

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 46

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 17.08.2025

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

Heute mit **139** Stellenangeboten

CHRISTIAN WINDFUHR /
Der Pressesprecher der
Maritim Hotelgesellschaft
spricht in einem Interview
über deren Pläne. SEITE 2



GASTROSZENE ZÜRICH /
Zu den Aushängeschildern
der Opernhaus-Gastro-
nomie gehören auch
hochkarätige Anlässe. SEITE 5



mit Dossier zur
IGEHO

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Blick in die Zukunft

CHRISTINE KÜNZLER

Folgt der Tourismus den Pfaden, die ihm die Trendforscher vorzeichnen, braucht es in Zukunft mehr Angebote für 50 plus, es braucht mehr Destinationen, Kooperationen, Wellness, Emotionen, Lebensgefühl, neue Geschäftsmodelle, Attraktionspunkte, Innovationen, Gastfreundschaft und so weiter und so fort. Einiges davon bekamen die Touristiker letzte Woche an der Luzerner Veranstaltung «Wie reisen wir übermorgen?» zu hören.

Es lässt sich auch in verschiedenen Büchern nachlesen, was es braucht, um übermorgen touristisch Erfolg zu haben. Egon Smeral beispielsweise, der «die Zukunft des internationalen Tourismus» beschreibt, sagt, es mangle uns Schweizern an der Bereitschaft, mit «global players» zusammenzuarbeiten. Die zu geringe Servicebereitschaft und Servicequalität – sprich Gastfreundschaft – verlangsame die Anpassung an die Globalisierung erheblich. Kleiner Trost: Die Österreicher bekommen das Gleiche zu hören.

Apropos Gastfreundschaft: Wie sagte doch die Pfarrerin Katharina Hoby alias advocata diaboli an besagter Zukunfts-Veranstaltung in Luzern: ihr sei diese «neue» antrainierte Freundlichkeit nicht ganz geheimer. Sie scheine ihr ohne Herz und Seele. Nehmen wir uns das doch zu Herzen! Vielleicht ist eine echte Gastfreundschaft das beste Rüstzeug für die Zukunft.

Siehe Seite 4

ST-WINTERKAMPAGNE

Die Wintersaison hebt schon ab

Während mehrere Berg-Ferienorte das schneestärke Wetter für den frühen Saisonbeginn nutzen, startet Schweiz Tourismus seine Winterkampagne.

■ KARL JOSEF VERDING

Am Piz Corvatsch im Engadin wird morgen Freitag – um eine Woche vorgezogen – die Wintersaison eröffnet: ein Beispiel für die Gunst des Wetters zum Schweizer Saisonstart. Sie wird bis zum April anhalten, wie der Wetterprophet Martin Horat in dieser Zeitung voraussagt. Die Hoteliers, so Horat, würden sich deshalb «am lauten Klingeln der Kassen erfreuen».

In Zürich lancierte Jürg Schmid, der Direktor von Schweiz Tourismus (ST), die Winterkampagne. Sie wird zum zweiten Mal von hotellerieuisse unterstützt. ST investiert 6,2 Mio. Franken in das Marketing der Wintersaison 2003/2004. «Für den kommenden Winter rechne ich mit einer sanft steigenden Nachfrage und damit mit dem Turnaround im Schweizer Tourismus. Wir gehen gemäss unseren Hochrechnungen von einer Steigerung der Logiernächte um 1,1% aus», sagte Schmid.

Siehe Seiten 7 und 9, CF Seite 1

Foto: zug



STARKER AUFTRIEB FÜR DIE SAISON

In den Höhenlagen ist bereits viel Schnee gefallen. Schweiz Tourismus hat seine neue Winterkampagne lanciert. Und die Prognose eines Wetter-Gurus sagen für die Schweiz satte Schneefälle bis in den April voraus.

WORLD TRAVEL MARKET

Markt China überholt Japan

190 Länder – das ist ein Rekord – präsentieren sich seit Montag bis heute am World Travel Market in London. Der erste Global Travel Report wurde vorgelegt.

An der Konferenz des World Travel Markets zur Präsentation des Global Travel Reports äusserte sich der Präsident des World Travel & Tourism Councils (WTTC), Jean-Claude Baumgarten, zu den aufgezeigten Trends. Er sagte: «Wir müssen den Outgoing-Tourismus der US-Amerikaner und

Japaner neu entzünden (re-ignite). Alle WTTC-Mitglieder, mit denen ich spreche, bekunden Vertrauen in das neue Wachstum dieser Märkte.» Die Report-Autoren dämpfen die Erwartungen: Das Outgoing-Volumen des US-Markts werde erst im Jahr 2006 auf das normale Niveau zurückkehren.

Währenddessen ist China gemäss dem Global Travel Report dabei, zum grössten Outgoing-Markt in Asien zu werden. Und das mit durchschnittlichen Reiseausgaben pro Person von 2500 Euro (3925 Franken). Knapp hinter China folgt Japan.

JM/KJV

Siehe Seite 3

IGEHO 03

Die Aussteller sind bereit

In einer Woche öffnet die Igeho 03 in Basel ihre Tore. Neben zahlreichen Ausstellern werben auch diverse Sonderschauen um die Gunst der Besucher.

Die 20. Internationale Fachmesse für Gemeinschaftsgastronomie, Gastronomie und Hotellerie präsentiert sich unter dem Leitthema «Home to European Hospitality». Neu wurde der von der Mehrheit der Aussteller gewünschten Verkürzung der Messedauer von sechs auf fünf Tage ent-

sprochen. Stärker auch optisch an die Dachmarke Igeho angebunden ist das «Centre Gastronomie», die Plattform für Sonderpräsentationen im Bereich Gastronomie-Trends.

Nach der erfolgreichen Lancierung an der Igeho 01 findet zum zweiten Mal «The World of Inspiration» statt, die «Messe in der Messe» zum Thema Interieur und Design in der Hotellerie und Gastronomie. Das European Hospitality Forum vom 24. November ist dieses Jahr dem Thema «Branding» in der Hotellerie gewidmet.

DST

Siehe Beilage

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

REBAG
DATA
AG...

hotel informatik

keys

protel

Soodring 36
8134 Adliswil

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

01-711-7410

01-711-7428

www.rebag.ch

IHR
FREIZEITPROGRAMM.Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf
www.scana.ch

Zielsicher zu Ihrem Gast mit Fidelio Suite 8

8

IGEHO, Halle 2.1
Stand D 30In guten Häusern zu Hause:
Fidelio Suite 8 von
Check-In Data 01 701 96 96

CHECK IN DATA

htr IN KÜRZE

Winterkampagne / Schweiz Tourismus investiert 6,2 Mio. Franken in das Marketing der bevorstehenden Wintersaison. Aufgrund der geopolitischen Lage erwartet die Marketingorganisation ein Logiernächte-Plus von 1,1 Prozent. **Seite 7**

Wetterfrosch / Martin Horat ist einer der besten und bekanntesten «Muotathaler Wetterfrosche». Gute Nachricht: die Wintersaison 2003/04 werde schneereich, bis tief in die Niederungen – so verspricht es seine Voraussage. **Seite 9**

Smart-Up / Die Online-Lernplattform bietet kleineren und mittleren Hotelunternehmen aktuelle Informationen und ermöglicht den Austausch mit Betrieben in ganz Europa. Erste Erfahrungen mit diesem EU-Projekt sind positiv. **Seite 11**

Kongresse / Die Konjunkturlaute beeinträchtigt auch die Veranstalter von Kongressen und die Business-Hotels: Firmen-Events werden verschoben oder abgesagt, Kongresse werden aus Spargründen immer kürzer. **Seite 12**

Weinkellerei Petra / Im Auftrag des italienischen Industriellen Vittorio Moretti realisierte der Tessiner Architekt Mario Botta die spektakuläre Weinkellerei «Petra». Die Gruppe «Terra Moretti» plant in der Toscana ein neues Hotel mit Wellness-Zentrum. **Seite 13**

Marktforschung / Die Untersuchung des britischen Marktforschungsinstituts Mintel, «Eating Habits in Europe», zeigt Unterschiede und Gemeinsamkeiten des Essverhaltens in fünf europäischen Ländern. Fast überall legt der Trend zu Convenience-Food zu. **Seite 14**

Bioweine / Die Weine des Vereins Bioweinbauern Schweiz bestechen durch ihre Vielfalt und durchwegs gute Qualität. Durch den Anbau von resistenten Reben und den Einsatz von biologischen Mitteln können die Bio-Winzer auf chemische Hilfe verzichten. **Seite 15**

Küchentechnik / An der Igeho sind innovative Küchentechnik-Highlights zu sehen. Die Aussteller gewähren in der Regel Rabatte. Aber es gilt weiterhin die Erfahrung, dass der Kaufinteressent Werbewersprechen mit konkreten Fragen zur Praxis überprüfen sollte. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Ruud Reuland / Nach 18 Monaten an der Spitze der Ecole hôtelière in Lausanne zieht Ruud Reuland eine positive Bilanz: Er habe die Entwicklung der Ausbildungsstätte nicht gestoppt, sondern weiter vorangetrieben. **CF Seite 3**

Salgesch / Auf die Mariage von Wein und Schokolade setzt das Winzerdorf Salgesch. Die Bundesrätin Ruth Metzler gehörte zu den Testpersonen, die zuerst skeptisch, dann begeistert die ungewöhnliche Kombination versucht haben. **CF Seite 5**

Genf / Genf Tourismus rechnet im laufenden Jahr mit einem Logiernächte-Minus von 3 Prozent. Nächstes Jahr erwarten die Verantwortlichen hingegen die Kehrtwende. Der Grund: Die Nachfrage bei den Kongressen ist am Steigen. **CF Seite 4**

Athen 2004 / Swiss Olympic hat entschieden: Das «Institut hôtelier César-Ritz» wird an den Olympischen Spielen 2004 in Athen das Schweizer Restaurant führen. 23 Studierende werden an der «Expedition» teilnehmen. **CF Seite 6**

FORUM

Ein kühles Bier passt zu jedem Essen

ERWIN FLÜCKIGER*

Nach wie vor leidet Bier unter dem falschen Image, es mache dick. Dass dies eine Mär ist, belegen zahlreiche Studien. Der Ausdruck «Bierbauch» gehörte demnach eigentlich verboten, denn Bier selber macht nicht dick, ist aber appetitanregend. Das ist das Entscheidende!



Im Wissen darum darf sich künftig demnach jedermann und jedefrau ohne schlechtes Gewissen zu jedem Essen bzw. zu jedem Gang ein kühles Bier gönnen. Zwar sind vier von fünf in der Schweiz konsumierten Biere Lager- und Spezialbiere, die entsprechend auch zum Essen am häufigsten getrunken werden. Die grosse Biervielfalt in unserem Land bietet allerdings viel mehr an. Die Frage ist bloss: Welches Bier passt eigentlich zu welchem Essen am besten?

Am einfachsten ist es bei Apérosnacks und bei den Sandwiches für Zwischendurch: Da passt je nach Lust und Laune eigentlich jedes Bier dazu. Schon ein wenig schwieriger ist die Frage, ob ein Bier auch zu einer wahrhaften Suppe passt. Klar, am besten geeignet sind hier ein alkoholfreies oder ein dunkles Bier. Zum anschließenden Blattsalat passt ein weniger stark gehopftes Bier der Draft-Linie. Zur Hauptspeise kann ich beispielsweise zu Schwein ein Lager empfehlen, zu Rind und zu Lamm ein Spezial, zu Fisch und zu Geflügel ein naturtrübes Mehrkornbier. Letzteres eignet sich auch zum Dessertkase, als Alternative hierzu empfehle ich auch das dunkle Bier. Zum süßen Dessert schliesslich mündet ein ebenfalls leicht süßliches Biermischgetränk vorzüglich.

Der Phantasie sind also keine Grenzen gesetzt. Sie können ganze Bierkulinarien kreieren – mit einem speziellen Bier zu jedem von beispielsweise fünf Gängen. Probieren geht dabei über Studieren. Sie werden staunen, welche positive Reaktionen ein Bierkulinarium bei Ihren Gästen auslöst.

Und dabei nicht zu vergessen: In vernünftigen Mengen genossen, ist Bier mit seinen wertvollen Vitaminen und Nahrungsfasern für die Gesundheit durchaus förderlich, wie ebenfalls zahlreiche Studien beweisen. In dem Sinn: ein herzliches Prosit!

* Erwin Flückiger ist CEO der Felschlösschen Getränke AG

CHRISTIAN G. WINDFUHR

«Budget-Ketten weichen Preise auf»

Die Maritim Hotelgesellschaft rechnet erneut mit einem Umsatzrückgang von 3 bis 4 Prozent. Nur im Tagungs- und Konferenzgeschäft komme die deutsche Hotelkette ohne Rückgang durchs Jahr, sagt Christian G. Windfuhr, Sprecher der Geschäftsführung.

INTERVIEW: GREGOR WASER

Herr Windfuhr, wann eröffnen die Maritim Hotels ihr erstes Haus in der Schweiz?

Wir schauen immer wieder mal Standorte in der Schweiz an. Doch es stellt sich dabei stets die Frage, ob wir Konferenzen in der Gröszenordnung, an die wir denken, in der Schweiz überhaupt auslasten können.

Wieso nicht in Genf?

Genf könnte für uns schon interessant sein, obwohl ich weiss, dass sich der Genfer Hotelmarkt ein bisschen schwer tut. Da stellt sich die Frage, ob es wirklich ein neues Hotel braucht. Generell arbeiten wir im Ausland mit lokalen Partnern und würden nicht einfach als Maritim kommen, kaufen und bauen.

«Im Ausland würden wir als Maritim nicht einfach kommen, kaufen und bauen.»

Maritim verfügt heute über 40 Hotels. Als Besitzer oder Pächter?

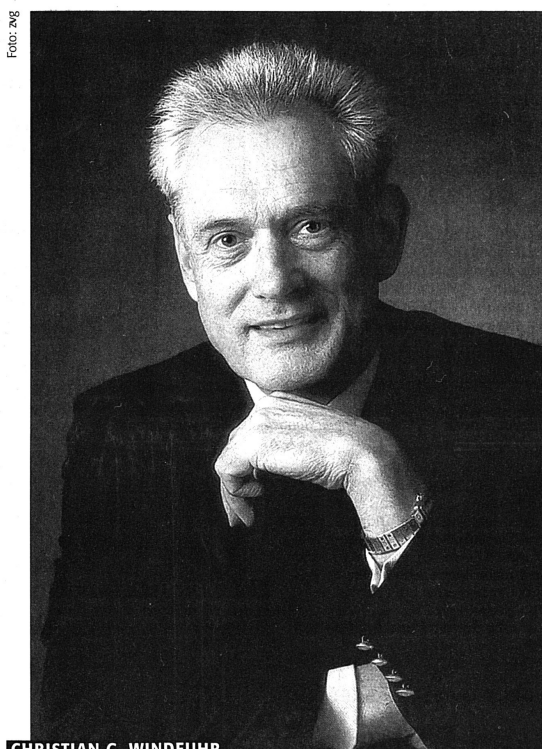
In 18 Fällen sind wir Besitzer, in 16 Fällen Pächter oder Mieter und bei den restlichen Häusern, vorwiegend im Ausland, sind wir Manager mit einer Beteiligung an der Betriebsgesellschaft.

Wo liegen für einen Hotelier die Unterschiede zwischen Management- und Pachtvertrag in der Praxis?

Als Hotelmensch sagt man: Fein, mit einem Managementvertrag habe ich kein Risiko und muss das Hotel bloss führen. Wenns gut läuft, verdient man ein wenig mehr und wenn das Objekt Verlust macht, ist es nicht meine Sache. Wobei: wenn ein Profit rauschaut, fließt der Löwenanteil dann in die Tasche des Besitzers. Der Managementvertrag ist im Gegensatz zum Pachtvertrag sehr pflegeintensiv, weil der Besitzer mit im Boot sitzt.

Hat die weltweite Hotellerie in jüngster Zeit einen markanten Trend erlebt?

Sicher haben einige Hotelgruppen im Bereich der Budget-Klasse einige Akzente gesetzt. Die kommen ohne Luxus aus und haben einige erfolgreiche Konzepte entwickelt. Am ein-



CHRISTIAN G. WINDFUHR

«Wenn ein gutes 3-Sterne-Konzept in den Markt reindrückt, merken wir das als 4-Sterne-Kette auch», sagt der Sprecher der Maritim-Geschäftsführung.

drücklichsten hat dies Accor vorgebracht und kann nun dank dem frühzeitigen Einstieg in diesem Segment einigen Erfolg verbuchen. Doch wer so etwas neu anfangen will, dem fällt es sehr schwer, dies von heute auf morgen zu tun, weil etwa die Kundenbindung und die breite Streuung der Standorte fehlt.

«Das Preisniveau war der Grund, weshalb wir weniger Umsatz ausgewiesen haben.»

Wie wirken sich die Budget-Ketten auf die Preisentwicklung aus?

Wenn ein gutes 3-Sterne-Konzept in den Markt reindrückt, merken wir das als 4-Sterne-Kette auch. Die Preise wurden in den letzten Jahren dadurch sicher aufgeweicht. Denn weniger die Auslastung war der Grund, dass wir weniger Umsatz ausgewiesen haben, vielmehr war dies das Preisniveau.

Die Maritim Hotelgesellschaft hat das Jahr 2002 mit einem Umsatzminus von 4 Prozent abgeschlossen.

Ist im aktuellen Geschäftsjahr eine Trendwende in Sicht?

Gesamthaft gehen wir erneut von einem Umsatzrückgang um 3 bis 4 Prozent aus. Im Tagungs- und Konferenzgeschäft, das 40 Prozent unseres Umsatzes ausmacht, werden wir aber wie 2002 ohne Rückgang durchs Jahr kommen. Ein Zeichen dafür, dass wir über eine Kompetenz und Marktposition in diesem Segment verfügen, die man nicht so schnell aufholen kann.

Gerade in den Grossstädten ist der Umsatzrückgang beträchtlich. Trotzdem eröffnen Sie 2005 in Berlin

ein 505-Zimmer-Haus. Welche Rolle spielt das Maritim Berlin?

Wir erachten das neue Konferenzhotel als wichtige strategische Ergänzung in unserem Portfolio. Unser Motto lautet «Tagen und Wohnen unter einem Dach»: Wir sind der Meinung, dass in Berlin grosse Konferenzkapazitäten innerhalb eines Hotels noch eine Marktlücke darstellen. Auch der gute Standort stellt eine Daseinsberechtigung dar.

«Das neue Konferenz-Hotel in Berlin erachten wir als wichtige strategische Ergänzung.»

Wird Berlin immer mehr zum deutschen Tagungsmekka?

Nicht nur die Regierung ist ja umgezogen, auch viele Verbände und Firmensitze mit ihren Jahreshauptversammlungen sind neu in Berlin. Mit einer Veranstaltungskapazität für mehr als 5500 Personen sind wir hierfür gut positioniert.

Wie lautet die Erfolgsformel der Maritim Hotels?

Das ist ganz einfach: Wenn jemand eine Konferenz organisiert, muss man sich normalerweise mit mehr als einem Hotel auseinandersetzen, um alle Teilnehmer unterzubringen. Dann müssen wiederum Gespräche mit einem Konferenzzentrum geführt werden sowie mit einem Caterer, dann vielleicht noch mit einer Event-Agentur für die Abendveranstaltung. Wir können das alles aus einer Hand liefern, wir sind Ansprechpartner von A bis Z. Was sich unter dem Strich auch preislich niederschlägt. Der Kunde kriegt die Leistungen preisgünstiger, weil nicht zu viele Zwischenpersonen eingesetzt werden.

Dann sind die Maritim Hotels für Agenturen eher ein Dorn im Auge?

Im Gegenteil. Auch für Agenturen sind wir gute Ansprechpartner, weil wir ihnen viel Arbeit abnehmen. Wir arbeiten genauso gerne mit Agenturen wie direkt mit den Kunden.

Christian G. Windfuhr und Maritim

Christian G. Windfuhr ist seit drei Jahren Sprecher der Geschäftsführung bei der Maritim Hotelgesellschaft mit Sitz in Bad Salzuflen (D). Von 1995 bis 1999 leitete er in Adliswil als Generaldirektor die Geschicke der Mövenpick Hotels & Resorts. Gesamthaft verfügt Windfuhr über eine 30-jährige Erfahrung in der internationalen Hotel- und Tourismusindustrie.

Trotz einem Umsatzrückgang im letzten Jahr auf 333 Millionen Euro

und einer vorerst weiterhin leicht rückläufigen Entwicklung ist die deutsche Maritim Hotelgesellschaft insbesondere im Kongressgeschäft sehr gut positioniert.

Total verfügt Maritim über 10720 Zimmer in 40 Betrieben (36 in Deutschland, je ein Haus auf Malta, Mauritius, Teneriffa und in Riga). Bis in zehn Jahren strebt Maritim 70 Häuser an, 50 in Deutschland und 20 im europäischen Ausland. GW

Neue Gruppe in der Schweiz

Flair Hotels. Die deutsche Kooperation Flair Hotels mit 140 unabhängigen Hotelpartnern (in D, F, O, It) verhandelt mit potenziellen Schweizer Partnern im Segment der 3- und 4-Sterne-Hotellerie. Ziel ist die Akquisition von 10 Schweizer Partnern bis zur Herausgabe des Flair Guide 2004-2005 im November 2004. Peter Bächli von der Touristika SA in Villars, die das Schweizer Flair-Mandat übernommen hat, ist Projektleiter Flair Hotels Schweiz. *KJV*

Grosses Werbebudget

Engadin. Die Bergbahnen Engadin/St. Moritz lancieren gemeinsam mit fünf Tourismusorganisationen eine Kommunikationsoffensive: Der Nach-WM-Winter soll grosszügig beworben werden. Das Budget der diesjährigen Kampagne wurde um 100'000 auf 220'000 Franken erhöht. Ziel der unter der Regie der Bergbahnen gestarteten und durchgeführten Aktion ist es, den Schwung der erfolgreichen Ski-WM zu nutzen. Laut Pressemitteilung will das Engadin mit den

«all-inclusive» Tophit-Arrangements werben.

In der zweiten Novemberhälfte ist die Region während zwei Wochen an 150 Plakaten in den Agglomerationen von Basel, St. Gallen, Winterthur und Zürich präsent. In allen drei Primärmärkten des Engadins werden in Wintersportfachmagazinen und Zeitungen Inserate geschaltet. In deutschen Bahnhöfen ist das Engadin auf Big Screens präsent und in Italien werden TV-Publireportagen geschaltet. *CK*

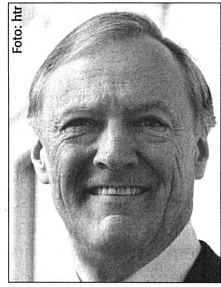
Neue Führung wegen Krise

Thomas Cook. Die beiden Eigentümer – Lufthansa und KarstadtQuelle – übernehmen das Steuer bei Europas zweitgrösstem Touristikonzern Thomas Cook. Für die ersten neun Monate des Geschäftsjahrs (bis Ende Juli) wies Thomas Cook einen Verlust von 355 Mio. Euro (557 Mio. Franken) aus. KarstadtQuelle-Vorstand Peter Gerard übernimmt zunächst die Chefposition. Lufthansa-Finanzvorstand Karl-Ludwig Kley wird Stellvertreter. *KJV*

In China mit dabei

hotelleriesuisse. Auf Einladung des Bundespräsidenten Pascal Couchepin wird Christian Rey, Präsident hotelleriesuisse, am Staatsbesuch in China teilnehmen. Rey reist vom 20. bis 24. November als Mitglied einer Delegation von hohen Regierungs- und Wirtschaftsvertretern der Schweiz nach Beijing und Shanghai. Ziel der Reise ist es, die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen der Eidgenossenschaft und der Volksrepublik zu vertiefen. Der Tourismus spielt dabei eine wichtige Rolle. *IG*

Foto: hti



WORLD TRAVEL MARKET

Grösster Weltmarkt aller Zeiten

Die Atmosphäre am World Travel Market (WTM) in London, der am Montag begann und heute endet, war positiv und optimistisch. 190 Länder – ein Rekord – zeigten sich an diesem bisher grössten WTM. Die Veranstalter legten ihren ersten Global Travel Report vor.

JACKIE MITCHELL

Der diesjährige World Travel Market ist der grösste in der 24-jährigen WTM-Geschichte, mit einem Wachstum der Ausstellerfläche um 3%. Dabei hat Asien seinen Anteil um 9% vergrössert, Afrika ebenfalls; Europa vergrösserte seine Ausstellerfläche um 7%. 190 Länder – ein Rekord – und 119 neu ausstellende Unternehmen und Organisationen zeigten sich am WTM 2003.

5% WELTWEITES WACHSTUM FÜR 2004 VORAUSGESAGT

Die Ankünfte im internationalen Tourismus werden laut Hochrechnung im 2003 um 1 bis 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr abnehmen. Für 2004 – als deutliches Zeichen der Erholung – wird ein Wachstum von 5% vorausgesagt. An der Konferenz zur Präsentation des ersten Global Travel Reports des World Travel & Tourism Council (WTTC), Jean-Claude Baumgarten, zu diesem Trend. Der WTTC vereint die Präsidenten und Vorstände von etwa 100 führenden Unternehmen der weltweiten Reisebranche. Baumgarten sagte: «Erst am Ende des Jahres 2004 werden wir auf dem Niveau des Geschäfts von vor dem 11. September 2001 sein.» Und: «Wir müssen den Outgoing-Tourismus der US-Ameri-



WTM 2003 IN LONDON
World Travel Market 2003 auf dem ExCel-Messe Gelände in London: Europa zeigt seine Attraktivität für wichtige Entwicklungsmärkte, an vorderster Stelle China.

kaner und Japaner neu entzünden (re-ignite). Alle bei uns vereinten Unternehmen – Tour-Operators, Airlines und Hotels – engagieren sich bereits für solche Marketing-Kampagnen; alle ihre Vertreter, mit denen ich spreche, bekunden ihr Vertrauen in das neue Wachstum dieser Märkte.»

CHINA ÜBERHOLT JAPAN ALS OUTGOING-MARKT

China ist dabei, zum grössten Outgoing-Markt in Asien zu werden. Und das mit durchschnittlichen Reiseausgaben pro Person von 2500 Euro (3925 Franken). Knapp hinter China folgt Japan, wobei Frauen über 50 Jahren zu einem wichtigen Gäste-segment werden. Der Global Travel Report des WTM wurde durch die Tourismus-Consultinggruppe IPK International in Zusammenarbeit mit den grossen Reise- und Tourismus-Organisationen erarbeitet. An einer Konferenz zur

Präsentation des Reports, vor einem voll besetzten WTM-Auditorium sagte IPK-Gründer und -Geschäftsführer Rolf Freitag: «Vom Januar bis zum August dieses Jahres gab es ein weltweites Minus der Ankünfte von 4%, aber in Europa nur eines von 2%. Im Juli dieses Jahres gab es einen markanten Turnaround – die Leute begannen wieder zu reisen. Die Resultate für September sind positiv, die Erholung ist in Sicht.»

US-MARKT WIRD SICH ERST 2006 NORMALISIEREN

Freitag betonte: «Die US-Amerikaner fühlen sich unsicher und bleiben lieber nahe bei ihrer Heimat. Der amerikanische Markt wird länger brauchen, um sich ganz zu erholen. Obwohl dieser Markt im Sommer 2003 Wachstum gezeigt hat, wird sein Outgoing-Volumen erst im Jahr 2006 auf das normale Niveau zurückkehren.»

Europas Turnaround sei durch die Kaufkraft-Verbesserung des Euro und den Boom der Billigflüge stimuliert worden, obwohl einige Länder noch von hoher Arbeitslosigkeit und niedrigem Konsumentenvertrauen betroffen seien. Freitag geht von 0,5% Wachstum im Outgoing-Geschäft der europäischen Länder für 2003 aus. Der Winter 2003/04 zeige «gesunde Buchungsstände» – sowohl in den Strand- wie den Schnee-Destinationen.

PREISENKUNGEN FÜHREN ZU «YIELD-PROBLEM»

Zu den grossen Herausforderungen, die Freitag umriss, gehört das «Yield-Problem» (Ertrags-Problem). Er warnte: «Die Leute können Ferien für weniger Geld kaufen, deshalb wird es an manchen Orten schmerzhafte Überkapazitäten geben. Der Billig-Boom der Flugpreise fördert dies.» Der Anstieg der Buchungen via Internet wird als eine weitere Herausforderung angesehen – ein Drittel der Reisenden weltweit benutzen diesen Kanal, sogar in China. Buchungen via Internet seien um 7% angestiegen, auf einen Marktanteil von 54%.

«DAS JAHR DER RÜCKKEHR DES VERTRAUENS»

Die Zahlen des Global Travel Reports zeigen, dass Europäer und Amerikaner im 2003 die Reiseziele in der Nähe ihrer Heimat bevorzugten – in der asiatisch-pazifischen Region fiel die Zahl der europäischen Reisenden wegen der Sars-Epidemie um 25%.

David de Villiers, Vize-Generalsekretär der World Tourism Organisation (WTO), sagte am Londoner WTM 2003: «Wenn 2002 das Jahr der Unsicherheit war, dann wird man sich an 2003 als Jahr der Rückkehr des Vertrauens erinnern.»

Aus dem Englischen von Karl Josef Verding

KURZ UND BÜNDIG

0,5 Promille ab 2005

Der Blutalkoholgrenzwert im Strassenverkehr wird erst 2005 von 0,8 auf 0,5 Promille gesenkt. Die kantonalen Polizeikörper brauchen mehr Zeit für die Umstellung. *DST/sda*

Reklame

KLAFS

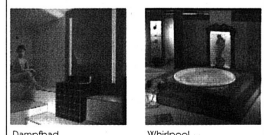
Die Wellnessspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



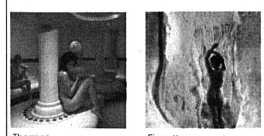
Planung

Sauna / Sanarium



Dampbad

Whirlpool



Thermen

Eigröten

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

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

KLAFS

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

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

L-GAV-LÖHNE 2004

«Keine Selbstverständlichkeit»

Die Minimallöhne im Gastgewerbe steigen im 2004 definitiv um rund 0,7 Prozent. Das hat die Eidgenössische Einigungsstelle entschieden.

SONJA STALDER

Die Würfel sind gefallen: Die Minimallöhne im Gastgewerbe steigen nächstes Jahr um rund 0,7 Prozent. «Der Entscheid der Eidgenössischen Einigungsstelle ist definitiv», sagt Thomas Jaisli, Leiter Rechtsdienst bei hotelleriesuisse. Die Arbeitnehmer-Seite hatte im Vorfeld eine Erhöhung um 3 Prozent gefordert, demgegenüber

hatten sich die Arbeitgeber-Verbände für eine Nullrunde eingesetzt. Die Anpassung um 0,7 Prozent entspricht der prognostizierten Jahrestesuerung.

Die neuen Minimallöhne (siehe Tabelle) gelten ab 1. Januar 2004, für Saisonbetriebe ab Sommersaison 2004. Die Löhne der Kategorien IV a) und b) bleiben dispositiv, sie können somit in einem schriftlichen Arbeitsvertrag auch unterschritten werden. Ebenfalls fortgeführt werden die verschiedenen Reduktionen: Für IHG-Regionen gilt ein Rabatt von 10 Prozent, für unqualifizierte Einsteiger während den ersten sechs Monaten ein Rabatt von 5 Prozent.

«Viele Branchen müssen deutlich stärkere Lohn-Anpassungen hinneh-

men, trotzdem sind die 0,7 Prozent für das Gastgewerbe keine Selbstverständlichkeit», sagt Thomas Jaisli und

verweist auf die wirtschaftliche Situation und die sehr hohen Anpassungen in den Jahren 2001/02.

Minimallöhne 2004

	Bisherige Löhne	Löhne 2004
Kat. I Mitarbeiter ohne Berufslehre	Fr. 3100.–	Fr. 3120.–
Kat. II Mitarbeiter mit abgeschlossener Berufslehre oder gleichwertiger Ausbildung	Fr. 3500.–	Fr. 3525.–
Kat. III Mitarbeiter mit höherer Ausbildung, besonderer Verantwortung oder langjähriger Berufspraxis	Fr. 4210.–	Fr. 4240.–
Kat. IV (obere Führungspositionen) dispositive Löhne	a) Fr. 5290.– b) Fr. 6380.–	a) Fr. 5325.– b) Fr. 6425.–

LUZERN: «WIE REISEN WIR ÜBERMORGEN?» ...

... wohl nicht so ganz anders als heute

180 Touristikerinnen und Touristiker wollten in die Zukunft des Tourismus blicken. Sie nahmen teil an der Veranstaltung der Hochschule für Wirtschaft – Fachrichtung Tourismus – in Luzern: «Wie reisen wir übermorgen?» Fazit: So anders als heute wird wohl nicht gereist.

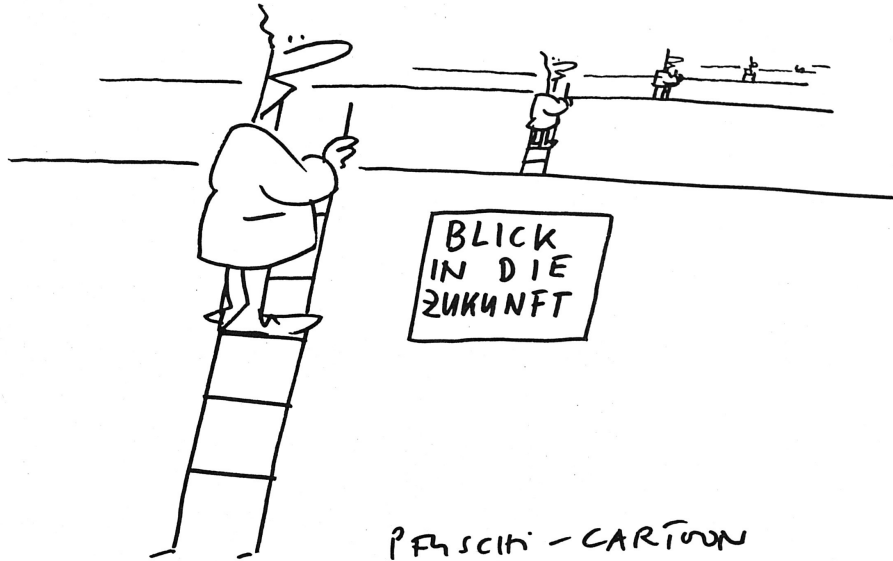
CHRISTINE KÜNZLER

«Wir schreiben das Jahr 2010 – der exzessive Ressourcenverbrauch und der immense Schadstoffausstoss der letzten Jahrzehnte hat die klimatischen Bedingungen auf unserem Planeten grundlegend verändert. Die Wirtschaft liegt am Boden, der Tourismus ist zusammengebrochen...»

Zum Glück werden die Studierenden an der Höheren Fachschule für Tourismus in Luzern im Jahr 2017 ein einmaliges Projekt schaffen: Das «Village 4 Seasons». Dieses Feriendorf wird den Aufschwung bringen: Im Airport Zürich landen täglich 200 000 Gäste. 150 000 davon fahren ins Village 4 Seasons, um das (Ferien)Paradies auf Erden zu erleben. Jeder Gast erhält einen Chip, auf dem sein individuelles Ferienprogramm gespeichert ist und bekommt seinen Personal Trainer zugeteilt. So gehts... Nichts trübt das Ferienglück. Das Wetter ist durchwegs gut, die Temperaturen stabil – keine Hurricanes; Regen nur dann, wenn er erwünscht ist. Einen klitzekleinen Haken hat das Ganze: Das Village 4 Seasons liegt – eingebettet in der Schweizer Berglandschaft – konserviert unter einer 6 Kilometer hohen Glaslocke...

UND EIN BLICK IN DIE NAHE ZUKUNFT ...

So futuristisch, wie sich die Studierenden der zur HSW gehörenden Höheren Fachschule für Tourismus den künftigen Schweizer Tourismus vorstellen, sehen die anderen Referenten an der HSW-Veranstaltung die touristische Entwicklung jedoch nicht. Thomas Bieger, Direktor des Instituts für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Uni St. Gallen, Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, Felix Walter, Programmleiter Forschungsprojekt Verkehr und Umwelt und Daniel Füglistner, Direktor des Hotel Saratz in Pontresina begnügten sich mit einem



P. F. SCHI - CARTOON

Blick in die nähere (und wahrscheinlichere) Zukunft. Die Rolle der advocata diaboli spielte die Zürcher Pfarrerin Katharina Hoby (siehe Artikel unten).

Bieger fordert neue Geschäftsmodelle, Attraktionspunkte und den Wandel vom Tourismus-Gewerbe zur Tourismus-Industrie. Er rät den Touristikern, Anpassungen bei den Produkten vorzunehmen, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Schmid plädiert für eine lückenlosen Destinationsqualität und dafür, teurer und besser als die Konkurrenzländer zu sein. Wer nicht besser sei, müsse eben billiger sein. Der ST-Direktor macht auch neue Kundensegmente aus: Gäste mit wenig Geld und wenig Zeit (Preis), solche mit wenig Geld und viel Zeit (Preis/Erlebnis), Gäste mit viel Geld und wenig Zeit (Dienstleistung/Zeit) und jene, die

viel Geld und viel Zeit haben (Luxus/Unterhaltung).

Walter wünscht sich eine bessere Nutzung der Potenziale der Raumplanung und der marktwirtschaftlichen Instrumente. Grundsätzlich plädiert er dafür, dass Tourismusfachleute an den Verkehr, Verkehrsfachleute an den Tourismus denken.

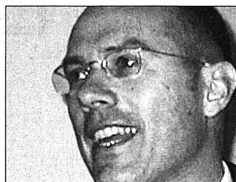
Und Füglistner sieht neben der Bereitstellung «sicherer Werte», wie Er-

lebnis und Infrastruktur, eine Gastfreundschaft mit Fokus auf die Sehnsucht des Gastes, die zu befriedigen, ein «Erfüllungsmanagement mit Herz und Verstand» erfordere.

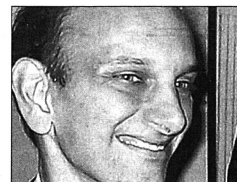
Die Veranstaltung der HSW Luzern (Fachrichtung Tourismus) war Jubiläen gewidmet: 15 Jahre Höhere Fachschule für Tourismus, 10 Jahre Institut für Tourismuswirtschaft, und der Lancierung des neuen Fachhochschulstudiengangs Tourismus und Mobilität.



