

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 111 (2003)  
**Heft:** 39

## 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>**



**RUDY BAUR** / In Südfrankreich betreibt er ein Hotel für anspruchsvolle Gäste, die auch familiäres Ambiente suchen. **SEITE 2**



**NEUE KOOPERATION** / Die 70 «Top Swiss Hotels» formieren sich neu zu den «Swiss Quality Hotels International». **SEITE 3**



# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

## Selten geradeaus

MARIETTA DEDUAL

«Mit der Konjunktur muss man leben. Wer in der Presse tätig ist, weiss, dass er ums Achterbahnfahren nicht herum kommt. Einmal oben, einmal unten, selten geradeaus.» So Hanspeter Lebrument, der neue Präsident des Verbandes Schweizer Presse an dessen Jahreskongress in Interlaken.

Selten geradeaus. Die Situation trifft ebenso für den Tourismus und für die Hotellerie zu. Mit der Berg- und Talfahrt muss sich die Branche abfinden – und dennoch darf sie nicht einfach die Talfahrt als gegeben hinnehmen. Wer sich bei schwierigem wirtschaftlichen Umfeld nicht vom Alltagsrott lähmen lässt, sagt: Gut, ich kippe jetzt die ganze Spielzeugkiste aus und probiere einmal etwas Anderes, etwas Neues, vielleicht auch etwas Ungewöhnliches. – Dazu braucht es Mut und ein feines Gespür für die Machbarkeit. Aber nur so finden sich Wege, die Talsohle zu durchschreiten.

Dass die Initiative und Kreativität vieler Einzelpersonen und Teams ungebrochen ist, beweist uns auch die Teilnahme am «Milestone-Tourismuspreis Schweiz». Dieses Jahr sind 74 Projekte eingereicht worden (die hotel + tourismus revue berichtete). Aus diesen Projekten hat die Milestone-Jury nun die potenziellen Preisträger nominiert. Es ist Bergfahrt angesagt!

Siehe Seite 3, CF Seite 6

**TOURISMUSDIREKTOREN**

## Quereinsteiger kommen gut an

Mehrjährige Erfahrungen in anderen Branchen gesammelt zu haben, ist günstig für Tourismusdirektoren von heute. Das ergab eine Umfrage der htr.

■ **ROBERT WILDI**

Mehr als 95 Prozent der Schweizer Tourismusdirektoren haben Erfahrungen in anderen Branchen gesammelt und sind somit Quereinsteiger. Eddy Peter, Tourismusdirektor von Sion und Präsident des Verbandes Schweizer Tourismusdirektoren, kennt die beruflichen Voraussetzungen seiner Mitglieder. Peter, der selbst via Post und Skiverband zum Tourismus kam, ist von den Vorteilen eines beruflich breiten Horizonts überzeugt. «Allrounder-Direktoren sind oft diejenigen, die den grössten Idealismus an den Tag legen und am längsten im Amt bleiben.»

Als Direktor einer Destination sind mehr und mehr Generalisten gefragt. Urs Wagenseil, der Tourismusdirektor von Lenzerheide, stellt fest: «Der Tourismusdirektor von heute ist eher ein Manager oder CEO, da der Tourismus in einer Destination äusserst komplex und vernetzt ist.»

Siehe Seite 7



**TOURISMUS-KONFERENZ DER OECD**

## «Innovation statt Kosmetik»

Fachleute aus der ganzen Welt diskutierten an einer OECD-Konferenz über Innovationen und Tourismus in Lugano die Perspektiven der Branche.

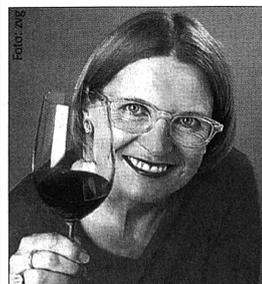
Für die nächsten zwei Jahrzehnte wird dem Welttourismus in einer Prognose der World Tourism Organization (WTO) ein Wachstum von jährlich 4% vorausgesagt. Aber wer wird profitieren? Es werden Destinationen sein, die echte Neuerungen statt nur «Kosmetik» bieten, wurde von mehreren Ex-

perten an der Konferenz der OECD über Innovationen und Tourismus betont. Martin Brackenbury, Präsident des internationalen Verbandes der Tour-Operators, stellte fest, er sei in den letzten Jahren – abgesehen vom Internet – «nur selten auf für den Konsumenten spürbare Innovationen gestossen». Die Situation auf Flughäfen habe sich verschlechtert. In bestanden Destinationen am Meer wie in den Bergen habe sich kaum etwas getan: «Die Reiseveranstalter suchen deshalb nach neuen Destinationen in sicheren Gegenden.»

KJW/FW  
Siehe Seite 5

**JANCIS ROBINSON**

## Leben im Dienste des Weins



Die Engländerin Jancis Robinson, Master of Wine, Weinexpertin und Autorin zahlreicher Weinbücher, ist davon überzeugt, dass sich die Weinwelt konstant verändert. In einem Interview mit der htr legt Jancis Robinson dar, warum Südafrika in Zukunft viel von sich reden machen wird. Das Land habe ein grosses Potenzial für Topweine. In den letzten Jahren hätte sich ganz generell die Qualität am unteren Ende der Weinpyramide massiv verbessert. Es gäbe heute viele preisgünstige Weine, die genusslich getrunken werden könnten.

DST/CHK  
Siehe Seite 13

**INHALT**

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



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

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

**Hiltl**  
SEIT 1898

**HILTL**

**CHECK IN DATA**

**Miele**  
Service-Abonnement.

Vollgarantie mit Bonus.

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

**MIRUS SOFTWARE**  
NEU: Nachzuschlag integriert!

In der neuen Version des MIRUS Mitarbeiter Management Programms sind die Nachzuschläge – welche seit August zu entrichten sind – bereits integriert. Sie können einfach, unproblematisch und gesetzeskonform die neuen Vorschriften anwenden. Die Stundeneingabe erfolgt manuell oder vollautomatisch über ein Zeiterfassungsgarät. Profitieren Sie vom Know-how des Marktleaders!

**MIRUS**  
Software

Weil Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.

MIRUS Software AG - Mattenstrasse 10 - 7270 Davos  
Telefon 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78  
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.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

## ht IN KÜRZE

**Litauen** / In Litauens Hauptstadt Vilnius werden laufend neue Hotels mit Tagungsräumen eröffnet. Die älteren Häuser investieren ebenfalls. Nach dem Beitritt zur Europäischen Union werden viele Konferenzen erwartet. **Seite 6**

**Conrad Meier** / Zuerst eröffnete der Bad Ragazer in einer litauischen Hafenstadt ein Hotel. Dann übernahm er ein Resort in Ägypten. Als General Manager des Radisson SAS Astorija Hotels kehrte er nach Litauen zurück. **Seite 6**

**Tourismuswerte** / Das schöne Wetter des Sommers 2003 hat die Geschäftsgänge der Bergbahngesellschaften geprägt. Es werden zum Teil gute Jahresabschlüsse erwartet. Dies schlägt sich auch beim Handel mit Aktien nieder. **Seite 9**

**Seilbahnen** / Zur Steigerung deren Wettbewerbsfähigkeit hat Seilbahnen Schweiz für seine Mitglieder ein «Fitnessprogramm» entwickelt. Neben den Kerndaten werden die Softfaktoren zu einem mitentscheidenden Kriterium. **Seite 10**

**Jancis Robinson** / Sie ist die weltweit bekannteste Weinexpertin und -autorin. Dieser Tage erscheinen auf dem Schweizer Markt von ihr drei neue Weinbücher. Die htr traf Jancis Robinson in London, um etwas über sie und die Zukunft der Weinwelt zu erfahren. **Seite 13**

**Australien** / Mit dem Kochdiplom im Gepäck ist Heinz Himmelberger vor 37 Jahren nach Australien ausgewandert – auf der Suche nach Freiheit und besseren Berufschancen. Heute ist er Küchenchef eines der schönsten Ökotourismus-Resorts von Queensland. **Seite 14**

**Speisekarten** / Die Funktion der Menükarte wird oft unterschätzt. Sie soll zum Konsum animieren und einen ersten Eindruck über das Restaurant verschaffen. Deshalb sollte man der «Visitenkarte» der Gaststätte besondere Aufmerksamkeit schenken. **Seite 15**

**Technik** / Wege und Wartezeiten lassen sich einsparen, wenn die Kommunikation mit der Küche und der Bar drahtlos abläuft. Mit Gewinnsteigerungen bis zu 15 Prozent macht sich das System bemerkbar, so die Erfahrungen in amerikanischen Restaurants. **Seite 17**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**Seilbahnen** / Etwas weniger als auch schon von existenziellen Problemen beansprucht, kann sich die Seilbahnbranche wieder vermehrt mit touristischen Fragen befassen, wie an der GV von Seilbahnen Schweiz zu erfahren war. **CF Seite 1**

**Rechnungswesen** / Im 2004 wird Konkretes zu einem neuen Kontenrahmen für die Gastwirtschaft vorliegen. Eine Arbeitsgruppe ist dabei, das aus dem Jahre 1992 stammende Modell heutigen Bedürfnissen anzupassen. **CF Seite 3**

**Newenburger Tourismus** / Ein Jahr nach dem Expo-Ende kann für das laufende Jahr eine Bilanz gezogen werden, die den Vergleich mit früheren Jahren nicht zu scheuen braucht. Jedenfalls ist man vom 2003 nicht enttäuscht. **CF Seite 4**

**Maurice Urech** / Der Direktor der «Villa Principe Leopoldo & Residence» in Lugano wurde in seiner langen Karriere wiederholte Male zum «One of the World's 50 Best Hoteliers» ernannt – ein Vollbluthotelier durch und durch. **CF Seite 5**

## FORUM

## Strategien zum Überleben

ANDREAS DEUBER\*

Wer mit dem Rad den Abschnitt Glarus-Linthal von Veloland Schweiz befährt, kommt vorbei an ganz oder teilweise verlassenen Fabrikarealen, Überbleibseln einer grandiosen textilen Vergangenheit.

Die Umwälzungen waren immer wieder dramatisch: Während im 18. Jahrhundert weite Teile der heutigen Kantone S. Gallen, Appenzell, Thurgau, Glarus und Zürich ein Zentrum der europäischen Baumwollindustrie darstellten, führte die industrielle Revolution im 19. Jahrhundert zum Verlust Tausender textilhandwerklicher Arbeitsplätze. Es



folgte die industrielle Produktion. Die junge Fabrikindustrie fand in der Ostschweiz ideale Voraussetzungen. Doch dann kam es zu einem gewaltigen Beschäftigungsrückgang, zur Verelendung ganzer Talschaften sowie zur Auswanderung der Bevölkerung. Erst später brachte die Textilindustrie neuen Wohlstand und ein Auskommen für viele Menschen.

Bis heute ist – dies zeigen die leeren Fabriklegenschaften – ein Grossteil der industriellen Arbeitsplätze in der Textilwirtschaft wieder verloren gegangen, nicht zuletzt weil gewichtige Standortmachtteile bestehen und die Rahmenbedingungen schwierig geworden sind. Einige Textilbetriebe haben indessen überlebt. Sie zeichnen sich aus durch einen hohen Spezialisierungsgrad, geschickte Nischenstrategien, grosse Innovationskraft und hochstehendes Design.

Daraus lassen sich Lehren ableiten, die auch für Touristiker und Politiker interessant sein dürften: – Branchen können, unabhängig von ihrer historischen Bedeutung, innerhalb kurzer Zeit radikalen Veränderungen unterworfen sein. – In solchen Zeiten überleben nur Unternehmungen, die den Wandel nicht bekämpfen, sondern als Herausforderung akzeptieren.

– Spezialisierung auf Kernkompetenzen und hohe Innovationskraft sind bei Standortnachteilen und steigendem Wettbewerbsdruck überlebenswichtig. – Der wirtschaftliche Erfolg lässt sich durch die Politik weder herbeiführen noch erhalten, aber die Politik trägt eine wichtige Mitverantwortung für die in einer globalisierten Welt immer massgebenderen Rahmenbedingungen. – Monokulturen sind gefährlich und machen verletzlich.

\*Vorsitzender der Geschäftsleitung der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit.

## RUDY BAUR

## «Ein Haus für verwöhnte Gäste»

Der Besitzer von Château de Montcaud hat sich im französischen Sabran einen langjährigen Traum erfüllt und ein sehr persönlich geführtes «Hotelschmuckstück» – ein Bijou-Hotel – konzipiert

INTERVIEW: KATJA HASSENKAMP

■ Wenn Sie von Ihrem Haus sprechen, fällt unweigerlich der Begriff «Bijou-Hotel». Was verstehen Sie darunter?

Ein kleines, sehr komfortables Haus für verwöhnte Gäste, die nichts Formelles suchen, sondern sich im Hotel zu Hause fühlen wollen. Es genügt hohen Ansprüchen und hat familiäres Ambiente.

■ Was gab den Anstoss für die Idee?

Als ich im Rahmen meiner langjährigen internationalen Tätigkeit – zuerst für die Mövenpick-Hotelgruppe und dann für das Hotelportfolio von Aga Khan – die Palasthotels in der ganzen Welt besucht habe, musste ich feststellen, dass sie für Gäste gebaut wurden, die es heute gar nicht mehr gibt. Daher beschloss ich, keine Kette aufzubauen, sondern ein «Perlencollier» zu kreieren. Mit dem Château de Montcaud habe ich eine Perle geschaffen.

■ Wird es eine zweite Perle geben?

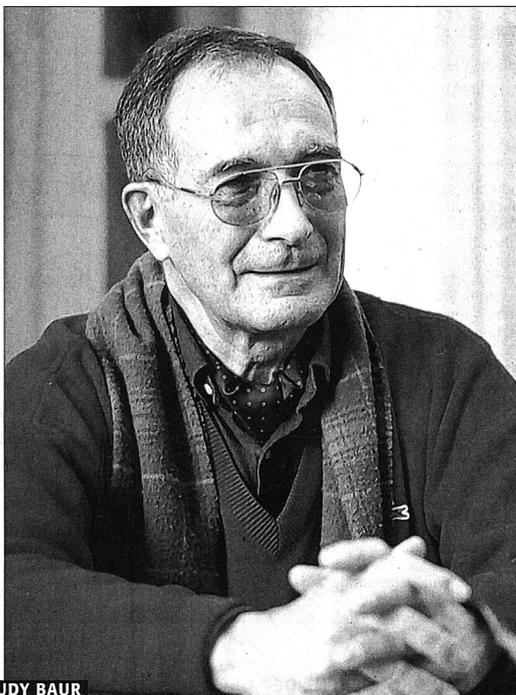
Vielleicht? Aber nicht unbedingt, denn ein Perlencollier mit einer einzelnen sehr wertvollen Perle kann sich durchaus sehen lassen. Doch Spass beiseite, es ist denkbar, dass ich ein weiteres Haus entwickle. Aber noch ist nichts beschlossen. Weder der Standort – der könnte auch in der Schweiz liegen, da ich dort die Managementfirma Classic Hotels AG gegründet habe –, noch das Objekt. Am Liebsten hätte ich ein neues Objekt am Zürichsee.

## «Das Wichtigste ist die Erhaltung von Qualität, guter Service und die Grosszügigkeit.»

■ Wie haben Sie «Montcaud» entdeckt?

Nachdem ich zwischen 1986 und 1990 insgesamt 220 Tage im Jahr zu andern Leuten unterwegs war, habe ich beschlossen selbst etwas aufzubauen, damit die Leute zu mir reisen. Dann habe ich zwei Jahre etwas Passendes gesucht. Bekanntlich muss man den Römern nachreisen, denn die wussten, wo es schön ist. Also habe ich zwischen Cannes und Montpellier gesucht. Insgesamt habe ich 40

Foto: zfg



RUDY BAUR

Seit 1992 ist der in der Schweiz aufgewachsene Hotelier in Frankreich Besitzer des zur Kette Relais & Châteaux gehörenden «Château de Montcaud».

Objekte unter die Lupe genommen. Dabei waren sowohl fixfertig zu erwerbende Relais & Châteaux-Häuser, runtergekommene Dreisterne-Häuser, die man hätte aufmotzen können, aber auch aufgebogene Klostergebäude, die man komplett hätte sanieren müssen.

■ Was hat Sie an dem Objekt besonders gereizt?

Am «Montcaud» haben mich drei Dinge begeistert: Die Lage zwischen der Ardeche-Schlucht, den Cevennen und dem Aquadukt Pont du Gard, umweit von Orange und Avignon sowie mit vier Autobahnabfahrten in nur 20 Kilometer Entfernung. Ausserdem hatte der Besitz die ideale Grösse von fünf Hektar Land mit einer jungelartigen Vegetation und einmaligem Baumbestand. Wir mussten das grüne Dickicht «bändigen». Wenn man eine solche grüne Vielfalt anlegen möchte, bräuchte man dazu 200 Jahre.

Schliesslich entsprach die Bausubstanz mit zwei unabhängigen Gebäuden meinen Vorstellungen, um ein Hotel und ein Restaurant zu schaffen; Speisesäle in Hotels mag ich nicht. Meine Gäste gehen zum Essen aus, und wenn es regnet, müssen sie einen Regenschirm aufspannen. Ausserdem hat das Restaurant «Les Jardins de Montcaud» heute auch im lokalen Umfeld einen Namen als echtes Restaurant – und nicht als Hotelrestaurant.

■ Wie lange haben die Umbauarbeiten gedauert und wie hoch waren die Investitionskosten?

Entdeckt habe ich Montcaud im Jahr 1989 und eröffnet haben wir am 15. Mai 1992. Dabei hat die Planung die meiste Zeit beansprucht, denn in den ehemaligen Stallungen kamen die Küche und das Restaurant unter, in der Scheune liegen die Reception, die Tagungsfacilities und die Bar und im eigentlichen Schloss haben wir 32 vollklimatisierte Zimmer angelegt. Die Gesamtkosten inklusive Grundstückserwerb, Umbau Voreröffnungskosten und Lancierungskampagne beliefen sich auf rund sieben Millionen Schweizer Franken.

## «Ich habe festgestellt, dass die Palasthotels für Gäste gebaut wurden, die es heute gar nicht mehr gibt.»

■ Langweilen Sie sich nicht mit nur einem einzigen Haus, nachdem Sie vorher ganze Hotelimperien gemanagt haben?

Noch nicht, denn der persönliche Kontakt zu den Gästen ist recht zeitaufwendig. Hinzu kommt, dass wir

ein dynamisches «activity management» praktizieren und versuchen uns jeden Tag neu in Szene zu setzen. Wir veranstalten Konzerte, nehmen unsere Gäste zum Opernfestival nach Orange mit und von Mai bis Ende August findet jeden Sonntag ein «Jazz-Brunch» statt, bei dem sich Musik und Küche am swingenden New Orleans orientieren. Da die Leute in der französischen Provinz jedoch mit dem Begriff Brunch noch nichts anzufangen wissen, nennen wir das jetzt «Jazz-Lunch» und servieren kühlen Rosé statt Kaffee und Tee. Geboten wird Lifemusik, ein Cocktail, ein Buffet und «vin à discretion» für 59 Euro.

## «Am Liebsten hätte ich ein neues Objekt am Zürichsee.»

■ Was ist Ihrer Meinung nach das «Bijou-Hotel»?

Das Wichtigste ist die Erhaltung von Qualität, guter Service und die Grosszügigkeit. Wenn ein Haus grosszügig angelegt ist, darf es auch bestimmte Preise praktizieren, denn der Gast bekommt etwas für sein Geld und so kann das leidige Billigimage vermieden werden. Zwar ist heutzutage gerade in Frankreich der Preisdruck stark zu spüren und es ist auf Grund der Arbeitszeitbestimmungen und der hohen Mehrwertsteuer von 19,6 Prozent schwer die Qualität und die Serviceleistungen aufrechtzuerhalten und dabei wirtschaftlich zu bleiben. Dennoch setzen wir unsere ganze Energie dafür ein. Die Zufriedenheit der Gäste honoriert uns für unser Engagement.

Zwar stellt die französische Regierung jetzt eine Mehrwertsteuersenkung in Aussicht, aber auf die Politiker kann man sich ja nicht so sehr verlassen. Wir brauchen jeden Tag eine neue Idee, Politiker nur alle vier Jahre...

## Zur Person

Rudy Baur (66) ist seit 1992 Besitzer und Betreiber des zur Kette Relais & Châteaux gehörenden «Château de Montcaud».

Nach Absolvierung der Hotelfachschule in Lausanne hat ihn Ueli Prager mit dem Aufbau des Mövenpick-Portfolios betraut. Danach hat er in Zürich aufgewachsene Baur die kanadische Hotelkette York Hannover Hotels geleitet, ehe er das Hotelportfolio der Aga-Kahn-Unternehmungen managte. 1990 gründete er die Managementfirma Classic Hotels AG mit Sitz in der Schweiz und einer Filiale in Frankreich. Es folgte die Kreation von Château de Montcaud als «erste Perle im Collier der Classic Hotels». HAS

Die Minimalhöhe erreicht

**Kuoni.** Der Preis für Tourismusreisen hat laut Thomas Stirnimann, Generaldirektor von Kuoni Schweiz, die Minimalhöhe erreicht. Die Preise seien seit Beginn des 20. Jahrhunderts unablässig am Sinken. Kuoni hat im 2002 einen Konzernumsatz von 3,74 Mrd. und einen Reingewinn von 26,2 Mio. Franken erzielt. Im ersten Semester 2003 stiegen die Verkäufe um 17% auf 1,38 Mrd. und der Reingewinn um 7% auf 44,1 Mio. Franken. TRU/sda

Von Globus zu Nannini

**Coffee-Shops.** Alessandro Nannini übernimmt per Anfang Oktober sechs Coffee-Shops der Globus-Gruppe. Nannini werde die Nannini Coffee-Shops nun selber führen und die Expansion vorantreiben. Die Globus-Gruppe hatte bis jetzt als Franchise-Nehmerin die Coffee-Shops auf eigene Rechnung geführt. Alessandro Nannini lieferte als Franchise-Geber Einrichtung, Produkte und Know-how. Die Globus-Gruppe hatte im Oktober 2001 das Recht auf das Betreiben der

Nannini-Kette in der Schweiz erworben. Seither wurden in den ehemaligen ABM-Läden unter anderem in St.Gallen, Wädenswil, Luzern-Kapellgasse, Zürich-Oerlikon, Zürich-Limmatplatz und Brugg Nannini Coffee-Shops eingerichtet. Die hat nun Globus an Alessandro Nannini übergeben. Globus behält aber die Kaffeeketten in Wil SG und Yverdon. Alessandro Nannini ist ehemaliger Formel-1-Fahrer und Bruder der italienischen Rocksängerin Gianna Nannini. DST/sda

Illegaler Fleischimport

**Schmuggel.** Die Schweizer Zollfahndung hat einen Schmuggel von rund zehn Tonnen Frischfleisch im Wert von 400'000 Franken aufgedeckt. Ein Schweizer aus der Region Basel schmuggelte während über zwei Jahren insgesamt fast zehn Tonnen Rind-Kalb- und Schweinefleisch. Abnehmer waren ein Metzger im Grossraum Zürich sowie insgesamt zwölf Restaurants in der Stadt Zürich und eines bei Basel. DST/sda

Grün für Seminarreihe

**Seminarprojekt.** Die «Seminarreihe Solothurn» kann laut Medienmitteilung realisiert werden. Alle zur Realisierung des Projektes notwendigen Vorentscheide und Vertragsentwürfe liegen vor. Mit der Rahmenvereinbarung haben Stadt und Kanton Solothurn sowie die Credit Suisse Asset Management (CSAM) die Bedingungen für das Projekt Seminarreihe Solothurn festgelegt. Der Kanton Solothurn überträgt das Palais Besenval mit Barockgarten im Baurecht an die «CSAM».

Diese will im «Palais Besenval» Seminarräume und ein Restaurant errichten und auf Anfang 2005 eröffnen. Das «Landhaus» soll in das Konzept integriert werden. Am gegenüberliegenden Aareufer soll ein «Ramada»-4-Sterne-Hotel mit 100 Zimmern, Penthouse Club und Wellnessanlage entstehen. Falls der Kredit für den Umbau des «Landhauses» im Februar an der Urne angenommen wird, sei die Eröffnung des Seminarhotels auf den Juli 2005 geplant. MW

OLIVER FEDERSPIEL

«Einsatz der GR-Marke verdoppelt»

Der Direktor von Graubünden Ferien zu der mit einer nationalen Inseratekampagne lancierten, branchenübergreifenden Regionenmarke «graubünden».

INTERVIEW: KARL JOSEF VERDING

■ Welche Ziele werden mit der neuen Regionenmarke «graubünden» verfolgt?

Der Tourismus leistet rund 50 Prozent der Wertschöpfung im Kanton Graubünden. Indem wir die Regionenmarke auch für Produkte und Dienstleistungen aus den anderen wichtigen Bündner Branchen verwenden, erreichen wir eine Verdoppelung ihrer Einsatzbreite. Zur Werte-Vision der Marke gehören die Begriffe «wahr», «wohltuend» und «weitsichtig».

■ Welche Arten von Produkten und Dienstleistungen können mit der Marke und ihrem neuen Logo versehen werden?

Graubünden wird nun im Markenauftritt nicht mehr allein auf die «Ferienecke» reduziert. Es wird als ein Natur- und Kulturraum mit gemeinsamer Identität wahrgenommen, der zum Beispiel Genussprodukte wie guten Wein und Bündner Fleisch ins ganze Land bringt. Die Bündner Landwirtschaft und die Holzwirtschaft – mit Möbeln und Häusern – spielen für den Auftritt eine wichtige Rolle sowie der Transport von Personen und Waren, und die Energie durch Wasserkraft.

■ Welche Voraussetzungen müssen ein Produkt oder eine Dienstleistung erfüllen, um mit der Regionenmarke «graubünden» versehen zu werden?

Jede der beteiligten Branchen im Kanton Graubünden wird für sich die entsprechenden Qualitätskriterien festlegen. Gemeinsam ist uns die Werte-Vision der Regionenmarke «graubünden».

www.graubuenden.ch



Bündner Wappentier im HB Zürich: Ein Bildsujet der nationalen Inserate-Kampagne zugunsten der Regionenmarke.

Foto: Christine Künzler



ZUFRIEDENE PARTNER

Rainer Gruber (links), Director Development Central Europe von Utell Frankfurt und Beat Krippendorf, Verwaltungsratspräsident der neuen Swiss Quality Hotels International, freuen sich auf die Zusammenarbeit.

SWISS QUALITY HOTELS INTERNATIONAL

70 Hotels wechseln von «Top Swiss» zu «Swiss Quality»

Die Top Swiss Hotels gibt es Ende Jahr nicht mehr. Neu haben sich die 70 Mitglieder zu Swiss Quality Hotels International zusammengeschlossen.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Schweizer Mitglieder der Top International Hotels führen schon immer ein Sonderzügen: Die Unabhängigkeit war ihnen das höchste und wichtigste Gut. Mit den «Golden Tulip», die letztes Jahr mit «Top International» fusioniert hatten, ist der Verwaltungsrat von den Top Swiss Hotels nicht warm geworden.

Deshalb hat er jetzt den Schritt in die schweizerische Unabhängigkeit vorgeschlagen: Die Gründung der Genossenschaft Swiss Quality Hotels International. Und die 56 Teilnehmenden an der Generalversammlung haben den Schritt ohne Gegenstimme gut geheissen. Nur ein Mitglied will sich den Austritt überlegen. Dafür hat sich schon ein deutscher abtrünniger TOP-Hotelier für die Mitgliedschaft bei den Schweizern beworben. Eine Arbeitsgruppe soll sich nun Gedanken zu der Frage machen, ob die Swiss Quality Hotels International auch Mitglieder aus dem Ausland aufnehmen sollen. Die Votanten an der GV sprachen sich klar für die Expansion

nach Europa aus. Wie bereits für Schweizer TOP-Hotels geplant war, wird es auch bei den Swiss Quality Hotels International vier Kategorien geben: Excellence, Superior, Value und Economy. Jede Kategorie ist mit einer anderen Farbe gekennzeichnet und so leicht erkennbar. Die Hotels der beiden oberen Klassen müssen mit dem Q II und die beiden unteren mit dem Q I ausgezeichnet sein.

UTELL: «EIN STARKER BRAND»

Verwaltungsratspräsident Beat Krippendorf und Geschäftsführerin Eva Fischer waren sichtlich erleichtert, dass der Übergang zur neuen Kooperation so reibungslos geklappt hat. Krippendorf sprach von «menschlichen Schwierigkeiten» mit den Golden-Tulip-Verantwortlichen und von Verhandlungen, die nicht geklappt haben. Es sei, sagte er, ein absoluter Glücksfall, dass es den Top Swiss Hotels möglich sei, für 125 000 Euro Konventionalstrafe fünf Jahre vor Ablauf aus dem Lizenzvertrag auszusteiern. Die ersten Forderungen der Golden Tulip seien um ein vielfaches höher gewesen. Und Krippendorf hat es vorgerechnet: die Konventionalstrafe sei rasch amortisiert.

An der GV vom letzten April hatten die Mitglieder von TOP Swiss Hotels ihren Verwaltungsrat beauftragt, die

für sie beste Kooperations-Variante auszuarbeiten: Die Autonomie musste gewährleistet und die Bedingungen möglichst besser als bis anhin sein. Der Verwaltungsrat hat seine Hausaufgaben gemacht und mit Utell International einen geeigneten Global-Distribution-System-Partner (GDS) gefunden. «Der Favorit», wie Eva Fischer betonte: «ein bekannter Brand, mit einem starken Marketing und bester Technologie.» Zudem sei Utell auch bei den Travelagenten bekannt. 4500 Hotels weltweit sind bei Utell International angeschlossen. Es sind vor allem unabhängige Hotels und kleine Ketten.

MARKETINGMASSNAHMEN SIND BEREITS GEPLANT

Bereits sind verschiedene Marketingaktivitäten mit Utell geplant: Roadshows, Fam Trips, Workshops, Newsletters und Incentives für Reisebüros. Mitte Oktober wird bereits der Hotelguide gedruckt – in einem schlichten Design. Am 3. Dezember können die ersten Swiss Quality Hotels über Utell gebucht werden. Am 1. Januar 2004 wird der neue Internetauftritt www.swissQualityHotels.com lanciert. Im Laufe des nächsten Jahres dann werden die Hotels an den verschiedenen Tourismus-Messen vorgestellt. Unter anderem auch in einer Partnerschaft mit Schweiz Tourismus.

VORENTSCHEIDE

«Milestone»-Nominierte

Aus 74 eingereichten Projekten hat die Jury insgesamt 20 Projekte nominiert – davon fünf für den diesjährigen Sonderpreis «klein & kreativ».

PETER KÜHLER

Es war für die Milestone-Jury nicht leicht, aus so vielen guten Bewerbungen diejenigen auszuwählen, welche die Milestone-Kriterien am besten erfüllen. Nun sind wichtige Vorentscheide für die Vergabe der Milestone-Auszeichnungen am 28. Oktober gefallen. Wie im letzten Jahr, wurden 15 Projekte nominiert, von denen zwei als potenzielle Gewinner in der Kategorie «Herausragendes Projekt» gelten. Es sind dies (Reihenfolge nach Eingang der Bewerbung): Königstour Alpesteinpass, Mystery Park Interlaken, Hotel & Restaurant Uto Kulm Zürich, Swisssarena Luzern, Swiss Snow League Belp, www.all-in-



clusive.ch Arosa, Grand Hotel Bellevue Gstaad, Parc La Mutta Falera, Swiss-Image Fotoagentur Davos, RailAway AG Luzern, Fernwanderroute Trans Swiss Trail, SnowpenAir Kleine Scheidegg, Gastro-Zentrum Dürrenroth, Hotel Misani Celerina, Glarner Industrieweg.

SONDERPREIS «KLEIN & KREATIV»

Auch im 2003 wird ein Sonderpreis vergeben, diesmal für Projekte, die sich eher durch ein überzeugendes Konzept, um nicht zu sagen eine zündende Idee, auszeichnen als durch den Einsatz grosser Mittel. Diese «klein & kreativ»-Projekte zeigen, dass jedermann/jedefrau viel im Schweizer Tourismus bewegen kann. – Die Nominierten: Kleinstes Dachterrassen-Restaurant der Welt Stein am Rhein, Chouett'Nid bed & breakfast Le Locle, Alpenkurszentrum Gitschenen/Uri, Silser Kurzgeschichten Wettbewerb, Freundlichkeitskampagne Stanserhorn.

Alle Bewerbungen und alle Nominierten werden auf der Internetseite www.htr-milestone.ch ausführlich präsentiert.

## ZIELGRUPPEN 2010

# Newcomers bei den Gästen

Die neue Vielfalt der Lebensstile und die neuen Zeit-Ökonomien: Unter diese Obertitel reiht Matthias Horx die künftigen Kunden-Zielgruppen.

CHRISTINE KÜNZLER

Bis anhin wurden die Verbraucher meist in vier bis sechs Gruppen aufgeteilt: in jung und alt, weiblich und männlich, reich und arm sowie städtisch und ländlich. Zudem wird ein Standardhaushalt mit vier Personen vorausgesetzt, was aber längst nicht mehr mit den sozialen Realitäten übereinstimmt. Vielmehr entwickelt sich ein vielfältiges Lebens-Patchwork mit immer höheren Differenzierungen. Die wichtigsten Gäste- und Kunden-«Newcomers» sind hier:

- **Distanzpaare.** Mehr als 2 Mio. Paare in Deutschland leben zeitweise voneinander getrennt in zwei Haushalten.
- **Kinderlose Paare.** Die Anzahl der kinderlosen Ehepaare hat sich in vielen europäischen Ländern stark erhöht.
- **Homosexuelle Paare.** Die Zahl der gleichgeschlechtlichen Partnerschaften steigt schnell.
- **Alleinerziehende.** 17,5 Prozent der deutschen Familien sind Ein-Eltern-Familien.
- **Patchwork-Familien.** Erhöhte Scheidungsraten erzeugen Multi-Familien mit Kindern aus mehreren Ehen.

In den europäischen Märkten dominieren bereits heute zwei Grundgruppen von Konsumenten: Leute mit viel Geld und mit wenig Zeit, um dieses auszugeben. Und umgekehrt. Künftig kommen noch zwei neue Kategorien dazu:

- **Leute mit viel Geld und Zeit,** die so genannten Master-Consumer, zwischen 55 und 70;
- **Leute, die arm an Zeit und Geld sind.** Zum Beispiel die Basic-Workers in Hotels und Restaurants;
- **Die Downshifter oder Shredder.** Sie verzichten zugunsten von Lebensqualität auf ein höheres Erwerbseinkommen;
- **Die Struggling Upper Class.** Leute mit sehr hohem Einkommen und wenig Zeit. Hier ist der Dienstleistungsbedarf enorm hoch.

Details zu der Studie «Smart Markets» von Matthias Horx finden Sie im Internet unter [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de).

## Matthias Horx an der Igeho

Der deutsche Zukunftsforscher Matthias Horx kommt nach Basel: Er spricht am European Hospitality Forum vom 24. November an der Igeho über die Ansprüche der Konsumenten im Wandel der Zeit. Sein Referat zum Thema «Der Hotelgast 2010» beginnt um 10.45 Uhr.

Weitere Themen sind: «Branding im Hospitality Business» mit Professor Franz-Rudolf Esch; die Studie der Ecole hôtelière de Lausanne «Sind Hotels mit einer starken Marke erfolgreicher?»; «Inszenierung einer Hotelmarke» mit Professorin Birgit Mager. Danach findet eine Podiumsdiskussion zum Thema Branding in der Hotellerie statt. Den Schlusspunkt setzt Erwin Bischofberger: Er vermittelt die Sicht des Gastes.

Das Forum kostet 290 Franken für hotelleriesuisse- und FBMA-Mitglieder. Für alle anderen beträgt die Teilnehmergebühr 490 Franken. Darin inbegriffen sind das Mittagessen und der Igeho-Eintritt. Infos unter [www.ehforum.ch](http://www.ehforum.ch). CK

## SMART MARKETS: STUDIE VON MATTHIAS HORX

# Raus aus dem toten Mittelfeld

Die Zeit des Wohlstands-Massenkonsums ist vorbei – das zumindest sagt der deutsche Zukunftsforscher Matthias Horx in seiner Studie «Smart Markets». Die Unternehmer sind gefordert, sich von der Mittelmässigkeit abzuheben. Unter anderem mit Qualität.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Zeit, als «die Kreditkarten lockersassen und selbst Herr Meier seinen Champagner zum Frühstück trank», sind endgültig vorbei. So jedenfalls prophezeit es der deutsche Zukunftsforscher Matthias Horx. Die Konsummärkte der Zukunft würden individueller, dienstleistungsorientierter, segmentierter und logistischer.

Horx geht davon aus, dass künftig der anspruchsvolle Kunde, beziehungsweise Gast, das Geschehen bestimmt. Immer häufiger werden Gäste und Kunden nicht nur für einen materiellen Wert, sondern für Ideen, Symbole, Vorteile und Aufmerksamkeiten bezahlen. Das heisst, für den Hotelier und Restaurateur wird es noch wichtiger, Gastfreundschaft und Qualität zu leben. «Wer sich auf diese Bedingungen einstellen kann und den dahinterliegenden Strukturwandel versteht, der wird auch in der kommenden Phase gute Geschäfte machen können», schreibt Horx in seiner Studie.

### KONSUMBEDINGUNGEN IM WANDEL

Horx sieht vier fundamentale soziale Wandlungsprozesse, die die Konsumbedingungen in den nächsten Jahren verändern werden.

- **Die Feminisierung:** Immer mehr Frauen werden Geld haben, während die Männer zunehmend von Arbeitslosigkeit betroffen sein werden.

### MÄRKTE WERDEN SICH WEITER POLARISIEREN

Die Märkte werden sich gemäss Horx zunehmend weiter polarisieren:

- **Die Alterung:** Die Kaufkraft wird zunehmend bei den 50 bis 70-Jährigen liegen.
- **Die Individualisierung:** Die Diversifizierung der Gesellschaft geht in eine weitere Runde.
- **Die Mobilität:** Menschen reisen einerseits mehr, andererseits teilen sie ihre Aufmerksamkeit auf immer kleinere Einheiten auf (Beruf, Familie, Ferien, Medien etc., vgl. Artikel Zielgruppen 2010).

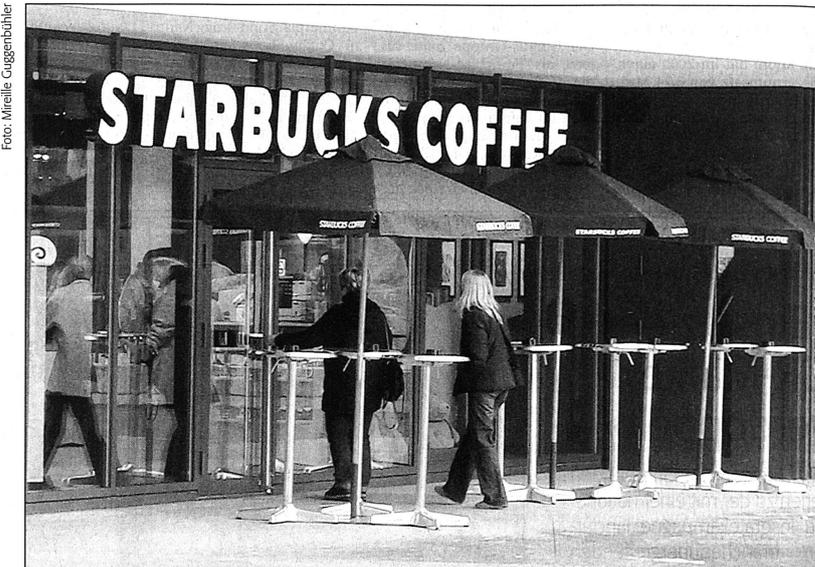
Gefragt sind Billig- und Luxusangebote. Das breite Mittelfeld, vor allem viele kleinere und mittlere Hotels, hat mit grossen Schwierigkeiten zu rechnen. Also nichts wie raus aus diesem «toten Mittelfeld!» Horx rät, den Gästen Zeit und Aufmerksamkeit zu schenken, Luxusprodukte mit Unikatswert anzubieten und den Gästen Erlebnisse zu ermöglichen. Aber auch der Preis müsste stimmen.

Es gelte, von jenen Unternehmen zu lernen, die es geschafft haben, dem Mittelfeld zu entfliehen. Starbucks beispielsweise habe aus dem Produkt Kaffee eine ganze Lebens-, Kultur- und Genusswelt gemacht. Im Möbelbereich hat Ikea den Sprung geschafft:

Das Möbelhaus hat sich eindeutig im Preisvorteil-Bereich positioniert und bietet dem Gast ein Erlebnis: Einerseits beim Einkauf, andererseits beim Zusammenstellen der Möbel.

In der Luxushotellerie geht es künftig weniger um materielle Werte, sondern mehr um Genuss. Horx prophezeit, dass sich um Produkte mit Geschichte und Kultur, wie zum Beispiel Rotwein, Zigarren, Kaffee und Absinth, regelrechte (Fan-)Gemeinden formieren werden.

Als höchste Steigerungsstufe komme schliesslich der individualisierte Luxus: Bevorzugt werden Einzelstücke, deren Wert nur der Betrachter erkennen kann.



«TREND-WINNER» STARBUCKS

Starbucks, unser Bild zeigt das Kaffee in Thun, hat es geschafft, Kaffee zu einer Lebens-, Kultur- und Genusswelt zu machen.

