

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 49

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 **127** Stellenangeboten



ROLAND FLÜCKIGER / Der Präsident der Jury «Historisches Hotel des Jahres» vermisst gute moderne Ergänzungsbauten. **SEITE 2**



WINTERTOURISMUS / Mit Schnee-Events wollen sich die Bergregionen profilieren und im Markt positionieren. **SEITE 5**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Zur rechten Zeit am rechten Ort

CHRISTINE KÜNZLER

Für die einen sind es nur Zufälle, andere sagen, ihnen sei etwas zugefallen. Gemeint ist immer dasselbe: Weil jemand zur rechten Zeit am rechten Ort – im negativen Sinn zur falschen Zeit am falschen Ort – ist, sieht, hört, erlebt er etwas, was er oder sie sonst nicht erfahren hätte. Solche Zu-Fälle können lebensbestimmend sein.

Vielleicht auch für den jungen Koch, Pâtissier und Hotelier Ivo Adam, für den sich eine besonders positive Fügung ergeben hat. Er, der an der diesjährigen «Milestone»-Verleihung in Bern zur «Herausragenden Nachwuchskraft» gekürt worden ist, traf an der Preisverleihung nämlich auf den Immobilien- und Gastro-Unternehmer René Brogli, der just in diesem Jahr ein «Milestone»-Projekt eingereicht hat. Nun kreuzen sich zwei Lebenswege, die sich sonst wohl nicht gekreuzt hätten. Und dies mit Folgen: René Brogli ermöglicht dem 26-jährigen Ivo Adam nämlich, im nagelegenen Design-Restaurant «Kalte Herberge» in Roggwil ein Gastro-Konzept made by Ivo Adam umzusetzen. Und der junge Mann wird obendrein erst noch Eigentümer der Betriebsgesellschaft – ohne jegliches Eigenkapital. Wie das geht? Er war eben zur rechten Zeit am rechten Ort. **Siehe Seite 3**

HOTELLERIESUISSE

Hotels werden neu klassifiziert

Die Delegierten von hotellerie-suisse haben an ihrer Winter-Versammlung in Olten der Gesamtrevision der Hotel-Klassifikation zugestimmt.

■ **KARL JOSEF VERDING**

Die absehbaren Gästebedürfnisse des Jahres 2010 bestimmen die Gesamtrevision der Hotel-Klassifikation, die von den Delegierten mit grosser Mehrheit akzeptiert wurde. Ein verstärkter Schutz der Hotel-Sterne, die Einführung eines fakultativen Zusatzes «Superior», eine verstärkte Qualitätsförderung sowie unabhängige Kontroll-Mechanismen sollen ab 2006 die Schweizer Hotel-Klassifikation prägen. Ebenso gewinnen unangemeldete Kontrollen an Bedeutung. Die von hotellerie-suisse klassifizierten Hotels verbuchen über 80% aller Schweizer Logiernächte.

Die Einführung eines fakultativen Zusatzes «Superior» schafft in den Kategorien der 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels neu eine Differenzierungsmöglichkeit. Aspekte wie Qualitäts-Management und Vielfalt des Dienstleistungs-Angebots sollen dabei eine zentrale Rolle spielen.

Siehe Seite 11

Foto: Marietta Dredal



FÜR EINE STARKE HOTELLERIE IN DER SCHWEIZ

Christian Rey, der Präsident von hotellerie-suisse, leitete die DV, die zugunsten der Gesamtrevision der Hotel-Klassifikation entschied. Dieser Entscheid kann in der Hotellerie zusätzliche Investitionen in Qualität und Innovation auslösen.

PETER VOLLMER

«Eine absolute Zumutung»

Während das Problem des Rückstands bei den Investitionen sich verschärft, wartet die Branche mit steigender Ungeduld auf das Seilbahngesetz.

«Das ist eine absolute Zumutung und wird ein Nachspiel haben.» So kommentiert Peter Vollmer, der Direktor von Seilbahnen Schweiz, im htr-Interview die erneute Verzögerung der Verabschiedung des Seilbahngesetzes durch den Bundesrat, welcher die Vernehmlassung folgen soll. «Wir brau-

chen», betont Vollmer, «dringend Vereinfachungen, ein Zusammenlegen der heute vier bis fünf Verfahren. Von Seiten der Verwaltung läuft alles nach dem Motto «Wie können wir uns möglichst gut absichern?» Die Seilbahn-Branche wolle aber nicht Geld für möglichst viele Gutachten aufwenden. «Wenn schon, stecken wir das Geld in die Sicherheit selber.»

Die Schweizer Branche gerät, wie der Vergleich zeigt, durch einen Investitions-Rückstand ins Hintertreffen gegenüber der Konkurrenz namentlich in Tirol und Südtirol. **FWKJV Siehe Seite 4**

STUDIE «FUTURE FOOD»

Wie essen wir in Zukunft?

Fünf Gesellschaftstrends, so genannte Megatrends, werden das Essen von morgen beeinflussen. Dies geht aus der Studie «Future Food» hervor.

Hanni Rützler, Ernährungswissenschaftlerin und Autorin der Studie, will den Blick dafür schärfen, wie, was und warum wir in Europa in nächster Zukunft einkaufen, kochen, essen und trinken werden. Die täglichen Ess-Entscheidungen würden von gesellschaftlichen Megatrends wie Indivi-

dualisierung, Feminisierung, Multitasking, Lebensphasen und Singelisierung beeinflusst. In dreizehn weiteren Foodtrends hat Hanni Rützler die neuesten Entwicklungen und Tendenzen aus der Foodbranche und aus den angrenzenden Dienstleistungsbereichen zusammengestellt.

Die Autorin ist in ihrer Studie unter anderem zum Schluss gelangt, dass vor allem bei urbanen, bürgerlichen Konsumenten in Zukunft der Ethic Food punkten wird. Von den veränderten Bedürfnissen würde auch der Trend zu Slow Food profitieren. **DST Siehe Seite 13**

INHALT

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



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

Wir bedanken uns für Ihr Interesse an unseren Produkten und Dienstleistungen und die vielen Komplimente zu unserem Stand an der IGEHO 03.

www.checkindata.ch

In guten Häusern zu Hause:
Micros-Fidelio von
CHECK IN DATA
Check-In-Data 01 701 96 96

Miele
Service-Abonnement.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

Wäsche für Tisch, Bett & Bad.
Attraktive Kollektionen, individuelle Dessins.
Kauf, Miete, Leasing, Wäscherei-Service:
Setzen Sie auf Schweizer Kompetenz.

Schwob
GASTROTEXTIL

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

Black, sweet and beauty...