«Meine Vision sind 20 Topdestinationen und Topunternehmen. Man muss die Starken fördern.» Thomas Bieger



«Das Landeslogo der Schweiz ist die stärkste Marke, auf die wir bauen können.» Jürg Schmid



«Wie reisen die Touristen übermorgen? Sie reisen mehr, aber nicht so anders.» Felix Walter



«Wer ist Gast im Jahr 2015? Gast in der Schweiz ist, wer die Sehnsucht finanzieren kann.» Daniel Füglistner

PFARRERIN KATHARINA HOBY

«Mir ist diese Freundlichkeit nicht geheuer»

Die Zürcher freischaffende Pfarrerin Katharina Hoby spielte am HSW-Anlass die advocata diaboli. Sie erntete für ihre erfrischenden, provokativen und nachdenklich stimmenden Voten viel Applaus. Wir geben hier ihre Rede stark gekürzt und auszugsweise wieder.

BEARBEITUNG: CHRISTINE KÜNZLER

«Ich rege mich gerade nicht über die Billigreisenden auf. Der berühmte Deutsche etwa, für den die Karibikferien grandios waren, weil er dort das beste Gnagi mit Sauerkraut und Münchner Bier bekommen habe. Unheimlich sind mir vielmehr die andern, die ebenfalls unzähligen Touristinnen und Touristen, die es geradezu fanatisch dorthin zieht, wo es angeblich keine Touristen gibt. Die, die uns geradezu beschwörend versichern, sie

gingen in das kleine Restaurant, reserviert allein für Einheimische, wo das üppige Nachtessen samt Wein und Dessert billiger sei als die Suppe samt Hahnenwasser bei Pfarrer Sieber.

ZWEI SICHTEN: GAST UND GASTGEBER

Doch wir reisen nicht nur, wir werden auch bereist. Fast wie kein anderes Land können wir die wunderlichen Aspekte des Tourismus von beiden Polen aus gleichzeitig betrachten, und da sehen wir: einerseits ist der Gast naiv und lächerlich, der Gastgeber andererseits aber – sprechen wir einfach einmal ohne jede Scheu aus – ist verlogen und korrupt. Und das ist auch, das sei deutlich gesagt, überall so: in der Schweiz, in Italien, in Österreich, in Frankreich, in Deutschland.

So ist es auch mit der Freundlichkeit, der Herzlichkeit. Dabei behauptete ich, dass wir Schweizer zwar nicht gerade redigewandt, aber von Natur aus freundlich sind beziehungsweise waren. Doch im Laufe der Zeit nahm

die Freundlichkeit im umgekehrten Verhältnis zum anschwellenden Geldfluss ab. Bald hiess es, die Schweiz sei ein Land von geldgierigen Knoten. Das hätten wir ja noch hingenommen, wenn nicht der Geldsäckel akut bedroht gewesen wäre. Die Touristiker begannen zu wirken. Und siehe da, der

Erfolg ist sensationell. Nur schon meine Bestellung einer Bratwurst mit Kartoffelsalat in Zermatt wird von der Serviererin plötzlich mit freudiger Zustimmung quittiert. Wenn das so weitergeht, sind die Eingeborenen in der Schweiz bald freundlicher als die in Österreich.

DIE NICHT GEHEURE FREUNDLICHKEIT

Mir ist diese nicht wieder entdeckte, sondern eher von der Hotellerie gezeugte neue Freundlichkeit nicht geheuer. Man könnte meinen, der Wein, der laut dem solventen Gast angeblich zapfelet, mache den zutiefst erschrockenen Kellner beinahe untröstlich. Meinetwegen. Aber in der Küche ist ein paar Sekunden später derselbe Gast für denselben Kellner der grösste Trottel und Angeber, der wahrscheinlich nicht einmal einen Mouton Rothschild von einem Sauser unterscheiden könne.

Geld bewirkt vieles. Es macht freundlich, aber – nennen wir das Kind

beim Namen – es ist eine irgendwie korrupte Freundlichkeit. Mit Herz und Seele hat sie nicht viel zu tun.

«WIE REISEN WIR ÜBERMORGEN?»

Wie reisen wir übermorgen? Hier antworte ich nun ganz als Pfarrerin und Seelsorgerin. Ich möchte an ein Gedicht von Hilde Domin erinnern, die sinngemäss schrieb: «Man muss reisen können – und doch sein wie ein Baum, als bliebe die Wurzel im Boden». Wir können nämlich mit unserem Körper tatsächlich in der ganzen Welt herum reisen, aber glücklich werden wir dabei wohl kaum, wenn unsere Seele, unser Herz nicht irgendwo daheim ist. Und daheim sein bedeutet doch, irgendwo einen Menschen zu haben, der einen gern hat und den wir lieben. Einen Menschen, oder gar mehrere, dem es wichtig ist, dass es uns gibt und den uns vermisst, wenn wir nicht da sind.

Und das wird sich wohl auch in 50 oder in 100 Jahren nicht ändern.»



Katharina Hoby

OPERNHAUS BELCANTO GASTRONOMIE

Symbiose von Gastronomie und Kultur

Seit über zwei Jahren leitet Shasta P. Aardema die «Opernhaus Belcanto Gastronomie» im Zürcher «Kulturpalast». Die Aushängeschilder des nicht alltäglichen Restaurationsbetriebs sind das Restaurant Belcanto und vor allem die hochkarätigen Anlässe.

MARTIN J. PETRAS

Wie kein anderer Betrieb in der Schweiz verkörpert die Restauration des Zürcher Opernhauses die Verbindung von Gastronomie und Kultur. Seit über drei Jahren vereint die «Opernhaus Belcanto Gastronomie» alle im Opernhaus und Bernhard-Theater angesiedelten Outlets sowie sämtliche Bankett- und Catering-Aktivitäten unter einem Management.

Die Opernhaus-Gastronomie wird seit über zwei Jahren vom erfahrenen Hotelier und Gastronomen Shasta P. Aardema geleitet. Mit einem Team von durchschnittlich 45 fest angestellten Mitarbeitern sowie rund 130 Aushilfen, die regelmässig zum Einsatz kommen, arbeitet Aardema kontinuierlich daran, ein gastronomisches Pendant zu den renommierten Kulturbetrieben zu schaffen. «Vielseitigkeit und Angebote für alle Gästeschichten», fasst Aardema seine Philosophie zusammen. Wie das Opernhaus, der Zürcher Kulturpalast schlechthin, und das volksnahe Bernhard-Theater, getragen von der leichten Muse, bietet auch die Gastronomie seinem Publikum ein breit gefächertes Programm.

Das Flaggschiff der Opernhaus-Gastronomie ist das 120-plätzig Restaurant Belcanto mit Seeterrassen-Veranda. Gemeinsam mit Küchenchef Paul F. Janssen, der seit vergangener März die Opernhaus-Küchen leitet, möchte Aardema das Restaurant fest in der Zürcher Gastro-Szene verankern, jedoch mit einer «vernünftigen Preis-Leistungs-Politik». Im «Belcan-

Fotos: Martin J. Petras



120 «A-LA-CARTE»-GERICHTE IN EINER STUNDE

Im Restaurant Belcanto herrscht besonders an den fast 300 Opern-, Operetten-, Ballett- und Konzertabenden pro Jahr Hektik. Im Bild: Küchenchef Paul F. Janssen mit Opernhaus-Gastronomie-Direktor Shasta P. Aardema (rechts).



RESTAURANT ATRIUM

Im 110-plätzig Künstler- und Mitarbeiter-Restaurant gibt es warme Küche von 8 Uhr früh bis 23 Uhr abends.

Foto: zug



BANKETTE UND COCKTAILS

Die «Opernhaus Belcanto Gastronomie» bewirbt durchschnittlich rund 100 Veranstaltungsgäste pro Tag.

to», wo an Opernabenden an die 120 «A-la-carte»-Gerichte innerhalb einer Stunde serviert werden, sei ein «Gourmet-Tempel» undenkbar, so Janssen: «Wir machen eine gesunde, moderne Küche mit klassisch-französischem und mediterranem Einschlag».

Insgesamt werden in den Opernhaus-Küchen 500 bis 600 Menus täglich zubereitet, im Durchschnitt werden pro Tag Cocktail- und Bankett-Anlässe für rund 100 Personen durchgeführt. Und ohne Champagner keine (Gastro-)Kultur: Die Opernhaus-Gastronomie hat einen Verbrauch von 12 000 Flaschen Champagner jährlich.

BANKETTE FÜR BIS ZU 1000 PERSONEN

Weitere «gastronomische Bühnen» bilden das Café Esplanade und die Bernhard-Bar, die Piazza-Terrasse, das Künstler- und Mitarbeiter-Selbstbedienungs-Restaurant Atrium sowie die sieben Opernhaus-Bars, die an Opernabenden von bis zu 1200 Personen gestürzt werden und wo innert 20 Minuten ein Umsatz von rund 7000 Franken erzielt wird. Dazu kommen verschiedenste Veranstaltungen mit Dinern und Buffets in den Opernhaus- und Theaterräumlichkeiten. Im November und Dezember findet im Bernhard-Theater wieder das «Ess-Theater» statt. Und genauso stehen regelmässig gastronomische Top-Events mit Spitzenköchen wie Horst Petermann, Georges Wenger oder André Jäger auf dem Programm.

Die Grossanlässe im Opernhaus für bis zu 1000 Personen sind zum festen Bestandteil des Zürcher Gesellschaftslebens geworden. So wird zum Beispiel am kommenden 27. März bereits zum zweiten Mal der Opern-Maskeball im Zürcher «Kulturpalast» durchgeführt.

Und dass sich in den erlauchten Hallen auch ganz illustre Gäste gastronomisch verwöhnen lassen, demonstrierte auch eine Veranstaltung vom letzten Oktober, als Königin Silvia von Schweden 400 Gäste zu einem «Menu Royal» eingeladen hatte.

CARLTON RESTAURANTS & BAR

«Aus der Not eine Tugend gemacht»

Seit über vier Jahren wirken Daniela und Markus Segmüller in den Carlton Restaurants & Bar. Sie machen mit innovativen Events von sich reden.

MARTIN J. PETRAS

«Zu unseren After-Work-Partys kommen bis zu tausend Personen», sagt Daniela Segmüller von Carlton Restaurants & Bar. Die seit bald drei Jahren sehr erfolgreiche «5 nach 6»-Veranstaltung werde von einem gemisch-

ten Publikum zwischen 20 und 45 Jahren besucht. Zur «After-Work-Party» verwandelt sich das «Carlton»-Restaurant jeden Dienstagabend in ein trendiges Party-Lokal, wo die Gäste bei House, Funk & Soul abtanzen und ihren Feierabend feiern können, so die «Carlton»-Chefin.

Vor über vier Jahren übernahmen Daniela und Markus Segmüller den bekannten Betrieb im Zürcher Geschäftszentrum, unweit von Bahnhofstrasse und Paradeplatz, wo es bekanntlich nach Büro- und Ladenschluss eher ruhiger zugeht. Mit viel Engagement und Fantasie organisiert das initiativ Gastronomen-Paar re-

gelmässig verschiedenste Events, «um die Räumlichkeiten besser auszulasten». Etabliert hat sich bereits das «Ciné & Diner», das ab Januar wieder jeden Mittwoch angeboten wird. Das Paket beinhaltet für 59 Franken pro Person eine Vor- und Hauptspeise im Restaurant vor dem Kino, den Kinobesuch sowie Kaffee und Dessert nach der Vorstellung. Beliebt ist auch der «English Afternoon Tea», der jeweils an Nachmittagen vom Mittwoch bis Freitag durchgeführt wird.

Die neueste Event-Kreation der Segmüllers, die dieses Jahr mit 40 Mitarbeitern einen Umsatz von 6 Millionen Franken anstreben, zielt auf die

Zürcher Party-Gänger. Für 48 Franken können sich die Gäste jeweils an Samstagen unter dem Motto «Eat to the Beat» in «cooler und relaxer Atmosphäre zu Chill-out-Sound» ein Drei-Gang-Menü schmecken lassen.

NEU HEISST ES «EAT TO THE BEAT»

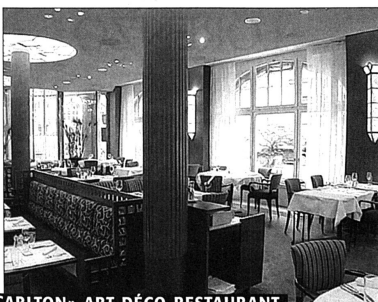
Nach dem Essen geht es «auf die Piste». Im Preis inbegriffen ist der Eintritt zu drei ausgewählten, sich abwechselnden Zürcher In-Clubs. «Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht», so Daniela Segmüller über die zahlreichen Event-Aktivitäten: «Wir

müssen an unserem besonderen Standort jede Gelegenheit nutzen, um neue Gästekreise zu gewinnen.»

Für «Wine & Dine» und Degustationen kann auch der mehrfach ausgezeichnete «Carlton»-Weinkeller gebucht werden, der eine Auswahl von 700 verschiedenen Weinen bietet.

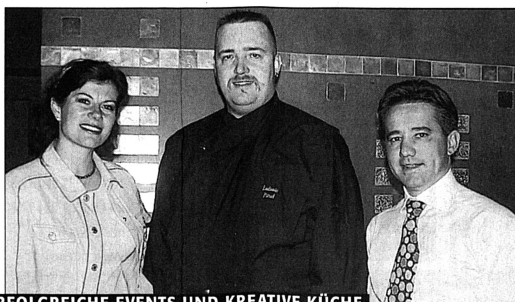
Neu ausgerichtet wurde das Art-Déco-Restaurant: Seit vergangener Mai sorgt der junge französische Küchenchef Ludovic Pitrel, der als Souschef im Sterne-Restaurant Ermitage am See in Küsnacht bekannt wurde, für eine hochstehende mediterrane Küche, die auf Spezialitäten des ganzen Mittelmeerraums basiert.

Fotos: Martin J. Petras



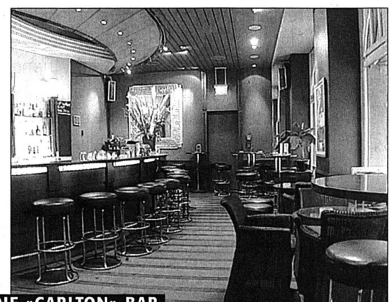
«CARLTON»-ART-DECO-RESTAURANT

Neben dem Restaurant stehen auch Locanda, Bar, Weinkeller und Terrasse für Bankette und Events zur Verfügung.



ERFOLGREICHE EVENTS UND KREATIVE KÜCHE

Initiativ Gastro-Team: Das «Carlton»-Pächter- und -Geschäftsführer-Paar Daniela und Markus Segmüller mit Küchenchef Ludovic Pitrel (Mitte).



DIE «CARLTON»-BAR

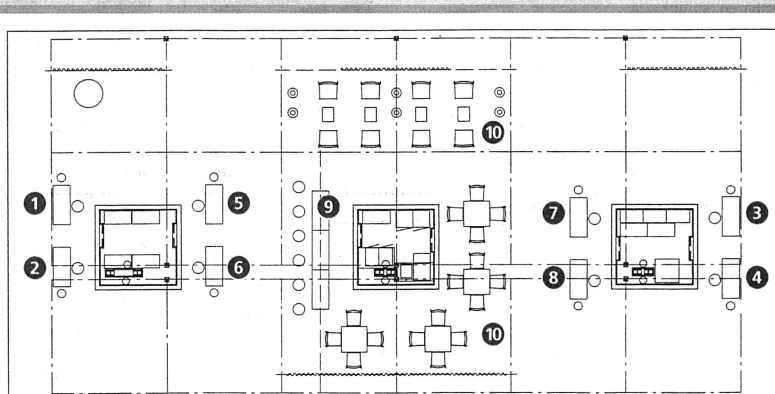
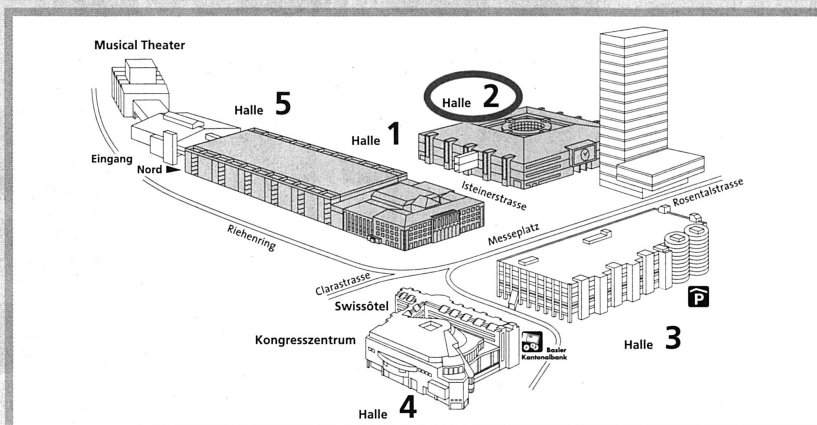
Zürcher Zentrums-Treffpunkt zum Feierabend: «Swinging-Cocktail-Bar» im Art-Déco-Stil mit Chill-out-Musik.

**Besuchen Sie uns in der Halle 2² am Stand I05.
Wir freuen uns!**

2003 präsentieren wir uns an der IGEHO, welche vom 21. bis zum 25. November auf dem Basler Messegelände stattfindet, zum ersten Mal in «the world of inspiration». Das einmalige Messe-Konzept der Sonderschau «the world of inspiration», das auf hochwertige und innovative Gesamt-Lösungen setzt, hat uns als Umfeld für unseren Auftritt überzeugt.

Wir setzen ganz auf die **Präsentation der Kernkompetenzen**: Medien, Beratung, Hotel-Klassifikation, hotel-job, Beruf & Bildung sowie Öffentlichkeitsarbeit & Politik. Mitarbeitende aus all diesen Bereichen sind an unserem Stand während der IGEHO anwesend. Auch die mit uns verbundenen Hotelfachschulen Thun und Lausanne sowie die HOTELA Sozialversicherungen sind bei uns präsent.

Weitere wichtige Informationen über die IGEHO 03 finden Sie auch unter www.swisshotels.ch und www.ige-ho.ch



Beschreibung

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1 Wirtschaftspolitik / Rechtsberatung / Kommunikation | 6 École hôtelière de Lausanne (EHL) |
| 2 Hotelklassifikation / Hotelführer / Mitgliederbetreuung | 7 Beratung und hoteljob |
| 3 Medien | 8 Hotelfachschule Thun (HFT) |
| 4 Wirtschaftspolitik / Rechtsberatung / Kommunikation | 9 Bar |
| 5 Beruf und Bildung | 10 Lounge |

Wir danken unseren Unterstützern, die diesen Auftritt möglich gemacht haben:



Der ästhetisch anspruchsvolle Auftritt wurde von der Bel Etage AG in Willisau realisiert. Bel Etage versteht sich als Trendsetter für umfassende Hotellerie- und Gastronomiekonzepte mit aufeinander abgestimmten Komponenten, wie Innenarchitektur und Ambiente, Marketing und Betrieb. Hohe Qualität aller Leistungen, verbunden mit hohem Kundennutzen, sowie die ganzheitliche Abstimmung aller Ambiente-Faktoren sind für Bel Etage vorrangige Anliegen.

création baumann

VALSER

KFF

**m
MEIKO**

ege

TEPPICHBODEN

HOWEG

Ihr Gastronomie-Spezialist • Votre spécialiste de la gastronomie
Reservatstrasse 1, 8953 Dietikon
Tel. 01 746 55 55, Fax 01 746 55 56
www.howeg.ch

LRG. Licht + Raum AG
Hinterer Schermen 44
CH-3063 Ittigen
Tel. +41 (0)31 924 77 88
Fax +41 (0)31 924 77 80
licht@LRG.ch
www.lichtraum.ch

LICHT+RAUM
EINLEUCHTENDE KONZEPTE



NOVIA

SCHREINER MONTAGEN AG
dietsche

**MASTRO
LORENZO**



BERGHÜTTEN / Zu ihren Gästen gehören immer häufiger auch Nicht-Bergsteiger, die komfortable Angebote schätzen. SEITE 10



HOTELLERIESUISSE / Die DV am 27. November in Olten entscheidet über die Revision der Hotelklassifikation. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

MARKETING-ALLIANZ

Zürich: «Cool Capital»

Zürich Tourismus sucht die Vernetzung mit Partnern – auch ausserhalb der Branche. Und ab 2004 gehört Zürich zur Marketing-Allianz «Coolcapitals».

KARL JOSEF VERDING

Frank Bumann, seit einem halben Jahr Zürcher Tourismusdirektor, bezeichnet die Vernetzung von Zürich Tourismus mit Partnern in Stadt und Kanton sowie mit europäischen Partnern als «ungünstig». Es gelte nun, mit der Zürcher Wirtschaft und Politik «am gleichen Strick zu ziehen», sagte Bumann an einem Zürcher Medienfrühstück. Was die «key partner» von Zürich Tourismus betrifft, so wird deren Anzahl zugunsten der «Exklusivität» auf fünf bis sieben begrenzt. Erster «key partner» ist die Hirslanden Privatklinikgruppe. Als weitere Partner kann sich Bumann zum Beispiel Lindt & Sprüngli sowie die Boutiquen der Bahnhofstrasse vorstellen.

MARKETING-ALLIANZ MIT AMSTERDAM UND WIEN

Der Direktor von Zürich Tourismus setzt auf eine «moderne Markenpositionierung in kaufkräftigen Kundensegmenten». Er zeigt sich aber auch «sehr froh über die Low-Budget-Hotels», die «gute Qualität für zwei Personen unter 100 Franken» bieten. «Vorrangige Gästegruppe» für Zürichs Tourismus-Marketing seien die DINKs (Double Income, No Kids).

Unter dem Dach der «Coolcapitals» will sich Zürich zusammen mit den Gründern Amsterdam und Wien in Amerika bei einem jüngeren, kaufkräftigen Publikum bekannt machen. Das integrierte Marketing-Programm «Coolcapitals» besteht seit einem Jahr; das dritte Gründungsmitglied Berlin musste wegen seiner kommunalen Finanzprobleme ausscheiden. Zürich ist Mitglied ab 2004; seine Finanzierung hierfür beträgt insgesamt 200'000 US-Dollar (274'000 Franken) pro Jahr. Zürich Tourismus wird dabei unterstützt durch die Zürcher Hoteliers, die Stadt Zürich, die Flughafen Zürich AG und die Wirtschaftsförderung der Greater Zurich Area. Ein wichtiger finanzieller und organisatorischer Partner ist auch Schweiz Tourismus (ST), New York: ST koordiniert die Aktionen mit den beiden anderen nationalen Tourismusverbänden.

Auf das Jahr 2005 wird die Erweiterung der Allianz angestrebt – bis auf maximal fünf bis sechs Partnerstädte. Barcelona und Kopenhagen haben bereits ihr Interesse angemeldet.

ST-WINTERKAMPAGNE

Winter soll Turnaround bringen

Basierend auf der «zu erwartenden Entwicklung der weltweiten geopolitischen Lage», rechnet Schweiz Tourismus mit dem Turnaround der Branche in der Wintersaison. «Wir gehen von einer Logiernächte-Steigerung von 1,1% aus», sagte ST-Direktor Jürg Schmid.

KARL JOSEF VERDING

Schweiz Tourismus (ST) investiert 6,2 Mio. Franken in das Marketing der Wintersaison 2003/2004. Diese Summe soll durch Investitionen der Kampagnenpartner – Berner Oberland, Genferseeregion, Graubünden, Ostschweiz und Liechtenstein, Wallis, Zentralschweiz und Zürich – «noch deutlich vergrössert» werden. Noch im Herbst und dann im frühen Winter sollen 6,2 Mio. Broschüren, die den Schweizer Winter zum Inhalt haben, weltweit an potenzielle Wintergäste abgegeben werden. 5,2 Mio. Besucher werden von November 2003 bis März 2004 auf der ST-Website MySwitzerland.com erwartet, die sich im Winterkleid präsentiert.

«Für den kommenden Winter rechne ich mit einer sanft steigenden Nachfrage und damit mit dem Turnaround im Schweizer Tourismus. Wir gehen gemäss unseren Hochrechnungen von einer Steigerung der Logiernächte um 1,1% aus», sagte ST-Direktor Jürg Schmid bei der Lancierung der Winterkampagne in Zürich. Die Umsatzsteigerung werde – auch wegen der zuletzt gewachsenen Euro-Kaufkraft in der Schweiz – stärker sein.

Erstmals bezieht ST auch die Skiweltcup-Orte in die Winterkampagne ein. An der Zürcher Lancierung der Kampagne nahmen Jean-Daniel

Foto: Swiss-Image



SPRUNG IN DEN WINTER

Gute Schneeverhältnisse in den Schweizer Höhenlagen, wie hier im Engadin, lassen die Saison früh beginnen. Die Wintereröffnung mit der ersten Snow-Night auf dem Piz Corvatsch wurde um eine Woche auf den morgigen Freitag vorgezogen.

Mudry, Direktor von Swiss Ski, und Skirennfahrer Didier Cuche teil. «Wir und Schweiz Tourismus haben ein gemeinsames Ziel», erklärte Mudry: «Wir wollen die Österreicher schlagen.»

WINTERKAMPAGNE: NEUER ZIELMARKT RUSSLAND

Hauptmärkte der Winterkampagne von Schweiz Tourismus sind die Schweiz, Benelux, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Italien, Nordamerika und – erstmals als Zielmarkt einer ST-Hauptkampagne –

Russland. Der russischen Klientel wird die Botschaft des Schweizer Winters über eine Plakataktion in Moskau, sowie mit 250'000 russischsprachigen Broschüren, über die Website MySwitzerland.ru und durch «eine starke Präsenz in russischen Reisebüros» näher gebracht.

Weitere gezielte Aktivitäten der Winterkampagne umfassen Direktmailings an eine Million Wintersportler in Nordamerika, Plakataktionen in der U-Bahn in London, Spezialbelagen in allen bedeutenden Wintersportzeitschriften, Direktmailings an

alle BMW-Fahrer in Deutschland sowie Promotionen in Skihallen in Holland – den Orten, an denen viele Holländer die erste Bekanntschaft mit (Kunst-)Schnee machen.

«Ein bisschen höher» als die Konkurrenz liege die Schweiz ohnehin, stellte ST-Direktor Jürg Schmid beim Winter-Start fest. Mit 29 Wintersportgebieten über 2800 Metern erziele sie «mit Abstand den Europarekord». Ein Vergleich der 40 Top-Destinationen der Schweiz und Österreichs ergebe, dass die Schweizer Winterorte im Durchschnitt 516 Meter höher liegen.

Unterstützung

Bereits zum zweiten Mal nach 2001 beteiligt sich hotellerie suisse an der Winterkampagne von Schweiz Tourismus. Zur Vermarktung von Pauschalangeboten von Schweizer Hotels während der Wintersaison setzt hotellerie suisse auch die eigene Plattform auf ihrer Website www.swisshotels.ch/hotels ein: Der Online-Promotionskanal Last Minute CH soll auch im kommenden Winter preisgünstige Specials bereit halten – für die Buchung via Telefon, Fax oder Internet. KJV

Neuer Partner

RailAway, der Freizeitanbieter der SBB, ist neuer «key partner» von Schweiz Tourismus für die Winterkampagne. Mit dem gemeinsamen Prospekt «Schneezeit», der Snow'n'Rail-Packages sowie Übernachtungsangebote beinhaltet, soll dem Gast «Fullservice» geboten werden. Auch im Bereich Kommunikation wird zusammengearbeitet: Unter anderem wird während vier Wochen an allen Schweizer Bahnhöfen ein Schwerpunkt rund um die Winterkampagne umgesetzt. KJV

Mehr Sicherheit

«Sicherheit beginnt bereits vor der Saison», betonte Felix Maurhofer von Seilbahnen Schweiz. Die gemeinsamen Anstrengungen von Seilbahnen, Schneesportlehrern, Personal im Sportfachhandel, und Schweizerischer Beratungsstelle für Unfallverhütung bfu (mit der Kampagne «Enjoy sport – protect yourself») werden verstärkt. 35–40% des Winteraufwands der Seilbahnen fliessen in den Bereich Sicherheit. 2500 Pisten- und Rettungsfachleute sichern und kontrollieren 7300 km Pisten. KJV

Alpine Wellness

Eine «tolle Entwicklung» sei das Wachstum des Wellness-Tourismus, stellte ST-Direktor Jürg Schmid beim Winter-Start fest. Ab Frühling 2004 soll eine länderübergreifende Kooperation mit einer neu gegründeten GmbH agieren: Alpine Wellness International (AWI). Ihre Partner sind: Südtirol Marketing; Bayern Tourismus; Verein Alpine Wellness, Österreich; Schweiz Tourismus, Zürich. Die GmbH soll den Aufbau eines Kompetenzzentrums sowie die Vermarktung vorantreiben. KJV

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

eco bar
Die beste Adresse
für Minibars
und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise
Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

Oh
Pastamia!
Conva
ConvaTech AG
Gaisbergstrasse 46
8280 Kreuzlingen
Tel. 071 677 98 86
Fax 071 677 98 89
info@convatech.ch
www.convatech.ch

Miele
Service-Abonnement.
Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

noteljob
Die Stellenvermittlung
für Hotellerie
und Gastronomie
Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?
Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swisshotels.ch
www.hoteljob.ch

BRITA®
Professional
Innovative
und kostensparende
Wasserfilter-Systeme
für die Gastronomie
www.brita.ch

HESSERUnternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration**Wir verkaufen - vermieten
Ihren Betrieb ...**Haben Sie einen interessanten Betrieb
zu verkaufen - zu vermieten?Haben Sie eine Dokumentation welche
das wirtschaftliche Potential Ihres
Betriebes aufzeigt?Wir haben die Kontakte zu den Interessen-
ten, welche eine neue Herausforderung
suchen oder sich selbstständig machen wollen.Poststrasse 5, CH-8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06Zu verpachten ab 01.01.2004
gongebäude und Bekanntheit**RISTORANTE PIZZERIA**
Im Zentrum von Basel

- Günstiger Mietzins
- Umsatz Fr. 900.000,- bis Fr. 1.000.000,-
- Langfristiger Vertrag für ca. 10 Jahren
- Holzofen
- alle Maschinen sind neu
- Kapitalbedarf ca. Fr. 200.000,-
- Bargeh. Fr. 150.000,- und den Rest mit

Solvente Interessenten melden sich bitte
unter 079 408 65 02**Goldingen SG**

Zu verkaufen / vermieten im Dorfkern Goldingen

Landgasthof „RÖSSL“Bekanntes Restaurant (25 Plätze) mit sep. Saal (70
Plätze). Kleine Bar. Viele Nebenräume. Genügend
Parkplätze. Separate 6-Zimmer-Wohnung im OG.
Liegenschaft grösstenteils renoviert. Andere Nutzung
möglich. VP Fr. 680.000,- (Pacht Fr. 2900,- exkl.).**STADLER** 8645 JONA
IMMOBILIEN Telefon 055 225 39 39
www.stadler-immo.chWir suchen für eine Investoren-
gruppe ein**4- bis 5-Sterne-Hotel
zum Kauf**in der Region Zürich, Luzern,
Interlaken, Lugano, Basel
mit ca. 50 bis 100 ZimmernAngebote nehmen wir gerne entgegen:
MS Baureuhand AG
z. H. Frau N. Schuler
Glärnischstrasse 18, 8002 Zürich
T: 01 280 68 60 / F: 01 280 68 62

158809/428972

158791/409202

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

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

Herr Urs Gsell persönlich

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

Restaurant Sonne Oberuster sucht neue/n

Wirt/in ab März 2004Restaurant und Bar mit 60, Boulevard-Terrasse mit 18 und Saal
mit 80 Bankett-Plätzen.Das ehrwürdige Haus besteht als Taverne seit 1798 und wurde
1989 total renoviert. Wir wünschen uns die Sonne als lebendi-
gen Treffpunkt und gutes Esslokal mitten in einem spannenden
Quartier. Dem/der neuen Wirt/in bieten wir guten Support und
faire Bedingungen.

Genossenschaft Gewo Züri Ost

Dokumentation unter www.gewo.chWeitere Auskünfte und Unterlagen:
Jean-Pierre Kuster, Direktwahl 01 905 80 04
oder Peter Hegelbach, 01 042 40 60.

158810/428992

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION**Lago di Lugano**Wir vermieten direkt am Luganer-
see in bekanntem Ferienort ein
gepflegtes Restaurant.Wenn Sie dieses Angebot interessiert,
erwarten wir gerne Ihre Kontaktaufnahme.Poststrasse 5, CH-8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06**Splügen der attraktive
Sommerferien- und Wintersportplatz**Zu verkaufen
im Dorfkern**Café/Restaurant**

Auskunft: 079 610 27 82

158816/428994

IMMOBILIEROpportunité à saisir à Moutier (JU):
A vendre pour raison de santé**Restaurant du Soleil**3 salles, 70 places, 5 appartements avec
cachet, dont deux avec cheminées.
Excellente situation, centre-ville.
Rendement 12,7%.Prix de vente: Fr. 750.000,-
IMMO-SERVICE S.A. - 2738 COURT
Tél. 032 497 01 80 ou 076 588 10 23 (Mme Celli)
www.immoservice-jura.ch**Tout sur Internet et les
bénéfices nets.**Abonnements et annonces:
tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23**Hotel zu verkaufen**in den Zentralschweizer Bergen.
Gute Gelegenheit für tüchtige Leute.
Ca. 90 Betten.Interessenten nehmen bitte Kontakt
auf unter 001 718 384 2058 oder 001
718 431 5063 ab 14.00 Uhr.
(evtl. Fax 001 718 218 8853)

158809/428972

Zu verkaufen oder zu verpachten
auf Frühling 2004 in der Ostschweiz**HOTEL-RESTAURATION**- mit Bauland
- aus langem FamilienbesitzAnfragen unter Chiffre 158586, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

158586/96240

ANZEIGEN**URMAX: Aktuell****Weihnachten
bei URMAX!**

Verkauf - Vermietung - Beratung

**100%
WIR**Oberdorfstrasse 18 - 5722 Gränichen
Steinenvorstadt 73 - 4051 Basel
Zähringerplatz 15 - 8001 Zürich
www.urmax.ch**URMAX**

Die Nr.1 in Sachen Deko!

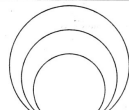
Neuersilberunglassen Sie am besten
vom Fachmann aus-
führen!An der IGEHO
Halle 2.1
Stand C 58**STERNEGG AG**
8201 Schaffhausen

Tel. 052 625 12 91

Das Schnäppchen:

EuroCave Weinklimaschrankneuwertig, in ausgezeichnetem Zustand,
mit Präsentationsablagen und Glasfächer,
für ca. 100-150 Flaschen.VP Fr. 2500,- (NP Fr. 4500,-)
Tel. 052 305 25 05 oder 079 207 46 12

158697/389613



DAS BUCH ZUM THEMA

«PROFITABLES F&B MANAGEMENT»
VON URS SCHAFFERDas einzige Buch, das dieses Thema umfassend, ganzheitlich und in sehr
verständlicher Form behandelt. Das Werk ist voller Tricks und Tipps die Sie
sich sofort in der täglichen Praxis umsetzen können.Erfahren Sie, wie Sie Ihren Umsatz sofort um mindestens 6% bis 8% und
den Gewinn um 8% bis 10% steigern können. Erfahren Sie, wie Sie Ihr An-
gebot auf das Zielpublikum ausrichten können und dadurch die Gäste immer
und immer wieder kommen, weil sie begeistert sind. Erfahren Sie, wie Sie
die Küchenrendite nachhaltig verbessern können.Erfahren Sie, wie Sie erfolgreicher werden und das mit weniger Aufwand
und viel mehr Spass an der Arbeit!Kurz, lernen Sie alles, was es im F&B zu wissen gibt! Das alles in einem
Buch, das beim Lesen Spass macht!Ein Muss für alle F&B Profis, Küchenchefs, F&B Manager, F&B Verant-
wortliche, Betriebsinhaber, Unternehmer und solche, die es werden wollen
- kurz - ein Buch für Sie!

Bestellen Sie jetzt!

NUR FR. 58.- MIT MARKETINGLEITFADEN

(Plus Fr. 7.- Versand- und Verpackungskosten)

Profitieren Sie jetzt gleich! Rufen Sie jetzt an SCHAFFER CONSULTING
061 681 12 26. Eine Leseprobe sehen und direkt bestellen können Sie auch
unter folgender Homepage.www.schaffer-consulting.ch

428899/158719

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhrenab Fr. 598.-,
rechnende Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- exkl. MwSt.
Stets rev. Occ. mit Garantie.Jäggi+Co., Uhrenanlagen
Lys: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61
www.jaeggli-co.ch

154415/330280

www.zuendhoelzer.chBeauftragen Sie uns,
den Völkern in Not
medizinisch beizustehen.Postfach, 8030 Zürich
PK 12-100-2**GASTRONOMIE-ARTIKEL-
INSOLVENZ-VERKAUF**

Im Auftrag des Insolvenzverwalters, Herrn RA Tonhäuser, verkaufen wir

I. vom 20. bis 22. Nov. 2003:**Lager in 93352 Bacht/Rohr i. NB (GERMANY)****II. vom 24. bis 29. Nov. 2003:****Lager in 74249 Jagsthausen (GERMANY)**

Gastronomieartikel aus der Insolvenzmasse der Firma

sowie gebrauchte Bäckerei-

maschinen und Gastronomieartikel

einer anderen Einlieferfirma

lagernd in I. 93352 Bacht/Rohr i. NB (GER), Abensberger Str. 1

II. 74249 Jagsthausen (GER), Hauptstrasse 62

Ca. 600 Pos. (93352 Bacht), ca. 3.000 Pos. (Jagsthausen):

Spülen, Edelstahl-Möbel, Kühlgeräte, Backöfen, Heißluftöfen, Herde,

Abzugshauben, Kombi-Dämpfer, Kocher, Fritteusen, Salamander

Mikrowellen, Pizza-, Döner- und Hähnchengrills, Kaffeemaschinen, Mixer,

Küchenmaschinen, Kleingeräte, Gastronomiebehälter, Töpfe,

Pfannen, sonstige Gastronomieartikel, div. Ersatzteile, Bäckerei-

maschinen und -zubehör, u.v.a.m.

Fritz Huber **FH** Auktionen

Tel: ++49-(0)89-148830810, Fax: ++49-(0)89-148830850

Internet: www.auktionen-huber.de, E-Mail: info@auktionen-huber.de

Bitte fordern Sie unseren kostenlosen Katalog an!

Besichtigung: 93352 Bacht (GER): 20. bis 22. Nov. 2003 je von 8.00-17.00 Uhr

74249 Jagsthausen (GER): 24. Nov. bis 29. Nov. 2003 von 8.00-17.00 Uhr

Vom Genfersee bis zum Bodensee.

