'hôtel sont en outre parfaitement valorisés par la politique d'entreprise de la direction qui a fait de la carte patrimoniale l'atout principal de l'établissement. Le Grand Hôtel Giessbach est ainsi un modèle de référence pour les hôtels historiques», a encore ajouté Roland

Photo: Swiss-Image



GRAND HÔTEL GIESSBACH

Sauvé de la démolition en 1983 par l'écologiste montreuais Franz Weber, le Grand Hôtel Giessbach a été sacré mercredi «Hôtel historique de l'année 2004».

Flücker-Seiler. Outre le Grand Hôtel Giessbach, trois autres établissements publics ont été récompensés mercredi par des mentions spéciales.

Celles-ci ont été décernées à l'auberge de campagne Wirtschaft Ruggsberg de Lömmenschwil (SG) «pour sa conservation dans l'esprit des monuments historiques», au Restaurant Löwenzorn de Bâle «pour sa conservation soignée au sein de la vieille-ville» et au Gasthof zum Löwen de Meilen (ZH) «pour le renouveau d'une auberge historique et pour ses ajouts contemporains conviviaux».

Enfin, on relèvera que la distinction de l'Hôtel historique de l'année, distinction décernée par la section suisse du Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) en collaboration avec hotelleriesuisse, Gastrosuisse et Suisse Tourisme, était cette année à sa huitième édition. Trois hôtels romands ont reçu jusqu'ici le titre d'Hôtel historique de l'année. Il s'agit de l'Hôtel Beau-Rivage Palace de Lausanne en 1999, du Grand Hôtel Bella Tola de St-Luc (VS) en 2001 et de l'Hôtel des Trois-Couronnes de Vevey en 2003.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Interview de Franz Steinegger. Président de la Fédération suisse du tourisme (FST) depuis 1987, Franz Steinegger s'est exprimé sur les difficultés financières de la FST. Il ressort ainsi que les prestations de service fournies au niveau du Label de qualité du tourisme suisse et des statistiques pour la parahôtellerie ne couvraient pas tous leurs frais. A l'avenir, cela ne sera plus le cas, a promis Franz Steinegger. Le financement des prestations au niveau du Label de qualité du tourisme suisse serait d'ores et déjà assuré à 100%, a-t-il précisé. De quelle manière? «Les entreprises qui souhaitent être labellisées devront désormais payer davantage que par le passé», a répondu le conseiller national radical qui n'a toujours pas annoncé, si oui ou non, il entendait se porter candidat à la succession de Kaspar Villiger au Conseil fédéral le 10 décembre. **Page 2**

L'Union européenne soutient le tourisme alpin. Le tourisme alpin devrait profiter du soutien de l'Union européenne afin de se développer et de contrer l'offensive des régions balnéaires. Sous le nom d'«Alpnet», diminutif d'Alpine Economic Network, le Tyrol, ainsi que trois pays non-membres de l'Union européenne que sont la Suisse, le Liechtenstein et la Slovénie, peuvent bénéficier d'un crédit de 123 millions d'euros (192 millions de francs suisses), tiré du programme «Interreg IIIB», pour se profiler. Ce montant est notamment destiné à positionner l'espace alpin dans le réseau des régions européennes, à promouvoir le développement durable et à améliorer le réseau de transport, ainsi que l'accès aux régions concernées. **Page 7**

Le Mystery Park génère davantage de nuitées que prévu. Après un peu plus de cent jours d'exploitation, il apparaît que le Mystery Park d'Interlaken génère davantage de nuitées que prévu. Il s'avère ainsi qu'il n'est pas seulement une excursion appréciée lors des journées de mauvais temps, mais qu'il attire également un grand nombre de touristes lorsque les conditions atmosphériques sont excellentes. Des touristes qui, en partie, passent leur nuitée sur place, selon Stefan Otz, le directeur de l'Office du tourisme d'Interlaken. **Page 9**

LES GENS

Le groupe Choice Hotels Europe, qui compte six établissements en Suisse dont trois en Suisse romande – le Comfort Hôtel Balzac à Genève, le Comfort Hôtel des Voyageurs à Lausanne et le Comfort Hôtel Interreurope, également à Lausanne – a nommé, à partir du 1er septembre, Isabelle Rochelandet au poste de directrice générale adjointe. Présente dans le groupe Choice Hotels Europe depuis 1990 en qualité de directrice juridique, Isabelle Rochelandet a contribué aussi bien à l'intégration des enseignes Primèver qu'au développement des marques Comfort, Quality et Clarion. Avocate de formation, elle s'est spécialisée dans l'activité de franchise dans le domaine hôtelier. **LM**

IMPRESSUM

h+ hotel + tourisme revue

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

Editeur: Société suisse des Hôtels Montpèlous 130 case postale 3001 Berne
Responsable des médias: Christian Hodler
Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dédual (MD)
Responsable du Cahier Français et rédacteur en chef adjoint: Miroslava Halaba (MH)
Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)
Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Véronique Tanig (VT), Genève; José Seydoux (JS), Fribourg

Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.
Médiation: Peter Küller (PK)
Édition: Cheffe d'édition: Iris Strebel
Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casali
Annonces: Matthias Boyeler, Marc Moser
Publicité: Iris Strebel (Cheffe de vente a.s.), Roger Stiemmer, Brigitte Weber
Administration: Marc Moser
Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne
Träger: 17209 Ex. contrôlés REMP 2002, 22'000 Ex. imprimés
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-
ISSN: 1424-0440

Organes officiels de:
– Verband Schweizer Tourismus-Direktoren und Direktoren (VSTD)
– Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOLURE)
– Vereinigung Diplomierte Hotels-Representanten SHV (VDH)
– Hospitality Sales & Marketing Association (HSA) Swiss Chapter
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Bustourismus
– Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
– Schweizer Kulturhaus (SKH)
– Swiss International Hotels (SIH)
– Anjae Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (ANCR)

Contacts:
Adresse: Montpèlous 130, case postale, 3001 Berne
Rédaction: Lettres de lecture, Pèpico, etc.
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: h+@swisshotels.ch
Abonnements: Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: abo@swisshotels.ch
Annonces: Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@swisshotels.ch
Publicité: Tél. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@swisshotels.ch
Internet: www.swisshotels.ch

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

stellen revue marché de l'emploi

htr

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

hotel+tourismus revue

HOTEL SEEROSE
CLASSIC & ELEMENTS

Das Hotel Seerose Classic & Elements am Hallwilersee hat Tradition. Als beliebtes Ausflugsziel ebenso wie für Seminare oder Bankette. Mit dem im Mai 2003 eröffneten 4-Sterne Designhotel Elements schreibt es weiter Geschichte. Gesamthaft 60 Zimmer sowie Seminar- und Bankettsäle von 10-250 Personen stehen zur Verfügung. Deshalb suchen wir ab November/Dezember 2003 Verstärkung!

TEAMMITGLIED (MITARBEITER/IN) VERKAUF HOTEL & SEMINAR

Von der kompetenten Reservationsabwicklung bis zur Gästebetreuung vor Ort, stehen Sie mit vollem Elan im Einsatz. Suchen Sie eine selbständige Frontaufgabe, dann sind Sie bei uns glücklich. Mit Ihren guten Windows-Fidelio-Front-Office-Kenntnissen und Berufserfahrung entsprechen Sie unseren Vorstellungen.

SERVICEFACHANGESTELLTE/R

Für die Betreuung unserer Hotel-, Seminar- und Restaurantgäste suchen wir eine fachkundige und herzliche Persönlichkeit im Servicebereich. Lieben Sie es, die vielfältige Tätigkeit in einer abwechslungsreichen Gästekultur auszuüben?

Senden Sie Ihre Bewerbung per Post oder Mail an
Herr Mario von Schroetter, E-Mail: mschroetter@seerose.ch
Also, bis bald – bei uns am See!



HOTEL SEEROSE
AM HALLWILERSEE
5616 MEISTERSCHWANDEN
TEL. +41 (0)56 676 68 68
FAX +41 (0)56 676 68 68
WWW.SEEROSE.CH
HOTEL@SEEROSE.CH

158007

hotel staff

human resources management

Die Personaldienstleistung mit den drei Grundlagen: Flexibilität - Mobilität - Rentabilität
"Die geeignete Person zum richtigen Zeitpunkt im treffenden Umfeld"

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams einen unternehmerisch denkenden

Personalberater/in

Integration - Fachkenntnisse - Engagement - Leadership-Qualitäten

... sind Stichwörter, mit denen Sie sich identifizieren. Berufserfahrung in Hotellerie oder Gastronomie haben Sie nach abgeschlossener Aus- und Weiterbildung erworben. EDV- und Kommunikationsfähigkeit sowie eine rasche Auffassungsgabe sind für Sie selbstverständlich. Ihr Idealalter ist zwischen 24 und 32.

Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle, entwicklungs- und selbstständige Aufgabe an einem modernen Arbeitsplatz, welche Freude und Beteiligung voraussetzt.

hotelstaff ist eine erfolgsorientierte und solide Unternehmung, welche Mandate für Zeitarbeit, Try&Hire, Feststellenvermittlung sowie Kaderselektionen betreut und mit den verschiedensten Unternehmen im In- und Ausland verhandelt. Für Sie die Herausforderung, in der Sie Ihre Stärken unter Beweis stellen. Standort der Geschäftsleitung ist Zürich.

Verantwortungsbereich: Region Zürich, Basel, Luzern, Tessin, Bern, Österreich oder Region Zürich, Ostschweiz, Graubünden, Deutschland.

Für einen ersten Kontakt stehe ich Ihnen per E-Mail gerne zur Verfügung. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an hotelstaff mit dem Vermerk "Personalberater". Diskretion gegenüber dem jetzigen Arbeitgeber und Dritten ist garantiert.

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Tourismus, Catering und Events

Lintheschergasse 3 8023 Zürich 1
Telefon 01 229 90 00
Internet www.hotelstaff.com
E-Mail Kurt.Oehri@hotelstaff.ch

158010

Adecco

HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Kader & Karriere



Franchise- nehmer/in

Die SBB, Migros und Kiosk AG gründeten unter dem Namen **cevanova ag** eine Gesellschaft, die in kleineren und mittelgrossen Bahnhöfen erweiterte «Convenience-Shops» unter dem Namen **«avec»** einrichtet und im Franchise-System abgibt. Bereits wurden 20 avec-Shops erfolgreich eröffnet.

Im Auftrag unseres Mandanten suchen wir per Mitte 2004 eine unternehmerisch denkende Persönlichkeit für die geplante Eröffnung in

Bümpliz Bern

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

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

157886

Marktgasse 32, 3000 Bern 7

Telefon 031 310 10 10, Fax 031 310 10 11

E-Mail: bern.hoteleven@adecco.ch

Making
people successful

Unsere 300-jährige Tradition hindert uns nicht daran modern zu arbeiten, professionell aufzutreten, den Gast willkommen zu heissen und... Gastfreundschaft zu zelebrieren.

Das aussergewöhnliche Viersternhotel Sonne besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant Sunnegalerie mit bedienter Terrasse, Gaststuben und Selbstbedienungs-Sunnegarten, 4 Bankett- und Konferenzräume mit bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Ab Mitte November 2003 suchen wir die verkaufstalentierte und administrativ starke

BANKETT-KOORDINATORIN

Yield-Management ist für Sie kein Fremdwort, den Umgang mit Gästen und Kunden schätzen Sie und die dazugehörige Administration erledigen Sie speditiv und professionell. Idealerweise verfügen Sie über eine administrative Grundausbildung und einen Abschluss einer Hotelfachschule.