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

IN KÜRZE

Seilbahnen / Die Seilbahn-Betriebe finden im deutschsprachigen Alpenraum unterschiedliche Rahmenbedingungen vor. Das zeigt ein Vergleich zwischen den drei Skinationen Schweiz, Österreich und Deutschland. **Seite 4**

Markenstrategie / Die Produkte und Dienstleistungen des Kantons Graubünden treten seit diesem Herbst unter einem gemeinsamen Markendach auf. Von diesem Standortmarketing soll auch der Tourismus profitieren. **Seite 5**

Bahn 2000 / In einem Jahr nimmt die Bahn 2000 ihren Betrieb auf. Im Berner Oberland ist die Freude aber verhalten. Es droht das Ende des ICE Thunersee, was zu einem Rückgang der Gäste aus Deutschland führen könnte. **Seite 7**

Hotel-Klassifikation / Die Delegiertenversammlung von hôtellerieuisse hat der Gesamtrevision der Hotel-Klassifikation zugestimmt. Vorgesehen ist ein besserer Schutz der Sterne und ein neuer, fakultativer «Superior»-Zusatz. **Seite 11**

Studie «Future Food» / Fünf Megatrends werden unser Ernährungsverhalten in Zukunft prägen. Wie dies vor sich gehen soll – sowie dreizehn weitere Foodtrends – ist Inhalt einer neuen Studie, publiziert vom deutschen Zukunftsinstitut in Kelkheim. **Seite 13**

Brot / Mit edlen Brotsorten kann sich auch die Gastronomie profilieren, denn dekorative Brote sind eine zusätzliche Attraktion. Besonders edel und attraktiv ist der Zopf. Denn er lässt sich vielseitiger verwenden als nur zum Sonntags-Frühstück. **Seite 14**

Berlin / Im Ethno-Restaurant «Nola's am Weinberg» in Berlin dreht sich diesen Winter alles um die helvetische Küche – inklusive Fondue jeden Sonntagabend. Geführt wird das Lokal – wie auch zwei andere in Berlin – vom gebürtigen Zürcher Stefan Schneck. **Seite 15**

Leaders Club Award / Die «Goldenen Palmen» für innovative, neue Konzepte in der Szenegastronomie gingen an das original griechische «Archeon Gefsis» in Düsseldorf und an das «Karma Public Livingroom» in Freiburg, ein Mix aus Lounge, Club und Asia Garden. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Reservationsystem / Die Tourismusbüros in der Romandie lancieren mit «Tomas» ein neues Internet-Reservationsystem. Der Grund: Das System «Deskline», das seit 1999 in Betrieb ist, stösst bereits an seine Grenzen. **CF Seite 3**

Weiterbildung / Bei den Hoteliers in der Westschweiz ist die Weiterbildung nicht hoch im Kurs. Zu wenig Geld, Zeit und Mitarbeiter seien Schuld daran, so die Hoteliers. Sie stufen sich pragmatischer ein als die Deutschschweizer. **CF Seite 5**

Zertifikat / Die Universität Genf weitet ihren Weiterbildungslehrgang «Patrimoine et tourisme» auf alle französischsprachigen Kantone aus. Für die offiziellen Führer von Genf Tourismus ist er bereits obligatorisch. **CF Seite 5**

World Travel Award / Neue Ehre für das Hotel des Bergues in Genf: Direktor Ezio Indiani konnte in London den World Travel Award 2003 für das beste Schweizer Hotel entgegennehmen. Dies ist der dritte Preis in intern Jahressfrist. **CF Seite 6**

FORUM

Igeho 03 – ein guter Jahrgang

MATTHIAS LAGGER*

Seit wenigen Tagen zählt die Igeho 03 zur Geschichte. Was bleibt, sind nebst den erfreulichen Zahlen (siehe htr 48) die vielen Eindrücke, die wir in etlichen Gesprächen mit Ausstellern, Besuchern und Medienvertretern erfahren durften. Besonders haben wir uns über die gute Stimmung in den Hallen und das angenehme «Miteinander» gefreut. Vor allem in dieser Zeit des wirtschaftlichen Drucks dürften solche Erlebnisse sich motivierend für eine ganze Branche auswirken.



Einen der wichtigsten Faktoren, die für den hohen Publikumszuspruch der Igeho verantwortlich sind, bildet sicher die Pflege von Kontakten. Sei dies nun von Ausstellern mit Besuchern, zwischen den Ausstellern oder von Besucher zu Besucher. Es ist immer wieder faszinierend zu sehen, wie viele Profis die Igeho als Networking-Plattform nutzen. Dabei darf meiner Meinung nach auch der Nachwuchs nicht fehlen. Trotzdem gilt es, besonders bei jugendlichen Besuchern vermehrt darauf zu achten, dass sich der Alkoholkonsum in vernünftigen Grenzen hält.

Persönlich beeindruckt hat mich dieses Jahr ein Zitat von Albert Einstein, das ich erstmals von einem Referenten am diesjährigen European Hospitality Forum gehört habe: «Man muss die Dinge so einfach wie möglich machen – aber nicht einfacher.» Das gilt natürlich auch für «Igeho24», unseren neuen Online-Branchen-Guide. Mit Igeho24 wollen wir die Igeho auch nach Messeschluss weiter leben lassen. Hier soll sich Angebot und Nachfrage möglichst effizient treffen. 365 Tage, 24 Stunden – www.igeho24.ch ist der Treffpunkt für Branchenprofis.

Gleichzeitig mit dem Messeschluss fällt schon der Startschuss zur Igeho 05. Einen Höhepunkt der Igeho 05 bildet sicher der nur alle sechs Jahre stattfindende Salon Culinaire Mondial, der zu den fünf weltweit wichtigsten Kochkunst-Wettbewerben zählt. An diesem internationalen Gipfeltreffen der Koch-Elite werden sich vom 19. bis 23. November 2005 die weltbesten Nationalmannschaften messen.

Die kommenden Monate werden wir dafür nutzen, dass wir den Ausstellern und Besuchern auch im November 2005 wieder ein reichhaltiges, spannendes und informatives Igeho-Menu mit aktuellen Sonder-schauen und Begleitveranstaltungen servieren können.

*Matthias Lager ist Messeleiter der Igeho.

ROLAND FLÜCKIGER

«Hotelpaläste sind erlebnisreich»

Der Präsident der Jury «Das historische Hotel / Restaurant des Jahres» wünscht sich mehr Qualität bei Neubauten, die historischen Hotels hinzugefügt werden. Ausserdem wünscht er sich ein zentrales Archiv der Hotellerie und des Tourismus der Schweiz.

INTERVIEW: KARL JOSEF VERDING

Historische Hotels in der Schweiz – ist das heute mehr ein Untergangsthema oder ein lebendiges Zukunftsthema?

Es ist ganz sicher ein Zukunftsthema. Die Schweiz hat die grösste Dichte historischer Hotels in ganz Europa.

Gibt es Problemfelder?

Allerdings. Viele Bauten haben rückständige Renovationen. Unterhaltsarbeiten für die historischen Hotels sind in der Regel teurer als Normalausführungen. Und es braucht Verständnis bei Handwerkern, Architekten und Besitzern, um ein historisches Hotel richtig zu restaurieren.

«Ein Hotelleben ist gespickt mit Träumen.»

Auch in anderen Regionen Europas, wie etwa an der französischen Riviera, gibt es markante historische Hotelbauten. Aber die von Ihnen lancierte Schweizer Auszeichnung «Historisches Hotel bzw. Historisches Restaurant des Jahres» scheint einzigartig zu sein und im Ausland viel Aufmerksamkeit zu finden...