Abonnieren und Inserieren:

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

Noch fehlen 7 Mio. Franken

Reka Urmäsch. Die Feriendorf Urmäsch AG hat ihre Finanzierungsaktion bis ins Frühjahr 2004 verschoben. Laut «St. Galler Tagblatt» sind von den angestrebten 11 Mio. Franken Eigenmittel erst rund 4 Mio. Franken gesammelt. Das Bearbeiten der Gesuche erfordert mehr Zeit als erwartet, sagte Stefan Frischknecht, Geschäftsführer des Reka-Feriendorfs. Insgesamt rechnen die Verantwortlichen mit Kosten von 19 Mio. Franken. SST

Mehr Bergbahn-Gäste

Oberengadin. 20 Prozent mehr Einnahmen beim Ticketverkauf: so lautet die Sommerbilanz der neun Oberengadiner Bergbahnen mit Sommerbetrieb. Nicht ganz mithalten konnte die Berggastronomie mit einem Plus von knappen 8 Prozent.

Den Erfolg erklären sich die Bergbahnen Engadin/St. Moritz nicht nur mit dem schönen Wetter, sondern auch mit dem verbesserten Erlebnispotenzial. Attraktionen wie die Gletschergrotte am Corvatsch

oder der Kinderspielplatz auf Muottas Muragl hätten für zusätzliche Gäste gesorgt, heisst es in einer Pressemitteilung. Furtschellas, Corvatsch und Diavolezza führen ihre markant höheren Frequenzen auch auf die Akzeptanz des Halbtax-Abonnements zurück.

Ebenfalls erfreulich entwickelt hat sich die Piz Engiadina Card, der Bergbahnpass für Einheimische: Die Zahl der verkauften Pässe ist im Vergleich zum Vorjahr um rund 25 Prozent gestiegen. SST

240 000 Franken für Startnummern

Ski-Weltcup in Flims. Vom 19. bis 21. Dezember macht der Ski-Weltcup mit den Damen in der Alpenarena einen Zwischenhalt. Die FIS stellt der Destination kleinere Werbeflächen auf Torflaggen bei Start und Ziel sowie auf den grossen Interview-Wänden zur Verfügung. Weitere Werbeflächen hat die Alpenarena laut einem Bericht der «Südostschweiz» aus Budgetgründen nicht eingekauft. Ein Blick in die Preisliste der zuständigen Agentur zeigt weshalb: Wer als Start-

nummernsponsor bei der Damen-Abfahrt am 20. Dezember dabei sein möchte, muss 240 000 Franken hinblättern. Die Startnummern für den tags darauf stattfindenden Super-G gibt es für 190 000 Franken. Werbebanden sind ab 40 000 Franken zu haben, die Werbung auf den Torflaggen kostet bei der Abfahrt 60 000, beim Super-G 50 000 Franken.

Ebenfalls keine Werbeflächen erworben hat Graubünden Ferien. Für den Direktor Olivier Federspiel würde ein

Engagement nur dann Sinn machen, wenn es kontinuierlich wäre, «also fünf bis sechs Mal in einer Saison erfolgen könnte». Ein solches Engagement würde aber mehrere hunderttausend Franken kosten.

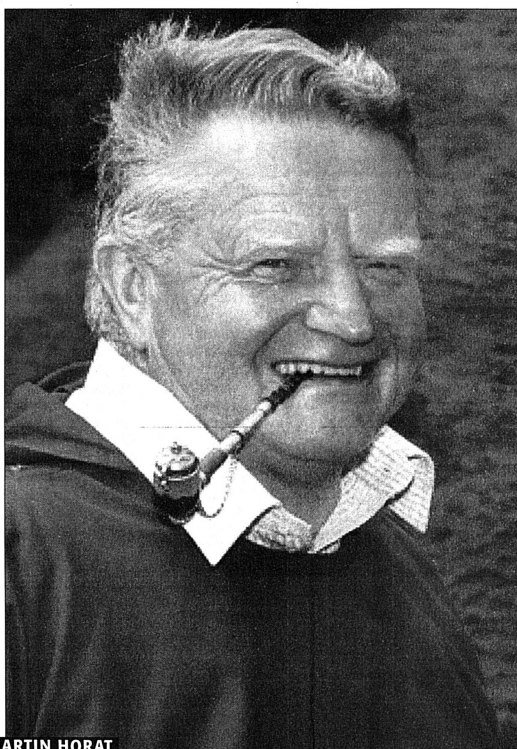
Die Verantwortlichen von Graubünden Ferien hatten bei den alpinen Ski-Weltmeisterschaften im Februar in St. Moritz harsche Kritik ernten müssen. Grund dafür war die fehlende Präsenz der touristischen Dachorganisation an diesem Grossanlass. SST

MARTIN HORAT

«Winter wird ein Riesenerfolg für Hoteliers»

Martin Horat ist Wetterprophet. Er gilt als einer der besten und bekanntesten Muotathaler Wetterfrösche. Die Wintersaison 2003/2004 werde schneereich, bis tief in die Niederungen – so verspricht es seine Voraussage. Sogar noch im April werde es zünftig schneien.

Foto: zyg



MARTIN HORAT

Der Prophet mit der Schwyzerpfeife: Martin Horat verkündet der Schweizer Hotellerie eine schneereiche Wintersaison vom November bis zum April.

INTERVIEW: SIMONE LEITNER

Herr Horat, wie viel Schnee sagen Sie und Ihre ebenso berühmten Kollegen für die kommende Wintersaison voraus?

Wir sind uns einig: Es wird ein schneereicher Winter, auch in tieferen Lagen. Viele Niederschläge bei nicht allzu grosser Kälte.

«Es wird ein schneereicher Winter, auch in tieferen Lagen.»

Mit Ihren Sommerprognosen – nass und kühl – haben Sie mächtig daneben gehauen. Ist das schlimm für Sie?

Ich konnte ohne Bodyguard nicht mehr unter die Leute. – Nein, nein, das ist nur ein Scherz; ich sehe meine Prognosen immer auch ein wenig mit Humor. Aber den Bodyguard habe ich als Gag tatsächlich engagiert. Er bewachte übrigens vor 20 Jahren den Papst, als dieser 1983 Einsiedeln besuchte.

Glauben Sie etwa gar nicht an Ihre Prophezeiungen?

Ich habe eine Begabung. Diese ist unumstritten, und ich erkenne auch anhand von Naturzeichen die Wettertendenzen der kommenden Monate. Das ist kein Witz. Und meine Trefferquote ist bekanntlich sehr hoch.

Zur Person

Der 59-jährige Martin Horat ist einer der sechs berühmten Muotathaler Wetterpropheten – auch Wetterfrösche oder Wettermissionare genannt. Jeder einzelne der sechs Innerschwyzer Meteorologen gibt jeweils für die kommende Saison die Wettervorhersage bekannt. Schlusslich werden diese Prognosen mit Punkten bewertet. Martin Horat ist der Beste. Für den vergangenen Sommer hatte er allerdings kein gutes Gefühl. Er prophezeite schlechte Sommermonate und wurde im Rating letzter. Doch Horats Credo heisst Humor, schlusslich gilt er als guter Unterhalter mit einer grossen Fangemeinde. SLS

Gut, kommen wir auf den Punkt. Wie wird das Wetter in den nächsten Monaten?

Es steht uns in der ganzen Schweiz eine schneereichere Wintersaison bevor. Die Schweizer Hoteliers werden sich am lauten Klingeln der Kassen erfreuen.

«Die Hoteliers werden sich am lauten Klingeln der Kassen erfreuen.»

Haben Sie genauere Daten für Ihre Aussage?

Schon Mitte November wird es Schnee bis tief in die Niederungen geben. Die zweite Novemberrhälfte wird von föhnigen Aufhellungen dominiert werden. Und auch der Dezember wird nass und kühl. Am Klausentag wird man vielerorts Schnee schauen. Und dann gibt's noch mehr Schneefälle im Dezember, ganze 14 Tage lang.

Für die Tourismusbranche scheint die Wintersaison ein Erfolg zu

werden. Und Weihnachten offenbar ein weisses Highlight?

Es wird weisse Weihnachten geben. In diesem Jahr auch im Flachland. Für den Monat Januar sage ich viel Nebel, auch Hochnebel voraus. Und Mitte Januar eine Hochdrucklage. Das letzte Drittel im Januar allerdings wird regnerisch und ungemütlich. Es kann bis 1500 Meter über Meer regnen.

Und der Schnee schmilzt just auf die Ferienzeit weg?

Es liegt genügend Schnee, auch in den tieferen Skigebieten. Angst um Schnee wird in dieser Wintersaison kein Thema sein. Aber kalt wird's im Februar. So richtig kalt. Vom 10. bis 20. Februar gibt's stürmische Westwinde – allerdings nichts Aussergewöhnliches für diesen Monat.

«Im Dezember wird es vierzehn Tage lang schneien.»

Gibt's noch weitere Höhepunkte in der kommenden Wintersaison?

Ja, am 29. Februar geht die Sonne im Westen unter.

Geht sie dort nicht immer unter?

Doch, aber wir haben 2004 ein Schaltjahr. Einer meiner Scherze, die ich mag und die meine Fans lieben.

«Ich habe eine Begabung und erkenne an Naturzeichen die Wettertendenzen der kommenden Monate.»

Ganz ernsthaft: Was bringen der März und April für Wetter?

Der März wird Regen, Schnee und Sonne bringen. Schnee wird in dieser Wintersaison ohnehin länger liegen als letztes Jahr. Genauer: Im April wird's noch einmal zünftig schneien. Und an meinem Geburtstag, am 15. April, erwartet uns ein nebliger Tag. Aber nicht bei mir, ich lebe auf 900 Meter über Meer.

Und bis wann im Voraus erkennen Sie die bevorstehenden Wettertendenzen?

Meine Prophezeiungen reichen bis zum 20. April 2004. Dann habe ich Betriebsferien bis 1. Mai. Und danach werden meine fünf Kollegen und ich erneut Wetterprognosen für die nächsten Monate vorlegen.

«Christoph Blocher rief an und fragte, ob ich ihm seine Wahl in den Bundesrat voraussagen könnte.»

Alle sechs Muotathaler Wetterfrösche sind Männer. Haben Frauen gar kein Gefühl fürs Wetter?

Ich glaube, Männer sind einfach bessere Wetterfrösche. Es hat jedenfalls noch nie eine Frau unter uns gegeben.

Auf welchen Grundlagen basieren Ihre Prognosen?

Jeder von uns sechs Innerschwyzer Wetterpropheten hat eigene Zeichen, die ihm die Vorhersage ermöglichen. Ich persönlich gebe meine Zeichen nicht bekannt. Das ist doch viel spannender, oder?

Sind Sie nun ein Magier, ein Heiliger oder einfach erblich vorbelastet?

Von alledem etwas. Bereits mein Vater und mein Onkel konnten das Wetter vorhersagen. Das liegt in der Familie. Und irgendwie ist die Begabung auch göttlich. Irgendwie schon, das kann nämlich nicht jeder.

Setzen Sie diese Gabe auch in anderen Gebieten ein, vielleicht als Hellsheer?

Ich mache nur Wetterprophezeiungen. Kürzlich hat mich Christoph Blocher angerufen und gefragt, ob ich ihm seine Wahl in den Bundesrat voraussagen könnte. Ich hab dann geantwortet: Nein, ich habe meine ganze Energie schon fürs Wetter aufgebraucht.

Sind Sie ab und zu der Sorgenonkel der Schweizer Prominenz?

Ja, das ist korrekt. Es rufen immer wieder bekannte Personen bei mir an. Das ist auch sehr spannend.

«Einen sehr heissen Sommer gab es auch schon im Jahr 1616. Also kein Grund zur Unruhe.»

Dann gibt's aber auch diejenigen, die die Muotathaler Wetterfrösche belächeln. Verletzt Sie das?

Das nehme ich mit Humor. Wir belächeln ja auch manches. Die viel beschriebene Klimaveränderung beispielsweise. Ich kenne mich sehr gut in der Wetter-Chronik der letzten Jahrhunderte aus. Einen sehr heissen Sommer gab es auch schon im Jahr 1616. Es gibt also keinen Grund zur Unruhe.

Und wie sieht es mit Naturkatastrophen aus. Müssen wir uns heuer auf Lawinen einstellen?

Ich glaube nicht an die grosse Lawinengefahr. Die Schneemengen werden nach meinen Vorhersagen schön während des ganzen Winters fallen, also grosse Mengen auf einen Schlag wird's nicht geben.

«Meine Prophezeiungen reichen bis zum 20. April. Dann habe ich Betriebsferien bis 1. Mai.»

Also ein langer, scheereicher Winter bis in den Frühling?

Dem aktuellen Laufball nach müsste es in meinen Augen einen späten Frühling geben. Da bin ich aber nicht 100 Prozent sicher.

Reklame

www.teigwarenmaschinen.ch

HÜTTENTOURISMUS

Nicht nur für Bergsteiger attraktiv

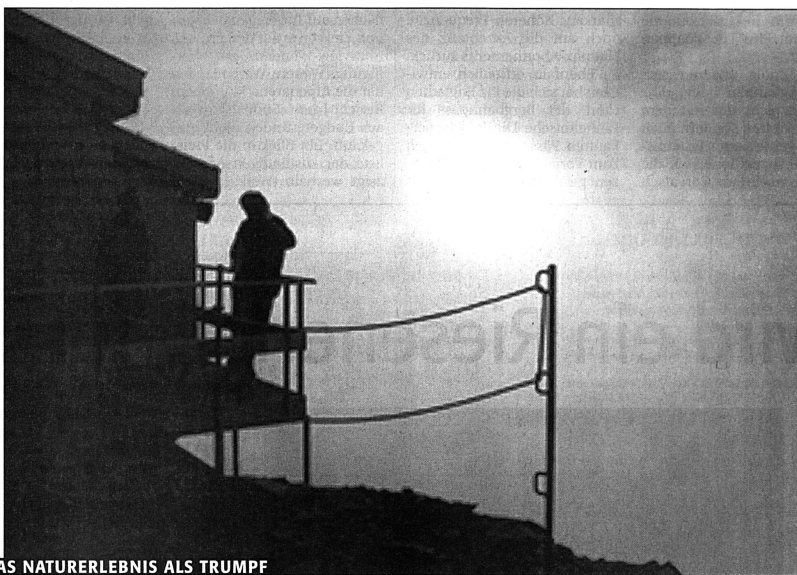
Hütten erfreuen sich auch bei Nicht-Bergsteigern immer grösserer Beliebtheit. Wie aber können die Hütten-Verantwortlichen von dieser Entwicklung profitieren? Zum Beispiel mit trendigen und komfortablen Angeboten, schreiben die Autoren der Academia Engiadina.

BARBARA HALLER RUPF
RONNIE STURZENEGGER*

Die Hütten im Berggebiet liegen fast ausnahmslos «an bevorzugter Lage mit herrlichem Panoramablick». Weitab jeglicher Siedlung, ursprünglich als Ausgangsort für lange und schwierige Bergtouren und zum Schutz vor den gefährlichen Unwettern der Berge konzipiert, erfreuen sie sich heute zunehmender Beliebtheit bei Nicht-Bergsteigern. Das Hüttenmanagement – Hüttenwarte und Sektionen – möchte diese Entwicklung wirtschaftlich nutzen, jedoch ohne die Ökologie und Nachhaltigkeit aus den Augen zu verlieren. Denn der Hütten-tourismus spielt sich in hochsensiblen Naturräumen ab, deren Beeinträchtigung unmittelbar die Zerstörung des eigenen Geschäfts nach sich ziehen kann.

Aktuelle Untersuchungen im Hütten-tourismus zeigen verschiedene Trends auf, für den Sommer beispiels-

Foto: Andreas Nagel



DAS NATURERLEBNIS ALS TRUMPF

Die Reize der Berghütten haben inzwischen auch die Nicht-Bergsteiger entdeckt: Sie schätzen insbesondere das Naturerlebnis und die Ruhe, gleichzeitig sind sie dem Komfort aber nicht abgeneigt (im Bild: Jamtalhütte im Silvrettaggebiet).

weise das Weitwandern. Kulturhistorische Pfade, Erlebnis-Wanderwege mit kulinarischen oder naturwissenschaftlichen Themen (Flora, Fauna,

Klima, Geologie u.a.) werden an Bedeutung gewinnen.

Als Beispiele dienen der Bernina-Trek des SAC-Bernina sowie die Via

Valtellina, ein Weitwanderweg zwischen dem Montafon und dem Veltlin. Hier steht nicht die Besteigung eines Gipfels im Vordergrund, sondern das Erlebnis, die Vielfalt der Landschaft sowie die Ruhe und Erholung während des Wanderns. Bei beiden Projekten besteht die Möglichkeit zur Fortbewegung mit verschiedenen Verkehrsmitteln. Seien dies (gemietete) Mountainbikes für rassistige Abfahrten, die Bahn für bahntechnisch interessante oder sehr lange Abschnitte sowie die Bergbahn für besonders steile Anstiege.

Ein weiteres Sommersegment mit starkem Potenzial sind die Mountainbiker. Dabei muss nicht immer eine gut ausgebaute Alpstrasse zur Hütte führen. Viele Mountainbiker suchen die Herausforderung eines Single Tracks (Wanderweg).

SCHNEESCHUH- UND SNOWBOARDTOUREN SIND «IN»

Im Winter haben in der Schweiz die Schneeschuh- und Snowboardtouren überdurchschnittlich stark zugenommen und sind gemäss Aussa-

gen des SAC verantwortlich für das gute Besuchergebnis. Es bleibt aber festzuhalten, dass die Hüttenbesuche im Winter viel stärker von den Witterungsbedingungen abhängen als im Sommer: Neben schönem Wetter und Schnee muss auch die Lawinengefahr höchstens mässig sein, damit die Schneesportler eine Berghütte besuchen.

GÄSTE SIND BEREIT, FÜR KOMFORT MEHR ZU ZAHLEN

Für den Hütten-tourismus gilt generell: Um die Gästeerwartungen einer Berghütte erfüllen zu können, müssen Hüttenwart, Sektionen, Architekten und Tourismusorganisationen in Zukunft verstärkt zusammenarbeiten. Entscheidet man sich, eine Hütte umzubauen, sollten sowohl das Umwelt- wie auch das Komfortkonzept überdacht werden. Ein Teil der Gäste ist offensichtlich bereit, für eine komfortablere Unterkunft mit Dusche und Privatsphäre auch mehr zu bezahlen.

Im Weiteren könnte ein Gäste-respektive Gepäcktransport in ein Angebotskonzept einbezogen werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nicht alle Hütten von einer Alpstrasse erschlossen werden, auf welcher ein Transport möglich ist, oder aber das Gesetz einen Personentransport verbietet.

ZU NATUR-SCHONENDEM VERHALTEN ANIMIEREN

Für den Raum um die Hütte gilt: Wenn sowohl die Zahl der Touristen wie auch ihr Bedürfnis nach Individualismus zunehmen, ist es umso wichtiger, das Schadenspotenzial durch «Besucherlenkungssysteme» zu minimieren. Ein Lösungsansatz wäre, Informationen zu Touren und Routen sowie zu Fauna, Flora und Alpen-Lebensraum zur Verfügung zu stellen, um die Gäste zu einem naturschonenden Verhalten zu motivieren.

Zudem könnten auch Wellnessangebote wie beispielsweise Fastenwochen, Morgenmeditationen oder Stressabbau das Berghüttenprogramm bereichern.

* Barbara Haller Rupf leitet an der Academia Engiadina die Abteilung Tourismus am Institut für Tourismus und Landschaft. Die diplomierte Geografin ist zudem Dozentin der Höheren Fachschule für Tourismus Graubünden. – Ronnie Sturzenegger, cand. Umweltnat. ETH, war im letzten halben Jahr Praktikant am Institut für Tourismus und Landschaft.

Anzeige

IGEHO
Halle 2.1, Stand H54

Cafitesse

professional coffee system

**Kaffee- und Milchzubereitung
in Spitälern und Heimen,
dezentral auf Station oder Etage**








Mit dem Cafitesse-System auf der Station oder der Etage stimmen Qualität und Kosten. Der Service ist einfacher, schneller und besser.

Patienten und Pensionäre schätzen frischen, heissen Kaffee zum Frühstück und zwischendurch.

Cafitesse 400 mit Café Milc,
die einfachste und schnellste Zubereitung von
Kaffee, Milchkaffee und Cappuccino.

Milcherhitzer für Tetra-Packungen.



DOWE EGBERTS

Coffee Systems



repa

GETRÄNKESYSTEME

Repa AG
CH-5703 Seon
Tel. 062 775 07 07
www.repa.ch

Jamtalhütte: Gäste schätzen Komfort

Der Schweizer Hütten-tourismus hat laut SAC im Sommer 2003 alle Rekorde gebrochen. Die «Jamtalhütte» im Tiroler Silvrettaggebiet hingegen kämpft seit Jahren mit sinkenden Übernachtungszahlen. Die Verantwortlichen der grössten Hütte im Dreiländereck Deutschland, Österreich und Schweiz haben deshalb das Institut für Tourismus und Landschaft in Samedan beauftragt, eine Gästebefragung sowie eine Betriebsanalyse durchzuführen. Daraus im Folgenden die wichtigsten Ergebnisse:

Die 105 durch das Institut befragten Gäste teilen sich im Sommer je etwa hälftig in Tages- und Aufenthaltsgäste. Im Winter befinden sich nur Aufenthaltsgäste in der Hütte, was sich mit dem langen Aufstieg von 14 Kilometer erklären lässt. Die Sommer-tagesgäste kommen zu Fuss oder auf dem Bike, um «etwas zu trinken» sowie – je nach Angebot – fein oder «urichig» zu essen.

Durch die Befragung liessen sich zwei klar von einander zu unterscheidende Kundengruppen ausmachen: Während im Winter der überwiegende Teil zwischen 25 und 35 Jahre alt ist (45%), sind im Sommer 70 Prozent der Gäste zwischen 35 und 65 Jahre alt.

90 Prozent der befragten Aufenthaltsgäste schätzen den Komfort der Berghütte, speziell die 2- und 4-Bett-Zimmer, warmes Wasser und Duschen sowie eine reiche Auswahl an Speisen und Getränken. 59 Prozent der Sommergäste und 37 Prozent der Wintergäste hätten sich gerne zur Hütte fahren lassen. Als mögliche Alternative wurde auch ein Gepäcktransport genannt.

Trotz der Komfortwünsche der Besucher sind die Erwartungen an die Hütte bezüglich Ökologiekonzept hoch: Die Nutzung von erneuerbarer Energie sowie ein überzeugendes Abfall- und (Ab-)Wasserkonzept sind Punkte, auf welche der heutige Gast Wert legt.

Die untersuchte Hütte im Dreiländereck wurde architektonisch sehr fortschrittlich umgebaut, nicht mit derselben Konsequenz aber das Angebot für die Gäste. Durch die Zusammenarbeit mit der regionalen Tourismusorganisation, den Bergsteigerschulen und den Bergbahnen der Region und in Abstimmung auf die aktuellen Trends könnte das Angebot attraktiver gestaltet werden. BH/RST

www.jamtalhuette.at

«Garten-Hotel» verkauft

Winterthur. Die Winterthurer Versicherungen haben das «Garten-Hotel» in Winterthur an die Ibuscus Hotel Beteiligungs AG verkauft. Diese Holding, im Besitz von 16 Schweizer Aktionären, wurde laut «NZZ» letztes Jahr gegründet und besitzt bereits das «Ibis» in Adliswil. Das 4-Sterne-Haus Garten-Hotel, das vor mehreren Jahren erneuert worden ist, erfordert keine grossen baulichen Veränderungen. Indes soll der Restaurantbereich neu gestaltet werden. Die zwei Res-

taurants und die Bar sollen vom Hotelbereich getrennt werden. 4 Mio. Franken werden in den Gesamtumbau investiert. Das Hotel umfasst 63 Zimmer und fünf Seminarräume. Zum Hoteldirektor ist Martin Studer ernannt worden. Studer, der früher Luxushotels geleitet hatte, war zuletzt als Direktor im «Ibis» in Adliswil tätig. Er ist ebenfalls Aktionär der Ibuscus-Holding. Im Best-Western «Garten-Hotel» wird Studer rund 50 Mitarbeitenden vorstehen. CK

Hotel Garni geplant

Thun. Ein Hotel mit Arbeitsplätzen für behinderte Menschen ist im Schlossgut Schadau in Thun geplant. Die der Stadt gehörende Schlossgutscheune soll zu einem 3-Sterne-Hotel Garni mit 24 Zimmern umgebaut werden. Geplant sind auch ein kleines Restaurant und Seminarräume. Bauherrin ist Insieme Schweiz, der Elternverein geistig Behindert. Laut Berner Zeitung soll für das Hotel im Schadaugut eine Stiftung gegründet werden. Beiträge werden auch von der

Sozialversicherung und der Denkmalpflege erwartet. Die Kosten für den Umbau der Scheune in ein Hotel werden auf 6,2 Millionen Franken geschätzt. Wenn die Planungsänderung genehmigt wird, könnte das Hotel etwa 2008 in Betrieb genommen werden. Der Entwurf der Überbauung Schadaugut liegt bereits vor. Neben dem Hotel sind weitere 12 Wohnplätze für die Behinderten geplant. Zudem sollen dort auch Einfamilienhäuser gebaut werden. CK

Weniger Logiernächte

September. Im September generierte die Schweizer Hotellerie laut Bundesamt für Statistik 2,98 Mio. Logiernächte. Das sind 42 000 weniger als im Vorjahr (-1,4%). Dieses September-Ergebnis liegt um 6,3% unter dem Mittel der letzten zehn Jahre. Die Hotels in den Bergkurorten allerdings schlossen den September mit einem Plus von 3,6% ab. Graubünden verzeichnet ein Plus von 5,2%, das Berner Oberland 2% und das Wallis 1,9%. Die Schweizer Gäste bleiben ihrem Land treu:

Die 1,4 Mio. Logiernächte von Schweizer Gästen entspricht in etwa dem Vorjahresstand (-0,4%). Die Ausländer generierten 1,55 Mio. Logiernächte, 2,3% weniger als im Vorjahr. 72% der Ausländer-Übernachtungen stammten aus Europa (-0,5%). Rückläufig war die Nachfrage aus Deutschland und Grossbritannien. Bei den Gästen aus Übersee ist ein Einbruch von 6,6% zu verzeichnen. Die grössten Rückgänge gab es in den Märkten USA (-15%) und Japan (-9,2%). CK

SMART-UP

Die Online-Lernplattform für KMUs

Smart-Up ist eine Online-Lernplattform und ermöglicht kleineren und mittleren Hotelunternehmen den Austausch mit Betrieben in ganz Europa. Sie können sich zudem mit den aktuellsten Informationen eindecken. Erste Erfahrungen mit diesem EU-Projekt sind positiv.

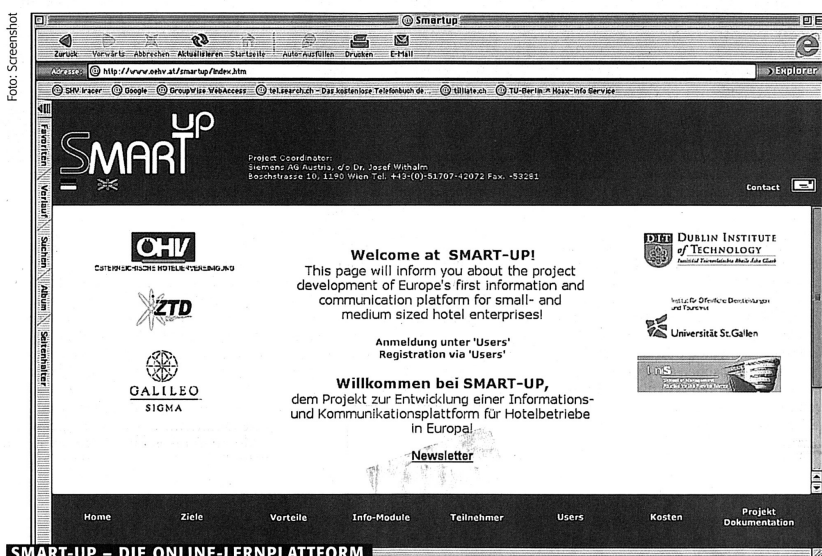
CHRISTINE KÜNZLER

Sie wollen wissen, wie Sie am besten die Qualität in Ihrem Hotel messen? Auf der Internet-Lernplattform Smart-Up finden Sie alle Schritte, die Sie dazu brauchen. So lernen Sie zum Beispiel, wie Sie einen korrekten Gästefragebogen erstellen können. Um von Smart-Up profitieren zu können, reicht ein PC mit einem gängigen Internetbrowser und einer Internetverbindung.

Smart-Up ist ein von der EU und dem Schweizerischen Bundesamt für Bildung finanziertes Projekt, das seit Herbst letzten Jahres läuft. Im ersten Jahr beteiligen sich Hoteliere aus Österreich, Grossbritannien, Irland, Italien und der Schweiz. Später wird das Projekt geografisch erweitert auf Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Spanien, die Niederlande, Polen und Schweden. So kann über Smart-Up ein europaweiter Erfahrung-, Ideen- und Best-Practice-Austausch stattfinden.

DIE TEILNAHME IST JETZT NOCH GRATIS

Bis Ende Jahr ist in jedem Land ein Agent für Smart-Up zuständig. Das ist in der Schweiz Andreas Liebrich von der Uni St. Gallen. Ab nächstem Jahr wird hotelleriesuisse die Plattform be-



SMART-UP - DIE ONLINE-LERNPLATTFORM

Eine zurzeit noch kostenlose Weiterbildungsmöglichkeit für Mitarbeitende in KMUs. Im Moment stehen folgende Lern-Module zur Verfügung: Qualitätsmanagement, Personalentwicklung, E-Commerce, Produkteentwicklung und Kapazitätsmanagement.

treuen. Ansprechpartner ist Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik.

Die primären Ziele dieser virtuellen Lernplattform in Deutsch und Englisch sind die Wissensvermittlung und die Qualifikationssteigerung von Unternehmen und Mitarbeitern touristischer Klein- und Mittelbetriebe. Während der ersten 18 Monate ist die Teilnahme an Smart-Up kostenlos. Wer sich bald anmeldet, kann also profitieren. Wie viel der Zugriff später kosten wird, ist offen.

Für Direktoren und Mitarbeitende von kleineren Betrieben, bei denen oft

das Geld zur Weiterbildung fehlt, ist Smart-Up eine gute und sinnvolle Methode, zu Wissen zu kommen. Zudem ist der Zutritt zu der Online-Plattform zeitunabhängig: Der Lernende entscheidet selber, wann er sich an den Computer setzen will. Am Ende seiner Lektion kann er sich testen und so seinen Lernfortschritt ablesen.

VIER LERN-MODULE STEHEN ZUR VERFÜGUNG

Die Inhalte von Smart-Up werden von verschiedenen Partnern zur

Verfügung gestellt. Mit von der Partie sind mehrere Technologiepartner, verschiedene Universitäten, unter anderem das Institut für öffentliche Dienstleistungen im Tourismus an der Hochschule St. Gallen. Im Moment stehen folgende Lern-Module zur Verfügung: Qualitätsmanagement, Personalentwicklung, E-Commerce, Produkteentwicklung und Kapazitätsmanagement. Bis jetzt sind es vier Projektpartner aus vier verschiedenen Ländern, die Inhalte zur Verfügung stellen. Weitere Inhaltsanbieter werden jedoch gesucht.

Am 24. November werden die «EU-Reviewer» beurteilen, ob der Auftrag erfüllt ist, oder ob allenfalls bis Ende des Jahres Nachbesserungen vorzunehmen sind. Kinderkrankheiten sollen bald behoben sein.

SCHWEIZER HOTELIERS HABEN SMART-UP GETESTET

Zurzeit bilden sich laut Liebrich rund 200 Hotels aus ganz Europa bei Smart-Up weiter, davon 40 aus der Schweiz. Die Feedbacks der Tester seien positiv ausgefallen, so Liebrich. Ernst Leander, der Direktor des 3-Sterne-Hotels Ekkehard in St. Gallen, ist einer der Schweizer Hoteliere, die im Mai an einem Workshop der Uni St. Gallen teilgenommen hatten, wo Smart-Up vorgestellt worden war. Inzwischen hat er das ganze Smart-Up-Programm durchgeackert und ist begeistert: «Smart-Up ist eine gute Sache, ein Superangebot», sagt er. «Das dort Gelernte lässt sich 1:1 umsetzen», denkt er. Er schätze an Smart-Up auch die Möglichkeit, sich mit anderen Betrieben in Europa zu vernetzen. Nächsten Monat will Leander das Kader in Smart-Up einführen und die Umsetzung an die Hand nehmen. Mit Ausnahme des Qualitätsmanagements: «Wir haben bereits das Q II und werden das Q III nicht machen. Der Aufwand ist für unser Hotel zu gross.»

Patrick Mächler, Leiter Marketing und Administration beim Hotel Seedorf im Pfäfers, hat Smart-Up im Vorfeld getestet und Inputs geliefert. «Es ist eine sehr gute Plattform mit vielen Informationen. Sie ist aber eher geeignet für kleinere Hotels.» Das sei der Grund, weshalb das «Seedorf Plaza» Smart-Up nicht nutze.

Anmeldung und Informationen unter www.smart-up.info, oder andreas.liebrich@unisg.ch oder smartup-d.bitmedia.ch (ohne www.) oder bei Thomas Allemann@hotelleriesuisse.ch.

BERNHOTELS

«Erst einmal abwarten», heisst die Devise

Der Verein Bernhotels zerreisst vor dem Direktorenwechsel bei Bern Tourismus keine Stricke mehr: Der Businessplan ist unverändert um ein Jahr verlängert worden, ebenso die Verkaufsförderungsabgabe an die Stadtberner Tourismusorganisation.

SONJA STALDER

Nächstes Jahr stehen Veränderungen im Stadtberner Tourismus an: Mit der Neueröffnung des Hotels «Novotel Bern Expo» am 4. Februar erhält die

Bundesstadt auf einen Schlag 112 neue Hotelzimmer. Und die Marketingorganisation Bern Tourismus (BET) bekommt mit Tourismusdirektor Markus Lergier einen neuen Mann an die Spitze.

Vor diesem Hintergrund mochte der Verein Bernhotels an der ausserordentlichen Generalversammlung in Ostermündigen keine Stricke mehr zerreißen. Die Präsidentin Susanne Hofer schlug vor, den bisherigen Businessplan um ein Jahr zu verlängern. «Bevor wir etwas ändern, möchten wir abwarten, wie sich BET weiterentwickelt.» Mit dem gleichen Argument empfahl sie, die Verkaufsförderungsabgabe an BET – 30 Rappen pro Logiernacht – vorübergehend um ein Jahr zu verlängern. Der Tourismusdirektor

Raymond Gertschen hatte sich im Vorfeld für eine Verlängerung um drei Jahre stark gemacht.

Die rund 50 Teilnehmer der Generalversammlung folgten diesen Anträgen einstimmig. Volle Zustimmung fand auch das Budget: Da sich das neue Accor-Hotel ab 2004 Bernhotels anschliesst, rechnet der Verein im Vergleich zum Vorjahresbudget mit Mehreinnahmen von rund 16 000 Franken. Insgesamt stehen den Einnahmen von 312 700 Franken Ausgaben von 310 850 Franken gegenüber.

KOMMISSION NEU AUSHANDELN

Unter dem Stichwort «Interessenvertretung» informierte die Geschäfts-

führerin Melitta Kronig kurz über laufende Verhandlungen zwischen Bernhotels und Bern Tourismus. Gegenstand der Gespräche ist die Kommission für die durch Bern Tourismus ausgelösten Buchungen. Bisher zahlten die Berner Hoteliere pro Buchung 4 Prozent, Grundlage war ein nach einem Mischindex berechneter Zimmerpreis. «Ein wenig transparentes System», wie Melitta Kronig gegenüber der htr festhielt. BET-Direktor Raymond Gertschen strebt eine Kommission von 10 Prozent auf den jeweils gültigen Zimmerpreis an.

Unter dem Punkt «touristisches Umfeld» zeigte Gertschen auf, dass Berns Tourismus auch im übernächsten Jahr mit turbulenten Zeiten rechnen kann: Das Paul-Klee-Zentrum so-

wie das neue Fussball-Stadion im Wankdorf öffnen ihre Tore den Kunst- und Sport-Fans. Und vom Albert-Einstein-Jahr dürfte auch Bern profitieren: Immerhin hat das Physik-Genie seine Relativitätstheorie in Bern erarbeitet.

TOURISMUSFORUM STATT AUSSERORDENTLICHE GV

Ab kommendem Jahr wird Bernhotels nur noch eine ordentliche Generalversammlung im Frühjahr durchführen. Die ausserordentliche Generalversammlung im Herbst will der Verein zugunsten eines Tourismusforums aufheben. In welcher Form der Anlass stattfinden wird, ist allerdings noch offen.

GESCHÄFTSTOURISMUS

Im Kongressgeschäft herrscht Flaute

Die Konjunkturlaute beeinträchtigt die Veranstalter von Kongressen und die Business-Hotels. Firmen-Events werden verschoben oder abgesagt. Kongresse werden aus Spargründen immer kürzer. Die Besserung, so wird befürchtet, wird längere Zeit brauchen.

ROBERT WILDI

Enttäuschend war die Zahl der Aussteller an der Genfer Telecom Messe, die im Oktober über die Bühne ging. Alle vier Jahre findet das grosse Get-Together der globalen Telekommunikations-Branche in der Westschweizer Metropole statt. Gegenüber der Ausgabe 1999 hat das Interesse auch bei den Besuchern nachgelassen. Die Branche der Telekommunikation befindet sich zurzeit im Kriechgang.

EVENTS WERDEN AUF EIS GELEGT ODER STORNIERT

Das hat auch Ursula Wigert von der Event-Veranstalterin MCI Group mit Büros in Genf und Zürich festgestellt. «Unsere Umsätze im Kongressbereich sind in diesem Jahr generell um 15% zurückgegangen», so die Geschäftsführerin. Damit dürfte sich die MCI Group etwa im Branchenmittel bewegen. Die Reise-Budgets wurden massiv zurückgefahren. Wurden früher noch grosszügige Delegationen zu Kongressen rund um den Erdball geschickt, wird heute geknausert. Manche Events werden sogar auf Eis gelegt oder gleich ganz storniert.



«SPARKLING NIGHT»

Der Sparzwang vieler Firmen und Organisationen belastet unter anderem die Gastronomie-Umsätze während ihrer Meetings. Veranstaltungsorte reagieren mit Ideen: thematischer Abend «Sparkling Night» im Kongresszentrum in Montreux.

Der Sparhammer droht auch bei den Kongress-Veranstaltern. Denn das Geschäft wird kurzfristig kaum anziehen. «Verträge werden auf drei bis vier Jahre hinaus abgeschlossen», sagt Ursula Wigert von MCI. Bleibt für die Kongress-Branche die Hoffnung, dass nicht in der Zwischenzeit ein geopolitisches Krisen-Ereignis mit der Tragweite eines Irakkriegs die Bemühungen abermals zunichte machen wird.