Sie verkaufen unsere 4 Bankett- und Seminarräume optimal mit unserer EDV-Lösung «Bankettprofil», führen Bankett-, Seminar- und Hochzeitsabsprachen mit den Gästen, sind bei vielen Sales-Aktionen beteiligt und übernehmen auch administrative Arbeiten.

In unserem vielseitigen, stark F&B-lastigen Betrieb mit flachen Hierarchien verfügen Sie über grosse Freiräume und Selbstständigkeit, was wiederum ein starkes Verantwortungsbewusstsein erfordert.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail an:

SEEHOTEL SONNE KÜSNACHT
Persönlich/Vertraulich René Grüter & Catherine Julien
Seestrasse 120, 8700 Küsnacht, Telefon 01 914 18 18
E-Mail: c.julien@sonne.ch, www.sonne.ch

157978/17841

INHALT: Deutsche Schweiz 3-9 / Svizzera italiana 9 / International 10 / Stellengesuche 10

SOMMAIRE: Suisse romande 9 / Marché international 10 / Demandes d'emploi 10

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by JOBS AND MORE

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

Stellenvermittlung/Kaderberatung

Stänzlergasse 7 / 4051 Basel
Tel. 061 281 95 75



Segeln Sie
auf gutem Kurs
www.horega.ch

Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt

Beratung
Selektion
Vermittlung

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

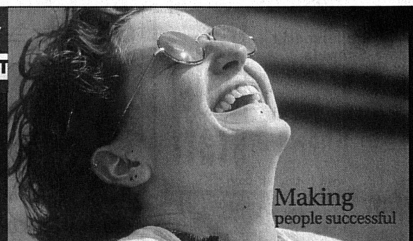
GastroJob

Adecco

HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emplois
en page 3.

Making
people successful



Die Niesenbahn, eines der touristischen Aushängeschilder im Berner Oberland, hat sich mit dem kürzlich abgeschlossenen Neubau des Bergrestaurants als Ausflugsberg erfolgreich repositioniert und die weitere strategische Entwicklung des Unternehmens verbindlich festgelegt. Der bisherige Geschäftsführer hat sich nach dreijähriger erfolgreicher Tätigkeit für eine berufliche Neuorientierung entschieden. Der Verwaltungsrat sucht vor diesem Hintergrund den/die engagierte/n

Geschäftsführer/in

für die **Niesenbahn AG**. In dieser Funktion übernehmen Sie ab März 2004 oder nach Vereinbarung die

Gesamtverantwortung für Bahn und Gastronomie

Gestützt auf eine Zielvereinbarung mit dem Verwaltungsrat nehmen Sie die betriebswirtschaftliche Gesamtverantwortung für die Niesenbahn AG wahr. Gemeinsam mit internen und externen Partnern setzen Sie die strategischen Grundlagen des Unternehmens ziel- und ergebnisorientiert um. Zusammen mit dem Mitarbeiterteam vor Ort sind Sie für die Sicherstellung des operativen Betriebsablaufs verantwortlich. In den wichtigen Teilbereichen der Bahn bzw. der Gastronomie werden Sie durch den technischen Betriebsleiter bzw. die Betriebsleitung Gastronomie kompetent unterstützt.

Sie vertreten das Unternehmen in der Region, gegenüber den Partnern sowie in den Märkten und sind mit dem Verwaltungsrat für die konsequente strategische Weiterentwicklung der Gesellschaft verantwortlich.

Die Niesenbahn sucht eine dynamische, flexible Führungspersönlichkeit mit Leistungsausweis in den Bereichen Führung, Marketing und Organisation. Sie verfügen über Interesse, Know How und/oder Resultate in beiden Geschäftsfeldern unseres Unternehmens. Sie zeichnen sich durch eine hohe Leistungsbereitschaft und Kommunikationsfähigkeit aus und sind in der Lage, selber Projekte zu führen und umzusetzen. Als "Macher/in" sind Sie auch bereit, die Besonderheiten eines Saisonbetriebes mit den zwei Geschäftsfeldern "Bahn" und "Gastronomie" als besondere Herausforderung anzupacken. In Frage kommt auch eine jüngere Führungskraft mit entsprechendem Leistungsausweis und Potenzial. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung bis **30. September 2003** zu Händen von **Dr. Daniel Fischer, Präsident des Verwaltungsrates, Brüggbühlstrasse 32h, 3172 Niederwangen b. Bern**. Er steht Ihnen auch für Rückfragen und weitere Informationen gerne zur Verfügung. (Tel. 031/980 18 18 und daniel.fischer@danielfischerpartner.ch).

HOTEL CHEMIHUETTLI AXALP BE

Möchten Sie gerne Ihr eigener Chef sein?

Auf die kommende **WINTERSAISON** suchen wir ein erfahrenes und aufgestelltes

Fräulein

zur selbständigen Führung des Alpkülli Rest./Bar dazu eine Terrasse zu guten Konditionen!

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihren Anruf um Ihnen mehr darüber zu erzählen!

Heidy u. Ruedi Rubi, Tel. 033 952 10 10
www.chemihuettli.ch
info@chemihuettli.ch

157873/394684



Romantik Hotel Schweizerhof Flims-Waldhaus

Während der kommenden Wintersaison, 1. Dezember 2003 bis Mitte April 2004, bieten wir Ihnen eine neue Herausforderung an.

In unser Team suchen wir noch folgende MitarbeiterInnen

Stv. Chef de Service Bardame für die Hausbar Commis de cuisine RéceptionistIn

Sind Sie bereit für neue Erfahrungen in einem persönlich geführten Erstklasshotel?

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freut sich:
Therese Schmidt
Romantik Hotel Schweizerhof
7018 Flims-Waldhaus

Telefon 081 928 10 10
Fax 081 928 10 11
info@schweizerhof-flims.ch
www.schweizerhof-flims.ch



157931/1380



KARTEUSE
ITTINGEN

Die Kartause Ittingen – ein ehemaliges Kloster – ist ein Baudenkmal von nationaler Bedeutung. Der Weiterführung der klösterlichen Werte verpflichtet, betreibt die Kartause Ittingen heute einen Gastwirtschaftsbetrieb mit zwei Hotels (65 Zimmern), Restaurant und Banketträumen, welcher zu den führenden Tagungs- und Schulungszentren der Schweiz gehört. Neben dem Gastwirtschaftsbetrieb führt die Kartause Ittingen einen Gutsbetrieb mit Weinbau und Käserei und einen Heim- und Werkbetrieb für Menschen mit einer Behinderung. Sie beherbergt das Kunstmuseum des Kantons Thurgau, das Ittinger Museum sowie das evangelische Begegnungs- und Bildungszentrum «Tecum».

Auf Anfang 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir als Betriebsleiter einen

Hoteldirektor

Sie führen den Gastwirtschaftsbetrieb, bestehend aus Seminarzentrum, Hotels und Restauration. Zusammen mit den Ihnen unterstellten 80 Mitarbeitenden lassen Sie den Aufenthalt in der Kartause für die Gäste zum Erlebnis werden. Sie sind kommunikativ, offen, initiativ und von der Einzigartigkeit der Kartause begeistert. Als Teamplayer finden Sie deshalb auch Verständnis für unsere anderen Betriebe, mit denen Sie eng zusammenarbeiten. Die für diese Herausforderung notwendigen Fach- und Führungserkenntnisse haben Sie sich in vergleichbaren Positionen erworben.

Einen ersten Überblick über die Kartause Ittingen können Sie sich unter www.kartause.ch verschaffen. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die Sie bitte an folgende Adresse senden: Kurt Schmid, Procurator, Stiftung Kartause Ittingen, 8532 Warth.



157602/115622



terrasse

Das **terrasse** ist der Treffpunkt am Bellevue. Vom Lunch bis zum Late Dinner bieten wir unseren Gästen eine stimmungsvolle Atmosphäre.

Zur Verstärkung unseres Service-Teams suchen wir per sofort einen

Chef de rang m/w

Sie lieben es in einem lebhaften Betrieb zu arbeiten und behalten in der Hektik den Überblick. Sie bringen ausreichend Erfahrung im Service mit und schätzen den Gästekontakt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:

terrasse
Sonia Testa, Leiterin Administration
Limmatquai 3, 8001 Zürich
01/01 251 10 74, sonia.testa@bindella.ch
BINDELLA terra vite vita

157994

Platzwart – Wirtspaar – im Tennisclub Herrliberg

Sie könnten unser Paar werden in einem der schönsten Tennisclubs über dem Zürichsee, sollten Sie über folgende Eigenschaften verfügen:

Sie haben:

- handwerkliche Begabung
- Eigeninitiative
- Organisationstalent
- Freude am Kochen
- Lust, unsere zahlreichen Mitglieder und Gäste freundlich zu bewirten
- Motivation, unsere 9 Tennisplätze und die Clubanlage zu pflegen
- schlichtweg Spass an dieser Arbeit.

Wir bieten Ihnen:

- eine Saisonstelle ab 1. April 2004
- einen angemessenen Grundlohn während 8 Monaten für die Pflege und Betreuung der Tennisplätze und die Clubanlage
- ein modernes Clubhaus mit entsprechender Küche zur selbständigen Bewirtung
- Möglichkeit, sich im Restaurant zu verwirklichen.

Interessiert?

Dann sollten Sie Ihre Bewerbungsunterlagen einreichen an: Otto Amberg, Felsenaustr. 4, 8704 Herrliberg.

157847

Wir suchen für unser

*** Hotel mit Restaurants- und Barbetrieb
im Berner Oberland, Grossraum Gstaad
ein kompetentes und freundliches

Pächterhepaar oder Pächter/in

Die attraktive und zentrale Lage des Betriebes sowie der gute Bekanntheitsgrad bieten beste Voraussetzungen.

Die Infrastruktur umfasst: 20 Gästezimmer, 6 Personalzimmer, kl. Wohnung, 100 Restaurationssaal-Sitzplätze, 100 Bar-Dancing-Sitzplätze, 60 Terrassen-Sitzplätze, Wellness-Bereich, Internet-Café, 40 eigene Parkplätze, Parkanlage. Der ganze Betrieb ist in einem Topp Zustand.

Ein attraktiver Pachtzins ist Garantie
für ein langfristiges Engagement.

Solvente Interessenten mit fundierter Ausbildung geben wir gerne weitere Auskünfte und erwarten gerne Ihre schriftliche Bewerbung.

Hoga Treuhand, Rugenparkstrasse 2, 3800 Interlaken,
Tel. 033 822 22 44

157925/41874

Wir suchen per 1. Dezember 2003 oder nach Übereinkunft

Geschäftsführer-Paar

für unseren Hotelbetrieb *** im Berner Oberland.

Seegegend, Jahresbetrieb, ca. 60 Gästebetten und rund 300 Sitzplätze im Restaurant und Seminarräumen.

Wir erwarten:

- aktive Mitarbeit in Küche und Service
- entsprechende Berufserfahrung und Ausbildung
- Belastbarkeit und Einsatzwillie

Der Betrieb kann auf einen späteren Zeitpunkt gepachtet bzw. gekauft werden (AG).