Es gibt im Ausland Zusammenschlüsse von Hotels in historischen Gebäuden. Aber eine denkmalpflegerische Auszeichnung für Hotels gibt es ausserhalb der Schweiz nirgends. Der Europarat hat die Idee einer Auszeichnung faszinierend gefunden. Ich könnte mir sehr gut vorstellen, das auch europäisch zu organisieren, aber nicht mehr in Milizarbeit. Denn wir haben ja die Regel, dass kein Betrieb ausgezeichnet wird, den wir nicht besucht haben.

Wo steht die Schweiz, wenn man den internationalen Umgang mit der historischen Substanz der Hotellerie vergleicht?

Ich denke, die Schweiz hat hier eine Pionierrolle in Europa, weil wir durch die Auszeichnung «Historisches Hotel des Jahres», unterstützt von hôtellerieuisse, zu den Hotels auch im denkmalpflegerischen Sinn Stellung nehmen können.

«Hotelpaläste zwischen Traum und Wirklichkeit» haben Sie Ihr kürzlich erschienenen, zweites Buch über

Foto: Karl Josef Verding



ROLAND FLÜCKIGER

Der Berner Denkmalpfleger ist Präsident der Jury «Das historische Hotel / Restaurant des Jahres» und Vorstandsmitglied der Schweizer Landesgruppe von Icomos.

die Schweizer Hotelgeschichte genannt. Ist es die dritte Ebene zwischen Traum und Realität, welche die Faszination dieser Hotelbauten ausmacht, die bis heute fortwirkt?

Das war bestimmt ein wichtiger Aspekt. Es wird in diesem Buch sehr viel Gewicht gelegt auf die Architekten und auf die Pläne der Hotels. Auf der anderen Seite ist ein Hotelleben gespickt mit Träumen. Bereits der erste Band des Werks hiess «Hoteltäume», weil er vom Hotelleben, seinen handelnden Personen und den Träumen berichtet, in denen diese lebten.

«Viele Hotels haben kein «Gewissen», keine «Erinnerung» mehr.»

Hat auch der Gast dieser Hotelpaläste eine dritte Ebene zwischen Traum und Wirklichkeit erlebt?

Genau. Gerade in der Zeit, als viele Hotelpaläste gebaut wurden, konnten sich auch mehr Leute einen Ferienaufenthalt in solchen Hotels leisten. Und das war natürlich das kurzfristige Eintauchen in eine Traumwelt, in der

tiert, hinzugekommen ist neue qualitative Architektur.

In Ihrem neuen Buch beklagen Sie das Fehlen eines Archivs für die Erfassung und Bewahrung der schweizerischen Hotel- und Tourismusgeschichte. Den Dokumenten drohe vielerorts ein unwiederbringlicher Untergang. Warum?

Das ist eine ganz traurige Geschichte. Ich habe in den 90er-Jahren im Rahmen meines Forschungsprojekts, das vom Nationalfonds finanziert wurde, sehr viele Hotels besucht, systematisch, in der ganzen Schweiz. Ich habe gesehen, wie viele Hotels kein «Gewissen», keine Erinnerung mehr haben. Wenn ich zehn Minuten mit einem modernen Hotel-Manager gesprochen habe, dann habe ich ihm in den zehn Minuten mehr über sein Haus erzählt, als ich meinerseits von ihm erfahren konnte. Wir haben kein Archiv, wir haben nirgends einen Ort in der Schweiz, wo man hingehen und sich über Hotels aus dieser Zeit erkundigen kann. Währenddessen verschwindet das Material, und zwar rasant.

«Der beste Ort für das Hotellerie-Archiv wäre die EHL in Lausanne.»

Wer könnte das Archiv einrichten?

Der beste Ort ist aus meiner Sicht die weltweit anerkannte Hotelfachschule in Lausanne. Das Archiv könnte zentral aus der ganzen Schweiz Material einlagern. Dort könnte man recherchieren, und die Studenten könnten forschen. Mit der Hotelfachschule bin ich im Gespräch und stosse auf sehr offene Ohren.

Kann die geplante Marketing-Gruppierung der prämierten Historischen Hotels einen Impuls auslösen?

Die löst einen grossen Impuls aus, das denke ich sehr wohl. Was wir einfach hier wünschen, ist die Qualitätsprüfung aus denkmalpflegerischer Sicht.

Sind Sie auch hier auf offene Ohren gestossen?

Die angefragten Hoteliers in der Vorbereitungsphase waren alle sehr positiv dazu eingestellt. Hinzu kommt der ganz wichtige Impuls von hôtellerieuisse.

Zur Person

Roland Flückiger-Seiler ist Präsident der Jury «Das historische Hotel / Restaurant des Jahres» und Vorstandsmitglied der Schweizer Landesgruppe von Icomos (International Council on Monuments and Sites), der internationalen Vereinigung der Denkmalpfleger. **KJV**

Ja zur Kooperation

Aletsch. Goms Tourismus hat als erster Partner dem Kooperationsvertrag der neuen Marketingdestination Aletsch zugestimmt. Die Gründung der Marketingdestination Aletsch findet am 10. Dezember durch die Vertragsunterzeichnung statt. Nach der Zustimmung aller Partner (Brig, Belalp, Riederalp, Bettmeralp, Fiesch und Goms) kann die grösste Marketingdestination der Schweiz am 1. Januar mit einem Budget von 1,6 Mio. Fr. starten. **CK**

Aderlass bei der FTI Touristik AG

Basel. Der defizitäre deutsche Reiseveranstalter FTI Frosch Touristik stopft Verlustlöcher in der Schweiz: Die Angebote für Baukastenreisen der FTI Touristik AG Schweiz werden nicht mehr weitergeführt und die übrigen Geschäfte in Basel konzentriert. Davon sind 40 Mitarbeiter in Dübendorf betroffen. Die FTI-Kunden können ihre gebuchten Reisen aber trotzdem durchführen. Ab Januar übernimmt TUI Suisse den ganzen Bereich. **TL/sda**

Aus elf Bahnen wird eine einzige

Gstaad. Elf Bergbahn-Unternehmen der Skiregion Gstaad mit 60 Anlagen zwischen St. Stephan und Châteaud'Oex sollen fusionieren. Darauf haben sich die Verwaltungsratspräsidenten der involvierten Bergbahnen geeinigt. Die Fusion ist bereits im Verlauf der kommenden Wintersaison vorgesehen. Sie wird in den nächsten zehn Jahren Investitionen für neue Anlagen und Beschneidungen von 77 Millionen Franken auslösen. **TL**

Neu zwei Sterne für «Chesa Pirani»