«Banken und Versicherungen sind extrem vorsichtig geworden», weiss Daniel Tschudy von Spectrum Events. Heute würden Unternehmen auf jeglichen «Schnickschnack» verzichten. Trotz befriedigendem Umsatz sorgt sich Tschudy um die ungenügende Ertragslage seiner Firma. Das Schweizerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) von Schweiz Tourismus verzeichnet eine stark rückläufige Nach-

frage aus Deutschland. «Die Kongresse fanden zwar statt, allerdings zu meist mit weniger Teilnehmenden», so SCIB-Geschäftsführerin Barbra Albrecht. Das KKL Luzern beklagt Rückgänge vor allem bei den Gastronomie-Umsätzen der Kongresse. «Die geringeren Teilnehmerzahlen führten zu diesen Ausfällen», so Vizedirektor Peter Bischof. Die Gesamtzahl der Kongresse im KKL sei stabil. Aber sie

würden aus Spargründen immer kürzer. «Statt drei bleiben die Delegationen oft nur noch einen einzigen Tag.»

«Das Kongress- und Eventgeschäft ist dieses Jahr um 20% eingebrochen», räumt Marketing-Leiter Christian Schaufelbühl vom Swissôtel Zürich-Oerlikon ein. Früher mehrtägige Tagungen werden heute von vielen Firmen zwischen Frühstück und Abendessen durchgedrückt.

Dass es auch anders geht, beweist das Mövenpick-Hotel in Regensdorf. Dank einer treuen Firmen-Stammkundschaft konnte der Kongressumsatz dieses Jahr gehalten werden. «Unsere Repeater-Quote beträgt 65%», freut sich Direktor Norbert Fontana.

Genf sieht bereits Aufschwung 2004

20 Genfer Kongressanlässe mit einer Teilnehmerschaft von insgesamt 120 000 Personen sind für 2004 bestätigt. «Das ist ein Drittel mehr als für einen normalen Jahresverlauf», betont Christian Rey, Präsident von Genève Tourisme. Für 2005 sind bereits 15 Kongresse gebucht. Strategisch will Genève Tourisme gemäss seinem Direktor François Bryand im 2004 die Aktivitäten in den «vertrauten Hauptmärkten» (marchés fidèles) verstärken: Schweiz, Frankreich, Grossbritannien, USA, Japan und Mittlerer Osten, sowie speziell im Geschäfts- und Kongress-tourismus: Deutschland. Das Gesamtbudget von Genève Tourisme beträgt 9 Mio. Franken. (Siehe auch Seite 4 im Cahier français.) KJV

HOTELLERIESUISSE

DV entscheidet über Revision der «Sterne»

Die DV von hotelleriesuisse am 27. November in Olten wird über die neue Hotelklassifikation entscheiden, die ab 2006 gelten soll.

KARL JOSEF VERDING

Nach der Entscheidung über die neue Hotelklassifikation wird die Delegier-

tenversammlung über das Verbandsprogramm und das Budget für 2004 beschliessen. Für das Organ der Strategischen Erfolgskontrolle von hotelleriesuisse sind Wahlen fällig.

ZUSATZ «SUPERIOR» UND QUALITÄTSSICHERUNG

Die Vernehmlassung zur neuen Hotelklassifikation sei auf ausserordentlich grosses Interesse gestossen, heisst es

von seiten der zuständigen Kommission. Von etwa 250 angeschriebenen Adressaten haben rund 100 geantwortet. Darunter waren insbesondere Regionalverbände und Sektionen sowie die Forschung und touristische Organisationen vertreten.

Im Rahmen der Diskussionen der Vernehmlassung haben sich demnach vier Schwerpunkte für die Revision herauskristallisiert. Sie betreffen: den Schutz der «Sterne» generell; den vor-

geschlagenen fakultativen Zusatz «Superior» und dessen Ausrichtung; Sinn und Unsinn der Qualitätssicherungsprogramme und insbesondere des Qualitätsgütesiegels für den Schweizer Tourismus; sowie das Milizsystem und die damit verbundene Kontrolle der Branche durch die Branche («Kollegen kontrollieren Kollegen»).

HANDHABE FÜR DEN SCHUTZ DER «STERNE»

Der Schutz der hotelleriesuisse-Sterne soll im Reglement massiv verstärkt werden. Einerseits sollen die Mitglieder nur noch mit den offiziellen Sternen samt Symbol in den Publikationen Dritter auftreten dürfen. Zudem werden die touristischen Organisationen ausdrücklich angehalten, in ihren Publikationen die offiziell von hotelleriesuisse klassifizierten Betriebe von den Betrieben mit «in Eigenregie» vergebenen Sternen getrennt aufzuführen. Damit soll insbesondere den Sektionen eine verstärkte Handhabe zur Einflussnahme auf die Tourismusorganisationen geboten werden. hotelleriesuisse will nach dem Entscheid der DV sämtliche touristischen Organisationen in der Schweiz entsprechend schriftlich informieren.

Am fakultativen Zusatz «Superior» wird festgehalten – dies aber, wie betont wird, «vermehrte im Sinne der Differenzierung innerhalb derselben Basis-kategorie». Die Anforderungen seien deshalb umfassend überprüft und klar auf die besten 10 bis 15% der Betriebe der Kategorie ausgerichtet worden. Der «Freizeitlastigkeit» des Ausstattungskataloges für die Superior-Punkte sei durch eine gezielte Erweiterung im Sinne der Stadthotellerie Rechnung getragen worden. Auf ein Obligatorium des Qualitätsgütesiegels

für den Schweizer Tourismus im Rahmen des Zusatzes Superior wird verzichtet. Die Qualitätssicherung soll jedoch ein wichtiger Bestandteil des Zusatzes Superior bleiben. Die bestehenden Programme der Hotelgruppen werden aufgrund eines Ratings ebenfalls in die Beurteilung einbezogen. Den Referenzwert bilden dabei die drei Anforderungsniveaus des Qualitätsgütesiegels für den Schweizer Tourismus.

Zurzeit laufen ausgedehnte Versuche bei Testbetrieben zur Ermittlung des Punkturenssystems. Ein entsprechender Vorschlag wurde erarbeitet. Er wird der DV zum Entscheid vorgelegt. Allerdings wird eine Anpassungsmöglichkeit durch die Kommission Hotelklassifikation aufgrund der Erfahrungen vor Anlauf der Gesamtrevision im Jahr 2005 eingeräumt.

WAHLEN FÜR STRATEGISCHE ERFOLGSKONTROLLE

Das Organ für Strategische Erfolgskontrolle (SE) überprüft den Vollzug der Planung, welche durch die DV beschlossen wurde. Seine fünf Mitglieder werden auf drei Jahre gewählt. Eine einmalige Wiederwahl ist möglich. Die heutige SE wurde an der DV vom 27. Juni 2000 gewählt. Alex Meyer (SE-Präsident), Jürg Musfeld und Bernard Tschopp stehen für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung. Herbert Schott trat 2002 zurück. Der HV Graubünden schlägt Urs Höhener, St. Moritz, zur Wiederwahl vor. Neu sind vorgeschlagen: Hans C. Leu, Zürich, von den Zürcher Hoteliers; Roland Odermatt, Ramada-Treff Hotel, Engelberg, von den Zentralschweiz Hotels; und Pierre-André Michoud, Hôtel-Restaurant l'Ecusson Vaudois, Yverdon-les-Bains, von der Hotellerie Vaudoise.

Anzeige

Mehr

20ig klar messbare Ideen

Mehr
Zimmer-
umsatz
mit
20ig klar
messbaren
Ideen

EIN MASSGESCHNEIDERter WORKSHOP FÜR

positiv denkende Hotel Führungsteams, welche die Auslastung der Zimmer kontrollierbar erhöhen wollen.

In nur einem Tag erarbeiten wir mit Ihnen einen schlagkräftigen Massnahmenplan – **sofort umsetzbar!**

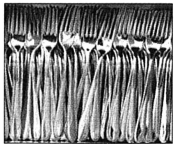
Ihre Investition: CHF 4'500.—

Auskünfte zu den Inhalten dieses Workshops:

Ralph Hubacher 041 379 77 77 / ralph@nzp.ch

NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Huobmattstrasse 5 CH-6045 Meggen / Luzern
Tel ++41 41 379 77 77 Fax ++41 41 379 77 79 www.nzp.ch



MARKTFORSCHUNG /
Das britische Institut Mintel hat das Essverhalten in fünf europäischen Ländern untersucht. SEITE 14



KÜCHENTECHNIK / An der Igeho in Basel präsentieren einzelne Aussteller diverse innovative Küchentechnik-Highlights. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

GASTROSZENE ZÜRICH

Über den Dächern von Züri-West

Im Zürcher In-Quartier Züri-West wurde auf dem Dach des Kinotheaters Abaton die Night Lounge «Hard One» neu eröffnet.

Die lebendige Ausgeh-Szene der Limmatstadt ist um ein trendiges Lokal reicher. Nach einer Planungsphase von 4 Monaten, einer Bauzeit von nur 2 Monaten und einer Investition von 3 Millionen Franken (ab Rohbau II) eröffnete der Gastronom Helmut J. Koch im Zürcher In-Quartier die Night Lounge «Hard One».

Hoch über den Dächern von Züri-West, über dem Kinotheater Abaton, können die Ausgehfreudigen am Abend zum Beispiel an der rund 20 Meter langen, beleuchteten Bar – dem «zentralen Treffpunkt für kommunikative Menschen» – die Züri-West-Stimmung sowie die «industriell-romantische» Kulisse genießen.

Das neue «Hard One» ist Club, Night Lounge, Bar und Restaurant in einem. Diverse Lounge-Bereiche mit Designmöbeln und niedrigen Tischen sollen zum Talk einladen, und als «aktives Begegnungszentrum» dient die zentrale Tanzfläche.

Im Zentrum des Getränke-Angebotes stehen diverse Champagner-Spezialitäten, die auf einer aus Glas gefertigten Kühlvitrine präsentiert werden, das Küchen-Angebot reicht von Blinis mit Lachskaviar, über das klassische Club-Sandwich bis hin zum US-Rindsfilet.

Das «Hard One» ist dienstags bis donnerstags von 18 bis 2 Uhr, und freitags und samstags von 18 bis 4 Uhr offen. Der Eintritt beträgt an Wochenenden, je nach musikalischen Events, zwischen 10 und 25 Franken. *MJP*

OSTSCHWEIZ

Sehr gutes Weinjahr 03

Sowohl im Bündnerland als auch im Kanton St. Gallen sprechen die Weinbauverantwortlichen von einem besonderen Jahrgang 2003. Die Menge der Bündner Weinernte entspreche dem zehnjährigen Mittel, teilt die Fachstelle Weinbau in Landquart mit. Die Zuckergerhalte seien so hoch wie noch nie zuvor: Der Blauburgunder erreiche 106 Grad Öchsle, «ein absoluter Rekordwert». Diverse rote und weisse Spezialitäten wiesen ebenfalls Zuckergerhalte über 100 Grad Öchsle auf. Die Bündner Weinbäuerinnen und Weinbauern seien von der Qualität begeistert, denn sie hätten so süsse Trauben geerntet wie noch nie. Die 2003er-Weine hätten grosses Potenzial, so die Fachstelle weiter.

Auch im Kanton St. Gallen werde die Weinernte 2003 in die Geschichte eingehen, schreibt die Fachstelle Weinbau in Salez. Die Sorte Blauburgunder erreichte einen Durchschnitt von sensationellen 103 Grad Öchsle. Die weisse Hauptsorte, der Müller-Thurgau (Riesling x Sylvaner) erreichte eine Mittelgradation von 83 Grad Öchsle. Der Ertrag liege ziemlich genau im Bereich der Erwartungen. DST

WEINKELLEREI PETRA, SUVERETO/IT

Die Wein-Arena in der Toscana

Im Auftrag des italienischen Industriellen Vittorio Moretti realisierte der Tessiner Architekt Mario Botta die spektakuläre Weinkellerei «Petra». Die ebenfalls im Hotel-Business tätige Gruppe «Terra Moretti» plant in der Toscana ein neues Hotel mit Wellness-Zentrum.

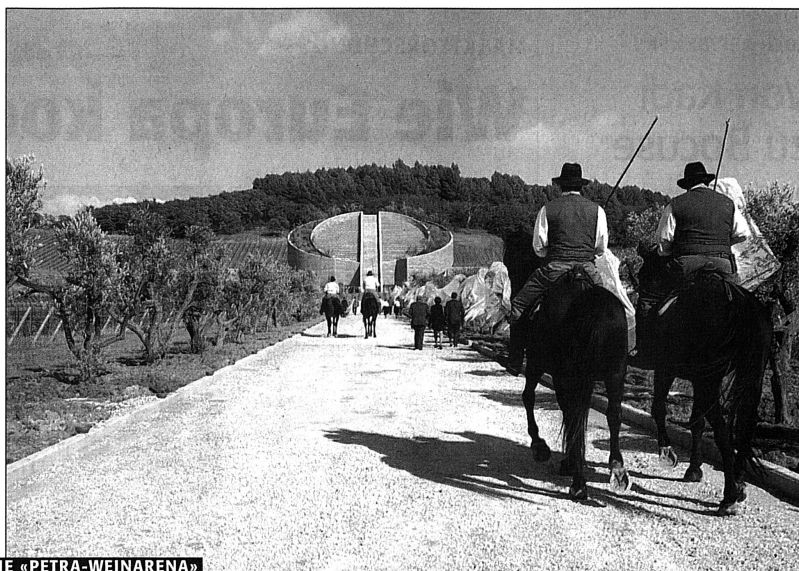
MARTIN J. PETRAS

Wie eine grosse steinerne Blume fügt sich das zylinderförmige Hauptgebäude des neu eröffneten toskanischen Weingutes «Petra Azienda Agricola» in die toscanische Landschaft ein. In seinem unverwechselbaren Stil gestaltete der Tessiner Architekt Mario Botta, im Auftrag des italienischen Industriellen Vittorio Moretti, die spektakuläre Weinkellerei in Suvereto.

Gebaut wurde im Cornia-Tal nicht nur für die Optik: Die Kapazität der 300 Hektar grossen «Azienda» wurde mit modernster technischer Infrastruktur auf die Produktion von 800 000 Flaschen Wein pro Jahr ausgelegt. «Petra» wird von Francesca Moretti, der Tochter von Vittorio Moretti geführt, die vom Önologen Pietro Bonomi und Professor Attilio Scienza von der Agrar-Hochschule in Milano unterstützt wird.

Die Gruppe «Terra Moretti» produziert bereits Weine in der Lombardei durch die Häuser Bellavista und Contadi Castaldi. Das von Vittorio Moretti präsidierte Unternehmen umfasst verschiedene Aktivitäten in den Bereichen Industrie, Handel, Sport, Wein sowie Hotellerie und Tourismus, darunter das Relais & Château «L'Albareta» mit dem Restaurant von Gualtiero Marchesi in Erbusco und das «Franciacorta Golf Hotel» in Paratico. Und angekündigt wird bereits der Neubau eines Hotels in der Toscana mit einem Wellness-Zentrum und einem Restaurant von Alain Ducasse.

Foto: zug



DIE «PETRA-WEINARENA»

Inmitten der Rebberge der livornesischen Maremma wurde das 300 Hektar grosse Weingut «Petra Azienda Agricola» der Gruppe «Terra Moretti» feierlich eröffnet.



MARIO BOTTA

Im Auftrag des italienischen Industriellen Vittorio Moretti realisierte der Tessiner Architekt Mario Botta «Petra».



FAMILIE MORETTI

«Terra Moretti» vereint Aktivitäten in den Bereichen Industrie, Handel, Sport, Wein sowie Hotellerie und Tourismus.

SWISS CULINARY CUP

Tiroler aus Lachen wird Erster

Heinz Vorhofer heisst der Sieger des Swiss Culinary Cup, dem jährlichen Hauptwettbewerb des Schweizerischen Kochverbandes.

DANIEL STAMPFELI

Heinz Vorhofer gewann den Final in Weggis aus einem Teilnehmerfeld von ursprünglich 83 Köchen. Der 24-jährige Tiroler arbeitet seit bald zwei Jahren als Chef de Partie im «Al Porto» in Lachen SZ, wo er bis vor kurzem für alle Grill- und Pfannengerichte und seit zwei Monaten für die hausgemachte Patisserie zuständig ist. «Das ist der schönste Moment in meiner Kochkarriere», jubelte Heinz Vorhofer, nachdem sein Sieg unter den sechs Finalisten feststand. Stolz zeigte sich auch Richard Lang, Küchenchef im «Al Porto» und Sieger des Culinary Cup 2000: «Heinz hat hart für diesen

Sieg gearbeitet. Mit seiner Kreativität, einer professionellen Einstellung und enormem Einsatzwillen repräsentiert er unsere Küche hervorragend. Jetzt gilt er für unsere Brigade erst recht als Vorbild.»

DREIGANG-MENU FÜR ACHT PERSONEN

Laut Vorgabe des Schweizer Kochverbandes hatte das Dreigangmenü am Finaltag im Weggis mit einer «kreativen, kulinarisch hochstehenden warmen vegetarischen Vorspeise» zu beginnen, gefolgt von «einem fantasievollen, geschmacklich harmonischen Hauptgericht». Den Abschluss bildete «ein Trio von herbstlichen Süssspeisen als Krönung der Komposition».

Der Warenkorb wurde zum Voraus bekannt gegeben. Gewisse Menübestandteile wurden von den Finalisten selber eingebracht, andere Bestandteile wurden von den Leadingpartner-

Firmen zur Verfügung gestellt. Das komplette Menü musste durch den Kandidaten allein und ohne fremde Hilfe in der dafür erlaubten Zeit für acht Personen gekocht werden. Angereicht wurden je drei Portionen einzeln auf Teller, die weiteren fünf Portionen auf Platten. Bewertet wurden von der Jury Arbeitsmethodik, Präsentation und Geschmack.

Den zweiten Rang hinter Heinz Vorhofer belegte Stefan Staub vom Restaurant Centenario in Muralto. Dritter wurde Andreas Williner von der Hotel & Gastro Formation in Weggis.

HOLZSKULPTUR ALS SIEGERTROPHÄE

Die Siegestrophäe wurde unter dem Motto «Künstler für Kochkünstler» vom Brienzer Holzschnitzer Tony Steininger geschaffen. Steininger steht der Gastronomie sehr nahe und hat sich mit seinen Margarine- und Eisteilen weltweit einen Namen gemacht.

Foto: zug



Heinz Vorhofer vom «Al Porto» in Lachen gewann die Sieger-Trophäe.

Namen schützen lassen

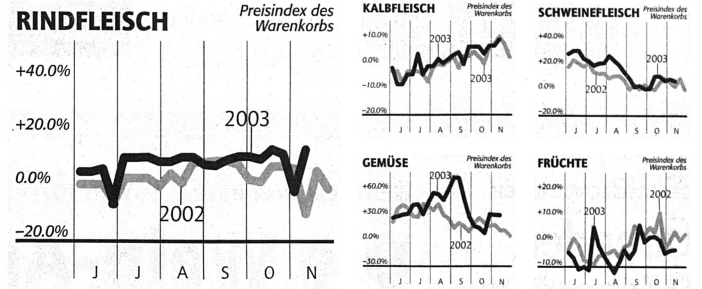
Philippe Rochat. Der Westschweizer Spitzenkoch Philippe Rochat (Crisser/3 Michelin-Sterne) hat seinen Namen markenrechtlich schützen lassen. Wie die Wirtschaftszeitung «Cash» schreibt, gelte der Markenschutz für Produkte aus den Bereichen Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild sowie Kaffee, Tee, Kakao, Zucker und Getreide. Zudem sei der Name Philippe Rochat geschützt für eher exotische Artikel wie alkoholische Getränke und Tabak, Raucherartikel und Streichhölzer. **DST**



Eichhof steigert Ertrag

Geschäftsjahr 2002/03. Die Eichhof Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2002/03 (per 30.9.) einen Umsatz von 283,3 Mio. Franken (+0,7 Prozent). Das Management erwartet einen operativen Gewinn vor Abschreibungen und Amortisation (EBITDA) in der Grössenordnung von 29,5 bis 30,5 Mio. Franken (Vorjahr: 26,1 Mio.). Der Betriebsgewinn (EBIT) sollte zwischen 12,5 und 13,5 Mio. Franken betragen (Vorjahr: 8,2 Mio.). **DST**

PRODINDEX 10. 11. BIS 15. 11. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



KOCHWETTBEWERB

Von Kadi zu Bocuse

Der Gewinner des «Goldenen Kochs» von Kadi wird künftig die Schweizer Farben beim «Bocuse d'Or» in Lyon gegen internationale Konkurrenz vertreten.

DANIEL STAMPFELI

Der Wettbewerb um den «Goldenen Koch» von Kadi findet auch im kommenden Frühling wieder statt. Der Anlass wird einige Neuerungen bringen. Die Veranstalter passen ihr Reglement jenem des «Bocuse d'Or» an. Das bedeutet, dass die sechs Nominierten gleichzeitig am selben Tag und am selben Ort um die Wette kochen werden. Der grosse Tag ist auf den 22. April 2004 in Montreux angesetzt.

Weiter wird das Organisationskomitee des Goldenen Kochs künftig vorgeben, was gekocht, angerichtet und serviert werden muss. Beim Wettbewerb 2004 soll es ein Fischgericht mit Seesunge und ein Fleischgericht mit Kalbsrücken sein. Die Jury ist mit folgenden Meisterköchen aus der Schweiz besetzt:

- Philippe Rochat (Hôtel de Ville, Crissier), Jurypräsident
- Carlo Crisci (Restaurant du Cerf, Cossonay-Ville)
- Bruno Hurter (Hurter's Seehus, Stäfa)
- André Jaeger (Die Fischerzunft, Schaffhausen)
- Peter Moser (Les Quatre Saisons, Basel)
- Gérard Rabaey (Le Pont de Brent, Brent)
- Dario Ranza (Villa Principe Leopoldo & Résidence, Lugano)

Die wichtigste Neuerung ist jedoch, dass der Gewinner des Goldenen Kochs künftig die Schweizer Farben beim Bocuse d'Or vertreten wird. Der Goldene Koch wird nämlich in Zukunft auch als Sélection nationale des renommiertesten aller internationalen Kochwettbewerbe durchgeführt. Der Goldene Koch von Kadi 2004 wird also als Botschafter der Schweiz Ende Januar 2005 nach Lyon reisen und gegen die kulinarische Konkurrenz aus mehr als 20 Ländern antreten. **DST**



Begehrte Trophäen: Der Goldene Koch von Kadi (links) und der Bocuse d'Or.

MARKTFORSCHUNG

Wie Europa kocht und isst

Die umfangreiche Untersuchung des britischen Marktforschungsinstituts Mintel, «Eating Habits in Europe», zeigt Unterschiede sowie Gemeinsamkeiten des Essverhaltens in fünf europäischen Ländern. Fast überall legt der Trend zu Convenience-Food zu.

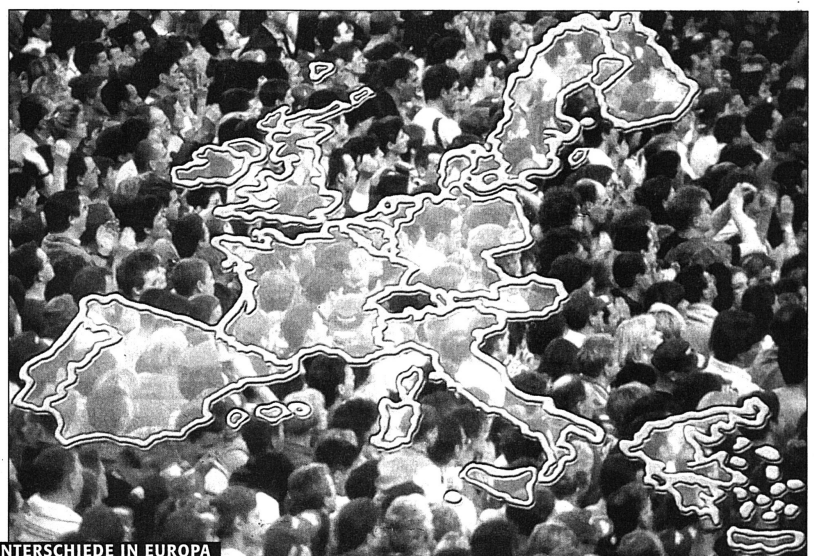
AINA KELLER

Kaum ein Thema verbindet so viel Innovation mit alten Gewohnheiten wie das Essen. Wie die «Vergangenheitsbewältigung auf dem Teller» aussieht und welche neue Ideen Appetit machen auf die Zukunft, das hat eine britische Studie ermittelt, für die jeweils mehrere Tausend Verbraucher in fünf europäischen Ländern befragt wurden. Die «Eating Habits in Europe» zeigen, dass es einige grenzübergreifende Themen gibt, die überall das Verhalten bei Tisch beeinflussen. Zum Beispiel, dass während der Woche immer seltener Zeit bleibt für ein Essen im Familien- und Freundeskreis, dass die Hausfrau (und Köchin) der Familie zunehmend berufstätig ist und dass ausfühliches Essengehen und Kochen oft zugunsten der Alltagshektik entfallen. Daneben präsentiert sich jedes der fünf Länder mit ganz eigenen Besonderheiten.

KOCHENDE LEIDENSCHAFT À LA FRANÇAISE

Mehr als alle anderen befragten Nationalitäten bewürten die Franzosen gern Gäste in eigenen Esszimmer – nicht zuletzt, weil mehr als die Hälfte aller befragten Erwachsenen in Frankreich das Kochen leidenschaftlich gern betreibt. Auffällig ist eine ausgeprägte Experimentierfreudigkeit am eigenen Herd, und in der Stadt gilt das Prinzip der Effizienz; kreativ ja, zeitaufwändig nein. Kein Wunder,

Foto: zug



UNTERSCHIEDE IN EUROPA
Je nach Herkunftsland verhalten sich die Europäer in Sachen Ernährung unterschiedlich. Dies ergab eine Studie des britischen Marktforschungsinstituts Mintel.

dass in den urbanen Gegenden Frankreichs, vor allem in Paris, die Zahl der Take-away- und Fast-Food-Restaurants deutlich steigt. Der französische Markt für servierfertige Convenience-Produkte steckt allerdings noch in den Kinderschuhen.

KLASSIKER AUS DEUTSCHEN LÄNDEN

Genuss und Gesundheit zu einem konkurrenzfähigen Preis – so könnte die Formel lauten, nach der deutsche Verbraucher heute einkaufen und essen (gehen). Die Wahl der Speisen fällt dabei meist traditionell aus, auch wenn die Deutschen als «Reise-Weltmeister» theoretisch viele Anregungen sammeln könnten. Lieber werden Gewohnheiten gepflegt. Fast 60 Prozent der Befragten essen am Wochenende gemeinsam mit der Familie, bei jedem Dritten steht am Sonntag ein klassischer Braten auf dem Speiseplan. Innovationen sucht der Deutsche im Convenience-Sortiment, zum Beispiel Packungsgrößen für Singles, einen gesundheitsfördernden Zusatznutzen oder Produkte mit reduziertem Fettgehalt. Und: Die Deutschen besuchen gern gute Restaurants und schätzen dort vor allem ein stilvolles Ambiente.

ITALIEN: FRISCH, FLEISCHLOS UND BIO

Wie keine andere Nationalität schaffen es die Italiener auch in diesen hektischen Zeiten, ihren Tagesablauf rund um die gemeinsame Mahlzeit mit der Familie zu organisieren. Nach wie vor sind es die Frauen, die Zubereitung und Auswahl des Essens bestimmen – etwa 70 Prozent der Italienerinnen kochen gern. Zurzeit dreht sich in Italiens

Küchen viel um Frische, fleischlose Küche und Bio; Tiefkühlprodukte sind ebenso verpönt wie fettes Fleisch und künstliche Aromastoffe. Und: Die Zahl der Menschen, die in Italien vegetarisch leben, ist zwischen 1999 und 2002 von 1,5 auf 2,9 Millionen (etwa 5 Prozent der Bevölkerung) gestiegen. Kein Wunder, dass Convenience im strengen Sinn (noch) nicht viele Freunde findet. Anstelle von Ready-to-Serve-Produkten greifen die Italiener höchstens zu Fertiggerichten, die zu Hause individuell verfeinert oder komplettiert werden können.

ABKEHR VON DER SPANISCHEN LEICHTKEIT

Der Wandel der Essgewohnheiten in Spanien ist unübersehbar. Mit dem Anstieg der berufstätigen Frauen haben auch der Anteil an Convenience-Produkten und das Interesse an Fast-Food-Restaurants zugenommen. Immer seltener, nur noch von 17 Prozent der Befragten, wird regelmäßig mit Familie und Freunden gegessen, stattdessen geben mehr als 40 Prozent gern Geld für einen Restaurantbesuch aus. Der Anteil der Mittagessen, die ausser Haus eingenommen werden, steigt stetig. Und: Die Ernährung der Spanier ist weitaus fett-, zucker- und proteinhaltiger als noch vor zehn Jahren. Frisches Obst, Gemüse und Olivenöl werden immer häufiger mit industriell hergestellten Produkten und Backwaren ersetzt. Der spanische Gesellschaft für Ernährung zufolge hat sich der Anteil der übergewichtigen spanischen Kinder seit 1984 sogar von 7,5 Prozent auf 13,9 Prozent nahezu verdoppelt.

Als das Land mit der längsten «Fast-Food-Geschichte» Europas – ob

in Form von Fish & Chips oder Beef-Burgers – gehört in Grossbritannien regelmässiges Essengehen zum Alltag. Die Studie ergab, dass 86 Prozent der Verbraucher in den drei Monaten vor Durchführung der Erhebung in einem Restaurant oder Café gegessen hatten. Im Europa-Vergleich sind britische Verbraucher am ehesten bereit, Geld für einen Restaurantbesuch und für Take-aways auszugeben. Derart geprägt, greift der durchschnittliche Brite in der eigenen Küche gern zu Premium-Convenience – insbesondere finanziell unabhängige Paare und Singles. Das bequeme Food-Angebot reicht über abgepackte Salate bis hin zu schonend gedämpften Gemüsegerichten für die Mikrowelle.



Welche neuen Verpflegungs-Ideen machen wem Appetit?

BIOWEINE

Kleines aber feines Nischenprodukt

Die Weine des Vereins Bioweinbauern Schweiz bestechen durch ihre Vielfalt und durchwegs gute Qualität. Durch den Anbau von resistenten Reben und den Einsatz von biologischen Mitteln können die Bio-Winzer auf chemische Hilfe verzichten.

dieser Weine war mitunter ungewöhnlich, und Weinpuritaner könnten damit Mühe bekunden.

KONKURRENZ AUS DEM AUSLAND

Ein einheitliches Urteil über die Bioweine zu fällen ist unmöglich. Zu unterschiedlich sind die Bedingungen, unter denen sie angebaut werden. Auf der Domaine de la Devinière beispielsweise ist der Einsatz von Maschinen möglich, da das Land flach und ausladend ist. Die Reben von Bruno Bosshardt in Walenstadt hingegen wachsen teilweise an schwer zugänglichen Steilhängen. Mehr noch als beim konventionell angebauten Wein haben der Anbauort, die Bodenbeschaffenheit und die Höhenlage einen grossen Ein-

fluss auf den Geschmack des Weins. Der Markt für Bioweine ist hart umkämpft: «Immer häufiger kommen Weine in die Läden, die im Ausland grossflächig und mit viel weniger Kostenaufwand produziert werden», erklärt Willy Cretegnny. In der Schweiz dagegen verfügen die Bio-Winzer bloss über kleine Anbauflächen und müssen vieles in Handarbeit erledigen.

Viele Bioweinbauern winzern deshalb im Nebenerwerb und vertreiben ihren Wein neben anderen Produkten im Direktverkauf oder auf Bauernmärkten. Für Massenabnehmer wie Coop sind die produzierten Volumen oftmals zu gering. 2002 produzierte der Bioweinbauverein bloss ungefähr 750 000 Liter. So ist Schweizer Biowein ein Nischenprodukt, ganz nach dem Motto: Klein aber fein.

Foto: Julia Konstantinidis



WEINAUSWAHL

Die Vielfalt der biologisch hergestellten Weine ist trotz der geringen Produktionsmenge beachtlich.

JULIA KONSTANTINIDIS

Die Herbstsonne scheint über die ausladenden, sanft abfallenden Weinberge der Domaine de la Devinière in Satigny bei Genf. In einem kleinen Häuschen inmitten der Rebberge lud der Präsident des schweizerischen Bioweinbauvereins, Willy Cretegnny, zur Degustation ein. Die rund 50 Mitglieder des Vereins bauen ihren Wein nach den strengen Regeln der Bio-Suisse-Richtlinien an – ihr Wein darf die Bio-Knospe auf dem Etikett tragen.

Insgesamt werden in der Schweiz rund 230 Hektaren Rebland biologisch angebaut. Die Bauern verzichten gänzlich auf chemische Dünger und chemisch-synthetische Spritzmittel. Stattdessen setzen die Bio-Winzer im Kampf gegen Schädlinge auf resistente Traubensorten sowie auf einen gesunden, biologisch-aktiven Boden. Durch die vielfältige Flora wächst die Chance, dass sich rund um die Traubenstöcke Lebewesen ansiedeln, die den Reben-Schädlingen den Garaus machen. Das Gras zwischen den Reben der Domaine de la Devinière gedeiht denn auch prächtig.

MEHLTAUPLIZ: ALTES WISSEN NEU BELEBT

Ein gefürchtetes Übel ist der Mehltaupilz. Bioweinbauern rücken dem Pilz mit einem Tonerdemehl, gemischt mit Bestandteilen von Schachtelhalm, Hefen und Schwefel zu Leibe. Damit die Pflanzen erst gar nicht befallen werden, greifen sie auf altes Wissen zurück: «Ende des neunzehnten Jahrhunderts war der Mehltaupilz sehr akut – in dieser Zeit wurden besonders resistente Reben gezüchtet, die wir heute wieder anpflanzen», erklärt Bruno Bosshardt, Bioweinbauer in Walenstadt.

Diese alten Sorten, wie etwa die Baco-Noir-Traube, aber auch neue resistente Kreuzungen, so genannte interspezifische Sorten wie die Regent-Traube oder die Bianca-Rebe, erleichtern den biologischen Anbau. So kann Weinbauer Bruno Martin aus Ligerz bei seinen Bianca-Reben, die er seit zwölf Jahren anbaut, zeitweise gänzlich auf Behandlung verzichten.

AUTHENTISCHER GESCHMACK

Die 25 Weine die der schweizerische Bioweinbauverein zur Degustation bereitgestellt hatte, setzten sich aus traditionellen Rebsorten sowie neueren, interspezifischen Sorten und Assemblagen zusammen. Auch diese bestehen zu hundert Prozent aus Biowein. Auch was den Geschmack betrifft, sind Bioweine authentisch. Die Aufzuckerung des Safts beschränkt sich auf 2,5 Kilogramm pro Hektoliter, und bei der Schwefelzugabe ist nur die Hälfte der laut Lebensmittelgesetz erlaubten Menge gestattet.

Die degustierten Weine bewegten sich im guten Bereich, herausragend bei den Weissweinen war ein Gewürztraminer aus dem Jahr 2002 der Domaine des Coccinelles. Die Rotweine lagen in ihrer Qualität dicht beieinander, wobei ein Gamay von der Domaine de la Devinière überzeugte und der Nebbiolo von der Fattoria San Siro überraschte – ein Wein, der normalerweise für das Schweizer Klima nicht besonders geeignet ist. Zu reden gaben die Weine aus interspezifischen Sorten sowie Assemblagen von interspezifischen Reben. Der Geschmack

Anzeige

messe schweiz

Home to European Hospitality

An der Igeho treffen sich Branchenkenner aus ganz Europa: Die internationale Fachmesse für Gemeinschaftsgastronomie, Gastronomie und Hotellerie gilt als eine der wichtigsten europäischen Präsentationsplattformen. Innovative Sonderveranstaltungen – Centre Gastronomique, The World of Inspiration und European Hospitality Forum – und das Know-how von über 40 Jahren Erfahrung versprechen einen einzigartigen Top-Event. Herzlich willkommen. www.igeho.ch.

21. bis 25. November 2003 Home to
Messe Basel European Hospitality Igeho

Buitoni – Feiertags-Pasta «Rondello con anatra»

Die italienische Saison-Küche und deren herrliche Gerichte sind ein Spiegelbild der Natur. Gartenfrisches Basilikum und knackige Zucchini im Sommer, duftende Steinpilze und Reh im Herbst. «Rondello con anatra» heisst die neueste Kreation aus dem Hause Buitoni und bringt Italianità auch in der kalten Jahreszeit in die Schweizer Küchen. Die Füllung ist fein strukturiert und lässt die beiden Hauptkomponenten, Entenbrust- und Pfirsich-Würfel, optisch wie degustativ klar erkennen. Die Kombination von Geflügel und Frucht wirkt sehr feierlich und empfiehlt sich gerade auf die Feiertage hin als Komponenten in einem Menü. Die Anrichtemöglichkeiten lassen einen grossen Spielraum. Durch die kurze Zubereitungszeit von nur zirka drei Minuten lässt sich das Rondello con anatra im Menü-, Bankett- wie auch im A-la-carte-Bereich einsetzen. Erhältlich ist das Produkt in der Einheit von 3 x 1500 g, voraussichtlich nur während den Wintermonaten (solange Vorrat).
Nestlé Food Services
Hotline 071 844 85 30

Nespresso – Tarrazú, die goldene Bohne aus Costa Rica

Nespresso lancierte Mitte September seinen Special Club Grand Cru 2003, den Tarrazú, wiederum einen seltenen und besonders feinen Arabica-Kaffee, diesmal aus dem Hochland Costa Ricas in Mittelamerika. Tarrazú wird in kleinen Plantagen auf den zum Pazifik gewandten Hängen von Santa Maria La Dota bei Los Santos angebaut und überzeugt mit einer ungewöhnlich

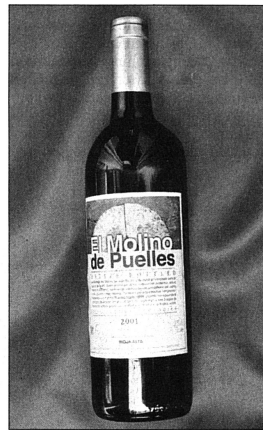
seidigen Geschmacksnote mit einem mittelkräftigen Körper und köstlichen Aromen, die an einen guten Burgunder Rotwein erinnern. Seit 1995 lanciert Nespresso jedes Jahr einen Special-Club-Kaffee, der das Standardangebot an Nespresso Grand Crus ergänzt. Special-Club-Kaffees sind Auslese-mischungen aus aussergewöhnlichen und hervorragenden Ernten. Wie ein

erlesener Wein werden sie jedes Jahr im September für eine begrenzte Zeit angeboten. Tarrazú Special Club ist nur für Mitglieder des Nespresso-Clubs erhältlich, zu dem alle Besitzer von Nespresso-Maschinen automatisch gehören. Eine Reihe von Accessoires in limitierter Auflage ist ebenfalls über den Nespresso-Club zu beziehen.
www.nespresso.com

Schulthess – Reinigung «All in One»

Neue Textilarten und Möglichkeiten der Nassreinigung haben in letzter Zeit die Entwicklung im gesamten Wäschereibereich geprägt. Zu den üblichen Standard-Waschprogrammen gewinnen die Programme der Nassreinigung («Wet-Clean by Schulthess») immer mehr an Bedeutung. Schulthess hat diese Entwicklung erkannt und seine Produkte als einziges Unternehmen so ausgelegt, dass – «All in One» – in der gleichen Maschine sowohl gewaschen wie gereinigt werden kann. Auch die Schulthess Gewerbetrockner sind sowohl für das Standard- wie auch das Wet-Clean-Trocknen ausgelegt.