Sind Sie interessiert? Senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 157959 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

157959/31160

Wir suchen einen

Chef de Bar

Unser Swing Swing präsentiert sich wochentags als ruhige Apérobar und wandelt sich am Wochenende zum Treffpunkt der Region mit DJ.

Als kreativer Barfachmann verstehen Sie es, unsere Kunden mit coolen Drinks zu verwöhnen. Sie betreuen unseren Memberklub und organisieren Parties. Selbst in hektischen Situationen bewahren Sie die Ruhe und den Überblick. Auch motivieren Sie Ihr Team und treiben es zu Höchstleistungen an. Als Gastgeber begeistern und überraschen Sie unsere Kunden immer wieder auf's Neue.

Sie bringen bereits Barkenntnisse und Führungserfahrung mit (idealerweise auf dem Platz Zürich), sind flexibel und machen die Nacht zum Tage? Dann wartet eine aussergewöhnliche und interessante Aufgabe auf Sie. Wir freuen uns bereits jetzt, Sie bald kennen zu lernen.

Mövenpick Hotel Regensdorf AG

Frau Brigitte Studer

Zentrum

8105 Regensdorf, Schweiz

Tel. ++41 1 8715870, Fax ++41 1 8715885

E-Mail: brigitte.studer@moevenpick.com



Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know



www.hotelstaff.com

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

Gastro Express



Stellen suchen
Stellen anbieten
Kostenlos

www.gastro-express.ch



www.gastrosuisse-jobservice.ch

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

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich

Tel. 01 377 55 35
Fax 01 371 89 09

E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

In der
Zimmerstunde
aufs
Berner Münster?

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



Hoteljob
Mönchjodstrasse 130
Postfach CH-310 43 Bern
www.hoteljob.ch
Personalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@swissnet.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Kader & Karriere

Einloggen!

4084 offene Stellen,
2986 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch

Langstrasse 11, 8026 Zürich

Telefon 01 297 79 79

zuerich.hoteleven@adecco.ch

Streitgasse 20, 4010 Basel

Telefon 061 264 60 40

basel.hoteleven@adecco.ch

Marktgasse 32, 3000 Bern 7

Telefon 031 310 10 10

bern.hoteleven@adecco.ch

Grabenstrasse 40, 7000 Chur

Telefon 081 258 30 75

chur.hoteleven@adecco.ch

Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5

Telefon 041 419 77 66

luzern.hoteleven@adecco.ch

Poststrasse 15, 9001 St. Gallen

Telefon 071 228 33 43

sgallen.hoteleven@adecco.ch

Bd. Jaques-Dalcroze 7, 1204 Genève

Téléphone 022 718 44 77

geneve.hoteleven@adecco.ch

Petit Chêne 38, 1001 Lausanne

Téléphone 021 343 40 00

lausanne.hoteleven@adecco.ch

Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel

Téléphone 032 722 68 88

neuchatel.hoteleven@adecco.ch

Viale S. Franscini 30, 6901 Lugano

Telefon 091 910 20 30

lugano.hoteleven@adecco.ch

Restaurantleiter/in

Für ein Seminarhotel im Raum Schaffhausen suchen wir einen führungsstarken, erfahrenen Restaurantleiter. Sie haben Routine in der Organisation und bringen Erfahrung sowie den entsprechenden Leistungsausweis in den Bereichen Angebotsplanung, Bankettverkauf und Mitarbeiterschulung mit. Sie sind flexibel bezüglich der Arbeitszeiten und wohnen in der Region oder sind mobil. Wenn dies alles auf Sie zutrifft, sollten Sie mich heute noch anrufen. Ich freue mich darauf.

Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Sous chef w/m**Montag bis Samstag, Schichtdienst**

Für einen stark frequentierten Betrieb der Systemgastronomie in der Stadt Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen führungserfahrenen, versierten Sous chef, der den Küchenchef operativ tatkräftig unterstützt. Sie organisieren und koordinieren Tagesabläufe, kontrollieren das Einhalten der Qualitätsstandards und sind sowohl für die Mitarbeitenden wie auch für die Gäste die kompetente Ansprechperson. Ich freue mich auf Ihren Anruf.

Zürich, Gianni Valeri 01 297 79 79

Chef de partie w/m

Als stolzer Berufsmann wollen Sie Ihr Können in der Küche voll einsetzen und Ihre Kreativität ausleben. Für ein wunderschönes Restaurant im Grossraum Zürich mit gehobener, kreativer, saisonaler und zugleich innovativer wie traditioneller Küche suchen wir den dynamischen, aufgestellten und teamfähigen Koch mit frischen Ideen. Das Arbeiten an Wochenenden und mit Zimmerstunde ist für Sie zudem eine Bereicherung. Ich freue mich auf Ihren baldigen Anruf.

Zürich, Martin Meyer 01 297 79 79

F&B-Controller w/m

Für ein trendiges Grossunternehmen im Herzen von Zürich suchen wir einen Financial Controller. Sie haben eine Hotelfachschule oder eine höhere Ausbildung abgeschlossen und bringen Berufserfahrung in der Gastronomie/Hotellerie sowie in den Bereichen F&B-Controlling oder Buchhaltung mit. Wenn Sie vernetzt denken und ein Flair für Zahlen haben, dann freue ich mich jetzt schon auf Ihre Kontaktaufnahme.

Zürich, Carmen Thaddey 01 297 79 79

Making people
successful in a changing world

HOTEL
STRELA★★★
RESTAURANTSObere Strasse 39
7270 Davos Platz
Tel. 081 413 60 44 / Fax 081 413 12 07

DAVOS

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die kommende Wintersaison noch folgende MitarbeiterInnen:

Réception: 1. Réceptionsssekretärin mit entsprechender Erfahrung (Protel)

Eintritt 1. Oktober oder nach Übereinkunft (evtl. Jahresstelle) (E.F.I.)

Service: Service-MitarbeiterInnen (Saal und à la carte)

Küche: Commis Tournant(e)



Schriftliche Bewerbungen bitte mit den üblichen Unterlagen an
W.J. Gschwend,
Hotel Strela, Obere Strasse 39, 7270 Davos-Platz,
Tel. 081 413 60 44, Fax 081 413 12 07.

157715/161110



Die Zermatt Bergbahnen AG sind mit über 200 beschäftigten Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz von ca. CHF 50 Mio. die grösste Seilbahnunternehmung der Schweiz.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab 1. November 2003 oder nach Vereinbarung in Jahresstelle eine(n)

**VERKAUFSTELLENLEITER(IN) /
MARKETINGASSISTENT(IN)**

In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für

- Leitung der Verkaufsstelle Snow- und Alpin-Center (Abrechnungen, Tagesabschlüsse usw.)
- Gäste- und Gruppenbetreuung am Schalter, Telefon und via Briefverkehr
- Führung eines Teams von 6 Verkaufsberatern
- Organisation und Reservation Sommercamps, Skimannschaften
- Umsetzung von Marketingaktivitäten

Für diese interessante und selbständige Tätigkeit erwarten wir folgendes Profil:

- Abgeschlossene Ausbildung im kaufmännischen oder Marketing-Bereich
- Routinierte Anwendung von Word, Windows, Excel usw.
- Fremdsprachen D, E, F, evtl. I

Wir bieten:

- Leistungsgerechte Entlohnung mit guten Sozialleistungen
- Mitarbeit in unserem erfahrenen Team

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir würden uns freuen, Sie kennen zu lernen und erwarten gerne Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

ZERMATT BERGBAHNEN AG
z. Hd. Stephan Biner, Leiter Marketing & Verkauf
Postfach 378, 3920 Zermatt
Telefon 027 966 01 01

157970/427908

Institut für Lehrerinnen- und
Lehrerbildung Bern Marzili

Abteilung für den Kindergarten und die
unteren Klassen der Primarstufe (KGU)

**Submission
für die Führung
der Cafeteria**

Wir suchen auf 1. Januar 2004 eine/n
Betreiber/in, Pächter für die Cafeteria
des Instituts für Lehrerinnen- und
Lehrerbildung Bern Marzili.

Die Cafeteria bietet während der beiden Semester Zwischen- und Mittagsverpflegung an. Während der vorlesungsfreien Zeit findet der Betrieb reduziert statt. Am Institut studieren rund 400 Personen und sind rund 40 weitere Personen beschäftigt. Zudem ist der Cafeteria ein Mittagstisch der Volksschule angegliedert.

Interessierte sind gebeten, die Rahmenbedingungen schriftlich bis am 30. September 2003 beim Institut für Lehrerinnen- und Lehrerbildung Bern Marzili, Frau M. Hänni, Brückenstr. 73, 3005 Bern, zu beziehen.

157992/427933

„Lehrmeister/Küchenchef“

Wir sind zwei Kochlehrlinge und suchen auf Ende 2003 einen neuen Küchenchef und Ausbilder.

Wir arbeiten in einem kleinen, wunderschönen, erfolgreichen Restaurant an bester Lage in Erlenbach, 10 Minuten von Zürich entfernt.

Wir führen eine hochwertige Küche und arbeiten in einem kleinen Team mit qualitativ besten Produkten.

Überhaupt wird bei uns alles selbst frisch zubereitet und wir sind stolz auf unser klassisch-französisches Angebot.

Nun suchen wir einen neuen, jungen, kreativen und ideenreichen Chef, welcher motiviert ist, mit einem jungen Team ein hohes Ziel zu erreichen.

Über Ihre Bewerbung mit Foto freuen wir uns sehr.

Bitte senden an:
Jeannine Meili
Restaurant Pflugstein
Pflugsteinstr. 71, 8703 Erlenbach
Tel. 01 915 36 49

restaurant
zumpflugstein

157980/383660

HOTEL KRONE

LENZBURG

☆☆☆☆

Wir sind ein Viersterne-Hotel im Herzen der Stadt Lenzburg.

Eine unserer Stärken ist die qualitativ hoch stehende Küche sowohl in unserem A-la-carte-Restaurant wie in den diversen Sälen.

Catering in der näheren und weiteren Umgebung vom kleinen intimen Anlass bis zur Grossveranstaltung gehören ebenso dazu.

Für diese Herausforderung suchen wir einen

Küchenchef

da sich der bisherige Stelleninhaber nach zehn Jahren verändern will.

Sie sind eine starke Persönlichkeit mit guten Führungsqualitäten und in der Lage eine Brigade von 25 Köchen zu führen. Sie setzen sich durch und setzen Massstäbe.

Professionelles Fachwissen setzen wir voraus und der Spass am Kochen und an Kreativität fehlt Ihnen genau so wenig wie eine angemessene Erfahrung.

Wir bieten Ihnen eine interessante, abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Position mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen.

Sind Sie interessiert? Fühlen Sie sich angesprochen? Wenn ja, senden Sie Ihre vollständigen, schriftlichen Bewerbungsunterlagen an:

Herr O. Gerber
Hotel Krone AG
Kronenplatz 20
5600 Lenzburg

157970/19429

AC

ACTIVE GASTRO ENG

TAKE YOUR CHANCE

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 Servicefachlehre erworben haben, weiterentwickeln möchten, haben wir genau das Richtige für Sie! Ihr neuer Arbeitsplatz befindet sich in einem gepflegten Trend-Speiseklokal im Herzen von Zürich. Mit Ihrer kommunikativen, aufgeschlossenen und charmananten Persönlichkeit verwöhnen Sie Ihre Gäste täglich aufs Neue.