Guide Michelin. Aufgestiegen in die Kategorie der Zwei-Sterne-Betriebe ist die «Chesa Pirani» in La Punt-Chamues-ch im Engadin. Erstmals einen Stern hat der Guide Michelin in seiner Ausgabe 2004 an folgende Betriebe vergeben: «Kuriger's Paradies» in Bad Ragaz, «Le Pérolles» in Freiburg, «Parc des Eaux-Vives» in Genf, «Le Jaan» in Montreux, Restaurant Jägerhof in St. Gallen und «Il Casale» in Wetikon. Ihre Sterne hingegen verloren haben «Da Vergauth Carnet» in Laax/Sagogn

sowie «Zum Bären» in Nürens-dorf. Über das Maximum von drei Michelin-Sternen verfügen nach wie vor die beiden Westschweizer Gourmetlokale «Hôtel de Ville» von Philippe Rochat in Crissier sowie «Le Pont de Brent» von Gérard Ra-baey in Brent bei Montreux. Mit zwei Sternen werden neu 13 Betriebe gelistet, Ein-Stern-Lokale sind es deren 84. Die letzten Jahre festgestell-ten Trends in der Gastronomie hätten sich wiederum bestä-tigt, schreibt der Guide Mi-

chelin. Der mediterrane Ein-fluss in Sachen Leichtigkeit sei-ner Küche und der euro-asiati-sche Küchenmix mit amerika-nische mehr noch australi-schem «Touch», würden den Ton angeben. «Aufgrund der Konsu-menten-Reaktionen» hat Michelin beschlossen, seinen Guide um-zutauften, und ihm seinen ur-sprünglichen Namen «Guide Michelin» wiederzugeben. In den letzten Jahren wurde er un-ter dem Namen «Guide Rouge» herausgegeben. **DST**

GRAUBÜNDEN CARD

«Fuder nicht überladen»

Mit der «Graubünden Card» können Bergbahn-Kunden ihre Tageskarte per Internet buchen. Weitere Dienstleistungen sollen dazukommen.

SONJA STALDER

In der anlaufenden Wintersaison wartet Graubünden mit einer Neuerung auf: der «Graubünden Card». Dieser neue Datenträger bietet im Wesentlichen zwei Möglichkeiten: Zum einen lässt sich der «Snowpass» – das Saison-Abonnement des Kantons Graubünden – auf die Karte laden. Weil die Karte die verschiedenen Zutrittssysteme der Bergbahnen verbindet, haben die Kunden nun überall direkten Zugang zu den Anlagen. Laut Hans-Jörg Matter, Geschäftsführer von Bergbahnen Graubünden, sind bis jetzt 1500 solcher Snowpässe verkauft worden.

Zum anderen können Karten-Inhaber ab Ende dieser Woche ihre Tages- und Mehrtageskarten von zu Hause aus per Internet buchen und bezahlen (www.directaccess.ch). An diese digitale Buchungsplattform sind laut einer Mediensprecherin von Graubünden Ferien «ein Grossteil der Bündner Bergbahnen» angeschlossen. Bei fast allen Bergbahnen können die Kunden ihre Tickets auch an der Kasse auf die Karte laden lassen. Zu diesem Zweck haben inzwischen rund 600 Personen eine Karte bestellt.

Als Pilotprojekt wird die Graubünden Card dieses Winter zudem von Engadin Bus eingesetzt: Der Kunde kann ein Guthaben auf die Karte laden; bei jeder Busfahrt wird der Fahrpreis automatisch abgebucht (GPS). Die Karte kostet 30 Franken pro Jahr.

«GESAMTE ERLEBNISKETTE EINBEZIEHEN»

Am Beispiel Engadin Bus zeigt sich das Potenzial dieser Karte: Sie kann auf weitere Dienstleistungen ausgedehnt werden. «Wir möchten nach und nach die gesamte Erlebniskette miteinbeziehen», sagt Gieri Spescha, Medien-Verantwortlicher bei Graubünden Ferien. In erster Linie denkt er dabei an die verschiedenen Freizeit- und Sportanlagen.

Technologischer Partner der Karte ist das Unternehmen Access Arena, das letzten Winter die Engadin Card mitlanciert hatte. Im Gegensatz zu diesem Datenträger beinhaltet die Graubünden Card jedoch kein Kundenbindungsprogramm (CRM). «Wir wollen das Fuder nicht überladen», sagt Spescha mit Blick auf den harzigen Start der «Engadin Card». Zwar sei ein Kundenbindungsprogramm auch für die Graubünden Card eine Option. Hinter der Graubünden Card stehen das kantonale Amt für Wirtschaft und Tourismus, die Bergbahnen Graubünden, die erwähnte Access Arena, Graubünden Ferien und Engadin Bus. Die drei ersten genannten Partner haben laut Spescha zusammen «mehrere 100 000 Franken» in die Entwicklung der Graubünden Card investiert.

KALTE HERBERGE IN ROGGWIL

Am Anfang des neuen Gastro-konzepts stand der «Milestone»

Vom «Milestone» zum eigenen Restaurant: Der junge Ivo Adam hat Grosses vor. Er plant, zusammen mit dem Immobilien- und Gastrounternehmer René Brogli, ein für die Schweiz «einzigartiges» Gastrokonzept in der ehemaligen «Kalten Herberge» bei Langenthal.

CHRISTINE KÜNZLER

«Am Anfang stand der «Milestone» – so beginnt die Einladung von Ivo Adam und René Brogli zur Präsentation des Projekts Kalte Herberge. Ivo Adam, der junge Patissier, Koch und diplomierte Hotelier, hat nämlich vor einem Monat den «Milestone» als «Herausragende Nachwuchskraft» erhalten.

An der Preisverleihung traf er auf den Seoner Immobilien- und Gastro-Unternehmer René Brogli, dessen Gastro-Zentrum Dürrenroth unter den nominierten «Milestone»-Projekten war. Ivo Adam holte sich mit seiner spontanen Dankesrede an der «Milestone»-Verleihung nicht nur die Sympathie der Gäste, sondern auch noch einige Stellenangebote. Das von Brogli hat er nun angenommen: Er soll Geschäftsführer eines 5-Millionen-Projekts werden, der neuen «Kalten Herberge» in Roggwil bei Langenthal.

EIN VERHÄLTNISS AUF VERTRAUEN

Brogli besitzt nach eigenen Worten «die substanzielle Aktienmehrheit» der vor einem Jahr abgebrannten «Kalten Herberge» und gibt Adam einen «marginalen Anteil» davon ab. Für die Betriebsgesellschaft werde «aller Voraussicht nach eine GmbH» gegründet. Und da werde das Verhältnis umgekehrt sein: Adam soll davon 90 Prozent halten, Brogli 10 Prozent. In Tat

Ivo Adam

*Ivo Adam ist das jüngste Mitglied der Kochnationalmannschaft. Nach während seiner Kochlehre gewann er an der Kochkunstausstellung Gold. Im 2001 wurde er in Glasgow erstmals Weltmeister «Kalte Küche». Am World Culinary Grand Prix in Singapur 2002 erhielt er als bester Patissier aller Nationalteams wieder Gold und den zweiten Weltmeistertitel. Die Nationalmannschaft holte sich damit den Gesamtsieg und die höchste Punktezahl aller Nationen. Adam hat die Hotelfachschule Thun abgeschlossen und will nun bei einigen Spitzenköchen der Welt weitere Erfahrungen sammeln. **CK***

und Wahrheit «statt» Brogli Adam für dessen Einlage «mit Geld aus» – weil «so ein junger Mensch ja noch nichts auf die Kante gelegt» habe. Somit wird Adam Besitzer der Betriebsgesellschaft. Er habe, sagt Brogli, Vertrauen in Adam und sei überzeugt, dass das Konzept des jungen Profis zum Erfolg führen werde. Wenn mit der Baubewilligung alles rund läuft, wird, so Brogli, Adams neue «Kalte Herberge» am 18. März 2005 eröffnet.