## Die ZUKUNFTSSTRATEGIEN

# So lässt sich der Betrieb fit halten

Matthias Horx vergleicht den neuen Markt mit einem «Dschungelmarkt», wo die «Anzahl der Spezies steigt und die Ressourcen knapper» werden. Dies im Gegensatz zum bisherigen «Savannenmarkt» mit einem Herdenverhalten und langfristig gleichen Produkten.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Zeit des «Savannenmarkts» mit relativ geringer Artenvielfalt und komfortablen grossen Nischen, mit hochspezialisierten Überlebensstrategien und geringem Wandlungsdruck sind ein für allemal vorbei. An seiner Stelle sieht der Zukunftsforscher Matthias Horx den «Dschungelmarkt» mit zunehmendem «Artendruck» und dem Zwang zu hochspezialisierten Nischenkonzepten. Es wird immer wichtiger, rasch auf die Veränderungen im Umfeld zu reagieren

### WENIGER ZWISCHENHANDEL IM «DSCHUNGELMARKT»

Das klassische Modell der industriellen Wertschöpfungskette verläuft in gerader Linie bis zum Verbraucher. Alle Teilnehmer der Dienstleistungskette wollen verdienen. Der Anbieter übernimmt weitgehende die Bedarfs-

planung. Im neuen «Dschungelmarkt» indes fallen viele dieser Zwischenschritte weg. Dadurch werden ganze Märkte neu definiert. Das Internet beispielsweise macht die Bedarfsplanungen über Zwischenhandlungsstufen hinweg möglich. Zudem lernen die Unternehmer, die einzelnen Wertschöpfungsstufen intelligenter und kundenbezogener zu verknüpfen. Trendforschungen ersetzen die klassischen Marktforschungen.

### AUSLOTEN MIT «FUTURE-FITNESS-DIAGRAMM»

In den «Dschungelmärkten» der Zukunft komme es vor allem darauf an, sich von den Mitbewerbern zu differenzieren und Innovationslücken zu realisieren. Horx rät, sein Unternehmen mittels des «Future-Fitness-Diagramms» (vgl. Grafik) zu hinterfragen. Wie edel und statussticher präsentieren sich das Produkt und die Marke im Luxusbereich? Ist es ein Produkt, für das der Gast Preise zu bezahlen bereit ist, von denen andere träumen (zum Beispiel Moët & Chandon)?

Bezüglich Designfaktor gibt Horx dem Side-Hotel in Hamburg die meisten Punkte. Das Haus habe sich durch ein spektakuläres Design von anderen Hotels ab. Im Bereich Erlebnisqualität erreicht Disney die Höchstnote von 10 Punkten. Im Bereich Servicequalität hat Horx in Mitteleuropa keine 10 Punkte zu vergeben. Bezüglich High-Touch-Faktor, der «intimen,

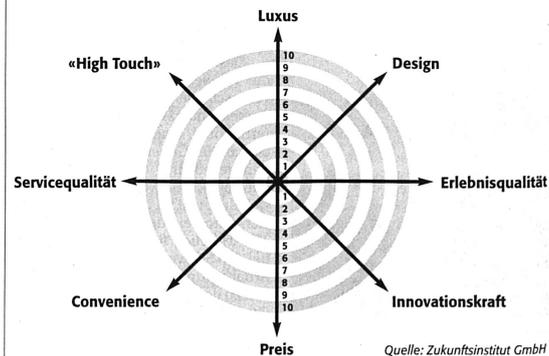
individuellen Nähe zum Kunden», erreichen die Ritz Carlton-Hotels die Höchstnote.

So lässt sich ein Betrieb ausloten: Die Kadermitglieder vergeben in einer verdeckten Abstimmung jedem Bereich zwischen 1 und 10 Punkten. 9 und 10 Punkte verdienen aber nur Spitzenleistungen! Anschliessend wird eine Gästegruppe gebeten, die Bewertungen vorzunehmen. Zum Schluss bewerten Kader und Direktion einen Konkurrenzbetrieb.

So wird bewertet: Alle Werte unter 6 bewegen sich in der toten Mittelzone. In mindestens zwei Bereichen muss der eigene Betrieb gegenüber dem Konkurrenten 2 Punkte Vorsprung aufweisen. Mindestens ein Bereich muss die Höchstnote 10 verdient haben.

Schliesslich gilt es, die Zukunftslücke zu finden: jenen Bereich, der noch nicht vom Konkurrenten besetzt ist. Wer es dort auf 10 Punkte bringt, hat den Markt neu definiert.

## Das Future-Fitness-Diagramm

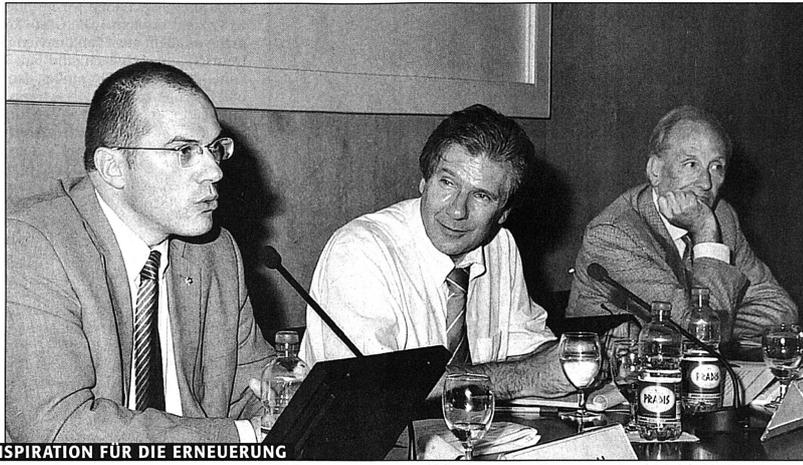


## OECD-KONFERENZ ZU INNOVATIONEN UND TOURISMUS

# «Innovation ist besser als Kosmetik»

Innovation und Tourismus scheinen bisweilen schwer vereinbar, hört man auf die kritischen Stimmen an einer OECD-Konferenz in Lugano. Fachleute aus der ganzen Welt tauschten sich dort aus. Im weltweiten Tourismus wird eine Steigerung von 4% erwartet.

Fotos: Francesco Welth



**INSPIRATION FÜR DIE ERNEUERUNG**

Innovationen zugunsten der Tourismus-Entwicklung waren Thema an der OECD-Konferenz. Zu den Experten zählten (v.l.n.r.) ST-Direktor Jürg Schmid, Peter Keller vom Seco als Tagungsleiter und Martin Brackenbury vom internationalen TO-Verband.

### FRANCESCO WELTI

In seiner Krise mangelt es dem Tourismus an Innovationen: Das wurde an der von der Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) und dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) organisierten Konferenz übereinstimmend festgestellt. Gerade traditionelle Tourismusnationen – wie die Schweiz – leiden.

### GEGEN «KOSMETISCHE VERÄNDERUNGEN»

Doch die Krise ist nicht überall. «Die WTO rechnet damit, dass die Ankünfte über die nächsten zwei Jahrzehnte jeweils um 4 Prozent steigen», gab Eric Scheidegger, Leiter des Bereichs Standortförderung beim Seco, zur Eröffnung der zweitägigen Konferenz zu bedenken. Damit wird annähernd die jährliche Wachstumsrate des vergangenen Jahrzehnts erreicht. Somit gehört der Tourismus allen Unkenrufen zum Trotz zu einem der wichtigsten Wachstumsmärkte der Weltwirtschaft. Allerdings steht er am Ende eines Zyklus. Die vornehm-

lich aus entwickelten Industrienationen stammenden Reisenden verlangen nach neuen Produkten. «Die Tourismusindustrie liefert aber fast nur kosmetische Veränderungen», so Professor Klaus Weiermair vom Zentrum für Tourismus und Dienstleistungswirtschaft der Universität Innsbruck.

Er arbeitet gerade an einer Studie über Innovation im Tourismus in Europa und Nordamerika. Eine erste Auswertung der Daten zeige, dass nur selten wirklich neue Produkte geschaffen werden. Gerade Akteure in klassischen Fremdenverkehrsna-

tionen seien oft zu stark in einem traditionellen Denken befangen. «Die Gäste kommen nicht mehr allein wegen des Skifahrens zu uns in die Berge. Sie wollen nicht mehr zeigen, was sie draufhaben und abends nur todmüde ins Bett fallen», sagt Weiermair.

Der Tourist sei vielmehr ein Generalist geworden, der ein Erlebnis und eine Fülle von Aktivitäten geboten erhalten will. «So ein Erlebnis zu inszenieren, ist äusserst schwierig», gibt Weiermair zu bedenken, zumal dafür in jeder Destination viele kleine Akteure aus dem gesamten Spektrum der

Leistungsträger zusammenspannen müssen. Für die Hotellerie prophezeit Weiermair eine Polarisierung: «Mittlere Qualität – mittleren Preis wird es bald nicht mehr geben. 2- und 3-Sterne-Hotels fliegen heraus, ausser sie sind ein Markenartikel.» Viele Hoteliers, moniert der Forscher, reisten kaum. Hingegen habe der moderne Gast meist eine lange «Touristenkarriere» hinter sich. «Auf die neuen Bedürfnisse der Kunden gilt es einzugehen. Den Drang nach Freiheit, nach mehr Lockerheit. Die wachsende Bedeutung von Design und Marken. Die

Kommunikation.» Innovation berge das Risiko des Scheiterns: Das hemme vor allem in Europa die Investitionsfreude. Wobei hier auch Bürokratie und fehlendes Risikokapital als Barriere wirken, wie Weiermair anfügt. Weil die Ferien ein sehr emotionales Gut sind, lasse sich der Erfolg echter Innovationen zudem selbst durch aufwändige Voruntersuchungen kaum berechnen. – «Am erfolgreichsten sind Innovationen, die dem Zufall entspringen sind und nicht Marktstudien oder Ähnlichem», so interpretiert Martin Brackenbury, Präsident des internationalen Verbandes der Tour-Operators, die Ergebnisse einer britischen Untersuchung.

### AUSWEICHEN AUF NEUE DESTINATIONEN

Abgesehen vom Internet ist Brackenbury in den letzten Jahren «nur selten auf für den Konsumenten spürbare Innovationen gestossen». Die Situation auf Flughäfen habe sich verschlechtert. In bestandenen Destinationen am Meer wie in den Bergen habe sich kaum etwas getan: «Die Reiseveranstalter suchen deshalb nach neuen Destinationen in sicheren Gegenden.» Die Veranstalter selber müssten den Reisenden mit ganz unterschiedlichen Bedürfnissen vermehrt individuelle Angebote zusammenstellen: «Die Skandinavier wählen zu 90 Prozent Wohnungen, Deutsche zu 80 Prozent Hotels», veranschaulicht es Brackenbury.

Wie Eric Scheidegger vom Seco an der Tagung bekannt gab, ist das Innotour-Programm ab sofort auf dem Internet abrufbar. Die Adresse lautet [www.innotour.ch](http://www.innotour.ch).

## Staatliche Hilfe für bessere Rahmenbedingungen

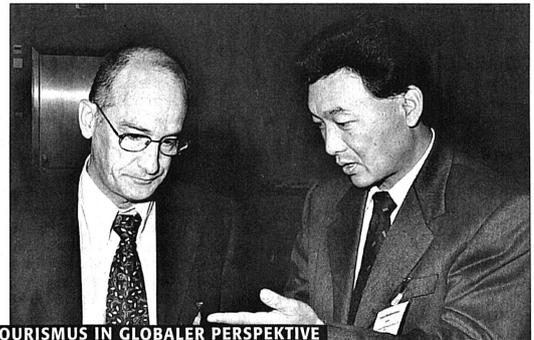
Wenn von Innovation im Tourismus die Rede ist, dann, so waren sich die Referenten einig, soll der Staat möglichst zurückhaltend agieren. «Es ist falsch, Geld zur Verfügung zu stellen und dann auf Innovationen zu hoffen», sagt etwa Rico Maggi von der Wirtschaftsfakultät der Tessiner Universität. Staatliche Hilfe soll es nur geben, wo innovative Ansätze schon vorhanden sind. Ins gleiche Horn stiess Eric Scheidegger vom Seco: «Wirtschaftswissenschaftler sind mit Recht skeptisch, wenn der Staat Innovation fördert.» Mit seinem möglichst unbürokratischen und einfachen Innovationsprogramm, «innotour» genannt, wolle der Bund dennoch den Fremden-

verkehr unterstützen. «Wir glauben nicht, damit eine einzigartige Erfolgsformel gefunden zu haben, aber wir mussten handeln, und das schnell», ergänzt er.

Zurückhaltend ist auch sein Kollege aus Deutschland: «Wir haben keinen Tourismusminister, denn die Politik hat nicht hineinzufunken, wo die Industrie selber Lösungen finden sollte», sagt Helmut Krüger, Referatsleiter für Tourismuspolitik im Bundesministerium für Wirtschaft. Die deutsche Bundesregierung finanziere lediglich die Marketingaktivitäten der Deutschen Zentrale für Tourismus mit und überlasse die Leistung von allfälliger weiterer

Hilfe an den Tourismus den Bundesländern.

Aufgabe der deutschen Bundespolitik sei es hingegen, an den Rahmenbedingungen zu arbeiten. Staus auf der Strasse und Warteschlangen am Himmel würden immer mehr zum Problem – wie das Mobilitätsproblem langfristig anzupacken ist, lässt die deutsche Regierung untersuchen. Andererseits sind derzeit 6,7 Mio. Personen aus körperlichen Gründen nur beschränkt mobil. Ihr Anteil wird sich vervielfachen, auch wegen des Alterungsprozesses der Bevölkerung – das gilt für die meisten Länder, die heute die Touristenströme ausmachen. FW



**TOURISMUS IN GLOBALER PERSPEKTIVE**

Rico Maggi von der Wirtschaftsfakultät der Universität Lugano im Gespräch mit Takayuki Matsuo, Direktor für Wissenschaft, Technologie und Industrie der OECD.

### KLAUS WEIERMAIR

# «Tourist will nicht haben, sondern sein»

Der Österreicher Klaus Weiermair ist Professor am Zentrum für Tourismus und Dienstleistungswirtschaft der Universität Innsbruck. Weiermair, der zuvor zwei Jahrzehnte lang in Kanada lehrte, plädiert für mehr Kommunikation, Humor und Inspiration im Tourismus.

### INTERVIEW: FRANCESCO WELTI

Ihrer Meinung nach hängt man im Schweizer Tourismus zu viel der Tradition nach: Hat das Skifahren in den Bergen also ausgedient?

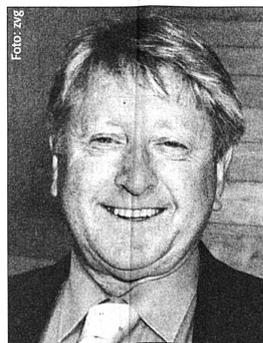
Nein, das nicht. Aber wir gingen stets davon aus, dass dies das Produkt schlechthin ist, dass der Gast nur deswegen herkommt. Das stimmt aus zwei Gründen nicht mehr. Einmal we-

gen der dramatischen Altersverschiebung: Die Leute gehen zwar noch auf die Piste, aber nicht wie früher nach dem Leistungsprinzip, sondern um sich ein bisschen zu bewegen. Sie wollen daneben vieles andere tun. Der Gast sucht Erlebnisse und nur ganz wenige kommen aus einem einzigen Motiv an einen bestimmten Ort. Im Tourismusort suchen die Gäste mehr Kommunikation und Begegnungen. Gerade bei den Jungen heisst das Motto: Treff-Treff-Treff. Der moderne Tourist will nicht haben, er will sein. Zudem setzen Gäste heute viel mehr Wert auf schöne Dinge. Deshalb wächst etwa die Zahl von Designer-hotels.

Sie kritisieren, dass vor allem kleine Tourismusunternehmen oft nur Innovationen im näheren Umfeld kopieren.

Das bringt nicht viel: Man sollte sich in der Welt umsehen – schauen,

was sich so tut. Die cleveren Unternehmer sind die, die Welttrends erkennen. Der Mensch will heute locker,



Klaus Weiermair.

frei sein. Wenn Sie das umsetzen, dann haben Sie Erfolg. Gib dem Gast das Gefühl der Freiheit und mache trotzdem ein Geschäft. Das ist das Prinzip eines Buffets.

### «Kommunizieren sollte man: Wir bieten tolle Erlebnisse, wir sind gut drauf.»

Es gibt Urgefühle, die wichtig sind. Humor zum Beispiel. Jeder Mensch will lachen. Aber haben Sie schon einmal eine Tourismuswerbung gesehen, die wirklich lustig ist? Wir nehmen uns ja so ernst... Ich muss wirklich nicht mehr ständig Gletscher und Berge zeigen, das ist doch nur die Schale. Ich kann statt dessen kommunizieren: Wir

bieten tolle Erlebnisse, wir sind gut drauf.

### Wo ist der Unternehmer gefordert, und wo der Mitarbeiter?

Mitarbeiter können nur herüberbringen, was die Infrastruktur zulässt. Details sind da oft wichtig. Nehmen Sie die Beleuchtung von Räumen – da gab es eine wahre Revolution. Die Masse der Hoteliers sagt aber nur, das passt schon, wie es ist, und tut nichts. Oder: Wie soll jemand Luxus verkaufen, der nicht an das Produkt glaubt?

Der Gast von heute will auch nicht mehr den servilen Kellner sehen, der ständig um ihn herumhängt. Herrschaftsansprüche wie an einen Diener sind am Aussterben. Der Gast will sich mit dem Kellner unkompliziert unterhalten können. Kundenprobleme lösen und Erlebnisse bieten: Das verkauft sich heute. Wer glaubt, es sei entscheidend, ob man von links oder von rechts serviert, ist out.

## STRATEGIE FÜR EU-MITGLIEDSCHAFT

# Vilnius will europäische Konferenzen

In Vilnius, der Hauptstadt von Litauen, werden laufend neue Hotels mit Tagungsräumen eröffnet. Die älteren, modernisierten Häuser investieren ebenfalls in Hallen und Säle. Die Hoteliers erwarten nach Litauens Beitritt zur Europäischen Union viele Konferenzen.

JOACHIM BARMWOLDT

Aus dem Saalfenster ragt ein Förderband. Leise surrend bringt es morsche Balken und zerschlagene Steine heraus. Polternd stürzt der Bauschutt in einen blauen Lastwagen. «Wir restaurieren unseren Konferenzsaal. Drei Rundsäulen bleiben stehen, und das historische Deckengemälde wird restauriert», sagt Julijus Novickas. Ihm gehört das 4-Sterne-Hotel Narutis im Zentrum von Vilnius, der Hauptstadt Litauens. Das Haus ist der Gruppe Summit Hotels & Resorts angeschlossen. Im kommenden Frühjahr soll der Saal mit Platz für 200 Gäste fertig sein.

Fast alle Hoteliers in Vilnius komplettieren und modernisieren die Ausstattung ihrer Häuser. Sie wollen die litauische Hauptstadt zu einer Top-Adresse auf dem europäischen Konferenz- und Tagungsmarkt machen. Tatsächlich hat sich die Anzahl Sitzplätze im Konferenz- und Bankettbereich in Vilnius innerhalb eines Jahres mehr als verdoppelt: «Von 2042 Sitzen im vorigen Jahr auf jetzt 4504 Sitzplätze. Im kommenden Jahr werden es 5494 Plätze sein», sagt Conrad Meier, General Manager des Radisson SAS Astorija Hotels in Vilnius. Dieses hat ein Konferenzzentrum für 150 Gäste.



SÜDLICHES FLAIR IN VILNIUS

Markisen, Balkone und eine üppige Blumenpracht: Wer im überdachten Innenhof des Hotel Narutis zur Réception geht, wohnt sich in Südeuropa.

Darüber hinaus eröffnen laufend neue Hotels in Vilnius. «In diesem Jahr allein sieben oder acht», seufzt Rimantas Miknius, General Manager des

«Holiday Inn». Das Haus mit vier Konferenzsälen und 134 Gästezimmern ist seit Mai 2002 am Markt. «Unsere Auslastung liegt bislang bei 50 Pro-

zent. Allerdings haben wir im August 75 Prozent erreicht.» Die Gäste kommen vor allem aus Skandinavien und Deutschland. Schwach sind laut Miknius die Monate Dezember, Januar und Februar. «Erst im März, wenn die Ausstellungen in Vilnius beginnen, schnellen die Belegungsraten hoch.»

Zu den Newcomern in Vilnius, in dessen verwinkelter Altstadt 57 Kirchen stehen, gehören Crown Plaza, Le Meridien, Scandic und Novotel. «Kempinski und Marriott kommen wohl noch», meint Miknius. Im vergangenen Jahr gab es in ganz Litauen etwa 220 Hotels mit 5500 Zimmern. Auf Vilnius entfielen davon rund 60 Hotels, 30 von ihnen waren klassifiziert. «Wir haben Stammgäste und spüren nichts von neuen Wettbewerbern», behauptet Julijus Novickas vom Hotel Narutis. «Unsere Auslastung liegt bei etwa 60 Prozent.» Die Gäste – vor allem Geschäftsreisende und Politiker, im Sommer auch Touristengruppen – kommen hauptsächlich aus Skandinavien, den USA und Deutschland. Sie bleiben im Schnitt zwei Tage. Die Monate von Mai bis September sind laut Novickas die besten, Dezember und Januar die schwächsten für sein Hotel. Es wurde bereits 1581 gegründet und bietet 50 Appartements.

## STAMMGÄSTE BLEIBEN LÄNGER

Eine Auslastung von ebenfalls etwa 60 Prozent verzeichnet auch Reda Vaskeliene vom Hotel Grothuss. «Die Tendenz», sagt sie mit einem Lächeln, «ist sogar steigend. Unser Hotel ist klein und gemütlich.» 90 Prozent der Gäste sind Geschäftsreisende, vor allem aus Deutschland, England und Skandinavien. Viele Stammgäste blei-

ben vier oder fünf Nächte. Reda Vaskeliene weiss warum: «Wir pflegen unsere Stammgäste, reservieren ihnen ungefragt ihr Lieblingszimmer oder ihren gewohnten Platz im Restaurant.» Das Hotel bietet auf drei Etagen 21 Zimmer von 18 bis 50 Quadratmeter Grösse und mit Stuckdecken.

## ZIMMERPREISE GERATEN UNTER DRUCK

Auslastung hin, neue Hotels her: «Der Preiskrieg hat doch längst begonnen», räumt Conrad Meier vom «Radisson SAS Astorija» ein. «Aber ich probiere, Informationen mit anderen Hoteliers auszutauschen. Es bringt doch nichts, wenn wir uns gegenseitig runterdrücken.» Im «Astorija» kosten Zimmer inklusive Mehrwertsteuer und Frühstück als Weekend-magic-Offerte ab 125 Euro (195 Franken). «Die Zimmerpreise werden in Vilnius sinken», meint Reda Vaskeliene vom Hotel Grothuss. Sie berechnet zurzeit pro Zimmer zwischen 110 und 203 Euro (172 bis 317 Franken) inklusive Buffet-Frühstück. Dass die Preise wegen des Wettbewerbs nachgeben, vermutet auch Julijus Novickas vom Hotel Narutis. Seine Preisliste reicht von etwa 130 bis 435 Euro (203 bis 680 Franken).

Klartext spricht Rimantas Miknius vom «Holiday Inn Vilnius»: «Die Preise gingen bereits in diesem Jahr um 5 bis 10 Prozent zurück.» Er bietet am Wochenende Zimmer ab 46,50 Euro (73 Franken) an. Die Rackrate beginnt bei 140 Euro für Einzel- und bei 170 Euro für Doppelzimmer. Miknius vermutet jedoch, dass sich die Zimmerpreise in Vilnius allmählich stabilisieren. «Alle Hoteliers warten auf das nächste Jahr, wenn Litauen EU-Mitglied wird und sich die Grenzen öffnen.»

## CONRAD MEIER

# Ein Schweizer leitet Litauens feinstes Hotel

Zuerst hat Conrad Meier aus Bad Ragaz in der litauischen Hafenstadt Klaipeda ein Hotel eröffnet. Anschliessend übernahm er ein Resort in Ägypten. Als ein General Manager für das Radisson SAS Astorija Hotel in Litauens Hauptstadt Vilnius gesucht wurde, kehrte er zurück.

JOACHIM BARMWOLDT

Hier eine präzise knappe Anweisung an die Réceptionistin, dort ein freundlicher kurzer Plausch mit einem Stammgast. Solche Aufgaben erledigt Conrad Meier im Vorbeigehen, ohne Hektik, ohne Stress. Der 36-jährige Schweizer leitet das Radisson SAS Astorija Hotel in Vilnius, der Hauptstadt von Litauen. In dem 4-Sterne-Haus haben in den vergangenen Monaten prominente Gäste wie US-Präsident George W. Bush, Prinz Charles und Königin Silvia von Schweden logiert. «Ich fürchte keine Herausforderung und liebe meinen Beruf», erklärt General Manager Conrad Meier. Er ist nach Litauen zurückgekehrt, «weil es mir hier gefällt», sagt er lächelnd.

Conrad Meier ist in der fünften Generation in der Hotellerie tätig. Seine Eltern, Nelly und Conrad Meier-Aerne, besitzen und leiten das Parkhotel Bad Ragaz. Die Grosseltern, Lilly und Conrad Meier-Wieland, waren Direktions-ehepaar und Hauptaktionäre des Hotels Steinbock in Chur. Auf den Urgrossvater Peter Wieland-Brunold geht das Sanatorium Altein zurück, und der Urgrossvater Peter Wieland-Hold baute das erste Hotel in

Arosa, den «Seehof». «Ich wurde bereits in der Familie geprägt», räumt Meier ein. Vater und Grossvater sammelten Erfahrungen im europäischen und überseeischen Ausland.

Conrad Meier war ab 1973 Schüler in Zürich, von 1983 bis 1987 besuchte er die Kantonsschule Sargans. Anschliessend absolvierte er die Offizierschule in Thun. Als Oberleutnant der Panzergrenadiere verabschiedete er sich 1989 vom Militär und begann die zivile Karriere. Er studierte während drei Jahren Management an der Hotelfachschule Les Roches in Bluche. Dann folgte die Praxis. «Seit 1994 bin ich im Ausland», sagt er. Seine erste Station: Saudi-Arabien. Dort arbeitete er als Food & Beverage Manager im Red Sea Palace Hotel in Jeddah, einem Haus der Leading Hotels of the World.

## WECHSEL ZU RADISSON, DANN NACH LITAUEN

1996 war Conrad Meier im Hotel Oro Verde in Guayaquil (Ecuador) angestellt, ebenfalls ein Leading Hotel, und kümmerte sich wieder um Speisen und Getränke. Darüber hinaus leitete er das gesamte Hotel, als der General Manager abwesend war. In einer ähnlichen Situation bewährte Meier sich auch im Radisson SAS Lazurnaya Hotel, einem Haus in Sotschi an Russlands Schwarzmeerküste. Dort engagierte er sich bis Februar 1999 hauptberuflich als Food & Beverage Manager. Doch sein Führungstalent war längst erkannt: Im März 1999 wechselte er als Executive Assistant Manager ins Radisson SAS Park Lane Hotel nach Antwerpen in Belgien.

Dem ersten Ruf nach Litauen folgte Meier vor drei Jahren: als Pre-opening General Manager eines neu-

en Radisson SAS Hotels ging er in die Hafenstadt Klaipeda. Anschliessend, von Februar 2001 bis August 2002, führte er das Haus als GM. Bald durfte er das nächste Hotel eröffnen: das Radisson SAS Resort Taba auf der ägyptischen Halbinsel Sinai. Dort blieb Conrad Meier bis zum Frühjahr dieses Jahres. Dann kehrte der Schweizer nach Litauen zurück. Seit Mai dirigiert er die 80 Mitarbeiter des «Radisson SAS Astorija», eines Hotels mit 120 Zimmern in der Altstadt von Vilnius.

## «HOCHMOTIVIERTE LEUTE MIT GROSSEM POTENZIAL»

«Meine litauischen Mitarbeiter sind sehr serviceorientiert», sagt Meier. Wegen des engen Arbeitsmarktes in Litauen bewerben sich viele gut ausgebildete Frauen und Männer um Hoteljobs. «So kriegen wir hochmotivierte junge Leute mit grossem Potenzial. Sie lieben wirklich das Gastgewerbe und sind stolz, in unserem Hotel zu arbeiten.» Für den Schweizer GM ist der tägliche Kontakt mit seinen Mitarbeitern und den Gästen besonders wichtig. «Man trainiert und bewahrt sich den Blick für Details nur, wenn man in die tägliche Arbeit eingegliedert bleibt», betont er.

## «LITAUEN WIRD BELIEBTES TOURISTISCHES ZIEL»

«Ich liebe die Natur über alles», sagt Conrad Meier. Deshalb fühlt er sich wohl in Litauen, wo es einsame Wälder, stille Seen und gute Strassen gibt. Ein weiteres Plus ist seiner Ansicht nach die Sicherheit, die das Land bietet. Deshalb: «Litauen wird ein beliebtes touristisches Ziel», prophezeit der Schweizer Hotelperte.

Foto: zsg

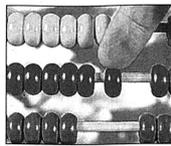


CONRAD MEIER

Der Schweizer General Manager und sein Hotel: Er erwartet, dass Vilnius nach dem Beitritt Litauens zur EU im Mai 2004 ein wichtiges Ziel für Städtereisende wird.



**BANGKOK /** Das Siam City Hotel gehört zu einer vom Schweizer Hans-Heinrich Spoerry erfolgreich geleiteten Gruppe. SEITE 11



**KONTENPLAN /** Der Kontenrahmen für das Gastgewerbe wird mit neuen Kennzahlen aktualisiert. SEITE 12

**Tourismus  
Hotellerie**

**hotel+tourismus revue**

**URS ZENHÄUSERN**

**«Erfahrung ist vorteilhaft»**

Der Direktor von Wallis Tourismus ist selber ein Quereinsteiger. Er war vorher Leiter des regionalen Arbeitsvermittlungszentrums Oberwallis.

**INTERVIEW: ROBERT WILDI**

■ Herr Zenhäusern, Sie sind ein Quereinsteiger im Tourismus.

Bei meiner Wahl zum Direktor von Wallis Tourismus vor vier Jahren wurde ich so betitelt. Zwar habe ich die Ausbildung zum patentierten Skilehrer, war Mitglied der Marketingkommission von «Rund um Visp» und Vorstandsmitglied des Verkehrsvereins Visp. Auch mein Wirtschaftsstudium war auf den Tourismus ausgerichtet.

■ Sind Quereinsteiger bessere Tourismusdirektoren?

Ein erfolgreicher Unternehmer sagte mir einmal, dass er bei der Personalrekrutierung nicht auf die Vorgeschichte eines Bewerbers achte, sondern vor allem sein Potenzial und die Leistungsbereitschaft gewichte. Auch im Tourismus wird von Managern immer mehr Sozialkompetenz verlangt. Diese kann man sich nur schwierig aneignen, wenn sie einem nicht in die Wiege gelegt wurde. Die Bildung ist dafür nicht ausschlaggebend.

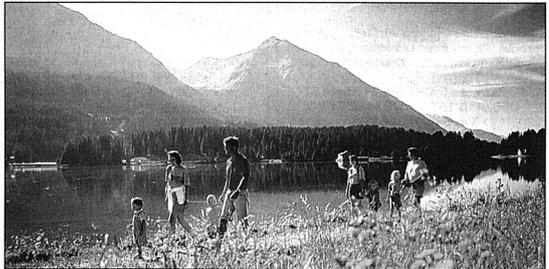


Urs Zenhäusern.

■ Müssen Tourismusdirektoren Allrounder sein?

Ein breiter Erfahrungsschatz ist in jeder Führungsposition vorteilhaft. Ein Tourismusdirektor muss aber noch rascher als andere Manager die Funktionsweise seines Metiers kennenlernen. Anders als im Marketing des Konsumgüterbereichs hat er keinen direkten Einfluss auf die Produktion, Preisgestaltung oder Qualität des Produktes. Er kann lediglich informieren, beraten, motivieren und unterstützen.

Foto: Swiss-Image



**IN DIESEN DESTINATIONEN WIRKEN QUEREINSTEIGER**

Die Direktoren, die die touristischen Geschicke dieser fünf Orten leiten, kommen ursprünglich aus anderen Berufen: (von links oben nach rechts unten) Heidiland (Marco Wyss), Lenzerheide (Urs Wagenseil), Sion (Eddy Peter), Thun (Beat Anneler) und Gstaad (Roger Seifritz).

**TOURISMUSDIREKTOREN**

**Gefragt sind Generalisten**

Die grosse Mehrheit der Tourismusdirektoren sind Quereinsteiger oder haben zumindest mehrjährige Erfahrungen in anderen Branchen gesammelt. Dies kommt den vielseitigen Anforderungen ihrer Tätigkeit entgegen, finden die befragten Quereinsteiger.

**ROBERT WILDI**

«Wie lautet die Definition für einen Quereinsteiger?», fragt sich Beat Anneler. Der Direktor von Thun und Thunersee Tourismus sowie Präsident der Hoteliervereinigung Berner Oberland ist seit 33 Jahren in der Tourismusbranche tätig. Davon neun Jahre im Bereich Bergbahnen und 21 Jahre als Vizedirektor bei Berner Oberland Tourismus. Trotz dieser klassischen Tourismus-Karriere bezeichnet sich Anneler auch als Quereinsteiger. «Meine Erfahrungen in den unterschiedlichsten Funktionen sind eine solide Grundlage und sehr wertvoll für mein heutiges Wirken», sagt er. Als Direktor einer Destination seien mehr und mehr Generalisten gefragt, die sich

neben dem Kerngeschäft auch in der Politik auskennen und über kommunikative Fähigkeiten verfügen.

Diese Ansicht vertritt auch sein Berufskollege in Lenzerheide, Urs Wagenseil. «Der Tourismusdirektor von heute ist eher ein Manager oder CEO, da der Tourismus an einer Destination äusserst komplex und vernetzt ist.» Wagenseil selbst hat nach einer akademischen Ausbildung in den Bereichen Geographie und Sport seine berufliche Laufbahn wie Anneler gleich im Tourismus gestartet. Nach sieben Jahren bei Kuoni und dem Reisebüro Wettstein wechselte er zum Diners Club Switzerland, ehe er das Angebot aus Lenzerheide erhielt.

**«DER SCHRITT KANN SCHWIERIG SEIN»**

Als Vorteile seines Werdegangs nennt Wagenseil die Erfahrungen in anderen Wirtschaftszweigen und damit ein besseres Gespür für übergeordnete Zusammenhänge. Nicht zuletzt sei so für das Amt als Tourismusdirektor eine gewisse Unabhängigkeit gewährleistet. «Gewachsene und langjährige Beziehungen innerhalb des Ortes können für einen Direktoren in seiner Amtsausübung schnell auch zur Belastung werden», vermutet er.

Als klassischer Quereinsteiger kann der Gstaader Tourismusdirektor Roger Seifritz bezeichnet werden. Der Einstieg als totaler Branchenfremdling bringt seiner Meinung nach auch Schwierigkeiten mit sich. Der Betriebswirtschaftler war fast zehn Jahre in der Privatindustrie tätig, ehe er vor fünf Jahren nach Gstaad kam. «Der Schritt vom touristischen Greenhorn ohne Netzwerk zum Spezialisten kann sehr schwierig sein», weiss er aus eigener Erfahrung. Als Quereinsteiger sei er es sich auch nicht gewohnt gewesen, plötzlich in «ineffizienten» Vereinen, Verbänden oder losen Interessengruppen zu arbeiten, so Seifritz.

**DIE QUEREINSTEIGER SIND IN DER ÜBERZAHL**

Für den Direktor der Ferienregion Heidiland, Marco Wyss, entscheidet auch die Grösse der Destination über das Anforderungsprofil des Tourismusdirektors. «Die betriebs- und regionsspezifischen Strukturen spielen eine wesentliche Rolle», so Wyss, der nach der KV-Ausbildung und Tätigkeiten im Versicherungsbereich die Hotelfachschule sowie HWV absolvierte und sich als Quereinsteiger betrachtet. In der Industrie habe er gelernt, dass ab einer bestimmten Betriebs-

grösse für einen Chef nicht mehr Detailkenntnisse erforderlich sind. «Viel wichtiger ist es, über Bereichsspezialisten zu verfügen, die die entsprechenden Dossiers beherrschen», so Wyss. Genau gleich müsse heutzutage auch ein Tourismusdirektor vorgehen und ein Team von Fachleuten um sich aufbauen. Wyss ist überzeugt, dass auch eine Non-Profit-Organisation wie ein Tourismusverein heute rentabel betrieben werden muss.

Mehr als 95 Prozent der Schweizer Tourismusdirektoren haben Erfahrungen in anderen Branchen gesammelt und sind somit Quereinsteiger, sagt Eddy Peter. Tourismusdirektor von Sion. Als Präsident des Verbands Schweizer Tourismusdirektoren kennt er die beruflichen Voraussetzungen seiner Mitglieder. Peter, der selbst via Post und Skiverband zum Tourismus kam, ist von den Vorteilen eines beruflichen breiten Horizonts überzeugt. «Allrounder-Direktoren sind oft diejenigen, die den grössten Idealismus an den Tag legen und am längsten im Amt bleiben.»

Prominentestes Beispiel für einen Quereinsteiger ist auch Jürg Schmid. Der Direktor von Schweiz Tourismus kam aus der Informatik-Branche und verfügte vor seinem Amtsantritt kaum über Tourismus-Branchenkenntnisse.

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

**Praxisnahe Frittieröl-Kontrolle**

Der Frittierölestab

**frotty**

löst dieses Problem einfach - schnell - genau

www.creafood.ch

Rufen Sie uns an: Telefon 079 631 65 22

**Damit Ihre Ferienangebote keinen Urlaub machen:**

**www.feriarama.ch**

Der Anbieter für Schweizer Tourismus-Werbung.

**happy YOU**

Verlangen Sie unser Aktionsangebot.

**happy systems**

I wott i heit es happy-Bett.

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

**gemeinsam**

**HOTELA**

**HESSER**

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration

Planen 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 Pfäffikon SZ  
055/410'15'57 - 079/422'37'24  
Fax 055/410'41'06

**Gelegenheit!****SILVAPLANA**

Zu verkaufen an zentraler Lage

**RESTAURANT mit Dancing**

Baujahr 1982; Restaurant mit OG bzw.  
EG mit ca. 180 m<sup>2</sup> und 60 Plätzen;  
Pizzeria/Grill im EG bzw. UG  
mit ca. 180 m<sup>2</sup> und 60 Plätzen;  
Dancing/Bar mit ca. 250 m<sup>2</sup> (!)  
VP CHF 585 000.-  
INKLUSIVE 4 Autoeinstellplätze  
in der Tiefgarage und das Grossinventar  
in den Restaurants  
(Kauf OHNE Dancing/Bar möglich)  
GERNE unterbreiten wir ernsthaften  
Interessenten detaillierte Informationen  
zum Angebot.

081 284 00 24

www.degani.ch

158047/385500

**Käufer, Pächter,  
Geschäftsleitung**

Lust auf Süden, Sonne, Meer und be-  
nahe unbeschränkte Entfaltungsmö-  
glichkeiten?

Bei uns in Apulien, direkt am Jonischen  
Meer im wunderschönen Komplex  
«Sala Bianca» mit Albergo, Restaurant  
und Bar.

Schweizer Paar sucht ab sofort  
**Entlastung – Nachfolger**  
Ganzjahres- oder Saisonbetrieb.

http://www.salabianca.it  
Telefon 0039 099 972 82 80

158090/428008

Zu verpachten per Anfang Wintersaison 2003/04  
in Ausserferrera

**Gasthaus mit 2-Zimmer-Wohnung  
und 3 Gästezimmern**

sowie zusätzlich Pachtmöglichkeit für  
Gruppenunterkunft.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:  
Gemeindekanzlei Ausserferrera,  
Telefon 081 661 15 85 oder  
E-Mail: ausserferrera@bluewin.ch

158012/150657

**KATAG**

Im Auftrag unseres Mandanten  
vermieten wir das

**Restaurant im Herzen  
der Stadt Bern**

Das Objekt liegt an bester Passanten-  
lage inmitten der Schweizer Bundes-  
hauptstadt am Bärenplatz unweit des  
Bundeshauses.

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

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

Für weitere Auskünfte kontaktieren Sie  
bitte Stephan Kurmann.

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

158016/172723

**Stadt Zürich**

gut gehendes

**Hotel**

per 1. November 2003 zu vermieten.

Offerten unter Chiffre 158013, *hotel +*  
*tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

158013/417809

Für unseren Kunden suchen wir einen in der Gastronomie erfahrenen  
Mieter / Betreiber mit eigenen konzeptionellen Ideen zum Betrieb eines

**Grösseren  
Restaurantbetriebs  
mit Hotelzimmer**

in der **Grossagglomeration Zürich**. Verkehrsgünstig  
gelegen, gleichzeitig Ausflugsort und gute Passanten-  
lage. Für zukunftsorientierte Mieter / Betreiber besteht  
ein grosses Potential zur Erweiterung der heutigen Aktivitäten und zum  
Ausbau des Geschäftes. Ein späterer Kauf der Liegenschaft ist nicht  
ausgeschlossen. Rahmenbedingungen hierfür könnten allenfalls bei  
Abschluss des Mietvertrages fixiert werden.

80 Restaurantplätze, Saal 100-120 Personen, grosse Gartenwirtschaft,  
Kegelbahn, 80 Parkplätze, 12 Hotelzimmer B/D, 6 Zimmer für Mitarbei-  
ter, Mieterwohnung.

Gerne stellen wir Ihnen nach einer ersten Kontaktnahme und allenfalls  
Abklärung mit Ihnen weitere Unterlagen zu, und wir könnten das weiter  
Vorgehen besprechen. Wir danken für Ihr Interesse.

**BDO**

BDO Visura  
Wir machen Sie fit.