Betriebsassistent (m/w)

Sie lieben und schätzen die Front und genießen den Kontakt zu den Gästen in vollen Zügen. Eifer, Einsatzfreude und Flexibilität zählen zu Ihren Stärken. Eine gute Chance für den Einstieg in die Kaderwelt. Exklusiver und trendiger Restaurationsbetrieb an der Bahnhofstrasse von Zürich. Eine anspruchsvolle Klientel erwartet Sie.

Anfangsküchenchef (m/w)

Sie bewahren auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf und sind ein dynamischer und belastbarer Küchenprofi. Kochen ist für Sie mehr als ein Beruf, Kochen bedeutet Leidenschaft, Kreativität und Spass. Für einen stark frequentierten Restaurationsbetrieb am Zürichsee suchen wir einen versierten Sous-chef, der endlich den Sprung zum Küchenchef wagen möchte.

Gouvernante (w)

Für ein schönes 4* Hotel im Zentrum von Zürich suchen wir die Dame, die für das Ambiente und das Erscheinungsbild dieses Hauses verantwortlich ist. Sie organisieren und koordinieren die gesamte Hauswirtschaftliche Abteilung, verwalten das Bestellwesen (Non-Food) und führen an die 15 Mitarbeiter. Verfügen Sie über eine abgeschlossene Hotel-Lehre mit mehreren Jahren Berufserfahrung in grösseren Betrieben in gleicher Position und besitzen Sie ein gutes Durchsetzungsvermögen? Des Weiteren sind Sie eine gute Kommunikatorin und sprechen perfekt Deutsch.

Chef de Réception (w/m)

Sie schätzen das einmalige, internationale Umfeld und möchten den Gast in seiner Landessprache willkommen heissen. Wir suchen für einen erstklassigen Betrieb in Zürich eine Persönlichkeit, die Erfahrungen in der 5* Hotellerie aufweisen kann und bereits Führungsstärke bewiesen hat. Fachkundiges Handeln in turbulenten Momenten ist eine Leichtigkeit für Sie und ein gepflegtes Erscheinungsbild gehört einfach dazu. Sie lieben es auf Menschen zuzugehen und kümmern sich zuvorkommend um die Anliegen der Gäste.

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!

flora
LUZERN

Im lebhaften Hotel Flora im Herzen der Stadt Luzern mit 287 Betten, Restaurant, Dancing und zwei Bars, ist per 17. Oktober 2003 oder nach Vereinbarung die Kaderposition als

KÜCHENCHEF m/w

neu zu besetzen. Ihre Chance einen neuen Karriereschritt zu machen!

Sie sind ein Organisationstalent und verstehen es, ein junges Team zu begeistern und zu führen. Sie kennen sich in Produktion und Fertigung aus und bringen Ihre fundierten Fachkenntnisse sowie betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten in den Betrieb ein. Sie schätzen flexible Arbeitszeiten und kennen die hygienischen Gesetze und Regelungen und setzen diese auch entsprechend in die Praxis um.

Haben wir Ihr Interesse geweckt und sind Sie langfristig bereit, diese Herausforderung in einem attraktiven und kreativen Arbeitsumfeld mit zeitgemässen Arbeitsbedingungen anzunehmen?

Andreas Meier, Leiter Personal, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Best Western Hotel Flora
Seidenhofstrasse 5
6002 Luzern
Telefon 041/227 67 77
www.flora-hotel.ch
andreas.meier@flora-hotel.ch



157748



„The No.1 Sports Pub in Town“
„Classic Pub Food at its best“
„The best selection of Beers in Town“
„A British way of life“



For more than 30 years we have been running original English pubs in Switzerland. To recreate the good old English pub tradition we are looking for,

Pub Management (Manager and/or assistant)

who can create a „home away from home“, the place where people meet. Ihre Stärken sind Verkauf, Organisation, Planung, Kommunikation (D/E) und Koordination. Unternehmerrisches Denken verbindet Sie mit der Fähigkeit, mit den Gästen ein regionales Beziehungsnetz aufzubauen. Als Gastroprofi (Wirtschsprüfung von Vorteil) bringen Sie Führungserfahrung und viel Engagement mit und ergänzen unser Team mit Ihrer kompetenten, freundlichen und offenen Art. Sie fühlen sich wohl in der Markengastronomie und sehen es als Herausforderung, die Konzeptvorgaben in Zusammenarbeit mit dem Head Office umzusetzen.

We care for our customers, do you?

So would you like to work in our Mr. Pickwick Pub in St. Gallen or Zürich? Please send us your application with photograph by the 23rd September 2003.

Gastrag - friendly Restaurants and Hotels

Jonathan Southworth, Postfach, 4002 Basel
j.southworth@gastrag.ch • www.gastrag.ch • www.pickwick.ch

157927



Für unseren traditionsreichen Betrieb in Churwalden suchen wir per 1.12.2003 folgende Mitarbeiter

ALLEINKOCH

mit Erfahrung in der klassischen italienischen Küche, sowie

HILFSKOCH

SERVICEMITARBEITER/IN
BARMAN

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen sind zu richten an:

Posthotel Churwalden
Frau Esther Linder-Grimm
Hauptstrasse 99, 7075 Churwalden
Tel: 081 382 02 82
E-Mail: info@posthotel-churwalden.ch

157920/260

INCONTRO

RESTAURANT UND BAR

Für mehrere anspruchsvolle Kunden suchen wir:

Chef de cuisine m/w

für A-la-carte-Restaurant in Zürich, per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de partie m/w

für Hotel/A-la-carte-Restaurant, in der Umgebung von Zürich, per sofort oder nach Vereinbarung

Servicemitarbeiter m/w

für Hotel/Restaurant/Bar, in Winterkurort im Kanton Graubünden, per Mitte Dezember 2003 (Wintersaison)

Kontaktieren Sie uns: Tel. 043 321 70 70, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an:

INCONTRO AG, Altstetterstrasse 142, 8048 Zürich

157987/427907

Berggasthaus Gobeli
Am Rinderberg (1500 m.ü. Meer)
CH-3770 Zweisimmen

Für das Berggasthaus mit Restaurant, Sonnenterrasse, suchen wir für kurze Wintersaison ab 20. Dezember

Koch/Köchin

Erfahrung und Freude am Beruf

Jungkoch

ServicemitarbeiterIn

Küchen- und Officehilfe

männlich

Hausangestellte

für Zimmer, Lingerie und Buffet

Wir bieten gute Entlohnung, geregelte Arbeitszeiten, Kost und Logis im Hause und Gratis-Skiabo.

Bewerbungsunterlagen bitte an:
Fam. Hans Wagner
(tel. erreichbar 032 631 21 74)

157883/156302

Restaurant-Pizzeria
Schützenstube
Vordere Hauptgasse 34
4800 Zofingen

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

Kellner oder Serviertochter mit Erfahrung

Sie sind gepflegt, zuverlässig, freundlich und aufgestellt. Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Telefon 062 751 93 77 (11-14 oder 18-23 Uhr), Herrn Antonazzo verlangen.

156961/386251



Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für kommende Wintersaison noch folgende aufgestellte und motivierte MitarbeiterInnen:

Koch m/w

Servicemitarbeiter m/w

Buffet m/w

Ehepaar

(Küchenhilfe und Reinigung/Lingerie)

Service-Aushilfen

Auf einen Anruf oder eine schriftliche Bewerbung freuen sich:

Kurt und Marianne Messerli
Bergrestaurant Bussalp
Postfach 45 - 3818 Grindelwald
Tel. 033 853 37 51 - Fax 033 853 37 41
bussalp@grindelwald.ch
www.bussalp.ch

157957/416534

Alpenhof in Zermatt • Der sportliche und elegante der kulinarische Alpenhof in Zermatt

Alpenhof
HOTEL

Das Zermatter Hotel wo sich nicht nur die Gäste wohl fühlen. Entfaltungsmöglichkeiten am Fusse des Matterhorns.

ALL IN ONE

JEDEN TAG DEN FASZINIERENDSTEN BERG DER WELT ZU SEHEN, EIN ÜBERDIMENSIONALES FREIZEITANGEBOT, ALLE ERDENKLICHEN SPORTARTEN SELBSTVERSTÄNDLICH SOMMER WIE WINTER, MULTIKULTURELLE LEUTE, JUNG WIE ALT, KENNENLERNEN.

WIR GEBEN IHNEN DIE CHANCE, IHRE TALENTE IN EINEM RENOMMIERTEN FIRST-CLASS-HOTEL KOMPLETT ZU ENTFALTEN. SIE WERDEN VON PROFIS GEFÖRDERT UND DABEI AKTIV UNTERSTÜTZT, SICH ZU PROFILIEREN. DAS ARBEITEN WIRD IHNEN DURCH EIN FREUNDSCHAFTLICHES UND FAMILIARES KLIMA ERLEICHTERT.

Hotelrestaurant:
Haben Sie Freude, internationale Kundenschaft zu verwöhnen?

CHEF DE RANG

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:
Alpenhof Hotel
3920 Zermatt

Amelise und Hans Peter Jalen, CH-Zermatt
Tel. +41 (0) 27 966 53 53, Fax +41 (0) 27 966 53 36
E-Mail: alpenhof.zermatt@reconline.ch, www.reconline.ch/alpenhof

Hotel - Restaurant - Pizzeria

SONNE

direkt am Klosterplatz - 8840 Einsiedeln
Telefon 055 412 28 21
Telefax 055 412 41 45
E-Mail: info@hotel-sonne.ch

Wir sind bekannt für unsere feinen, knusprigen Holzofenpizza. Dies möchten wir mit Ihnen erhalten und ausbauen.
Zur Verstärkung unseres Teams und zur Entlastung von Carlo suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung einen selbständigen, fleissigen

Pizzaiolo
Holzofen

der auch in hektischen Zeiten Ruhe und Übersicht behält. Falls Sie eine professionelle Einstellung besitzen und vielleicht noch einen «Schuss» Kreativität mitbringen, sind Sie genau der richtige Mann für uns...

Besuchen Sie uns auf www.hotel-sonne.ch
Gastgeber Mario Bolting freut sich auf Ihre Bewerbung.

157870/10030



Rehazentrum
Leukerbad

Das Rehazentrum Leukerbad mit 150 Betten besteht aus der ehemaligen Rheuma- und Rehabilitationsklinik und der früheren Fachklinik für Neurologische Rehabilitation. 230 Mitarbeiter betreuen über 5'000 stationäre und ambulante Patienten pro Jahr aus der ganzen Schweiz. Das Rehazentrum ist akkreditiert als Swiss Olympic Medical Center.
Für das Küchenteam des Rehazentrums suchen wir ab 01. Dezember 2003 einen motivierten

Chef de partie

Sie bringen:

- Gute fachliche und menschliche Qualifikation
- Kenntnisse der Diätküche von Vorteil
- Flexibilität, da Einsatz in zwei Küchen
- Engagement, Motivation und Bereitschaft zur Teamarbeit

Wir bieten:

- Zwei moderne Küchen; pro Tag werden 420 Mahlzeiten zubereitet
- Zu unseren Gästen zählen ambulante und stationäre Patienten, Personal und Auswärtige
- Die Verpflegung umfasst: Tagesmenüs, Vegetarische Kost, Diätkost
- Vielseitiges, selbständiges Arbeiten in einem motivierten Team
- Fachliche hausinterne und externe Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Gutes Arbeitsklima
- Personalhaus, Personalrestaurant
- Viele Sportmöglichkeiten (intern gratis) in einem attraktiven Ski- und Berggebiet mit Thermalbädern.