Wet-Clean für moderne und empfindliche Textilien erobert zunehmend die moderne Textilreinigung und ergänzt in sinnvoller Weise die bisherigen Waschverfahren auch im Hotelgewerbe und in Heimen. Wäschestücke, die bisher auswärts gereinigt werden mussten, können nun dank Wet-Clean in der eigenen Wäscherei gepflegt werden. Während der Igeho wird Schulthess eine Wet-Clean-Anlage live betreiben, um den Besucher über die diversen Möglichkeiten zu informieren.
Schulthess Maschinen AG,
8633 Wolfhausen
Igeho: Halle 1, Stand A52

Jacquart – El Molino de Puelles 2001

Jesús und Félix Puelles gehören zu den viel versprechenden Produzenten des Rioja-Alta-Gebiets. Ihre neueste Kreation gehört auf Anhieb zu den besten Weinen der Region. Es handelt sich um den El Molino de Puelles 2001. Dieser Wein wird ökologisch angebaut und erreicht seine Reife in neuen französischen und amerikanischen Eichenfässern. Der ausgezeichnete, unfiltrierte Rotwein hat eine intensive Farbe von roten Kirschen und wird geprägt durch die Aromen von reifen Früchten und neuem Eichenholz. Sein gut strukturierter Geschmack bleibt lange im Mund erhalten. El Molino de Puelles 2001 eignet sich besonders gut zu Rind- und Lammfleisch, begleitet aber auch hervorragend Wildgerichte und Käse.
Jacquart Suisse SA
1785 Cressier/FR
Telefon 026 674 20 15
www.jacquart.ch

AUS- UND WEITERBILDUNG

G3 12 **GASTRO UNTERNEHMERSEMINAR MIT EIDG. DIPLOM DIPL. RESTAURATEUR**

GASTRO-UNTERNEHMER AUSBILDUNG IN DREI STUFEN. BERUFSBEGLEITEND.

Zielgruppe	Selbstständige und Führungskräfte der Gastrobranche
Lerninhalte	Unternehmensführung, Food & Beverage Finanzmanagement, Oekonomie & Recht
Struktur	35 Tage berufsbegleitend, in 2-Tagesblöcken
Dauer	jeweils von Januar – September
Ort	in Zürich, teilweise externe Seminarblöcke
Prüfung	jeweils im Oktober
Diplom	geschützter Titel "Dipl. Restaurateur"
Kosten	Fr. 5'900.-, Prüfungsgebühr Fr. 1'850.- exkl. Mwst. Fr. 250.- für externen Block in Seminarhotel
Informationen	GastroSuisse, Gastro-Unternehmerausbildung Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich Tel: 01 377 52 06, Fax: 01 377 55 92 thomasfahni@gastrosuisse.ch www.gastrosuisse.ch

GASTRO SUISSE

Hotel & Gastro formation

by Hotel & Gastro Union
Confédération
Société suisse des hôteliers

Inscription aux examens professionnels pour l'obtention du brevet fédéral de cuisinier/ère en hôtellerie et restauration, ou chef/fe en restauration

Dates des examens: Du 28 juin au 17 Juillet 2004

Lieu d'examen: Pully

Langue d'examen: Français

Conditions d'admission:
• Certificat fédéral de capacité de cuisinier/ère
• 3 ans minimum de pratique dans le métier
• Attestation du cours de maître d'apprentissage
• Compléments: voir règlement art. 9 p. 6 (Selon règlement et directives du 18 mai 1998)

Taxe d'examen: La finance d'examen est de CHF 2100.-. Elle comprend les frais de matériel, la taxe d'enregistrement du brevet et la TVA 7.6%.

Une avance sur la taxe d'examen de CHF 700.- sera versée à Hotel & Gastro formation lors de l'inscription. Le solde sera versé dans les 14 jours qui suivent la notification de la décision d'admission.

Inscription: Les participants du cours préparatoire reçoivent la documentation pour l'inscription pendant le cours. Les inscriptions seront prises dans l'ordre de réception. **Clôture des inscriptions: 21 novembre 2003** (Date cachet de la poste). L'inscription et le formulaire dûment complétés sont à envoyer à: **Hotel & Gastro formation, Route des Pressoirs 8, 1027 Lonay**

Répétants: Les répétants sont admis aux examens selon le règlement et les directives en vigueur, qui peuvent être obtenus à l'adresse mentionnée ci-dessus.

Important: Vous êtes priés de consulter les informations complémentaires jointes à la documentation d'inscription.

158790/41532

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

153472/590239

Sprachausbildung

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

htr**Über Marketing und Dumping.****HOTELSCHULE LÖTSCHER**

Grundlagen zum Erfolg

Der Réceptionskurs

4-wöchiger Intensivkurs (135 Lektionen)
für Ein-/Umsteiger an die Hotellerie mit FIDELIO FO

19. April bis 14. Mai 2004 und

11. Oktober bis 5. November 2004

(oder 2 Blöcke à 2 Wochen Frühling/Herbst)

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

HOTELSCHULE LÖTSCHER, Färbistrasse 18, 7270 Davos Platz
Tel. 081 420 65 26 E-Mail: **info@hotelschule-loetscher.ch**

Hotel-Handelsschule SHV

VOM DIPLOM HOTELSEKRETÄR/IN SHV ZUM KV-ABSCHLUSS

Info-Anlass: 3. Dezember, 14.30 Uhr, Anmeldung erwünscht.

Minerva Zürich · Scheuchzerstrasse 2
8006 Zürich · Telefon 01 368 40 20
www.institutminerva.ch
Zürich · Luzern

MINERVA
Ein Institut der KALAIOS Bildungsgruppe Schweiz

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

Designpreis für «Carpe Diem»

Swiss-Star. Das Schweizerische Verpackungsinstitut hat das Flaschendesign von «Carpe Diem» mit dem Swiss-Star-Designpreis 2003 ausgezeichnet. Carpe Diem will mit ihrer Produktlinie Massstäbe in Frische, Form und Funktionalität setzen. Stephan Breier, Schöpfer der Carpe-Diem-Flasche: «Mit dem Design wollten wir Assoziationen auslösen, die zwischen Natürlichkeit, geistiger Kraft und gelassener Lebensführung zirkulieren.» *DST*

Kurs für Profis in Dubai

Küchenmanagement. Die Emirates Academy of Hospitality Management, die zur Hotelgruppe Jumeirah International gehört, bietet Profis vom 24. bis 30. Januar 2004 in Dubai einen Fortbildungskurs in Küchenmanagement an. Der international ausgezeichnete Koch und Buchautor Willi Elsener leitet das Seminar. *DST*

Infos: andreas.beisser@emirates-academy.edu

Gastrofachmesse im Tessin

Bellinzona. Vom 5. bis 9. März 2004 findet auf dem Messegelände Espocentro Bellinzona die zweite Veranstaltung von RistoraTI statt. Die Fachmesse für Produkte und Dienstleistungen des Gäststätten- und Hotelwesens wird von der Iscom SA in Zusammenarbeit mit Gastronomico und Ticino Turismo veranstaltet. Eine Neuigkeit ist die grosse Spezialsalon RistoWine, welcher ganz dem Wein und den Destillaten gewidmet sein wird. *DST*

Klimawandel fördert Wein-Qualität

Steigende Temperaturen. Zahlreiche Wein-Anbaugelände der Erde profitieren laut einer neuen Studie von den steigenden Temperaturen, wie das britische Wissenschaftsjournal «Nature» berichtet. «In den meisten Regionen war jedes Jahr der vergangenen Dekade ein gutes Weinjahr. Zweifelloso spielte das Klima eine bedeutende Rolle bei diesem Trend», so der Klimatologe Gregory Jones von der South Oregon University (USA). Jones hatte 30 Weine aus 27 Anbau-

gebieten unter anderem in Chile, Kalifornien, Südafrika, Frankreich, Italien und Deutschland untersucht.

Dabei stellte er einen engen Zusammenhang zwischen der Weingüte auf der üblichen 100-Punkte-Skala und den Klimadaten der vergangenen 50 Jahre fest. Während die Temperatur in diesem Zeitraum um durchschnittlich zwei Grad Celsius stieg, verbesserten sich die untersuchten Weine im Mittel um 13,3 Punkte pro Grad Celsius. Auf Grundlage eines Klima-

modells des britischen Hadley-Klimarechenzentrums erwartet Jones in den nächsten 50 Jahren erneut einen Temperaturanstieg um zwei Grad Celsius. Für hervorragende Weine aus bereits jetzt schon recht warmen Gebieten sind die steigenden Temperaturen allerdings keine gute Nachricht. Die Trauben könnten unter Umständen zu schnell reifen und noch nicht ausreichend Geschmack entwickelt haben, wenn der optimale Zuckergehalt erreicht ist. *DST/Isda*

COMBISTEAMER

Alleskönner bis Turbo-Gargeräte

Rationeller, schneller und einfacher zu bedienen: Dies sind weiterhin die Attribute der meisten Neuheiten im Bereich der Combisteamer.

GUIDO BÖHLER

Der Combisteamer-Hersteller Rational offeriert nach dem Heissluft-Frieren und Nachtgaren eine weitere Zusatzfunktion: das Grillen von Kurzbratstücken. Man belegt die Antihalt-Emaillstäbe des Grillsatzes «Combigrill» mit Fleisch oder Fisch und gart sie bei 180–230 °C und voller Lüfterleistung. Laut Key Accounter Max Giacomuzzi kann man «dank Temperatursonde punktgenau garen, allerdings entstehen nur auf der Unterseite Grillmarken». Der Vorteil gegenüber der Griddleplatte besteht im rationalen Handling: Ein Steak benötigt zwar die normale Garzeit, aber man kann in derselben Zeit bis hundert Steaks zubereiten. Noch nicht bezifferbar sei der Garverlust bei dieser Methode.

Vorfrittierte Pommes ohne Zusatzfett im Combisteamer fertig zu backen ist rationell, wenn grosse Mengen vonnöten sind. Auch hundert Steaks gleichzeitig à point zu garen ist ein Fortschritt, aber sind sie im Combisteamer gegrillt oder gebacken? Diese zwei Methoden widersprechen sich zwar nicht, aber die Art der Wärmeübertragung ist unterschiedlich: Beim Grillen ist ein hoher Anteil Infrarot-Strahlung im Spiel, im Combisteamer jedoch ausschliesslich heisse Luft.

NUANCEN BESTIMMEN DEN GESCHMACK

Auch wenn Steaks im Ofen den richtigen Garpunkt erreichen: Sie können ebenso wenig nach Grill schmecken wie Ofen-Frites nach Friteusenöl. Viele Gäste bevorzugen vielleicht die ofengegarten Alternativen, aber es bestehen geschmackliche Unterschiede. Auch ein Gas- oder Holzkohlegrill hebt sich vom Infrarot-Grill ab. Der Koch muss aber seine Geräte beherrschen, und dies ist einfacher und rationeller bei einem programmierbaren Combisteamer als bei einem Holzkohlegrill.

Eine ebenfalls unkonventionelle Gartechnik ist «Rapid cooking» mit dem Merrychef-Heissluftofen, den Haari Food Systems in Bachenbülach anbietet. Neu sind ein Grosseis des FoodService-Sortiments von Nestlé im Menu-Key programmiert. Im Vergleich zum Combisteamer «ist die Garzeit stark verkürzt dank hoher Luftgeschwindigkeit und Mikrowellen-Unterstützung», erklärt Claude Haari. «Eine Klima-Programmierung erbringt sich dank der Schnelligkeit». Eine Portion tiefgekühlte Chicken-nuggets könne man in 2,5 Minuten garen. Die Temperatur ist über drei Gar-ETappen programmierbar.

KÜCHENTECHNIK

Besseres zu tieferen Preisen

An der Igeho in Basel sind einige innovative Küchentechnik-Highlights zu sehen. Die Aussteller gewähren in der Regel Rabatte. Aber es gilt weiterhin die Erfahrung, dass der Kaufinteressent Werbeversprechen mit konkreten Fragen zur Praxis überprüfen sollte.

Fotos: Guido Böhler

GUIDO BÖHLER

Das Investitionsklima ist konjunkturbedingt schlecht, vor allem in der Hotellerie. Electrolux-Bereichsleiter Fritz Dätwyler spricht von einem «absoluten Tiefstand». Erst Mitte nächsten Jahres könnte eine Verbesserung eintreten. Derzeit herrscht daher vor allem ein Preiskampf zwischen den Küchentechnik-Anbietern. Der Wettbewerb ist härter geworden, kaufwillige Gastronomen profitieren daher von Rabatten. Bei Salvis hingegen spürt man seit August eine leichte Verbesserung. Marketingleiter Werner Lerch meint, «der Markt zieht an, aber ob das Wachstum anhält, kann man noch nicht sagen».

HIGH-TECH UND RATIONALISIERUNG

Was aber anhält, sind die technischen Trends wie etwa zu Induktion, programmierbaren Geräten und Bedienungskomfort. Einige Beispiele: Um grosse Mengen von Tiefkühlware aufzutauen, bietet Electrolux Professional das neue «air-o-defrost»-Gerät an. Es ist auf eine Soll-Temperatur programmierbar, arbeitet mit einer

(ins Lebensmittel gebohrten) Kernsonde und feuchter Luft von 95 bis 100 °C. Auf diese Weise trocknen die Lebensmittel nicht aus und es entstehen keine Hygieneprobleme. «In zwei Stunden erreichen sie 5 °C im Kern», verspricht Fritz Dätwyler, «sie erwärmen sich dank Kühlfunktion nicht weiter. Auftauzeit, Platzbedarf und Gewichtsschwind sind wesentlich kleiner im Vergleich zum Auftauen im

Kühlschrank». Salvis AG lanciert an ihrem ersten grossen Auftritt nach der Umfirmierung von Franke Verpflegungstechnik und der Integration in die deutsche Gustatus-Gruppe den markneuen Salamander «Vitesse» mit Rohr- oder Hiligh-Heizkörpern. Die Vorteile seien: reinigungsfreundlich, von allen Seiten bestückbar, und der Heizreflektor ist leichtgängig verstellbar – manuell oder elektrisch. Eine zweite Salvis-Neuheit ist die flächenbündige, modulare und hygienisch konstruierte Herdlinie «Vision» mit Induktion und dem neuen «Real time control system RTCS» der Konstruktionsfirma Inducos: Temperaturmessung und -regelung geschehen verzögerungsfrei und kabellos dank Radiowellen auf der ganzen Kochfläche.

INDUKTION AUF DEM VORMARSCH

Eloir AG integriert neu eine Druckgar-Braisiere der Grössen GN 1/1 oder 2/1 in den «Sirius»-Herd. Die Arbeitsinstrumente für Produktion und À-la-carte-Betrieb seien somit Platz sparend vereint, stünden gleichzeitig zur Verfügung, und das Druckgaren sei vollautomatisch überwachbar.

Die Neuheiten von Hugentobler AG sind schon in der Praxis getestet: Die Berner Firma baut einen Induktionsherd sowie den Induktionsgrill «Indu Griddle» – beide mit RTCS: Ist- und Soll-Temperatur sind auf ein Grad genau digital angezeigt, die Schaltendifferenz beträgt 0,5 °C. Der «Indu Griddle» misst die Temperatur in der Grenzschicht zwischen Griddleplatte bzw. Pfanne und Gargut. «Auf diese Art kann man temperaturbewusst kochen», folgert Daniel Haldmann von Hugentobler. Beim Kaltstart heizt

das Gerät in vier Minuten auf 200 °C und fällt auch trotz hoher Belegung nicht ab.

Der Spülmaschinen-Spezialist FCC-Hobart präsentiert eine neue Serie von Hauben- und Universalspülmaschinen. Besseres Spülergebnis, höhere Wirtschaftlichkeit, einfachere Bedienung verspricht Hobart. Verbessert sind Wasserpumpe und Boiler: sie sorgen für höheren Wasserdruck und kürzere Heizzeiten. Die Heizung liegt aussen am Tank und setzt damit weniger Kalk an. Die heiklen Zonen wurden reduziert, und man kann den Tank einfacher reinigen.

Für starke Beanspruchung bietet Hobart eine verstärkte Spülleistung bei den neuen Haubenspülmaschinen AMXX und AUXX. Sie besitzen einen vierflügeligen Wascharm und ein Hochdruck-Spülprogramm. Vereinfacht ist neu das interaktive Bedienpanel. Das Handling ist damit leichter verständlich, und der Betriebsstatus wird stetig angezeigt.

Wie gut sind Neuheiten?

Bei «Neuheiten» lohnt es sich, folgende Fragen zu stellen:

- Was genau ist daran markneu beziehungsweise firmenneu?
- Welche Nachteile können damit verknüpft sein?
- Welche Praxiserfahrungen bestehen?
- Wie realistisch sind die versprochenen Einsparungen?
- Bei welchen Anwendungen schmelzen sich die Vorteile?

GB

Igeho-Neuheiten in Kürze

– Neu bei Beer Grill AG sind Kondensationshauben bei den Genius- und Primus-Combimodäler-Tischmodellen. Damit können die Geräte in einem Ladenlokal an der Verkaufsförderung eingesetzt werden. Und die Speise-Präsentationsvitrine Culinario erhält als Zubehör-Ergänzung einen neu entwickelten Wärmeunterschrank.

– Hugentobler AG ergänzt das Warmhalte-Gerät Hold-o-mat auf Wunsch mit einer Kerntemperatur-Steuerung für Cook & Hold oder Niedertemperaturgaren.

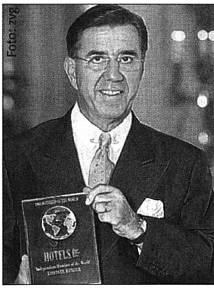
– Neu von Küllering sind: Eis-Abfüllstation ICE PRO 80, in welcher das Eis in Säcke abgefüllt wird. Hygienisches Tischmodell des Follett Eisdispensers Symphony. Gekühlte Wannen und Präsentationsvitrinen der neuesten Generation. Fahrbare Café-Bar «Spettacolo» mit Patissierervitrine. Art-Cool-Klimageräte mit futuristischem Design. Einbau-Snack/Torten-Theke mit Umluft, zentralgeköhlt, steckerfertig. *GB*



Dank Induktion mit Schnell-Regelung kann man auf dem Grill Speisen zubereiten, die hohe Ansprüche an die Temperaturgenauigkeit stellen.

Preisverleihung in New York

Emanuel Berger. «Hotels», das amerikanische Fachmagazin, hat Emanuel Berger, Direktor des 5-Sterne-Hotels Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken, zum «Independent Hotelier of the World 2003» gewählt. Am 10. November nahmen Berger und seine Frau Rosmarie Berger den Preis in New York entgegen. Berger ist der erste Direktor eines Hotels in Schweizer Besitz, dem diese Ehre zuteil wird. Letztes Jahr wurde ebenfalls ein Schweizer ausgezeichnet: Kurt Ritter, der



President & CEO Rezidor SAS Hospitality. «Emanuel Berger hat diese Ehrung von Hoteliers aus aller Welt erhalten, weil er seinen klassischen, schweizerischen Stil der Hotelführung während seiner ganzen erfolgreichen Laufbahn durchgezogen hat», sagte Chefredaktor Jeffrey Weinstein. «Die Grande Dame Victoria-Jungfrau hat dank seiner Hingabe und Professionalität floriert. Er ist ein Gewinn für Interlaken und für den Tourismus in der Schweiz ganz allgemein.» CK

Aktion für Behinderte

Interlaken. Ein Adventskalender als soziale Aktion: Im Park des Lindner Grand Hotel Beau Rivage steht ab dem ersten Advent ein überdimensionaler Adventskalender. Jeden Abend wird ein Türchen geöffnet und der Inhalt an den Meistbietenden versteigert. Dazu können sich Gäste und Einheimische mit Glühwein und Christstollen verpflegen. Der Erlös aus dem Getränkeverkauf und der Versteigerung kommt dem Regionalen Behindertenzentrum zu Gute.

Laut Pressemitteilung ist die Begeisterung für diese Aktion bereits übersprungen: Hotel-Lieferanten haben Inhalte für die einzelnen Kalendertage bereitgestellt, und lokale Firmen haben sich bereit erklärt, das Material und die Arbeitszeit für den Bau des Kalenders zu spenden.

Im Weiteren bietet das «Beau Rivage» während der Adventszeit ein 3-Gang-Menü, von dessen Einnahmen ein Teil ebenfalls an das Behindertenzentrum geht. SST

ZITAT DER WOCHE

«Wir haben das gleiche Ziel. Wir wollen die Österreicher schlagen.»

Jean-Daniel Mudry, Direktor Swiss-Ski, zu Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus, beim Auftakt der Winterkampagne von ST in Zürich.

PEOPLE

Sabine Schäfer (32) hat am 8. November die Direktion des Arabella-Sheraton Hotels Derby in Davos übernommen. Die in Deutschland geborene, staatlich geprüfte Hoteldiplombetriebswirtin und ausgebildete Kommunikationspsychologin ist seit 2000 in der Arabella-Sheraton Hotelgruppe tätig. In den letzten zwei Jahren war sie Vizedirektorin des Hotels Schloss Fuschl bei Salzburg. Die bisherige Direktorin des «Derby», **Dagmar Weber**, hat in diesem Herbst die Leitung des Arabella-Sheraton Hotels Waldhaus in Davos übernommen. KTV

Roland Tegtmeier ist neuer Direktor im «Ramada Biel Plaza» in Biel. Er ist Nachfolger von **Jürg Wernli**, der das 4-Sterne Hotel seit Anfang Jahr leitete. CK

Olivier Vallotton übernimmt im Januar 2004 die «Brasserie du Palace» und «La Terrasse du Petit Palais» des Hotel Montreux Palace. Dies hätten Vallotton und das Management des «Montreux Palace» vereinbart, teilte das 5-Sterne-Haus mit. Olivier Vallotton, der 1975 seine Karriere mit einer dreijährigen Ausbildung zum Koch im «Montreux Palace» begann, ist Eigentümer und Küchenchef des Restaurants «Le Gourmet» und der Brasserie «L'Olivier» im Hotel du Forum in Martigny. DST

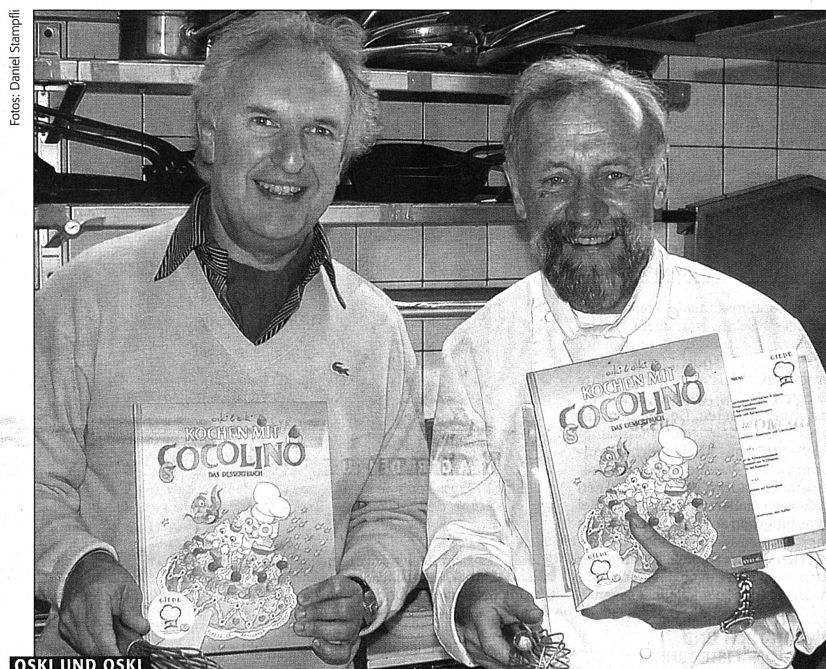
Die Aktionäre der Bergbahnen Tschertsch AG haben erstmals in der 50-jährigen Firmengeschichte eine Frau in den Verwaltungsrat gewählt: **Ruth Hasler Raemy** folgt als Vertreterin der Gemeinde Tschertsch auf **Dario Friedli**. SST

Hanna Rychener ist die «Top Travel Woman 2003». Die Direktorin der Internationalen Schule für Touristik hat 54 andere nominierte Branchen-Frauen ausgestochen. Den Preis verliehen hat das Fachmagazin «Schweizer Touristik». SST

Léonard Gianadda ist für seine Kulturstiftung in Martinach mit dem Prix Sommer 2003, dem Tourismus- und Qualitätspreis der UBS, ausgezeichnet worden. Die Gianadda-Stiftung feiert ihr 25-Jahr-Jubiläum. Der zweite Preis ging an die Matterhorn-Gotthard-Bahn für die grösste wirtschaftliche und touristische Entwicklung in den letzten zehn Jahren. Gewählt haben eine Jury und die Leser der beiden Walliser Zeitungen «Walliser Bote» und «Le Nouvelliste». CK

DESSERTBUCH

Kochen mit Cocolino



OSKI UND OSKI

«Bilder-Erfinder» Oskar Weiss (links) und «Chrüter Oski» Oskar Marti sind stolz auf ihr jüngstes gemeinsames «Kind». Das Dessertbuch ist bereits der vierte Band in der Reihe der Cocolino-Kinderkochbücher.

Die Cocolino-Kinderkochbücher von Oskar Marti und Oskar Weiss haben Nachwuchs bekommen: das Dessertbuch ist erschienen.

DANIEL STAMPLI

«Wir wollen mit Cocolino das Interesse der Kinder an der Natur, an Lebensmittelberufen und am Handwerk wecken», erklärte «Chrüter Oski» Oskar Marti, der die Rezepte zum Kinderkochbuch beisteuerte, anlässlich der Buchpräsentation. «Bilder-Erfinder» Oskar Weiss war für die gestalterische Umsetzung der Rezepte verantwortlich. Die Schweizerische Gilde

etablierter Köche, die nächstes Jahr ihr 50-Jahre-Jubiläum feiert, hat die Patenschaft für Cocolino übernommen. «Cocolino soll zu einem Markenzeichen für kindergerechte, qualitativ hochwertige und pädagogisch wertvolle Produkte werden», umschreibt Oskar Marti seine Botschaft.

Im Dessertbuch verwandelt Cocolino sein abenteuerliches Bauernrestaurant für zwölf Monate in ein leckeres Knusperhäuschen und proklamiert ein «Süßes Jahr». Von Januar bis Dezember erleben die Kinder mit Cocolino die Jahreszeiten mit ihren Festen und Bräuchen und den dazu passenden Gebäcken, Getränken und anderen Köstlichkeiten.

72 Seiten, ISBN 3-85502-925-3, 29.90 Franken, AT Verlag, Aarau



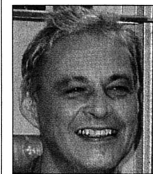
Die Rezepte sind je nach Schwierigkeit mit 1 bis 3 Kochhüten bezeichnet.

GLOSSE

Angetrunken

HANSPETER GSELL*

Eigentlich war die Einführung des neuen Blutalkoholgrenzwertes von 0,5 Promille auf den 1. Januar 2004 vorgesehen. Leider aber kann die neue Bestimmung nicht termingerecht in Kraft gesetzt werden. Denn die kantonalen Polizeikräfte brauchen einfach mehr Zeit, um Personal auszubilden, die Kontrollen vorzubereiten und die Messgeräte anzupassen! Und überhaupt: zuerst muss noch die Vernehmlassung zur Verordnung ausgewertet werden.



Und dabei hatte ich mich doch so auf diesen Termin gefreut! In einer persönlich entwickelten Testreihe habe ich mich über Monate an meine qualifizierte Trunkenheit herangetastet und dabei keine noch so unmögliche Kombination ausgelassen. Wie verhält sich die Zuger Kirschtorte zu den eingelegten Zwetschen meiner Grossmutter? Wird der Gin in der Kürbissuppe den Alkoholgehalt des Barolo im anschließenden Bratsat eliminieren, kumulieren oder sogar panachieren? Ich liess Weisswein gegen Starkbier antreten und Kirschtstängel gegen Piemontkirschen wettfeiern. Um anschliessend alles mit einem Hustensaft hinunterzuspielen. Noch weiss ich nicht, zu welchem Zeitpunkt meine Tests abgeschlossen sein werden. Sicher nicht bis zur Einführung der neuen Promillengrenze. Denn es wird mir unmöglich sein, mich bis zu diesem Zeitpunkt persönlich auszubilden. Und schliesslich muss ich mich auch geistig auf die Kontrollen vorbereiten und auch mein Messgerät muss noch angepasst werden. Und überhaupt: zuerst muss ich noch die Vernehmlassung zur Verordnung auswerten.

*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

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

Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hotel-Verein
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)

Hotellerie und Tourismus: Christine Kündler (CK),
Toni Rütt (TRU), Sonja Stalder (SST),
Dr. Karl Josef Verding (KV)

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

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

Milestone: Dr. Peter Köhler (PK)

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

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

Korrektur: Paul Le Grand

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

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strebel
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casali
Stellensysteme: Matthias Beyerle, Marc Moser
Geschäftsanzeigen: Iris Strebel (Verkaufsleitung a.),
Roger Stemmer, Brigitte Weber
Internedienst: Marc Moser

Druck:
Bücher Grafico AG,
Druckzentrum Bern

Auflage:
11'200 Ex. VEMF-beglaubigt 2002

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

ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

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

Kontakte:

Adresse:
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htv@swiss-hotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Stellensysteme:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserat@swiss-hotels.ch
Geschäftsanzeigen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserat@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen
wird keine Haftung abgelehnt.



RUUD REULAND / Le directeur de l'EHL tire un bilan très positif de ses dix-huit premiers mois passés à la tête de l'école. **PAGE 3**



GENÈVE / Genève Tourisme mise sur la reprise conjoncturelle annoncée pour l'année 2004. **PAGE 4**

Cahier français

hotel+tourismus revue

HÔTELLERIE

Hausse des salaires minimaux

En 2004, les salaires minimaux dans l'hôtellerie et la restauration seront relevés d'environ 0,7%. Une «mesure qui ne va pas de soi», estime la branche.

■ **MIROSLAW HALABA**

L'an prochain, les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration devront adapter à la hausse les salaires de certains de leurs employés. En effet, l'Office fédéral de conciliation en matière de conflits collectifs du travail a décidé, la semaine dernière, que les salaires minimaux devront être augmentés de 0,7% environ à partir de janvier 2004, respectivement, de la saison d'été 2004. Cette adaptation, a indiqué l'hôtellerie suisse, est basée sur le renchérissement estimé pour l'année 2003. La décision de l'office de conciliation est sans recours, les parties intéressées ne peuvent donc s'y opposer qu'en résiliant la convention collective.

DIFFICILE DANS LE CONTEXTE ACTUEL

Pour les associations patronales, cette compensation du renchérissement est problématique dans le contexte actuel. Compte tenu de la situation économique difficile persistante, cette «mesure ne va pas de soi», estime l'hôtellerie suisse. «L'hôtelier ne peut actuellement plus supporter de nouvelles augmentations de charges», souligne le président de la Commission du droit du travail d'hôtellerie suisse, Claudio Casanova. Selon lui, ce sont quelque 30 000 à 40 000 personnes qui seront concernées par ces augmentations. Gastrosuisse, de son côté, fait remarquer que la dernière adaptation des salaires «n'a pas encore été complètement digérée» par la branche, dont la situation bénéficiaire est toujours extrêmement tendue.

UNE CONSÉQUENCE DE L'ÉCHEC DES NÉGOCIATIONS

L'intervention de l'office de conciliation résulte de l'échec des négociations menées par les partenaires sociaux. Côté patronal, on demandait un retour partiel aux salaires de 2002, alors que du côté des salariés on exigeait une hausse des salaires de 3%. «L'office de conciliation a bien tenu compte de la situation économique, mais pas autant que nous l'aurions voulu», note Claudio Casanova.

SUISSE TOURISME

La plus importante campagne d'hiver jamais organisée en Suisse

L'hiver 03-04 sera le théâtre de la plus importante campagne d'hiver organisée jusqu'ici par Suisse Tourisme. En tout, elle coûtera 6,2 millions de francs.

■ **LAURENT MISSBAUER**

Tout comme l'a fait l'Office national autrichien du tourisme à Vienne, à la mi-octobre (lire notre édition du 6 novembre), Suisse Tourisme a aussi lancé, la semaine dernière, sa campagne hivernale en ville. Et cela, plutôt trois fois qu'une. C'est en effet dans les gares de Berne, de Lausanne et de Zurich que 160 moniteurs de ski ont distribué, les 6 et 7 novembre, les nouvelles brochures hivernales de Suisse Tourisme. En outre, deux conférences de presse ont été simultanément mises sur pied, le 6 novembre, à Zurich et à Lausanne.

DIX ÉPREUVES DE COUPE DU MONDE EN SUISSE

Si l'Office national autrichien du tourisme a renforcé cet hiver sa collaboration avec la Fédération autrichienne de ski, Suisse Tourisme en a fait de même avec la Fédération suisse de ski. Dans sa communication, Suisse Tourisme mettra ainsi en avant les dix épreuves de Coupe du monde de ski, de snowboard, de ski de fond et de saut à ski qui se dérouleront cet hiver dans notre pays. En outre, une locomotive aux couleurs de Suisse Tourisme arborera dans tout le pays les noms des différentes épreuves de Coupe du monde ainsi qu'une photo géante du champion de ski neuchâtelois Didier Cuche qui a d'ailleurs inauguré la locomotive, jeudi passé à Zurich.

RAILWAY: AUGMENTATION DES NUITÉES HÔTELIÈRES

A la conférence de presse de Lausanne, Michel Ferla, le directeur-adjoint de Suisse Tourisme, n'a pas manqué de souligner que le coût de cette campagne était de 6,2 millions de francs. Elle a ainsi coûté près de cinq millions de plus que celle de l'année passée (1,5 million) et constitue la plus importante campagne d'hiver jamais organisée en Suisse. «En cette période de conjoncture difficile, surtout en Allemagne, nous avons en effet décidé de mettre encore plus l'accent sur le marché

Photo: Swiss-Image/Jean-Bernard Sieber



DEVANT LA GARE DE LAUSANNE

Quelque 160 moniteurs de ski ont distribué, le 6 et 7 novembre, les nouvelles brochures d'hiver de Suisse Tourisme dans les gares de Berne, de Lausanne et de Zurich. C'est la première fois qu'une opération d'une telle envergure a été mise en place.

suisse. Les marchés étrangers ne seront pas oubliés. Bien au contraire», a relevé Michel Ferla.

Il n'en demeure pas moins que les coopérations avec les partenaires, notamment avec l'Office du tourisme du canton de Vaud, Valais Tourisme et RailAway, le spécialiste des offres de loisirs des CFF, devraient permettre aux nuitées réalisées par le marché suisse de poursuivre l'augmentation enregistrée

cet été dans les stations de montagne, notamment en Valais, aux Grisons et dans l'Oberland bernois. L'objectif de RailAway sera de vendre 15 000 nuitées cet hiver, soit 5 000 de plus que pour l'hiver 2002-2003.

Au niveau des hôtels, on relèvera encore que l'organe faïtier de la branche, hôtellerie suisse, a décidé lui aussi de soutenir la campagne hivernale de Suisse Tourisme. Par le biais de

son site Internet www.swisshotels.ch, hôtellerie suisse proposera en effet «un large éventail d'offres alléchantes à des prix très attractifs». Des offres de dernière minute seront aussi proposées et plusieurs hôtels, situés dans les 70 destinations participant le 14 décembre à la «Journée des sports de neige» des Remontées mécaniques suisses, proposeront des offres spéciales le week-end des 13 et 14 décembre.

Une campagne hivernale aux multiples facettes

La campagne hivernale présentée la semaine passée par Suisse Tourisme possède de multiples facettes. Sans être exhaustifs, en voici quelques-unes:

Promotion sur les nouveaux marchés. Pour la première fois cette année, le marché russe fera l'objet d'une promotion hivernale spéciale de la part de Suisse Tourisme. En Tchèque, Suisse Tourisme a annoncé le lancement d'un charter des neiges qui reliera cet hiver l'aéroport de Prague à celui de Sion.

Promotion dans les marchés littéraires. En Italie, la campagne d'hiver fera l'objet cette année d'une promotion spéciale pendant un mois dans quatorze grands magasins Rinascente. En Allemagne, la campagne hivernale sera présentée dans plusieurs magazines touristiques. Pour la première fois, un dépliant spécial sera envoyé à tous les conducteurs de BMW et une invitation à venir skier sera adressée à 130 000 étudiants. En France, les brochures hivernales de Suisse Tourisme

seront distribuées dans les TGV et 184 000 dépliants seront encartés dans la revue «Le Nouvel Observateur».

Promotion du segment bien-être. L'hiver en Suisse, ce n'est pas seulement le ski. Le catalogue «Bien-être», publié cette année avant la saison d'hiver, le rappelle à point nommé.

Promotion des villes. L'hiver en Suisse, ce ne sont pas seulement les stations, mais aussi les villes. Les marchés de Noël seront ainsi particulièrement mis en avant cette année. **LM**

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

bienvenue
Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

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

hoteljob
LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

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

happy4YOU
Voici comment rendre vos hôtes happy.

happy systems™
Ahi Si j'avais un lit-happy.
happy SA, Fabrikstrasse 7
CH-9201 Gossau SG
Tél. +41 (0) 71 387 44 44

prodega
CASH+CARRY
Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

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

Vivez la douceur

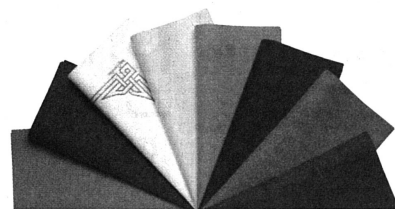
Impressionnant, n'est-ce pas ? C'est ce traitement élégant qui fait toute la différence, et les serviettes Tela Guestline® Classic font toujours bonne impression... dès le premier regard !

La qualité se reconnaît du bout des doigts. C'est la raison pour laquelle nos serviettes sont fabriquées à partir du matériau Airlaid, doux et agréable au toucher il offre une réelle alternative au tissu. De l'entrée au café, les serviettes Tela Guestline® Classic sauront conserver tout leur apprêt et faire honneur à votre table.