Zu den Akteuren der «Kalten Herberge» ist Brogli deshalb gekommen, weil der einstige Mehrheitsaktionär und Verwaltungsratspräsident des Restaurants Kalte Herberge, der Langenthaler Industrielle Urs Baumann, Brogli nach dem Brand um Rat für ein Gastronomiekonzept gefragt hatte. Statt zu beraten, hat Brogli dann eben gekaut.

SCHWEIZER STARKÖCHE ALS VORESSER

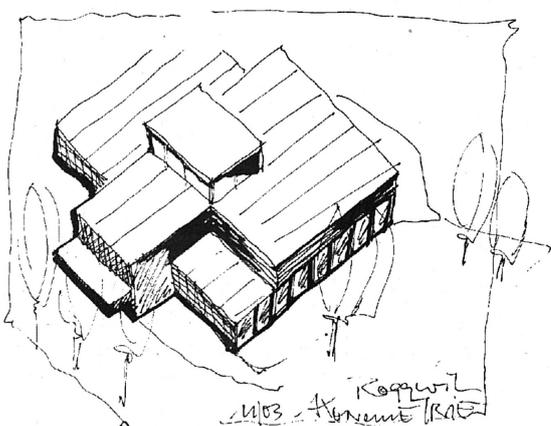
Ivo Adam ist fast nicht mehr zu bremsen, wenn er von seinem Konzept erzählt. Es wird nach seinen Worten schweizweit «etwas Einzigartiges» geben. Das nimmt man dem jungen «Food-Artist», der schon reich mit Auszeichnungen gesegnet ist (vgl. Kasten), auch ab. «Ich will Akzente setzen», sagt er. Geplant sind zwei Restaurants – eins für Gourmet-Gäste und eins für alle andern. Was er dort bieten will, verrät er noch nicht. Nur so viel: «Ich werde ausschliesslich Schweizer Rohprodukte verwenden, die ich direkt beim Bauern oder beim Käser beziehe.»

Zur Infrastruktur des Neubaus gehören auch ein grosser Bankettsaal für 200 bis 300 Personen, eine Lounge mit Cheminée, «wo man guten Wein trinken und gutes Fleisch essen kann», sowie der Club. Dort würden zum Beispiel von Düften begleitete Kunstausstellungen gezeigt und verschiedene Essenskonzepte präsentiert – Essenskonzepte, die die Studenten der Hotelfachschule Thun erarbeitet haben.

Adam hat noch andere Pläne: «Wir werden einen kleinen Cateringservice aufziehen, Kochkurse für Externe und Schulungen für Interne durchführen.» Und er zieht einen weiteren Pfeil aus seinem schier grenzenlosen Köcher: «Wir werden einen «Chief table» haben und «food tastings» durchführen.» Das heisst: Bevor ein Gericht auf die Speisekarte kommt, wird es von den Starköchen der Schweiz an eben diesem «Chief table» getestet. Zusammen habe er bereits, versichert Adam.

MITARBEITENDE ZWISCHEN 16- UND 30-JÄHRIG

«Die Mitarbeiter sind für mich Könige», sagt Adam. Deshalb werde es in der neuen «Kalten Herberge» auch einen grossen Mitarbeiterraum geben. Und weil er möchte, «dass man die Mitarbeitenden sieht und sie

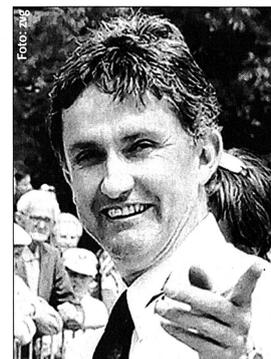


DIE NEUE «KALTE HERBERGE»

So soll der Neubau aussehen. Die benötigten Baumaterialien stammen aus der Region. Schwerpunkte sind Holz, Naturstein und Glas.



Ivo Adam hat sich ein innovatives Gastrokonzept ausgedacht.



René Brogli behält als Mehrheitsaktionär eine beratende Funktion.

schätzt», steht die Küche hinter einer Glasfront: Der Gast sieht schon von aussen, was sich im Haus tut.

Etwa 20 Mitarbeitende brauche er. «Ein junges Team» werde es sein, sagt Adam. «Leute zwischen 16 und 30». Im Moment stelle er das Kaderteam zusammen. Auf sicher hat er schon seinen Geschäftspartner: Joachim Schüpbach.

ALTE OLIVENBÄUME UND EIN WASSERFALL

Es versteht sich, dass ein innovatives Gastrokonzept eine passende Hülle braucht. Für den Entwurf des Gebäudes hat Brogli die deutsche Architektin und Denkmalpflegerin Marie-Agnes Aigner geholt. Im Zentrum des Hauses stehen die vom Brand verschont gebliebenen Gewölbekeller. Ein dreidimensionales

Glas-und-Licht-Gebilde, der «Solitär», durchzieht die ganze Anlage vertikal und wird mit alten Olivenbäumen und einem Wasserfall ausgestattet. «Wer in der Lounge sitzt, sieht zum Fenster hinaus den Wasserfall», erklärt Adam. Die neue «Kalte Herberge» soll nach Brogli ein Neubau werden, «welcher in der Gastrobranche in jeder Beziehung neue Massstäbe setzen wird.»

Dass sich der junge ehrgeizige und kreative Berufsmann in seiner Euphorie finanziell nicht übernimmt – dafür sorgt «Gönner» Brogli: Er stellt Adam einen Finanzcoach zur Seite, «einer, für den Buchhaltung das tägliche Leben ist». Brogli selber hat eine «beratende Funktion» inne.

Angst vor der Herausforderung? «Nein», sagt Adam. «Angst darf man nie haben. Ich bin überzeugt, dass ich die richtigen Leute finden werde, die mir helfen.»

VERGLEICH ZWISCHEN DREI SKINATIONEN

Gefährlicher Rückstau der Investitionen

Seilbahnbetriebe finden im deutschsprachigen Alpenraum unterschiedliche Bedingungen vor. Das zeigt eine vergleichende Untersuchung zwischen den Seilbahn-Betrieben in der Schweiz, Österreich und Deutschland. Neu in das Blickfeld kommt Südtirol.

FRANCESCO WELTI

Unternehmensberater Riet Theus hat vor drei Jahren erstmals eine Vergleichsuntersuchung zwischen den Seilbahnen in der Schweiz, Österreich und Deutschland erstellt. Heute stellt er fest: «Der Anteil an Fremdkapital ist in der Schweiz deutlich höher und die Bahnen müssen jetzt mehr amortisieren.» Gleichzeitig gerieten sie bei den Investitionen ins Hintertreffen. «Da besteht ein gefährlicher Rückstau.»