Dies alles in einem alpinen Thermalbadekurort mit vielseitigen Sommer- und Wintersportmöglichkeiten. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Küchenchef/Diätkoch, Herr W. Sarbach (Tel. 027 472 51 72) gerne zur Verfügung. Ihre Bewerbung senden Sie bitte an das: Rehazentrum Leukerbad, z. H. Herrn W. Sarbach, Küchenchef, 3954 Leukerbad.

Rheuma- und
Rehabilitationsklinik
Fachklinik für Neurologische
Rehabilitation

RZL Rehabilitationszentrum
Leukerbad AG
CH-3954 Leukerbad
Telefon 027 472 51 11
Telefax 027 472 52 30
info@rzl.ch
www.rzl.ch



157993

Gastfreundschaft - mit Vergnügen!

HOTEL PARNASS
ZERMATTFür die Wintersaison 2003 / 2004
suchen wir zur Ergänzung unseres Teams:**2 Servicefachmitarbeiterinnen**
sprachkundig, mit freundlicher Ausstrahlung
und**1 Zimmermädchen / Lingère**Wir sind ein gepflegtes 3 Sterne Hotel mit 50 Betten
(Halbpension, ohne à la carte Restaurant)
und bieten ein angenehmes Betriebsklima
und moderne Arbeitsbedingungen.
Attraktive Freizeitgestaltungsmöglichkeiten.Auf Ihre Bewerbung freut sich:
Theresa Noll, Postfach 189, 3920 Zermatt
parnass@zermatt.ch - www.zermatt.ch/parnass

157899/39306



CH-3906 Saas-Fee

Lieben Sie Berge, frische Luft, sinnvolle Freizeitgestaltung und
arbeiten Sie gerne in einem jungen Team? Dann sind Sie bei uns
richtig.In Mitten einer bezaubernden Ferienlandschaft befindet sich unser
renommiertes Ferienhotel mit 88 Betten. Der gastronomische
Bereich umfasst drei Restaurants mit vielseitigem Speiseangebot
und für das vitale Wohlbefinden steht ein attraktives Wellness-
Center zur Verfügung.Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die Wintersaison
(ab Dez. 2003 oder nach Übereinkunft) noch folgende
MitarbeiterInnen in Saison- oder Jahresstellung:

- EMPFANG:** Praktikant Réception und
Hotelbar (m/w)
- SERVICE:** Stv. Restaurationsleiter (m/w)
Chef de Rang (m/w)
Servicefachmitarbeiter (m/w)
Servicepraktikanten (m/w)
- KÜCHE:** Commis de cuisine (m/w)
- HAUSWIRTSCHAFT:** Hausdame/Gouvernante
Zimmerfrauen
Officemitarbeiter (m/w)
Spüler (m/w)

Wir wünschen uns Mitarbeiter, die Freude am Umgang mit Gästen
haben und verantwortungsbewusst arbeiten. Auf Ihre Bewerbung
(auch E-Mail möglich) freuen wir uns und falls Sie noch Fragen
haben, rufen Sie uns einfach an.Romantik Hotel Beau-Site
Familie Zurbruggen-Roosen
CH-3906 Saas-FeeTel. 027 - 958 1560
Fax 027 - 958 1565hotel.beau-site@saas-fee.ch
www.romantikhoteles.com/Saas-Fee157966
ROMANTIK
HOTELS & RESTAURANTS
INTERNATIONAL

Waldheim Risch-Lug

- ☒ Ja, ich will mein Fachwissen und meine persönliche
Kreativität für mehr Freude und Erfolg im Berufsleben
einsetzen.
- ☒ Ja, ich will mehr als „nur“ Gäste betreuen.
- ☒ Ja, ich will erst recht, dass sich der Besuch unserer
Gäste dank meiner Aufmerksamkeit und Flexibilität
zum einzigartigen Erlebnis entwickelt und mir die
Möglichkeit geboten wird, den heutigen Bedürfnis-
sen des Gastes volle Beachtung zu schenken.
- ☒ Mein Wunsch ist es, als

Servicefachangestellte/r

in einem jungen und innovativen Team mitzuwirken.

Sind das IHRE Zielsetzungen?
JA?

Dann nichts wie los. Auf Sie haben wir gewartet...

Neugierig erwarten wir Ihre Dokumentation oder rufen
Sie uns an und verlangen Martin Eggmann, um weitere
umfangreiche Details zu erfahren.Hotel Restaurant Waldheim, 6343 Risch
Tel. 041 799 7070Heute schon gesurft? www.waldheim.ch es lohnt sich.
E-Mail: personalchef@waldheim.ch

157974/28932



Grand Hotel b e l l e u e

Nach nur 9 Monaten erhielten wir die aussergewöhnliche und für uns
zugleich verpflichtende Auszeichnung des GaultMillau Hotel des
Jahres 2003.Luxuriöses 5-Sterne Hotel, 35 Zimmer und Suiten, à la carte Restaurant
"Coelho", Gourmet-Restaurant "Prado" (15 GaultMillau), Hotelbar
mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-Weinkeller mit
Carnotzet, Privat-Kino und einem 2'500 m² grossem Wellnessbereich
mit Hallenbad, Beauty Center und Coiffeur.Unser junges internationales Team braucht Verstärkung. Sie sind jung,
dynamisch, sprachgewandt und wollen Ihren eigenen, persönlichen
Beitrag leisten - dann sind Sie richtig. Wir suchen für Beginn
Dezember in Saison- oder Jahresstelle noch folgende Mitarbeiter:**Night-Auditor d/e/f + EDV-Erfahrung****Concierge/tournant d/f/e****Réceptionist/in d/f/e****Mitarbeiterkoch****Commis Sommelier d/f/e**Georges Ambühl, Direktor, freut sich über Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen.Grand Hotel Bellevue & SPA *****
CH-3780 Gstaad ■ Tel. +41 (0)33 748 00 00 ■ Fax +41 (0)33 748 00 01
sekretariat@bellevue-gstaad.ch ■ www.bellevue-gstaad.ch

Hotel des Jahres 2003

157982

**Personalberatung
Margret Otterbach****- 1. Gouvernante /
Hauswirtschaftsleiterin**Wir suchen im Tagesdienst qualifizierte
Fachfrau für die Leitung der Hauswirtschaft
(ca. 30-35 Mitarbeiter/innen) einer grossen
Personalverpflegung. Alter 35-50 J.**- Köche/Jungsköche m/w
für gepflegte à la carte-Restaurants, BS/BL****- Servicemitarbeiter m/w****- Réceptionist/in D.E.F**
4* Hotels suchen versierte Mitarbeiter/innen
mit guter Hotelrezeptions- und PC-Praxis.Gerne gibt Ihnen Frau Otterbach telefonisch
weitere Info's oder senden Sie uns Ihre
Bewerbungsunterlagen.

Tel.: 061 / 313 40 11

PMO GmbH

St. Alban-Anlage 64, 4052 Basel
E-Mail: m.ottbach@pmo-personal.ch
www.pmo-personal.ch

157984

**Restaurant
zum
goldenen Ochsen
Olten****Unser Team braucht Verstärkung
in Olten**Zur Unterstützung unseres Service-
Teams suchen wir per sofort oder nach
Absprache eine**Servicefachangestellte oder
einen Kellner**

CH oder mit Bewilligung B+C

Unser Restaurant hat einen sehr gepfleg-
ten Service sowie eine feine Marktküche
und dazu einen sehr anspruchsvollen
Weinkeller.Was Sie von uns erwarten können,
ein junges aufgestelltes Team**Sonntag und Montag frei**Wir freuen uns schon jetzt darauf, wenn
Sie mit uns Kontakt aufnehmen.
Peter OeschRestaurant zum goldenen Ochsen, Olten
oder rufen Sie uns einfach an:Fon: 062 212 19 35
E-Mail: oesch@olten.ch
www.ochsen-olten.ch

157989/247472

HOTEL *Elite* GARNI

ZERMATT ***

COUNTRY BAR

Wir suchen junge, engagierte Mitarbeiterinnen:

Für unsere ***Hotel Elite Garni, ab 25. 11. 2003 oder nach
Übereinkunft**1 Réceptionist/Hotelsekretärin**Für unser Country-Bar, ab 1. 12. 2003 oder nach Über-
einkunft**1 Anfangs-Barserviertochter**Sind Sie sprachkundig, lieben selbständiges Arbeiten
sowie den Kontakt mit internationalen Gästen?Dann sind Sie bei uns richtig und wir freuen uns auf Ihren
Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.Direktion Familie Grand-Julen
Hotel Elite und Country Bar
CH-3920 Zermatt

Tel. 0041 (0)27 967 31 74

157738/39020



Lust auf ...

ein junges, dynamisches Team, geregelte
Arbeitszeit in einem Tages-Betrieb, eine
topmoderne Küche und Gäste-Kontakt?

Lust auf ...

das Carving Paradies Savognin im Winter
2002/03 und Mitarbeit als**Koch / Köchin
Hilfskoch / Hilfsköchin**

Lust auf ...

ein Zimmer im Tal und Gratis-Benützung
der Bergbahnen in Savognin

Lust auf ...

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen
Unterlagen hat

Beat Lüscher

**Bergrestaurant
Tignas**

CH-7460 Savognin

www.savogninbergbahnen.ch

157971



SORELL HOTELS

Als expandierende Hotelkette beschäftigen wir in 7 Hotels in Zürich,
Wetzikon, Bern und Schaffhausen über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
Wir haben Entspannung und Gaumenfreuden zu bieten: Im stilvollen ***-Komfort
verwöhnen wir unsere Gäste mit Speisen aus frischen Produkten und einem her-
lichen Service.**ALS CHEF PÂTISSIER (M/W)**

SIND SIE FÜR UNS DER ZUCKER IN DER TORTE!

Deshalb suchen wir Sie zur Ergänzung des eingespielten Teams in unserem

HOTEL ZÜRICHBERG IN ZÜRICH

PER 01. NOVEMBER 2003.

IHR JOB:Sie verwöhnen unsere Gäste mit schmackhaften Kreationen, lieben die
Arbeit mit frischen und saisonalen Produkten, halten dabei die
Hygienevorschriften ein und arbeiten umsichtig im Team. Ihre Fachkenntnisse
verbinden Sie mit Fantasie und schätzen eine gesunde Portion an
Selbstständigkeit.**IHR PROFIL:**Sie bringen nebst einer abgeschlossenen Berufsausbildung auch Praxis,
Teamgeist, Flexibilität, innovatives Denken und Freude an der Gastronomie mit.
Es ist für Sie eine Herausforderung, Ihre Ideen im Team umzusetzen. Ihr Sinn für
Humor und Ihre Umgänglichkeit ermöglichen es Ihnen, in hektischen Zeiten nicht
den Kopf zu verlieren.**IHR PROFIT:**Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem lebhaften
Hotelbetrieb, fünf Wochen Ferien, faire und partnerschaftliche Anstellungs-
bedingungen, zeitgemässe Entlohnung und fortschrittliche Sozialleistungen.Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennenlernen! Ihre
schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an: Frau Angela Tauro, Leiterin
Personaldienst, Mühlebachstrasse 86, Postfach, 8032 Zürich.