Bitte melden Sie sich schriftlich oder telefonisch bei

■ L Erich Walzer, BDO Visura,  
■ T SHT Hotel-Treuhand und Beratungen, Fabrikstrasse 50 8031 Zürich,  
Telefon 01 731 12 31 oder Fax 01 731 18 38. E-mail erich.walzer@bdo.ch

Wir suchen für unser  
\*\*\*Hotel mit Restaurants- und Barbetrieb  
im Berner Oberland, Grossraum Gstaad  
ein kompetentes und freundliches

**Pächterehepaar 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 Restaurationsaal-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,

157925/41874

**IMMOBILIER****Canada**

Ça vous intéresse

Pour des raisons de santé et plus  
21 ans d'exploitation nous désirons

**vendre**

Restaurant de réputation Suisse

visitez sur le net:  
www.gerard.herrmann.org

téléphone (Canada) +450-226-2218  
fax +450-226-9807

Contact en Suisse Mme. Grossniklaus  
079-475-7627

158049/427521

Société de management hôtelier  
cherche

**pour location  
\*\*\*/\*\*\*/\*\*\*\*hôtels aux cantons  
Valais – Vaud – Genève et  
Berner Oberland**

Discrétion assurée.

Offres sous chiffre 158064, *hotel + tourisme*  
*revue*, Case postale, 3001 Berne.

158064/426914

**ANZEIGEN****TEAMCOACHING**

Liebe Kolleginnen und  
Kollegen,

vor Beginn der Wintersaison  
offerieren wir Ihnen für  
Erholung und Entspannung:

2 Übernachtungen im

Doppelzimmer-Studio

Frühstück vom Buffet

Erinnerungs-Present

Apéro am Kamin

Fondueabig i üsere Beiz

Menu surprise

im Panorama-Restaurant

Entspannungsmassage

Hallenbad, Sauna, Fitness

CHF 270.- pro Person

Ringstrasse, 6433 Stoos

Hotline: 041 817 44 03

Fax: 041 817 44 45

info@hotel-stoos.ch

www.hotel-stoos.ch

**Hotel-Restaurant Central, 6300 Zug****Zu verkaufen:**

– Leuchtreklame «Hotel», senkrecht,  
– Div. Inventar, gut erhalten, z. B.  
– Lampen, TV, Schreibtische usw.  
– Betten mit kompl. Inhalt 120/190 cm: Stk. 6  
– Betten mit kompl. Inhalt 90/190 cm: Stk. 23  
– Bettwäsche nordisch, lachsfarbig, ca. Stk. 100  
– Tischwäsche, gelb  
– Frottéwäsche ca. Stk. 40  
– Holzstühle ca. Stk. 45  
– Steamer Fr. 1200.-

Besichtigung und Verkauf nach Absprache.

Weitere Auskünfte unter:

Natel-Nr. 079 279 26 74,

Montag bis Freitag (8.00 bis 17.00 Uhr)

158015/41580

**KREDIT**

Hat Ihre Firma...

- Liquiditätsprobleme?
- Finanzprobleme?
- Bankprobleme?
- Image Probleme?
- Rechtsprobleme?

Oder besteht sogar Konkursgefahr?

**WIR HELFEN** Ihnen, auch in  
sehr schwierigen Fällen, und  
übernehmen für Sie den ganzen  
Ablauf!

Telefon 033 225 37 57

**Über Internet und nette Gäste.**

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

## WestLB verkauft noch nicht

**TUI.** Die Westdeutsche Landesbank (WestLB) wird ihre 31-prozentige Beteiligung am weltgrößten Reisekonzern TUI im laufenden Jahr noch nicht verkaufen. «Wir verkaufen nur zu einem Preis, der uns Freude macht. Und an einen Käufer, der die TUI strategisch weiterbringt», so der Vorstandsvorsitzende der Bank, Johannes Ringel. Die Bank hatte vor Monaten angekündigt, sie wolle sich von der Beteiligung aus dem Jahre 1969 trennen. **TRU**

## Attraktions-Werkzeuge

**Internationaler Kompaktkurs.** Am 12. November beginnt der 2. «Internationale Kompaktkurs für das Management von Attraktionen». Vermittelt werden neue Kenntnisse und Werkzeuge für das Management von Attraktionspunkten. Die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern (darunter die Academia Engiadina und die Europäische Akademie Bozen) und der Einbezug der vier Länder Österreich, Deutschland, Italien, und Schweiz sollen für einen höchstmöglichen

Erfahrungsaustausch sorgen. Der Kurs findet in vier Modulen statt und schließt im Herbst 2004 nach einer schriftlichen Projektarbeit mit einem Zertifikat der Universität St. Gallen ab. Die Kursorte sind Bozen (12.–15.11.03), Innsbruck (15.–17.1.04), St. Moritz (22.–24.4.04) und Trier (3.–5.6.04). Die Kosten betragen 3450 Euro (5380 Franken) pro Jahr. **KJV**

Weitere Informationen: Elke Reiger, Telefon +43-512-507-7082, E-Mail: elke.reiger@uibk.ac.at, www.attraktionsmanagement.com

## Rekord: über 1 Mio. Ersteintritte

**Weisse Arena Gruppe.** Die Weisse Arena mit Flims, Laax und Falera verbuchte im Geschäftsjahr 2002/03 Rekorde. Sieben nahezu niederschlagsfreie Wochen führten in den Monaten des ersten Quartals 2003 zu Rekorden bei den Ersteintritten: Mit 1 007 873 Gästen in einem einzelnen Winter knackte die Weisse Arena Gruppe erstmals in der Geschichte des Unternehmens die Millionengrenze. Dies entspricht einem Plus von 13,3% gegenüber dem Vorjahr. Der Besucher-

andrang liess den Nettoumsatz auf einen Rekordwert von 63,5 Mio. Franken (+2,9% gegenüber dem Vorjahr) ansteigen. Dem Rekordumsatz steht auch ein Rekord-Cashflow von 13,7 Mio. Franken gegenüber (+14% gegenüber dem Vorjahr). Gleichzeitig konnte die Verschuldung um 8,4 Mio. Franken reduziert werden. Die Weisse Arena Gruppe registrierte im Geschäftsjahr 2002/03 total 1 079 767 Besucher an ihren Anlagen (+12%). 14 200 Abos (+10%) der TopCard konnten

abgesetzt werden. Diese ist ein Gemeinschaftsprodukt der Weissen Arena und der Region Davos/Klosters. Unter den Gästen der Alpenarena besitzt jeder sechste eine TopCard. Die Weisse Arena bekam den Einbruch bei den deutschen Gästen zu spüren, konnte den Verlust aber durch zusätzliche Gäste aus England und der Schweiz wettmachen. In den 830 Betten der Weissen Arena Gruppe wurden im Winter 2002/03 rund 60 000 Logiernächte verzeichnet. **TRU**

## BÖRSENBAROMETER

### Vormarsch fortgesetzt

Die gute Stimmung an den Weltbörsen hat angehalten. Kurstreibend sind weiter die Hoffnungen auf den konjunkturellen Umschwung.

#### WERNER LEIBACHER

Die Börsen setzten – weltweit – ihren Vormarsch fort, wenn auch mit etwas kleineren Schritten. Viele Zweifler, die bis jetzt mit Anlagen zurückgehalten haben, werden mutiger und steigen ebenfalls ein. Dazu verhelfen auch die anziehenden Obligationenzinsen: viele befürchten ein Platzen der Blase bei den Bonds, wo speziell die Staatsanleihen massiv angestiegen sind und in der Zwischenzeit schon deutliche Einbußen erlitten haben. Die Aufwärtsbewegung an den Schweizer Börsen erfolgte nicht auf der ganzen Seite des Kursblatts. Eher Vorbehalte herrschten weiterhin gegenüber touristischen Papieren. Noch zeigen die Tourismuszahlen nicht klar aufwärts. Ein neuer Sars-Fall in Singapur hat eine neue Verunsicherung ausgelöst.

#### SWISS: RECHT VOLATIL, JE NACH GERÜCHTELAGE

In der Schweiz waren Swiss-Aktien erneut fester. Der Airline-Titel war recht volatil, je nach Gerüchtelage, ob die Swiss für die Zukunft auf die Karte British Airways oder Lufthansa setzen wird. Wie immer auch der Entschluss lautet wird; weiterhin ungelöst bleibt, wie die Swiss die für das Überleben nötige Kapitalspritze von 500 Mio. Franken aufreiben will. Etwas besser notieren die Airlines im Ausland. In Europa etwa «leben» die KLM von der Erwartung, dass die Holländer eine Zusammenarbeit mit Air France finden werden. In den USA gehörten American und Delta zu den Spitzenreitern der Hoffnung auf eine baldige Konjunkturerholung und damit einer wieder besseren Auslastung.

Noch kaum Wirkung hatte dieses Liebageln mit einer Normalisierung der Wirtschaftsaktivität bei den Hotelketten: hier lassen die Auslastungen noch zu wünschen übrig. Eine Ausnahme macht die im preiswerten Sektor aktive französische Kette Accor. Leicht bessere Kurse verzeichneten in der Schweiz das Reisebüro Kuoni oder Mövenpick, wo allerdings die Umsätze recht dünn geworden sind.

Weiter verbessert haben sich die Schnellimbiss-Ketten Wendys und McDonald's. Beim führenden Hamburgeranbieter scheinen sich die Ausrichtung auf Öko-Produkte, die Angebotserweiterungen sowie die leichteren Mahlzeiten zu bewähren. Die guten Frequenzen in den Fastfood-Ketten sind ein offensichtliches Indiz dafür, dass die Konjunkturlaute noch nicht überall überwunden ist und dass darum viele Kunden verstärkt preiswerte Essensangebote bevorzugen. Weiter vorgeückt ist auch die amerikanische Kaffee-Kette Starbucks, die nicht zuletzt von der Erweiterung des internationalen Netzes profitiert.

## TOURISMUSWERTE

# Schönwetter, auch an der Börse

Das schöne Sommerwetter prägte auch den Geschäftsgang der Bergbahngesellschaften. Dies schlägt sich an den Börsen nieder.

#### ALBERT LUSSI

Die Arosa Bergbahnen AG berichtet über ein gutes Geschäftsjahr. Der Reingewinn in dem per Ende April abgeschlossenen Geschäftsjahr 2002/03 konnte um 58 Prozent auf rund 411 Franken gesteigert werden; die Frequenzen legten um fast 14 Prozent zu. Vom verbesserten Jahresgewinn sollen sogar die Aktionäre profitieren indem eine Dividendenerhöhung von 3 auf 4 Prozent beantragt wird. Die Aktien werden auf der Basis von 110 für 125 Franken gehandelt.

#### EIGENKAPITALBASIS HAT PRIORITÄT

Auch die Weisse Arena verzeichnete im letzten Geschäftsjahr Rekordwerte beim Umsatz. 13 Prozent mehr Gäste als im Vorjahr sorgten für ein Umsatzwachstum auf 63,5 Mio. Franken (+2,9%). Der Cashflow erreichte mit 13,7 Mio. Franken einen neuen Höchstwert. Trotz eines Reingewinns von 1,1 Mio. Franken erhält der Aktionär weiterhin keine Dividende. Die Stärkung der Eigenkapitalbasis hat sinnvollerweise Priorität. Trotz Rückführung von 8,4 Mio. Franken liegt die Verschuldung bei 120 Mio. Franken respektive die Eigenkapitalquote bei tiefen 16,8 Prozent.



SEILBAHN IM WANDERGEBIET MÜRREN-SCHILTHORN

Die Schilthornbahn AG, Mürren, verzeichnete – auch dank mehr Schweizer Gästen – einen guten Jahresabschluss.

Über ein hervorragendes Jahresergebnis mit einem um 1,5 Mio. auf 8,49 Mio. Franken gesteigerten Cashflow kann die Lenzerheide-Bergbahn Danis-Stätt (LBDS) berichten. Abschreibungen in der Höhe von 7,89 Mio. Franken wurden getätigt. Dem Aktionär soll eine unveränderte Divi-

dende von 10 Prozent ausgeschüttet werden. Auch der LBDS gelang es, bestehende Darlehen um 3 Mio. Franken auf 13,6 Mio. Franken abzubauen, woraus ein Eigenkapitalanteil von 53,3 Prozent resultiert. Angesichts der langen Schönwetterperiode erwarten die Pilatus Bahnen AG, Kriens, und die

Schilthornbahn AG, Mürren, einen guten Jahresabschluss. Beide Stationen verzeichneten im Sommer 2003 zwar weniger ausländische, aber dafür mehr Schweizer Gäste. Direktor Peter Feuz von der Schilthornbahn rechnet mit einem stabilen Umsatz pro Gast; allerdings auf eher tieferem Niveau.

## Aktuelle Tourismuswerte

BAHNEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Arosa Bergbahnen AG *	110	125		
Weisse Arena *	95	–		
Bergbahnen Disentis *	–	800		
Bergbahnen Saanenland	2	–		
Bergbahnen Unterwasser-Ilitios-Chäserugg *	200	275		
BET Bergbahnen Engelberg-Titlis *	650	680	+ 70	
Davos-Parisenn-Bahnen AG *	445	480	+ 35	
Diavolezza-Bahn AG	1625	1725		
Furtschellas-Bahn AG *	–	80		
Gondelbahn Grindelwald-Männlichen	150	–		
Hoch-Ybrig AG	19	–	+ 1	
Klosters-Madrisa Bergbahnen AG	60	–		
Lenzerheide Bergbahnen Danis Stätt AG	–	125		
LSB Andermatt-Gemsstock *	–	7		
LSB Celerina-Saluver *	330	360		
LSB Fiesch-Eggishorn AG *	–	350		
LSB Klosters-Gotschnagrät-Parisenn *	1000	–		
LSB Surlej-Silvaplana-Corvatsch AG	–	550		
LSB Wangs-Pizol *	50	–		
LSB Wengen-Männlichen AG	90	–		
Metschbahnen AG	–	60		
Pilatus-Bahnen AG	380	–	+ 5	
Rigi-Bahnen AG	1.20	–	+ 0.10	
Savognin Bergbahnen AG	–	110		
Säntis-Schwebebahnen AG	925	975		
Schilthornbahn AG *	1030	–	+ 70	
Seilbahnen AG, Blatten-Belalp-Aletsch	100	160		
SGV Vierwaldstättersee, Prior	75	–	– 5	
Sportbahnen Bellwald Goms AG	55	–		
Sportbahnen Pisch AG *	–	250		
Zürichsee-Fähre Horgen-Meilen	9550	9900	– 50	
Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft	75	105		

HOTELS/WELLNESS	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Bad Schinznach AG	1035	1045	+ 10	
Dolder Hotel AG	4900	5800		
Hotel Celerina & Cresta Palace	575	–	+ 25	
KHE Konferenzhotel Egerkingen AG	800	–		
Park Hotels Waldhaus AG	–	800		
Seiler Hotels Zernatt AG	655	700		
Kurhotel Weissbad AG	910	960	+ 40	
Kurzentrums Rheinfelden Holding AG	275	425		
Thermalbäder & Grand-Hotels Bad Ragaz	–	7500		
Thermalbad Zurzach AG	550	585	+ 10	

CASINOS	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Casino Kursaal Interlaken AG	275	350		
Casino-Kursaal Montreux SA	750	–	+ 110	
Kursaal Casino AG Luzern	250	275	+ 30	
Stadtcasino Baden AG	740	770	– 20	
Kongress & Kursaal Bern AG	245	275	+ 5	

AUTOBAHNRASTSTÄTTEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Gotthard Raststätte N2	230	245	– 15	
Gestione Stalvedro SA	1690	1780	– 35	
Lurag Luzerner Raststätte	720	755		
Raststätte Rheintal AG	2200	2500		
Raststätte Thurau AG	4800	–		

Schlussstand 15.09.03 74.18 Punkte  
 Schlussstand Vorperiode (25.08.2003) 72.12 Punkte  
 Extremstände 1993/2003 127.90/74.55

\* = Index-Titel

Quelle: Luzerner Regiobank, Luzern

## SEILBAHNBRANCHE

## «Höhere Professionalität ist gefordert»

Die Seilbahnbranche ist gefordert, ihre Wirtschaftlichkeit mittels höherer Investitionen und einem professionelleren Management zu verbessern.

nach herben Rückschlägen den Gesamtverkehrsumsatz im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent auf 838 Mio. Franken steigern konnten.

**NÖTIG: INVESTITIONEN VON 300 MIO. JÄHRLICH**

Es stimme ihn bedenklich, dass nur knapp 60 Betriebe mit dem Qualitätsgütesiegel Q I und drei Betriebe mit einem Q II zertifiziert seien, sagte Moix. Dass die Unternehmen einen zum Teil frappierenden Investitionsrückstand aufweisen, zeigt eine von SBS in Auftrag gegebene Studie: Statt jährlich 88 wurden in den letzten 20 Jahren durchschnittlich nur 31 Seilbahnanlagen ersetzt oder neu gebaut. Laut Moix muss die Seilbahnbranche, um konkurrenzfähig zu bleiben, künf-

tig jährlich über 300 Millionen Franken in ihre Transportanlagen – 723 Seilbahnen und 1037 Schlepplifte – investieren. Angesichts der künftigen Kreditpolitik der Banken rechnet SBS-Direktor Peter Vollmer mit einer immer schwieriger werdenden Mittelbeschaffung. Seilbahnen Schweiz hat, basierend auf der Auswertung von Geschäftsberichten, finanzielle Standards entwickelt. Eine Vorgabe lautet, dass es mindestens einen Cashflow von 5 Prozent des eingesetzten Kapitals (einschliesslich Fremdkapital) oder 20 Prozent des Umsatzes zu erreichen gilt. Nur 74 Prozent der Betriebe erzielen indessen einen annehmbaren bis sehr guten Cashflow, 26 Prozent liegen darunter und befinden sich zum Teil in einer kritischen Situation.

Foto: STS



TITLIS ROTAIR

Der Rundblick, den man von dieser Seilbahn aus geniessen kann, steigert die Attraktivität und somit auch die Wettbewerbsfähigkeit der Anlage.

## TONI RÜTTI

«Die Schweizer Seilbahnen müssen ihre Wirtschaftlichkeit und die Professionalität im Management verbessern sowie die Strukturen mittels Kooperationen optimieren», sagte Louis Moix, Präsident von Seilbahnen Schweiz (SBS) an deren 33. Generalversammlung in Villars. An dieser Notwendigkeit ändere auch die Tatsache nichts, dass die gut 200 SBS-Mitgliedbetriebe

Anzeige

## Was Gäste wünschen. HOTEL 2003

Thema des Jahres:  
»AlpineWellness«



SÜDTIROL  
ITALIA

In Zusammenarbeit mit:

FEDERALBERGHI  
Federazione delle Associazioni Italiane Albergatori e Turismi

Sponsors & Partners

**HOTEL**

27. Internationale Fachmesse für das  
Hotel- und Gastgewerbe

**20.-23. Oktober 2003**

9.30 - 18.30 Uhr

Von A bis Z - die HOTEL 2003

- Bauen und Renovieren
- Interieur und Dekor
- Fitness & Fun
- Management und Kommunikation
- Kulinarische Meile
- Tisch und Küche
- Thema des Jahres «AlpineWellness»

Tel +39 0471 516 000 Fax +39 0471 516 111  
www.messebozen.it/hotel2003

FIERA BOLZANO



MESSE BOZEN

## SBS-FITNESSPROGRAMM

## Branchenlösungen gesucht

Im Rahmen eines «Fitnessprogramms» lanciert Seilbahnen Schweiz (SBS) zurzeit das Pilotprojekt «Soft Facts Rating». Es wird mit zehn Seilbahnunternehmen unterschiedlicher Grösse durchgeführt und soll Entscheidungshilfen für die Einführung einer Branchenlösung auf Anfang 2004 liefern. «Die SBS will im Soft-Facts-Bereich zu Basiskriterien gelangen, die auf Seilbahnunternehmen zugeschnitten sind», sagt SBS-Mediensprecher Felix Maurhofer. Das Rating werde zudem das in den Unternehmen vorhandene Entwicklungspotenzial aufzeigen.

Initiiert wurde das Projekt, nachdem die Banken ihre neue Kreditpolitik (Eigenmittelvorschriften gemäss «Basel II») bekannt gegeben hatten. Die Banken wollen sich ab 2007 nicht mehr bloss an Wirtschaftskennzahlen orientieren. Entscheidend sollen bei der Kreditvergabe auch die «weichen» Faktoren sein, wie etwa Management, Kundenprozesse, Leistungsgestaltung, Qualitätsmanagement, Vertrieb, Verkauf, Führungsschwerpunkte sowie das Kundenportfolio. «Für die Unternehmen ist «Basel II» ein Risiko und eine Chance zugleich: Betriebe, die weniger gute Wirtschaftsdaten vorweisen können, haben oft bei den weichen Faktoren ein Problem. Dieses können sie künftig gezielt angehen», so Maurhofer.

Das «SBS-Fitnessprogramm» basiert auch auf dem Strategiebericht «Schweizer Seilbahnen wohin?», einem im April herausgegebenen Manual zur Optimierung der unternehmerischen Tätigkeit, sowie auf dem Handbuch «Auf dem Weg zu einem effizienten Businessplan». Der Businessplan soll helfen, die Investitionen langfristig abzustimmen und in das Gesamtangebot einzubetten, um so eine höhere Rentabilität zu erzielen. TRU

## Konkurrenzfähig

Aus einer Studie von PricewaterhouseCooper geht hervor, dass Schweizer Seilbahnen grundsätzlich konkurrenzfähige Preise verlangen. Hingegen könnten eine Erhöhung der Bettenkapazitäten in den Skigebieten sowie die Forcierung der Beschneidung eine Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit herbeiführen. Auch müsste die Werbung intensiviert werden. TRU

Studien und Referate der SBS-GV siehe unter [www.seilbahnen.org](http://www.seilbahnen.org)

HANS-HEINRICH SPOERRY

# Erfolg mit Schweizer Prinzipien

«Wenn man die Barriere der kulturellen Unterschiede durchbrechen kann und eine gute Ausbildung in allen Sparten hat, dann ist der Erfolg sicher», sagt Hans-Heinrich Spoerry, seit 20 Jahren Hoteller in Thailand. Das thailändische Personal sei sehr ambitioniert und sensibel.

FOTOS: ZPG



«LOBBY DOME» IN BANGKOK

Der «Lobby Dome» des Siam City Hotels Bangkok: Es ist eines von drei Siam City Hotels & Resorts. Hans-Heinrich Spoerry ist deren Group General Manager.

BERND KUBISCH

Seit 20 Jahren arbeitet Hans-Heinrich Spoerry aus Weisslingen bei Winterthur als Hotel-Manager in Thailand. Sein «Erfolgsrezept» ist: Volle Anpassung an die Kultur des Gastgeberlandes – «aber nicht einen Millimeter von den aus der Schweiz mitgegebenen Grundsätzen abweichen». Zu ihnen zählt der 57-Jährige Ehrlichkeit, Gerechtigkeit, Pünktlichkeit und «Respekt vor den Menschen, vor allem den Angestellten». Er ist Group General Manager von Siam City Hotels & Resorts und damit für alle drei Hotels des thailändischen Familienunternehmens verantwortlich: Siam City Hotel Bangkok, Siam Bayshore Resort Pattaya und Siam Bayview Hotel Pattaya. Die Häuser haben insgesamt 1100 Zimmer und 1200 Angestellte.

Spoerry absolvierte eine Ausbildung als Kaufmännischer Angestellter und besuchte die Fachschule für das Gastgewerbe «Belvoir» in Zürich. Sein erster Auslandsjob war der eines Réceptionisten in Hamilton, Bermuda. Von Yaounde in Kamerun kam Spoerry 1983 nach Thailand. Er bewarb sich bei der Amari-Gruppe, die damals noch Siam Lodge hiess. Der Schweizer Kurt Ruffli, Managing Director der Amari-Gruppe und eine der grossen Persönlichkeiten der Branche, stellte damals den Weisslinger ein. Nach Positionen als General Manager im Rincome Hotel in Chiang Mai und dem Phuket Island Resort (heute Hotel Evason Phuket), arbeitet Spoerry seit 1993 im Zentrum Thailands, wo er zwischen Bangkok und Pattaya pendelt.

Als generell grosses Problem im Land sieht der Schweizer die Verständigung, bedingt durch die grossen kul-



Hans-Heinrich Spoerry.

turellen Unterschiede. «Wenn man diese Barriere durchbrechen kann und eine gute Ausbildung in allen Sparten hat, ist der Erfolg sicher.»

## MOTIVIERTE MITARBEITER MIT VERANTWORTUNG

Vor allem auf die gute Aus- und Fortbildung junger Thailänder legen Spoerry und sein Team grossen Wert. Motivierter Mitarbeiter werden im Hotel an höhere, verantwortungsvolle Positionen herangeführt. «Das motiviert die Leute und ist ein ganz wichtiger Punkt der Unternehmensphilosophie.» Thailänder sind sehr sensibel, sehr leicht verletzt, ohne dass dies Europäer meist merken. Das Personal ist aber ambitioniert und willig, guten Service zu leisten. Dies hat Spoerry in den ersten Jahren hier gelernt. Die Mitarbeiter seien «äusserst dankbar für Wissen, das vermittelt wird. Und da setze ich mit meinem Team an.»

## STARKE BEDEUTUNG DES ASIATISCHEN MARKTS

Ausländer bekommen weiter gut bezahlte Stellen, weil das detaillierte Fachwissen bei Einheimischen, vor allem im Food & Beverage-Bereich, meist nicht vorhanden ist. Das hat

eine Arbeitsweise zur Folge, die mit sehr viel mehr Detailarbeit verbunden ist als in der Schweiz der Fall wäre. Spoerrys F&B-Manager im Siam City Hotel in Bangkok ist ein Landsmann,

Christoph Spiess (36) aus Luzern. Das 5-Sterne-Haus arbeitet mit dem Steigenberger-Reservationssystem für die Geschäftskundschaft und mit allen grossen Reiseveranstaltern weltweit. «Wir haben ein kleines, sehr motiviertes Team von Verkäufern.» Darunter sind ein junger Schweizer (Boris Janjic, 31 Jahre, aus Rapperswil), der den europäischen Markt betreut, und eine junge Japanerin. Spoerry: «Dieses Team wird direkt von mir überwacht und von einer äusserst qualifizierten Thailänderin geleitet.» Der asiatische Markt mit Geschäftskunden und Urlaubern aus Japan, Taiwan, Korea, China, Hongkong und Singapur hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen und stellt im «Siam City», das über 500 Zimmer und Suiten sowie einen Executive-Floor verfügt, 37,5 Prozent der Gäste.

## ERFOLGSERLEBNIS DURCH WIEDERERKENNEN

Wichtiger «Werbeträger» für die drei Hotels ist die Eigentümerin, Kamala Sukosol. Die Thailänderin ist eine bekannte Sängerin, stark karitativ engagiert, hat Songs in sechs Sprachen auf den Markt gebracht und war auch schon im deutschen Fernsehen. «Kamalas guter Ruf hilft uns natürlich auch für unser Hotelgeschäft», betont Spoerry. Die Gruppe schreibt seit Jahren schwarze Zahlen und hat auch die durch Sars bedingte Gästeflaute in diesem Jahr «vergleichsweise gut verkraftet», wie Spoerry betont.

Schweizer spielen nicht nur als Hotel-Manager in Thailand eine wichtige Rolle für die Branche, sondern auch als Geschäftsreisende und Touristen. «Und da bekommen auch meine drei Hotels ein Stück vom Kuchen», sagt Spoerry. – Sein grösstes Erfolgserlebnis? «Wenn mich ein Abteilungsleiter oder gar Direktor in der Branche anspricht und sagt, «Boss kennen Sie mich noch, ich war damals Kellner, Réceptionist, etc. bei Ihnen.»

EKA-TAGUNG

## «Integration durch Arbeit»

An der nationalen Tagung der Eidgenössischen Ausländerkommission (EKA) vom Freitag, dem 7. November, 10 bis 16 Uhr, im Berner Kornhausforum wird das Thema «Integration durch Arbeit?» angegangen. Verschiedene mögliche Handlungsfelder werden aufgezeigt und mit konkreten Projektbeispielen und Ansätzen verknüpft, «welche hier und dort in unserem Land durchgeführt werden». Vorgestellt werden auch die neusten Resultate der Forschung aus dem Bereich von Integration und Arbeit. «Auf dem Podium erhalten Stimmen eine Plattform, welche von ihren konkreten persönlichen Erfahrungen der Integration in den Betrieben berichten.» Die Tagung soll «Gelegenheit für interessierte Kreise bieten, sich über Angebote kundig zu machen, Kontakte zu pflegen und mitzudiskutieren».

## KENNTNISSE UND POTENZIAL NUTZEN

In einer Medienmitteilung der Veranstalter werden positive Beispiele genannt: Eine Personalverantwortliche erklärt einer Angestellten, wie es um die Angebote an Aus-, Weiter- und Nachholbildung und um mögliche Karrierechancen steht. Eine andere informiert einen ausländischen Kollegen über die Möglichkeiten, sein im Herkunftsland erworbenes Diplom anerkennen zu lassen. Ein Lehrmeister geht auf gute Art mit Spännungen zwischen schweizerischen und ausländischen Lehrlingen um, nicht zuletzt weil ihm ein Freund eingehend von seinen Erfahrungen in einem Kurs über «Interkulturelle Kommunikation» erzählt hat. Eine Chefin beginnt gezielt die Kenntnisse und das Potenzial der ausländischen Angestellten für ihr Marketing-Projekt zu nutzen. – Solche Ereignisse haben, so wird betont, mit der Förderung der «Integration am Arbeitsplatz» zu tun. KJV

www.eka-cfe.ch

Todesanzeige



## TODESANZEIGE

*Ein Tag ohne dich – und es werden viele folgen,  
ein Gedanke an dich – und es werden viele sein,  
Bilder, Augenblicke, Gefühle,  
sie werden uns immer an dich erinnern,  
und dich nie vergessen lassen.*

Schmerz erfüllt nehmen wir Abschied von

## Peter Bonetti-Christen

20. Januar 1960 bis 19. September 2003

Nach schwerer Krankheit ist er im Inselspital Bern ganz unerwartet von uns gegangen. Wir sind traurig.

6454 Flüelen, 19. September 2003  
Hostellerie Sternen

Andrea Bonetti-Christen mit Marco  
Margrith Bonetti-Danioth, Andermatt  
Geschwister, Verwandte und Freunde

Sterbegebet: Freitag, 26. September 2003, 19.30 Uhr

Urnenbeisetzung und Trauergottesdienst:  
Samstag, 27. September 2003, 09.30 Uhr

Dreissigster: Samstag, 18. Oktober 2003, 19.00 Uhr  
jeweils in der Pfarrkirche Flüelen

Anstelle von Blumenspenden gedenke man der Krebsliga Schweiz, PC 01-21691-3  
oder des Frauenklosters St. Lazarus, Seedorf, PC 60-11156-7.

Traueradresse: Andrea Bonetti-Christen, Hostellerie Sternen, 6454 Flüelen

GILT ALS LEIDZIRKULAR

## «Heimvorteil» für Schweizer Hotellerie

Die Schweiz gehört in Thailand zu den zehn wichtigsten Investoren-Ländern der Welt. Und im Management der Hotel- und Gastronomiebranche spielt das europäische Land eine besonders wichtige Rolle, heisst es bei der Swiss Thai Chamber of Commerce in Bangkok. Die Asiaten erkennen an, dass Investoren und fachkundige Persönlichkeiten aus der Schweiz im Beherbergungs- und Tourismusgewerbe des thailändischen Königreichs Pionierarbeit geleistet haben.

«Unser Land profitiert vor allem von seinem guten Ruf als traditionelles Gastgeberland mit renommierten Hotelfachschulen», betont ein Spre-

cher der Schweizer Botschaft. Wie gut die Schweiz dabei ist, können die Thais aus erster Hand erfahren. König Bhumipol ging in Lausanne aufs Gymnasium und auf die Universität, und er kennt die Qualitäten der dortigen Hotelfachschule. Auch dies ist ein wichtiger Grund dafür, dass die Schweizer Wirtschaft und vor allem die Schweizer Hotelbranche ein hohes Ansehen in Thailand geniessen. Und diesen «Heimvorteil» in Thailand wollen Schweizer Führungskräfte weiter nutzen. Etwa 150 Unternehmen aus der Schweiz haben nach Angaben der Botschaft bereits Niederlassungen in Thailand. BK

## Das «Esplanade» will hoch hinaus

**Minusio.** Das Hotel Esplanade in Minusio will zum grössten Wellnesshotel der Region werden und auch im Bereich Kongresshotel die Führung übernehmen. Laut «Tessiner Zeitung» plant die Eigentümerin des «Esplanade», eine Schweizer Bank, ein vier- bis fünfstöckiges Gebäude neben dem Hotel. Entstehen sollen dort in den Obergeschossen einerseits Hotelzimmer, andererseits luxuriöse Eigentumswohnungen. Die künftigen Besitzer, die mit ihrem eingebrachten Kapi-

tal den Bau finanzieren helfen, dürfen die Infrastruktur des Hotels nutzen. Im Erdgeschoss sind zusätzliche Tagungsräume für bis zu 150 Teilnehmer, ein Hallenbad und ein Restaurant geplant. Laut Hoteldirektor Roland A. Vescoli könnte das «Esplanade» nach der Realisierung dieses Projekts ganzjährig geöffnet bleiben.

Eine Hürde muss allerdings noch überwunden werden: Auf dem 40 000 Quadratmeter grossen Gelände darf laut «Tessiner Zeitung» allenfalls zwei-

stöckig gebaut werden. Allerdings würde im neuen Katasterplan diese Vorschrift in Form einer Sonderregelung aufgelockert. Der Umzonungsplan wird in ein paar Wochen der Bevölkerung vorgestellt. Laut Minusios Gemeindepräsident Piero Mazzoleni dürfte das Bauvorhaben erst Ende des nächsten Jahres definitiv abgesegnet werden können.

Das 4-Sterne-Hotel Esplanade ist bereits vor sechs Jahren für 25 Millionen Franken umgebaut worden. CK

## Österreichische Sterne

**Liechtenstein.** Die Liechtensteiner Hotels werden künftig nach dem Klassifikationssystem der Voralberger bewertet. Die Liechtensteiner Wirtschaftskammer wird die Richtlinien erarbeiten, um die knapp 40 Betriebe flächendeckend überprüfen zu können. Nach wie vor mit Sternen nach dem schweizerischen Klassifikationssystem werden die Hotels geschmückt, die Mitglieder bei hotellerieuisse sind. Das sind zurzeit sechs Betriebe. CK

## Baugesuch bewilligt

**Grindelwald.** Die Baubewilligung für das «Swiss Alp Resort», ein 80-Millionen-Projekt, ist erteilt worden. Entstehen soll auf dem Gelände, auf dem einst Guido A. Zäch ein Hotel für Behinderte plante, ein Erweiterungsbau für das Hotel Schweizerhof. In dieses Gebäude sollen auch diverse Wohnungen, ein Restaurant und ein Geschäft integriert werden. Das Projekt erregte in Grindelwald die Gemüter. Zurzeit läuft die Beschwerdefrist. CK

## 10. Rang für Zermatter Hotel

**TUI.** Erstmals erhält ein Schweizer Hotel den «Umwelt-Champion», den TUI dieses Jahr zum siebten Mal an Ferienhotels vergibt, die sich in Sachen Umweltschutz engagieren. Auf Rang 10 gesetzt worden ist das Zermatter «Parkhotel Beau-Site» mit der «Villa Parkhotel». Das Zermatter Haus ist das einzige Alpenhotel, das es unter die Top Ten geschafft hat. Letztes Jahr figurerte es zudem unter den zehn beliebtesten TUI-Hotels. CK

THOMAS ALLEMANN

## «Ich hoffe auf Akzeptanz»

Für Thomas Allemann vom Wirtschaftspolitischen Dienst hotellerieuisse trägt der neue Kontenrahmen zur Professionalisierung der Branche bei.

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

### Wozu braucht es einen neuen Kontenrahmen?

Der heutige Kontenrahmen für das Gastgewerbe stammt aus dem Jahr 1992. In der Zwischenzeit haben verschiedene neue Kennzahlen wie EBIT, EBITDA in der Unternehmensanalyse Einzug gehalten. Zudem gilt es, sich frühzeitig auf die Revision der Rechnungslegung und der neuen Kreditbestimmungen für Banken einzustellen. Diese werden einen entscheidenden Einfluss auf das Rating und die Kreditkonditionen haben.

### Macht es für ein Kleinhotel überhaupt Sinn, einen so komplexen Kontenrahmen anzuwenden?

Unabhängig von der Grösse sollte jeder Betrieb eine transparente Buchhaltung führen und die wichtigsten Kennzahlen auswerten können. Dies ist nur mit einem branchenspezifischen Kontenrahmen möglich. Mit dem neuen, modularen Raster soll es jedem Hotel und Restaurant möglich sein, diesen Kontenrahmen bedürfnisgerecht anzuwenden. Wichtig ist jedoch, dass auch die Treuhänder von diesem Instrument überzeugt sind.

### Was erhoffen Sie sich vom neuen Kontenrahmen?

Eine breitere Akzeptanz innerhalb der Branche, mehr Transparenz im Rechnungswesen und dadurch eine Professionalisierung der Branche. Dies ist eine wichtige Voraussetzung zur Verbesserung der Rahmenbedingungen, insbesondere in Hinblick auf die zukünftige Bankenfinanzierung unter dem Aspekt von Basel II. Die Angleichung an internationale Normen ermöglicht zudem das Benchmarking über die Schweizer Grenzen hinaus.



Thomas Allemann

## NEUER KONTENRAHMEN FÜR DAS GASTGEWERBE

# Einer für alle: Der überarbeitete Kontenrahmen passt in jedem Fall

Die Buchhaltung der Hoteliers und Wirte soll bis Mitte 2004 professioneller, transparenter und den europäischen Normen angepasst werden. Entstehen soll ein Kontenrahmen mit einem einheitlichen Grundraster, den Betriebe aller Grössen nutzen können.

CHRISTINE KÜNZLER

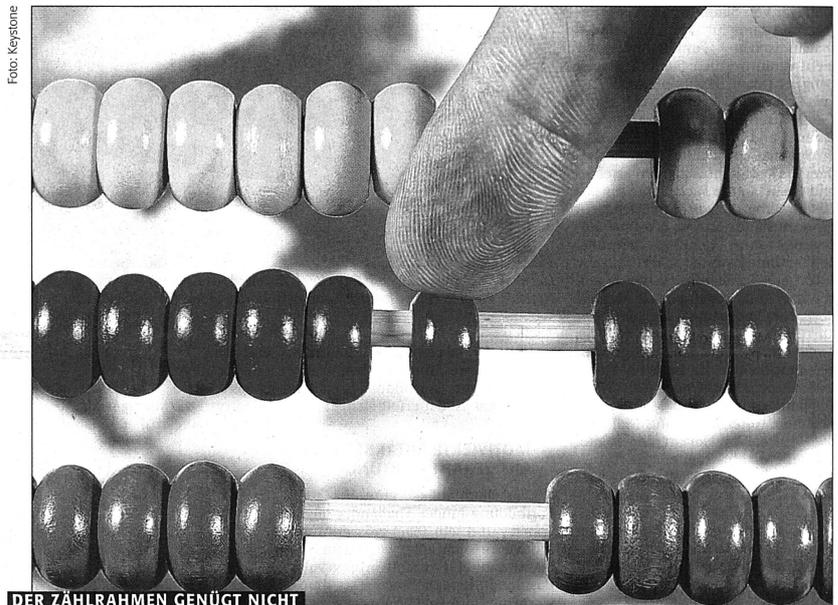
Buchhaltung liegt wohl den wenigsten. Es sei denn, jemand setzt sich beruflich mit Zahlen auseinander. Und doch ist eine saubere Buchführung Voraussetzung, um einen Betrieb wirtschaftlich führen zu können. Der bisherige Kontenrahmen, den die Verbände hotellerieuisse, Gastro-Suisse sowie die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit ausgearbeitet hatten, wird von der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) im Rahmen eines Forschungsprojektes neu überarbeitet, gegliedert und mit zusätzlichen Kennzahlen ergänzt. In der Projektgruppe vertreten sind unter anderem Hoteliers, Berater, Bank- und andere Wirtschaftsvertreter. Mitte nächsten Jahres sollen der aktualisierte Kontenrahmen und ein Handbuch mit Kommentaren und Erläuterungen vorliegen.

Entstehen soll ein einheitlicher, modular aufgebauter Kontenrahmen für das Gastgewerbe, der sowohl von ganz kleinen als auch grossen Hotels und Gastronomiebetrieben angewendet werden kann. Zudem wird der aktualisierte Kontenplan die kommenden Reformen von Swiss GAAP FER (Fachempfehlung für Rechnungslegung) berücksichtigen. Der neu überarbeitete Kontenrahmen für das Gastgewerbe soll dazu beitragen, transparentere und professionellere Abschlüsse erstellen zu können. Zudem ermöglicht er ein Benchmarking auf internationaler Ebene.

### WELCHE HOTELS FÜHREN WIE BUCH?

Der Bedarf nach einem überarbeiteten Kontenrahmen ist gegeben. Vor allem im Hinblick auf die internationale Kreditpolitik von «Basel II». Mit einer differenzierteren Buchführung kann der Hotelier oder Gastronom seine Situation besser analysieren und geeignete Massnahmen einleiten. Auch wenn Investoren gesucht werden, ist eine transparente Buchhaltung unerlässlich.