Die Schweizer sind auf dem Internet gut präsent. Die Österreicher sind bei der Vermarktung dennoch aktiver. Zudem haben sie einen strukturellen Vorteil. Anders als in der Schweiz machen Ferienwohnungen dort nur einen kleinen Anteil aus. «Kalte Betten» gibt es also deutlich weniger. «Auch weil viele Bahnen seit jehor Hotels besessen», wie Theus erklärt.

«ST. ANTON IST IM MÄRZ NOCH VOLL»

Die Bettenbewirtschaftung ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor: in der Schweiz versucht man die zu verbessern. Höhere Lohnkosten und die spärlichere Beschneidung sind weitere Nachteile. Auf 40% der Pisten kann im Tirol – dessen Marktvolumen dem der Schweiz entspricht – die Schneedecke künstlich aufgebessert werden. Zur Schneesicherheit trägt weiter bei, dass Gletscher noch erschlossen werden

können. «Das ist in der Schweiz praktisch unmöglich», so Theus.

Interessant ist, wann das meiste Geld verdient wird. In der Schweiz ist das Weihnachtsgeschäft entscheidend: es ergibt ein Drittel der Einnahmen. So viel erreichte in Österreich 2003 der Monat Februar. Dezember und Januar zusammen sorgten nur für 39% des Umsatzes. Besonders gut wird dafür das Frühlingsskifahren verkauft. «St. Anton ist im März noch voll», sagt Spezialist Theus. Tatsächlich klingeln die Kassen im März mindestens so gut wie im Dezember. 2003 lag der März dank günstigen Verhältnissen sogar auf dem Niveau des Januars.

KONTINUIERLICHES WACHSTUM

Einige Zahlen verdeutlichen die Grössenverhältnisse der Branche in den drei Alpenländern. 838 Mio. Franken betrug 2002 der Gesamtverkehrsumsatz der Schweizer Seilbahnen. Die Österreicherischen nahmen das Doppelte ein, drei Viertel davon in Tirol und dem Salzburgerland. Auch die meisten Bahnen stehen dort. Die Umsätze stiegen in den letzten Jahren kontinuierlich an, ebenso die Zahl der Beförderungen – trotz zuletzt leicht weniger Betriebsstagen.

Die Wintersaison bringt in beiden Ländern 85–90% des Umsatzes, weniger als 60% sind es in Deutschland: Skifans aus dem nördlichen Nachbarland sorgen anderswo für Frequenzen. Zuhause erwirtschaften die Bergbahnen nur gut 100 Mio. Franken, mit 1200 festen Mitarbeitern. Zehnmal mehr Personen beschäftigt Österreich. Mit 11 000 liegen die Schweizer Seilbahnen um 1000 darunter.

Ein – zunehmend – gewichtiges Wort hat im Konkurrenzkampf die italienische Region Südtirol-Dolomiten mitzureden. Allein unter dem Label Dolomiti Superski sind 450 Bahnen zusammengeschlossen, 90% der Pisten werden beschneit.

Foto: STS



SCHWEIZER SEILBAHNEN

Die Seilbahnen der Schweiz geraten bei den Investitionen ins Hintertreffen gegenüber der ausländischen Konkurrenz. Der Anteil an Fremdkapital sei hier höher, und die Bahnen müssten mehr amortisieren, stellt der Berater Riet Theus fest.

Das Seilbahngesetz: Seine Warteschlange naht ihrem Ende

Bald soll das erste Seilbahngesetz endlich in die Vernehmlassung gehen. Frühestens im Laufe des Jahres 2005 dürfte es in Kraft treten. Schon vorher sollen die Anpassungen in der Seilbahnverordnung erfolgen. Dafür ist die Schweiz auf grünes Licht aus der EU angewiesen. Die Änderungen betreffen den Sicherheitsbereich, und zwar die Konformitätsbewertung für relevante Bauteile von Seilbahnen, die von einer benannten Stelle, einer Art Seilbahn-TÜV, durchzuführen ist. So soll erreicht werden, dass geprüfte Teile nicht einem zweiten Verfahren – mit entsprechenden Kostenfolgen – unterzogen werden müssen: in der Schweiz oder der EU. In der EU verlangen neue

Richtlinien einheitliche Prüfverfahren. Erfüllen Sicherheitsbauteile und Teilsysteme die Kriterien, erhalten sie das CE-Zeichen. Das braucht eine gesetzliche Basis. Soeben war das ein Thema in Österreich und Bayern, wo die meisten deutschen Seilbahnen stehen.

«Wir sind mit Hochdruck an der Arbeit», sagt auch Margrith Hanselmann, Vize-Direktorin im Bundesamt für Verkehr (BAV). Das Akkreditierungsverfahren für die benannte Stelle sei eingeleitet. Brüssel muss dann die Prüfstelle noch anerkennen. «Die Teile sind eines. Jede Anlage ist jedoch eine Spezialanfertigung, sie ist dem jeweiligen Gelände und den Witterungsverhältnissen anzupassen», ergänzt Peter

Vollmer, Direktor von Seilbahnen Schweiz. Dem Bewilligungsverfahren kommt daher weiterhin eine zentrale Bedeutung zu. Heute erschwert es ein Wirrwarr von Verordnungen und Verfahren, in der Schweiz Bahnen zu bauen oder zu erneuern.

Das Seilbahngesetz soll das Prozedere vereinfachen, die Kompetenzverteilung zwischen Bund und Kantonen entflechten. Vor gut drei Jahren lag ein erster Entwurf vor. Im Dezember könnte der Bundesrat die Vernehmlassung in Gang setzen: sozusagen als Weihnachtsgeschenk für die Seilbahnen. «Wir sind auf gutem Weg», lässt Vize-Direktorin Hanselmann dazu lediglich verlauten. FW

PETER VOLLMER

«Wir brauchen dringend Vereinfachungen»

Zum Saisonbeginn äussert sich Peter Vollmer, Direktor von Seilbahnen Schweiz, über die Herausforderungen an die Branche und gewisse Vorteile der ausländischen Konkurrenz. Er fordert eine baldige Verabschiedung des Schweizer Seilbahngesetzes.

INTERVIEW: FRANCESCO WELTI

Ein prächtiger Sommer bescherte den Seilbahnen Spitzenresultate. Wird die Wintersaison ebenso gut?

Das hängt natürlich vom Schnee ab. Wenn so viel fällt wie im letzten Jahr, dann schon – und im Moment sieht es gut aus. Ausserdem ist die weltweite Lage derzeit so, dass der Alpentourismus gute Aussichten hat. Wir sind aber stark vom deutschen Markt abhängig, da leiden wir weiter unter dem schlechten Wechselkurs, haben ein Preis-Image-Problem. Andererseits haben die Bahnen ihr Angebot verbessert, und unsere Winterauf-takt-Aktion in den Städten ist auf ein gutes Echo gestossen.