157977

SORELL HOTELS • MÜHLEBACHSTRASSE 86 • POSTFACH
CH-8032 ZÜRICH • FON +41 1 388 35 35
INFO@SORELLHOTELS.COM • WWW.SORELLHOTELS.COM
HOTELS DER ZFV-UNTERNEHMUNGEN

HOTEL ASCOT

★★★★

Für unser Superior First Class Hotel mit 74 Zimmern und Suiten im Ge-
schäftszentrum von Zürich suchen wir ab 1. Dezember 2003 zur Ergänzung
unseres Kaderteams einen qualifizierten, ausgebildeten und belastbaren**STV. CHEF DE RECEPTION w/m**Sie sind eine initiative Persönlichkeit mit Unternehmungsgeist, Ausbildung in der
Hotellerie oder Hotelfachschulabschluss, mehrjähriger Erfahrung im Front-
und Backofficebereich und Sprachkenntnissen in Deutsch, Englisch und Franzö-
sisch. Sie verfügen über fundierte Kenntnisse der internationalen Reser-
vationssysteme, welche Sie in Zukunft selbstständig betreuen. Einer motivierten
und kompetenten Persönlichkeit mit einem Flair für Zahlen und administrative
Abläufe, Ausstrahlung und Auftreten, bieten wir eine Position, die Ihrer Kar-
riere den entscheidenden Impuls geben wird.Bitte kontaktieren Sie uns in der von Ihnen bevorzugten Form. Wir freuen uns
auf Ihre Bewerbung.Hotel Ascot
Gregor Beck
Tessinerplatz 9
8002 Zürich
Telefon 01 208 14 41
E-Mail: beck@ascot.ch
<http://www.ascot.ch>

157958/39837

Stellenangebote



SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



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

CHEF PÂTISSIER

Sie sind eine teamfähige, belastbare Persönlichkeit mit Berufserfahrung und eigenen Ideen? Ihre hohen Ansprüche und die Konstanz an die Qualität verbinden Sie mit der Fähigkeit, kreative, neue Akzente zu setzen.

Haben wir Ihr Interesse für eine längerfristige, zukunftsorientierte Herausforderung geweckt?

Frau Esther Unruh freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

**PALACE
LUZERN**
★★★★★

6002 LUZERN - HALDENSTRASSE 10 - PERSONALBÜRO TEL. + 41 41 416 10 04
e.unruh@palace-luzern.ch - www.palace-luzern.com

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

**HOTEL
MONT CERVIN
UND RESIDENCE**

Alles überragend wie das Matterhorn.
Als Mitglied der Leading Hotels of the World vereint das «Mont Cervin» beste Schweizer Hoteltradition mit dem Komfort eines modernen Luxushotels. Höchste Anforderungen machen eine der ersten Adressen Zermatts zur besten Referenz für Ihre weitere Karriere.

Für die Wintersaison 2003/04 suchen wir ab Ende November / Mitte Dezember folgende Mitarbeiter/innen

Réceptions-/Reservationssekretär/in
D/E/F mündlich/schriftlich - mit Berufserfahrung und guten EDV-Kenntnissen

**Chef de partie
Commis de cuisine**

**2. Barman D/E/F, verkaufsorientiert
Commis de bar m/w sprachkundig**

**Oberkellner Tournant D/E/F, mit Berufserfahrung
Chef / Demi-chef de rang m/w D/E/F
Commis de rang m/w sprachkundig**

**Servicemitarbeiter/in D/E/F, mit A-la-carte-Erfahrung
für unser Restaurant à la carte «Le Cervin Grill»**

Fühlen Sie sich angesprochen und haben Sie Interesse an einer spannenden Wintersaison in einem exklusiven Ferienort? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an:

Seiler Hotels Zermatt AG
Daniela Sailer, Personalbüro
3920 Zermatt
Tel.: 027 966 87 54, Fax: 027 966 87 57
E-Mail: ds@seiler-zermatt.ch
Website: www.zermatt.ch/montcervin

**SEILER HOTELS
ZERMATT**

WIDDER HOTEL

das widder hotel - your destination. moderne architektur in 8 historischen altstadthäusern. für das widder restaurant, die bankettabteilung sowie für die bar suchen wir nach vereinbarung qualifizierte und frontorientierte teamplayer als

**widder bar-mitarbeiter/innen
service-mitarbeiter/innen**

welche mit freude und charme unsere anspruchsvollen internationalen gäste verwöhnen. sie haben berufserfahrung und kommunizieren auch gerne in englisch. wir freuen uns auf ihre bewerbung mit foto. fragen beantwortet ihnen frau isabelle schiegg, leiterin human resources, auch gerne telefonisch.

widder hotel, rennweg 7, 8001 zürich
tel. 01 224 25 26, fax 01 224 24 24
administration@widderhotel.ch / www.widderhotel.ch/karriere



**Das Bellevue Palace Hotel in Bern
verbindet moderne, zeitgemässe Fünfsterhotellerie
mit nostalgischem Charme.**

**Ein Arbeitsplatz, der viel von Ihnen fordert, aber auch viel vermittelt.
Eine Chance für Sie!**

Nach Vereinbarung suchen wir einen

CHEF DE SERVICE

Sie sind eine begeisterungsfähige und engagierte Gastgeberpersönlichkeit, die ihr Team fachkundig führt.

Erfahrung in ähnlicher Position sowie gute kommunikative Fähigkeiten in Deutsch, Französisch und Englisch sind Voraussetzung für Ihren Erfolg in dieser anspruchsvollen Kaderfunktion.

Frau Simone Licari-Tobler freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet erste Fragen gerne telefonisch.
Telefon 031 320 45 45.

**HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN ★★★★★**

Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43

Notre référence pour l'avenir

Nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir

**ATTACHE(E) COMMERCIAL(E)
ASSISTANT(E) BANQUETS
ET MANIFESTATIONS
CHEF STEWART**

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous avez le sens de l'accueil et du service personnalisé et êtes soucieux(euse) de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre métier.

Nous vous offrons une activité diversifiée, propice à un développement professionnel, une politique de formation continue adaptée à la fonction, un cadre de travail prestigieux dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Les offres manuscrites accompagnées des documents usuels sont à adresser à:

**Madame Marie-Laure Stauffacher
Directrice des Ressources Humaines
Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne
Fax 021 613 33 20, E-mail: personnel@brp.ch**

**BEAU-RIVAGE PALACE
LAUSANNE-OUCHY - TEL. 021 613 33 33**

KULM HOTEL ST. MORITZ

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

Loge: Telefonistin (Swisscom- oder Hotelerfahrung)

Etage: Hausdamenassistentin
Zimmermädchen
Etagenportier

Economat/Office: Office-Gouvernante
Kaffeeköchin/Economat-hilfe

Fitness/Beauty: Fitnesstrainerin (D, E)
Coiffeuse (D, E)

Diverse: Kindergärtnerin (D, E, I)

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

Servicefachangestellte (D, E)

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

Personalbüro, CH-7500 St. Moritz
Tel. 081 836 80 00, Fax 081 836 80 01
e-mail: info@kulmhotel-stmoritz.ch

WELCOME
TO ONE OF EUROPE'S TOP RESORT HOTELS

**EIN AUSSERGEWÖHNLICHES HOTEL
BIETET EINZIGARTIGE CHANCEN!**

Für die Wintersaison 2003/04 suchen wir eine

RESPONSABLE BEAUTE

• Sie lieben Ihren Beruf und wollen unsere anspruchsvollen Gäste mit vitalisierenden Schönheits- und Erholungsbehandlungen verwöhnen?
• Sie besitzen eine Ausbildung als Kosmetikerin und haben sich vielleicht sogar noch in anderen Bereichen weitergebildet?
• Endermologie, Hydromassage und Ozondufte sind keine Fremdwörter für Sie?
• Sie verfügen über das Fachwissen, die Professionalität sowie das notwendige Fingerspitzengefühl, um die Beratung und den Verkauf von hochwertigen kosmetischen Produkten zu organisieren?
• Sie haben bereits Erfahrung in der 5*-Hotellerie gesammelt?
• Darüber hinaus sprechen Sie fließend Deutsch, Französisch und können sich auch auf Englisch unterhalten?

Wenn Sie alle Fragen mit einem eindeutigen «JA» beantworten können, freuen wir 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 www.palace.ch

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Service de placement express

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

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
7524	Alleinkoch	52	CH	n. Ver.	D/F/I	Bern/BE-Oberl.	
7532	Hilfskoch	32	PT	L-EG	sofort	D/E	
7534	Koch	19	IT	C	sofort	D/I	
7536	Jungkoch	19	CH	sofort	D/E/F	AG/ZH/SO/BS	
7540	Hilfskoch	31	PT	C	sofort	D/E/I	TG/ZH/SG/LU/TI
7545	Koch	22	CH	Okt.	D/E	Ost-CH/3-4* Hotel	
7554	Küchelf./Alleinkoch	56	CH	Dez.	D/E/F/I	TI/GR	
7556	Küchenchef	42	AT	B	n. Ver.	D/E	Hotel/Bergrest.
7557	Sous-chef/Küch.-chef	36	CH	Nov.	D/E/F	Ost-CH/Spital/Heim	
7559	Chef de partie	42	DE	L-EG	Okt.	D/E/F/I	
7560	Koch	21	CH	n. Ver.	D/E/F	West-CH	
7561	Sous-chef	36	CH	sofort	D/E	Kantine, Spital, Heim	
7562	Sous-chef	36	CH/USA	sofort	D/E	Kantine, Spital, Heim	
7569	Chef de partie/Sous-chef	40	DE	L-EG	Dez.	D	Skigebiet/zus.m.7568
7571	Allk./Küch.-chef	35	IT	L	Nov.	D/E/F/I	FL/Rheintal
7575	Küchelf./Allk.	34	DE	C	Nov.	D/E	Zentral-CH/ZH
7576	Koch	19	CH	n. Ver.	D/E		
7581	Küchelf./Sous-chef	55	DE	C	n. Ver.	D/E/F/I	ZH/TG/SG/SH
7582	Küchelf./Betriebsleiter	39	AT	B-EG	n. Ver.	D/E/F	zus.m.7583
7585	Koch/Sous-chef	33	DE	L-EG	sofort	D/E/I	TI/GR

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

7

8

1

2

3

4

5

6

Lenzerheide Bergbahnen Danis Stätz

WILLKOMMEN IM SKIGEBIET LENZERHEIDE-VALBELLA

Für unsere Bergrestaurants **Alp Lavoz** und **Alp Stätz** suchen wir zur Ergänzung der Teams für die Wintersaison 2003/04 in Saisonanstellung folgende aufgestellte Mitarbeitende:

Küchenchef, Sous-Chef, Koch, Jungkoch, Hilfskoch

Chef de Service, ServicemitarbeiterInnen, Commis de Service

Buffet-, Kassen- und KioskmitarbeiterInnen

Lagerist und Allrounder

Wir erwarten

- Freundlichkeit und Flexibilität
- Spass am Umgang mit Menschen
- Teamfähigkeit
- Selbstständigkeit und Verantwortungsbewusstsein
- Skifahren oder Snowboarden

Wir bieten

- gratis Skiabonnement
- oftmals freie Abendzeiten
- viel Abwechslung und viele Kontakte
- ein gesundes und zukunftsweisendes Unternehmensumfeld

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen unter folgender Kontaktadresse:

LENZERHEIDE BERGBAHNEN
DANIS STÄTZ AG
Brigitte Bertscher
CH-7078 Lenzerheide
☎ 081 385 18 88
e-mail: brigitte.bertscher@danisstaetz.ch

Lenzerheide Valbella SPORTS UNLIMITED

mitarbeiten - mitgestalten

Hotel 1. Klasse sucht zur Ergänzung des Teams für die Wintersaison 2003/2004 (ca. Anfang Dezember 2003 bis ca. Mitte April 2004) mit der Möglichkeit für die folgende Sommersaison:

Service:

Servicfachangestellte/Kellner
à-la-carte-kundig

Küche:

Sous-chef/Saucier

Chef de Partie

Commis de Cuisine

Vielseitiges Angebot mit Einblick in die Vollwertküche

Bar:

Barmaid

Tanz-Bar mit Live-Musik, selbstständige Arbeit

Hauswirtschaft:

Hotelfachassistentin

Tourant für Etage, Buffet und

Service sowie Ablöse der

Gouvernante

Kinderland:

Praktikantin/Kinderbetreuerin

zur Unterstützung der Leiterin

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an: Herrn Thomas Vogt persönlich.