Eine kürzlich durchgeführte Umfrage der EHL bei 60 Schweizer Hotels unterschiedlicher Grösse (1 bis über 100 Zimmer) zeigt, dass die mittleren Hotels (11 bis 100 Zimmer) vorwiegend bereits den bestehenden Kontenrahmen für das Gastgewerbe nut-



### DER ZÄHLRAHMEN GENÜGT NICHT

Eine gute Buchführung ist ein unerlässliches Instrument, um die Wirtschaftlichkeit eines Betriebs zu analysieren. Der bestehende Kontenrahmen für das Gastgewerbe wird überarbeitet und mit neuen Kennzahlen ergänzt.

zen (vgl. Grafik). Die ganz kleinen und die grossen Betriebe mit mehr als 100 Zimmern indes bevorzugen andere Buchungssysteme.

### DIE GROSSEN LEGEN DIE ZAHLEN OFFEN

Die Umfrage zeigt weiter, dass die Häuser mit mehr als 100 Zimmern für ihre Buchhaltung zwischen zwei bis fünf Mitarbeitende beschäftigen. Sie gaben indes nicht preis, wie viel sie die Buchführung kostet. Anders die mitt-

leren Betriebe (51 bis 100 Zimmer): Sie geben für ihre Buchhaltung jährlich zwischen 12 000 und 20 000 Franken für Treuhänder oder Mitarbeiter aus. Hotels mit 21 bis 50 Betten lassen sich die Buchführung jährlich zwischen 5000 und 9000 Franken kosten. Einige der anderen Betriebskennnten die Buchungssysteme.

Die befragten Betriebe mit bis zu 50 Zimmern geben laut Umfrage ihre Daten bezüglich Finanzen nur an den Treuhänder oder den Buchhalter weiter. Die grösseren Betriebe indes wür-

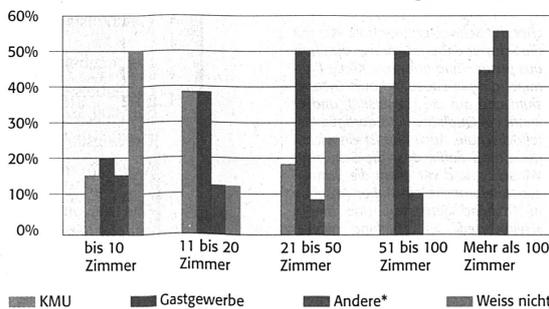
den ihre Zahlen auch an andere Hotels und zum Teil der Öffentlichkeit weitergeben.

### www.ehlite.com informiert

In einer ersten Runde klärt die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) zusammen mit verschiedenen Experten die Bedürfnisse der Hoteliers und Gastronomen ab. Zudem prüft sie bereits bestehende Kontenrahmen von anderen europäischen Ländern. Aufgrund der Erkenntnisse erarbeitet die EHL dann das Raster eines Kontenrahmens, das für kleine, mittlere und grosse – international ausgerichtete – Hotels und Restaurants geeignet ist. Das Grobkonzept geht dann in eine interne Vernehmlassung, in die auch Hoteliers, die ihre Buchhaltung selber machen, miteinbezogen werden sollen. Anschliessend wird ein Handbuch mit Kommentaren und Erläuterungen erstellt.

Demnächst soll unter www.ehlite.com eine Internetseite aufgeschaltet werden, auf der jeweils über den Stand des Projekts informiert wird. Interessierte Hoteliers und Gastronomen haben dort Gelegenheit, ihre Feedbacks einzubringen. CK

## Welcher Kontenrahmen wird angewendet?



\* vor allem USA (Uniform System of Accounts)



**SPEISEKARTEN /** Der Menükarte als «Visitenkarte» einer Gaststätte sollte besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden. SEITE 15



**TECHNIK /** Bei einer drahtlosen Kommunikation mit der Küche und der Bar lassen sich Einsparungen erzielen. SEITE 17

**Gastronomie  
& Technik**

hotel+tourismus revue

JANCIS ROBINSON

## «Originalität ist das Stichwort der Zukunft»

Jancis Robinson ist die bekannteste weibliche Weinexpertin und -autorin. Dieser Tage erscheinen von ihr auf dem Schweizer Markt drei neue Bücher. Die htr traf Jancis Robinson in London und wollte etwas über sie und die Zukunft der Weinwelt erfahren.

FOOT ZUG



**WEIBLICHER «WEINGURU»**

Die Engländerin Jancis Robinson ist überzeugt davon, dass sich die Weinwelt konstant verändert.

**INTERVIEW: CHANDRA KURT**

■ «Der Weinatlas» erschien vor 30 Jahren zum ersten Mal. Letztes Jahr ist die fünfte Überarbeitung auf den Markt gekommen. Das Buch wird in 12 Sprachen übersetzt. Von den ersten vier Auflagen wurden 3,5 Millionen Exemplare verkauft. Bisher wurde das Werk von Hugh Johnson alleine verfasst, neu in Kooperation mit Ihnen. Ist es schon vorgekommen, dass man sie als Mrs. Johnson angesprochen hat?

(lacht) Nein, das ist tatsächlich noch nicht vorgekommen ...

■ Hat diese Zusammenarbeit eine Veränderung in Ihrem Alltag bewirkt?

Eine Menge. So hatte ich zum Beispiel eine Pause von diesen stressigen Redaktionsschlüssen, zumal es sich bei der deutschen Ausgabe des «Weinatlases» um eine Übersetzung handelt. Ich musste also nichts Neues produzieren. Das hat mir sehr gut getan und gab mir etwas Luft zum Durchatmen.

**«Es wird immer Platz für neue Publikationen haben.»**

■ Ich gehe allerdings nicht davon aus, dass Sie diese «Freizeit» mit Nichtstun gefüllt haben?

Nein, nein, aber ich konnte mich mehr auf meine Website konzentrieren und sie mehr und mehr aufbauen. Was ich an dieser Arbeit schätze ist, dass ich, wo immer ich auch bin und wann immer ich Lust habe, News und Infos aufs Netz geben kann. Bei einem Buchprojekt ist das anders. Da ist man zwei bis drei Jahre lang mit einem riesigen Projekt beschäftigt, das einen erst loslässt, wenn das Manuskript abgegeben ist.

■ Wäre es falsch zu sagen, dass die besten Weinbücher bereits geschrieben worden sind und dass im Moment die Ideen für neue fehlen?

Die Weinwelt verändert sich konstant und darüber kann laufend berichtet werden. Klar stehen gewisse Standardwerke fest. Aber es wird immer Platz für neue Publikationen geben. Zudem wachsen immer neue Weingeniesser heran, die sich ihr Wissen mit ganz anderen Büchern aneignen, als ich das beispielsweise tat. Mein erstes Buch wurde 1979 publiziert. Ich glaube nicht, dass dies heute ähnlich populär sein würde, wie das damals war.

■ Welche Weinregion wird in Zukunft viel von sich reden machen?

Ich glaube Südafrika hat ein grosses Potenzial dazu. Nicht zuletzt weil eine ganz neue Generation am

Werk ist. Eine Generation, die im Gegensatz zu ihren Vorgängern viel gereist ist, zahlreiche Weingüter gesehen und vielleicht sogar in ihnen gearbeitet hat. Zuvor wirkten in Südafrika hauptsächlich Winzer, die das Land nie verlassen haben. Das Potenzial für Topweine ist hier auf jeden Fall vorhanden. Wenn wir in Europa bleiben, kann ich nur sagen, dass sich in Spanien sehr viel tut. Es ist jetzt noch etwas verfrüht, konkrete Namen zu nennen, aber das Land ist in Bewegung. So wie auch das Languedoc.

**«In Spanien tut sich sehr viel, das Land ist in Bewegung.»**

■ Da sind Sie ja an der Quelle, zumal Sie seit Jahren Ihren Sommerurlaub in Ihrem Haus im Languedoc verbringen?

Und wie. Der Witz ist allerdings, dass wir das Haus vor Jahren eben

nicht in einer bekannten Weinbauregion wie dem Burgund kaufen wollten, damit ich mich nicht wie mitten in der Arbeit fühle. Nichtsdestotrotz nehme ich diese Zeit sehr ernst und versuche, sehr faul zu sein und nur am morgen zu schreiben und dann zu lesen.

**«Wenn jeder Chinese ein paar Liter Wein pro Jahr trinkt, schlafen einige Grossproduzenten besser.»**

■ Gehen wir zurück zu trendigen Weinbauregionen. Was sagen sie zum Thema China?

Ich bin mir nicht sicher, ob dies ein ideales Weinland ist. China ist primär wegen seiner Bevölkerungsdichte ein Thema. Denn wenn jeder Chinese ein paar Liter mehr Wein pro Jahr trinkt, können bestimmt einige Grossproduzenten besser schlafen. Das Interesse

am chinesischen Markt ist primär vorhanden wegen den noch unausgeschöpften Absatzmöglichkeiten. Und da wir in einer Zeit der Überproduktion leben, wäre das sicher eine gute Lösung.

■ Was ist eine der eindrücklichsten Veränderungen der Weinwelt, die Sie in den letzten Jahren beobachtet haben?

**Bücher, Kolumnen und Website**

Jancis Robinson ist Master of Wine, Weinexpertin und Autorin. Sie schreibt regelmässig für die «Financial Times» und publiziert ihre Kolumnen in den Medien von fünf Kontinenten.

Zu ihren wichtigsten Büchern gehören «Das Oxford Weinlexikon», «Reben, Trauben, Weine», «Weinkurs» und «Rebsorten und ihre Weine». Zurzeit widmet sie sich vor allem ihrer eigenen Website [www.jancisrobinson.com](http://www.jancisrobinson.com), die aus einem allgemeinen und einem abonnierbaren Teil (purple pages) besteht. Jancis

Sicher die, dass sich die Qualität am unteren Ende der Weinpyramide massiv verbessert hat. Sie finden heute so viele preisgünstige Weine, die genüsslich getrunken werden können, wie nie zuvor.

■ Und was wird eine zukünftige Veränderung sein?

Auch wenn ich keine Fakten dafür habe, bin ich in meinem Inneren davon überzeugt, dass Originalität das Stichwort der Zukunft sein wird. Ich glaube, dass der durchschnittliche Weintrinker früher oder später an sein Limit kommt, was den Genuss von konzentrierten und alkoholreichen Weinen anbelangt. Er wird nach Weinen mit Balance, Finesse und Ausgeglichenheit suchen. Er wird auch nach Weinen suchen, die nicht überall gleich vinifiziert werden. Also nach Weinen, die ihren Ursprung verraten und eine Geschichte über ihre Heimat erzählen und nicht wie Zuckerbomben daherkommen.

**«Der durchschnittliche Weintrinker wird nach Weinen suchen, die nicht überall gleich vinifiziert werden.»**

■ Wie muss man sich Ihren Tagesrhythmus vorstellen?

Mein einziger Rhythmus in der Woche ist mein fixer Artikel für die «Financial Times» und mein Weintipp für die Website. Den Rest der Zeit gestalte ich frei, wobei ich sagen muss, dass ich sehr neugierig bin und an sehr viele Degustationen und Anlässe gehe. Manchmal an zu viele. Zudem habe ich zuhause sehr viele Weine zu verkosten. Ich mache das jeweils am Ende des Nachmittags, wenn ich fertig geschrieben habe. Sehr vieles in meinem Alltag geschieht allerdings ad hoc. Ich reagiere auch lieber auf etwas, als dass ich etwas Neues lanciere oder erfinde. Sehr in Anspruch nehmen mich die Arbeit mit der Website und meine Reisen.

■ Wie mir scheint, gefällt Ihnen die Arbeit mit Ihrer Website ganz besonders. Warum?

Es ist eine Art lebendiges Gebilde. Ich kann es laufend füttern und auch mit meinen Lesern kommunizieren.

■ Beantworten Sie jede Frage?

Ja, jeder bekommt eine Antwort. Ich plazierte aber nicht alle Fragen auf meiner Site.

Robison ist Mutter von drei Kindern und lebt mit ihrem Mann, dem Gastrokritiker Nick Lander, in London.

Die drei neuen Bücher heissen: «Das Oxford Weinlexikon» (neu überarbeitete Fassung, 157 Franken), «Der Degustationskurs: Schritt für Schritt die Praxis des Degustierens erlernen» (neu, 33.60 Franken) und «Der Weinkurs: Systematisch Weinwissen aufbauen» (neu überarbeitete Fassung, 50.20 Franken). Alle drei Werke sind im Hallwag Verlag München erschienen.

CHK

## Die Gabriel-Connection

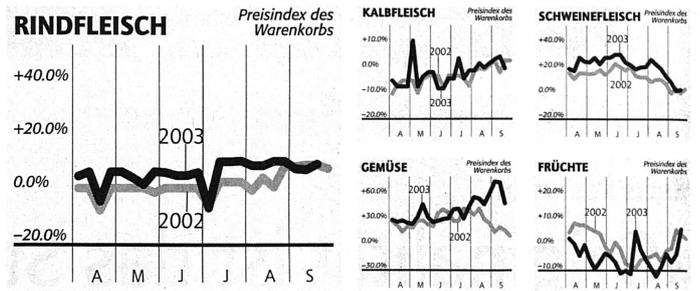
**Mövenpick.** René Gabriel ist bekanntlich für den Einkauf der Mövenpick-Weine verantwortlich. Seine Ehefrau Karin für den Verkauf, dies zumindest im neuen Mövenpick-Weinkeller in Luzern. Das soeben eröffnete Verkaufsgeschäft an der Haldenstrasse präsentiert auf einer Fläche von 300 Quadratmetern ein Sortiment von über 700 verschiedenen Weinen aus aller Welt. Insgesamt betreibt Mövenpick in der Schweiz 11 regionale Weinkeller. *DST*

## Halb so viel Alkohol

**Neues Bier.** Die Gastrobranche ist gefordert. Per 1. Januar 2004 wird bekanntlich die Promillegrenze im Strassenverkehr auf 0,5 gesenkt. Da sind neue Lösungen und Ideen gefragt, damit der Konsum alkoholischer Getränke in der Gastronomie nicht allzu stark zurückgeht. Um dem Bedürfnis der Gastronomie zu entsprechen, hat nun Feldschlösschen das «2,4» lanciert, ein Bier mit einem Alkoholgehalt von noch 2,4 Volumenprozent. Laut Feldschlösschen werde es mit

einem in der Schweiz einmaligen Verfahren hergestellt. Aufgrund der neuen Technologien sei «2,4» in keiner Weise vergleichbar mit den Light-Bieren, die vor rund 15 Jahren in der Schweiz auf den Markt kamen und mit dem Abebben der Light-Welle wieder verschwanden. Nachdem in Österreich die 0,5-Promille-Grenze im Strassenverkehr Anfang 1998 eingeführt worden war, sei der Bier-Inlandsausstoss innert Jahresfrist um 4,6 Prozent gesunken. *DST*

**PRODINDEX 22. 9. BIS 27. 9. 2003** Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



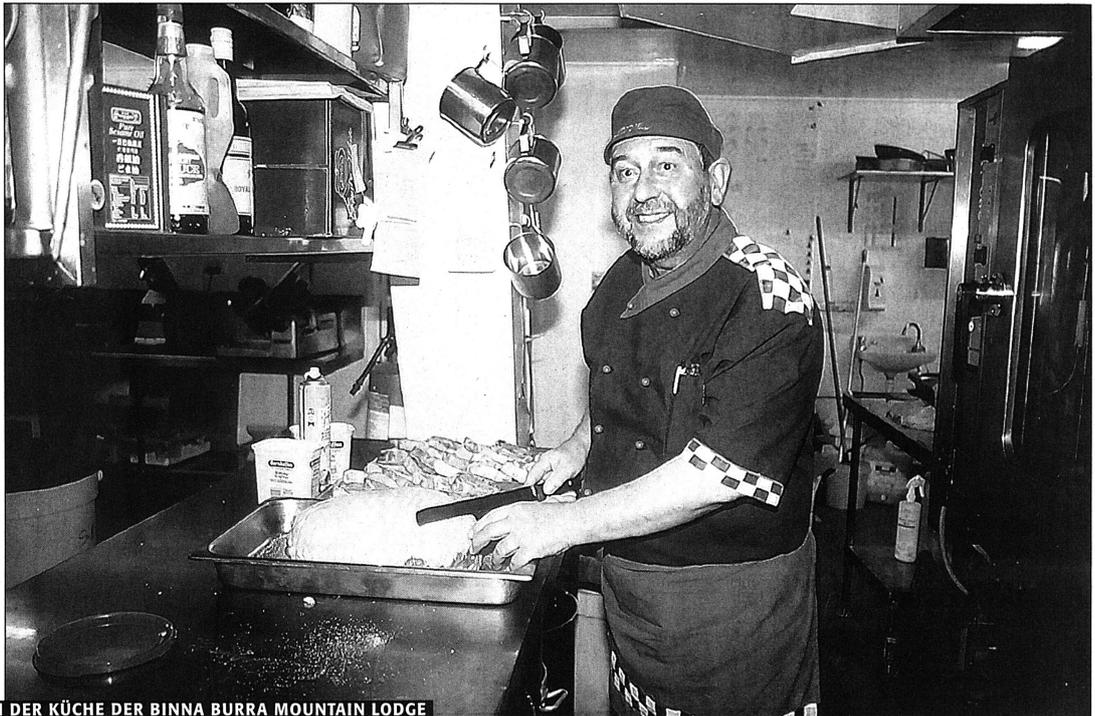
## GV-SYMPOSIUM

### Ernährung mit Mängeln

Dass in einem Wohlstandsland wie der Schweiz, die Mangelernährung überhaupt ein Thema ist, scheint verwunderlich. Die Zahlen sprechen aber Klartext: 20 bis 40 Prozent der Hospitalisierten sind mangelernährt, schätzt man unter Fachleuten. Grund genug für den Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie SVG, zu dem brennenden Thema eine Fachtagung einzuberufen. Über 100 Fachleute aus Heimen und Spitälern kamen nach Geroldswil, um mehr darüber zu erfahren.

Dass Mangelernährung nicht unbedingt mit Gewichtsverlust einhergeht, darüber klärte die diplomierte Ernährungsberaterin Bernadette Gehring in ihrem Referat auf. Nicht zu vernachlässigen seien die wirtschaftlichen Folgen einer Unterernährung bei Patienten und Betagten: Bei falscher Ernährung kann die Aufenthaltsdauer im Spital bis zu 90 Prozent länger sein, was Mehrkosten von 35 bis 75 Prozent verursache. Um der Ernährung im Spital mehr Gewicht zu verleihen, haben in den letzten Jahren viele öffentliche Spitäler die Speiseverteilung gastronomischer gestaltet.

Foto: Klaus Schilder



**IN DER KÜCHE DER BINNA BURRA MOUNTAIN LODGE**

Heinz Himmelberger ist als 22-Jähriger mit dem Kochdiplom im Gepäck nach Australien ausgewandert, um seine Träume zu verwirklichen.

### DISKUSSION UM HOTELSTANDARD IM SPITAL

Nachdem der Leiter des Bereichs Gastronomie am Berner Insel-Spital, Bernhard Tanner, das System des Unispitals präsentiert hatte, diskutierte man an der folgenden Podiumsdiskussion eingehend über das Für und Wider von Hotellerieleistungen in sozialen Institutionen. Dabei wurde klar, dass heute das Pendel teilweise zu weit ausschlägt. «Wir brauchen keine 4- oder 5-Sterne-Hotellerie im Spital», so Rolf Streuli, Professor am Spital Region Oberaargau. «Das können wir uns nicht leisten.» Grund für die Spitäler, in der jüngsten Vergangenheit auf das Pferd Hotellerie im Spital zu setzen, war der Kampf um Privatpatienten. Doch Kurt Trösch, Vorsitzender der Geschäftsleitung der psychiatrischen Uni-Klinik Zürich, erklärte am SVG-Symposium überzeugt: «Heute ermöglicht die Hotellerie keinen Konkurrenzvorsprung mehr.» *GSG*

### AUSTRALIEN-AUSWANDERER

## Ein Appenzeller in «down under»

Mit dem Kochdiplom im Gepäck ist Heinz Himmelberger vor 37 Jahren nach Australien ausgewandert – auf der Suche nach Freiheit und besseren Berufschancen. Heute ist er Küchenchef eines der schönsten Ökotourismus-Resorts von Queensland.

deutsch nur noch schwerfällig über die Lippen. Himmelberger erhoffte sich von Downunder mehr Freiheit und bessere Berufschancen. Ende der 60er-Jahre, erinnert er sich, habe jeder, der in Australien ankam, einen Platz zum Leben und einen Job gefunden.

### CATERING FÜR MINENARBEITER

Am anderen Ende der Welt angekommen, tat Himmelberger erst einmal alles andere, als seinen gelerntem Beruf auszuüben. «20 Jahre lang habe ich keinen Kochlöffel angerührt. Es interessierte mich einfach nicht.» Statt dessen kelnerte er in verschiedenen Nobelparkrestaurants an der Ostküste. Danach erlebte der Schweizer, der inzwischen mit einer Australierin verheiratet ist, den «Wilden Westen» des roten Kontinents.

Himmelberger managte während mehreren Jahren einen mobilen Catering-Service für Gold- und Uranminen. In Australien leben Minenarbeiter in temporären «Mini-Städten» irgendwo in der Wüste, völlig abgeschnitten vom Rest der Zivilisation, – so lange, bis alle Bodenschätze abgetragen sind und sie zur nächsten Mine ziehen. Die französische Firma, für die Himmelberger tätig war, stellte die Infrastruktur von Kantinen und Unterkunft bis zur abendlichen Unterhaltung für die Minenarbeiter.

Über den Umweg eines eigenen Hotels und Restaurants fand er dann wieder zu seinem Handwerk zurück. Über die Jahre als Hotelbesitzer verliert er nicht viele Worte. Gemessen am Ertrag, meint er rückblickend, sei die Arbeitsbelastung für ihn und seine Frau viel zu gross gewesen.

Seit acht Jahren ist Himmelberger Küchenchef eines Ökotourismus-Resorts in den Bergen von Queensland, unweit der mondänen Goldküste. Die «Binna Burra Mountain Lodge» liegt auf rund 600 Metern Höhe mitten in einem Nationalpark, umgeben von Eukalyptuswäldern und Resten subtropischen Regenwalds.

### APÉROHÄPPCHEN VOR DEM KAMIN

Einen schöneren Arbeitsort kann er sich nicht vorstellen, «denn wie alle Schweizer liebe ich Hügel und Berge». Nach Binna Burra kommen Naturliebhaber mit Komfortansprüchen. Wer hier seinen Urlaub oder ein Wochenende verbringt, schätzt gut ausgebauten Wanderwege, hat ein Flair für rustikales Ambiente – und legt Wert auf eine gehobene Küche. Vollpension bedeutet nicht nur Frühstücksbuffet, Mittag- und Abendessen à la carte, sondern schliesst auch den Morning-Tea um 11 Uhr mit ein, ebenso wie Apérohappchen und Weindegustationen vor dem offenen Kaminfeuer und ein Supper um 22 Uhr. Himmelberger

schätzt das vielleicht ein wenig altmodische, aber spezielle gastronomische Konzept. Es gebe genügend Restaurants und Hotelketten, die sich gleichen wie ein Ei dem anderen, so Himmelberger, der seine Kochlehre im Hotel Schweizerhof in Bern gemacht hat.

### «HOME-MADE ROAST» STATT NOUVELLE CUISINE

Zwei Stunden vor dem Lunch stehen die letzten Handgriffe an. Himmelberger schmeckt die Kürbis-Süskartoffeluppe ab und salzt den Braten ein. Dann wischt er sich die Hände an der Küchenschürze trocken: Zeit für einen Kaffee. Er habe, sinniert er, die lockere Lebensart der Australier unheimlich schätzen gelernt. «Natürlich gibt es auch hier gestresste Menschen, Arbeitslosigkeit und Erfolgsdruck.» Doch im Grunde sei der «Aussie» gelassen, freiheitsliebend und tolerant.

Drei Köche, drei Küchenhilfen und ein Lehrling stehen Himmelberger zur Seite. Alles, vom knusprigen Brot über die Vanilleglace mit Rhabarberkompott bis hin zum üppigen Tortenbuffet, ist hausgemacht. Jeden Sonntag gibt es den traditionellen Braten, den «home-made roast». «Nouvelle Cuisine kann ich hier nicht auf die Karte setzen. Dafür sind die Gäste, wenn sie von ihren Spaziergängen und Wanderungen zurückkommen, schlichtweg zu hungrig», sagt Himmelberger.

Ein ausführlicher Bericht über das 1. SVG-Spital- und Heimsymposium erscheint im gleichen Verlag im «gv:swiss», Ausgabe 8/2003, am 6. November.

### KURZ UND BÜNDIG

#### Interbrew schluckt Bier-Gruppe Spaten

Die weltweit drittgrösste Brauerei, die belgische Interbrew-Gruppe, setzt ihre Einkaufstour in Deutschland fort. Sie steigt bei der über 600 Jahre alten Münchener Spaten-Franziskaner-Bräu ein. Damit wird der belgische Brau-Riese zum grössten Brauer in Deutschland. *DST/sda*

■ **PAOLA CAREGA**

## Englische Küche im Globus

«British Delights». In Anwesenheit des Britischen Botschafters Basil Eastwood (re.) sind im Globus am Bellevue in Zürich die kulinarischen Wochen «British Delights» eröffnet worden. Während vier Wochen gibt es in den Delicatessa-Filialen britische Spezialitäten zu entdecken und zu degustieren – von England über Schottland und bis nach Wales. Das 25-jährige Kochtalent Nathan Outlaw (li.) lieferte die Rezepte für die Zubereitung der Traiteurgerichte. **DST**



## Mineralwasser: als gesund taxiert

**Umfrage.** 86 Prozent von 500 befragten Schweizerinnen und Schweizern sind der Meinung, dass Mineralwasser gesund ist. Die Umfrage wurde vom Meinungsforschungsinstitut IHA-GfK im Auftrag von Seba Aproz durchgeführt. Bedeutung und Funktion der einzelnen Bestandteile im Mineralwasser seien dagegen laut Umfrageergebnissen weniger bekannt. Eine Mehrheit der Befragten kennt die Inhaltsstoffe des natürlichen Mineralwassers wie z.B. Calcium, Magnesium,

Natrium und Kalium. Als interessant werten die Auftraggeber der Studie, dass 41 Prozent der Befragten Quellwasser im Vergleich zu Mineralwasser (23 Prozent) als hochwertiger einstufen. Gut ein Viertel sieht zwischen den beiden keinen Unterschied.

Beim Kauf sind für je 26 Prozent der Befragten Geschmack und Preis des Mineralwassers entscheidend. 11 Prozent achten auf den Mineralisationsgehalt, weitere 11 Prozent auf das Image der

Marke. Erst danach folgen Kriterien wie Herkunft (8 Prozent) oder Kohlensäuregehalt (7 Prozent). Weiter habe die Aproz-Umfrage gezeigt, dass Herr und Frau Schweizer wohl wissen, wie wichtig es ist, genügend zu trinken. Doch Flüssigkeits- und Trinkbedarf sind nicht dasselbe. Durchschnittlich 1,5 Liter müssen wir täglich über Getränke zuführen. In der Schweiz liegt der jährliche Mineralwasser-Konsum pro Kopf bei über 100 Liter, Tendenz steigend. **DST**

### LESEBAR

#### Gastfreundschaft aus Leidenschaft

Der grosszügig illustrierte Bildband vermittelt einen Einblick in die Gastkultur des «Suvretta House» in St.

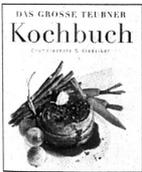


Moritz. Präsentiert werden Rezepturen, die ausschliesslich in den Küchen und Restaurants dieses Hotels entstanden sind – unter der Leitung von Küchenchef Bernd Ackermann. **DST**

240 Seiten, ISBN 3-280-0615-X, 98 Franken, Verlag Orell Füssli, Zürich

#### Das grosse Teubner Kochbuch

Über 500 Grundrezepte und bekannte klassische Rezepte der nationalen und internationalen Küche enthält der



dritte Band der grossen Teubner-Trilogie. Nach Produktgruppen geordnet, finden Profis und ambitionierte Hobbyköche hier die Grundzubereitungsarten sowie die bekanntesten klassischen Rezepte. **DST**

640 Seiten, ISBN 3-7742-5804-X, 157 Franken, Teubner Verlag, München

#### Das grosse Buch vom Käse

Profis und passionierte Hobbyköche erhalten einen guten Einblick in die Geschichte des Käses und die Grundlagen der Käseherstellung sowie einen



umfassenden Überblick über die wichtigsten Käse der Welt. Das Kapital Küchenpraxis gibt Auskunft darüber, was bei Einkauf, Lagerung und Verarbeitung von Käse besonders zu beachten ist. Im Rezeptteil werden die beliebtesten Klassiker sowie ausgetestete Neukreationen vorgestellt. **DST**

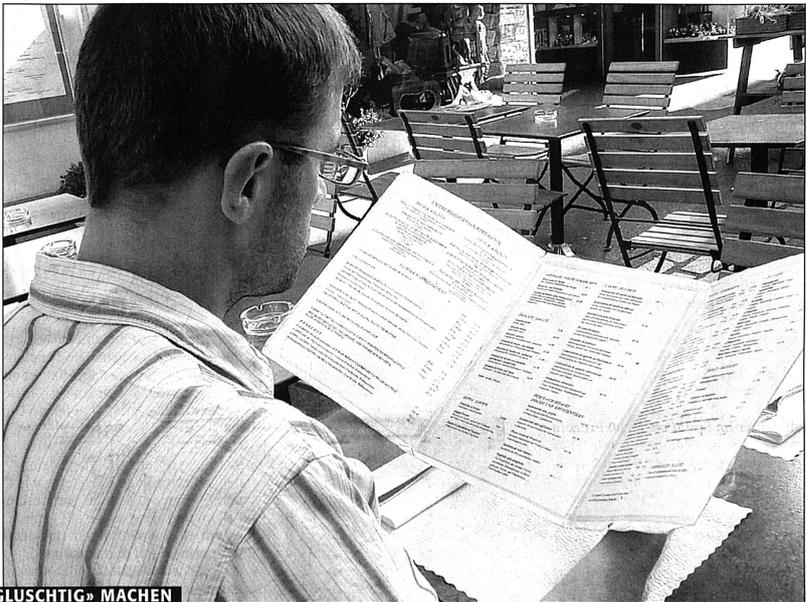
240 Seiten, ISBN 3-7742-5803-1, 111 Franken, Teubner Verlag, München

### SPEISEKARTEN

# Erster Eindruck ist entscheidend

Die Funktion der Menükarte wird oft unterschätzt. Sie soll den Gast zum Konsum animieren, einen ersten Eindruck über das Restaurant verschaffen und Emotionen wecken. Deshalb sollte man der «Visitenkarte» der Gaststätte besondere Aufmerksamkeit widmen.

Foto: Helen Weiss



#### «GLUSCHTIG» MACHEN

Die Speisekarte soll dem Gast einen ersten positiven Eindruck vermitteln und zum Konsumieren anregen.

#### HELEN WEISS

Das Mobiliar ist von auserwähltem Geschmack, das Personal adrett und die Stühle sind bequem. Doch die Menükarte lässt zu wünschen übrig. Nicht etwa ihres Inhalts wegen. Nein, das Modell scheint in den Fünfzigerjahren gedruckt worden zu sein und hat schon bessere Tage gesehen. Eine professionelle Gestaltung wird bei der Menükarte oft vernachlässigt. Schade, denn die Speisekarte ist das Erste, was der Gast zur Hand nimmt und hat somit auch die Funktion einer Visitenkarte. Egal ob sie in Laminat, in Leder oder auf schlichtem Papier daherkommt – wichtig ist, dass sie zum Stil der Gaststätte passt.

Wichtigste Funktion der Menükarte ist die Präsentation des Angebots: Sie soll Gelüste und Emotionen wecken sowie zum Konsum animieren. Die passende Menükarten-Kreation beginnt bereits bei der Auswahl der Schrift, des Papiers und dessen Farbe. «Bevor ich eine Menükarte kreiere, besuche ich das Restaurant, nehme die Farben und Stimmungen auf und versuche diese Eindrücke mit den Wünschen des Wirts zu vereinbaren», erklärt Pius de Castelberg, Inhaber der Menu Design Davos, sein Vorgehen.

#### NICHT NUR SCHÖN, AUCH PRAKTISCH MUSS SIE SEIN

Da der Inhalt der Speisekarte meist schon vorgegeben ist, sind die Designer nur für die Gestaltung verantwortlich. Dazu gehört auch das entsprechende System: Hier sollte auch die praktische Seite beachtet werden. Zwar lassen sich auf Büttelpapier in weissem Umschlag mit Goldaufdruck die Kreationen der Küche schöner präsentieren, ist man aber im Stress, leidet die Menükarte gewaltig darunter. Der sorgfältige Umgang mit den Karten erhöht jedoch ihre Langlebigkeit – denn wer eine individuelle Karte für sein Restaurant gestalten lassen möchte, muss teilweise tief in die Tasche greifen.

Beliebt, aber mit rund 40 bis 100 Franken pro Exemplar eher teuer, sind robuste Hartfolienkarten mit Rundumschutz aus Lederimitat. Vorteil: Die einzelnen Blätter lassen sich einfach austauschen. Etwas günstiger und ebenfalls praktisch sind laminierte Karten, da sie sich einfach reinigen lassen. Sie werden vor allem auf der Terrasse oder an der Bar eingesetzt, müssen aber meist nach etwa einem Jahr ersetzt werden. Weitere Möglichkeiten

bieten Klemm- und Spiralkarten oder aber Haftplatten, wo die Menükarte beliebig ausgewechselt werden kann.

Die meisten Menükarten-Designer bieten zudem einen Kartenservice an. «Wir frisken die Speisekarten auf, wenn sie beschädigt sind», erklärt Ursula Wagner, Inhaberin der Copy Art Wagner in Zürich. Für die Designerin gehören Menükarten mit individueller Gestaltung genauso zum Restaurant wie eine stilvolle Einrichtung und passender Blumenschmuck. Ihre Firma druckt auf Wunsch auch die wechselnden Tagesangebote oder liefert auf Bestellung Vorlagen mit entsprechendem Layout. Werden die Tagesangebote selbst gedruckt, ist bei

der Auswahl der Karte auf das Format zu achten. «Die meisten Gastronomiebetriebe verfügen über einfache technische Geräte, was das Drucken von Karten in unkonventionellen Formaten erschwert», meint de Castelberg.

#### GROSSE VIELFALT LIEGT HEUTE IM TREND

Flexibilität ist eines der wichtigsten Attribute bei der Gestaltung von Speisekarten. «Das Angebot oder die Preise auf der Karte sollten ohne allzu grossen Aufwand ausgewechselt werden können», informiert Werber Hugo Schild vom Atelier Schild in Wabern BE. Auch

de Castelberg ist der Meinung, dass Vielfalt im Trend liegt: «Meist gibt es zu jeder Saison eine neue Karte, deshalb sollte man diesen Punkt bei der Auswahl berücksichtigen.»

Wer seine Speisekarten gerne mit Fotos verschönern möchte, sollte den Aufwand bei einem Menuwechsel nicht unterschätzen. Und noch einen Aspekt gilt es hier zu beachten: «Das Bild sollte möglichst realistisch das entsprechende Gericht zeigen», sagt Food-Stylisten Doris Moser aus Basel. Auch bei der Wahl des Textes, der das Menu beschreibt, darf nicht zu dick aufgetragen werden. Moser: «Wenn dem Gast etwas vorgegaukelt wird, ist er enttäuscht und verärgert.»

## Im Zeitalter des Internet: die digitale Menükarte

Wer seinen Gästen nicht nur im Restaurant die aktuelle Menükarte präsentieren möchte, kann über das Internet ein breites Publikum erreichen. Denn das Web ist heute ein wichtiger Werbeträger und interessantes Informationsportal. Auch hier sind – wie bei der gedruckten Speisekarte – individuelle Gestaltungsarten anwendbar. «Grundsätzlich ist alles möglich», so Beat Müller, Geschäftsführer der BMInformatik GmbH in Zolingen AG. «Aufwändigere Designs sind jedoch teurer.» Die digitale Menükarte lässt sich laut Müller auf einfache Art täglich aktualisieren. Der Vorteil: «Man kann die neue Tageskarte ausdrucken und der Menükarte beilegen», sagt Müller.

Für die professionelle Gestaltung einer Homepage muss man mit mindes-

tens 3000 Franken rechnen. In diesem Segment bietet die Internetagentur «Silverfish» ein Leasing-System für Homepages speziell für Restaurateure an. Gastronomen mieten für monatlich ca. 150 Franken ihre persönliche Homepage. Diese basiert auf einer standardisierten Plattform, deren Kernstück die aktuelle Menükarte ist. Fünf verschiedene Designs stehen zur Verfügung, der Gastronom liefert Logo, Anschrift und Bilder der Gaststätte. Die einmalige Aufschaltgebühr beträgt bei «Silverfish» 590 Franken. «Der Zeitaufwand für die täglichen Änderungen beträgt nur rund zehn Minuten», erklärt Reto Spinazze, Inhaber der spinazze.ch in Rüti ZH, der die «Silverfish»-Designs gestaltete.

Dass der Auftritt über das Internet in der Gastronomie erst in geringem

Ausmass genutzt wird, erklärt sich Beat Müller zu einem Teil mit der Angst vor der Technik. «Die meisten Gastronomen sind keine Computer-Spezialisten.» Reto Spinazze meint zudem, dass sich eine aktuelle Menükarte im Netz nur für Restaurants lohnt, die ein entsprechendes Zielpublikum ansprechen wollen: «Vor allem Leute, die am Arbeitsplatz am Computer tätig sind, nutzen das digitale Angebot.» So ist es nicht erstaunlich, dass vor allem Gastronomiebetriebe in städtischen Gebieten über eine Homepage verfügen. Es sei zudem schwierig, den Erfolg einer Homepage zu messen, fügt der Web-Gestalter an. «Schliesslich kommt kaum ein Gast ins Restaurant und bestellt ein Menu, ohne die Speisekarte gesehen zu haben.» **HEW**

## Max Felchlin – Neue Condirama-Kursdaten

Die Krönung Ihres Dessertangebots heisst «Felchlin's Büches Royales». Die attraktiven Kompositionen und

fantasievollen Dekorationen ziehen alle Blicke auf sich. Franz Ziegler, Autor von «Chocolate Fantasy» und

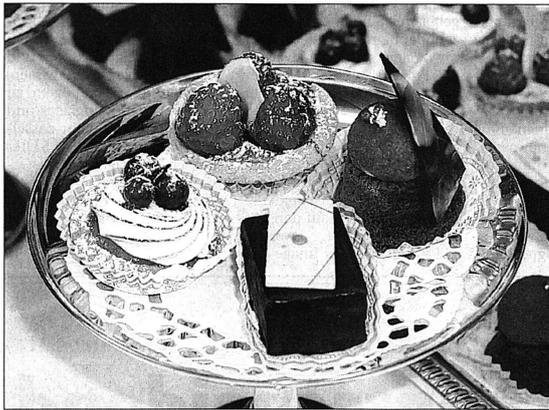
Gewinner des «Gourmand-World Cookbook Award 2002», vermittelt an seinen Kursen verschiedene Aufbauarten von Mousses, Glasuren und Biscuitmassen und überrascht Sie mit neuen Rezepten. Ihrer Kreativität für verführerische Kompositionen sind keine Grenzen gesetzt.

**Kursdaten:** Montag, 6. Oktober und Dienstag, 7. Oktober 2003.

Andreas Heil, Autor des Buches «Kreative Kompositionen», präsentiert Ihnen interessante Festtags-Dessertkreationen mit modernen Dekortechniken. Vom Konfekt bis zu kleinen Schokoladefiguren – die erfolgreiche Umsetzung in Ihrem Betrieb ist nach diesem Kurs kein Problem. Überraschen Sie Ihre Kunden mit etwas ganz Neuem!