Alors si vous souhaitez impressionner une clientèle exigeante, choisissez l'élégance classique des serviettes Tela Guestline® Classic.

Pas étonnant que les professionnels choisissent les serviettes Tela Guestline®.

Tela Guestline® Le choix des professionnels



La baisse des nuitées se ralentit

Berne. Le recul des nuitées dans l'hôtellerie suisse, constaté depuis le mois de mai, s'est poursuivi durant le mois de septembre. Toutefois, un ralentissement de la baisse est sensible depuis deux mois.

A fin septembre, la branche hôtelière a recensé 2,98 millions de nuitées, soit une diminution de 1,4% par rapport au même mois de l'année précédente, a indiqué la semaine dernière l'Office fédéral de la statistique (OFS). C'est la demande étrangère qui est à l'ori-

gine de ce recul. Celle-ci a atteint 1,55 million de nuitées, ce qui représente une baisse de 2,3% contre 7% en mai. On note en particulier ici une régression de 2,2% (-12 000 nuitées) de la demande allemande et de 4,3% (-7 100) de la demande britannique.

La demande japonaise, dont on connaît l'importance pour la plus-value qu'elle apporte, a aussi nettement diminué, soit 9,2% ou 7800 nuitées. Le recul de la demande américaine est même plus élevé. Il

s'est élevé à 15% (27 000 nuitées). Parmi les augmentations, on notera celle de la demande des Etats du Golfe: +33% ou +5700 nuitées.

La demande indigène, pour sa part, a pratiquement stagné au niveau de l'année dernière. Elle a atteint 1,42 million, soit une baisse de 0,4%. Par région, on relève une diminution de 30% (-28 000 nuitées) de la demande dans le périmètre d'Expo.02, mais aussi une hausse de 5,2% (+21 000 nuitées) aux Grisons. **MH**

Sortie du «Guide suisse des hôtels»

Berne. L'édition 2004 du «Guide suisse des hôtels» est sortie de presse la semaine passée avec plusieurs nouveautés. Parmi celles-ci, on relève notamment la présence, sur la page de couverture, du logo de l'Automobile Club de Suisse (ACS).

Ce dernier a en effet renoncé à éditer son propre guide des hôtels. Pour reprendre les propos du directeur de l'ACS, Niklaus Zürcher, l'ACS a décidé de collaborer avec l'hôtellerie suisse «afin de mettre à disposition de

ses membres un guide des hôtels encore plus actuel, plus instructif et avant tout très bien présenté». Pour Christian Hodler, le directeur-adjoint d'hôtellerie suisse, la collaboration avec l'ACS assurera une «meilleure diffusion» au «Guide des hôtels».

Parmi les autres nouveautés, on relève l'apparition de deux nouveaux pictogrammes: celui du niveau III du Label de qualité du tourisme suisse et celui de l'ACS. Ce dernier signalera 546 hôtels. En tout, ce

sont quelque 2400 établissements qui sont recensés dans l'édition 2004 du «Guide suisse des hôtels». «Il s'agit là d'un chiffre pratiquement identique à celui de l'année passée où nous avions quelque 2450 hôtels», a relevé Sylvia Hunkeler, du service des membres d'hôtellerie suisse.

Relevons encore que le tirage de l'édition 2004 s'élève à 50 000 exemplaires, soit 22 000 en allemand, 13 500 en anglais, 10 000 en français et 4 500 en italien. **LM**

IGEHO

Les «pros» attendus à Bâle

Les professionnels de la restauration et de l'hôtellerie sont attendus dans quelques jours à Bâle à l'enseigne de la 20e édition d'Igeho.

■ MIROSLAW HALABA

Organisé tous les deux ans, Igeho, le Salon international de la restauration collective, de la gastronomie et de l'hôtellerie, s'apprête à ouvrir ses portes pour la 20e fois. Du 21 au 25 novembre, les visiteurs professionnels – au nombre de 78 000 en 2001 – sont attendus dans les halles de la Foire de Bâle par quelque 800 exposants. Répartis sur une surface de 36 000 m² (41 000 m² en 2001), ces derniers représenteront les fournisseurs du secteur technique, de l'alimentation, des équipements et des services. Le salon portera sur cinq jours contre six précédemment. Autre nouveauté: les visiteurs ont la possibilité d'acheter leur billet d'entrée en ligne à l'adresse «www.igebo.ch/online-ticket». Un rabais substantiel leur est accordé puisque la carte journalière est vendue au prix de 38 francs au lieu de 48.

«THE WORLD OF INSPIRATION»

Forts du succès obtenu en 2001, les organisateurs proposeront à nouveau l'exposition «The World of Inspiration». Considérée comme un «salon dans le salon», cette exposition présente des solutions pratiques dans les domaines de la décoration intérieure, du design et de la technique. «Le visiteur pourra ainsi voir des produits et des services dans leur application et non de façon isolée», indiquent les organisateurs. Les thèmes retenus sont notamment le lobby, l'éclairage, le wellness, les hôtels à thème, les points de rencontre. Une autre présentation spéciale sera consacrée aux questions de consommation d'énergie. Une place sera notamment réservée aux taxes sur le CO₂, taxes qui intéressent l'hôtellerie et la restauration.

FORUM EUROPÉEN DE L'HÔTELLERIE

Pour la deuxième fois, les visiteurs d'Igeho pourront participer à l'European Hospitality Forum qui aura lieu le lundi 24 novembre. Mis sur pied par l'hôtellerie suisse, l'Institut Gottlieb Duttweiler, l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) et la Food & Beverage Management Association, ce forum réunira des spécialistes qui mettront en évidence les «facteurs de succès d'une stratégie de marque» dans l'hôtellerie. Une étude réalisée sur ce thème par l'EHL sera présentée à cette occasion. A noter aussi que le journal du salon sera fait par la rédaction allemande de notre hebdomadaire.

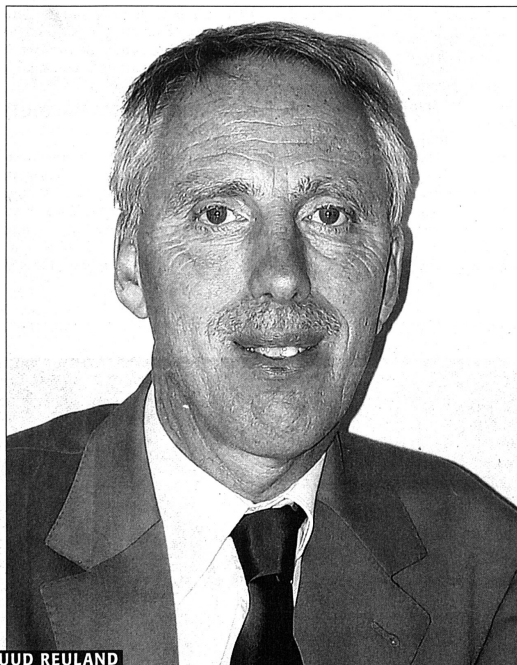
www.igebo.ch

RUUD REULAND

«Je n'ai pas stoppé l'évolution de l'EHL, je l'ai au contraire renforcée»

Entré en fonction au mois d'avril de l'année passée, Ruud Reuland tire un bilan très positif de ses dix-huit premiers mois passés à la tête de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Il estime ainsi avoir renforcé l'évolution dans laquelle l'EHL se trouvait déjà à son arrivée.

Photo: Laurent Missbauer



RUUD REULAND

Proposer un excellent programme d'étude et entretenir de très bonnes relations avec l'industrie hôtelière sont deux principaux buts du directeur de l'EHL.

INTERVIEW: LAURENT MISSBAUER

■ Quel bilan tirez-vous après exactement une année et demie de direction à l'EHL?

Le bilan est très positif. Lorsque je suis arrivé, l'Ecole hôtelière de Lausanne était déjà dans une phase d'évolution et cette évolution, je ne l'ai pas stoppée, je l'ai au contraire renforcée. La dernière évolution en date, par exemple, concerne la nouvelle accréditation de la NEASC, la New England Association of Schools and Colleges. Nous sommes d'ores et déjà accrédités par la NEASC, mais notre but est d'élever désormais cette accréditation au niveau de la CIHE, la «Commission on Institutions of Higher Education». L'octroi de cette accréditation de la CIHE élèverait le statut de l'Ecole hôtelière de Lausanne à un niveau encore supérieur sur le plan international.

«L'accréditation de la CIHE élèverait le statut de l'EHL à un niveau encore supérieur sur le plan international.»

■ Où en êtes-vous avec cette accréditation de la CIHE?

Cette accréditation est aujourd'hui en phase de concrétisation. Les experts de la NEASC ont en effet visité notre campus à la fin du mois d'oc-

tobre et chacun des onze «Standards Committees» de la CIHE a analysé et évalué son domaine respectif.

■ Vous avez relevé que vous aviez renforcé l'évolution de l'EHL. Quelles ont été vos priorités?

Le succès d'une école hôtelière dépend, à mon avis, de trois éléments essentiels: disposer d'étudiants de talent, proposer un excellent programme d'étude et entretenir de très bonnes relations avec l'industrie hôtelière. C'est sur ces trois éléments que j'ai mis l'accent depuis mon arrivée à l'Ecole hôtelière de Lausanne.

Le parcours de Ruud Reuland en bref

Agé de 52 ans et de nationalité néerlandaise, Ruud Reuland dirige l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) depuis une année et demie. Avant son arrivée à l'EHL, au mois d'avril 2001, il dirigeait l'Ecole hôtelière de La Haye, aux Pays-Bas.

Il a commencé à travailler à l'Ecole hôtelière de La Haye à partir de 1978 en tant que professeur de ressources humaines et de droit des affaires. Par la suite, il y a successivement assumé les postes de directeur de la recherche, puis de directeur du département de

la formation et du service de conseil. Ce n'est qu'en 1997, qu'il a été nommé au poste de doyen de l'Ecole hôtelière de La Haye.

Licencié en gestion hôtelière de l'Ecole hôtelière de La Haye, Ruud Reuland est également titulaire d'une maîtrise en droit des affaires de l'Université Erasmus de Rotterdam. Avant ses études universitaires, il a travaillé dans divers établissements hôteliers tant aux Pays-Bas qu'en Irlande. Ruud Reuland est marié et père de deux enfants. **LM**

2001 pour expliquer que leur hôtel ne marche pas, il y a des hôteliers qui font très bien leur travail. Ceux-ci ne se contentent pas de réagir, ils agissent, anticipent les tendances, prennent de bonnes initiatives et, logiquement, ont du succès. Vous trouverez certainement ces deux types d'hôteliers bien distincts dans d'autres pays, mais le défaitisme affiché par certains hôteliers suisses m'a néanmoins beaucoup marqué à mon arrivée.

«Le défaitisme de certains hôteliers suisses m'a frappé à mon arrivée.»

■ Quels commentaires la situation du tourisme suisse vous inspire-t-elle? Pourquoi les nuitées baissent-elles en Suisse alors qu'elles augmentent en Autriche?

Il est difficile de répondre catégoriquement. Je citerais néanmoins un petit exemple qui, à mes yeux, est explicite sur cette différence de succès entre la Suisse et l'Autriche. A l'ITB, le plus grand salon touristique d'Europe qui se déroule tous les ans à Berlin, la Suisse et l'Autriche étaient présentes dans la même salle. J'avais rendez-vous au restaurant suisse qui se trouvait au milieu du stand et qui était fermé sur lui-même. J'ai dû franchir au moins trois contrôles avant de pouvoir y entrer. Le restaurant du stand autrichien était en revanche ouvert et j'ai eu l'impression que l'on y était davantage bienvenu que dans le restaurant suisse. Au niveau de l'accueil sur place, dans ces deux pays, on peut parfois effectuer le même constat qu'à l'ITB.

Publicité

Die Klassiker in Porzellan

KPM

Exklusiv bei

Büchcher

Tel. 041 360 42 44
www.buechcher.ch

GENÈVE

Genève Tourisme table sur la reprise

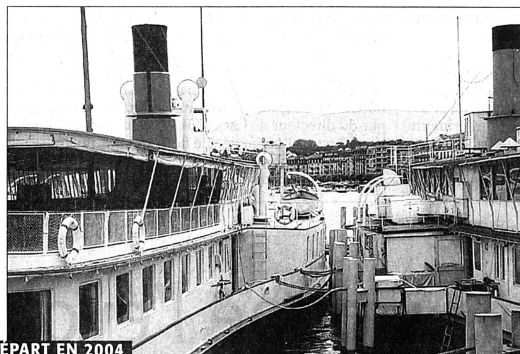
L'année 2004 devrait être marquée par une embellie conjoncturelle. Genève Tourisme, qui a présenté la semaine dernière ses perspectives pour l'an prochain, table en tout cas sur la reprise. Les axes stratégiques retenus témoignent de cette confiance dans l'avenir.

■ MIROSLAW HALABA

Le tourisme genevois se réjouit de tourner la page 2003 pour passer à 2004, même si en dépit des nombreuses difficultés qui se sont succédé au fil des mois, l'année en cours ne devrait pas se terminer sur une note trop négative. Comme l'ont indiqué, la semaine dernière à la presse, les responsables de Genève Tourisme, 2003 se traduira probablement par un recul des nuitées de 3% à 2,24 millions contre une baisse de 4% pour l'ensemble du tourisme suisse. Directeur de Genève Tourisme, François Bryand a d'ailleurs fait remarquer qu'au cours des trois dernières années – des années difficiles où la croissance a marqué le pas –, Genève, qui est la première destination touristique du pays, a mieux résisté aux aléas que les autres villes de Suisse.

Grâce en particulier au salon Telecom et au Sommet mondial de la société de l'information, qui aura lieu en décembre, le dernier trimestre 2003

Photo: Mirosław Halaba



DÉPART EN 2004

Genève Tourisme prend au sérieux les signes de reprise économique annoncée pour 2004. Elle le montre dans ses options stratégiques.

devrait être meilleur que le troisième trimestre de l'année précédente.

CONGRÈS: CARNET DE COMMANDES BIEN REMPLI

Pour Genève Tourisme, l'année 2004 se présente toutefois sous de meilleurs auspices. Ses responsables misent en tout cas sur la reprise annoncée par les experts conjoncturels et corroborée par divers signes réjouissants. Un des signes identifiés par Genève Tourisme est l'accroissement de la demande de congrès. Ainsi, vingt manifestations, qui devraient attirer quelque 120 000 personnes ont été

confirmées pour 2004. «C'est un tiers de plus que durant une année normale», a indiqué le président de Genève Tourisme, Christian Rey. Et pour 2005, c'est «une quinzaine de congrès» qui figure déjà au carnet de commandes.

TROIS AXES STRATÉGIQUES POUR 2004

Ces perspectives favorables ont été prises en compte dans la formulation des trois axes stratégiques retenus par Genève Tourisme pour 2004. Il s'agit tout d'abord, a expliqué François Bryand, d'accroître les efforts sur les «marchés fidélisés» que sont la Suisse,

la France, la Grande-Bretagne, les Etats-Unis, le Japon et le Moyen-Orient. Des actions seront ensuite entreprises pour maintenir les parts de marché décrochées en Russie, en Chine, en Inde et en Asie du Sud-Est. Et de rappeler que Genève est la première destination en Suisse pour les touristes russes, chinois et du Moyen-Orient. Enfin, Genève poursuivra son activité de promotion dans le domaine du tourisme d'affaires et de congrès, ceci notamment en Suisse, en France, en Grande-Bretagne, en Allemagne et aux Etats-Unis. Au total, ce sont septante-deux actions, soit quatre de plus qu'en 2002, qui seront menées l'an prochain sur les marchés. Elles solliciteront le budget de l'office qui devrait s'élever au total à 9 millions de francs (+300 000 francs par rapport à 2002).

UNE «MONTGOLFIADÉ» AU PROGRAMME 2004

Pour ce qui est du produit à proprement parler, à savoir la ville de Genève, il fera l'objet d'un vaste programme d'animations, dont la pièce de résistance sera, bien entendu, les Fêtes de Genève prévues du 29 juillet au 8 août. Avant cela, les responsables genevois organiseront, du 26 au 28 mars et pour la première fois, les «Montgolfiades internationales». Une trentaine de montgolfières seront au rendez-vous. Plus près dans le temps encore. Depuis vendredi et jusqu'au 21 novembre, la ville est placée sous le signe de la 2e Quinzaine des drapeaux.

Et le dernier jour de cette quinzaine marquera l'ouverture, pour la cinquième année consécutive, de la «patinoire de Noël», placée au centre-ville. Elle sera ouverte jusqu'au 22 février.

ETUDE SUR L'IMAGE DE GENÈVE

Les fonds supplémentaires figurant au budget de l'office du tourisme pour 2004 serviront en particulier à financer une étude d'image de la ville. Cette étude cherchera notamment à savoir comment les visiteurs perçoivent Genève. Comme l'a expliqué Christian Rey, l'Office du tourisme de Genève, qui fêtera son 120e anniversaire en 2005, souhaite avoir en main des informations lui permettant «de se profiler dans le futur». Parmi les autres objectifs de politique générale figure l'augmentation du nombre de visiteurs, notamment le week-end, l'amélioration de la collaboration entre les partenaires, comme le canton, ainsi que la promotion d'un «tourisme de qualité».

C'est dans cette optique qu'entre l'extension du Label de qualité du tourisme suisse. Ainsi, à l'issue de la conférence de presse, neuf entreprises touristiques, dont six hôtels, ont reçu le label de niveau I. Ce qui porte à 32 le nombre d'entreprises «labellisées» (toutes de niveau I) à Genève. Un appel a été lancé à cette occasion pour accroître ce nombre, ce qui permettrait d'organiser au printemps prochain à Genève un cours pour les «responsables qualité».

Publicité

IGEHO Bâle du 21 au 25 novembre 2003 Halle 2.1, Stand G40

Un canapé rouge sous les feux de la rampe pour faire des économies!
À IGEHO, devenez notre star! Vous ne recevrez pas d'Oscar,
mais votre photo sur un canapé rouge vous permettra d'économiser
Fr. 500.—, resp. Fr. 1000.—, à l'achat d'une machine à café.

Franke
Kaffeemaschinen AG
4663 Aarburg
Suisse
tél. ++41 (0)62 787 37 60
fax ++41 (0)62 787 30 10
www.km.franke.ch

FRANKE

RÉENCÉPAGEMENT

Les Vaudois se tâtent

Jusqu'en 2011, la Confédération allouera des fonds pour modifier l'encépagement. Surprise, les Vaudois ne se précipitent pas sur cet argent...

Mais qu'attendent-ils? A Bonvillars, Louis Mayer, le secrétaire de la Fédération vaudoise des vignerons, lors de son assemblée du 75e anniversaire, a esquissé une double réponse. Ou bien les Vaudois trouvent que la Confédération n'en fait pas assez, les subventions ne couvrant que le quart du coût effectif du changement de cépage. Ou bien les Vaudois tiennent particulièrement au chasselas. Car c'est celui-ci qui est visé en priorité, en Suisse romande, alors que les Alémaniques sont encouragés à arracher du riesling X sylvaner. Une troisième raison réside dans l'étude des terroirs et des cépages que les Vaudois ont été les premiers à entreprendre, imités dès cette année par les Neuchâtelois. Choisir un nouveau cépage et l'endroir où le mettre sur des bases scientifiques, voilà qui justifierait amplement cet «attentisme».

LES GENEVOIS ONT FAIT AUTREMENT

Quoiqu'il en soit, en 2002, les Vaudois auraient pu toucher 2,2 millions de francs. Seulement 1,5 million ont été utilisés. Et en 2003, sur 2,7 millions, à peine 1 million, pour 45 ha «réencépés».

Les Genevois ont fait différemment: ils ont dressé un plan de réencépagement, qui fera définitivement basculer le vignoble en rouge. Quant aux Valaisans, ils ont été assaillis de demande, au point que 550 vignerons qui n'ont pu recevoir, cette année, la manne fédérale seront «arrosés» par des subsides cantonaux, à hauteur de 2,8 millions de francs, débloqués par le Grand Conseil valaisan. D'ici 2011, mille hectares (8% du vignoble) devraient changer sinon de couleur, du moins de variété. PT

MÉLI-MÉLO

Les Romands aiment l'Alsace

On dit souvent que les Romands sont très attachés à «leur» chasselas. Ce sont eux aussi qui préfèrent les vins blancs alsaciens! Voilà ce qui ressort d'un «atelier» organisé par la Sopexa, l'organisme qui soutient l'exportation des produits français, à l'hôtel Alpha-Palmiers, à Lausanne, fin octobre. Selon une étude menée par un institut spécialisé dans la consommation, les Romands achètent en moyenne 2,6 bouteilles de vin blanc d'Alsace par an, d'un prix moyen de 9 francs (alors qu'un tiers des bouteilles sont vendues entre 12 et 15 francs). Les principaux distributeurs sont Coop (42%), suivi de Denner (18%). Cet atelier visait à marier les vins blancs aromatiques, voire doux (pinot gris, riesling, gewurztraminer), et la cuisine asiatique. Un accord intéressant! PT

NOTA BENE

Prochaine page «Bon à boire»

La rubrique «Bon à boire» paraît tous les 2es jeudis de chaque mois. La prochaine parution est donc agendée au jeudi 11 décembre 2003. MH

PHILIPPE VARONE

Mais où vont les vins suisses?

Le jeune négociant valaisan Philippe Varone, de Sion, prend les rênes pour deux ans de la toute neuve Interprofession suisse du vin, née en 2000. Sous son règne, la filière vitivinicole vivra des changements importants. Voici ces enjeux tel qu'il les perçoit.

INTERVIEW: PIERRE THOMAS

■ Le 1er janvier 2004, qu'est-ce qui va changer pour le vin suisse?

La levée de l'«exception négative» permettra d'utiliser l'argent de la Confédération pour faire la promotion des vins suisses en Suisse aussi, et pas seulement à l'étranger. L'interprofession va se trouver renforcée dans la mesure où la Confédération souhaite avoir un interlocuteur principal pour les questions vitivinicoles.

«Il y a une crise de la consommation.»

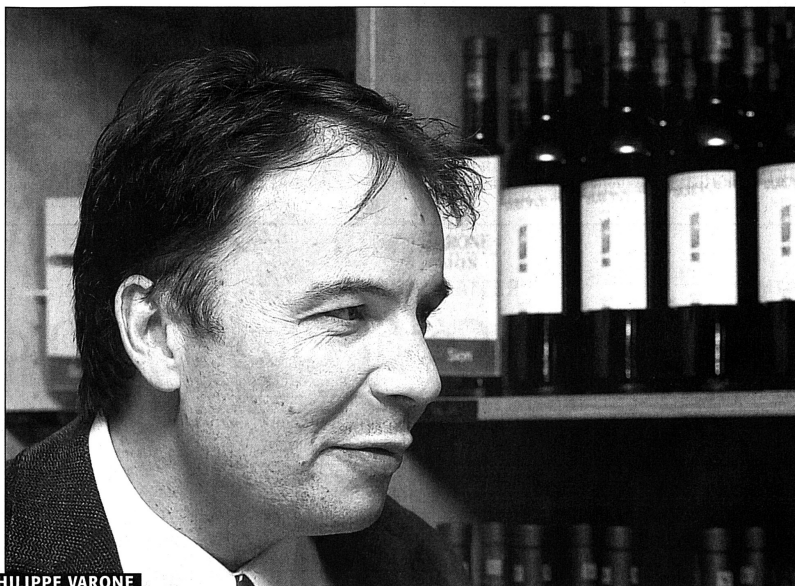
■ Mais l'interprofession ne se substituera-t-elle pas au pouvoir politique?

La Confédération ne lui a délégué ni la gestion de l'offre, soit la fixation des quotas de production et des normes du rendement, ni la gestion de la qualité, soit la définition des AOC et des degrés minimum d'alcool, par exemple. Ce sont les cantons qui prendront, comme par le passé, leurs responsabilités. Mais l'interprofession scrutera le marché, grâce au nouvel Observatoire du marché, à Sion. Elle chapeaute, par l'Office de promotion des vins suisses et Swiss Wine Communication à Berne, la promotion des vins tant en Suisse qu'à l'étranger. Elle assume la défense professionnelle de ses membres, de la production comme du négoce. Et elle propose les thèmes de recherches des stations fédérales de Changins et Wädenswil.

■ Y a-t-il, comme le prétendent certains vignerons, une crise du vin suisse?

Il y a une crise de la consommation, c'est clair et une concentration du pouvoir de la grande distribution (rédu: 70% du marché). Mais si on prend le marché région par région, la

Photo: Christian Eggs



PHILIPPE VARONE

Le bradage des stocks de vins suisses déstabilise le consommateur, estime Philippe Varone.

situation n'est pas aussi grave qu'on le dit.

■ Pourtant, depuis dix ans, ne parle-t-on pas d'arracher des vignes?

Je ne suis pas certain qu'on en arrivera là! Il y a une inconnue: la part des vins blancs suisses dans la consommation était de 100%, grâce au protectionnisme. Elle est tombée à 70% avec l'ouverture des frontières aux blancs étrangers. Ou cette chute va-t-elle s'arrêter? Si le vignoble ne s'adapte pas — mais il l'a déjà fait partiellement et l'aide fédérale au réencépagement incite à continuer dans ce sens — alors, oui, il y aura arrachage.

«Il n'y a pas d'outil de gestion de l'offre.»

■ Sur quels leviers faut-il agir pour soutenir la consommation?

D'abord, il faut convaincre le non-consommateur. La consommation moyenne est stable, voire légèrement en hausse. On craint beaucoup le 0,5 pour mille

d'alcool au volant. La même mesure, en Autriche, s'était traduite par une baisse de la consommation.

■ On constate des actions de déstockage massif, notamment de chasselas. Ce n'est pas bon pour l'image du vin suisse, ça?

C'est le grand mal de la viticulture suisse. Il n'y a pas d'outil de gestion de l'offre. Certains producteurs et négociants doivent adapter brutalement leurs stocks pour des raisons finan-

cières. Ce bradage déstabilise le consommateur qui ne peut pas distinguer le bon grain de l'ivraie. La grande faiblesse du marché, c'est son hypersensibilité aux excédents conjoncturels. Mais trois ans de suite, de 2001 à 2003, on a produit moins que ce qu'on a consommé. Nous devons travailler pour mieux vendre le vin suisse. Nous devons être conquérants: 40% du marché suisse pour les vins indigènes, c'est insuffisant. Il y a des parts de marché à prendre chez nous.

«Apprendre à séduire le consommateur»

Philippe Varone, 39 ans, est né «dans un tonneau», dans le commerce familial, à Sion. Après avoir décroché une licence latin-grec à Saint-Maurice, il a fait une licence HEC à Lausanne, puis un diplôme postgrade en marketing international des vins et eaux-de-vie.

Propriétaire et directeur des Vins Varone, qui partagent les Celliers de Champsec avec Charles Bonvin et Fils, il a été vice-président de l'Interprofession du vin du Valais et président de la

Société des encaveurs du Valais. Il conduit toujours la société des «Verre à pied», ces œnothèques qui ont essaimé de Sion, depuis quatre ans, à Lausanne, depuis deux ans, à Genève, depuis un an, et à Bruxelles, depuis le début octobre. «Entre le métier de mon père et le mien, qui paraissent identiques, il y a un monde. Pour lui, dans un marché protégé, commercialiser le vin allait de soi. Aujourd'hui, il s'agit de séduire le consommateur.» PT

VIN ET CHOCOLAT

Le pari gourmand de Salquenen

Le village viticole de Salquenen se lance dans la dégustation de vin et de chocolat. Parmi les tasters, Ruth Metzler, qui a craqué pour cet étonnant mariage.

GENEVIÈVE ZUBER

Allier l'Ermitage aux pralinés au poivre schéuan: il fallait oser! Une fois de plus, Salquenen joue la carte de l'audace. Il y a quinze ans, ses habitants lançaient le premier Grand Cru du pays, faisant ainsi œuvre de pionnier et de pères spirituels de l'AOC (Appellation d'origine contrôlée) en Suisse. Fraîchement relooké, le sentier de la vigne et du vin Sierre-Salquenen contribue également à développer l'image viticole et touristique du village. Une image à laquelle le bureau de promotion local veut désormais associer le chocolat. Ainsi, dès le printemps 2004, l'offre d'aventures gui-

dées dans la région s'enrichira d'une nouveauté inédite en Suisse et inspirée de la France: la dégustation de vin et de chocolat.

DES PRODUITS «LABELLISÉS»

Mais pas n'importe quel chocolat! Comme les vins qu'ils accompagnent, les pralinés en question sont des produits «labellisés». Ils sont imaginés et fabriqués par Werner Moreillon, confiseur réputé bien au-delà de la région de Salquenen.

Chez lui, pas d'ajout de graisse végétale autre que du beurre de cacao. Il précise qu'il utilise des fèves de cacao au label «Grand Cru», «la plus haute garantie en matière de pureté et de provenance».

Les pralinés sont parfumés en accord avec les vins à déguster. Pour le Grand Cru de Salquenen (85% de pinot noir), Werner Moreillon a retenu du chocolat au cassis, aux mûres, aux



R. Metzler et O. Mermod, président de la promotion des vins de Salquenen.

myrtilles... «Je suis également en train de créer un praliné doublement grand cru, puisqu'il sera lui-même parfumé

à ce vin ainsi qu'au cognac et au vieux marc.»

LES POLITICIENS CONQUIS PAR LE PRODUIT

La réception que Jean-Michel Cina a donnée à Berne à l'occasion de ses quarante ans a fait figure de test. Salquenen, le chef du groupe PDC aux Chambres avait demandé au bureau de promotion de lui organiser une dégustation.

«D'abord sceptiques et étonnés, les invités ont été conquis, racontent Werner Moreillon et Vera Hosennen, responsable du bureau. Ruth Metzler a piqué à plusieurs reprises dans les pralinés, avec une gourmandise qui semblait presque coupable à la fin...»

Enthousiaste également, Michel Kreutzer, le patron de l'Hôtel-restaurant Arkanum à Salquenen: dès 2004, il proposera à ses hôtes des mariages de vin et chocolat à l'apéritif et au dessert.

Skier au tarif «enfant»

Berne. Pour la deuxième année consécutive, les Remontées mécaniques suisses (RMS) organiseront une journée de promotion des sports de neige à l'occasion de l'ouverture de la saison hivernale 2003/2004.

Le 14 décembre, le public pourra ainsi skier dans septante domaines skiables au tarif «enfant». Cette manifestation se fera avec le concours de divers prestataires touristiques, tels que les écoles de ski, les magasins de sport ou les hôteliers.

C'est ainsi que les membres d'hôtellerie suisse ont été invités, ces derniers jours, à proposer des offres spéciales pour le week-end du 13 et du 14 décembre. Les établissements qui accepteront de participer à cette opération auront la possibilité de figurer gratuitement, durant deux semaines, sur la page Internet «Last Minute CH» d'hôtellerie suisse.

Les tests de matériels et des concours de ski seront également organisés durant cette journée. **MH**

René Vaudroz réélu à Berne

Vaud. Conseiller national sortant, le Leysenoud René Vaudroz retrouvera son fauteuil au Conseil national. Premier des viennent-ensuite de la liste radicale à l'issue du scrutin du 19 octobre, il a été élu à la faveur de l'accession de Christiane Langenberger au Conseil des Etats. Le nouvel élu se félicite que «la voix des Alpes vaudaises puisse encore se faire entendre sous la Coupole, ainsi que celle du tourisme, plus gros employeur du pays». **JJE**

ETMC: l'ASEH satisfaite

Le Bouveret (VS). «Nous connaissons la qualité des structures et des équipes mises en place par Andreas Künzli à la tête de ETMC Holding et les nouvelles ambitions du groupe qu'il dirige ne nous surprennent aucunement». Président de l'Association suisse des écoles hôtelières (ASEH), Martin Kisselef s'est déclaré satisfait après l'annonce du rachat par le groupe ETMC de l'école hôtelière IHTTI, à Neuchâtel, et de la création d'une nouvelle école à Leysin, dans les anciens

hôtels Belvédère et Mont-Blanc (cf. htr du 6 novembre).

«Pour IHTTI, poursuit-il, c'est une excellente solution. Aux portes de notre association depuis plusieurs années, nul doute, l'école nous rejoindra bientôt.» Quant aux installations qui seront créées à Leysin, le président les voit comme un beau défi – essentiellement par le temps très court qui reste avant son ouverture en septembre 2004 – qui valorisera encore la réputation des écoles suisses. **JJE**

Hôtel genevois chez Leading

Genève. L'Hôtel President Wilson, à Genève, est devenu membre du groupement The Leading Hotels of the World, à l'indiqué ce dernier. Le nouveau membre offre 223 chambres et suites, plusieurs restaurants, un spa, ainsi qu'un centre de fitness. Il a fait récemment l'objet de rénovations. Le groupement Leading Hotels of the World, qui fête cette année son 75e anniversaire, groupe 400 hôtels de luxe répartis dans 79 pays. **MH**

WTM

Optimisme «modéré»

Les prévisions touristiques pour les prochaines années sont teintées d'un optimisme «modéré», ont indiqué les experts au WTM à Londres.

LAURENT MISSBAUER

Les voyages de courte durée à l'intérieur de l'Europe seront de plus en plus nombreux à l'avenir et, au niveau des voyages long-courrier, le marché chinois connaîtra à nouveau une forte croissance en 2004. Ces prévisions touristiques, présentées lundi lors de la journée inaugurale du salon du tourisme WTM qui s'est déroulé jusqu'au 13 novembre à Londres, sont assurément réjouissantes, mais le tourisme d'affaires, de même que le marché nord-américain sont encore loin de retrouver la santé qui était la leur en 2000.

LES ESPOIRS DU MARCHÉ JAPONAIS

Ces prévisions, révélées en début de semaine par les experts de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), de la Commission européenne du tourisme, ainsi que par des experts asiatiques et américains, sont donc teintées d'un optimisme «modéré». Ces mêmes experts estiment ainsi que le volume des voyages à l'étranger généré par le marché nord-américain n'atteindra pas avant 2006 le niveau d'affaires qu'il avait réalisé en 2000.

Le marché japonais se ressaisira en revanche bien plus rapidement que le marché nord-américain. Le segment composé de femmes japonaises âgées de 30 à 50 ans serait ainsi promis à une très forte croissance. Il en va de même pour les voyages effectués avec les compagnies aériennes à bas prix telles qu'Easyjet et qui profiteront aux voyages de courte durée et à des villes telles que Genève.

LES GENS

C'est **Stephan Bernhard**, qui travaille depuis plus de dix ans à Suisse Tourisme et qui occupe depuis trois ans le poste de responsable de projet à la représentation de Suisse Tourisme à



New York, qui a été nommé à la tête des Swiss Cities. Originaire des Grisons et âgé de 31 ans, Stephan Bernhard succédera à partir du 1er janvier à Catherine Touaibi laquelle s'occupera dorénavant des routes thématiques de Suisse Tourisme. **LM**

RESTAURATION

«César-Ritz» aux JO d'Athènes

A la suite d'un appel d'offres auprès des écoles hôtelières, Swiss Olympic a choisi l'Institut hôtelier César-Ritz pour exploiter le restaurant suisse des JO.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Cette désignation est intervenue au terme d'un appel d'offres auprès de six écoles hôtelières. Trois d'entre elles ont répondu à l'invitation et quelques projets privés avaient également été soumis à Swiss Olympic, l'organisation chargée de coordonner toute la présence helvétique lors des Jeux qui auront lieu du 1er au 30 août 2004.

Traditionnellement, lors de chaque rendez-vous olympique et cela depuis Nagano en 1998, la Suisse tient en effet vitrine dans la ville hôte pour y saluer les héros sportifs potentiels, mais aussi pour y présenter une image conviviale au public. Pour 2004, c'est un restaurant – Le Hermion –, au cœur de la Plaka, le célèbre quartier d'Athènes, qui sera investi par la délégation.

Vingt-trois étudiants seront de l'expédition athénienne. Hervé Fournier, le directeur de l'école, souhaite qu'ils représentent le plus large éventail possible des nationalités représentées à l'Institut. En Suisse, le projet est placé sous la responsabilité de Claudia Doron-Zahner, une ancienne élève de l'école. Avec son époux, Ziv Doron, directeur du développement de l'éta-

Photo: Jean-Jacques Ethenoz



LES GARDIENS DE LA MAISON SUISSE
Ils seront présents à Athènes: (de g. à d.) Raphaël Gross, Claudia Doron-Zahner, et Ziv Doron.

blissement du Bouveret, elle formera le couple hôte, Raphaël Gross dirigera le restaurant et Rudi Lütolf, les cuisiniers (ils sont également enseignants au sein de César-Ritz).

ENTRE 300 ET 500 REPAS PAR JOUR

Entre 300 et 500 repas par jour devraient être servis dans cette «Maison suisse», qui comptera une centaine de tables, estime Swiss Olympic sur la base des expériences enregistrées à Salt Lake City notamment. La cuisine imaginée par Rudi Lütolf osera le mariage

entre les traditions culinaires des deux pays: dolmades farcis aux champignons et au jambon cru du Valais, amuse-bouche alliant olives et rebibes de l'Étievaz, agneau aux abricots, etc.

Le budget de l'opération est d'un million de francs. Il sera couvert à raison de 40% par «Présence suisse», l'organisme fédéral en charge de la promotion suisse, le reste étant attendu des sponsors et des recettes. Pour sa part, l'Institut César Ritz consacra environ 80 000 francs à l'opération, essentiellement en terme de charges d'hébergement, de salaires et de défraiement pour les étudiants.