Hat man im Vergleich zu Österreich in der Vergangenheit weniger in das Marketing investiert?

Für nationale Tourismuskampagnen verfügt Österreich über bedeutend mehr Mittel. Zusammen mit

Schweiz Tourismus haben wir den Winter jetzt aber auch mit grossen Aktionen lanciert. Und wir arbeiten daran, Akzente besser zu setzen. Ausser Leute in bestimmte Destinationen zu locken, gilt es heute ebenso, Stimmung für den Schneesport zu machen und ihn besser zu positionieren.

Ist die Wintersaison hier zu kurz? Österreich schafft im März jeweils sehr hohe Frequenzen. Kann das die Schweiz nicht auch?

Die letzte Saison dauerte bei uns dank der hervorragenden Schneever-

hältnisse sehr lange. In Österreich ist der Anteil der technischen Beschneidung bedeutend höher. Dadurch haben sie die Möglichkeit, die kritischen Randzeiten besser auszuschnöpfen. Verschiedene Destinationen in der Schweiz arbeiten daran, das ebenfalls zu verbessern. In den nächsten Jahren auf das gleich Niveau zu kommen, liegt nicht drin – die dafür benötigten Investitionen würden sich nicht einmal zu einem Bruchteil rechnen.

Ist der Rückstand bei den Investitionen – gekoppelt mit einer hohen Verschuldung – ein Grundproblem?

Richtig. Es wird sich in den nächsten Jahren noch verstärken. Vor 20, 25 Jahren gab es einen Boom, wurden sehr viele Anlagen gebaut. Die kommen nun alle in die kritische Phase der Erneuerung. Das wird aufwändig, denn die Anforderungen sind gewaltig gestiegen: Bezüglich Sicherheit, bezüglich Komfort. Dazu kommt, dass wir eine sehr, sehr klein strukturierte Branche haben. Im Gegensatz zu Österreich gibt es vielfach selbst innerhalb von einzelnen Destinationen noch verschiedene Anbieter. Da stecken wir in einem intensiven Anpassungsprozess. Wenn sich die Gesellschaften zusammenschliessen, können gezieltere Investitionen getätigt, kann das Angebot gestrafft werden und man hat für das Marketing eine bessere Grösse.

Die Agglomerationen näher bei den Alpen befinden sich in Österreich. Von Wien aus geht man nicht für einen Tag ins Tirol Ski fahren. Der Tagestourist ist viel flexibler und anspruchsvoller, was die Bedingungen angeht. Wenn das Wetter nicht optimal passt, kommt er nicht in die Berge.

Das grösste Problem liegt wohl in der Hotellerie, wie auch die Benchmark-Studie der Alpenländer gezeigt hat. Da besteht ein massiver Anpassungsbedarf: in der Qualitätsstruktur, den Preisen, bezüglich Renovierungen. Das wirkt sich auf die Seilbahnbetriebe erheblich aus. Ein riesiges Problem sind ausserdem die kalten Betten. Da ist uns Österreich weit, weit voraus. Dort gibt es ein viel engeres Netz an Hotels und Pensionen. Wir haben sehr viele Ferienwohnungen, die 50 Wochen im Jahr leer stehen.

Wartet man auf das Schweizer Seilbahngesetz schon viel zu lange?

Richtig. Das ist eine absolute Zumutung und wird ein Nachspiel haben. Zuletzt hiess es, das Gesetz werde vom Bundesrat im Oktober verabschiedet und gehe dann in die Vernehmlassung – und jetzt haben wir schon wieder Dezember. Wir brauchen dringend Vereinfachungen, ein Zusammenlegen der heute vier bis fünf Verfahren. Von Seiten der Verwaltung läuft alles nach dem Motto «Wie können wir uns möglichst gut absichern?». Wir möchten aber nicht Geld für möglichst viele Gutachten aufwenden. Wenn schon, stecken wir das Geld in die Sicherheit selber.

Foto: htr



PETER VOLLMER

Der Direktor von Seilbahnen Schweiz befürchtet, dass sich der Rückstand bei den Investitionen in den nächsten Jahren noch verstärkt.

VERANSTALTUNGEN

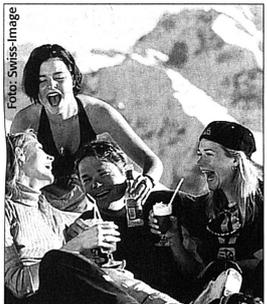
Events als Zukunftskapital

In der Nebensaison Betten füllen möchte mittels Veranstaltungen beispielsweise auch Saas Fee. Das ist im letzten Jahr offenbar bestens gelungen.

ROBERT WILDI

Mittels Veranstaltungen in der Nebensaison Betten füllen möchte auch Saas Fee. Das ist im letzten Jahr bestens gelungen. Gleich drei neue Events haben dem Oberwalliser Kurort gemäss Tourismusdirektor Simon Bumann insgesamt 2500 zusätzliche Logiernächte und Mehrumsätze von 200 000 Franken gebracht. Gutes Geld verdient Saas Fee auch mit den traditionellen um Ostern durchgeführten Allalin-Volksabfahrten. «In den besten Jahren erzielten wir mit 2600 Teilnehmenden bei geringen Kosten einen Umsatz von 1,6 Millionen Franken», so Bumann. Obwohl die Teilnehmerzahl seither geschrumpft ist, werfe der Anlass nach wie vor einen schönen Gewinn ab.

Für Thomas Bieger, Tourismus-Experte an der Universität St. Gallen, ist die Profitabilität einer Veranstaltung dann unbedingt erforderlich, wenn sie keine klare Botschaft in den Markt hinausbringen kann, so wie das etwa der Davoser MTV Jam-Veranstaltung gelungen ist.



Nicht alle glauben an den «Ballermann in den Bergen».

Dass es auch mit weniger geht, beweisen kleinere Destinationen wie Grächen, das Goms oder die Flumserberge. Ohne Grossanlässe verschaffen sie sich beim Publikum Gehör. Als eine solche Botschaft für den Markt sowie Investition in die Zukunft versteht das als ruhig und gemächlich bekannte Braunwald seine beiden Snowboard-Veranstaltungen im Januar und Februar. «Wir wollen junge Wintersportler auf unsere Destination aufmerksam machen und sie nachhaltig als Stammgäste gewinnen», umschreibt Tourismusdirektor Stefan Hantke den Zweck der Events.

DER «SPAGAT» IST NOTWENDIG

Das für die unterschiedlichsten Veranstaltungen aufgewendete Geld von Schweizer Wintersportgebieten ist in der Regel Kapital mit einem soliden Return on Investment. Es sind gut eingesetzte Werbemittel, die nicht selten in Form von mehr Logiernächten einen raschen und direkten Nutzen bringen. Dennoch glaubt Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid nicht an den «Ballermann in den Bergen». Vielmehr prophezeit er in einem Interview mit der «Neuen Luzerner Zeitung» einen neuen Trend zu mehr Ruhe und weniger Rummel. Dies zeige sich vor allem am aktuellen Wellness-Boom. Der Schweizer Wintertourismus befindet sich derzeit allerdings in einer Situation, in welcher er sowohl vom Wellness-Kunden als auch vom jungen Event-Gast abhängig ist und auf keinen der beiden verzichten kann.