**Kursdaten:** Montag, 13. Oktober, Dienstag, 14. Oktober und Mittwoch, 15. Oktober 2003.

**Max Felchlin AG**  
6431 Schwyz  
Telefon 041 819 65 65  
verkauf@felchlin.com



## Jacquart – Jahrgangs-Champagner

Champagne Jacquart, das grösste Champagner-Haus, welches noch Einheimischen gehört, hat kürzlich vier neue Jahrgangs-Champagner vorgestellt. Der Brut Mosaïque 1996 besticht durch seine Frische und ist ein aussergewöhnlicher Aperitif-Wein. Die Weinlese des Jahres 1996 brachte Trauben von aussergewöhnlicher Qualität zu Tage, mit einer sehr schönen ausgewogenen Reife und einem optimalen Säuregehalt. Diese beiden Faktoren sind die Garantien eines sehr komplexen Weines mit einem grossen Lagerpotenzial. Diese von der Natur hervorgebrachte ideale Verbindung kennzeichnet den hervor-

ragenden Blanc de Blancs 1996. Der Champagner des Herzens, der Jacquart Brut Rosé Mosaïque 1998 wird allen Wünschen gerecht, sei es als Begleiter einer Mahlzeit unter Freunden, im Kreise der Familie, um einen Geburtstag zu feiern oder zu einem Essen bei Kerzenlicht. Mit dem Brut Mosaïque 1992, welcher frisch degorgiert wurde, führt Champagne Jacquart die Tradition fort, für Kenner, in limitierter Auflage, rare Jahrgangs-Champagner im Magnum auf den Markt zu bringen.  
**Jacquart Suisse SA**  
1785 Sissie  
Telefon 026 674 20 15  
www.jacquart.ch



## Thurella – Hanf-Eistee lanciert

Wer C-Ice Swiss Cannabis Ice Tea in der umweltfreundlichen und coolen Lamin-Papierdose dabei hat, ist ein Trendsetter. Swiss Cannabis Ice Tea ist der Kult-Drink mit dem feinen Duft erstklassiger Schweizer Hanfblüten. Hanf ist sehr gesund. Die Pflanze, welche in unserem Klima gedeiht, beinhaltet wichtige Nährstoffe, wie B- und E-Vitamine, Kalzium, Magnesium, Kalium und Eisen sowie alle acht essenziellen Aminosäuren. Das Getränk wirkt erfrischend und wohltuend. Da in C-Ice nur Blätter der Hanfpflanze enthalten sind, löst der Drink keine bewusstseinsverändernde Wirkung aus. Der Genuss von C-Ice ist absolut bedenkenlos. Es handelt sich bei C-Ice um einen klassischen Eistee auf der Basis von Schwarztee. Das neue Trendgetränk von Thurella wird in umweltfreundlichen 250-ml-Karton-Dosen verkauft. Diese sind zu 100 Prozent recycelbar und werden ohne Schadstoffe und Chemikalien hergestellt.  
**www.thurella.ch**



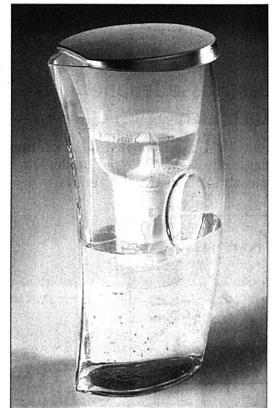
## Davidoff – «Vintage 2000»

Mit der Davidoff Limited Edition 2003 erscheint die erste Cigarre aus dem Hause Davidoff, die nur aus Tabaken eines Erntejahres gerollt wurde. Die im September 1999 gesäten Tabake wurden im Januar und Februar 2000 geerntet und in den speziellen Davidoff-Ranchos getrocknet. Die Tabaqueros waren danach für eine optimale Fermentation des Tabaks besorgt. Einer der Tabake – Piloto Ligero – wurde noch einer speziellen Davidoff Fermentation unterzogen, um dem Aromenbouquet eine besondere Ausprägung zu verleihen. Die Meister des Cigarrenrollens von Davidoff in der Dominikanischen Republik, die

Torcedores, haben diese «Vintage 2000» in limitierter Auflage und in Handarbeit für die Aficionados weltweit gefertigt. Die Davidoff Limited Edition 2003 Vintage 2000 ist in lackierten Holzkisten mit jeweils zehn Cigarren, welche mit einem nummerierten Davidoff-Limited-Edition-Siegel versehen sind, erhältlich. Diese Davidoff-Jahrgangscigarre ist streng auf weltweit 10 000 Kistchen limitiert. Eine kleine Broschüre informiert Cigarrenfreunde über diese erste Vintage-Cigarre aus dem Hause Davidoff, welche ab Oktober im Fachhandel erhältlich ist.  
**www.davidoff.com**

## Stadler Form – Lisa macht sauber!

Nach Fred, dem ufoähnlichen Luftbefeuchter, dem pfliffigen Schnellheizer Max und dem futuristischen Soda-sprudler Hugo modernisiert das innovative Unternehmen Stadler Form Aktiengesellschaft in Zug nun ein weiteres Haushaltgerät. Mit der formschönen Filterkaraffe Lisa gesellt sich erstmals eine Frau zum illustren Männertrio. Scarlett Dubois, eine Designerin aus der Zentralschweiz, verlieh Lisa die zeitlose, moderne Form eines Designobjekts. Die Filterkaraffe passt in die gängigen Kühl-schränke und kann mit ihrer sanft geschwungenen Form bedenkenlos auf den Tisch gestellt werden. Das Glas wird mundgeblasen und ist in transparenter sowie matter Ausführung mit einem gebürsteten Stahldeckel erhältlich. Das System funktioniert mit dem Filter von Stadler Form, der von der Schweizer Firma Aquavitalis gefertigt wird. «Lisa» ist jedoch auch kompatibel mit weiteren Wasserfiltern, wie zum Beispiel demjenigen von Brita. In der Schweiz ist sie über ausgewählte Warenhäuser sowie den gehobenen Fachhandel erhältlich.



**Stadler Form Aktiengesellschaft**  
Poststrasse 13  
6300 Zug  
Telefon 041 720 48 48  
www.stadlerform.ch

## AUS- UND WEITERBILDUNG

### HOTELSCHULE LÖTSCHER

Grundlagen zum Erfolg

#### Réceptionskurs 1

4-wöchiger Intensivkurs (130 Lektionen) für Ein-/Umsteiger an die Hotelreception 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](http://www.hotelschule-loetscher.ch)  
HOTELSCHULE LÖTSCHER, Färbstrasse 1B, 7270 Davos Platz  
Tel. 081 420 65 26 E-Mail: [info@hotelschule-loetscher.ch](mailto:info@hotelschule-loetscher.ch)

### SOUTHBOURNE SCHOOL OF ENGLISH

BOURNEMOUTH ENGLAND

#### Für Fachleute in Hotellerie und Gastronomie

Tel. 031 950 28 27

[www.best-of-english.ch](http://www.best-of-english.ch)



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisches anwendbares FRANZÖSISCH  
CCIEL, Negressauve  
F-79370 CELLES/BELLE  
Telefon: 0033-5-49-272-275  
Fax: 0033-5-49-272-179  
E-Mail: [cciel@mellecom.fr](mailto:cciel@mellecom.fr)  
<http://www.mellecom.fr/cciel>

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

145391/06204

### GASTRO SUISSE

WEITERBILDUNG

#### DER RÉCEPTIONSKURS

Erste Bausteine für den Start am "Front-Office".

**Ziel** Dieses Intensivseminar bietet Ihnen eine praxisorientierte Weiterbildung, die Ihnen den Start an der Réception erleichtert. Sie werden optimal auf Ihren geplanten Einsatz an der Hotelreception vorbereitet. Im Anschluss des Seminars erhalten Sie ein Attest.

**Dauer** 10 Tage, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr

**Daten** Blockseminar, Montag, 13. Oktober bis Freitag, 24. Oktober 2003

**Preis** Fr. 2'650.- inkl. 10 Tage Seminar, Seminarunterlagen, Mittagessen, Seminar- und Pausenverpflegung.

Weitere Informationen unter [www.gastro-suisse.ch/weiterbildung](http://www.gastro-suisse.ch/weiterbildung)  
Tel. 01/377 55 30 - Fax 01/372 14 92 - E-mail: [weiterbildung@gastro-suisse.ch](mailto:weiterbildung@gastro-suisse.ch)

### Sprachausbildung

an hervorragenden Schulen in  
England USA Kanada Australien  
Neuseeland Frankreich Italien  
Anwesenheit Rolf Frischmuth, Tel. 01826 39 58  
[www.sprachausbildung.ch](http://www.sprachausbildung.ch)

### Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren:  
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

## Weiterbildung vom Arbeitsplatz aus Grösster Kochkurs der Welt

Thun. Mit einer neuen Weiterbildungsmöglichkeit startet die Hotelfachschule Thun: Das Seminar «Marketing-Erfolg im Internet» absolvieren die Teilnehmer zum Grossteil von ihrem Arbeitsplatz oder von zu Hause aus. In der Schule in Thun verbringen die Teilnehmer nur einen Tag. Bei genügendem Interesse startet der nächste Einführungskurs zum Seminar «Marketing-Erfolg im Internet» Anfang November. Im Bild: Teilnehmer des ersten Pilotseminars. DST



**Eintrag ins Guinness-Buch.** Das Hilton Mainz und das Congress-Centrum Mainz werden für den grössten Kochkurs der Welt ins Guinness-Buch der Rekorde eingetragen. Am 22. März 2003 hatten unter der Leitung von Dirk Maus, Chefkoch des Hilton Mainz, 323 Köche Hand in Hand gearbeitet und gemeinsam ein Vier-Gang-Menü zubereitet. Über eine halbe Tonne Gemüse wurde zerkleinert und nach ca. zwei Stunden konnte das Ergebnis bestaunt und verspeist werden. DST



### MÖVENPICK

## In Richtung Finanzholding

Die Verkehrsgastronomie der Mövenpick-Gruppe wird unter Führung des bisherigen Leiters Oliver Altherr operativ selbstständig.

DANIEL STAMPFLI

Mit dem jüngsten Beschluss des Verwaltungsrates erhalte die Verkehrsgastronomie innerhalb der Mövenpick-Gruppe grösseren unternehmerischen Spielraum, wie das Unternehmen mitteilte. Die neuen Strukturen ermöglichten es, die Gäste in den einzelnen Betrieben besser zu bedienen.

Mit der Neuausrichtung würden die Strukturen in der Verkehrsgastronomie dezentraler gestaltet. Zentral definiert bleibe weiterhin der Rahmen für die drei Betriebskonzepte der Mövenpick Verkehrsgastronomie: Marché, Cindy's Diner und Mövenpick Restaurant. Die Verkehrsgastronomie konzentrierte sich auf frequenzstarke Standorte an Autobahnen, Flughäfen und Bahnhöfen. Hier wolle sie vor allem mit dem Marché-Konzept weiter wachsen.

### ORGANISATORISCHER WANDEL

Die Verselbstständigung der Verkehrsgastronomie widerspiegeln den organisatorischen Wandel von Mövenpick, so die Mitteilung weiter. Die Gruppe entwickle sich mehr und mehr zu einer Finanzholding-Gesellschaft, die aus eigenständigen operativen Unternehmensbereichen bestehe. In Zukunft wolle die Holding ihre Tochter- und Beteiligungsgesellschaften hauptsächlich über strategische und finanzielle Richtlinien führen.



Cindy's Diner: Der Rahmen für das Betriebskonzept bleibt weiterhin zentral definiert.



**DRAHTLOS BIS IN DIE KÜCHE** Das System erkennt auch die Handschrift und wandelt die Eingabe in gut lesbare Druckschrift um, bevor die Bestellung abgeschickt wird.

### FUNKNETZE ALS BUCHUNGSSYSTEM

# Der elektronische Bestellblock

Wege und Wartezeiten lassen sich einsparen, wenn die Kommunikation mit der Küche und der Bar drahtlos abläuft. Mit Gewinnsteigerungen bis zu 15 Prozent macht sich das System in klingender Münze bemerkbar, so die Erfahrungen in amerikanischen Restaurants.

HARALD WEISS

Nachdem der drahtlose Internet-Zugang «W-LAN» bereits in Hotels und Coffeeshops bald zum Standardangebot für die Gäste gehört, gehen in den USA auch immer mehr Betriebe dazu über, diese Funknetze auch zur Optimierung der eigenen Betriebsabläufe zu nutzen.

Einer der ersten Anwender davon war der «Royal Mile Pub» in Wheaton, am Rande der Landeshauptstadt Washington DC. Hier wurden die Bestellblöcke und Stifte der Bedienung durch kleine PDAs von Toshiba ersetzt. Mit denen wird die Bestellung aufgenommen und alle Informationen gehen sofort drahtlos an die Bar und in die Küche. Für die Bestellaufnahme steht die Speise- und Getränkekarte als Auswahlmenü zur Verfügung und muss mit dem Stylus nur noch angepinnt

werden. Häufige Sonderwünsche lassen sich auch aus einer Vorgabeliste auswählen, und was nicht auf dieser Liste steht, kann handschriftlich von der Bedienung hinzugefügt werden. Das System erkennt die Handschrift und wandelt die Eingabe in gut lesbare Druckschrift um, bevor die Bestellung abgeschickt wird.

Die PDAs bieten eine minutenaktuelle Information darüber, was von der Tageskarte noch verfügbar ist. Ausserdem kann von allen Speisen eine Liste mit den enthaltenen Zutaten direkt abgerufen werden, so dass die Bedienung stets auskunftsfähig ist. Und sobald die Speisen oder Getränke zum Servieren bereitstehen, erhält die zuständige Bedienung eine Anzeige, was zur Verkürzung von Wartezeiten führt.

«Die Investition hat sich schon jetzt gelohnt», schwärmt Inhaber Ray Morrison. Seit der Einführung im Februar gebe es praktisch keine Fehler mehr in der Küche und der Gewinn sei um stolze 15 Prozent gestiegen. Und besonders erfreulich sei die Auswirkung auf den Dessertumsatz, der um 13 Prozent angestiegen ist.

### NICHT NUR BESTELL-FUNKTIONEN

Doch die Einführung ging nicht ohne Probleme. «Ich bin in Panik geraten, als ich davon erfahren habe»,

berichtet Marie Diogo, die schon seit 18 Jahren in dem Pub arbeitet. «Ich war nie ein Technik-Freund – und dann sowas, gerade in einem Betrieb, in dem immer alles ganz schnell gehen muss.»

Doch inzwischen ist auch sie von der Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des neuen Systems überzeugt, denn der schnellere und fast ausnahmslos fehlerfreie Service hat ihren Umsatz und ihr Trinkgeld gesteigert. «Für nichts in der Welt würde ich wieder zu Block und Stift zurückkehren», lautet ihr heutiges Urteil.

Auch Morrison sieht nicht nur die rein praktischen Vorteile durch die schnellere Kommunikation, sondern schätzt vor allem die zusätzlichen Anwendungen: «Ich kann von meinem PDA aus alle Tische kontrollieren und sogar Getränk-Präsentate auslösen», freut er sich über den vielfachen Nutzen.

### BESONDERS GEEIGNET IN STOSSZEITEN

Die WLAN-Lösung beim «Royal Mile Pub» ist ein Teil der Software-Lösung «Restaurant-Manager» von ASI Technology, die in den USA eine führende Rolle eingenommen haben. Inzwischen wurden deren Systeme beispielsweise bei «Del Friscos Steak & Lobster» in Orlando, Florida, bei «Stacks» in Menlo Park, Kalifornien

so wie beim «Cinema Cafe» in Virginia Beach, Virginia eingeführt. Vor allem die Anwendung im «Cinema Cafe» macht den Vorteil dieser Computer deutlich, denn das Restaurant gehört zu einem Kino. «Alle meine 250 Plätze werden praktisch gleichzeitig besetzt», beschreibt Inhaber John Walker die typische Situation von allen eventabhängigen Betrieben. Früher warteten die Gäste bei ihm normalerweise 15 Minuten, bis das Essen serviert wurde. «Heute ist die Bedienung nur zwei oder drei Tische weiter bei der Bestellaufnahme, während am ersten Tisch bereits serviert wird», berichtet Walker.

### FRAGE NACH DER SICHERHEIT

Unbefriedigend ist bei diesen Anwendungen bislang die Daten-Sicherheit. WLAN gilt allgemein als ein leicht zu knackendes Netz, deshalb hat sich diese Technologie auch noch nicht bei den grossen Industriefirmen richtig durchgesetzt.

Denn geübte Hacker könnten beispielsweise das Funknetz stören und damit den gesamten Betrieb ertücheln zum Erliegen bringen. «Aber da muss es schon einen sehr, sehr bösen Konkurrenten geben», sagt der IT-Sicherheitsberater Peter Harsh über die Wahrscheinlichkeit einer solchen Attacke.

## Keine Eringerkuh

**Schröder im Wallis.** Per Helikopter kamen der deutsche Bundeskanzler Gerhard Schröder und Bundespräsident Pascal Couchevin ins Lötschental auf Stippvisite. Schröder genoss die Fafleralp im hinteren Teil des Tales. Etwas enttäuscht wurde indessen Wallis Tourismus. Der Tourismusdirektor Urs Zenhäusern hatte vor, dem Kanzler in traditioneller Walliser Tracht symbolisch eine Walliser Eringerkuh zu schenken; die Kuh wäre indessen nicht nach Berlin gereist, sondern

auf einen Walliser Bio-Bauernhof und auf die Alp gekommen. Alles sei für die werbetreibende Aktion bereit gewesen, so Zenhäusern. «Aber im letzten Moment wurden wir aufgefordert, die Sache abzublenden.» Couchevin habe den Kanzler nicht mit einem an Nachhaltigkeit kaum zu überbietenden Geschenk brüskieren wollen. Dabei war die Aktion laut Zenhäusern mit dem Schweizer Botschafter in Berlin, Werner Baumann, eingängig besprochen worden. TRU

## Degustation im Botschaftsgarten

**Portugal.** Das portugiesische Botschafterpaar Maria und Manuel Corte-Real luden im Garten ihrer Residenz in Bern zu einer Degustation portugiesischer Weine. Elf Anbieter aus der Schweiz präsentierten verschiedene Weine aus besonderen Rebsorten der diversen Regionen Portugals sowie den berühmten Portwein. Als Apéro gab es einen Portonic (Weisser Port, Tonic, Eis, Zitrone). Organisiert wurde der Anlass von der Portugiesischen Handelsdelegation (ICEP). DST



## ZITAT DER WOCHE

«Ich versuche, sehr faul zu sein und nur am morgen zu schreiben und dann zu lesen.»

Jancis Robinson, Master of Wine, Weinexpertin und Autorin, im Interview auf Seite 13

## PEOPLE

**Christian Mattle** verstärkt neu die Firma Check-In Data AG im Bereich Sales & Marketing. Dazu übernimmt er die Verantwortung für die internationale Markteinführung der neuen Wellness & Spa Software – Fidelio Bella Vita –, die noch in diesem Jahr in den ersten Hotels eingeführt wird. KJV



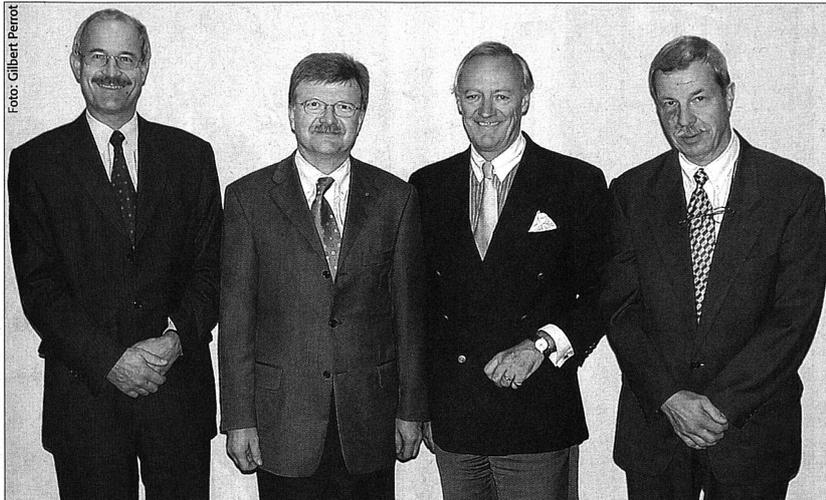
**Chris Zoebeli** ist zum Projektleiter i.o.B. gewählt worden, einer Berner Vermittlungsstelle für temporäre Arbeits- und für Praktikumsplätze für Jugendliche. Der ehemalige Verkehrsdirektor von Montreux und Leiter Tourismus bei Gübelin, Luzern, wird auch in Hotellerie und Tourismus nach Plätzen für junge Menschen, die auf Stellensuche sind, Ausschau halten. CK



**Peter Dünner** (Bild) wird ab November neuer Küchenchef im Hotel Parnen in Klosters. Er tritt die Nachfolge von **Basil Ruinatscha** an, der nach 30 Jahren als Küchenchef im Hotel Parnen in den Ruhestand tritt. DST



**Boris Tschirky**, zurzeit Chef Standortmanagement im Amt für Wirtschaft des Kantons St. Gallen, wird per 1. Januar Leiter Kongresse und Events von St. Gallen-Bodensee Tourismus. Die neu geschaffene Funktion soll der Tourismusförderung dienen. TRU



**Spitzentreffen hotellerieuisse – GastroSuisse.** Am letzten Freitag fand in Bern eine Aussprache zwischen hotellerieuisse und GastroSuisse auf der Ebene der Präsidenten und Direktoren statt (v.l.n.r.): Dr. Christoph Juen, Direktor von hotellerieuisse, Klaus Künzli, Präsident von GastroSuisse, Dr. Christian Rey, Präsident von hotellerieuisse, und Dr. Florian Hew, Direktor von GastroSuisse. Im Mittelpunkt stand ein Gedankenaustausch über strategische Fragen der Zusammenarbeit. Ziel ist es, bei verbandstübergreifenden Grundsatzfragen die Zusammenarbeit zu verstärken. Erörtert wurde insbesondere das Lobbying am Beispiel des Mehrwertsteuer-Sondersatzes für die Beherbergung. Auch prinzipielle strategische Fragen der Berufsbildungspolitik sowie des L-GAV standen auf dem Programm. Ausserdem hat sich GastroSuisse über die laufende Revision der Hotelklassifikation informieren lassen. Und auf Initiative von GastroSuisse wird hotellerieuisse die Stiftung Schweizerisches Gastronomiemuseum im Schloss Schadau Thun weiterhin finanziell und ideell unterstützen. KJV

## «DISTISWISS» 2003

# 27 Mal Gold für Edelbrände

An der diesjährigen Edelbrand-Prämierung von «Distiswiss» erhielten von 277 eingereichten Produkten 27 eine Gold- und 48 eine Silbermedaille.

### DANIEL STAMPFLI

67 Brennereien hatten zum Wettbewerb 2003/2004 der Vereinigung «Distiswiss» insgesamt 277 Schweizer Edelbrände eingereicht. Diese wurden im Landwirtschaftlichen Zentrum Ebenrain in Sissach von einer Fachjury verkostet und bewertet. 18 Degustatoren prüften die Proben unter der Oberleitung von Jury-Präsident Hubertus Vallendar, einem der wenigen international anerkannten Edel-



Das Niveau der Edelbrände hat sich deutlich verbessert.

brand-Fachleute. Die begehrte goldene Auszeichnung «Brennerei des Jahres» 2003/2004 ging an die Brennereien «Gunzwiler Destillate», Urs Hecht AG, Gunzwil, sowie Z'Graggen Destillerie & Getränke AG, Luterz.

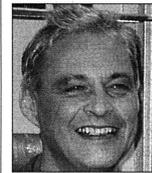
Vallendar's Urteil über die Qualität der eingereichten Brände: «Das Niveau hat sich gegenüber den zwei vorangegangenen Wettbewerben deutlich verbessert. Man spürt, dass an der Qualität der Produkte ernsthaft gearbeitet wird.» Insbesondere freue ihn, dass die Schweizer Brenner vor allem in den klassischen «Disziplinen», das heisst, beim Kirsch und bei anderen Obst- und Fruchtbränden, deutlich besser geworden seien. «Distiswiss» eine Vereinigung, hinter welcher die drei Berufsverbände der Spirituosenbranche stehen, existiert seit 1998.

## GLOSSE

### Ergsel Keller

#### HANSPETER GSELL

Neulich fand ich in meiner Firmenpost die Einladung eines Schweizer Hotels zu einem besonders schönen Wochenende in den Bergen. Allerdings wusste ich nicht genau, wem diese Einladung gelten sollte, denn bei mir arbeitete niemand mit dem seltsamen Namen Ergsel Keller. Ich rief deshalb kurzerhand im Hotel an und erkundigte mich genauer nach meinem unbekanntem Mitarbeiter. Die Nachforschungen ergaben, dass der Hotelier meinen Namen bei einem Adressenhändler in St. Gallen eingekauft hatte. Dieser wiederum hatte ihn von einem Adressensammler in Basel erhalten.



Ergsel muss in den späten 70er-Jahren in Basel aufgetaucht sein. Ich arbeitete zu dieser Zeit im Bahnhofbuffet Basel, mein Büro lag im Keller. An einem offenbar trüben Novembermorgen erhielt ein gewisser Gülgül den verhängnisvollen Auftrag, dem «Herrn Gsell im Keller» eine Flasche Wein zu überbringen. Er tat dies wie üblich klaglos und gewissenhaft: «Ergsel Keller» erblickte das Licht der Welt noch am gleichen Tag.

Allerdings vergingen lange 25 Jahre, bis er Einzug in die Karteien professioneller Adresshändler fand. Ich überlegte mir lange, ob ich unter meinem neuen Namen vielleicht die Einladung zum verlängerten Wochenende annehmen sollte. Meine nur geringe kriminelle Energie hielt mich jedoch von diesem Schritt ab und ich bat den Adresshändler («erfolgreich mit unserem Zielgruppen-Marketing») darum, den Ergsel doch bitte zu löschen. Das Antwortschreiben kam prompt und begann mit folgenden Worten: «Lieber Dr. Hodel!»

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

## IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

**Herausgeber:**  
Schweizer Hoteller-Verein  
Morbijustrasse 130  
Postfach  
3001 Bern

**Leitung Medien:**  
Christian Hodler

**Redaktion:**  
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)

Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH),  
Hotellerie und Gastronomie: Christine Künzler (CK),  
Tourismus: Tom Ruti (TRU), Sonja Stälder (SS),  
Dr. Karl Josef Verding (KV)

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

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

**Milestone:** Dr. Peter Kühler (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:** Kaja Hasenklamp (HAS), Paris:  
Gefhard Lob (GL), Tessin: Heitbert Furtischer (HF), Wien:  
Mania Pütz-Villens (MAP), München: Franziska Richard  
(FRIC), Basel: Georg Ueberauf (GU), Frankfurt: Gregor Waser  
(GW), Zürich: Robert Wildi (RW), Zürich.

**Verlag:**  
Verlagsleitung: Iris Strebel  
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaludi,  
Stellensinngate: Matthias Beyeler, Andres Jakob, Marc Moser.  
Geschäftszeiten: Iris Strebel (Verkaufsleitung a.),  
Roger Stemmer, Brigitte Weber.  
Innendienst: Patrick Stalder.

**Druck:**  
Büchler Grafico AG,  
Druckzentrum Bern.

**Auflage:**  
11'205 Ex. WEMF-bezugsfähig 2002,  
22'000 Ex. Vertriebsauflage

**Verkaufspreise:** (inkl. MwSt)  
Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.-,  
ISSN: 1424-0440

**Offiziell Organ für:**  
– Verband Schweizer Tourismus-Direktoreninnen  
und -Direktoren (VSTD)  
– Schweizer Vereinigung  
diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)  
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-  
Restaurateure SHV (VDH)  
– Hospitality Sales & Marketing Association  
(HSM) Swiss Chapter  
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)  
– Swiss Partner für den Bustourismus  
– Verband Schweizer Badekurorte (VSB)  
– Schweizer Kurhäuser (VSK)  
– Swiss International Hotels (SIH)  
– Amicale Internationale des Sous-Directeurs et  
Chefs de Réception des Grands Hôtels (AIRC)

**Kontakte:**  
Adresse:  
Morbijustrasse 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  
Stellensinngate:  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: marc.moser@swisshotels.ch  
Geschäftszeiten:  
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: patrick.stalder@swisshotels.ch  
Internet: www.swisshotels.ch  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen  
wird jede Haftung abgelehnt.



**CANTON DE NEUCHÂTEL /**  
L'après-Expo.02 s'annonce  
satisfaisant pour le  
tourisme neuchâtelois.  
Tour d'horizon. PAGE 4



**MAURICE URECH /** Portrait  
de l'ancien président des  
hôteliers vaudois et actuel  
directeur de la Villa Principe  
Leopoldo à Lugano. PAGE 5

**Cahier  
français**

**hotel+tourismus revue**

SWISS ALPINA

## Soutien des RMS

Bousculée par les nouvelles dates du salon Interalp, à Innsbruck, la foire Swiss Alpina se trouve gênée aux entourlures.

MIROSLAW HALABA

On ne l'avoue pas franchement du côté de Martigny, mais la décision du salon Interalp, à Innsbruck, de reporter la prochaine édition de leur manifestation de l'automne 2004 au printemps 2005 est embarrassante pour Swiss Alpina. Principale foire européenne d'équipements des stations alpines, Interalp aura lieu deux semaines seulement avant Swiss Alpina, dont la 12e édition est prévue du 27 au 29 avril. Interalp dit avoir agi ainsi pour tenir compte du souhait exprimé par «de nombreux exposants».

Pour les responsables du salon de Martigny, qui n'ont pas été préalablement informés de ce changement, il s'agit là d'une tentative «d'un groupe d'exposants, d'origine principalement germanique» de limiter le nombre de salons européens à deux – Innsbruck et Grenoble – et «d'évincer» tout simplement la foire de Bolzano et Swiss Alpina.

### SWISS ALPINA: UN RÔLE CLÉ POUR LES SOCIÉTÉS SUISSES

Si les organisateurs de la foire de Bolzano semblent accuser le coup, ceux de Martigny se montrent plus sereins. Ils ont donc réaffirmé leur volonté de maintenir leur foire à la date annoncée. Certes, ils n'excluent pas une baisse des surfaces louées en 2005, mais, comme le souligne leur porte-parole, François Perraudin, ils ne peuvent guère imaginer que les grands exposants fassent l'impasse sur leur salon. Ils font aussi remarquer que Swiss Alpina est une plate-forme importante pour les entreprises helvétiques de la branche.

### A LA RECHERCHE D'UNE SOLUTION

C'est cet argument que les Remontées mécaniques suisses (RMS) ont avant tout retenu pour apporter leur soutien aux organisateurs valaisans. S'exprimant lors de l'assemblée générale qui s'est tenue la semaine dernière à Villars (lire ci-contre), le directeur des RMS, Peter Vollmer, a indiqué que son association était à la recherche d'une solution susceptible d'assurer l'avenir de Swiss Alpina, dont la dernière édition s'était soldée, ce printemps, par une fréquentation record.

REMONTÉES MÉCANIQUES SUISSES

# Retour aux objets touristiques

Un peu moins préoccupées par les questions de survie, les entreprises suisses de remontées mécaniques peuvent à nouveau se pencher davantage sur des objets plus touristiques, comme l'élaboration des offres et la mise en place de chaînes de prestations.

MIROSLAW HALABA

L'assemblée générale des Remontées mécaniques suisses (RMS), qui s'est tenue la semaine dernière à Villars, l'a montré: les entreprises de la branche voient désormais l'avenir avec davantage de sérénité.

Mises sous pression par les développements du marché et des résultats financiers difficilement supportables, la plupart des entreprises à problèmes ont peu à peu pris des mesures pour assurer leur survie, notamment par le biais de fusions ou de coopérations. «La branche a saisi l'ampleur des problèmes et le processus d'assainissement est maintenant en cours. Nous pouvons être confiants», a dit le directeur des RMS, Peter Vollmer. Cela permet à la branche de mettre davantage l'accent sur des problématiques plus touristiques.

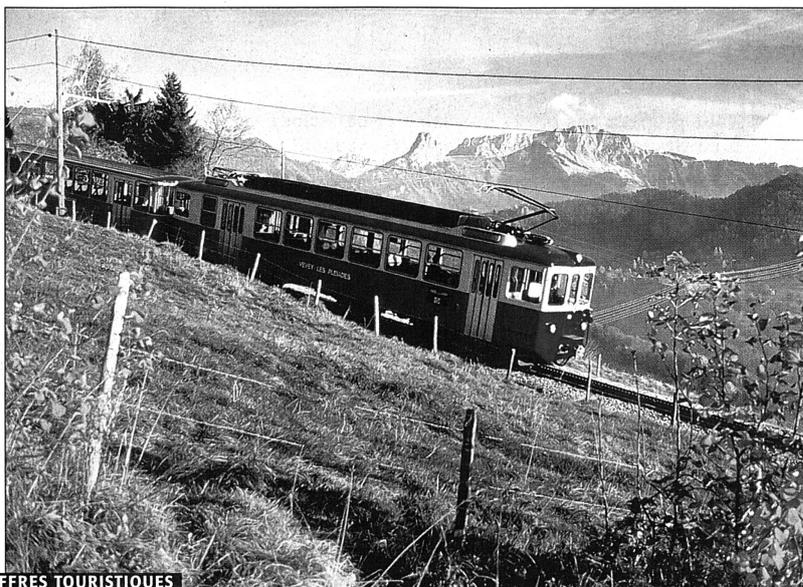
Ainsi, dans son rapport présidentiel, Louis Moix a notamment insisté sur la nécessité d'élaborer des produits qui correspondent véritablement à la demande. «Nous offrons des produits onéreux qui ne correspondent pas forcément aux segments de clients que nous visons. Pire encore, nous ne savons souvent même pas quels sont les besoins de ces segments de clientèle.» Seul un «profil complet» des clients permet de présenter des «offres optimales». Pour le président des RMS, la principale tendance sera «la focalisation à 100% sur le client».

### PLAIDOYER POUR LES CHAÎNES DE PRESTATIONS

Louis Moix a cependant lancé un message plus important encore, car ce message parle en faveur d'une amélioration globale de l'offre touristique, tous secteurs confondus.

Il ne suffit plus qu'une entreprise ait de bons produits, ce qui compte désormais c'est que ces produits soient intégrés dans une chaîne de prestations, chaîne qui suppose une collaboration de tous les prestataires. «Une station touristique a de plus en plus besoin d'une politique touristique commune qui inclut les éléments

Photo: Swiss Travel System



OFFRES TOURISTIQUES

Pour les RMS, les offres de leurs membres doivent s'intégrer dans une chaîne de prestations.

d'une collaboration future, les propositions de prestations et le marketing», a dit le président des RMS. Et d'appeler à «un échange d'informations permanent entre les divers prestataires».

### APPEL EN FAVEUR DE LA QUALITÉ DES SERVICES

Ceci dit, les entreprises de remontées mécaniques ont encore d'autres domaines sur lesquels elles doivent se pencher. Louis Moix a ainsi réitéré son appel en faveur de la qualité. Une soixantaine d'entreprises seulement ont le Label de qualité pour le touris-

me suisse de niveau I et trois de niveau II. «Le service de qualité doit être notre mot d'ordre et notre crédo à tous et cela dans tous les domaines», a déclaré le président.

Il a également invité les membres à repenser leur politique des prix afin d'améliorer leurs recettes. Pour lui, les entreprises tendent à accorder, «sans nécessité» des réductions «trop importantes». Pour les RMS, il est par ailleurs important que les membres se préparent à l'application de la nouvelle réglementation des banques en matières de fonds propres, connue sous le nom de Bâle II.

Peter Vollmer a marqué la fin de l'assemblée par un plaidoyer en faveur de «conditions-cadres loyales» (lire ci-dessous). Il estime notamment que «la politique de promotion du tourisme suisse» doit prendre davantage en considération les intérêts des remontées mécaniques. Celles-ci, a-t-il dit, sont des prestataires «importants» de l'économie touristique et elles sont conscientes que leur développement dépend «de la situation d'ensemble du tourisme».

La prochaine assemblée des RMS aura lieu les 16 et 17 septembre 2004 à Meiringen-Hasliberg.

## Enneigement technique: prestataires priés de passer à la caisse

Les Remontées mécaniques suisses réclament, comme l'a dit leur directeur, Peter Vollmer, des «conditions-cadres loyales».

Outre une attention accrue de ses intérêts dans le cadre de la politique touristique, la branche demande notamment que la nouvelle politique régionale prenne en considération son potentiel de développement. Elle souhaite aussi que «les obligations et les conséquences» de la Convention

alpine soient «précisées, analysées et discutées» avant la ratification des protocoles concernant les remontées mécaniques.

Peter Vollmer a également demandé que la nouvelle loi sur les installations de transports à câbles soit «enfin» envoyée en consultation. Il a, par ailleurs, insisté sur la nécessité de développer les possibilités de formation et de formation continue dans la branche et sur celle de conserver en

Suisse une industrie des remontées mécaniques «aussi variée que possible» et, partant, une foire où elle peut se présenter, comme c'est le cas à Swiss Alpina.

On notera enfin une revendication qui promet des discussions animées: les RMS estiment que les coûts de l'enneigement technique devraient désormais être partagés entre tous les prestataires touristiques qui profitent de ces installations. MH

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

**vanBaerle**

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vaisselle Cuisine Textile Couverts Ambiance

von Baerle & Cie AG  
Schützenmattstrasse 2 · 4142 Mändelstern  
Tél. 051 415 91 11 · Fax 051 415 92 22  
http://shop.vanbaerle.ch

**hoteljob**

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

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

Micros Fidelio

Hôtel Cailler, Genève

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



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

## Plaisir de lire et de conduire

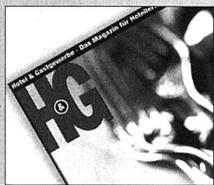
Les nouvelles ont toujours la cote:  
Lisez les publications d'hotelleriesuisse



### hotel+tourismus revue

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

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



### Hotel & Gastgewerbe

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

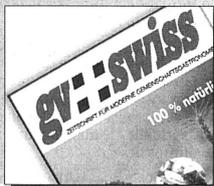
- 6 Abonnement à l'essai (4x) Fr. 25.- (au lieu de Fr. 29.40)
- 7 Abonnement annuel (9x) Fr. 78.- (au lieu de Fr. 108.-)
- 8 Abonnement de deux ans Fr. 137.- (au lieu de Fr. 176.40)



### Café-Bistro/Cafetier

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

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



### gv::swiss

Le magazine économique suisse pour la restauration collective.

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

### Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / Hotel & Gastgewerbe

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

### Abonnement combiné

hotel+tourismus revue / gv::swiss

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

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

## Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

Abo no \_\_\_\_\_ Publication \_\_\_\_\_ Prix \_\_\_\_\_

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



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

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

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



Détacher ici 

Prénom: \_\_\_\_\_

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

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

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

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

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

Téléphone (la journée): \_\_\_\_\_

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

Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

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

**TOURISME DURABLE**

## Tenir compte de la réalité

Il ne peut y avoir de communication sur le tourisme durable que si elle reflète une réalité du terrain, estime un travail de diplôme de l'EHL.

«Est-ce que nos stations parlent de tourisme durable dans leur concept marketing? C'est la question que s'est posée Céline Gsponer pour son travail de diplôme à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) sur les exemples de Château-d'Œx, Thyon, Verbier et Villars. Si Château-d'Œx base son développement touristique – et sa promotion – sur un développement durable de sa région, les autres stations ne vont pas dans cette direction. Toutes pourtant vantent leur environnement naturel dans leur communication.

Céline Gsponer affirme que la tendance de ces stations est plutôt d'aller vers un tourisme quantitatif où les objectifs sont uniquement chiffrés (nuitées), plutôt que vers une réflexion sur la durabilité. Au terme des interviews d'experts qu'elle a réalisées en plus des visites sur le terrain, Céline Gsponer s'inquiète de constater que «les politiques à long terme ne sont pas courantes dans les stations de montagne.»

### «L'OFFRE N'EST PAS TOUJOURS CELLE PROMISE»

L'auteur en est certaine, les thèmes qu'implique le tourisme durable (qui vont au-delà de la seule protection de l'environnement) peuvent et doivent être appliqués en marketing. A condition toutefois que l'engagement soit une réalité sur le terrain pour tous les acteurs, et si possible validé par des labels reconnus. Car Céline Gsponer constate que les stations ont tendance à utiliser abusivement les thèmes du tourisme durable et de nature préservée, leur politique touristique n'allant pas dans ce sens. «L'offre n'est pas toujours celle promise par le message promotionnel.» Et cela peut avoir des répercussions dramatiques une fois la crédibilité du touriste ébranlée.

Pour Céline Gsponer, comme pour les experts qu'elle a rencontrés, le tourisme durable est aujourd'hui incontournable et répond à une attente d'une clientèle toujours plus large. Une fois la démarche en route, avec l'adhésion de tous les partenaires, la communication marketing s'adapte forcément.

DEM

**GESTION FINANCIÈRE**

# La refonte du plan comptable pour l'hôtellerie suisse est en marche

Un projet de refonte du plan comptable pour l'hôtellerie suisse, dont la précédente édition remontait à 1992, vient d'être lancé. Un groupe de travail s'est réuni à cet effet le 28 août et ses premières conclusions sont attendues pour le début de l'année prochaine.

Photo: Laurent Missbauer



### UNE REFONTE EST NÉCESSAIRE

La première réunion relative à la refonte du plan comptable a notamment relevé qu'un grand nombre d'hôteliers utilisait encore la tenue de comptabilité manuelle.

■ **EMMANUELLE BEAUFILS\***

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), en tant que partenaire académique de cette refonte du plan comptable pour l'hôtellerie, a entrepris un projet de recherche dont le but final est multiple. Celui-ci doit en effet développer un nouveau modèle d'information financière comprenant non seulement un plan de comptes, des recommandations en matière de présentation des états financiers et en matière d'évaluation de certains postes, mais également des recommandations en matière d'analyse financière.

### ANALYSER LES COMPTES PAR DÉPARTEMENTS

Les objectifs visés par les membres du groupe de travail impliqués dans cette refonte du plan comptable pour l'hôtellerie et la restauration sont dictés par la situation financière du secteur et le besoin d'une plus grande transparence. Ils visent notamment à améliorer la qualité de l'information financière pour la branche tant en interne qu'en externe. Afin de faciliter le travail en interne, l'hôtelier doit, par exemple, être capable d'analyser ses comptes par départements. Ce n'est que par la suite qu'il tentera de retrouver ou d'augmenter la rentabilité de son exploitation.

Un autre objectif est de se rapprocher des standards internationaux de présentation et d'évaluation afin de permettre le benchmark avec l'hôtellerie internationale. Parmi les autres buts de cette refonte, on relèvera la nécessité d'avoir un plan adapté à la taille des établissements suisses ainsi qu'à une certaine flexibilité. Le modèle

ainsi créé devra être susceptible d'évoluer avec le cadre légal. En effet, des discussions sont en cours tant en ce qui concerne l'adaptation des nouvelles normes européennes que l'évolution du plan comptable pour les PME. Enfin, l'objectif ultime de l'EHL et du projet de refonte est de former les hôteliers au nouveau modèle de reporting et d'améliorer ainsi leurs compétences en gestion financière. Un programme de formation sera ainsi prochainement proposé par l'EHL.

\*Emmanuelle Beaufils est professeur à l'EHL en gestion financière et comptabilité.