Didier Cuhe a inauguré la nouvelle locomotive de ST. C'est le skieur neuchâtelois Didier Cuhe, médaillé d'argent aux Jeux olympiques de Nagano et membre de l'équipe suisse de ski, qui a procédé, jeudi passé à Zurich, à l'inauguration de la nouvelle locomotive de Suisse Tourisme (ST). Cette locomotive n'arborera pas seulement dans toute la Suisse le nouveau slogan de ST, «Schweiz. ganz natürlich.», mais elle comporte également une photo géante du champion neuchâtelois et le nom des différentes épreuves de la Coupe du monde de ski qui se dérouleront cet hiver dans notre pays. Cette opération promotionnelle témoigne aussi de la nouvelle collaboration instaurée cet automne entre Suisse Tourisme et la Fédération suisse de ski. Une collaboration symbolisée sur notre photo par la poignée de main entre Didier Cuhe et Jürg Schmid (à dr.), le directeur de Suisse Tourisme (Lire aussi en page 1). **LM**

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Un séminaire consacré aux voyages futurs. Comment voyagera-t-on dans le futur? C'est à cette question qu'ont essayé de répondre les participants d'un séminaire qui s'est tenu à Lucerne. La réponse est assez simple: pas bien différemment qu'aujourd'hui. Des adaptations sont toutefois attendues. Ainsi, le tourisme deviendra toujours plus une industrie et les touristes se déplaceront encore plus que maintenant. **Page 4**

L'hiver sera très enneigé, prévoit Martin Horat. L'hiver prochain sera très enneigé. C'est ce que prévoit, Martin Horat, habitant du Muotathal, particulièrement connu pour ses prévisions météorologiques. Selon lui, en décembre, il neigera durant deux semaines. Autant dire que les perspectives pour le tourisme sont bonnes. Martin Horat ne manque pas d'humour. Ses prévisions sont valables, dit-il, jusqu'au 20 avril. Et pour cause, il sera en vacances à partir du 1er mai. On notera qu'il avait prédit un été 2003 frais et humide. **Page 9**

La classification des hôtels à l'ordre du jour. Lors de leur prochaine assemblée générale, qui aura lieu le 27 novembre à Olten, les délégués d'hôtellerie suisse devront se prononcer sur le projet de révision globale de la classification des hôtels pour 2006. La consultation sur ce projet a connu «un très grand succès». Il est notamment apparu que les hôteliers souhaitent une protection accrue des étoiles prévues par la classification. Aussi, le projet, qui sera mis en discussion, tient-il compte de ces aspirations. L'ordre du jour de l'assemblée prévoit aussi l'élection des membres de l'Organe de contrôle stratégique, la présentation du programme d'action de l'association pour 2004, ainsi que celle du budget. **Page 12**

IMPRESSUM

htr hotel + tourisme revue

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

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

Responsable des médias:
Christian Hadler.

Rédaction:
Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).
Responsable du Contenu français et rédacteur en chef adjoint:
Minoula Halaba (MH).

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).
Correspondants: Jean-Jacques Ethenoz (JJE), Vevey; Danielle
Emery Meyer (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg;
Véronique Tarnier (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne;
Geneviève Zuber (GZ), Vaud.

Édition:
Chiefs d'édition: Iris Strebel.
Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casals.
Annonces: Matthias Beyeler, Marc Moser.
Publicité: Iris Strebel (Chef de vente a.), Roger Stemmer, Brigitte Weber.
Administration: Patrick Stalder.

Impression:
Büchler-Druck AG, Druckzentrum Berne.
Tirage: 11'200 Ex. contrôlés REMP 2002, 22'000 Ex. imprimés.
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-,
ISSN: 1424-9440

Contacts:
Adresse: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (Lettres de lecteurs, les gens, etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swisscities.ch
Abonnements:
Tél. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: dms@swisscities.ch
Annonces:
Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: mme@swisscities.ch
Publicité:
Tél. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: mme@swisscities.ch
Internet: www.swisscities.ch

stellen revue marché de l'emploi

htr

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

hotel+tourismus revue

Das erste Tanzhaus **Alpenmax** der Schweiz sucht auf Ende Jahr eine/n

Assistent/in des Geschäftsführers

Alpenmax ist ein völlig neues Erlebnisgastronomie-Konzept mit Ferienstimmung pur. Après-Ski-Party das ganze Jahr hindurch in **WINTERTHUR**. Schrill, bunt, ausgeflippt, rustikal, Skihüttenstimmung; dies sind nur einige Stichworte zum neuen Stimmungslokal vor den Toren Zürichs.

Ihr Idealprofil: Zusammen mit dem Geschäftsführer setzen Sie unsere Philosophie um und suchen die Herausforderung, mit verrückten Ideen die Gäste zu überraschen und die Stimmung aufzuheizen. Sie zeichnen sich aus durch eine gesunde Mischung aus Gastgeber/in und Entertainer. Auch die rückwärtigen Bereiche wie Controlling, Betriebshygiene und Backoffice haben Sie im Griff. Wenn Sie zudem idealerweise Führungs- sowie DJ-Erfahrung haben, 25-35 Jahre jung, unkompliziert, sympathisch und selbstsicher sind, dann ist das genau der Job für Sie.

Am besten schicken Sie gleich noch heute Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an

Eberhard Zürich AG, Herrn F. Wiesner, Industriestrasse 42, 8117 Fällanden
Tel. 01 826 02 30, Fax 01 826 02 70

158781

Säli Schlössli

Zentral gelegen oberhalb von Olten, mit eindrücklichem Rundblick von den Juraketten bis in die Alpen, suchen wir für diesen aussergewöhnlichen Restaurationsbetrieb ab 1. April 2004

Pächter oder Pächterin

Durch Ihre Kreativität und Freude am Gastgewerbe wird aus dem historischen und stilvoll renovierten Gebäude, welches voll als Restaurationsbetrieb ausgestattet ist, ein Betrieb mit vielen Möglichkeiten.

Unsere diversen Räumlichkeiten, vom Keller bis zum grosszügigen Rittersaal und wunderschöner Terrasse, bieten Platz für 20 bis 100 Personen (total 240 Plätze).

Das Säli Schlössli ist ein bekanntes Ausflugsziel für Familien und ideal für Firmenanlässe und Hochzeiten.

Einem qualifizierten Bewerber bieten wir interessante Einstiegsmöglichkeiten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an unten stehende Adresse.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

François Bolle, Hotelier, Postfach 270, 1095 Lutry

158650

Für ein nicht alltägliches aber interessantes **Restaurant** in einem Hotel in der Region Biel-Seeland-Solothurn suchen wir auf den 1. Januar 2004

ein versiertes Pächter(ehe)paar

Sie beherrschen die marktfrische Küche!

- Sie machen die Demi-glace, Roux und die Rösti noch selber!
- Ihr Gemüse ist weder gefroren noch aus der Büchse!
- Ihre Suppen sind frisch zubereitet!
- Sie lieben Ihren Beruf und können sich nichts anderes vorstellen.
- Sie sind motorisiert und oder leben im Raum Biel-Seeland, Solothurn

Wir bieten Ihnen:

- sehr fairen Pachtzins
- keinen Inventarkauf
- einen Grundumsatz durch Hotelgäste, Seminare und Gruppen

Fühlen sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre Bewerbung unter Chiffre 158700 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

158700

Herausforderung: Aufbau, Eigenständigkeit Führungsverantwortung



Für die **Bener-Park Betriebs-AG, Chur** bestehend aus einem Gastronomie-, Pflege- und Wellnessbereich, suchen wir eine **führungsstarke und betriebswirtschaftlich orientierte** Persönlichkeit als

Betriebsleiter / in oder Betriebleitrehopaar

In dieser vielseitigen Aufgabe können Sie Ihre **Führungs- und Planungsfähigkeiten** voll und ganz ausschöpfen. Als „Macher-Typ“ pflegen Sie den persönlichen Kontakt mit Kunden und Mitarbeitern und tragen die operative Verantwortung für einen reibungslosen Gesamtablauf des Betriebes und ein erfolgreiches Betriebskonzept.

Sie bringen mit:

- ✓ Erfahrung in der Betriebsführung
- ✓ Betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Anknüpfungspunkte zu Gastro- / Pflegebetrieben
- ✓ ausgeprägte Personal- und Führungsqualität
- ✓ hohe Sozialkompetenz
- ✓ kommunikative und initiative Persönlichkeit
- ✓ Geschäftssinn

Interessiert? Dann freut sich Esther Zahner auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf!

SKS Chur AG

Personaldienstleistungen, Stellenvermittlung und Laufbahnberatung
Seilerbahnweg 8, 7002 Chur
Telefon 081 252 03 24, esther.zahner@sk-schur.ch www.jobaccess.ch

158605

Das Casinotheater Winterthur ist ein lebendiges Haus mit Theater, Restaurant, Bar und Sälen für tausendeneine Veranstaltungsmöglichkeit. Theater und Gastronomie vereinen sich bei uns zu Neuem, Spannendem und nicht Alltäglichem.

Für unser Casinotheater Restaurant suchen wir einen/eine

Restaurantleiter/In

Als qualifizierte und erfahrene Fachperson wünschen Sie sich einen farbigen und gut organisierten Arbeitsplatz. Übrigens unser kulinarisches Angebot sind frische saisonale Gerichte, nicht zuviel auf der Karte aber reichlich auf dem Teller. Gut gekocht und fein abgeschmeckt, freundlich serviert.

Möchten Sie in unserem Restaurant Regie führen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Casinotheater Winterthur, Thomas Keel, Direktor, Stadthausstrasse 119, 8400 Winterthur
Tel. 052 260 58 91, thomaskeel@casinotheater.ch

158733

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Wir managen Ihre
Zukunft
www.horega.ch

**Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt**



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'emploi
en page 3.



Ein gutes Haus
braucht gute Leute.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sich mit grosser Leidenschaft dafür ein, dass unsere Kundinnen und Kunden Einkäufen als besonderes Erlebnis erfahren. Wollen Sie auch in diesem Umfeld von menschlichen und fachlichen Spitzenleistungen mitwirken? In einem eingespielten Team als kompetente/r

VerkaufsleiterIn Molkerei/Brot/Süsswaren

In dieser abwechslungsreichen und verantwortungsvollen Tätigkeit sind Sie, zusammen mit Ihrem Team, für den Bereich Molkerei, Brot und Süsswaren in unserer ***delicatessa zu ständig. Mit einer Ausbildung im Detailhandel und Erfahrung im Käsebereich erfüllen Sie bereits einen grossen Teil der Anforderungen. Wenn Sie ausserdem Führungserfahrung mitbringen und warentechnisches Flair, Qualitätsbewusstsein sowie unternehmerisches Denken zu Ihren Stärken zählen, würden wir uns freuen, Sie kennenzulernen. Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung zuhause Frau Pascale Schäfer. Für Fragen steht Ihnen die Personalabteilung, Telefon 01 266 16 46, gerne zur Verfügung.

Globus am Bellevue
Personalabteilung
Theaterstrasse 12
8001 Zürich
pascale.schaefer@globus.ch

GLOBUS

158824

Sprachheilschule Wabern

Schulheim für hör- und
sprachbehinderte Kinder



Die Sprachheilschule Wabern ist ein Schulheim für rund hundert mehrfachbehinderte hör- und sprachbehinderte Kinder und Jugendliche. Das zugehörige Wocheninternat umfasst acht Wohngruppen und fünf Mittagstischgruppen.

In unserer gut eingerichteten Betriebsküche werden je nach Wochentag bis zu 150 Mittagessen zubereitet.

Infolge Pensionierung des Stelleninhabers suchen wir per 15. März 2004

Küchenchef/in (100%)

Ihr Wirkungsbereich: Zubereiten der Mahlzeiten nach den Grundsätzen einer zeitgemässen, gesunden Ernährung, Zusammenarbeit mit drei Hilfskräften, wovon zwei leicht behindert sind, Menügestaltung und Einkauf.

Ihr Profil: Abgeschlossene Berufslehre als Koch, Weiterbildung in den Bereichen Gesunde Ernährung und Diät, Berufs- und Führungserfahrung wenn möglich in Heim- oder Spitalküche, Freude an der Arbeit für und mit behinderten Menschen, Teamgeist, Flexibilität.

Wir bieten: Regelmässige Arbeitszeit ohne Wochenenddienst, gutes Arbeitsklima, attraktive Anstellungsbedingungen.

Telefonische Auskunft erteilt Ihnen Frau Rosmarie Niederer, HBL, Tel. 031 960 50 21 (vormittags).

Handschriftliche Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen an: Dr. Rudolf Leder, Sprachheilschule Wabern, Eichholzstr. 18, Postfach 160, 3084 Wabern.

158804

Lindner Hotels & Alpentherme LEUKERBAD

Faszination –
für Körper, Geist und Sinne.

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

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

Leitende Hausdame

Suchen Sie eine Stelle in der Ihre Fachkompetenz gefragt ist?

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

Wir erwarten von Ihnen entsprechende Berufserfahrung sowie Deutsch- und Französischkenntnisse.

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

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

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

Lindner Hotels & Alpentherme Leukerbad

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

158829

...fantastische "Aussichten"!

An fantastischer Aussichtslage über dem Lago Maggiore, inmitten mediterraner Parkanlage. Betrieb mit 52 Hotelzimmer und Appartements. Rustikales Tessiner Grotto und modernes à la carte Restaurant mit total 180 Sitzplätzen. Für die kommende Saison 2004 suchen wir in Jahresanstellung per 1. Januar oder nach Vereinbarung einen neuen

Küchenchef...

- ...der mithilft, ein neues Konzept zu festigen und weiterzuentwickeln.
- ...der mit seiner Kreativität neuen Wind in unser italienisches und mediterranes Angebot bringt.
- ...der unserem Restaurant zu einem neuen Bekanntheitsgrad in der Region verhilft.
- ...der es versteht, Waren- und Personalkosten orientiert zu arbeiten.
- ...für den Menükalkulationen und Lagerbewirtschaftung kein Fremdwort sind.
- ...der es versteht, seine Brigade zu motivieren und Herausforderungen zu bieten.
- ...der sich gerne im Aufwärtstrend bewegt.
- ...der sich in italienisch gut verständigen kann.
- ...der seinen Beruf nicht nur liebt, sondern auch lebt.

158801

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen unter: Chiffre 158801 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

Lintheschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 30 00
Fax 01 229 30 01

Die Profis für
Hotel & Gastro - Stellen

JOB!

Tel. +423 232 82 62 • Fax +423 232 82 50
www.hotel-gastro-job.com
office@hotel-gastro-job.com

158859



www.gastrosuisse-
jobservice.ch

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

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



Ihr Talent an der richtigen Stelle.

Compass Group (Schweiz) AG zählt mit 240 Betrieben im Bereich Gemeinschaftsgastronomie zu den Schrittmachern. Tagtäglich verwöhnen wir unser Gäste mit allem, was sie für Körper und Seele brauchen: kulinarische Köstlichkeiten und einen ausgezeichneten Service. Wir fördern Talent und Engagement. Und wir offerieren Ihnen ein spannendes Umfeld für Ihre Karriere als:

Jungkoch, Koch, Chef de Partie

Ihr Job: Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste erfolgreich umsetzen kann und Sie überzeugen durch Ihr Qualitätsbewusstsein. Fachlich fortschrittliche Auswahl und Verarbeitung von Nahrungsmitteln unter Einhaltung aller Compass Group Standards. Partielle Menüplanung und Kalkulation. Unterstützung und Ergänzung Ihrer Kollegen und Kolleginnen in allen betrieblichen Belangen.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre und Erfahrungen in der Gemeinschaftsgastronomie. Mit Ihrer Passion für Dienstleistung und Verkauf wickeln Sie mühelos das Tagesgeschäft ab und mit Ihrer Begeisterung helfen Sie aktiv mit, die Ziele aller Anspruchsgruppen zu erreichen. Sie sprechen fließend Deutsch und verleihen mit Ihrem Charme unseren Gästen einen warmen Sonnenstrahl.

Ihr Ansprechpartner: Patrick Grzinic, Recruiting, Compass Group (Schweiz) AG, Oberfeldstrasse 14, CH-8302 Kloten, Telefon +41 (0)43 557 11 23 oder patrick.grzinic@compass-group.ch, www.compass-group.ch.



MARKEN MIT PERSÖNLICHKEITEN

158825



SORELL HOTELS

Als expandierende Hotelkette beschäftigen wir in 7 Hotels in Zürich, Wetzikon, Bern und Schaffhausen über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir haben Entspannung und Gaumenfreuden zu bieten: Im stilvollen ***-Komfort verwöhnen wir unsere Gäste mit Speisen aus frischen Produkten und einem herzlichen Service.

Ein KÜCHENCHEF-STELLVERTRETER
MIT PFEFFER IST FÜR UNS DAS SALZ IN DER SUPPE!

Deshalb suchen wir Sie zur Ergänzung des eingespielten Teams in unserem

**** SORELL HOTEL ZÜRICHBERG
IN ZÜRICH PER SOFORT ODER NACH VEREINBARUNG.

IHR JOB:

Diese interessante und anspruchsvolle Position umfasst hauptsächlich die Unterstützung der Küchenchefs bei der Angebots- und Menüplanung, die Planung verschiedener Aktionen, der Organisation und Überwachung von Arbeitsabläufen, die aktive Mitarbeit bei der Produktion in der à la carte-Küche sowie bei Anlässen, das Bestell- und Inventarwesen.

IHR PROFIL:

Sie bringen eine gründliche Fachausbildung und Berufserfahrung im Hotel- und Bankettbereich, Qualitätsbewusstsein, Flair für ein neuzeitliches, abwechslungsreiches Küchenangebot, Erfahrung in der Personalführung, Organisation und Kalkulation sowie Teamfähigkeit mit.

IHR PROFIT:

Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennenlernen! Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an: Frau Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, Mühlebachstrasse 86, Postfach, 8032 Zürich.

158802

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

In der
Zimmerstunde
aufs
Berner
Münster?

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



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

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

Grand Hotel **bellevue**

Nach nur 9 Monaten erhielten wir die aussergewöhnliche und für uns zugleich verpflichtende Auszeichnung des **GaultMillau Hotel des Jahres 2003**.

Luxuriöses 5-Stern Hotel, 35 Zimmer und Suiten, à la carte Restaurant "Coelho", Gourmet-Restaurant "Prado" (15 GaultMillau), Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-Weinkeller mit Carnotzet, Privat-Kino und einem 2'500 m² grossem Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty Center und Coiffeur.

Unser junges internationales Team braucht Verstärkung. Sie sind dynamisch, sprachgewandt und wollen Ihren eigenen, persönlichen Beitrag leisten - dann sind Sie richtig. Wir suchen für Beginn Dezember in Saison- oder Jahresstelle noch folgende Mitarbeiter:

Demi-Chef de Rang m/w d/e/f**Commis de Rang** m/w d/e/f**Commis Sommelier** m/w d/f/e**Coiffeur** m/w

Ilse Wichman, Direktionsassistentin, freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

158863

Grand Hotel Bellevue & SPA *****
CH-3780 Gstaad ■ Tel. +41 (0)33 748 00 00 ■ Fax +41 (0)33 748 00 01
sekretariat@bellevue-gstaad.ch ■ www.bellevue-gstaad.ch



Ochsen Zug

In den zwei Restaurants und im Kollinsaal 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 Hegglin, City-Hotel Ochsen Zug
Kollplatz 11, 6300 Zug
Telefon 041 729 32 32
mh@ochsen-zug.ch

158844/41629

Trend

Qualität heisst heute auch wieder flexible Einsatzbereitschaft, Motivation, Unternehmenseinstellung, Disziplin und Wille. Helfen Sie uns, qualitätsorientiert zu bleiben?

Réceptionistin mit Fidelioerfahrung**Etagengouvernante**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Kontakt:
Roger Gloor, Trendhotel AG
8105 Zürich-Regensdorf, 01 / 870 88 88
email gloor@trend-hotel.ch

158861

New Challenge

Hotel & Gastro-Personalvermittlung

Bankett-Administration

Für diese interessante Aufgabe in einem 4* Hotel in Zürich bringen Sie Erfahrung in der Bankett-Koordination und Administration mit. Sie besitzen Organisationstalent und Freude am Verkauf.

Junior-Sous-chef

Möchten Sie den ersten Spross Ihrer Karriereleiter in Angriff nehmen oder vertiefen? Dann bietet sich in einem 4* Hotel-Team in Zürich ein toller Einstieg an. Sie sind gelernter Koch mit drei, vier Jahren Berufserfahrung.

Alleinkoch/Küchenverantwortlicher

Sie kochen gerne besondere Qualität und sind versiert in der klassisch, italienischen Kochkunst. Fühlen Sie sich in der Rolle des kochenden Gastgeber wohl? Dann sind Sie die richtige Persönlichkeit für einen kleinen gepflegten Betrieb in Zürich.

Demi-Chef de Partie

In junges, dynamisches à la carte-Konzept in Zürich & Umgebung gesucht.

Pâtissier/ère

Als Fachmann/Frau mit Berufserfahrung übernehmen Sie sehr selbstständig und verantwortungsbewusst Ihren Fachbereich. In lebendiges, interessantes Restaurant-Konzept in Zürich.

Barfachfrau

In klassisches sehr gepflegtes Gross-Konzept in der Agglomeration Zürich gesucht.

Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

158869

New Challenge

Gabriela Weber Tel. 01/ 201 24 66
Seestrasse 160 Fax 01/ 202 58 68
8002 Zürich E-mail: newchallenge@bluewin.ch

**GASTFREUNDSCHAFT GROSS GESCHRIEBEN!**

Wir, ein bekanntes ****Hotel (38 km von Zürich entfernt) im Herzen der Schweiz, suchen eine(n)

Commis de cuisine

Wir beherbergen und bewirten in unserem Haus anspruchsvolle Gäste aus der ganzen Welt, welche den kompetenten und freundlichen Service genau so schätzen wie unsere saisonalen Produkte aus der Küche. Weitere Informationen finden Sie unter www.krone-lenzburg.ch

Arbeiten Sie gerne in einer grösseren Brigade? Bedeuten grosse Bankette eine Herausforderung für Sie? Wenn ja, würden wir Sie gerne kennen lernen. Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Krone
Herr O. Gerber
Kronenplatz 20
CH-5600 Lenzburg 2
Tel. 0041 62 886 65 65
Mail@KRONE-LENZBURG.CH
Fax ++41 (0)62 886 65 00

158845



Das Casino Kursaal Interlaken ist ein führendes Bankett- und Kongresszentrum in der Schweiz. Verschiedene Gastronomiebetriebe mit Restaurants und Spielcasino sind unseren Unternehmen angegliedert. Als erster Betrieb dieser Art sind wir gemäss ISO 9001 und Gütesiegel 3Q zertifiziert.

Für unser japanisches Spezialitätenrestaurant «Fujiyama» suchen wir einen

japanischen Koch

Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung.

Interessiert?

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung

Marc Wettach
Küchenchef
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken
Tel. 033 827 61 74

Sascha M. Casutt
Food & Beverage Assistant
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken
Tel. 033 827 61 73

158705

Pâtissier w/m

Ein neu eröffnetes, innovatives Restaurant sucht eine selbstständige, junge Persönlichkeit. **Aufgabe:** Sie sind gelernter Konditor (oder eventuell Koch mit absoluter Pâtisserie-Passion) und haben schon ein bis zwei Jahre an Ihrer Karriere gearbeitet. Täglich produzieren Sie fantasievolle Desserts und innovative Buffets für private Anlässe.

Arbeitsort: Zürich

Angebot: Ein einmaliges Umfeld, modernste Küche und Schichtbetrieb (vorwiegend am Tag). **Victoria Castangia** freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme: 01 225 40 30 oder via E-Mail an: victoria.castangia@kellyservices.ch

Sous Chef/in

Für zwei aufregende, frische Konzepte der Systemgastronomie suchen wir dynamische Berufsleute.

Aufgabe: Sie blicken auf schon min. 5 Jahre Berufserfahrung zurück und konnten auch schon erste Führungserfahrungen sammeln. Sie haben eine kreative Ader und sind auch administrativ versiert? Es fehlt eine fachkundige Person mit Power und Freude am Job. Sie tragen die Mitverantwortung für den täglichen Ablauf sowie für die bunt-gemischte Küchencrew.

Arbeitsort: Stadt Zürich

Angebot: Je ein junges, gestyltes Umfeld und eine anspruchsvolle Gästeschar erwartet Sie. Die Anstellungsbedingungen und Verdienstmöglichkeiten sind sehr attraktiv. Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Géraldine McLellan**, 01 225 40 30

Servicefachangestellte/r

Für verschiedenste Restaurants werden fröhliche und tatkräftige Mitarbeiter gesucht.

Aufgabe: Als Teamplayer freuen Sie sich tagtäglich darauf, Ihre Gäste zu verwöhnen.

Arbeitsort: Region Zürich

Angebot: Die Anstellungsbedingungen und Verdienstmöglichkeiten sind sehr attraktiv. Mehr Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie bei **Victoria Castangia**, 01 225 40 30

Chef de partie w/m

Kochen ist Ihre Leidenschaft! **Aufgabe:** Sie haben die Prüfung zum Koch mit Erfolg abgeschlossen und verfügen über erste Jahre Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie.

Arbeitsort: Region Zürich

Angebot: Ein renommiertes Restaurant sucht Sie als motiviertes und flexibles Brigadenmitglied. **Victoria Castangia** freut sich auf Ihre Tel. Kontaktaufnahme: 01 225 40 30 oder ein E-Mail: victoria.castangia@kellyservices.ch

Bankett Chef de Service w/m

Unser Mandant besitzt eine beeindruckende Kongressabteilung aber ihm fehlt noch ein Macher an der Front!

Aufgabe: Mit abgeschlossener Hotelfach- oder Handelsschule, tragen Sie die Verantwortung für den reibungslosen Ablauf von In-house-Anlässen und an Caterings. Mit ausgeprägtem Qualitätsdenken und Organisationstalent erarbeiten Sie Abläufe und sind Ihren Mitarbeitern tagtäglich ein Vorbild.

Arbeitsort: Kanton Aargau

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

Commis de cuisine w/m

In einem Landgasthof 15 Autominuten von Bern **Aufgabe:** Mit ganzer Seele sind Sie gerne im Gastgewerbe und scheuen sich auch nicht vor Arbeitszeiten mit Zimmer-stunde und an Wochenenden.

Arbeitsort: Region Bern

Angebot: Als motivierter Jungkoch möchten Sie Ihre praktischen Erfahrungen in einer gutbürgerlichen Küche vertiefen. Rufen Sie **Judith Lanker** noch heute für weitere Informationen an. 031 313 26 26, judith.lanker@kellyservices.ch

Geschäftsführerassistent/in

Ein führendes Gastronomieunternehmen hat uns beauftragt, für zwei hoch frequentierte Restaurants, mit ihren ganz individuellen Charakteren, je ein kompetentes und dienstleistungsorientiertes Nachwuchstalents zu suchen.

Aufgabe: Sie überzeugen durch Ihre gewinnende Art, können auf Menschen zugehen und arbeiten gerne im Team. Sie haben eine Hotelfachschule oder eine entsprechende Weiterbildung abgeschlossen und verfügen über erste Führungserfahrungen. Es ist Ihre Hauptaufgabe, zusammen mit Ihrem Team die Gäste zu verwöhnen. Administrative Tätigkeiten runden Ihre Aufgaben im «daily business» ab.

Arbeitsort: 2 x Zürich

Angebot: Hinter Ihnen steht eine gut strukturierte Organisation, welche Ihnen breite Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Sind Sie bereit für diese neue Herausforderung? **Victoria Castangia** freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. Kelly Catering, Löwenstrasse 29, 8023 Zürich, 01 225 40 30 oder via E-Mail: victoria.castangia@kellyservices.ch

Assistant F&B Manager w/m

Für ein traumhaftes Ferienhotel suchen wir eine motivierte Fachperson.

Aufgabe: Mit bereits ersten Führungserfahrungen und erfolgreicher Tätigkeit in der gehobenen Hotellerie übernehmen Sie die Verantwortung für mehrere F&B Outlets und deren Mitarbeiter. Sie kommunizieren einwandfrei auf Deutsch und Italienisch, von Vorteil auch auf Englisch und Französisch.

Arbeitsort: Kanton Tessin

Angebot: Wohnmöglichkeit verfügbar, Attraktiver Lohn, ein dynamisches Team und ein sehr modernes Umfeld erwarten Sie in dieser Jahresstelle. Sind Sie neugierig? Nehmen Sie mit mir in der von Ihnen gewünschten Form Kontakt auf. **Géraldine McLellan** unter der Nummer 01 225 40 30 oder per E-Mail: geraldine.mclellan@kellyservices.ch

Chef de partie w/m

Unsere Mandantin ist ein renommiertes Hotel in der Stadt Bern mit anspruchsvoller Kundschaft.

Aufgabe: Als versierter Küchenprofi mit viel Sachverstand sind Sie das fehlende Glied in einer aufgestellten Brigade. Sie können mit Hektik umgehen und täglich einen hohen Qualitätsstandard erbringen.

Arbeitsort: Stadt Bern

Angebot: Eine spannende Herausforderung in einem einzigartigen Betrieb, mit Klasse. Bei **Judith Lanker** gibts nähere Infos. 031 313 26 26, judith.lanker@kellyservices.ch

Wintersaison im Berner Oberland?

Genug Sommer getankt? Lust auf Schnee? Für verschiedene Kunden in **Gstaad**, **Grindelwald**, **Adelboden** und **Lenk** suchen wir per Dezember oder nach Vereinbarung noch folgende, motivierte Mitarbeiter: **Commis de cuisine**, **Chef de partie** und **Sefa/Hofa/Gafa**. Bewerben Sie sich bei **Judith Lanker**, 031 313 26 26, judith.lanker@kellyservices.ch

Wir freuen uns auf Ihren
Besuch an der

Igeho

Stand B33 in der Halle 2.2

KELLY
CATERING

MEHR ALS EIN JOB!

Get online: www.kellyservices.ch

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

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

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

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

Place Cornavin 10
1211 Genf
Tel. 022 906 92 92

158865

**HOTEL JUNGFRÄUBLICK
WENGEN**

Ganz nah am Himmel



Wir suchen in Jahresstelle, mit baldigem Eintritt,

Réceptionist/in

welche/r unsere Hotélréception 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

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Unterlagen mit Angabe der Gehaltsvorstellung.

Rolf Frick, Hotel Jungfraublick, 3823 Wengen
Telefon 033 856 27 27, Fax 033 856 27 26
info@jungfraublick.com

158024

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):

**Saal-Oberkellner/in
Barmaid für Hotelbar**

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

157722/002040

Wir sind ein dynamisches ★★★★★-Romantik-Hotel

in Appenzell, direkt am historischen Landsgemeindeplatz.

Um unser Team zu vervollständigen, suchen wir per Anfang

Februar 2004 oder nach Vereinbarung eine/n innovative/n

CHEF DE SERVICE

Für diese Position erwarten wir eine in sozialer

und beruflicher Kompetenz gefestigte Persönlichkeit,

welche Freude am Umgang mit Menschen hat und bereit

ist, voll an der Prosperität des Betriebes mit zu arbeiten.

Ein hohes Mass an Selbständigkeit bei der Erfüllung

der Aufgaben wird vorausgesetzt.

Interessenten senden wir einen ausführlichen

Stellenbeschrieb und laden Sie gerne

zu einem Gespräch nach Appenzell ein.

ROMANTIK HOTEL SÄNTIS

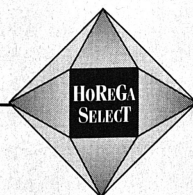
Catriona & Stefan A. Heeb

Landsgemeindeplatz 9050 Appenzell

Telefon 071 788 11 11 Telefax 071 788 11 10

E-mail: romantikhotelsaentis@bluewin.ch

158803



Wir managen Ihre Zukunft

Geschäftsführer/in

Für einen grossen und anspruchsvollen Betrieb in der Region Luzern suchen wir eine/n ausgewiesene/n Gastgeber/in mit Erfahrung. Sie verstehen Ihre Aufgabe als Unternehmer/in, sind sowohl an der Front als auch im administrativen Bereich versiert und fühlen sich in einem umsatzstarken (Speise)Restaurant wohl. Sehr interessante Lohnbedingungen.

Im Auftrag einer international tätigen Meeting & Eventorganisation mit Sitz in Zürich suchen wir eine Generalistin als

Projekt-Assistentin

(Pensum 70-100%)

Sie unterstützen die Geschäftsführung in der Organisation und Planung von Meetings und Events, erledigen die Korrespondenz, stilsicher in Deutsch und Englisch, sind bei der Realisation und Betreuung von Veranstaltungen und Anlässen aktiv vor Ort.

Wir stellen uns eine Bewerberin vor mit Erfahrung in der Hotellerie (von Vorteil Hotelfachschule) sowie Berufserfahrung vor allem in den Bereichen Seminar/Kongresshotel, Eventagenturen. Gute EDV Kenntnisse Excel/Word usw.

Chef/in de Réception

Réceptionist/in

Für ein 4* Seminar- und Wellnesshotel am Neuenburgersee suchen wir engagierte Mitarbeiter/innen für den Bereich Réception.

Wir erwarten Erfahrung in renommierten Hotels im Bereich Réception/Stv. Chef de Réception oder Chef de Réception. Sie sind integriert in einem kleinen motivierten Team. Sprachen: D/F in Wort und Schrift.

Leitung Golfclub

(Service + Administration)

Für einen der schönsten Golfclubs in der Deutschschweiz suchen wir für die Service- und Administrationsleitung eine engagierte Dame, welche für 8 Monate (Öffnungszeiten des Clubs) diese Aufgabe übernimmt, jedoch an einem Engagement über mehrere Jahre interessiert ist.

Sie sind während der Spielzeit sehr stark im Einsatz, bieten einer anspruchsvollen Kundschaft einen hervorragenden Service, sind zuständig für den Bereich Administration/Kassaberechnungen usw., Dekoration/Personaleinsatzplanung und helfen aktiv überall mit.

Geschäftsführer-Assistent/in/Chef de service
Für ein Trend-Restaurationsbetrieb mit innovativem Speisenangebot sowie ein Grill-Spezialitätenrestaurant im Herzen von Zürich, aktive Persönlichkeiten mit ausgeprägtem Flair in Sachen Gästebetreuung, fundierte Service-Erfahrung.
Alle unsere weiteren Stellenangebote finden Sie unter: www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänglergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 81 / Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

158822



Frischer Wind im Down Mexico Way
«Im Strohhof»

Bei uns herrscht grosser
Umschwendung und dazu gehören
vielleicht auch Sie!

Unser lässig und speziell eingerichtetes Latin-Amerikanische Restaurant, im alten „Strohhof“, in Mitten der Zürcher Altstadt, sowie unsere Kegellounge und Cocktaillbar, brauchen per sofort oder n.V. lässige, kreative **Barmaid** oder **Barman** 100%, **Baraushilfen**, qualifizierte und aufgestellte **Serviceangestellte** 100%, **Servicezeit** m/w, Sprachen CH/D, E von Vorteil. Sowie **Demi-chef de partie**, **Jungköche** und **Hilfsköche**.

Bitte bewerben Sie sich schriftlich mit Foto, oder rufen Sie mich unverbindlich an, Silvia Schäffer, Betriebsleiterin, Tel. 01 213 13 50

158854

Bankett- und Kongresszentrum

Üetlibergstr. Telefon 043 333 30 00
341 Fax 043 333 30 01
www.albisguetli.ch



Schützenhaus Albisgütli

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine **junge, weibliche Servicefachangestellte** mit Serviceerfahrung und sehr guten Deutschkenntnissen und

Koch oder Köchin

mit Erfahrung als Saucier, Entremetier sowie in der Bankettküche für unseren gepflegten und vielseitigen Gastronomiebetrieb.

Konnten wir Ihr Interesse wecken? Michèle Neuenschwander, Georg Tännler und ein aufgestelltes Team freuen sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. Fragen beantworten wir gerne zwischen 10.00 und 18.00 Uhr unter Tel. 043 333 30 00

158820



Stellenausschreibung

Der Verband Seilbahnen Schweiz (SBS) ist der Interessen- und Fachverband von rund 2400 Luftseilbahnen und Skiliften die unserer Bevölkerung und den Touristen vielfältige Sport- und Freizeitangebote erschliessen.

Für unser Team suchen wir auf 1. Februar 2004 oder nach Vereinbarung:

Sachbearbeiterin/Sachbearbeiter

Ausbildungsorganisation Seilbahnen und Skilifte sowie Marketing

Aufgabe:

Sie organisieren und betreuen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Leitern unsere Aus- und Weiterbildungskurse im Seilbahnbereich. Sie begleiten nationale Marketingprojekte. Sie wirken mit bei der Herausgabe der Verbandsmitteilungen von SBS und V&V.

Ihr Profil:

Sie haben eine kaufmännische Grundausbildung allenfalls ergänzt mit Tourismusfachschule oder zumindest Erfahrung im touristischen Bereich. Sie sprechen D oder F mit guten Kenntnissen der anderen Sprache. Sie verfügen über sehr gute EDV-Kenntnisse (Word, Excel, PowerPoint). Sie haben Talent im Organisieren und bringen Marketingkenntnisse mit.

Kontakt:

Vizedirektor Fulvio Sartori, 031 359 23 24 oder fulvio.sartori@seilbahnen.org
Bewerbungen bis spätestens 17. November 2003 unter dem Vermerk «Persönlich» an: Fulvio Sartori, Vizedirektor SBS, Dählhölzliweg 12, 3000 Bern 6.
Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

158819



Für das Hotel Victoria, das internationale First-Class-Haus direkt am Bahnhof SBB mit 107 Zimmern, einer lebhaften Restauration mit VIP-Lounge und Bankett-/Tagungsbereich bis 260 Personen, suchen wir per Februar 2004 od. n. V. die gästerorientierte

F & B-Sekretärin/Assistentin (D/E/F)

Sie tätigen einerseits die Administration der F & B-Abteilung, sind die erste Ansprechpartnerin am Telefon, führen Verkaufsgespräche für Anlässe und tätigen in diesem Zusammenhang auch Hausführungen. Eine sehr interessante, vielseitige Aufgabe mit Kundenkontakt erwartet Sie in einem motivierten Team.

Sie haben einen administrativen Background und Front-erfahrung (im F & B-Bereich) oder Hotelfachschulabschluss und sind extravertiert – dann kommt Ihr Verhandlungs-Flair besonders zum Zuge.

Jetzt schon freuen wir uns, Sie näher kennen zu lernen. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an:

Bäle Hotels-Hotel Victoria
c/o Hotel Europe
Frau R. Bunke, Personalleiterin
Clarastrasse 43, 4005 Basel
Tel. 061 690 87 70
www.balehotels.ch



158800

Kreuz-
Wenn Sie einen Kreuzzug gegen Alltag und Routine
donner
antreten möchten, dann stärken wir Ihnen gerne
wetter!
das Kreuz für einen Rössli- oder Karriereprung als

Betriebsassistent/in

Ablösungen Chef de Service, Réception
deutsche Muttersprache, Fremdsprachen von Vorteil

Chef de partie/Tournant m/w

Servicemitarbeiter/in

für den gepflegten À-la-carte-Service
deutsche Muttersprache
Eintritt nach Übereinkunft; Jahresstelle.

Schön, wenn sich unsere Wege kreuzen - auf Ihre Bewerbungsunterlagen freut sich Peter Lässer, Dir. Oder rufen Sie uns an. Abgemacht?

80 Hotelzimmer; 24 Seminar- und Tagungsräume;
3 Restaurants; Banketträumlichkeiten bis
240 Personen; Bar.

kreuz@seminarhotelkreuz.ch www.kreuz.ag
CH-4710 Balsthal - Telefon 062 386 88 88 -
Fax 062 386 88 89

158803

Schön, wenn sich unsere Wege kreuzen -
auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen freut
sich Herr Roland Lappert. Oder rufen Sie uns an.
Abgemacht?