Hotel VALBELLA INN
CH-7077 Valbella-Lenzerheide
Telefon 081 384 36 36 www.valbellainn.ch
Telefax 081 384 40 04 hotel@valbellainn.ch
Familie Th. und R. Vogt, Direktion

HOTEL JUNGFRAU 3984 Fiescheralp Wallis / Schweiz

Wir suchen für unser Hotel/Restaurant mitten im Skigebiet auf die kommende Wintersaison:

**Küchenchef
Jungkoch
Pizzaiolo (Holzkohle)
Serviceangestellte
Küchenhilfe**

Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Dagmar Furrer
Tel 0041 (0)27 971 1988
Fax 0041 (0)27 971 3202

hotel-jungfrau@rhone.ch
www.hotel-jungfrau.ch

157961/11045



Zermatt -

einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen bietet für Berg- und Schneebegeisterte mit seinen zahlreichen Freizeitaktivitäten den idealen Ort für eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4****-Romantik-Hotel Julien 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:

Commis de cuisine

Service:

Chef de rang
in Jahresstellung

Eintritt per 1. November

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf an folgende Adresse:

Romantik Hotel Julien
Familie Daniela und Paul Julien

CH-3920 Zermatt

Telefon +41-27-966 78 00

Telefax +41-27-966 76 76

Internet: www.julien.com

E-Mail: info@julien.com

157871/39110

Für die Wintersaison suche ich für unsere Bergrestaurants noch dass folgende qualifizierte Personal:

Küche:

**Küchenchef
Köche**

Service:

**Chef de Rang
Kellner**

Gerne würde ich die Interessenten bei einem Gespräch kennen lernen.

Startgelder Gastrobetriebe
U. Grand, Geschäftsführer
Postfach
7017 Flims-Dorf
Tel. 081 911 58 48
oder 079 689 90 81



DIE ALPENARENA



Restaurant
Schlüssel *** Mels
Tel. 0041 81 723 12 38

Sonntag und Montag geschlossen

Wir suchen in junges Team

ab sofort

**Jungköchin
oder Koch**

Auf Ihren Anruf freut sich
Familie Kalberer-Wachter
Telefon 0041 81 723 12 38
Fax 081 723 71 33

158005/141623



In **Wengen** an schönster Aussichtslage im Berner Oberland.
3*Hotel mit 33 Zimmern, 63 Betten und 14 Mitarbeiter/Innen.

Auf die kommende Wintersaison, ab 17. Dezember 2003, suchen wir Sie als unsere neuen Mitarbeiter. Wir freuen uns mit Ihnen auf eine erfolgreiche Wintersaison und darauf, dass Sie in Ihrer Freizeit die Naturschönheiten der Jungfrau-Region kennen lernen und geniessen können (Skifahren/Snowboarden usw.).

Wir suchen:

- sportliche, temperamentvolle Sprachtalente (Deutsch Muttersprache, Englisch, Französisch und wenn möglich Italienisch) als

Réceptionistin und Réceptionspraktikantin
(auch Anfangsreceptionistin) für den Empfang und mit Serviceerfahrung zur Mithilfe im Abendservice und

**Servicemitarbeiterin und
Servicepraktikantin**

für den Speisesaal für Frühstück und den Abendservice (kein à-la carte).

«Allrounder»

(Handwerker/Portier/Officemitarbeiter) flexibel, belastbar, vielseitig und handwerklich begabt, sowie mit Deutsch- und Englischkenntnissen und Fahrausweis. Arbeitsbereich: Gästempfang, Transport, Reinigungsarbeiten, Mithilfe in Küche und Office.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Bellevue Wengen
Judith & Andreas Engli, 3823 Wengen
Tel. 033 856 66 55, Fax 033 856 66 44
info@bellevue-wengen.ch www.bellevue-wengen.ch

157926/37621

seminar- und businesshotel CONTINENTAL BIENNE

Wir suchen auf Vereinbarung

Servicfachmitarbeiter/in
für den Frühstücksservice

Sie sind kein «Morgenmuffel»

- Geregelte Arbeitszeiten von 5.30-13.30 Uhr
- 5-Tage-Woche
- Marktgerechte Entlohnung
- Jahresbeurteilung für EU-Bürger vorhanden
- Zimmer im Hotel zur Verfügung.

Sie sind gepflegt, speditiv, haben eine schnelle Auffassungsgabe und Ihre Muttersprache ist Deutsch oder Französisch. Sind motorisiert. Parkplatz vorhanden.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie Ihre Bewerbung an Hotel Continental, Adrian Zumofen, Aarbergstrasse 29, 2503 Biel
E-Mail: info@continental-bienne.ch
Internet: www.continental-bienne.ch

157868/4901

Hotel & Therme Vals

Das Hotel mit der einzigartigen Therme an einem einzigartigen Ort.
Hier suchen wir qualifizierte Mitarbeiter/innen.

Im Restaurant:

**Servicemitarbeiter/in
Hallenmitarbeiter/in
Buffetmitarbeiter/in
Officemitarbeiterin**

In der Küche:

**Chef de partie
Chef Pâtissier
Saladier**

Auf der Etage:

**Portier
Zimmerfrau**

In der Therme:

**Chef Badreinigung
(Nachtarbeit)
Chef Bademeister
Disponent/in 50 %**

Im Bergrestaurant Gadastatt:
**Hilfskoch
Allrounder/in**

Die Wintersaison dauert vom 13. Dezember 2003 bis 12. April 2004. Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit einem Foto oder rufen Sie uns einfach an. Wenn Sie Vals noch nicht kennen, schicken wir Ihnen gerne Informationen und Prospekte oder Sie werfen einen Blick auf:
www.therme-vals.ch

Wir freuen uns auf Sie.
Sonja Dietrich
Therme Vals, 7132 Vals
Telefon 081 926 89 92
Fax 081 926 80 00
E-Mail: sonjadietrich@therme-vals.ch

157983



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

Zur Ergänzung unseres Empfangs- und Reservationsteams suchen wir eine/n:

Mitarbeiter/in Réception/Reservation

Für diese vielseitige und interessante Aufgabe stellen wir uns eine kompetente, freundliche und teamfähige Persönlichkeit vor, welche Erfahrung im Bereich Frontoffice mitbringt. Gute Fido- sowie Englisch- und Französischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen in einem lebhaften Umfeld mit grossem Entwicklungspotential eine interessante Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsklima mit attraktiven Mitarbeiter-Vergünstigungen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Claudia Zwahlen, Leiterin Personal, Tel. +41 81 825 50 20, claudia.zwahlen@shp.ch

SWISS HOLIDAY PARK
Immer ein Erlebnis

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

157988/384837



Wir suchen

ServicemitarbeiterIn Lounge

(80%–100%, nachts)

Bar-/ServicemitarbeiterIn Pelikanbar

(80%–100%, nachts)

Bist du zwischen 25 und 35 Jahre alt, flink, sprichst fließend Schweizerdeutsch und hast solide Berufserfahrung?

Dann sende deine vollständigen Unterlagen mit Foto an:

Jacqueline Baumann
Kaufleuten Restaurants
Pelikanstrasse 18, 8001 Zürich

158004/99201



Lust ab sofort neue Wege zu gehen...?

Für unsere Neubaueröffnung mit dem Restaurant Alexander, Bar, 2-stöckiger Lounge und dem Seeburgsaal mit spektakulärer Aussicht suchen wir ab sofort

Seminar- und BankettkoordinatorIn

der/die es versteht unsere Räumlichkeiten zu verkaufen

Chef de Service

dem/der das Wohl unserer Gäste am Herzen liegt

Servicefachangestellte/r

welche Ideen dem Gast schmackhaft machen...

Sie sind motiviert und haben Spass am Umgang mit Gästen?
Behalten auch in stressigen Situationen den Überblick?
Dann sind Sie bei uns genau richtig! Werden Sie ein Teil von uns!

Auf Ihre Bewerbung freut sich Simon Brun, Leiterin Administration

Hotel Seeburg, Seeburgstrasse 61, 6006 Luzern
Tel. 041 375 55 55, Fax 041 375 55 50, mail@hotelseeburg.ch

157983/23329

Berghaus Schifer, 7249 Serneus
Tel. 081/332 15 33, Fax 081/332 42 33

**Lust auf Winter???**

Wir suchen für die kommende Wintersaison im Skigebiet von Klosters/Davos noch folgende Mitarbeiter zur Ergänzung unseres Teams:

**Koch/Köchin
Servicemitarbeiter/in**

Unser Haus liegt mitten im Skigebiet und bietet nebst einem gemütlichen Restaurant, einer grossen Sonnenterrasse und einer trendigen Schneebau auch Übernachtungsmöglichkeiten für bis zu 70 Personen.

Wir suchen junge und aufgestellte Mitarbeiter, welche mit Freude und Elan in unserem Team mitarbeiten.

Interessiert? Dann sende uns deine Bewerbung an:
Berghaus Schifer, Barbara Maissen und Thomas Urben,
7249 Serneus, oder ruf uns an unter Tel. 081 332 15 33.

157981/427934

Hotel Bern

Zeughausgasse 9, CH-3011 Bern

Für unseren hektischen Stadtbetrieb suchen wir nach Übereinkunft in Jahresstelle einen

**Chef pâtissier
Commis pâtissier**

Sind Sie «schwungvoll, kreativ und herzlich», dann sind Sie genau die richtige Person zur Ergänzung unseres jungen Küchen-Teams!

Emil Bolli, eidg. dipl. Küchenchef, freut sich auf Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

PS: Virtuell heissen wir Sie heute schon ganz herzlich willkommen: www.hotelbern.ch

HOTEL BERN, Herr Peter Schiltknecht
Zeughausgasse 9, 3011 Bern

Hotel Continental

Zeughausgasse 27, CH-3011 Bern

157793/4693

Trend Hotel
Eckwatt

Qualität heisst heute auch wieder flexible Einsatzbereitschaft, Motivation, Unternehmenseinstellung, Disziplin und Wille. Helfen Sie uns, qualitätsorientiert zu bleiben?