### Etapes et méthode de la refonte du projet

La première réunion relative à la refonte du plan comptable pour l'hôtellerie du 28 août a eu notamment pour thème l'identification des besoins de la branche. Elle a ainsi relevé que les comptes restaient préparés par l'hôtelier à 50% et que le format préconisé par hotellerieuisse n'était utilisé que par 50% d'entre eux. Par ailleurs, un grand nombre d'hôteliers utilisait encore la tenue de comptabilité manuelle. Les différents plans comp-

tables utilisés à l'étranger ont également été passés en revue. Une prochaine étape, prévue pour octobre, consistera en une procédure de consultation des partenaires par rapport à un premier projet de plan comptable pour les différents segments. Le site d'Elite\* accueillera prochainement une page d'information sur les premiers résultats des travaux. EB

\*www.ehliite.com

**TOBOGGAN DE LA VUE DES ALPES (NE)**

# Premier bilan d'exploitation positif

Le toboggan de la Vue des Alpes connaît un succès réjouissant. Lors de week-ends ensoleillés, l'installation est littéralement prise d'assaut.

Photo: Valérie Marchand



### LE TOBOGGAN DE LA VUE DES ALPES

Ouvert le 16 août, le toboggan de la Vue des Alpes connaît un succès «réjouissant».

■ **VALÉRIE MARCHAND**

Ouvert depuis le 16 août, le premier toboggan du canton de Neuchâtel voit affluer beaucoup de monde. Il a été aménagé à la Vue des Alpes (NE), un lieu incontournable pour les touristes qui visitent la région. Ce toboggan, d'une longueur de 700 mètres, avec virages serrés, ponts et tunnels, a de quoi intriguer plus d'un curieux. De même, les personnes avides de sensations n'ont pas besoin de remonter la pente à pied. Elles sont invitées à prendre place sur des luges qui sont situées au bas du parcours et qui sont ensuite tractées par un câble jusqu'au départ.

S'il n'est pas en mesure d'avancer des chiffres précis, le responsable de l'installation, Robert Wohlfahrt est

content du taux de fréquentation. «Par beau temps, les week-ends sont bondés», se réjouit-il. Par ailleurs, cette activité intéresse autant les enfants que les adultes. Chacun y trouve du plaisir, choisissant d'actionner le frein ou non,

mais sans prendre de risques. En effet, un frein automatique s'enclenche avant que la luge ne dépasse 40 km/h.

Pendant la semaine, la fréquentation est nettement moins élevée. «Le mercredi après-midi, les mamans

viennent régulièrement ici avec leurs enfants, mais le nombre d'entrées est dix fois moins élevé que le week-end», regrette Robert Wohlfahrt. Ce dernier a toutefois choisi de se montrer très souple pour attirer et fidéliser les clients. «Il faut savoir donner pour recevoir, c'est la meilleure des publicités», estime-t-il. Ainsi, le prix de base fixé à 4 francs par descente pour les adultes et à 3 francs pour les enfants peut varier.

Les enfants qui fêtent leur anniversaire ont droit à la gratuité. S'ils viennent accompagnés d'une dizaine de camarades, le prix de la course descend selon le nombre de descentes effectuées. En outre, des prix et des horaires spéciaux (ouverture prolongée) peuvent être accordés sur demande à des groupes, notamment à l'occasion de sorties d'entreprise.

Ce premier projet concrétisé, un deuxième toboggan devrait voir le jour d'ici le printemps 2004 sur les pistes de la Robella, à Buttes (NE). Ses promoteurs ne sont pas les mêmes qu'à la Vue des Alpes et il reste encore quelques procédures administratives à régler.

Publicité

### Ne pensez plus à vos textiles.

Consacrez-vous à vos clients, nous nous occupons de vos textiles. La location, le leasing ou le service de blanchissage constituent une alternative rentable à votre propre lingerie.

Textiles pour la table, le lit et le bain de qualité suisse authentique, adaptés à vos besoins. Abonnements de blanchissage, de repassage, de transport, de contrôles et de remplacements.

Une gestion efficiente des textiles, pour maîtriser vos coûts à long terme.



Kirchbergstrasse 19, 3401 Berthoud  
Téléphone 034 428 11 11  
contact@schwob.ch, www.schwob.ch

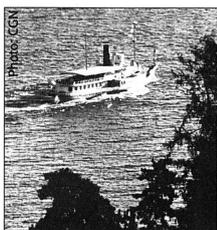
## Genève souhaite sauver le «Valais»

CGN. Le Conseil administratif de la Ville de Genève a décidé de soumettre au Conseil communal l'ouverture d'un crédit extraordinaire d'un million de francs pour la restauration du «Valais». Il assortit son soutien de deux conditions: le coût de la restauration ayant été estimé à 4,5 millions, le solde du financement devra être garanti par d'autres partenaires et sa contribution se veut unique.

Construit en 1913, le bâtiment est actuellement au chantier naval d'Ouchy où il

devait être démonté avant qu'une décision de justice à la suite d'un recours n'interdise les travaux. Jusqu'en août dernier il était à quai dans la rade de Genève où il a longtemps été utilisé comme restaurant.

Par ailleurs, les Amis des bateaux à vapeur du Léman qui, l'année dernière, avaient récolté 100 000 francs pour remettre à flots l'«Helvétie», ont proposé aux donateurs de reporter cette somme pour la réparation du «Simplon», accidenté en août. JJE



Longtemps à quai, le «Valais» rejoindra peut-être un jour le «Rhône» (photo).

## Un «signe de soutien» à la Chine

OMT. Pour l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), la tenue de l'assemblée générale, du 17 au 24 octobre, à Pékin constitue «un signe de soutien et de confiance» de l'organisation envers la nation chinoise.

Les responsables du tourisme chinois, de leur côté, estiment que le choix de Pékin aidera leur pays «à convaincre la communauté internationale» que la Chine est «une destination touristique sûre sous tous les aspects, surtout après l'enrayement efficace de l'épidé-

mie de pneumonie atypique». En 2002, près de 37 millions de touristes étrangers sont allés en Chine. Selon des prévisions exprimées par l'OMT, la Chine deviendra, en 2020 au plus tard, «la principale» destination touristique du monde avec quelque 130 millions d'arrivées par année et 8% du marché mondial.

L'assemblée générale de l'OMT permettra aussi à la Chine de mettre son secteur des congrès à l'épreuve, à cinq ans des Jeux olympiques d'été

qui auront lieu dans la capitale chinoise en 2008.

On rappellera que l'assemblée générale de l'OMT sera avant tout marquée par le vote sur le projet de transformation de l'OMT en institution spécialisée de l'Organisation des Nations unies. La session portera aussi sur la question du partenariat entre le secteur public et le secteur privé. D'autre part, le Conseil professionnel de l'OMT élaborera une stratégie destinée à restaurer la confiance des consommateurs. MH

### TOURISME NEUCHÂTELOIS

# Un après-Expo qualifié de satisfaisant

Le tourisme neuchâtelois ne connaît plus les taux de fréquentation élevés qui avaient été engendrés l'année passée par de nombreux visiteurs de l'Exposition nationale. Il n'en demeure pas moins que l'après-Expo.02 est qualifié de satisfaisant.

Photo: Swiss-Image



LA CHAUX-DE-FONDS

Grâce à un cours de perfectionnement pédagogique qui s'est tenu à La Chaux-de-Fonds, les Montagnes neuchâteloises ont enregistré une hausse des nuitées de 23% à 25 666 unités durant la période de janvier à juillet.

#### MIROSLAW HALABA

Pour les responsables touristiques neuchâtelois, l'année 2003 pouvait légitimement s'avérer morose. L'affluence fantastique des visiteurs de l'Exposition nationale n'était plus qu'un souvenir et les difficultés économiques n'étaient pas de nature à stimuler l'activité touristique.

Or, à la veille de l'automne, le bilan provisoire montre que l'après-Expo s'annonce satisfaisant. «A fin juillet, les nuitées hôtelières étaient globalement inférieures de 23% ou de 34 000 unités à celles de l'année 2002, mais si l'on prend le nombre moyen des nuitées depuis 1996, 2002 non compris, nous sommes dans la moyenne», explique le directeur de Tourisme neuchâtelois, Yann Engel.

#### PLUSIEURS ÉCHOS DE LA CAMPAGNE DE PROMOTION

Il y a même eu de bonnes surprises. Ainsi, dans les Montagnes neuchâteloises, le nombre des nuitées s'est accru de 23% pour atteindre 25 666. Certes, cette hausse s'explique avant tout par la tenue, en juillet, du Cours suisse de perfectionnement péda-

gogique (epch.ch) qui a réuni 1500 enseignants. Mais comme une autre manifestation professionnelle, un congrès médical, cette fois, s'est tenue début septembre, à La Chaux-de-Fonds également, Yann Engel peut souligner que depuis une année son

office encourage, par le biais de la chambre de commerce, les sociétés et les associations locales à tenir des assises intercantonaux sur le territoire neuchâtelois.

Un grand effort pour promouvoir le canton et pour prévenir le trou de

l'après-Expo a cependant été fait, en juin, à Zurich et dans les cantons du Nord-Est de la Suisse. Six cent mille francs, un record, ont été investis dans cette opération. La campagne d'affichage était d'un bon cru, puisqu'elle a eu les honneurs du prix hebdoma-

daire de la Société générale d'affichage. Des retombées de la campagne, en terme de visites, n'ont pas encore été constatées, mais Yann Engel note que le nombre de demandes d'informations s'est notablement accru depuis lors. Le directeur de Tourisme neuchâtelois relève aussi que le lancement des routes thématiques «Luxe & design» et «Vin & gastronomie» ont contribué à attirer l'attention des médias sur l'offre touristique du canton.

D'autre part, l'étude d'image, dont les résultats ont contribué à élaborer la campagne de promotion en Suisse alémanique et qui a montré que le canton de Neuchâtel était mal connu, a eu l'effet d'un électrochoc sur les milieux politiques. «Nous devrions bénéficier à l'avenir d'une meilleure écoute de leur part», a encore précisé Yann Engel.

#### DES PROJETS AVEC WATCH VALLEY

Au cours des prochains mois, le tourisme neuchâtelois poursuivra sa collaboration avec les partenaires de Watch Valley. Ainsi, plusieurs projets de documents promotionnels sont agendés. Une carte pour les randonnées hivernales dans la région couverte par Watch Valley est en préparation pour l'hiver 2003/04.

L'année 2004 devrait voir apparaître des guides communs hôteliers et parahôteliers. La collaboration, sans cesse pronée par les responsables des associations touristiques faitières, est payante. «En publiant les deux guides de l'hébergement en collaboration avec nos partenaires de Watch Valley, nous économisons 100 000 francs», indique Yann Engel.

Publicité

# Les vins de La Côte,

Mont-sur-Rolle
Féchy
Morges

Vinzel
Luins
Nyon

## un bouquet de qualité !

La Côte, das ist vor allem ein Weinbaugebiet in aussergewöhnlicher Lage. Die La Côte-Parzellen mit ihrem markanten Erdgut sonnen sich in der sanften Hügellandschaft am herrlichen Genfer See, zwischen Lausanne und Genf, und bieten somit eine hervorragende Palette an typisierten Weiss-, Rosé- und Rotweinen. La Côte steht ebenfalls für Innovation unter Berücksichtigung der Tradition. Tatsächlich entwickeln die Winzer der Region ständig und mit Leidenschaft zahlreiche Neuheiten, die sowohl Gourmets als auch Weinliebhaber, bzw. Weinkenner, gleichermaßen entzücken.

## Le Guide Hachette des vins est sorti

**Littérature spécialisée.** Le Guide Hachette des Vins 2004 vient de sortir de presse. Il en est à sa 19<sup>e</sup> édition en français et entend «aider l'amateur de vins à se retrouver parmi une production qui, rien qu'en France, s'élève à plus de 50 millions d'hectolitres». On relèvera que l'édition en anglais du Guide est attendue pour novembre alors qu'une version en russe sera publiée pour la première fois en janvier.

«Entièrement nouveau, ce guide destiné aux consommateurs est réalisé à partir de commissions de dégustations à l'aveugle réunissant les meilleurs experts», indique le service de presse du Guide Hachette des vins.

«Plus de 32 000 vins de France, de Suisse et du Luxembourg ont été testés entre les mois de janvier et de juin, et seuls 10 190 vins ont été retenus. Par ailleurs, les jurys ont décerné 464 «coups de cœur» signalés dans le Guide par la reproduction de leur étiquette en couleurs», peut-on encore

lire dans le dossier de presse du guide.

Sur ces 464 «coups de cœur», décernés uniquement à des vins qui sont qualifiés d'exceptionnels et qui sont signalés par trois étoiles – contre une et deux étoiles pour des vins «très réussis», respectivement «remarquables» –, figurent 23 vins suisses. Quinze d'entre eux proviennent de la Suisse romande, à savoir quatre du canton de Vaud, six du Valais, trois de Neuchâtel et deux de Genève.

LM

## Le plan marketing 2004 approuvé

**KidsHotels.** Réunis en assemblée générale le 9 septembre à Lenk (BE), les membres de l'association des KidsHotels ont approuvé un certain nombre de mesures. Parmi celles-ci, on relèvera avant tout le plan marketing de 2004. «Ce plan, qui comprend notamment un nouveau prospectus qui sera écarté dans les 500 000 exemplaires de la brochure Familles, un voyage de presse de journalistes allemands et une présence à Swiss Toy, la plus grande foire du jouet de Suisse,

a été approuvé par les 22 membres présents», a expliqué Laurence Gabriel, porte-parole de Suisse Tourisme.

L'association des KidsHotels, dont le secrétariat a été officiellement remis à Suisse Tourisme à l'occasion de cette assemblée générale, compte désormais 27 membres, à savoir 26 hôtels – dont un seul en Suisse romande, l'Hôtel Eldorado à Crans-Montana – et un restaurant, la Märliplinte à Chiètres dans la partie germanophone du canton de

Fribourg. Quant au Novotel de Zurich, qui était jusqu'ici en pourparlers, il a été désormais officiellement admis.

La participation financière des membres s'élève à 8000 francs ou 4000 francs par an, selon l'appartenance de l'hôtel à la catégorie A ou à la catégorie B des KidsHotels. La catégorie A compte un certain nombre d'avantages, par exemple une page de publicité dans la brochure Familles contre une demi-page pour les KidsHotels de la catégorie B.

### EXPRESS BY HOLIDAY INN

## Une nouvelle enseigne

Avec l'ouverture officielle, mercredi passé, de l'Express by Holiday Inn de Genève, la Suisse romande compte désormais une nouvelle enseigne hôtelière.

LAURENT MISSBAUER

Ouvert le 15 juin, mais inauguré officiellement le 17 septembre, l'Express by Holiday Inn de Genève-Aéroport est le premier hôtel de Suisse romande à arborer l'enseigne hôtelière Express by Holiday Inn. Celle-ci appartient à Intercontinental Hotels Group qui regroupe notamment les enseignes Crowne Plaza, Intercontinental, Holiday Inn et Express by Holiday Inn.

### UN POSITIONNEMENT EN DESSOUS DES HOLIDAY INN

La marque Express by Holiday Inn entend se positionner en dessous des Holiday Inn 4 étoiles qui proposent un service complet. «Un Express by Holiday Inn, en revanche, est un hôtel 3 étoiles avec un service limité, soit «limited service», pour reprendre la terminologie américaine, ou garni en Suisse», explique Samuel Koenig, le directeur de l'Express by Holiday Inn de Genève.

Jusqu'ici, il n'y avait qu'un seul Express by Holiday Inn en Suisse, celui de Lucerne-Neuenkirch qui a été construit en 1998 et qui dispose de 60 chambres. Celui de Genève comprend 154 chambres et a déjà enregistré un taux d'occupation qualifié de réjouissant par son directeur.

### UN BUDGET BASÉ SUR UN TAUX D'OCCUPATION DE 63%

«Notre budget se base sur un taux d'occupation moyen de 63%. Pour les mois de juin et de juillet, nous avons déjà enregistré des taux d'occupation de 80% et de 70%. Le mois d'août, avec les vacances, a été plus calme, mais actuellement, pour septembre, nous avons un taux d'occupation de 65% et octobre s'annonce très bien puisque nous sommes complets pour Telecom», précise Samuel Koenig.

La concurrence est cependant importante dans le secteur de l'aéroport de Genève. L'Hôtel Ibis, le NH Hôtel ou encore l'Holiday Inn de Thoiry, en France voisine, à un kilomètre de la frontière, peuvent parfois placer la clientèle dans l'embarras du choix: «Nous ne sommes pas tout à fait positionnés sur le même créneau. Du coup, nous ne sommes pas vraiment concurrents. Nous sommes plutôt complémentaires», affirme Samuel Koenig.

«Et puis», conclut-il, «un de nos atouts est que nous sommes situés à proximité immédiate de l'Hôtel Mövenpick avec qui nous avons un partenariat au niveau des restaurants. Nos prix, par ailleurs, sont très concurrentiels, puisque deux adultes et deux enfants peuvent dormir dans la même chambre à partir de 145 francs».

### MAURICE URECH

## «Le métier d'hôtelier est devenu pour moi une drogue de plaisir»

Directeur général de la Villa Principe Leopoldo & Residence, le Relais & Château 5 étoiles (140 lits) des hauts de Lugano, Maurice Urech est le type même de l'hôtelier qui vous réconcilie avec l'hôtellerie... Parce que le manager hors pair en est un seigneur.

Photo: Hôtel Villa Principe Leopoldo



LA CONDUITE À L'OPTIMISME

La tradition dans le rétroviser, le regard loin devant sur la route du progrès: ce pourrait être le principe de conduite de Maurice R. L. Urech à la tête de l'Hôtel Villa Principe Leopoldo & Residence, à Lugano.

JOSÉ SEYDOUX

Nous l'avons rencontré pour la première fois il y a plus d'un quart de siècle, lorsqu'il dirigeait, en amphitryon bien sûr, l'Hôtel Eden au Lac, à Montreux, qui était alors le premier hôtel suisse à avoir été complètement redécoré dans le style rétro Grand Siècle. Après sept ans de règne, il quitta cet établissement pour reprendre la direction du Beau-Rivage

## Portrait

Palace, à Lausanne, qu'il assumait durant dix ans, devenant, à diverses reprises, «One of the World's 50 Best Hoteliers», distinction internationale qu'il avait obtenue plus tard encore à la tête de l'hôtel luganais. La Villa Principe Leopoldo & Residence a décroché le «Five Stars Award 2000» et le «Five Star Diamond Award» depuis 1998, avant d'être nommé «Hôtel de l'Année 2002/2003» par GaultMillau.

Maurice R. L. Urech est ainsi la preuve manifeste que c'est l'homme qui fait l'hôtel... plutôt que l'inverse! Indépendamment du prestige qu'elles

engendrent à juste titre, les distinctions internationales, d'origine souvent américaine, ne sont pas le trait le plus caractéristique de son niveau professionnel. Son parcours, et l'on pourrait tout aussi bien parler d'une carrière pour ce diplomate de l'accueil, est plus évocateur de l'état d'esprit et des qualités innées et acquises par celui qui hésitait au départ entre des études agronomiques et architecturales...

### L'HÔTELLIER DES VALEURS EUROPÉENNES

Il se retrouva, «par quelque hasard», dit-il – mais on sait que celui-ci n'existe pas et le jeune Maurice allait le prouver très rapidement et tout au long de sa vie – à l'Ecole hôtelière Jean Drouant (rue Médéric à Paris 16e), «avec l'idée, comme beaucoup d'autres à cette époque, d'être tout simplement secrétaire d'hôtel car-

Fred Laubi, hôtelier suisse très connu sur le plan international.

### UNE RENCONTRE DÉTERMINANTE À VENISE

«Sept années de vie lagunaire, tous les jours sur le devant de la scène, en tant que chef de réception... j'étais aux anges!» Le rêve allait arriver avec sa première place de directeur, au Miramonti Majestic, à Cortina d'Ampezzo, à l'âge de 31 ans. Puis ce furent les années vaudoises, notamment au mythique Beau Rivage Palace et avec la présidence de l'Association cantonale vaudoise des hôteliers (de 93 à 95), avant le départ au Tessin en 95, où il allait succéder à son mentor vénitien, Fred Laubi, partant à la retraite.

Le grand hôtelier de la rue Montalbano est dans son milieu, une résidence de princes, qui a trouvé dans son affectation hôtelière une suite logique: la Villa Principe Leopoldo accueille dans ses suites, d'une part, une clientèle d'affaires et de séminaires et, d'autre part, des hôtes épicuriens attirés non seulement par la beauté du site, l'originalité et le confort des lieux, mais par toute une animation culturelle (concerts de musique classique et de jazz, expositions de peintures) et gastronomique.

C'est que le «prince de l'hôtellerie» est omniprésent... quand il ne va pas, plusieurs semaines par année, ramener des sujets potentiels à travers le monde pour leur présenter son hôtel mais aussi une vie culturelle suisse très riche. Et Maurice R. L. Urech de se piquer à son métier: «Une sorte de drogue du plaisir: le plaisir du travail et du défi quotidien, celui des rencontres, sans oublier le plaisir de faire plaisir à ceux qui nous entourent, à ma famille, à mes collaborateurs, à mes hôtes. Je ne saurais faire quoi d'autre.» L'histoire vraie d'une passion.

## Maurice Urech en bref

**Date et lieu de naissance:** le 13 février 1938, à St-Maurice, Seine (France)

**Nationalité, lieu d'origine:** Suisse, de Seon (AG)

**Etat-civil:** marié, quatre enfants

**Domicile:** Pregassona (TI)

**Hobbies:** marche, musique classique, musique de jazz, peinture

**Plat préféré:** la raclette

**Boisson préférée:** le champagne Vacances et lieux préférés: le Danemark, Londres, Moscou, Chicago

**Un rêve, un grand projet:** l'extension de la Villa Principe Leopoldo  
**Une personne admirée:** le grand pianiste canadien Glenn Gould (1932 – 1982) JS

## Herboriser à Leysin

**Vaud.** Dès l'été 2004, Leysin aura son Jardin botanique. Le public pourra y découvrir les bienfaits des plantes médicinales et une collection d'une soixantaine espèces de gentianes. Il est l'œuvre de la Fondation Gentiana et situé sur un terrain de 40 000 mètres carrés mis à disposition par la commune de Leysin.

Le budget, de l'ordre d'un demi-million de francs, a été couvert par des dons, notamment de grandes firmes pharmaceutiques sans contrepartie

publicitaire sur le site. La fondation espère que les recettes des entrées couvriront les frais de fonctionnement.

Dans un deuxième temps, le jardin deviendra aussi une plate-forme d'information, grâce notamment à une bibliothèque d'ouvrages spécialisés installée sur le site. L'organisation de cours et de séminaires est également prévue. Municipal du tourisme, l'hôtelier Jean-Marc Udriot a estimé que l'offre touristique s'en trouvera idéalement diversifiée. **JJE**

## CMA au stade d'arrivée

**Remontées mécaniques.** La société de remontées mécaniques CMA à Crans-Montana s'était donnée jusqu'au 19 septembre pour augmenter son capital de 13 millions de francs. On peut dire aujourd'hui que le résultat est bon, mais pas suffisant. CMA attend encore la décision finale d'un important souscripteur à hauteur d'un million de francs. Quoi qu'il en soit, les six communes de Crans-Montana se prononceraient entre le 6 et le 9 octobre pour un montant de deux (ou

trois) millions de francs. On saura à ce moment-là si le plan d'assainissement de Peter Furger pourra être bouclé. Pour Michael Gaberthuel, directeur financier, la situation est moins tendue qu'en 2001 lorsque la survie de CMA avait été carrément remise en question. S'il ne peut présager de la décision populaire, il note toutefois que la prévente des abonnements, qui est double par rapport à l'an dernier à la même époque, confirme que la confiance en CMA a été retrouvée. **DEM**

## Mercury Memorial Day

**Montreux.** Plus de deux cents fans de Freddie Mercury, le charismatique chanteur des Queen, ont fait le déplacement de Montreux les 6 et 7 septembre lors du premier «Freddie Mercury Memorial Day» organisé dans la station de la Riviera. Le chanteur y était très lié, son groupe ayant enregistré plusieurs de ses succès dans un studio de la ville.

Au programme pour les fans: visite commentée par l'ingénieur du son du groupe de ce qui reste du Mountain Studio,

balade en bateau au large de la «Lake House» où Mercury écrivit plusieurs de ses succès, à Clarens, soirée Queen dans un club de la ville et repas spécial Mercury (trois pâtes aux trois saucés).

Par ailleurs, on a également appris que le Mountain Studio, où ont enregistré non seulement les Queen, mais aussi David Bowie et les Rolling Stones devrait bientôt devenir un musée. Il est situé dans le complexe du Casino de Montreux. **JJE**

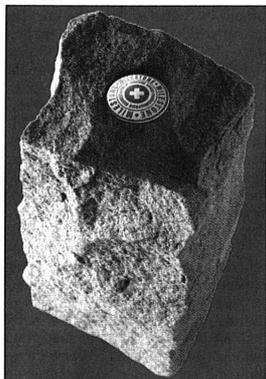
### MILESTONE

## Vingt nominés

Parmi les 74 candidatures présentées, le jury a nommé 20 projets. Cinq d'entre eux sont en lice pour le nouveau prix spécial «Petit et créatif».

**PETER KÜHLER**

Sélectionner les candidatures qui correspondent le mieux aux critères du Milestone, le Prix du tourisme suisse mis sur pied par notre hebdomadaire, n'a pas été une tâche facile. Le jury du Milestone a néanmoins arrêté son choix. Comme l'année passée, quinze projets ont été nominés, dont deux se verront remettre le premier et second prix dans la catégorie des «Projets remarquables». Les nominés sont, dans l'ordre de remise des projets, Königstour Alpesteinpass, Mystery Park Interlaken, Hotel & Restaurant Uto Kulm Zurich, Swissarena Lucerne, Swiss Snow League, www.all-



inclusive.ch Arosa, Grand Hôtel Bellevue Gstaad, Parc La Mutta Falera, Swiss-Image, RailAway, Fernwanderroute Trans Swiss Trail, SnowpenAir Kleine Scheidegg, Gastro-Zentrum Dürrenroth, Hôtel Misani Celerina et Glarner Industrierweg.

### UNE CANDIDATURE ROMANDE NOMINÉE

Dans la nouvelle catégorie intitulée «Petit et créatif», cinq candidatures ont été retenues. Cette nouvelle distinction entend récompenser un projet convaincant, pour ne pas dire génial, qui n'a pas nécessité l'investissement de moyens considérables. Ces projets démontrent que dans le tourisme suisse, tout un chacun est en mesure de faire avancer les choses. Les projets nominés sont: Kleinstes Dachterrasen-Restaurant der Welt Stein am Rhein, Chouett'Nid bed & breakfast Le Locle, Alpenkurszentrum Gitschlenen/Uri, Silser Kurzgeschichten Wettbewerb, Freundlichkeitskampagne Stanserhorn.

Rappelons enfin que toutes les candidatures, de même que tous les nominés sont présentés sur le site Internet www.htr-milestone.ch.

### SEMAINE NATIONALE DU GOÛT

## Bientôt aussi une «Journée nationale du goût» en Suisse?

Route gourmande à Chailly, circuit des délices à Blonay, Morges, «Ville du goût 2002», le canton de Vaud est vraiment un terroir fertile pour le lancement d'initiatives en faveur de la défense du goût. C'est d'ailleurs à Vevey qu'a été lancée jeudi la 3e Semaine nationale du goût.

**JEAN-JACQUES ETHENOZ**

C'est en présence de la conseillère d'Etat Anne-Catherine Lyon que les organisateurs de la troisième Semaine du goût ont donné le coup d'envoi de la manifestation jeudi dernier. La présence de la cheffe du département de la formation et de la jeunesse du canton de Vaud n'était pas fortuite. On sait en effet qu'elle souscrit entièrement à l'opération et qu'elle parle justement d'instaurer une journée dédiée au goût dans les établissements scolaires, une idée qui séduit ses collègues romands alors que les professionnels des métiers de bouche se montrent ravis de ce moyen de sensibilisation.

### UNE IDÉE QUI FAIT SON CHEMIN

«L'idée de cette éducation au goût dans les écoles et non seulement dans les restaurants scolaires fait son chemin», a précisé à cette occasion Josef Zysiadis, président du Comité d'organisation de la Semaine nationale du

Photo: Swiss-Image



LA ROUTE GOURMANDE DE CHAILLY

Le canton de Vaud est un terroir fertile pour les initiatives en faveur du goût. C'est d'ailleurs à Vevey qu'a été lancée jeudi la 3e «Semaine nationale du goût».

goût, également présent. Et il va, lui, plus loin encore évoquant une «Journée suisse du goût».

«Les adhésions et les projets sont de plus en plus nombreux», précise-t-il. «En Suisse romande, bien sûr, mais aussi en Suisse alémanique, où l'engouement naît, et au Tessin». Les chiffres, en effet, parlent d'eux même. Pour cette troisième édition, les 40 membres des comités de qualité mis sur pied par l'Association pour la promotion du goût ont recensé plus de 350 événements agréés, contre 264 l'an dernier et 148 lors de la première année.

Signalons également que l'association a décidé d'ancrer cette Semaine du goût définitivement au mois de septembre. «Nous voulions un tournus», précise son président, «mais la plupart de nos partenaires ont souhaité la fin septembre, raisonnant en termes de fidélisation.» L'an dernier, cette Semaine s'était terminée en apothéose à Morges, proclamée pour l'occasion ville du goût. Le titre échoit cette année à Sion, où le dimanche 28 septembre se déroulera la Journée du pain, du fromage et des vins. L'an prochain, c'est une ville alémanique qui aura l'honneur de clore la fête.



**Deux hôteliers dans la course.** Candidats vaudois aux élections pour le Conseil national qui auront lieu le 19 octobre, Jacques Pernet (à g.), hôtelier et propriétaire de l'Hôtel Bellerive à Lausanne, et Christophe Ming, directeur des ventes et de marketing de l'Hôtel Pavillon à Vevey, se sont présentés à leurs collègues hôteliers et aux partenaires touristiques, la semaine dernière, dans les salons de l'Eurotel-Riviera à Montreux. Officiellement soutenus par l'Hôtellerie vaudoise, le radical lausannois et le libéral veveysan ont insisté sur la nécessaire représentation de la branche sous la Coupole fédérale afin de participer au développement de conditions cadres favorables aux partenaires touristiques. **JJE**

### D'UNE LANGUE À L'AUTRE

**L'innovation dans le tourisme est une condition sine qua non.** Une récente conférence internationale, qui a notamment réuni à Lugano Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, et Peter Keller, du Secrétariat d'Etat à l'économie, a traité de la problématique de l'innovation dans le tourisme. Les différents experts, qui ont pris la parole, ont relevé unanimement que l'innovation prendrait toujours plus d'importance dans le tourisme. Ce secteur est certes encore promis à un bel avenir puisque le nombre d'arrivées devrait augmenter à chaque fois de 4% au cours des deux prochaines décennies, mais il se trouve néanmoins à la fin d'un cycle dans les nations industrialisées. Celles-ci, en effet, rechercheront avant tout des nouveaux produits à l'avenir. **Page 2**

**Toujours plus de généralistes chez les directeurs touristiques.** La grande majorité des directeurs d'offices de tourisme ne proviennent pas du monde du tourisme. Cette profession requiert en effet aujourd'hui une certaine polyvalence. Des talents de communicateur et de manager sont ainsi toujours plus demandés et les exemples ne manquent pas, du directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid, venu du monde de l'informatique, jusqu'au directeur de Sion Tourisme, Eddy Peter, ancien directeur de la Fédération suisse de ski. **Page 7**

**Ne pas sous-estimer l'importance de la carte du restaurant.** La première impression est bien souvent primordiale. Il importe donc de la soigner et de se rappeler que l'attrait d'une carte n'est parfois pas sans influence sur les recettes du restaurant. La carte des mets est également la carte de visite de l'établissement. Son aspect mérite un soin particulier. Il en va de même pour la possibilité de changer facilement les prix. **Page 15**

### IMPRESSUM

#### htr hotel + tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des Hôtels

Montbousstrasse 136, case postale, 3001 Berne

Responsable des médias: Christian Hodler

Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Deudal (MD)

Responsable du Centre français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halabá (MH)

Rédacteur: Laurent Mosbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Meyer (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg;

Véronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Edition: Cheffe d'édition: Iris Strebé

Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Cavalari

Arnonnes: Matthias Beyerle, Marc Moser

Publité: Iris Strebé (chef de vente a.), Roger Stemmer, Brigitte Weber

Administration: Patrick Stäbler

Impression: Buchler Grafico AG, Druckzentrum Berne

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

Prix de vente: (TVA incluse)

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

ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Montbousstrasse 130, case postale, 3001 Berne

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

Tel 051 370 42 16, Fax 051 370 42 24,

E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

Abonnements: Tel 051 370 42 41, Fax 051 370 42 23,

E-Mail: mh@swiss-hotels.ch

Arnonnes: Tel 051 370 42 42, Fax 051 370 42 23,

E-Mail: mh@swiss-hotels.ch

Publité: Tel 051 370 42 43, Fax 051 370 42 23,

E-Mail: mh@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.ch

# stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue



Kreuzlingen Tourismus, das regionale Tourismusbüro, organisiert das touristische Marketing für die Region Kreuzlingen.

Für die Leitung unserer Tourismusfachstelle in Kreuzlingen suchen wir eine/n versierte/n Tourismusfachmann/-frau als

## Geschäftsführer/in

Unser Anforderungsprofil:

- Initiative Unternehmer-Persönlichkeit mit Berufserfahrung im Tourismus- und Dienstleistungsmarketing
- Tourismus- und Marketingausbildung
- Fachkompetente, zielgerichtete und teamorientierte operative Führung der Geschäftsstelle mit kleinem Mitarbeiter-Team
- Betreuung und Einbindung der touristischen Leistungsträger
- Selbständiges Projektmanagement, Propagierung und Bearbeitung von touristischen Angeboten
- Verantwortlich für die Erfüllung des regionalen Leistungsauftrages, für korrektes Reporting und das Rechnungswesen
- Gewandt im Umgang mit Aufsichtsgremien, Behörden, touristischen Leistungsträgern und Tourismuspartnern
- Geübt in den wichtigsten Informatik-Anwendungen und Kenntnisse in Englisch und Französisch

Wir bieten:

- Vielseitige und interessante Führungsaufgaben im Tourismusmarketing, selbständige Lancierung und Bearbeitung von Projekten
- Moderne Büro-Räumlichkeiten und -Infrastruktur im attraktiven Arbeits- und Lebensraum Kreuzlingen/Bodensee
- Angenehmes Arbeitsklima mit kleinem, motiviertem Team
- Den Leistungen und der Ausbildung angemessene Entlohnung und gute Sozialleistungen

Für Fragen und weitere Informationen wenden Sie sich an Christian Witzig Präsident Kreuzlingen Tourismus, Tel. 071 672 62 20 oder Harald Zecchinell, Geschäftsführer, Tel. 071 672 38 40.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

**Christian Witzig**  
Präsident Kreuzlingen Tourismus  
Gaissbergstrasse 60  
8280 Kreuzlingen

158056/427990

## BâleHotels

\*\*\*EUROPE/\*\*\*VICTORIA/\*\*\*BASLERTOR

Das **BASLERTOR** ist seit Frühjahr 1998 eröffnet. Das \*\*\*Hotel verfügt über 43 Zimmer und 4 Suiten, ein Coop-Restaurant und Bar und bietet Viersterntekomfort in modernem architektonisch speziellem Ambiente.

Per Ende Jahr oder nach Vereinbarung suchen wir die gästeorientierte

### HOTELIÈRE/HOTELIER D/E/F

Sie führen das Haus im Rahmen der vorgegebenen Geschäftspolitik und zählen auf die Unterstützung einer zentralen Verwaltung und des Geranten/Küchenchefs des Restaurants, der den F&B-Bereich führt.

Sie sind eine frontorientierte Gastgeberin mit Erfahrung im Réceptionsbereich und besitzen den Fähigkeitsausweis.

Ihr Wirkungsfeld konzentriert sich auf das Front Office, wo Sie teils auch selbst Dienste übernehmen.

Sie fühlen sich in einem Kleinbetrieb mit zirka 20 Mitarbeitenden zu Hause und verstehen es, Ihr Team motiviert zu führen.

Es erwartet Sie eine interessante, partnerschaftliche und langfristige Aufgabe.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung an:

BâleHotels c/o Hotel Europe  
Herr M. Haubensak, General-Direktor  
Frau R. Bunke, Personalleiterin  
Clarastrasse 43, CH-4005 Basel  
Tel. 061 690 87 75  
www.balehotels.ch

158028/3140



**Work and Jobs GmbH**  
Personalvermittlung & Consulting / Gastronomie

Für unseren internationalen Auftraggeber (Unterhaltungsbereich) suchen wir per 1. Dezember 2003 oder nach Vereinbarung einen erfahrenen

### Club-Manager / Geschäftsführer

Für diese interessante und selbständige Tätigkeit erwarten wir folgendes Profil:

- Alter zwischen 28-40 Jahre
- Leistungsnachweis als Club-Manager / Geschäftsführer (idealerweise auf dem Platz Zürich)
- Hohe Sozialkompetenz
- Erfahrung im Marketingbereich
- Eigeninitiative und Engagement
- Perfektes Deutsch und Englisch (Wort und Schrift)

Es bietet sich Ihnen ein sehr modernes, innovatives Umfeld, das viel Spielraum für eigene Ideen zulässt. Es erwartet Sie ein eingespieltes Team, geregelte Arbeitszeiten (Nachtbetrieb), ein moderner Arbeitsplatz, überdurchschnittliches Salär, u. v. m.

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

58088/421433

Riedhofstrasse 354 • 8049 Zürich  
Telefon +41-43-300 41 81 • Fax +41-43-300 41 82  
• www.workandjobs.ch



Für unser Rest. **Turm** (Niederdorf), Zürich & für das Erlebnisrestaurant **Triibhuus**, ZH-Altstetten oder für das Rest. **Casa Mediterranea** in Urdorf suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung:

### Chef de partie

(mit Kochlehre und Berufserfahrung, flexibel, belastbar, verantwortungsvoll)

### Kellner/Kellnerin

(jung, fit, gute Serviceerfahrung, fließend deutsch, belastbar)

Schriftl. Bewerbung mit Foto an:  
Rest. Turm, Obere Zäune 19, 8001 Zürich.  
turm@swissonline.ch/www.bei-tony.ch

158100

## Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

htr

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

# 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**

**PersonalberaterIn**

**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 Kommunikationswendigkeit sowie eine rasche Auffassungsgabe sind für Sie selbstverständlich. Ihr Idealalter ist zwischen 24 und 32.

Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle, entwicklungsfähige 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 Telefon Internet E-Mail	8023 Zürich 1 01 229 90 00 www.hotelstaff.com Kurt.Oehrli@hotelstaff.ch
--	---	--

158010

INHALT: Deutsche Schweiz 2-9 / Svizzera italiana 10 / International 12 / Stellengesuche 12

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

SOMMAIRE: Suisse romande 9 / Marché international 12 / Demandes d'emploi 12

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschule  
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



Wir managen Ihre  
Zukunft  
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

Wellness- & Spahotel  
**ERMITAGE-GOLF**  
 3778 Gstaad-Schönried

Im Chalet-Stil auf der Sonnenterrasse oberhalb von Gstaad präsentiert sich unser \*\*\*\*\*Wellness- & Spa-Hotel für den Individual-Gast mit 67 Zimmern und Suiten, 4 Restaurants, einem grosszügigen Wellness-Angebot (Hallen-, Frei- und Erlebnis-Solbad 35°C, Saunapark, Beauty und Bäderabteilung «Vitalità»), Beach-Volley und Squash-Halle.

Wir suchen per Mitte Oktober 2003 oder nach Vereinbarung Sie als unsere neue

## 1. Gouvernante

Sie verfügen über Berufserfahrung, sind sprachgewandt und gehen mit Freude für ca. 26 Mitarbeitende auf der Etage, am Buffet und im Office als Vorbild voraus.

Es erwartet Sie ein motiviertes, junges Kader-team, eine interessante, langfristige Jahresstelle, persönliche und fachliche Weiterbildung sowie eine Umgebung, welche Ihnen viele Möglichkeiten für Sport, Kultur und Abwechslung schenkt. Herr Anton Pichler freut sich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Wellness- & Spa-Hotel ERMITAGE-GOLF  
 Anton Pichler, Direktor  
 CH-3778 Gstaad-Schönried  
 Tel.: 033 748 60 60 Fax: 033 748 60 67  
[www.ermitagegolf.ch](http://www.ermitagegolf.ch)  
 Mail: anton.pichler@ermitagegolf.ch

158090/32565  
**GSTAAD SCHÖNRIED**  
 PRIVATE HOTELS

Wir sind ein exklusiver Wirtschaftsclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern in der Schweiz. Haben Sie Lust auf eine neue Herausforderung in speziellem Ambiente? Dann haben wir für Sie den richtigen Job in der gehobenen Gastronomiewelt.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir

### • Food & Beverage Manager / Stv. Clubleiter

Ihr Aufgabenbereich umfasst

- Stellvertretung der Clubleiterin und damit Mitverantwortung für den gesamten Betrieb
- Gesamtverantwortung, Budgetierung und Kalkulation des F&B-Bereichs
- Führung, Coaching und Einsatzplanung der Mitarbeiter
- Controlling Food & Beverages; Verhandlungen mit Lieferanten
- Koordination und Planung von sämtlichen Veranstaltungen

Sie bringen mit

- Abschluss einer höheren Fachschule
- Führungserfahrung
- Mehrjährige Erfahrung im F&B und in der Seminarorganisation
- Grosse Motivation und Freude am Beruf

Wir bieten Ihnen ein angenehmes Betriebsklima mitten im Grünen, in einem dynamischen, kleinen Team mit Möglichkeiten zur eigenen Entfaltung. Eine anspruchsvolle Tätigkeit in einem renommierten Umfeld, wo sich Unternehmerpersönlichkeiten treffen.