Landgasthöfe
und Seminarzentrum
Balsthal



kreuz kornhaus rössli

<http://www.seminarhotelkreuz.ch>

CH-4710 Balsthal • Telefon 062 386 88 88

**Vom Saisonjob
bis zur Lebensstelle.**

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



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Für die Grand Hotels Quellenhof***** und Hof Ragaz ****
suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Zimmermädchen Portier

Sie haben bereits Erfahrungen gesammelt mit gepflegten Serviceleistungen in der 4*- oder 5*-Hotellerie und kennen die Ansprüche einer internationalen, gehobenen Kundschaft. Als motivierte und positiv eingestellte Person mit guten Umgangsformen (Deutschkenntnisse erwünscht), fühlen Sie sich in einem grösseren, dynamischen Team wohl und möchten gerne in einem lebhaften Unternehmen eine abwechslungsreiche Tätigkeit ausüben.

Wenn Sie zudem ein gutes Betriebsklima und einen modernen Arbeitsplatz zu schätzen wissen, dann sollten Sie unbedingt Kontakt mit uns aufnehmen. Unterkunftsmöglichkeiten sowie ein vielseitiges Freizeitangebot stehen Ihnen hier in Bad Ragaz zur Verfügung.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann schreiben Sie uns!
Cornelia Stoll, Personalbereichsleiterin, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet gerne erste Fragen. (Telefon direkt 081 303 27 22.)

***** GRAND HOTEL QUELLENHOF *****
***** GRAND HOTEL HOF RAGAZ *****
**GRAND HOTELS
BAD RAGAZ**
Health, Spa & Golf Resort

CH-7310 Bad Ragaz · Telefon +41 (0)81 303 30 30 · Fax +41 (0)81 303 27 21
www.resortragaz.ch

*one of
The Leading
Hotels of the
World*



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

Réception: Réceptionist/in D/E falls möglich Italienischkenntnisse

Office: Officegouvernante

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

KULM HOTEL ST. MORITZ
Personalbüro, CH-7500 St. Moritz

158856

*one of
The Leading
Hotels of the
World*



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

**SERVICEFACH-
ANGESTELLTE/R**

Sie verwöhnen unsere anspruchsvollen Gäste im Restaurant «Jasper» (16 GaultMillau-Punkte).

Eine abgeschlossene Servicelehre, Berufserfahrung in einem GaultMillau-Sterne-Restaurant sowie sehr gute Deutsch- und Fremdsprachenkenntnisse in E/F sind Voraussetzung.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Esther Unruh.

**PALACE
LUZERN**

DAS FÜHRENDE 5-STERN-HOTEL AM VERMIDLESTÄTTERSEE:
3 RESTAURANTS, BAR,
KONFERENZSÄLE,
168 ZIMMER

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

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

158860



Auf Dez. 2003/Jan. 2004 suchen wir eine belastbare und zuverlässige

Reservationsmitarbeiterin in Jahresstelle

Folgende Voraussetzungen sollten Sie mitbringen:
- Berufserfahrung in ähnlicher Position in einem Betrieb gleicher Klasse
- sehr gute Sprachkenntnisse (D/E/F)
- EDV-Kenntnisse (Fidelio)

Sie arbeiten alleine im Reservationsbüro und sind selbständiges und exaktes Arbeiten gewohnt.

Eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem renommierten Betrieb mit internationaler Kundschaft wartet auf Sie!

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

**HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN*******
Koehnergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43

*one of
The Leading
Hotels of the
World*

158821

LAUSANNE PALACE & SPA

En vue l'ouverture au printemps 2004 de son

CLUB PRIVE

Nous sommes à la recherche d'une équipe jeune, dynamique et motivée.

Vous aimez le contact avec la clientèle. Vous aimez travailler la nuit dans une atmosphère de fête. Vous avez entre 20 et 30 ans, d'excellente présentation, avec une expérience dans des postes similaires. Vous maîtrisez le français et l'anglais.

Vous êtes sûrement la personne que nous recherchons

HOTESSE D'ACCUEIL BARMAID

PERSONNEL DE SERVICE (FEMME/HOMME) DAME POUR LE VESTIAIRE CAISSIERE

DAME OU HOMME DE BUFFET

Nous vous offrons une activité diversifiée, un cadre de travail prestigieux avec les avantages sociaux d'un établissement d'exception de luxe

- 3 jours de congés par semaine
- 5 semaines de vacances par année
- 13ème salaire dès l'entrée en service
- Mise à disposition et nettoyage des tenues vestimentaires

Les candidatures complètes (lettre de motivation, CV, photo, certificats), doivent être adressées à l'attention de notre responsable de Ressources Humaines, Mademoiselle Rose Martinez.

Grand-Chêne 7-9 · CH-1002 Lausanne · Tel. +41 21 331 31 31
Fax +41 21 323 18 29

*one of
The Leading
Hotels of the
World*

158797

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 souhaiteriez. 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
7828	Koch	37	CH	sofort	D/E/F		
7832	Chef de partie/w	27	CH	sofort	D	ZG/LU/SZ	
7834	Pâtissier/w	18	DE	L-EG	sofort	D	Städte
7841	Küch./Sous-chef	35	BE	B-EG	sofort	E/F	West-CH
7842	Küchenchef	34	DE	C	n. Ver.	D/E	ZH
7843	Sous-chef	29	DE	B-EG	n. Ver.	D/E	SO
7845	Commis de cuisine	22	CH	sofort	D	BE	
7854	Koch	32	CH	sofort	D/E/F	Bern+Umgeb.	
7855	Küch./Koch	38	CH	sofort	D	Zentral-CH	
7859	Küchenchef	36	CH	sofort	D/E/F/I	ZH	
7860	Koch	36	DE	L-EG	sofort	D/E	
7862	Koch	32	CH	sofort	D/E	ZH	
7867	Koch/stv. Küch./	48	CH	Dez.	D/F	SO/AG/BE/LU/Heim/Klinik	
7868	Pizzaiolo	32	IT	L-EG	Dez.	E/I	BE
7871	Commis de cuisine	24	CH	Jan.	D/E/F		
7874	Koch/w	47	CH	sofort	D/E/F	Biel/Bern	
7875	Hilfskoch	44	TR	C	sofort	ZH-Oberland	
7883	Jungskoch	21	CH	Jan.	D	Zentral-CH/ZH	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
7830	Kellner	42	IT	C	sofort	D/E/F/I	Bern
7837	Chef de rang	22	CH	sofort	D/E/F/I	Bern+Umgeb.	
7838	Kellner	29	TN	B	sofort	BE/FR	
7847	Kellner	29	CH	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	
7848	Service/w	41	HR	B	Dez.	D	Deutsch-CH
7849	Service/w	45	CH	sofort	D/E/F/I	BE-Oberland/GR	
7851	Kellner	27	PT	B-EG	sofort	D/E/F/I	Bern
7865	Service/w	25	DE	B-EG	Dez.	D/E/F	Bern+Umgeb.
7876	Sefa	35	BZ	C	sofort	D/E	ZH-Oberland
7878	Sefa	20	CH	Jan.	D/E/F	Zürich+Umgeb.	

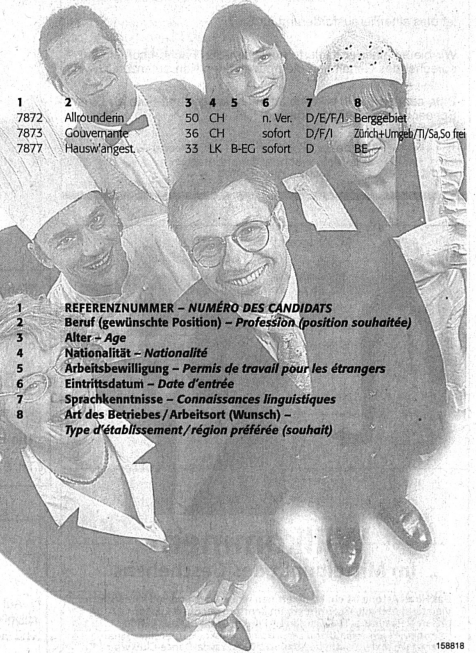
1	2	3	4	5	6	7	8
7879	Service/w	18	CH	Jan.	D/E	GE	
7880	Service/w	23	KE	C	Jan.	D/E	ZH/LU
7881	stv. Chef de bar	24	CH	Jan.	D/E/F	Zürich	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
7827	Concierge	59	IT	C	sofort	D/E/F/I	ZH
7833	Réceptionist	26	MY	B	sofort	D/E	ZH
7835	Night Auditor	60	IT	C	sofort	D/E/F/I	ZH/BS/LU/NW/OW/TH
7844	Réceptionist	22	CH	Dez.	D/E/F	Zentral-CH	
7840	Réceptionist	29	DE	B-EG	sofort	D/E/F	AG/BS/SH/SG/Stelle
7850	Anfangsreceptionist	22	ES	C	sofort	D/E/F/I	BE/BS
7856	Réceptionist	22	LU	L-EG	sofort	D/E/F	Zernatt
7858	Réceptionist	55	CH	Dez.	D/E/F	West-CH	
7861	Réceptionist	39	MA	C	sofort	D/E/F/I	Zürich
7863	Réceptionist	26	CH	Dez.	D/E/F	BE-Oberland	
7864	Zimmerfrau	32	IT	B-EG	sofort	D/E/F/I	ZH/GL/SZ/Rapperswil
7882	Réceptionsprakt./w	38	CH	Jan.	D/E/F	Berggebiet	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
7836	Buffetdame	33	IR	B-EG	sofort	D/E	BE/ZH
7839	Portier	27	PT	B-EG	Dez.	D/E	FR/BE-Oberland
7846	Haushilfe	31	IT	L-EG	Dez.	D/I	BE-Oberland
7853	Zimmerfrau	47	CH	sofort	D	BE/LU/AG/SO/ZH	
7857	Portier/Allrounder	43	PT	L-EG	Dez.	D/E/F/I	Stadthotel
7869	Gouvemante	58	CH	sofort	D/F/I	Zürich+Umgeb.	
7870	Haushilfe	40	LK	B	sofort	D	Bern



REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
Alter – Age
Nationalität – Nationalité
Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
Eintrittsdatum – Date d'entrée
Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement/région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

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

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

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

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

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

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	Eintrittsdatum / Date d'entrée:		
Arbeitsbewilligung / Permis de travail:	Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐		
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:		
Name / Nom:	Vorname / Prénom:		
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:		
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:		
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:		
Bemerkungen / Remarques:			
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:			
Deutsch / Allemand:	Französisch / Français:	Italienisch / Italien:	Englisch / Anglais:
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)			
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:		Funktion / Fonction:	Dauer (von/bis) / Durée(de/à):
Betrieb / Etablissement:	Ort / Lieu:		
1.			
2.			
3.			

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

Datum / Date: Unterschrift / Signature:

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

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:
 Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:
hotellerieuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotellerieuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne



Stellenvermittlung

Für unseren Auftraggeber, den Inhaber eines bekannten, gut frequentierten Landrestaurants im Kt. Aargau, suchen wir per 1. März 2004 oder nach Vereinbarung die neue

Küchenleitung

Eine äusserst vielseitige und interessante Aufgabe erwartet eine zwischen 30-40-jährige Persönlichkeit mit Erfahrung als Küchenchef.

Ihre Aufgabe beinhaltet die Standardarbeiten eines Küchenchefs wie konstruktive Mitarbeiterführung, Lehrlingsausbildung, Bestellwesen und Einkauf sowie Kalkulation und Rezeptur. Kostenbewusstes Denken und Handeln setzen wir für diese Aufgabe ebenfalls voraus.

Ist dies eine Herausforderung für Sie?

Wir bieten einer engagierten und flexiblen Fachperson ein entsprechendes Gehalt und die notwendigen Kompetenzen.

Bitte senden Sie Ihre kompletten Unterlagen mit Foto an Ernst Schaar unter folgender Adresse:

Mandatas, Postfach 144, 5004 Aarau
E-Mail: e.schaar@mandatas.ch
Telefon 062 822 09 92

158853



Zu wenig rote Blutkörperchen?

Wir suchen für die bevorstehende Wintersaison aufgeweckte, frische Leute zur Ergänzung unseres Teams in folgenden Positionen:

Küchenchef

Sous-Chef

Chef de partie

die Freude daran haben, mit Frischprodukten zu kochen und unserer Küche einen Hauch von italienischem Flair zu verleihen sowie:

Angestellte(r) Schneebar

Das ***Hotel und Restaurant Riffelberg ist hochalpin (2570 m.ü.M.) und mitten im Skigebiet gelegen, hat 29 Zimmer, ein A-la-Carte-Restaurant (180 Sitzplätze) sowie eine Terrasse (200 Sitzplätze).

Ideal für alle, die eine extra Portion Sauerstoff vertragen können.

Wenn Sie von sich aus frischen Wind mitbringen, wird die Natur den Rest erledigen und Sie sind bald Teil unserer Equipe.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Hotel & Restaurant Riffelberg
Herr René Foster, 3920 Zermatt
Telefon 027 966 65 00, Email: riffelberg@zermatt.ch

158852

Wengen/Berner Oberland

Wir suchen für die kommende Wintersaison motivierte, junge, D/E sprechende

• Barmitarbeiterin

in unser Trendlokal.

The Hot Chilis
CH-3823 Wengen
Tel. 079 444 91 73

158872



Auf der Rigi am Vierwaldstättersee, stilvolles ***Hotel mit 17 Zimmern/Suiten und Restaurant (Gault/Millau 15 Punkte).

Ab Mitte Dezember
in unser erfolgreiches Team

Servicefachangestellte/r

Chef de partie

Hilfskräfte-Paar
Lingerie-, Etagenmitarbeiterin und Portier/-e, Küche- u. Officemitarbeiter

Wir freuen uns auf Sie,
Dorly & Willy Camps-Stalder
CH-6356 Rigi Kaltbad
www.bergsonne.ch
T 041 399 80 10
F 041 399 80 20



GILDE
Gastronomie & Küche



Hotel Bergsonne
Gastronomie & Küche

Für unser gastfreundliches ****Stern-Hotel mit starker Gastronomie suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft folgende junge, motivierte, aufgestellte Mitarbeiter:

- Jungkoch/in (m/w)
- Hilfskoch (m)
- Buffetmitarbeiter/in (m/w)
- Anfangsservicearbeiter/in (m/w)
- Zimmermädchen (w)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Gerne gibt Ihnen Frau Fassler nähere Auskunft.

Hotel Postillon
CH-6374 Buochs
Tel. 041 620 54 54
Fax 041 620 23 34
www.postillon.ch
info@postillon.ch



158871

DEN ERFOLG MITGESTALTEN

Der Bären in Biglen im Emmental ist ein innovatives, vielseitiges Gastwirtschafts-Projekt (Neueröffnung per 1.4.2004). Wir suchen Sie als

KÜCHENCHEF/KÜCHENCHEFIN

mit Fantasie, Erfahrung und Freude am Kochen für anspruchsvolle Gäste. Sie setzen neue Ideen um, sind kreativ, arbeiten gerne im Team und sind bereit Verantwortung zu übernehmen.

Wir laden Sie ein, Ihr Wissen und Können in unser Konzept einfließen zu lassen und damit den Erfolg des Unternehmens mitzuprägen. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto an: Bolko Pfeiffer, Geschäftsführer Bären Biglen, Adlerweg 10, 3322 Urtenen-Schönbühl, Tel. 031 859 37 03.

158864

Seehotel Pilatus

HERGISWIL

Unser Seehotel Pilatus ist das führende 4**** Ferien- und Seminarhotel direkt am Vierwaldstättersee. Seine 120 Betten werden ergänzt durch ein hoch stehendes gastronomisches Angebot. Unsere treuen und anspruchsvollen Gäste dürfen sich nicht nur auf ein wunderschönes Haus mit allen Annehmlichkeiten in einmalig schöner Umgebung freuen, sondern auch auf ein hoch motiviertes, fachlich kompetentes Gastgeber- und Mitarbeiter-Team. Wenn auch für Sie der Kontakt mit dem Gast und seine Zufriedenheit Ihr grösstes Anliegen und Freude ist, nehmen Sie doch Teil an der grossen Aufgabe unser Haus über alle andern herauszuwachsen zu lassen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Dezember 2003

Haus- und Küchenbursche

Sind Sie handwerklich begabt, arbeiten speditiv und selbstständig, sprechen gut Deutsch? Dann sind Sie unser Mann.

Fühlen Sie sich von dieser Herausforderung angesprochen, rufen Sie uns kurz an; gerne würden wir Sie kennen lernen und Ihnen unseren Betrieb persönlich vorstellen. Bitte bewerben Sie sich schriftlich!

Für die Familie Fuchs, Fuchs Hans, Tel. 041 632 30 30.

158723



6052 Hergiswil · Telefon 041 632 30 30
www.pilatushotel.ch · info@pilatushotel.ch

Hotel Alpina Grindelwald

Per Mitte Dezember sind in unserem Familienbetrieb folgende Stellen neu zu besetzen

- Direktionsassistentin/ Chef de Service
- Hofa
- Zimmermädchen

Erste Auskünfte erhalten Sie unter Telefon 033 853 33 33 bei Frau Wolf.

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen an:
Fam. Wolf, Hotel Alpina,
3818 Grindelwald

158807

Gesucht

japanischer Sushi-Koch

ab 1. Januar 2004 in Sushi-Take-away-Shop.

Bewerbungen bitte an:
Take-away-Shop Kabuki Shinji Tanaka
Globus Bellevue, Theaterstrasse 12,
8001 Zürich, Tel. 079 215 38 49.

158826

Sporthotel Minster, Unteriberg (am Fusse vom Hoch-Ybrig)

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir

1 Servicefachangestellte (100%)

per Januar 2004
Schichtbetrieb
- 1 Woche nur dienstags frei
- 1 Woche So., Mo. und Di. frei

1 Barmaid (80%)

per sofort
- 4-Tage-Woche
- So., Mo. und Di. frei
- Arbeitszeit: 21-02 Uhr

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

Fam. H. + S. Jäger, Tel. 055 41462 00

oder 079 351 20 90.

Besuchen Sie uns im Internet:
http://www.sporthotel-minster.ch

E-Mail: info@sporthotel-minster.ch

158844



ACTIVE GASTRO ENG

Job-Parade

Service (w/m)

Sie haben die Servicefachlehre erfolgreich abgeschlossen und suchen nach einem Betrieb im Zentrum von Zürich, der genau ist wie Sie: hip, dynamisch, jung und total 'up to date'. Der Umgang mit verschiedenen Menschen fällt Ihnen genauso leicht, wie Ihre Fachkenntnisse täglich unter Beweis zu stellen. Und Ihre gute Laune reist alle mit.

Betriebsassistent (w/m)

Sie lieben und schätzen die Front und geniessen den Kontakt zu den Gästen in vollen Zügen. Eifer, Einsatzfreude und Flexibilität zählen zu Ihren Stärken. Eine gute Chance für den Einstieg in die Kaderwelt. Moderner Restaurationsbetrieb an zentraler Lage in der Stadt Zürich. Eine anspruchsvolle Klientel erwartet Sie.

Chef de bar (w)

Für ein neu eröffnetes 4*-Geschäftshotel ausserhalb von Zürich suchen wir eine charmante Barmaid, die den Shaker mit Leichtigkeit schwingt und den Kontakt zu ihrem anspruchsvollen Klientel zu pflegen weiss. Sind Sie eine gepflegte Persönlichkeit und bringen bereits Führungserfahrung mit.

Jungkoch/Chef de partie (w/m)

Für einen geschmackvollen Betrieb an bezaubernder Lage in Zürich suchen wir einen Jungkoch mit abgeschlossener Kochlehre. Ausserdem sollen Sie eine junge Persönlichkeit sein, die gerne ihre Kreativität auch bei der Arbeit ausleben möchte. Als Chef de partie bringen Sie 2-3 Jahre Erfahrung in der gehobenen Küche mit. Wenn Sie lernfähig und motiviert sind und mit Ausdauer ein Ziel verfolgen, sind Sie die richtige Person.

Sous-chef (w/m)

Exklusiver 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.

Küchenchef (w/m)

Gesucht wird der Küchenprofi, der die Kunst des Kochens im Herzen trägt und sein Können bereits unter Beweis stellen konnte. Sie verfügen über mehrere Jahre Erfahrung in der Top-Gastronomie und haben Ihr Wissen auch stetig durch Kurse weiter vertieft. Das Führen und Schulen einer Brigade fällt Ihnen leicht. Durch Ihre Begeisterung motiviert auch Ihre Brigade zu Höchstleistungen. Es erwartet Sie ein grosser, einmühtiger Restaurationsbetrieb auf dem Platz Zürich mit einem Top-Spiserestaurant. Wenn Sie eine Leaderpersönlichkeit, kreativ, qualitätsbewusst, kommunikativ und ambitioniert sind, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Etagegouvernante (w)

Legen Sie Wert auf ein freundliches und angenehmes Arbeitsklima, ebenso liegt Ihnen aber auch ein edles und stilvolles Interieur am Herzen? Dann könnte dieses Top-Hotel in der City von Zürich genau Ihren Geschmack treffen. Sie wissen Schönes zu pflegen, sind eine gute Motivatorin für die Etage-Crew und sind im Allgemeinen eine zuverlässige Persönlichkeit, die Freude hat Verantwortung zu übernehmen. Sie haben Ihre Hotel-Lehre in einem 4*- oder 5*-Hotel absolviert und bringen 1-2 Jahre praktische Erfahrung mit.

Réception (w/m)

Bei Ihnen steht die Zufriedenheit Ihrer Gäste an oberster Stelle. Ausserdem lieben Sie es, sich mit Ihren Gästen in verschiedenen Fremdsprachen (E/F/engl.) zu unterhalten und sie mit Ihrem Charme zu beraten. Den PC bedienen Sie mit einer Leichtigkeit. Dann sind Sie die richtige Person für diese Stelle in einem sehr schönen Stadthotel im Herzen von Zürich – nämlich ein Bijou.

Administration mit Fronttätigkeit (w/m)

Ihr Aufgabengebiet umfasst die allgemeine Administration (ohne Löhne) wie Bankwesen, Reservierungen, Bestellwesen und Buchhaltung, mittags die Ablösung des Chef de Service und vieles mehr. Sie haben eine Hotellehre absolviert und bringen Erfahrung im administrativen Bereich mit. Sie arbeiten gerne selbstständig und sind zwischen 30 und 35 Jahre jung. Es erwartet Sie ein Trendbetrieb im Zentrum von Zürich.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galube freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

01-432 73 73

ACTIVE GASTRO ENG GMBH, Postfach, 8048 Zürich
E-Mail: r.eng@activegastro.ch / www.activegastro.ch

158823



15 Minuten von der Stadt Bern im Eingang zum Emmental

Mitarbeiter

***Hotel-Restaurant Rütthubelbad

Suchen Sie eine neue Herausforderung?

Eröffnen Sie mit uns am 1. Januar 2004 im Rütthubelbad das

Sensorium

Wir suchen per sofort oder auf Vereinbarung eine

Rezeptionistin/Sekretärin

Beschäftigungsgrad 80%

welche die Zukunft in unserem Sensorium mitgestalten möchte.

Welche Aufgaben erwarten Sie?

- Telefonbedienung
- Entgegennahme von Reservierungen für Eintritte, Führungen, Tischreservierungen und Bankette
- Reservationsbestätigungen
- Offertenwesen
- Erstellen der Tagesabrechnungen Eintritte, Führungen, Kiosk und Verpflegung
- Diverse Korrespondenzarbeiten
- Koordination und Einsatzplanung der Führungen

Was erwarten wir von Ihnen?

- Berufserfahrung an der Rezeption und Sekretariat
- Kaufmännische Grundausbildung
- Kenntnisse des Fido-Office
- Sie können unsere Kunden kompetent beraten
- Kundenorientiertes Verhalten
- Sie sind ein selbstständiges Arbeitsmännchen gewohnt
- Sie sind teamfähig
- Gute Französischkenntnisse in Wort und Schrift

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an
***Hotel-Restaurant Rütthubelbad AG
z. Hd. v. Herrn Michael Roller
3512 Walkringen, Tel. 031 700 81 81
www.ruetthubelbad.ch



158862



Servicefach- angestellte m/w

Für unser Mövenpick Restaurant suchen wir motivierte, teamorientierte Mitarbeiter, die eine abgeschlossene Ausbildung oder bereits Erfahrungen im Service gesammelt haben. Möchten Sie in einem interessanten Hotel mit gehobener Gastronomie unsere Gäste mit Ihrem Lächeln verwöhnen? Dann freut sich ein junges und motiviertes Team auf Sie.

Mövenpick Hotel Egerkingen
Isabelle Nowak
Höhenstrasse 12, 4622 Egerkingen
Telefon 062 389 19 31
isabelle.nowak@moevenpick.com

158858



Ihre Ideen sind gefragt

und werden realisiert in einem jungen, fröhlichen Team, dessen Motto lautet: „Eine Küche in Bewegung“.

Sie bringen Kreativität, Teamgeist und eine grosse Portion Liebe zum Kochen mit. Sie haben schon einige Erfahrungen als Koch gesammelt. Damit haben Sie sehr gute Voraussetzungen, die hohen Ansprüche unserer Gäste zu erfüllen als:

Chef de partie Bankett

Sie sind jung und kreativ und verfügen über einen guten Teamgeist, haben schon Erfahrung als Koch gesammelt.

Chef de partie Produktion

Bei uns sind Sie als Saucier, Entremetier und Garde-manger tätig. Ihre Kreativität ist hier gefragt. Sie führen 2-3 Studenten und 2 Lehrlinge und arbeiten aktiv mit.

Wir bilden an der Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich jährlich 140 Studierende aus aller Welt aus. Bei uns können Sie Ihr **Know-how einbringen** und erweitern. Selbstverständlich ermöglichen wir Ihnen, sich **intern und extern weiterzubilden**. Ausserdem bieten wir Ihnen den **13. Monatslohn ab dem ersten Tag an**. Sind Sie bereit für dieses Weihnachtsgeschenk? Beziehen können Sie es schon ab **Anfang Dezember 2003** oder nach Vereinbarung.

Wünschen Sie mehr Informationen? Herr Daniel Walser nimmt gerne Ihren Anruf entgegen unter 01 / 286 88 55. Oder besuchen Sie uns im Internet. Auf www.belvoirpark.ch stellen wir uns vor.

Schicken Sie uns rasch Ihre vollständige Bewerbung. Ihr Dossier erreicht uns per Post bei der Hotelfachschule Belvoirpark, Herr Daniel Walser, Seestrasse 125, 8002 Zürich.

Wir freuen uns auf Sie!

158867



Wir sind ein schönes ****Seminar-Business-Golf-Hotel und suchen per sofort motivierte, aufgestellte

Servicemitarbeiterin Réceptionistin Allrounder

Zögern Sie nicht und senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an:

HOTEL ALEX
Monika Rüegg
Furkastr. 88
3904 Naters

158847



BADEHOTEL BRISTOL LEUKERBAD

Das Hotel Bristol wurde im Jahr 2001 komplett renoviert und bietet folgende Infrastruktur: 85 Zimmer, Restaurant, Bar mit Piano Livemusik, grosser Wellnessbereich mit Hallenthalbad, 2 Aussenthalbäder, Biosauna, Fitnessraum, Therapieabteilung und Schönheitszentrum.

Das Besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und herzliche Betreuung unserer Gäste durch unsere Mitarbeiter. Unser/e zukünftige/r Kollege/-in sollte ein fröhlicher und loyaler Mensch sein, der gerne in einem unkomplizierten, freundschaftlichen Arbeitsklima arbeitet und die Ferienhotellerie mag.

Zur Verstärkung unserer Mannschaft suchen wir:

Stellv. Chef de service / Sommelier

Sprachkenntnisse Französisch und Deutsch, Italienisch von Vorteil.

«Die Zufriedenheit unserer Gäste steht an oberster Stelle»

- Sie strahlen Ruhe aus, sind diskret, zuvorkommend und freundlich
- Sie sind dynamisch und behalten in Stosszeiten den Überblick
- Sie vertreten den Chef de service bei Abwesenheit
- Sie haben gute Weinkenntnisse und bringen Interesse mit
- Sie verwalten das Inventar und arbeiten aktiv an der Gestaltung der Weinkarte mit
- Sie organisieren Weindegustationen für die Service- und Küchenbrigaden

Im Hotel Bristol erwartet Sie eine motivierte, offene, humorvolle und dynamische Mannschaft. Leukerbad bietet ein attraktives Skigebiet sowie die höchstgelegene Thermalbadestation Europas.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Hotel Bristol
Rathausstr. 51
3954 Leukerbad
www.bristolleukerbad.ch
Tel: 027 472 75 00 Fax: 027 472 75 52
E-Mail: bristolleuk@bluewin.ch

158868



Grindelwald

Für unser ****Haus im Herzen von Grindelwald suchen wir für die Wintersaison evtl. Jahresstelle fachkundige, aufgestellte

Servicemitarbeiterin, D/E/F

für sehr frequentiertes A-la-carte-Restaurant.

Haben Sie den Serviceberuf erlernt?
Oder einige Jahre Berufserfahrung und servieren mit Freude.
Schätzen gute Arbeitsbedingungen/Lohn.

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

**Hotel Kreuz & Post
Frau Helena Konzett
3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92**

158861



INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP CHERCHE

POUR UN DE SES PRESTIGIEUX HOTELS AU MOYEN-ORIENT

DIRECTEUR/DIRECTRICE VENTES ET MARKETING

Vous avez une expérience en la matière
Vous parlez couramment français, anglais et arabe
Vous êtes prêts à voyager
Vous avez envie de vous investir dans une culture de chaîne
Vous êtes intéressés de rejoindre un grand groupe hôtelier

Votre candidature nous intéresse

Les dossiers complets devront être soumis à:

Bureau du personnel
Hôtel Intercontinental Genève
7/9 chemin du Petit Saconnex
1209 GENEVE

158434

MAISON HALLES

Cherchons pour mi-janvier 2004

1 PÂTISSIER/CUISINIER 1 CHEF DE PARTIE 2 SERVEURS/SERVEUSE

Qualifications ou expérience indispensables, postes à l'année ou de saison, permis de travail selon les possibilités du marché.

Envoyer dossier complet à A. Reichl
Rue du Trésor 4 • Case postale • CH-2000 Neuchâtel
Tel. 032 724 31 41 • Fax 032 721 30 84
www.maisondeshalles.ch • maison-des-halles@bluewin.ch

158796



Vous aimez votre métier, le contact, des conditions de travail agréables ? Alors cette offre vous concerne !

Nous recherchons Cuisine

Pâtissier - Cuisinier

Service

Chef de rang - Serveur

Etages

Femme de chambre - Portier

www.prealpina.ch

Faire offre complète, par écrit, à
Direction - Hôtel Restaurant Prealpina
Rte de Chardonne 35 - 1071 Chexbres

158742



Wohlfühlen hat bei uns immer Saison.

Das ****-PARK-HOTEL BAD ZURZACH, in der Nähe von Zürich, verfügt über 150 Zimmer und 298 Betten, 2 Restaurants, Hotelbar, Wellnessbereich sowie einer grosszügigen Seminar- und Tagungsinfrastruktur. Nach Vereinbarung suchen wir zur Verstärkung unserer Küchenbrigade in Jahresstelle einen

Chef de partie (sauceur) (w/m)
sowie einen

Commis de cuisine/Jungkoch (w/m)

Wir bieten Ihnen ein interessantes Aufgabengebiet in einem eingespielten Team, einen fairen Dienstplan sowie eine zeitgemässe Entlohnung.
Interessiert? Wir freuen uns darauf, Sie persönlich kennen zu lernen. Rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre Unterlagen mit Foto an:

PARK-HOTEL BAD ZURZACH
Amanda Taylor
Badstrasse 44, 5330 Zurzach
Tel.: 056 269 88 11, Fax: 056 249 38 08
info@park-hotel-zurzach.ch
www.park-hotel-zurzach.ch

158871

**Über Aktualitäten
und Eventualitäten.**

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

Quebec, Kanada
Gesucht per 1. Mai bis Ende Oktober 2004

Chef de partie

für 15-Zimmer-Landgasthaus, Speiserestaurant (1½ Std. von Montreal oder Ottawa). Arbeitsbewilligung mit Schweiz-Kanada-Austauschprogramm erforderlich (CH-Bürger, abgeschl. Berufsausbildung, 18-35 Jahre alt). Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Auberge Val Carroll/José J. Oeler, 50 Chemin Val Carroll, Harrington, QC, J8G 2S6, Canada, carroll@hawk.igs.net

158876



GRAND HOTEL EUROPE
ST. PETERSBURG

Over 125 years of inspired hospitality

The Grand Hotel Europe, Number One de Luxe Hotel in Russia, St. Petersburg, well known as «The Venice of the North», 301 rooms, managed by Kempinski Hotels & Resorts, Member of the Leading Hotels of the World, is offering the position of

Executive Sous-Chef

to an English speaking candidate (single), having gained restaurant experience as executive sous-chef in international hotels. The hotel has 5 restaurants and banquet facilities / catering up to 350 guests. Starting date: as soon as possible.

If you are interested please contact:
Elmar Greif, General Manager
Phone: +7 812 329 6601
Fax: +7 812 329 6605
E-mail: elmar.greif@ghe.spb.ru
www.grandhotелеurope.com

158536

DOMINO GASTRO

Ihr Personal-Profi



- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel	061 291 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	033 823 32 32
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	055 415 52 85
Romandie, Lausanne	055 415 52 85

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

Qualifiziertes

Küchen-, Service- sowie Réceptionspersonal

aus Nord- und Südtirol für Wintersaison zur Verfügung.

Tel. 0043 512 567 353
Fax 0043 512 567 354
www.agenturmessner.com

158799

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
134930/401646

www. *Arosa* .com
Stellenbörse von Arosa

157660

STELLENBÖRSE



Gastro
help
DER GUTE JOB FÜR
HOTEL · GASTRO · TOURISMUS

JAHRESSTELLEN

F&B Assistent (Mithilfe Sales/Front) D/I
Erstklasshotel, Lugano
Réceptionistin D/I 4*-Hotel Tessin
Sous-Chef/in Seminarhotel Innerschweiz
Bardame Hotelbar Lugano und Berner Oberland
Chef de rang 5*-Hotel Gstaad
Servicefachangestellte/r Landgasthof Zürcher
Oberland und Berner Oberland

sofort
sofort
n. V.
sofort
Dez
n. V.

WINTERSAISONSTELLEN

Réceptionist/in D I E 3*-Hotel Oberengadin
Alleinkoch Bergrestaurant Kanton GR
Chef de partie gepflegte Küche Kanton GR
Chef pâtissier/ère 4*-Hotel Zermatt
Pâtissier Bäderhotel Kanton GR
2. Barman Luxushotel in Zermatt
Chef de rang Erstklasshotel Zermatt
Servicefachangestellte/r 4-5* Hotels Zermatt und
Wellnesshotel Kanton GR

DIE GELEGENHEIT!

Ital. Rest. in Bern sucht frontorientierten, belastbaren und flexiblen **GASTGEBER**, der Flair fürs Meridionale hat, und vorzugsweise Erfahrung als Chef de Service mitbringt. Idealalter: 28-40 Jahre

Trendiges Nachtlokal in Bern sucht **Geschäftsführer**, der den Gästekontakt pflegt, Mitarbeiter motivieren kann, Durchsetzungsvermögen sowie Serviceerfahrung hat und 25-35 Jahre jung ist.

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

158873



Cool Jobs in Flumserberg

157932/95036

PERSONALVERMITTLUNGEN

Der direkte Link zu den Bewerbern

www.adsjob.com/www.gastro.ch

Tel. 081 382 21 57 / 079 475 11 33, Fax 081 382 21 56

PERSONALREKRUTIERUNG IN SEKUNDENSCHNELLE

IMAGE

www.gastro-s.ch
gastro S Haus Howald
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 62 869 40 40 / Fax +41 62 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

WIRTEPRÜFUNG!

Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Leitung.
Führung, Interessiert?
Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON
GASTWIRTS AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____

htr

STELLENGESUCHE

Erfahrener, flexibler und belastbarer Deutscher (44-J.)
sucht neuen Wirkungskreis in der deutschsprachigen Schweiz

Ausbildungen: Küchenmeister, Diätkoch, Hotelbetriebswirt
Erfahrungen in: Gastronomie/Hotellerie, Catering, Spitalgastronomie, Betriebsgastronomie

Ausbildungsdiplome, Arbeitsnachweise und Zeugnisse vorhanden. Bewilligung vorhanden.

Per sofort oder auf Dezember 2003 eine adäquate Stelle in oben genanntem Bereich, gerne als Jahresstelle, aber auch als Saisonstelle.

Freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 158732 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

158732

Erfolgreicher

Gastronomie-Fachmann

mit langjähriger Führungserfahrung in den Bereichen Erlebnis- und Systemgastronomie, Weinhandel und Verkaufsförderung/Key Account sucht neue Herausforderung.

Offerten unter Chiffre 158828 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

158828

Motivierte, junge

Réceptionistin

mit Hotel-Handelsschul-Diplom und KV-Abschluss sucht Stelle in Hotel.

Ich spreche Deutsch, Englisch und Französisch und freue mich auf Ihr Angebot unter Chiffre 158785 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

158785

Schweizer Gastronom sucht eine neue Herausforderung als

Geschäftsführer

Ich bin 44 Jahre alt und habe mehrjährige Erfahrung in dieser Position. Bin spezialisiert im Führen von Trendlokalen. Restaurant, Bar, Club usw., bevorzuge Grossbetrieb. Mein Werdegang: Hotelhandelschule, Diplom HTL, Word-, Excel- und PowerPoint-Kenntnisse, D/F/E in W/S.

Auf Ihren Anruf freue ich mich.
Marco Tagliavini, Tel. 078 673 93 73
Seftigenstrasse 9, 3007 Bern

158872

Ich suche auf August 2005 eine

Koch-Lehrstelle

Gerne würde ich meine Kochlehre in einem guten Hotel im Wintersportgebiet der Schweizer Alpen machen. Ab Beginn Wintersaison wäre es mir möglich eine Schnupperlehre zu absolvieren. Von August 2004 bis Juni 2005 bin ich im Welschlandjahr in Genf. Nehmen Sie bitte mit mir Kontakt auf, damit ich mich bei Ihnen bewerben kann.

Ich freue mich auf Ihre Antwort.
Guy Schneider, Bernstr. 17, 3315 Bättelkinden, guy@ponys.ch

158713

Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

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

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: 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: inserate@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgab	Nr. 47/2003
– Erscheint	20. 11., 2003–
– Anzeigenschluss	17. 11., 12.00
– Wiederholungen	17. 11., 12.00

Nr. 48/2003	27. 11., 2003
Nr. 49/2003	24. 11., 2003
Nr. 50/2003	24. 11., 2003

Nr. 47/2003	4. 12., 2003
Nr. 48/2003	1. 12., 2003
Nr. 49/2003	8. 12., 2003

Nr. 50/2003	11. 12., 2003
Nr. 51/2003	8. 12., 2003
Nr. 52/2003	8. 12., 2003

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 22.000 Ex. Versand / Expedition, 11.209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.