Saucier & Junior-Sous-chef
ServicemitarbeiterIn à la carte
RéceptionistIn mit Fidelioerfahrung

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Kontakt:
Roger Gloor, Trendhotel AG
8105 Zürich-Regensdorf, 01 / 870 88 88
email gloor@trend-hotel.ch

157887/02001

Die Gastronomiebetriebe der Bergbahnen Disentis 3000
suchen auf die Saison 2003/04 einen/eine

Koch / Köchin

Sie bringen die entsprechende Ausbildung oder Erfahrung mit, vorzugsweise in der Berggastronomie und können skifahren. Sie sind bereit, selbstständig und zuverlässig zu arbeiten, haben ein Flair für den Umgang mit den Gästen und verfügen über die für einen saisonalen Betrieb notwendige Flexibilität.

Wir bieten Ihnen eine spannende Arbeit und zeitgemässe Entlohnungs- und Anstellungsbedingungen in einem kleinen und motivierten Team.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Wenn Sie zusätzliche telefonische Auskünfte wünschen, verlangen Sie bitte Herrn Kreiliger.

Tel. 081 920 30 40

Bergbahnen Disentis 3000

Via Auletta 2

7180 Disentis

www.disentis3000.ch

157848

HUBLI'S

LANDHAUS
L'OASIS DU GOURMET PRÈS DE DAVOS

Für unser Hotel-Restaurant suchen wir auf kommende Wintersaison folgende Mitarbeiter

Saucier Sous Chef
Chef de Partie

Unser Restaurant mit 16 Gault-Millaut-Punkten und einem Stern im Guide Michelin bietet Ihnen einen anspruchsvollen und abwechslungsreichen Arbeitsplatz. Haben Sie in ähnlichem Betrieb schon gearbeitet und möchten Sie sich weiterbilden, erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung oder telefonieren Sie für einen Vorstellungstermin.

Felix Hubli
Hotel Hubli's Landhaus
7265 Davos-Laret
Tel. 081 417 10 10

157967/16171

SVIZZERA ITALIANA**HOTEL ALBERGO
Brocco e Posta**

6565 San Bernardino

sucht für Wintersaison 2003/2004 noch folgende Mitarbeiter:

KÜCHE: **Koch (Chef de partie)**
Küchenbursche

SAAL: **Kellner für Restaurant/Bar**
Serviertochter

ETAGE: **Zimmermädchen**
Hilfzimmermädchen
Hausbursche

Offerten mit Zeugniskopien und Foto an die Direktion,
Tel. 091 832 11 05/Fax 091 832 13 42
E-Mail: brocco-e-posta@bluewin.ch

157923/30376

Importante ristorante a Lugano cerca

Chef de salle

per data da convenire.

Chiffre 158001 an hotel+tourismus@revue, Postfach, 3001 Bern.

158001/427938

**RISTORANTE
Al Parco**

Per il potenziamento della nostra brigata
cerchiamo per data da convenire

**CAMERIERE/A
A ORE E TEMPO PIENO**

Conoscenza della lingua tedesca
indispensabile

Inviare offerte scritte corredate di Curriculum
Vitae e certificati a:

Residenza Al Parco - All'att. Signor V. Salvi
Via San Gottardo 8, 6600 Muraltio-Locarno
Tel. 091 759.12.60

157928

157990/34045



Club Hotel Tirreno
642 Betten
Cala Liberotto, I-08028 Orosei / NU
Sardinien/Italien

Erfolg heisst bei uns: mit Spass und guter Laune unsere Gäste zu verwöhnen.

Wir brauchen folgende engagierte Mitarbeiter, damit wir unsere Zielsetzungen zusammen erreichen.

Für die Saison 2004

Rezeptionist/innen mit Erfahrung in Front & Backoffice

Sprachen Italienisch, Deutsch & Französisch von Vorteil
Eintritt ab 1.03. bis ca. 31.10.04

Saucier für unser à la carte Restaurant

Vorteil mit Erfahrung in der Italienischen – Küche
Eintritt ca. 15.04.–31.10.04

Chef Pâtisserie m. oder w. mit Erfahrung

Eintritt ab 22.03.–bis ca. 31.10.04

Top Cocktail Barmann/-maid für unsere Bar's

Sprachen Italienisch & Deutsch von Vorteil
Eintritt ab 15.03.–31.10.04

Praktikanten/-innen für folgende Abteilungen

Küche, Bar, Restaurant, à la Carte Rest.
Hauswirtschaft und Rezeption.
Eintritt nach Übereinkunft

Reisekostenanteil wird vom Hotel gestellt.

Es erwartet Sie ein gut eingeführter Club-Betrieb mit einem jungen und dynamischen Team.

Reizt Sie dieses Angebot? Dann bitten wir Sie, uns Ihre vollständige Bewerbung mit Foto per Fax, per E-Mail oder per Briefpost zuzustellen.

Sr. Peter Gätzl, General Manager
Club Hotel Tirreno
Cala Liberotto, I-08024 Orosei / NU
Sardinien / Italien
Tel. ++39 / 0784 – 990.650 oder 656
Fax ++39 / 0784 – 91132
E-Mail gatzl@tiscalinet.it oder clubhotel Tirreno@tiscalinet.it

Für unser Sport- + Animations- Team suchen wir gute Gästebetreuer die offen, kontaktfreudig, flexibel, belastbar und lieber Teil eines Teams, als einsame Einzelkämpfer sind.

Für weitere Fragen und für direkte Zusendung von Bewerbungsunterlagen setzen Sie sich mit unserer Zentrale in Verbindung:

Euro AktivTeam:
Tel: ++41 / 33 – 744.87.53 Fax: ++41 / 33 – 744.87.54
E-Mail euroteam@datacomm.ch

157921/401407

www.horestoch.ch

Stellengesuche u. -angebote
Offres et demandes d'emploi
Tel: 01 721 19 47

157998

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

148961/403443

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für **qualifiziertes Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09

134300/401646



Hotelservice Portugal
– Vermittlung – Selektion – Platzierung –
Tel. 00351 255 425 067/00351 917 777 672
Fax: 00351 255 425 053
Our e-mails is: hotelservice@clix.pt

157930/405489



157932/95036

Cool Jobs in Flumserberg

Saison- und Jahresstellen
Keine Vermittlungsgebühren
Alle Infos unter:
www.flumserberg.com
Link „Jobs“ auf Startseite
oder Tel. ++41 (0)81 733 11 22



DOMINO GASTRO

Wir 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. *Arosa* .com
Stellenbörse von Arosa

157660



human resources management

Schweiz

www.myswitzerland.com

Wir betreuen als Arbeitgeber und Vermittler von Zürich aus die ganze Schweiz für Temporärstellen, Try&Hire und Feststellen; internationale Stellen auf Anfrage.

Feststellen

in den unterschiedlichsten Regionen der Schweiz

Graubünden: Réceptionist, Gouvernante, Hôfa, Servicefachangestellte, Chef de partie, Küchenchef, Sous chef, Chef de service.
Ostschweiz: Réceptionist, Geschäftsführer, Restaurantleiterin, Sous chef, Chef de partie.
Zürich: Personalberaterin, Küchenchef, Chef Pâtissier, Sous chef, Chef de partie, Commis de cuisine, Pizzaiolo, Kellnerin.
Basel: Betriebsleiterin, Bankkassier, Servicefachangestellte, Réceptionist, Chef de partie, Jungkoch.
Zentralschweiz: Sales Manager, Küchenchef, Sous chef, Chef de partie, Commis de cuisine, Servicefachangestellte.
Tessin: Sous chef, Chef de partie, Commis de cuisine, Kellnerin.
Schweizer Mittelland: Sales Manager, Réceptionist, Chef de service, Servicefachangestellte, Küchenchef, Sous chef, Chef Pâtissier, Chef de partie, Commis de cuisine, Jungkoch.
Freiburg, Neuenburg, Jura: Chef de service, Chef de partie, Commis de cuisine, Servicemitarbeiter.

Temporär

St. Gallen, Zürich, Luzern, Bern, Basel, Lausanne

Hotellerie Schichtdienst: Produktionsmitarbeiter.
Hotellerie Teildienst: Commis de cuisine, Kellnerin, Chef de partie.
Events ganze Schweiz: Koordinator, Team Leader, Koch, Kellnerin.
Gastronomie Produktionsbetrieb: Chef de partie, Jungkoch.
Gastronomie Tagesbetrieb: Hostesse, Chef de partie, Jungkoch.
Gastronomie Teildienst: Koch, Kellnerin, Barkeeper.

Weitere Stellenangebote

unter Jobs-online auf

www.hotelstaff.com

Unser Standort

Nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich

www.zuerich.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Tourismus, Catering und Events

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

158011

Saisonjobs und Lebensjob.

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

STELLENGESUCHE

Meine Tochter, Koch/Servicefachlehre, 25-j., sucht für den Wiedereinstieg nach 18 Monaten Berufsaufenthalt in Kanada attraktive Saisonstelle

Service/ Berggastronomie/Bar

vorzugsweise GR. Gute Wohnbedingungen sind Voraussetzung.

Erstkontakt über Eltern unter:
Fax 052 728 99 01 (G)
Tel. 052 721 82 19 (P)

157972/406882

Schweizer Ehepaar (50+) sucht

geschäftsführende Funktion

und aktive Mitarbeit in einem mittleren Hotelbetrieb, welcher für sanitären und naturbezogenen Tourismus steht (keine Pacht). Erfahrung in Hotel-Marketing und -Finanzen (FH), nebst F&B-Funktionen sind selbstverständlich. Interessante Geschäftsbeziehungen aus eigenen Aktivitäten können eingebracht werden. Eintritt auf Nov./Dez. 2003 möglich.

Kontaktnahme bitte unter Chiffre 157725 an hotel + tourismusrevue, Postfach, 3001 Bern.

157725/384482

Männer und Frauen aus Polen suchen Arbeit für ein paar Monate im Jahr.

Tel. 079 437 05 02

157618/427419

Réceptionist

Kauffrau, Schweizerin, 28 J., in der Hotellerie/Touristik ausgebildet, wünscht sich, Ihre Gäste an der Front zu betreuen. D. E. F. I., sämtliche administrativen Tätigkeiten, Verkauf...

Ich bin absolut flexibel und freue mich auch auf andere Aufgaben (z.B. Frühstücksservice).

Äusserst motiviert, brenne ich darauf, Sie kennen zu lernen! Neugierig?

Miranda Niedermann
079 425 62 77, 071-947 15 20,
mirandaniedermann@yahoo.de

158003/383367

Schweizer, 32-j.

Restaurationsleiter, eidg. FA

mit Erfahrung in gehobener Gastronomie/Hotellerie, Ausbildung als Gastronomie-Betriebsleiter, sucht ab Dezember 2003 eine neue Herausforderung. Saison- oder Jahresstelle in Bar, Restaurant oder Hotel. Zuschriften unter Chiffre 157969 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

157969/422016

IMAGE

www.gastro-s.ch
gastro S Haus Howald
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

WIRTEPRÜFUNG!

- ✗ Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Leitung.
- ✗ Führung. Interessiert?
- ✗ Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____

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:
- Kaderangebote / annonces cadres
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi:
- Stellengesuche / Demandes d'emploi:
- Zuschlag Aufschaltung Internet

Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgab	Nr. 39/2003	Nr. 40/2003
– Erscheint	25. 9. 2003	2. 10. 2003
– Anzeigenschluss	22. 9. 12.00	29. 9. 12.00
– Wiederholungen	22. 9. 12.00	29. 9. 12.00

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie 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.