Falls wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Für weitere Auskünfte melden Sie sich bei Bettina Schneebeli: Tel. 062 726 20 02

WIDENMOOS RESORT, Bettina Schneebeli, Clubleiterin, Postfach 72, CH-5057 Reitnau

158102/230677

Suchen Sie eine neue, anspruchsvolle Herausforderung?

Als Gourmet-Restaurant in der Zürcher City suchen wir in kleines Team

### einen Küchenchef

(gehobene Gastronomie)

für den Kochen eine wirkliche Berufung ist.

SO./MO. sowie Festtage frei. Alles Weitere besprechen wir gerne mit Ihnen persönlich.

Sie erreichen uns von Mo.-Fr., 10-12 od. 15-17 Uhr über Tel. 079 270 80 41.

158092/364770

### FLUMSERBERG CAFE REST. POSTHUS

Für die kommende Wintersaison suchen wir zur Verstärkung unseres Teams tüchtige Mitarbeiter/innen:

#### Koch (m/w)

#### Servicemitarbeiter (m/w)

#### Küchenhilfe (m/w)

#### Buffettochter

Auf einen Anruf oder eine schriftliche Bewerbung freuen sich:

Cafe-Rest. Posthus  
 Fam. F.J. Wildhaber,  
 8898 Flumserberg, Tel. 081 733 18 33

158098/88366



Die Stiftung Pigna führt in der Stadt Kloten unter dem Motto «sich ein bisschen zuhause fühlen» das Gasthaus Hans im Glück, ein modernes Restaurant, das sich der Verarbeitung von regionalen, saisonalen und biologischen Produkten verpflichtet. Die Besonderheit des Gasthauses liegt in der Zusammenarbeit von Gastronomie-Profis und Menschen mit Behinderung.

Informieren Sie sich unter [www.hans-im-glueck.ch](http://www.hans-im-glueck.ch) oder [www.pigna.ch](http://www.pigna.ch)

Wir suchen eine Persönlichkeit als **Küchenchefin/Küchenchef**

#### Fragen, die Sie sich stellen sollten

Sind mir Organisation und Planung wichtig? Will ich eine kreative, abwechslungsreiche Küche? Ist mir die Verarbeitung von saisonalen, regionalen und biologischen Frischprodukten ein Anliegen? Habe ich dazu den passenden Rezeptfundus? Bringe ich als ausgebildete Köchin/Koch mit Weiterbildung auch mehrjährige Führungserfahrung mit? Denke ich unternehmerisch und will ich die Philosophie meiner Arbeitgeberin mitgestalten und aktiv umsetzen? Bin ich an sozialen Themen interessiert?

#### Ihre Aufgaben – unser Angebot

Sie führen ein Küchenteam von 13 Personen und beschäftigen zusätzlich 8 Menschen mit Behinderung. Sie organisieren den reibungslosen Betrieb der Küche an 365 Tagen im Jahr. Betriebswirtschaftliches Denken, konstanter Wechsel im Angebot, Verhandlungsgeschick, Lehrgangsausbildung, Controlling, Hygiene u. v. m. sind Ihre Themen. Kompetenz, Raum für eigene Ideen, Gestaltungsfreiheit sowie eine den Anforderungen entsprechende, interessante Salarierung, 5 Wochen Ferien und gute Sozialleistungen sind unser Angebot.

#### Ihr nächster Schritt

Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an: Stiftung Pigna, Geschäftsleitung, Frau Christine Steiger, Oberfeldstrasse 12a, 8302 Kloten. Für telefonische Auskünfte rufen Sie Frau Franziska König, Leiterin Gastronomie, unter 01 800 15 15 an.

Gasthaus  
 Hans im Glück  
 Graswinkelstrasse 52  
 8302 Kloten  
 Tel. 01 800 15 15  
 Fax 01 800 15 17

Ein Betrieb von Pigna Bülach/Kloten

158079/412129

Wir, ein junges Gastro-Unternehmen, suchen per 1. November 2003 für unser neues **Ristorante Amalfi** in Zürich einen/eine

## Küchenchef/in

**Ihre Aufgabe:** Ihnen obliegt die Führung unserer Küche. Mit einem Team von 4 Mitarbeitern gewährleisten Sie reibungslose Abläufe und einen grösstmöglichen Kundennutzen. Gästezufriedenheit ist unser oberstes Gebot.

**Was Sie mitbringen:** Sie sind eine dynamische Persönlichkeit, ein Macher mit Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen. Für Sie ist Flexibilität eine Selbstverständlichkeit. Sie bringen breite Erfahrungen in der Küche mit und sind sich gewohnt, wirtschaftlich zu denken und zu handeln. Mit der italienischen Kultur sind Sie verankert.

**Wir bieten Ihnen:** Ein sehr herausfordernde Kaderstelle, wo Sie Ihre Ideen direkt einbringen und umsetzen können. Viel Führungs- und Fachverantwortung sowie eine selbstständige Tätigkeit innerhalb von gegebenen Rahmenbedingungen, eine motivierte Crew und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Alles in allem die Chance, Ihr Können unter Beweis zu stellen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht, uns Ihre vollständigen Berufsunterlagen mit Foto zukommen zu lassen.

Valentino Gastronomie AG, Judith Alder, Alpenstrasse 14, 6300 Zug  
 Telefon 041 725 29 00, [j.alder@valentino-gastronomia.ch](mailto:j.alder@valentino-gastronomia.ch)

158022/419488

Wir sind eine in der ganzen Schweiz tätige Cateringfirma und arbeiten auf höchstem Qualitätsstandard in Küche, Service und Dekorabteilung.

Im kollegialen Team unseres mittelgrossen Betriebes fehlt ein/e

#### Anlassleiterin

welche/r bereit ist, Verantwortung zu übernehmen, und unser Unternehmen nach aussen zu vertreten. Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören die internen und externen Dispositionen, Erstellen von Ablaufplänen, Kommunikation zwischen den verschiedenen Abteilungen, Leiten der Anlässe und Ansprechpartner für Kunden und Partnerbetriebe.

Sie verfügen über Erfahrung in Personalführung, Organisation und Projektbetreuung und schätzen den gepflegten Umgang mit unseren anspruchsvollen Kunden. Ihre Ausbildung im Gastrobereich ist von Vorteil, jedoch nicht Voraussetzung.

Sind Sie belastbar, flexibel und behalten auch in unvorhergesehenen Situationen den Überblick? Bringen Sie Sinn fürs Detail und Freude an den genussreichen Seiten des Lebens mit? Dann freuen wir uns auf Sie!

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.

GAMMA CATERING AG  
 Frau Simone Segantini  
 Bösch 43, 6331 Hünenberg

158125/229202

Im Anschluss an eine interne Beförderung suchen wir für unseren etablierten Hotelbetrieb in Wengen / Jungfrau-Region auf die Sommersaison 2004 ein junges, leistungsorientiertes

### Direktions-/Gastgeber-Paar

Sie führen unser beliebtes 4-Sterne-Hotel (145 Betten) mit gästerorientiertem und unternehmerischem Flair gemäss den Sunstar Standards und sorgen täglich dafür, dass sich Ihre Gäste in jeder Beziehung wohl fühlen. Ihnen gefällig der Kontakt mit den mehrheitlich englischsprachigen Gästen sehr und die Ferienhotellerie liegt Ihnen besonders. Sie werden gebraucht, unterstützt und gefördert von einem kompetenten, motivierten und eingespielten Mitarbeiter-Team sowie von einer leistungsstarken, soliden Hotelleitung im Hintergrund.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie bitte an Sunstar Hotels, Beat Hess, Galmisstrasse 5, 4410 Liestal. Herzlich willkommen in unserem Team!

Sunstar Hotels  
 Galmisstrasse 5  
 4410 Liestal  
 Tel. 061 925 70 70  
 E-Mail [hess.b@sunstar.ch](mailto:hess.b@sunstar.ch)  
<http://www.sunstar.ch>

Arbeits- • Devoce • Filme • Lenzschilde • Grünwald • Wengen

Unser Team braucht Verstärkung  
 Gesucht per 1. Dezember 2003 oder nach Vereinbarung

## Teamleader Küche

eine abgeschlossene Berufslehre als Koch oder Bäcker, Qualitätsbewusstsein, kreative, selbständige und speeditive Arbeitsweise sind ideale Voraussetzungen für diese nicht alltägliche Aufgabe.

Als ehemaliger Pilotbetrieb von Back & Brau steht der Backofen noch immer im Zentrum unseres Küchenangebotes. Viele Salate und bierartige Spezialitäten ergänzen das Angebot. Aus unserer Fröncküche bekoehen wir die Gäste von früh bis spät 7 Tage die Woche.

Sehr gute PC-Kenntnisse, das Einhalten bzw. Verbessern unserer Küchenstandards und der Qualität, ein optimales Team-coaching, sind Bedingung für diese Herausforderung.

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder per E-Mail an Roman Halbheer.

Brauhaus Sternen  
 Restaurant & Brauerei  
 Hohenzornstrasse 2  
 8500 Frauenfeld  
[roman.halbheer@brauhaus.ch](mailto:roman.halbheer@brauhaus.ch)

PS. In Frauenfeld wird wieder gebraut. Alles über unser Brauerei-Projekt auf [www.brauhaus.ch](http://www.brauhaus.ch)

158059/87410

Ihr Stellenmarkt  
 Schweiz

## hotel staff

Be the First to Know

[www.hotelstaff.com](http://www.hotelstaff.com)

Personalienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Catering und Events

Limtheschergasse 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](http://www.gastro-express.ch)

Gastro help  
 Stellvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO

Tel. 055 462 35 25 [info@gastrohelp.net](mailto:info@gastrohelp.net)  
[www.gastrohelp.net](http://www.gastrohelp.net)

New Challenge  
 Personalberatung & Vermittlung

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

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

hotel job

Ihre Stellenvermittlung

Hoteljob  
 Monbijoustrasse 130  
 Postfach CH-3001 Bern  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

Personalberatung  
 Telefon 031 370 43 33  
 Telefax 031 370 43 34  
 e-mail: [hoteljob.be@wshostels.ch](mailto:hoteljob.be@wshostels.ch)

**Adecco**  
HOTEL & EVENT  
www.adecco.ch

Kader & Karriere



Einloggen!  
3993 offene Stellen,  
2878 tolle Kandidaten  
per Mausclick.  
www.adecco.ch

**Chef de réception w/m**

Für ein bekanntes Drei-Sterne-Seminarhotel in der Umgebung von Bern suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine führungstarke Persönlichkeit. Sie sind ein echtes Organisations-talent, bringen gute Fidelio-Kenntnisse mit, sind sprach-gewandt und haben ein hohes Dienstleistungsbewusstsein. Gern gebe ich Ihnen detailliertere Informationen über diese interessante Position. Rufen Sie mich an oder senden Sie mir Ihre Bewerbungsunterlagen. Ich freue mich darauf.  
Bern, Andreas Schenk 031 310 10 10

**Receptionsangestellte  
Chef de réception**

Für die Neueröffnung eines Businesshotels in Zürich suchen wir kompetente Persönlichkeiten. Sie haben ein sicheres Auftreten, sind dienstleistungsorientiert und Engagement steht für Sie an erster Stelle. Sehr gute Erfahrungen aus vergleich-baren Betrieben bringen Sie bereits mit. Natürlich sprechen Sie fließend Englisch und Französisch und haben ein Flair für Fidelio. Melden Sie sich schon bald bei mir; ich freue mich auf Ihren Anruf.  
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

**Night Auditor**

Für ein bekanntes Ferienhotel im Berner Oberland suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung den «Night-Manager». In dieser vertrauensvollen Position sind Sie verantwortlich für den Tagesabschluss des Hotels, Check-in sowie Check-out und vieles mehr. Ein hohes Dienstleistungsbewusstsein ist daher Voraussetzung. Wenn Sie über gute EDV-Kenntnisse verfügen, Französisch und Englisch sprechen und es Ihnen Spass macht, am Abend und in der Nacht zu arbeiten, dann erwartet Sie hier eine interessante und vielseitige Herausforderung. Interessiert? Gern gebe ich Ihnen weitere Informationen. Senden Sie mir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.  
Bern, Andreas Schenk 031 310 10 10

**Junior-Manager/in  
Key Accounts**

Für ein bekanntes Unternehmen im Raum Zürich suchen wir eine starke Persönlichkeit mit erfolgreicher Berufspraxis in der Gastronomie sowie einem Abschluss einer Hotelfachschule. Sie sind ein echter Teamplayer, der als Aussendienstmitarbeiter seine Key Accounts gern betreut. Das Verkaufen gehört zu Ihren Stärken, und Sie denken dienstleistungsorientiert. Trifft das auf Sie zu? Dann sind Sie der richtige Kandidat für diese spannende Position. Ich freue mich auf Ihren Anruf.  
Zürich, Carmen Thaddey 01 297 79 79

**Sous chef**

Sie haben sich Ihre Sporen als Chef de partie abverdient oder bereits Erfahrung als Sous chef gesammelt und suchen nun eine neue Herausforderung. Sei es Punkteküche oder Kantine, Landgasthof oder Stadthotel, ob gross oder klein – wir helfen Ihnen gern, den nächsten Schritt Ihrer Karriere zu planen und die perfekte Stelle zu finden. Ich freue mich auf Ihren Anruf.  
Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

**Chefs de partie m/w  
Servicefachangestellte m/w**

Für mehrere Restaurants und Hotels im Kanton Aargau suchen wir Junge, motivierte, flexible und einsatzfreudige Chefs de partie und Servicefachangestellte, die Freude am Beruf haben. Das Arbeiten mit Zimmerstunde und an den Wochenenden ist für Sie kein Problem, sondern eher eine Bereicherung. Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.  
Zürich, Martin Meyer 01 297 79 79

Making  
people successful

- Langstrasse 11, 8026 Zürich  
Telefon 01 297 79 79  
zuerich.hotelevent@adecco.ch
- Streitgasse 20, 4010 Basel  
Telefon 061 264 60 40  
basel.hotelevent@adecco.ch
- Marktstrasse 32, 3000 Bern 7  
Telefon 031 310 10 10  
bern.hotelevent@adecco.ch
- Grabenstrasse 40, 7000 Chur  
Telefon 081 258 30 75  
chur.hotelevent@adecco.ch
- Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5  
Telefon 041 419 77 66  
luzern.hotelevent@adecco.ch
- Poststrasse 15, 9001 St. Gallen  
Telefon 071 228 33 43  
stgallen.hotelevent@adecco.ch
- Bd. Jaques-Dalcroze 7, 1204 Genève  
Téléphone 022 718 44 77  
geneve.hotelevent@adecco.ch
- Petit Chêne 38, 1001 Lausanne  
Téléphone 021 343 40 00  
lausanne.hotelevent@adecco.ch
- Rue des Terreaux 7, 2001 Neuchâtel  
Téléphone 032 722 68 88  
neuchatel.hotelevent@adecco.ch
- Viale S. Francini 30, 6901 Lugano  
Telefono 091 910 20 30  
lugano.hotelevent@adecco.ch



Dorfstrasse 9 - 3716 Adelboden  
Tel. 033 673 2773 - Fax 033 673 25 98

Gault-Millaut-Restaurant Alpenblick in Adelboden sucht für Anfang Dezember in Jahresstelle kreativen

**Jungkoch**  
sowie  
**Servicefach-Angestellte**

Wir sind ein junges Team und führen ein anspruchsvolles Restaurant. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Familie Ininger  
Telefon 033 673 27 73  
158066/390724



**Zermatt** – einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen bietet für Berg- und Schnee-begeisterte mit seinen zahlreichen Freizeitaktivitäten den idealen Ort für eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4\*\*\*\*-Romantik-Hotel Julen wurde durch herzliche Gastlichkeit und ungezwungenes Ambiente zur Legende. Um unsere anspruchsvollen Gäste auch weiterhin hervorragend verwöhnen zu können, suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

**Service:  
Servicefachangestellte**

Eintritt per 1. November  
bis 31. Mai 2004

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf an folgende Adresse:

**Romantik Hotel Julen**  
Familie Daniela und Paul Julen  
CH-3920 Zermatt  
Telefon +41-27-9667600  
Telefax +41-27-9667676  
Internet: www.julen.com  
E-Mail: info@julen.com  
158026/39110



**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:  
Servicefachangestellte/Kellner**  
à-la-carte-kundig

**Küche:  
Sous-chef/Saucier  
Chef de Partie  
Commis de Cuisine**  
Vielseitiges Angebot mit Einblick in die Vollwerküche

**Bar:  
Barmaid**  
Tanz-Bar mit Live-Musik, selbstständige Arbeit

**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  
15770/35321

**Service Mitarbeiter (-in)**

- haben Sie gute Servicekenntnisse und wären bereit ein junges, motiviertes Team zu führen.
- Trendiges Lokal im südamerik. Stiel
- bei guter Entlohnung
- Eintritt nach Vereinbarung
- Deutsch als Muttersprache

**EL DIVINO**



Rufen Sie mich an:  
**Rolf von Holzen**  
078 759 03 50

RESTAURANT · CAFE · BAR  
www.eldivino.ch  
Winkelriedstrasse 39 - 6003 Luzern

**\*\*\* Hotel Bürenchnerhof**

Relais du Silence  
3935 Bürench/W/S

20 Zimmer, vornehmlich HP-Gäste  
Gepflegtes à-la-carte-Restaurant mit 60 Plätzen

Am 15. Dezember 2003 geht's los!

Wir suchen

**Küchenchef/in**

Sie sind flexibel, haben eine fundierte Fachausbildung und Spass an Ihrem Beruf. Sie sind exaktes und sauberes Arbeiter gewohnt, kalkulationssicher, qualitätsbewusst, und möchten gerne in einer modern eingerichteten Küche mit Tageslicht arbeiten. Selbstständige Angebotsgestaltung, Kreativität, Freude an Neuem und Aussergewöhnlichem, kostenbewusster Wareneinkauf und kompetente Führung einer kleineren Brigade sind für Sie selbstverständlich. Erfahrung als Sous-Chef oder Küchenchef ist von Vorteil.

**Servicefachangestellte**

Sie wollen unseren Gästen mit einem gepflegten, freundlichen und persönlichem Service den Aufenthalt verschönern, haben Spass an einer schönen Ambiente, lieben die Atmosphäre eines heimeligen Restaurants und bewahren auch in hektischen Zeiten die Ruhe und Übersicht

Wir bieten

- Selbstständigen Aufgabenbereich
- den Fähigkeiten entsprechende Entlohnung
- Mitarbeit in jungem und motiviertem Team
- Auf Wunsch schöne Einzelzimmer im Hause
- Attraktives Freizeitangebot (Ski fahren, Snowboarden) in nächster Umgebung

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Fam. R. und H. Lehner  
Silence Hotel Bürenchnerhof  
3935 Bürench/Wallis  
Tel 027 934 24 34  
Fax 027 934 34 17  
E-Mail: buerchenhof@spectraweb.ch  
Internet: www.buerchen.ch/buerchenhof  
158108/68217



Das Destinationsmarketing Adelboden – ein Profit Center von Adelboden Tourismus – verfolgt als Kernaufgabe das «Holen» neuer Gäste. Im Zuge des weiteren qualitativen Auf- und Ausbaus suchen wir auf November 2003 eine teamfähige, kommunikative und sprachgewandte

**Marketing Assistenz**

mit KV-Abschluss und einigen Jahren Berufserfahrung (vorzugsweise im touristischen Marketing) oder abgeschlossener Tourismusfachschule.

**Aufgabenbereich**

- Assistenz des Leiters Marketing
- Selbständige Umsetzung von Marketing- und PR-Aufgaben
- Betreuung des Internet-Portals www.adelboden.ch
- Bearbeitung von Teilprojekten bei der Umsetzung der Destinationsstrategie
- Mithilfe beim Aufbau von Marketingkooperationen
- Diverse Sekretariatsarbeiten im Marketing

Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Roland Huber, Direktor oder Stefan Zigg, Leiter Marketing Adelboden Tourismus (Telefon 033 673 80 80, E-Mail: marketing@adelboden.ch).

Adelboden Tourismus  
Dorfstrasse 23  
3715 Adelboden  
158061

Accor, 31 Hotels in der Schweiz und 4000 Hotels weltweit erwartet Sie!  
**WIR ZAUBERN EIN LÄCHELN  
 AUF IHR GESICHT**

Für unseren neuen Hotelkomplex in Bern, 310 Zimmer mit  
 Neueröffnung im Februar 2004

Freuen wir uns auf Sie als...

#### Technischer Leiter

In dieser Position sind Sie verantwortlich für die technischen Anlagen  
 unserer 3 Hotels.

Sie erstellen und arbeiten nach einem präventiven Instand-  
 haltungsplan. Ihre Verantwortung ist die Sicherheit von 3 Hotels in  
 allen technischen Belangen; ebenso arbeiten Sie für diese als  
 Sicherheitsbeauftragter. Für diese verantwortungsvolle Position  
 stellen wir uns einen Technischen Leiter (Alter 30-45 Jahre) mit mind.  
 5 Jahre Berufserfahrung in vergleichbarer Position vor. Umweltbewusstes  
 und kostenorientiertes Arbeiten ist eine Selbstverständlichkeit für  
 Sie. Darüber hinaus sprechen Sie perfekt Deutsch und können sich  
 gut in französisch unterhalten.

**Arbeitsbeginn: ab sofort**

#### Empfangschef/in für das Novotel

Sie sind ein/e herzliche/r Gastgeber/in und dynamische Führungs-  
 Persönlichkeit mit Berufserfahrung der internationalen Hotellerie.  
 Selbstverständlich sind Sie erfahren in allen wichtigen Reservierungs-  
 systemen. In Ihrer Verantwortung liegt das motivierende Führen des  
 Teams, die herzliche und professionelle Betreuung unserer Gäste  
 sowie die optimale Auslastung des Hotels. Sie verfügen über ein  
 stilles Deutsch, kommunizieren und korrespondieren perfekt in  
 Englisch und Französisch.

**Arbeitsbeginn: Januar 2004**

#### Restaurantleiter/in für das Novotel

Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung in gleicher Position.  
 Sie sind ein Gastgeber/in mit Herz, welche/r es zu verstehen weiß  
 unsere Gäste professionell und mit Herzlichkeit zu begeistern. In  
 Ihrem Verantwortungsbereich Restauration haben Sie Spaß daran  
 ständig neue Konzepte zu verwirklichen und führen Ihr Team  
 motivierend und erfolgreich. Betriebswirtschaftliches Arbeiten sowie  
 der Umgang mit den Lebensmittelgesetzen sind für Sie  
 selbstverständlich. Sie sprechen perfekt Deutsch und Französisch.

**Arbeitsbeginn: Januar 2004**

Wir bieten Ihnen einen sicheren und zukunftsorientierten  
 Arbeitsplatz in dem führenden internationalen Hotel- und  
 Dienstleistungskonzern ACCOR, präsent in 140 Ländern mit  
 mehr als 145.000 Mitarbeitern.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen  
 an: ACCOR Christian Schreiner Heidi Abel Weg 5 8050 Zürich



Pascale Collaboratrice Accor



#### GOLFRESTAURANT WYLHOF Luterbach - Schweiz



Sind Sie in Saisonstelle und suchen ARBEIT  
 während der ZWISCHENSASON?

Wir suchen ab sofort bis Mitte Dezember:

#### Koch Servicemitarbeiter

Guter Verdienst, Logiermöglichkeit vorhanden,  
 Sind Sie fachlich kompetent, flexibel, lieben Ihren Beruf und  
 haben ein freundliches, aufgeschlossenes Wesen,  
 dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen,  
 Wir freuen uns auf Sie!

Golfrestaurant Wylhof  
 Ettore + Maja Nigro Bamert  
 Wylhof 12, CH-4542 Luterbach/SO  
 Tel. 032 682 6512 Fax 032 682 65 13  
 E-Mail: wylhof.restaurant@bluewin.ch

158109



#### PARKHOTEL BELLEVUE

\*\*\*\* Parkhotel Bellevue (Ferien- und Wellnesshotel mit  
 53 Zimmern) sucht zur Ergänzung des Teams innovative,  
 motivierte Mitarbeiterinnen in Saison- oder Jahresstelle.

#### Sous Chef de cuisine

#### Chef de partie

Die Küche ist das Herzstück unseres Hauses, auf welche wir  
 auch in der Halbpension grösste Sorgfalt verwenden. Unser  
 Küchen-Team überrascht unsere Hotelgäste – im Sinne einer  
 frischen, spontanen Cuisine du marché – täglich mit einem  
 abwechslungsreichen, raffinierten Angebot.

#### Servicefach-MitarbeiterIn

Qualifizierte Fachkraft für gepflegten Halbpensionservice mit  
 A-la-carte-Charakter

#### RéceptionistIn

(mit Réceptionerfahrung)

#### Portier/Zimmerfrau/ Officemitarbeiter

(Ehepaar)

Möchten Sie mehr erfahren? Gerne erwarten wir Ihre  
 Bewerbungsunterlagen mit Foto.

\*\*\*\* Parkhotel Bellevue & Spa, Andreas Richard,  
 3715 Adelboden  
 Internet: www.parkhotel-bellevue.ch  
 info@parkhotel-bellevue.ch  
 Tel. 033 673 80 00  
 Fax 033 673 80 01

158107/205



#### Suchen Sie eine neue spannende Herausforderung?

Für das im Dezember 2002 neu eröffnete \*\*\*\*\*-Hotel mit 184 Zimmern, diversen Restaurationen und  
 Bankettbereich, sowie einem modernen 1500 m2 grossen Wellness-Bereich suchen wir für  
 kommende Wintersaison:

#### RestaurantleiterIn Demi-Chef de Partie Pâtisserie

Stv. EmpfangschefIn  
 Concierge  
 Night-Auditor  
 TelefonistIn

Hausdamen-AssistentIn  
 Zimmermädchen  
 Wäscherei-MitarbeiterIn

Portier  
 Raumpfleger

LeiterIn Mitarbeiter-Restaurant

FloristIn

KinderbetreuerIn

Macht es Ihnen Freude, zusammen mit einem jungen begeisterten Team unsere anspruchsvollen  
 Gäste aus der ganzen Welt verwöhnen zu dürfen?

Sind Ihnen zudem die Wörter „selbständig, flexibel, freundlich und diskret“ nicht fremd? – Dann  
 sollten wir uns kennen lernen und erwarten deshalb gerne Ihre Bewerbungsunterlagen.

Zur Beantwortung erster Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Die kompletten  
 Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an untenstehende Adresse.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter  
[www.kempinski-jobs.de](http://www.kempinski-jobs.de)

Kempinski Grand Hôtel des Bains  
 Ursula Scherrer  
 CH-7500 St. Moritz • Switzerland  
 Tel: +41 81 838 30 41 • Fax: +41 81 838 30 29  
 Email: ursula.scherrer@kempinski.com • www.kempinski.com



158103

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort  
 oder nach Vereinbarung

#### Servicemitarbeiter/in

für den gepflegten Speiseservice

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

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



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

156203/202304

#### HOTEL JUNGFRÄUBLICK WENGEN

Ganz nah am Himmel



Wir suchen in Jahresstelle, mit baldigem Eintritt,

#### Réceptionist/in

welche/r unsere Hotelréception mit Flair  
 und Kompetenz führt. Voraussetzung dazu ist,  
 dass Sie über Hotelerfahrung verfügen und nebst  
 Deutsch auch Englisch und Französisch  
 beherrschen. Erfahren Sie mehr über unser Hotel  
 mit dem vielfältigen Angebot auf der Homepage  
[www.jungfraublick.com](http://www.jungfraublick.com)

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Unterlagen  
 mit Angabe der Gehaltsvorstellung.

Rolf Frick, Hotel Jungfrau, 3823 Wengen  
 Telefon 033 856 27 27, Fax 033 856 27 26  
[info@jungfraublick.com](mailto:info@jungfraublick.com)

158024/37729

\*\*\*\*\*

HOTEL  
 LES SOURCES  
 DES ALPES

RESTAURANT LA MALVOISIE  
 LEUKERBAD  
 LEUCHE-LES-BAINS

Im Les Sources des Alpes schätzen die Gäste aus der ganzen Welt  
 eine gepflegte Ambiance. Unsere schöne Aufgabe ist, ihren  
 Wünschen und hohen Ansprüchen mit aussergewöhnlichen  
 Leistungen zu entsprechen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab der Wintersaison  
 2003/2004 noch folgende MitarbeiterInnen:

#### Réception Nachtportier (D/F)

Restaurant «La Malvoisie»  
 Maître d'hôtel  
 Commis de rang (D/F)

Etage  
 Portier  
 Zimmermädchen

Möchten Sie Ihr ganzes Können bei uns einsetzen und  
 weiterentwickeln? Senden Sie uns bitte Ihre schriftliche Bewerbung  
 mit den üblichen Unterlagen oder rufen Sie uns doch einfach an!

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes  
 3954 Leukerbad  
 Tel. 027 472 20 00  
 Fax 027 472 20 01  
 M. und M. Colombo, Direktion

157489/20203



#### Wird sind im Zentrum

des schönsten Wintersportgebietes im Berner Oberland

Ab ca. 20. Dezember 2003 brauchen wir Verstärkung

#### Servicemitarbeiter/in Koch

Wir bieten Ihnen eine Unterkunft im Haus,  
 ein Gratis-Skiabo und allem voran eine erlebnisreiche  
 Wintersaison.

Interessiert? Rufen Sie uns doch einfach an und  
 wir erzählen Ihnen mehr über uns und unseren Betrieb.

Familie  
 Bernhard und Marianne Spori-Beutter  
 3715 Adelboden  
 Tel. 033 673 21 41  
 E-Mail: [spori@hahnenmoos.ch](mailto:spori@hahnenmoos.ch)  
[www.hahnenmoos.ch](http://www.hahnenmoos.ch)

158067/253421



Das Hotel Viktoria ist ein christlich geführtes \*\*\*Hotel,  
 direkt an der Zubringerbahn zum Ski- und  
 Wandergebiet Meiringen-Hasliberg.

Für die Wintersaison 2003/2004 sind per 1. Dezember  
 oder nach Vereinbarung folgende Stellen neu zu  
 besetzen:

#### RéceptionistIn (m/w)

Jahresstelle  
 KV-Abschluss und Fidejokkenntnisse  
 Fremdsprachen E/F/NL  
 Sonntag frei

#### ServicemitarbeiterIn (m/w)

(auch Teilzeit möglich)

Möchten Sie in einem aufgeschlossenen, jungen Team  
 mitarbeiten, dann zögern Sie nicht und senden Ihre  
 Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Viktoria Reuti  
 z. H. Frau A. de Jonge oder Herr J.W. van Raaij  
 6086 Hasliberg Reuti

Telefonische Auskünfte erhalten Sie unter der  
 Nummer 033 972 30 72.

158101/68276

Wengen – Mürren  
**Lauterbrunnental**

Ihr neuer Arbeitsplatz – 72 Wasserfälle, die schönsten Seen und Berge soweit das Auge reicht und ein Naturparadies für Wanderer, Biker, Flyer, Jumper & Geniesser!



Hotel-Restaurant  
**Schützen**  
CH-3822 Lauterbrunnental

Nur 15 Autominuten von Interlaken entfernt  
Ein Katzensprung!

Für die Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir ab Mitte Dezember oder nach Übereinkunft

**Offene Stellen:**

– **Service-Mitarbeiterinnen oder Kellner**

Deutschsprachig, Englischkenntnisse erwünscht

– **Service-Aushilfe ab sofort**

Vielseitiger Arbeitsbereich mit Schichtbetrieb

Mit Ihrer gesunden und positiven Einstellung machen Sie aus unserer eingespielten Crew ein

**DREAM-TEAM!**

Interessiert? Dann senden Sie uns doch Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen oder schauen Sie sich unseren Familienbetrieb aus der Nähe an.

**Kontaktadresse:**

Familie P. von Allmen  
Hotel / Restaurant Schützen AG  
Dorfstrasse  
CH-3822 Lauterbrunnental / Tel. 033 855 30 26  
Berner Oberland / Schweiz  
E-Mail: bewerbung@hotelschuetzen.com

158099/19089



**HOTEL SCHIFF MURTEN**

**EINLADUNG**

Zum Abendrot am Murtensee!  
Besten Fensterplatz mit faszinierenden Zukunftschancen zu vergeben:

Küche:

**Sous chef de cuisine**

**Chef de partie (w/m)**

**Commis de cuisine (w/m)**

**Pâtissier (w/m)**

**Kochpraktikant/in**

Service:

**Stv. Chef de service**

**Servicefachangestellte/r**

**Servicepraktikant/in**

**Barmaid**

Wann sprechen wir über Ihre grosse Erfolgchance, die wesentliche Rolle, die Sie dabei spielen können, und unsere gemeinsame Zukunft?

Pierre Lehmann/Stephan Helfer  
Hotel SCHIFF/Restaurant LORD NELSON  
(direkt am See)  
3280 Murten  
Telefon 026 670 27 01 oder 079 412 63 53  
www.hotel-schiff.ch  
info@hotel-schiff.ch

PS. Bitte dieses Inserat ausschneiden, weitergeben/weitersagen und reagieren. Danke!

121228/26247



Das \*\*\*\*Hotel Best Western Aarauerhof in Aarau verfügt über 81 Zimmer, 2 Restaurants und verschiedene Seminar- und Konferenzmöglichkeiten. Im Restaurant «Grand Café» ist nach Vereinbarung folgende Stelle neu zu besetzen:

**Chef de Service m/w**

Sie planen den gesamten Serviceablauf, führen dabei ca. 15 MitarbeiterInnen und arbeiten aktiv an der Front mit.

In fachlicher Hinsicht erwarten wir eine fundierte Ausbildung und entsprechende Berufserfahrung. Zudem sind Freundlichkeit, Qualitätsbewusstsein, Organisationsflair, Flexibilität und Teamorientierung besonders wichtig.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen zu Händen von Frau Brigitte Bischofberger.



Best Western Hotel Aarauerhof  
Bahnhofstrasse 68, CH-5001 Aarau  
Tel. 062 837 83 00, Fax 062 837 84 00.  
E-mail: aarauerhof@bestwestern.ch  
www.aarauerhof.ch

158031/19

Das Haus mit  
**Bad Bubendorf**



Wir suchen ab Okt/Nov 2003 ein/e  
**Chef de partie Produktion & Bankett**

Sind Sie ein gelernter Kochkünstler mit einigen Jahren Praxis und haben grossen Appetit auf eine aussage-wöhnliche Stelle? Dann kontaktieren Sie uns doch gleich.

Wir liegen im Herzen des Baselbietes und suchen für unsere Bankett/Seminar- und Produktionsküche noch einen neuen Teamleiter, der auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf behält.

Sprechen Sie mit Beat Rohrbach unserem Küchenchef oder mit Roland Tischhauser, unserem Gastgeber, über diese attraktive Stelle und Ihre Zukunft in einem tollen Gastrobetrieb im Baselbiet.

Weitere Informationen über uns Haus erfahren Sie unter [www.badbubendorf.ch](http://www.badbubendorf.ch)

**Hotel Bad Bubendorf**  
Kantonsstrasse 3, 4116 Bubendorf/BL  
Telefon 061 935 55 55 [www.badbubendorf.ch](http://www.badbubendorf.ch)

158070

HOTEL RESTAURANT BAR



Klein und fein, gepflegt und unkompliziert. Erstklassige Küche und sensationelle Weine.

26 stilvolle und bestens ausgestattete Zimmer. Grosse Terrasse mit herrlicher Aussicht... und die gemütliche SEEHOFBAR...

So zeigt sich das HOTEL RESTAURANT SEEHOF, in traumhafter Umgebung auf 1500 m Höhe, direkt am Heidsee.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir noch Mitarbeiter für die folgende Wintersaison:

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

**Chef de Réception**

**Réceptionistin**

Eintritt: 1. Dezember 2003

**Stellvertretender Chef de Service w/m**

**Chef de rang**

**Commis de rang**

**Chef de Bar, weiblich**

**Office-/Hausbursche**

**Commis de cuisine**

Haben Sie bereits Erfahrung in der gehobenen Gastronomie gesammelt?

Ist Dienstleistung und Teamwork für Sie kein Fremdwort? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Direktion  
**HOTEL SEEHOF**  
CH-7077 Valbella-Lenzertal  
Tel. 0041 (0) 81 384 35 35  
[www.seehof-valbella.ch](http://www.seehof-valbella.ch)

158021/80934



Where the music plays...

Für den Club suchen wir eine/n begeisterte/n, front- und verkaufsorientierte/n

**Bar-ManagerIn**

welche/r voller Tatendrang, mit Freude am Beruf, ihr/sein Können tagtäglich einbringt, die Koordination unserer verschiedenen Bars übernimmt und unser junges, engagiertes Team führt.

Sie suchen als kompetente Fach- und Führungspersönlichkeit eine facettenreiche, operative Tätigkeit als GastgeberIn. Sie sind nachaktiv, selbstmotiviert und voller Power, um unsere Gäste zu verwöhnen. Sie haben Erfahrung in den Bereichen Personalführung und Verkauf, und setzen unser Clubkonzept mit Parties, Konzerten und Events gekonnt um.

Haben wir Ihre Neugierde geweckt? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Gleichzeitig suchen wir zur Verstärkung des Gastronomie-Teams eine/n

**F&B-ControllerIn**

welche/r den gesamten Gastronomiebereich und die Bereichsleiter mit ihrem/seinem Know-how beim Durchführen von sämtlichen F&B-Kontrollen unterstützt, administrative Arbeiten erledigt, den Einsatz unserer Betriebsmittel koordiniert und sich nicht davor scheut, auch persönlich im Betriebsalltag Hand anzulegen.

Sehen Sie sich in dieser Position? Dann zögern Sie nicht und richten Ihre schriftliche Bewerbung an:

**X-TRA Production AG, Personalbüro,**  
Limmatstrasse 118, 8031 Zürich oder senden Ihre Unterlagen online an: [team@x-tra.ch](mailto:team@x-tra.ch)

158122/419545

**Grindelwald**

Gesucht per Mitte Dezember

**Mitarbeiterin D/E**

(vorzugsweise HÖFA, Jahresstelle)

Zur Mithilfe bei der Reinigung unserer Ferienwohnungen.

Weitere Aufgaben: Gästebetreuung/Réception, Wäscheaufbereitung, Pflege, Umschwung.

Senden Sie Ihre Unterlagen bitte an:  
**Gugelmann Innenausbau AG**  
Pilatusstrasse 20  
4663 Aarburg

158099/382038

**\*\*\* HOTEL ALBUA & JULIER**

Familie Schneller  
CH-7450 TIEFENCASTEL  
Telefon 081 659 04 00

Wir sind ein \*\*\*Familienbetrieb (80 Zimmer) an guter Verkehrslage und suchen

**Servicefachangestellte (m/w)**

mit Teamgeist u. Freude am Dienen!

\*\*\*\*

Eintritt spätestens per Dez. 2003. Zimmer od. Appartement verfügbar. Melden Sie sich bitte mit Referenzen.

158005/34797



Das Wohl des Gastes ist unser Bestreben. Die Kunst des Kochens ist unsere Herausforderung. Der Wein ist unsere Faszination.

In unserem **jungem Team** wird ein Platz frei... Deshalb suchen wir per Oktober/November einen

**ROCH/SOUS-CHEF**

mit vielen Ideen, Biss und Energie, der sich kreativ austoben möchte und bereit ist, Verantwortung zu übernehmen. Haben Sie 2-3 Jahre Erfahrung und möchten Sie dazu beitragen, unseren Gästen eine frische, saisonal inspirierte und kombinierbare Küche zu bieten? Dann rufen Sie uns rasch an oder schicken Sie Ihre Unterlagen an:

Ruth und Michael Schürch  
Restaurant Dampfschiff  
3600 Thun, Telefon 033 221 49 49  
E-Mail: [dampfschiff-thun@bluewin.ch](mailto:dampfschiff-thun@bluewin.ch)

158118/041023



Für die Wintersaison 2003 suchen wir zur Ergänzung unseres Teams noch folgende Mitarbeiter/innen:

**1 Réceptionist/in, 50-60%**

**1 Servicemitarbeiter/in, 80%**

**1 Servicemitarbeiter/in, 100%**

**1 Hilfskoch, 100%**

auf den 15. Dezember 2003.

Selbständiges Arbeiten in kleinem Team (kein A-la-carte-Service), 5-Tage-Woche, geregelte Arbeitszeit.

Interessiert? Rufen Sie uns an.

**Naturfreunde-Hotel Zermatt**  
Daniela & René Zimmermann-Furrer  
Tel. ++41 27 967 27 88

158123/127639

**HOTEL BERGSONNE**

Auf der Rigi am Vierwaldstättersee, stilvolles \*\*Hotel mit 17 Zimmern/Suiten und Restaurant (Gaul/Millau 15 Punkte).

Ab Mitte Dezember in unser erfolgreiches Team

**Servicefachangestellte/r**

**Chef de partie**

Wir freuen uns auf Sie.  
Dorly & Willy Camps-Stalder  
CH-6356 Rigi Kaltbad

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

T 041 399 80 10

F 041 399 80 20

158113

**hoteljob**

In unseren schönen Schweizer Bergen in der Nähe von **Saas Fee** sucht ein familiär geführtes 2\*-Hotel mit vielseitiger gutbürgerlicher Küche eine **Servicemitarbeiterin**. Wenn Sie bereits Erfahrung im Service mitbringen und Ihnen das Wohl der Gäste am Herzen liegt, zögern Sie nicht und rufen Sie uns an.

Sind Sie die Perle, die gerne ihr Können in dieser gemütlichen Bar auf der **Lenzerheide** unter Beweis stellt? Unser Kunde sucht für die Wintersaison eine **versierte Bardame**, die Freude am Beruf hat. Wenn Sie die neue Mitarbeiterin für dieses 3\*-Hotel sind, freuen wir uns auf Ihren Anruf.

Ein familienfreundliches Hotel in den **Bündner Bergen** sucht eine **Anfangsrezeptionistin**. Falls Sie die deutsche Sprache beherrschen sowie über Italienischkenntnisse verfügen und kaufmännische Erfahrung mitbringen, dann zögern Sie nicht und melden sich bei uns.

Suchen Sie ab Januar 2004 eine neue spannende Herausforderung als **Commis de cuisine** oder **Chef de partie**? Wir suchen kreative und motivierte Persönlichkeiten für ein top-modernes Hotel in **Bern**. Fühlen Sie sich angesprochen? So rufen Sie uns an und wir beraten Sie gerne.

**Schweizer Hotelier-Verein**  
hoteljob, Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Telefon 031 370 43 33  
[hoteljob.be@swiss-hotels.ch](mailto:hoteljob.be@swiss-hotels.ch)



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



**Grand Hotel  
ZERMATTERHOF**  
CH-3920 Zermatt

Sind Sie interessiert, in einem führenden Swiss-Deluxe-Fünfsternhotel internationale Gäste zu verwöhnen? Dann sind Sie bei uns richtig! Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir noch für die Wintersaison 2003/2004 folgende Mitarbeiter:

**À-la-carte-Restaurant LUSI:  
Chef de partie**

Loge:  
**Chasseur**

Fühlen Sie sich angesprochen, und haben Sie das nötige Fachwissen, dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns einfach an!

**GRAND HOTEL ZERMATTERHOF**  
Frau Angela Merenda  
Personalchefin  
3920 Zermatt  
Tel. 027 966 66 00  
Fax 027 966 66 99  
E-Mail: a.merenda@zermatt.net



15811128068



*Willkommen*

Suchen Sie eine neue Herausforderung?

Wir suchen per 1. Januar 2004 einen

**Einkauf/Food & Beverage  
Assistent**

Sie unterstützen unseren Chef-Einkäufer bei der Lagerbewirtschaftung und unseren F&B-Manager in der Operation und in der Organisation.

Idealerweise bringen Sie als Background eine abgeschlossene Hotelfachschule und praktische Erfahrung in Küche und Service, Sprachkenntnisse (D, E, F) sowie EDV-Anwenderkenntnisse mit. Sie sind gewandt im Umgang mit internationalen, anspruchsvollen Gästen und behalten auch in hektischen Zeiten stets Ihr Lächeln und den Überblick.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen!

Frau A. Landert, Leiterin Human Resources, freut sich auf Ihre Bewerbung.



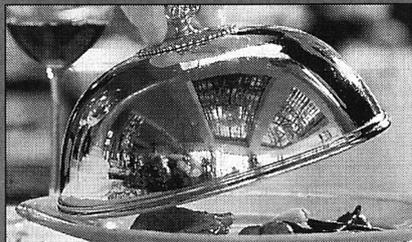
*Victoria Jungfrau*

one of  
"The Leading Hotels  
of the World"



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA  
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 26 77 • FAX 033 828 28 80  
interlaken@victoria-jungfrau.ch • <http://www.victoria-jungfrau.ch>  
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

158106/16632



*Willkommen*

Sie suchen das Besondere?

Wir suchen Sie!

Als  
**Chef de Service**

(ab 1. November 2003 oder nach Vereinbarung)

für unsere LA PASTATECA, ein modernes Restaurant mit Chic und Stil, in welchem Liebhaber italienischer, aber auch asiatischer Pasta ein vielfältiges Angebot vorfinden.

Sie sind eine Gastgeberpersönlichkeit mit Ausstrahlung und Liebe zum Beruf.

Wir bieten Ihnen eine interessante, nicht alltägliche Führungsposition in einem attraktiven, modernen Umfeld, mit einem jungen, motivierten Team.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen!

Frau A. Landert, Leiterin Human Resources, wartet gespannt auf Ihre Bewerbung.



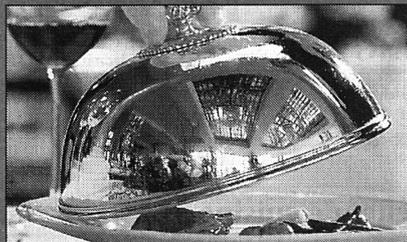
*Victoria Jungfrau*

one of  
"The Leading Hotels  
of the World"



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA  
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 26 77 • FAX 033 828 28 80  
interlaken@victoria-jungfrau.ch • <http://www.victoria-jungfrau.ch>  
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

158104/16632



*Willkommen*

im Victoria-Jungfrau-Team!

Wir suchen Sie als

**ServicemitarbeiterIn**

nach Vereinbarung

Sie sind GastgeberIn aus Freude und suchen eine interessante Tätigkeit in einem jungen, motivierten Team?

Dann sind Sie bei uns genau richtig!

Frau A. Landert, Leiterin Human Resources, freut sich auf Ihre Bewerbung.



*Victoria Jungfrau*

one of  
"The Leading Hotels  
of the World"



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA  
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 26 77 • FAX 033 828 28 80  
interlaken@victoria-jungfrau.ch • <http://www.victoria-jungfrau.ch>  
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

158105/16632

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

# EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

## Service de placement express

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

**031 370 42 79**

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

**hoteljob**

**SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?**

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

**CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?**

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

**Stellengesuche / Demandes d'emploi**

**Küche / Cuisine**

1	2	3	4	5	6	7	8
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	
7585	Koch/Sous-chef	33	DE	L-EG	sofort	D/E	TI/GR
7590	Chef de partie	28	DE	L-EG	Nov.	D/E	Deutsch-CH
7591	Chef de partie	26	DE	L-EG	Dez.	D/E	Deutsch-CH/3-5* Hotels
7592	Küchenchef	49	GB	B-EG	Okt.	D/E/F	ZH/GR/BE
7595	Koch/w	21	CH		Dez.	D/F	FR/VD
7599	Koch	56	CH		sofort	D/F	BE/50%
7601	Hilfskoch	19	CI	C	sofort	D/F	BE
7606	Küch./Alleinkoch	52	CH		Okt.	D/F	Baden/Aarau
7607	Commis de cuisine	29	FR	G	Dez.	F	VS/BE
7609	Sous-chef	38	DE	L-EG	Dez.	D/E	
7613	Koch	19	CH		Okt.	D/I	Davos
7634	Küchenchef	33	CH		Nov.	D/F	BL/BS

**Administration/administration**

1	2	3	4	5	6	7	8
7558	Betriebsassistent	25	CH		Okt.	D/E/F	Zürich
7564	Admin./Back-Office	30	CH		Nov.	D/E/F	Klein- bis Mittelbetrieb
7584	Réceptionsprakt./w	20	CH		sofort	D/E/F	4 Monate
7588	Réceptionsprakt./w	20	CH		sofort	D/E/F	Deutsch-CH
7597	Réceptionist	52	CH		sofort	D/E/F	VD
7598	Sales Assistant	41	CH		n. Ver.	D/E/F	ZH
7600	Anfangs-Réceptionist	24	SK	B-EG	Okt.	D/E	ZH
7608	Réceptionist	23	CH		Nov.	D/E/F	GR
7617	Administration	40	DE	B-EG	sofort	D/E/F	
7619	Réceptionist	36	CH		Okt.	D/E/F	BE/VD/LU
7629	Réceptionist	23	DC	B-EG	sofort	D/E/F	Deutsch-CH/3-5* Hotels
7632	Réceptionist	31	FR	B-EG	sofort	D/E/F	West-CH/VS
7635	Réceptionist	25	CH		Dez.	D/E/F	GR/BE/Zentral-CH
7636	Réceptionist	22	FR	B-EG	Okt.	E/F	West-CH/VS
7637	Réceptionist	43	CH		sofort	D/E/F	

**Hauswirtschaft/ménage**

1	2	3	4	5	6	7	8
7553	Hofa/Gouvernante	18	DE	C	sofort	D/E	SG/ZH
7580	Zimmerfrau	38	DE	L-EG	Nov.	D	
7589	Hofa	20	CH		sofort	D/E	Personalrest./Heim
7593	Zimmerfrau	19	CH		sofort	D	SO/BL/BS/AG
7596	Chauffeur	27	PT	B-EG	Jan.	D/I	SH
7604	Gouvernante	24	CH		sofort	D/E/F	LU/SZ/ZG
7610	2. Gouvernante/Hofa	20	CH		Dez.	D/E	GR
7611	Gouvernante	37	CH		Okt.	D/E	ZG/ZH/LU/4+5* Hotels
7614	Zimmerfrau/Lingerie	26	PT	B-EG	Jan.	D/I	Bern
7615	Gouvernante	23	CH		sofort	D/E/F	BE
7618	Kinderbetreuerin	25	CH		Dez.	D/E	
7621	Küchenhilfe	21	CH		Nov.	D/E	GE/Lausanne
7623	Haushilfe	32	PT	L-EG	n. Ver.	F/I	Bern-Umgeb./zus. m. 7624
7624	Zimmerfrau	36	PT	L-EG	n. Ver.	F	Bern-Umgeb./zus. m. 7623



- 1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
- 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- 3 Alter - Age
- 4 Nationalität - Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintritsdatum - Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

**SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?**

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

**CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?**

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

## Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

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

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: \_\_\_\_\_ Eintritsdatum / Date d'entrée: \_\_\_\_\_

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: \_\_\_\_\_ Jahrestelle / Place à l'année  Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: \_\_\_\_\_ Bevorzugte Region / Région souhaitée: \_\_\_\_\_

Name / Nom: \_\_\_\_\_ Vorname / Prénom: \_\_\_\_\_

Strasse / Rue: \_\_\_\_\_ PLZ / Ort / NPA / Lieu: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum / Date de naissance: \_\_\_\_\_ Nationalität / Nationalité: \_\_\_\_\_

Telefon privat / No de téléphone privé: \_\_\_\_\_ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: \_\_\_\_\_

Bemerkungen / Remarques: \_\_\_\_\_

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: \_\_\_\_\_

Deutsch / Allemand: \_\_\_\_\_ Französisch / Français: \_\_\_\_\_ Italienisch / Italien: \_\_\_\_\_ Englisch / Anglais: \_\_\_\_\_  
 (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: \_\_\_\_\_

Betrieb / Etablissement: \_\_\_\_\_ Ort / Lieu: \_\_\_\_\_ Funktion / Fonction: \_\_\_\_\_ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): \_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

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

Datum / Date: \_\_\_\_\_ Unterschrift / Signature: \_\_\_\_\_

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

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:  
 Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:  
**hotelleriesuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotelleriesuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne**



## BADEHOTEL BRISTOL LEUKERBAD

Das Hotel Bristol wurde im Jahr 2001 komplett renoviert und bietet folgende Infrastruktur: 85 Zimmer, Restaurant, Bar mit Piano-Lifemusik, grosser Wellnessbereich mit Hallenhermalbad, 2 Aussenhermalbäder, Biosauna, Fitnessraum, Therapieabteilung und Schönheitszentrum

Das Besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und herzliche Betreuung unserer Gäste durch unsere Mitarbeiter. Unsere zukünftigen Kollegen sollten fröhliche und loyale Menschen sein, die gerne in einem unkomplizierten, freundschaftlichen Arbeitsklima arbeiten und die Ferienhotellerie mögen.

Zur Verstärkung unserer Mannschaft suchen wir:

### Maitre d'hôtel - Restaurantleiter

- Sprachkenntnisse D/F/I und Erfahrung in gleicher Position
- Die Zufriedenheit unserer Gäste steht an oberster Stelle
- Sie strahlen Ruhe aus, sind diskret, zuvorkommend und freundlich
- Sie sind dynamisch und sportlich und behalten in Stosszeiten den Überblick
- Sie sorgen für ein gutes Arbeitsklima zwischen Küche und Service
- Sie können Mitarbeiter motivieren und haben Organisationstalent
- Sie verwalten das Inventar und pflegen den Kontakt zu unseren Lieferanten

### Chef de rang / Chef de partie / Commis de cuisine

- Die Zufriedenheit unserer Gäste steht an oberster Stelle
  - Sie haben Berufserfahrung in gleicher Position in der gehobenen Gastronomie, sind flexibel, freundlich und motiviert
- Im Hotel Bristol erwartet Sie eine motivierte, offene, humorvolle und dynamische Mannschaft. Leukerbad bietet ein attraktives Skigebiet sowie die höchstgelegene Thermalbadeanstation Europas.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche  
Bewerbung mit Lichtbild:

ALPINE CLASSICS

Hotel Bristol  
Rathausstr. 51  
3954 Leukerbad  
www.bristolleukerbad.ch  
Tel: 027 472 75 00 Fax: 027 472 75 52  
E-Mail: bristolleuk@bluewin.ch

158094/20257

Jöhri's

Talvo

Einer der TOP-Betriebe der Schweiz  
(2 Sterne Michelin & 18 Punkte Gault Millau)  
sucht ab Dezember für mindestens 3 Saisons

## 2. Chef Pâtissier

mit Erfahrung, welcher ab Sommer 2004 die Stelle des  
Chef Pâtissier übernehmen kann.

158087/2027



Restaurant Jöhri's Talvo  
Brigitte und Roland Jöhri  
CH-7512 St. Moritz/Champfer  
Tel. +41 81 833 44 55  
Fax +41 81 833 05 69, info@talvo.ch



Romantik-Hotel

Chesa Grischuna

7250 Klosters

Für unser originelles Bündner Kleinhotel mit À-la-carte-Restaurant, marktorientierter Küche und internationalen Gästen suchen wir für die Wintersaison (Mitte Dezember 2003 bis Mitte April 2004) folgende Mitarbeiter:

Küche:

**Chef Gardemanger**  
**Chef Entremetier**

Restaurant:

**Chef de rang m/w**  
mit guten Sprachkenntnissen

Bar:

**Anfangs-Chef de service m/w**  
mit guten Sprachkenntnissen

**Chef de rang m/w**  
mit guten Sprachkenntnissen

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

Barbara Fios-Guler und  
Marianne Hunziker  
Romantik-Hotel Chesa Grischuna  
7250 Klosters  
Tel. 081 422 22 22  
E-Mail: hotel@chesagrischuna.ch  
www.chesagrischuna.ch

ROMANTIK HOTELS  
& RESTAURANTS

158091/17434

coop

## Jungkoch (m/w) 100 %

Wir suchen per Dezember 2003 oder nach Vereinbarung im  
Coop Restaurant Engelberg zur Ergänzung unseres Teams  
einen engagierten und kompetenten Jungkoch (m/w).

Wir erwarten eine abgeschlossene Berufsausbildung, sehr gute  
Deutschkenntnisse, Flexibilität sowie Teamfähigkeit. Ausserdem  
sind Sie es gewohnt selbstständig, exakt und sauber zu  
arbeiten, schätzen die Zusammenarbeit in einem aufgestellten  
Team und haben Freude am Umgang mit Gästen.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem  
lebhaften Tagesbetrieb sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungs-  
unterlagen. Bei Fragen rufen Sie an, Tel. 01/275 42 02.

Coop, Region Zentralschweiz-Zürich,  
Personal/Ausbildung, Frau C. Füglistaler, Postfach Sihlfeld, 8021 Zürich.

158020

## Hotel & Therme Vals

Das Hotel mit der einzigartigen Therme  
an einem einzigartigen Ort.  
Hier suchen wir qualifizierte  
Mitarbeiter/innen.

An der Réception:

Réceptionist/in

Im Restaurant:

Service-mitarbeiter/in  
Hallenbar-mitarbeiter/in  
Buffet-mitarbeiter/in  
Office-mitarbeiterin

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 Gaststatt:

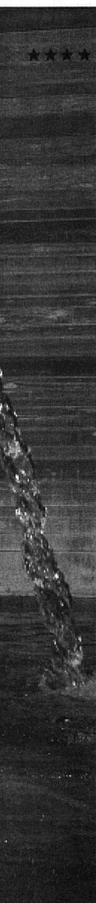
Hilfskoch  
Allrounder/in

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](http://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

158114



# AG

## ACTIVE GASTRO ENG

### Top of the Jobs

#### Chef de Service (w/m)

Sie sind eine starke Persönlichkeit mit der Fähigkeit Entscheidungen zu fällen und Verantwortung zu übernehmen. Sie koordinieren den Serviceablauf, schulen und führen Ihre Service-Crew. Es erwartet Sie ein neu renoviertes Restaurant mit anspruchsvollem Service in der Stadt Zürich.

#### 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.

#### Sous-chef (w/m)

Geschmackvoller Trend-Betrieb an bester Lage von Zürich sucht die rechte Hand des Küchenchefs. Sie sind der Fachmann, dem die Kochkunst ein Leuchten in die Augen zaubert. Sie führen Ihr Team souverän durch die Arbeit und verlieren im hektischen Alltag nie die Übersicht. Wenn Sie ausserdem ein Teamplayer sind, steht Ihrer neuen Stelle fast nichts mehr im Wege.

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.**

Weitere Stellen finden Sie unter [www.activegastro.ch](http://www.activegastro.ch)

ACTIVE GASTRO ENG GMBH, Postfach, 8048 Zürich

ACTIVE GASTRO ENG

**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-Millau-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

157967/18171



BIANZ

43 Zimmer/Suiten  
3 Restaurants  
Bar, Vinothek  
Festsaal  
Wellness-Bereich

GaultMillau

HOTEL DES JAHRES 2001

Unterstützen Sie uns mit  
Ihren Spitzenleistungen!  
Zur Ergänzung unseres Teams suchen  
wir per sofort oder nach Vereinbarung

## MASSEUR/IN

für unsere neue, einzigartige Anlage  
«Sparkling-Wellness», welche die  
Bereiche Sport, Bewegung, Ernährung  
und Entspannung beinhaltet.

Sie verfügen über:

- Fachausbildung
- Vertiefte Kenntnisse einer Sport- und  
Meditations- oder Massagetechnik
- Freude am Umgang mit Menschen
- Begeisterungs- und Teamfähigkeit
- Überdurchschnittliches Engagement  
im Bereich Wellness und Sport
- Lernfreudigkeit und Interesse

Park Hotel Weggis

Annie Hofmann  
Hartsteinstrasse 34  
6353 Weggis  
Telefon 041 390 13 13  
[www.p.h.w.ch](http://www.p.h.w.ch)

REIMS & CHATEAUX

158058

## Adelboden

arena hotel steinmattli \*\*\*\*  
CH-3715 Adelboden



Tel. +41 33 673 39 39  
Fax +41 33 673 38 39  
E-Mail: info@arena-steinmattli.ch  
www.arena-steinmattli.ch

Wir sind ein modernes 4\*-Ferienhotel mit lockerer  
Atmosphäre, 56 komfortablen Zimmern im Herzen von  
Adelboden.

Eintritt zur Wintersaison (Dezember):

Küche: **Anfangs-Küchenchef**  
**in kleine Brigade**

Etage: **HOFA mit Erfahrung**

Restaurant: **Saal-Oberkellner/in**  
**Barmaid**  
**Service-mitarbeiter/in**

Wir würden uns über Ihre Unterlagen freuen.

Arena Hotel Steinmattli  
Rudolf + Anita Hauri  
3715 Adelboden  
Tel. 033 673 39 39, Fax 033 673 38 39  
[www.arena-steinmattli.ch](http://www.arena-steinmattli.ch)

157722/302040

Ich will dort arbeiten, wo der Winter am schönsten ist!



In der bekannten und beliebten Pianobar unseres ganzjährig geöffneten Viersternhotels im Herzen von St. Moritz bieten wir Ihnen ab Dezember eine neue Herausforderung als

**BARMAN**

Sie verfügen über mehrjährige Erfahrung in erstklassigen Häusern und können unsere anspruchsvolle internationale Kundschaft mit Ihrem Charme und dank Ihrer Sprachgewandtheit (d, i, e, f) verwöhnen und begeistern. Sie werden mit drei Mitarbeitern eine lebhaftige Abteilung kennenlernen. Gerne würden wir Sie bald bei uns begrüßen. Schreiben Sie doch einen Brief an

Hotel Schweizerhof, Via dal Bagn 54, CH-7500 St. Moritz      Telefon 081 837 07 07 Fax 081 837 07 00      E-mail: staffoffice@schweizerhofstmoritz.ch

**Das traditionelle Restaurant mit seinem speziellen Charme**

**HÖHWALD RESTAURANT**  
Kloster  
MONBIEL

Zur Ergänzung unseres Teams brauchen wir auf kommende Wintersaison noch folgende Mitarbeiter/-innen

**Koch m/w**  
**Jungkoch/Hilfskoch m/w**  
**Servicefachmitarbeiter m/w**

Interessiert? Gerne möchten wir Sie kennen lernen. Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:

Restaurant Höhwald  
Doris und Urs Zimmermann  
Monbielerstrasse 171  
CH-7250 Klosters Monbiel  
Rufen Sie uns an unter  
Telefon 081 422 30 45 oder  
079 253 88 23

158092

**Arosa**  
**Hotel Cristallo**  
«Le Bistro»

Das familiär geführte Erstklasshotel mit 70 Betten und Gourmet-Restaurant «Le Bistro» befindet sich im Zentrum von Arosa. Wir suchen für die kommende Wintersaison folgende Mitarbeiter:

**Küche**  
Gardemanger

**Restaurant**  
Servicefachmitarbeiter und Büffethilfe

**Sehr guter Verdienst.** Kost und Logis auf Wunsch im Hause. Wenn Sie Freude haben, in einem jungen und dynamischen Betrieb mitzuwirken, bitten wir Sie, sich mit den üblichen Unterlagen zu bewerben.

Hotel Cristallo, 7050 Arosa, Telefon 081 378 68 68  
www.cristalloarosa.ch

158096/1236

**New Challenge**  
Hotel + Gastro-Personalvermittlung

**Chef de Service**  
Sie sind um 30 Jahre jung, eine ausgebildete Servicefachfrau mit Führungserfahrung! Dann erwartet Sie eine interessante, vielseitige Aufgabe als Gastgeberin in einem Gastronomiebetrieb in Zürich. (Teildienst)

**Küchenverantwortlicher**  
Sie möchten Ihr Engagement in einer jungen, dynamischen Unternehmung einbringen? Dann sind Sie die gesuchte Persönlichkeit für eine Teamleitung (System-Gastronomie) am Zürichsee SZ.

**Exekutiv Sous-chef/2. Küchenchef**  
Als starker Organisator, Teamleader und Motivator sind Sie die richtige Persönlichkeit für meinen Kunden in Zürich. Ihre Führungserfahrung haben sie in grösseren Teams gesammelt und zu Ihren Berufskennissen zählt das klassisch französische à la carte- und Bankett-Geschäft. Sie besitzen gute Französischkenntnisse.

**Pub-MitarbeiterIn**  
Möchten Sie Ihre Unterstützung und das Engagement in ein Pub-Team in Zürich einbringen? (real old english, gepflegt) Sie sind eine junge, dynamische Persönlichkeit mit guten Englischkenntnissen und einer Serviceausbildung oder entsprechender Berufserfahrung.

**Chef de Partie und Jungköche**  
Suchen Sie eine Veränderung, eine neue Herausforderung in Zürich & Umgebung. Möchten Sie Ihr Engagement in der gehobenen Gastronomie- oder Hotelküche einbringen? Sie bestimmen die Richtung!

**Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.**

**New Challenge**  
Gabriela Weber      Tel. 01/201 24 66  
Seestrasse 160      Fax 01/202 58 68  
8002 Zürich      E-mail: newchallenge@bluewin.ch

158110

**POSTHOTEL VALBELLA**  
DAS HAUS DER GUTEN IDEEN  
CH-7077 VALBELLA

Wir suchen für die kommende Wintersaison (ab Mitte Dezember 2003 bis Anfang April 2004) zur Ergänzung unseres Teams noch folgende Berufsleute mit Erfahrung.

**Küche**  
**Chef Saucier**  
**Demi-Chef de Partie**

**Service**  
**ServicefachmitarbeiterIn**

Ein moderner und vielseitiger Arbeitsplatz in einem jungen und motivierten Team erwartet Sie.  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

158057/55513

**Ochsen Zug**

In den zwei Restaurants und im Kollisaaal unseres geschichtsträchtigen Gasthauses verwöhnen wir unsere Gäste aus nah und fern mit ausgezeichnetem Essen und fantastischen Weinen.

**Koch (w/m)**  
Sie lieben eine fantasievolle, marktorientierte, saisonale und zeitgemässe Küche? Ja? Rufen Sie mich an oder senden Sie mir Ihre Unterlagen. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Matthias Heggin, City-Hotel Ochsen Zug  
Kolinplatz 11, 6300 Zug  
Telefon 041 729 32 32  
mh@ochsen-zug.ch

158084/41269

**Wilder Mann**  
Wini's Party-Service  
Jeep-Galerie (Partyraum)

Wir suchen auf 1. November oder 1. Dezember 03

**Koch, evtl. Küchenchef w/m**  
Haben Sie Freude am Kochen, mindestens 2-4 Jahre Erfahrung, arbeiten gerne selbständig und kreativ in kleinem Team, dann rufen Sie uns an. Samstag, Sonntag, abwechselnd Sonntag, Montag frei.

Jürg und Uschi Winiker  
Tel. 041 921 12 83 oder 079 208 49 27

158066/396430

**RESTAURANT PETERMANN'S KUNSTSTUBEN**  
in Küsnacht/Zürich

Zur Verstärkung unseres erfolgreichen Teams im Service suchen wir auf den 1. Oktober 2003 oder nach Vereinbarung

**Sommelier**  
**einen Chef de rang/Servicefachangestellte**

Sie passen zu uns, wenn Sie Ihr bisheriger Berufsweg in Häusern der gehobenen Gastronomie geführt hat und Sie in einem 2 Sterne Guide Michelin und 19-Punkte-Gault-Millau-Restaurant eine neue Herausforderung suchen.

Interessiert?  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Restaurant Kunststuben  
SEESTRASSE 160, 8700 KÜSSNACHT (10 Min. von Zürich City)  
Tel. 01 9100715

158062/110880

Wir suchen per sofort:

- eine aufgestellte Réceptionistin mit drive

**Ihre Hauptaufgaben:**  
Check-in/-out, Gästebuchhaltung und Kassenführung, Betreuung der Gäste, Gruppen- und Seminarorganisation, gesamte anfallende Hotelkorrespondenz

**Ihr Profil:**  
Fidelio-Kenntnisse, Microsoftoffice-Programme, mehrjährige Berufserfahrung an der Réception, Muttersprache Deutsch, gute Französisch- und Englischkenntnisse

- einen motivierten Jungkoch
- eine/n Mitarbeiter/in im Service
- eine Etagen- und Reinigungsmitarbeiterin

Interessiert? Senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an und vereinbaren gleich einen Vorstellungstermin.

**Hotel Restaurant Schöllsli, Ipsach**  
Ipsachstrasse 11-13  
2563 Ipsach  
Telefon: 032 332 26 26  
Fax: 032 332 26 27

158060/412639

**hoteljob**

**Online-Jobs**  
Allez visiter notre site!  
Besuchen Sie unsere Website!  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

158053/84735

Schweizer Hotellier-Verein  
hoteljob, Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Telefon 031 370 43 33  
hoteljob.be@swiss-hotels.ch

Société suisse des hôteliers  
hoteljob, Rue de Terreaux 10  
Case postale, 1000 Lausanne 9  
Téléphone 021 320 28 76  
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch

Möchten Sie den Job als Koch anders erleben?  
Schätzen Sie Kundenkontakt, sind Sie flexibel und haben Sie Freude in einem lebhaften Betrieb tätig zu werden?

**Jungkoch Party-Service**  
(ab Januar 2004 oder nach Vereinbarung)

Ihr Aufgabengebiet:

- Produktion und Lieferung der Menüs
- Bedienung der Gäste
- Betreuung Seminargäste «Classic Car Cavallino Halle», Wiedlisbach
- Einrichten der Infrastruktur

Unsere Anforderungen:

- abgeschlossene Kochlehre
- selbständiges Arbeiten
- Führerausweis Kategorie B
- pflichtbewusste, aufgestellte Persönlichkeit

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:  
Culinaria Saner, Markus Saner, Langenbruckstr. 303, 4717 Mümliswil SO

158074/427984

**HOTEL DU MONT-BLANC AU LAC**

Hôtel du Mont-Blanc au Lac  
situé au bord du lac Léman dans la ville pittoresque de Morges  
cherche pour entrée au 1<sup>er</sup> novembre 2003 ou à convenir

**jeune réceptionniste**  
place stable et intéressante pour personne dynamique, à l'aise avec les langues (D/A) et aimant le travail varié dans un petit team.  
Madame ou Monsieur Pontet se réjouissent de votre appel au 021 804 87 51 ou l'envoi de votre dossier complet avec photo.

Hôtel du Mont-Blanc au Lac  
1110 Morges  
[www.hotel-mont-blanc.ch](http://www.hotel-mont-blanc.ch)  
[montblanc@hispeed.ch](mailto:montblanc@hispeed.ch)

158116/25739

Hôtel 5\*, resort, saisonnier, recherche pour entrée de suite ou à convenir

**CONCIERGE/ GUEST RELATION**  
en charge de l'organisation des activités et des excursions pour clientèle internationale

Langues:  
Français, anglais et allemand

Veuillez faire votre offre sous chiffre  
158025 à hôtel + tourismusrevue,  
case postale, 3001 Berne.

158025/25160



Hôtel de famille  
Cuisine franç + ital.  
Plein centre, 70 #



Nous recherchons à l'année avec CDI

### 1 chef de réception f/e/a

Nous recherchons pour la saison d'hiver 2003-2004

### 3 chefs de rang 2 commis de salle 1 stagiaire en réception f/e

**Nous offrons:** - cadre chaleureux de montagne  
- ambiance familiale et conviviale  
- indépendance et activités sportives

**Nous demandons:** - sens des responsabilités  
- bonne expérience en 4\*\*\*\*  
- travail en équipe et flexibilité

Les candidat(e)s sont prié(e)s d'envoyer leur dossier complet avec photo ou de prendre contact par téléphone : 158095

Hôtel du Golf Tél : 024 496 38 68  
1884 Villars Fax : 024 495 39 78  
[www.hotel-golf.ch](http://www.hotel-golf.ch) [info@hotel-golf.ch](mailto:info@hotel-golf.ch)

### HOTEL CHALET ROYAL \*\*\*

et

### HOTEL MAGRAPPE \*\*\*

1993 Veysonnaz, Valais central

[www.veysonnaz.com/hotels](http://www.veysonnaz.com/hotels)

Avec restaurant à la carte, brasserie-pizzeria, cherche pour la saison d'hiver:

#### - Chef(fe) de service

#### - Chef(fe) de rang

#### - Commis

#### - Réceptionniste

(français, allemand, anglais ou hollandais)

#### - Chef de partie

Faire offre à la Direction par écrit avec CV complet et copie de certificats. 157850/367818



GLION HOTEL SCHOOL  
SWITZERLAND



les Roches  
Swiss hotel association  
school of hotel management

Site Web: <http://www.glion.ch>

Notre Institut offre une formation supérieure de haut niveau à plus de 2500 étudiants internationaux dans les domaines de l'hôtellerie, du tourisme et du sport. Nos 300 collaborateurs sont répartis sur quatre campus (Glion, Bulle, Leysin et Bluche).

Nous sommes à la recherche d'une personne motivée pour compléter notre équipe de Bulle en qualité de

### Secrétaire - Réceptionniste H/F à 100%

Le candidat ou la candidate idéal(e) est titulaire d'un CFC ou d'une formation jugée équivalente en hôtellerie, avec de l'expérience dans un poste similaire.

Il ou elle a une très bonne connaissance de la bureautique et des outils informatiques et s'exprime parfaitement en français et en anglais.

Elle ou il sait apprécier les responsabilités et possède le sens de l'organisation.

**Entrée en fonction : de suite ou selon disponibilité**

Si vos mots clefs sont : flexibilité, esprit d'initiative et sens de l'accueil, alors vous êtes la personne que nous recherchons.

La préférence sera donnée aux personnes suisses ou détentrices d'un permis valable.

M. Andrea Trombin attend votre dossier complet à l'adresse suivante : Glion Hotel School SA, route de Glion 111, 1823 Glion-sur-Montreux.

Pour plus de renseignements, prière de contacter M. Vincent Guex, Responsable d'exploitation, au 026/919.78.28 158051



RELAIS & CHATEAUX  
ROLAND PIERROZ  
HOTEL ROSALP  
RELAIS GOURMAND  
19/20 GAULT ET MILLAU  
1936 VERBIER  
TEL. 027 771 63 23  
FAX 027 771 10 59

CHERCHE POUR HIVER 2003-2004

CUISINE **SOUS-CHEF DE CUISINE  
CHEF DE PARTIE  
DEMI-CHEF DE PARTIE**

RESTAURANT **CHEF DE RANG  
GASTRONOMIQUE DEMI-CHEF DE RANG  
BRASSERIE BARMAN OU BARMAID  
ET BARAVIN**

RÉCEPTION **RÉCEPTIONNISTE (F/D/E)  
PORTIER DE JOUR  
PORTIER DE NUIT**

HOUSEKEEPING **CASSEROLIER  
GARÇON D'OFFICE  
FEMME DE CHAMBRE**

FAIRE OFFRE AVEC PHOTO, CURRICULUM VITAE ET COPIES DE CERTIFICATS (tout dossier incomplet ne sera pas pris en considération) 158097/35904

Hôtel 4\*\*\*\* dans une station de montagne en Suisse romande recherche pour place à l'année:

\* **MAÎTRE D'HÔTEL (français, allemand, anglais)**  
\* **ASSISTANT F & B (français, allemand, anglais)**

Ecrire sous chiffré 158055, *hotel + tourismus revue*, case postale, 3001 Berne. 158055/19828



HOTEL CASA BERNO ASCONA

Member of  
swiss golf Hotels

Wir suchen für die lange Sommersaison 2004 (Mitte März bis Ende Oktober) folgende Mitarbeiter:

Administration **Empfangssekretärin**  
(mit Hotel- und EDV-Erfahrung)  
**Réceptionspraktikantin**  
**Hotelpraktikantin**  
(für Réception/Service)

Hauswirtschaft **Hotelfachassistentin/  
Tournante** (Buffet, Etage, Lingerie)  
**Hausbursche/Hilfsportier**  
(Abiös Tag und Nacht)  
(mit guten Deutschkenntnissen und Führerschein)

Restaurant **Restaurationskellner/in**  
(gute Deutschkenntnisse)

Küche **Chef Gardemanger  
Commis de Cuisine**

Bitte richten Sie Ihre Offerte mit Zeugniskopien und Foto an:

Pierre Goetschi, Dir.

Hotel Casa Berno

6612 Ascona

Tel. 091 791 32 32

E-mail: [hotel@casaberno.ch](mailto:hotel@casaberno.ch)

Internet: [www.casaberno.ch](http://www.casaberno.ch)

158063/1929

# Saisonjobs und Lebensjob.



**DOMINO GASTRO****Her Personal-Prof**

- 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
Lucern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	055 415 52 84
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Romandie, Lausanne	027 945 17 45

www.dominogastro.ch  
personal@dominogastro.ch

**DOMINO GASTRO****www.adsjob.com****UNBESCHRÄNKTE VERMITTLUNGEN****ab Fr. 450.-**

Tel. 081 382 21 03 / 079 411 81 07, Fax 081 382 21 23

**HS**  
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

www. **AROSU** .com  
Stellenbörse von Arosa  
157660

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für qualifiziertes **Hotelpersonal**.  
Verlangen Sie das Anmeldeformular.  
**Stellenvermittlungsbüro Hotela**  
A. Noh, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09  
134930/401646

**hotel staff**  
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.

**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** Produktionsbetriebe: 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

**STELLENBÖRSE** **Gastro help**  
DER GUTE JOB FÜR HOTEL- GASTRO- TOURISMUS

**JAHRESSTELLEN**

1. **Gouvernante** Wellnesshotel Berner Oberland  
**Küchenchef/in** Seminarhotel Davos / GaultMillau-Betrieb Engadin / gehobenes A-la-carte-Restaurant oberer Zürichsee  
**Bankleiter-Assistentin** Seminarhotel am Zürichsee  
**Chef de Service** 4\*-Sporthotel Berner Oberland

**WINTERSAISONSTELLEN**

**Chef de partie** Seminarhotel Davos / Bäderhotel Kt. GR / gutbürgerliche Küche Riederalp/V5 und Lenzerheide/GR  
**Commis de cuisine** gehobene Gastronomie Riederalp und St. Moritz / Bergrestaurant Berner Oberland  
**Küchenchef/in** italienisch/mediterrane Küche Oberengadin  
**Betriebsassistent/in** (Basis Koch od. Serv) Familienhotel Davos  
**Réceptionist/in** DFEI 4\*-Hotel St. Moritz  
**Bardeame/-man** Hotelbars in Wengen und St. Moritz  
**Servicefachangestellte/r** Bergrestaurants im Berner Oberland

- für 4\* und 5\*-Hotels in Zermatt
- Zimmermädchen
- Chef de partie und Commis de cuisine
- Chef pâtissier/ère
- Portier DFE
- Réceptionssekretär/in DFE
- Oberkellner tournant DFE
- Servicefachangestellte/r und 2. Barman DFE

- für 3\*-Sporthotel im Kanton SZ
- Chef de partie und Commis de cuisine
- Etagenmitarbeiter/in
- Kinderanimateur/in (Ablöse Réception)
- Servicefachangestellte/r und Bardeame/-man

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.  
Frau Annelies Kranz gibt Ihnen gerne weitere Auskunft.

Weitere interessante Stellen auf  
www.gastrohelp.net

Bahnhofplatz 10  
8853 Lachen  
Tel. 055 462 35 25  
Fax 055 462 35 27  
www.gastrohelp.net  
info@gastrohelp.net

**INTERNATIONAL**

L'Hotel Principe di Savoia\*\*\*\*L - The Dorchester Group, ricerca personale da inserire nell'ambito del settore food&beverage

**Chef de Rang e Commis de Rang, sala e bar  
Chef de Partie e Commis di cucina**

Per le posizioni previste per sala&bar il candidato ideale possiede una bella presenza, ottimo orientamento al servizio e al cliente, età: 20-30 anni, conoscenza della lingua inglese e precedenti esperienze maturate in hotels o locali di elevato profilo. Per il settore cucina sono richieste precedenti esperienze in hotels o ristoranti di elevato profilo, età: 20-30 anni, eccellente orientamento al servizio e alla qualità, predisposizione a lavorare in gruppo.

I candidati interessati potranno inviare il loro CV corredato da una foto tessera a: Direzione Risorse Umane - Hotel Principe di Savoia - Piazza della Repubblica, 17 - 20124 Milano, fax 026 230 8015  
E-Mail: daniela.cottone@hotelprincipedisavoia.com

citando il RIF. HTR/sala&bar o HTR/cucina e includendo la menzione relativa alla legge 675.



157696/383526

**IMAGE**

**gastro** **www.gastro-s.ch**  
gastro S Haus Hqwald  
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8  
5080 Laufenburg  
Tel. +41 62 869 40 40 / Fax +41 62 869 40 44  
E-Mail: jobs@gastro-s.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)

157972/408862

Angehender Gastronomiekoch, 33 J., sucht Stelle als

**Küchenchef**

in Jahres- oder Saisonstelle.

Tel. 078 723 1833

158112/428017

**Réceptionist/in**

**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).

Ich möchte meine Fähigkeiten optimal einsetzen. Daher passe ich perfekt in ein Haus, in dem Mitdenken und Freude an der Arbeit gefragt ist.

Neugierig?

**Miranda Niedermann**  
079-425 62 77, 071-947 15 20,  
mirandaniedermann@yahoo.de

158117

**Fachpaar**

Er, langjähriger Alleinkoch auf Kabinen- und Kreuzfahrtschiffen aus Deutschland, beide anfangs 40, belastbar. Sie, saisonerprobte Servicefachangestellte, suchen für die Wintersaison ab Ende November Anfang Dezember, Anstellung in familiärem Arbeitsklima. Frau K. Dorony, Neuer Markt 26, D-17192 Waren, Tel. 0049 3991 67 49 33, 0049 172 91 67 511.

158072/427995

**stellensuche: er**

37-jähriger Betriebsleiter mit mehrjähriger Erfahrung in der gehobenen, wie auch in der Gemeinschaftsgastronomie, sucht per 1. Januar 2004 oder nach Vereinbarung im Raum Zürich und Umgebung einen neuen Wirkungskreis.

**stellensuche: sie**

betriebsassistentin mit mehrjähriger Erfahrung in der gehobenen wie auch der Gemeinschaftsgastronomie, sucht per 1. Januar 2004 oder nach Vereinbarung im Raum Zürich und Umgebung einen neuen Wirkungskreis.

bitte nur ernst gemeinte Interessenten melden sich unter folgender Adresse:  
foodmanager@bluewin.ch

158073/427993

**Costa Rica**

Suche Hilfe für kleine Lodge mit Restaurant und Bar.

Direkt am Pazifik gelegen. Englisch- oder Spanischkenntnisse.  
Kontakte bitte unter E-Mail:  
la.piedra\_buena@hotmail.com  
oder Tel.: 00506 787 5020  
Beatriz Zürcher

158089/425200

**IMPRESSUM****htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi**

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit  
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern  
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23  
Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler  
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel  
Anzeigenverkauf/Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyerle  
E-Mail: media@swiss-hotels.ch

**Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):**

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellensuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

**Termine:**

- Ausgab: Nr. 40/2003
- Erscheint: 2. 10., 2003
- Anzeigenschluss: 29. 9., 12.00
- Wiederholungen: 29. 9., 12.00

- Nr. 41/2003
- 9. 10., 2003
- 6. 10., 12.00
- 6. 10., 12.00

- Nr. 42/2003
- 16. 10., 2003
- 13. 10., 12.00
- 13. 10., 12.00

- Nr. 43/2003
- 23. 10., 2003
- 20. 10., 12.00
- 20. 10., 12.00

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-begläubigt / 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.