EVENTS UND PARTYS

Je lauter, desto mehr Gäste?

Mit einer wachsenden Flut von Events und Partys wollen sich die Bergregionen profilieren, nachhaltig im Markt positionieren – und nicht zuletzt auch mehr Wintergäste anlocken. Richtig Geld lässt sich damit jedoch nur in Ausnahmefällen verdienen.

ROBERT WILDI

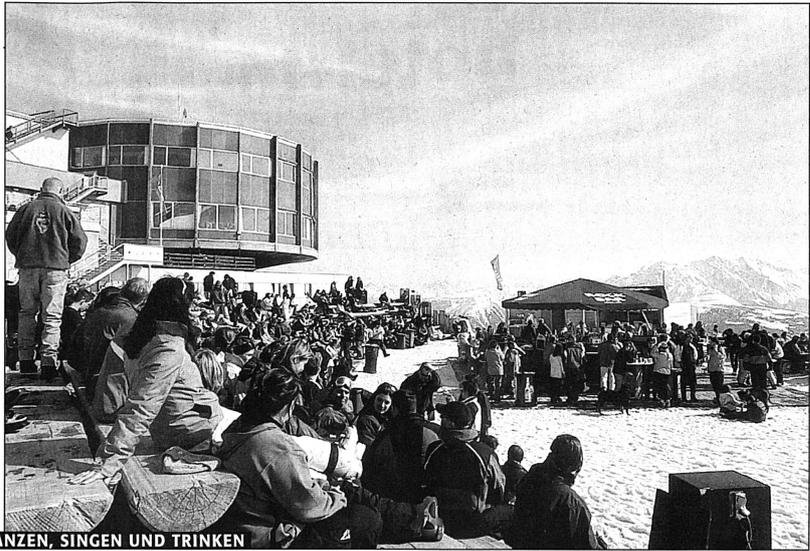
Dröhnende Musik, aufwändig inszenierte Live-Auftritte von internationalen Stars, tanzendes Partyvolk, und das alles in einer verschneiten Berglandschaft: Millionen jungen TV-Zuschauern in ganz Europa wurde anlässlich des Mega-Events «MTV Jam» im vergangenen März via den beliebtesten Musiksender ein supercooles Bild von Davos übermittelt.

Bessere Werbung kann es für den Bündner Kurort nicht geben. Das findet auch Tourismusdirektor Armin Egger. Dank solchen Events könnten zusätzliche Logiernächte generiert, die Gäste unterhalten und der Bekanntheitsgrad der Destination nachhaltig gesteigert werden, ist der Österreicher überzeugt. Das touristische Potenzial von grossen Events dieser Art hat man nicht nur in Davos erkannt. Veranstaltungen jeglicher Art haben die Schweizer Bergregionen in den letzten Jahren geradezu überflutet. Das stellt man auch bei Schweiz Tourismus (ST) fest. «Events werden Jahr für Jahr stärker ins wintertouristische Angebot eingebunden», so Sprecherin Silvia De Vito.

JUNGE GÄSTE IM VISIER

Auf einer ST-Liste sind mit 225 Winter-Veranstaltungen nur die wichtigsten zusammengefasst. So viele wie noch nie. Sie sollen in erster Linie junge Gäste anlocken, den Ort nachhaltig bewerben und in der Nebensaison die Hotel-Auslastungen nach oben treiben. Die Aussicht auf volle Betten und neue Gästegruppen treibt die Verkehrsbüros zum Organisieren von immer mehr Events. Doch diese kosten

Foto: Swiss-Image



TANZEN, SINGEN UND TRINKEN

Schnee-Events jeglicher Art haben die Schweizer Bergregionen in den letzten Jahren geradezu überflutet. Im Bild die «Rock Bar» auf Crap Sogn Gion, ein Pisten-Treffpunkt für die Zielgruppe Jugendliche.

Geld. Von Kennern werden die Gesamtkosten aller Schweizer Berg-Events im Winter auf 30 Mio. Franken geschätzt. Ins Portemonnaie gehen vor allem die 15 bis 20 internationalen Anlässe mit Budgets über 500 000 Franken. Die Organisation des «MTV Jam» in Davos kostet gegen 5 Mio. Franken. Rund drei Viertel der Kosten dieser Mega-Events übernehmen Sponsoren, erklärt Ariane Ehrat, PR-Verantwortliche der Alpenarena. Der Kampf ums Sponsorengeld wird immer härter. Im Party-Mekka Alpenarena in Flims/Laax ist man heilfroh, die UBS nochmals als Geldgeber für Snowboard-Events gewonnen zu haben. «Die Sponsoren verlangen heute deutlich mehr fürs Geld», sagt Ehrat.

Die Alpenarena steckt heute 1 Mio. Franken, oder 20% des Gesamtbudgets, in die Event-Organisation. Dreieis viertel so viel steuern Sponsoren bei. Rund 50 Veranstaltungen kom-

men pro Wintersaison zusammen. Flims/Laax belegt damit die Spitze. Die Tourismusvereine können kaum mehr mithalten und beteiligen sich nur noch mit kleineren Beträgen. «Dieses Geld geht für unsere Organisation zwar definitiv verloren, bringt aber einen nachhaltigen Gewinn», sagt Armin Egger.

Ohne den finanziell nicht messbaren Werbeeffect wären die meisten Events für Toni Baumann von Grindelwald Tourismus ein fragwürdiges Unternehmen. «Die Kosten für die verschiedenen Veranstaltungen sind heutzutage so hoch, dass sich eine Durchführung ohne diesen langfristigen Gegenwert kaum rechtfertigen würde», so der Direktor. Grindelwald hat sich dank der Austragung von verschiedenen Snowboard-Events in der Szene etablieren können. Baumanns Ansicht teilt auch der Kurtdirektor von Arosa, Hans-Kaspar Schwarzenbach.

«Geld lässt sich mit Events in der Regel keines verdienen», räumt er ein. Im Gegenteil: Das Pferderennen im Januar brachte Arosa ein Defizit von 100 000 Franken. Für den Tourismusdirektor ist der Sinn dieses Events mehr als fraglich, da er weder zusätzliche Logiernächte noch einen namhaften Werbeeffect bringt.

Diesen spricht er hingegen dem Arosener FIS-Snowboard-Event zu, der bei der letzten Austragung allerdings auch mit 50 000 Franken negativ zu Buche schlug. Die finanziellen Löcher wurden teilweise durch die Sponsoren gestopft. Mehr Erfolg hat Arosa mit dem Humor-Festival. Dieses ist gemäss Schwarzenbach der einzige Event, der dem Kurort sowohl ein Plus an Logiernächten wie auch nachhaltige Publizität bringt. «Ohne das Humor-Festival wäre Arosa Anfang Dezember so leer wie alle anderen», so der Tourismusdirektor.

DESTINATIONEN

Dank Spezialisierung erfolgreich

Kleinere Wintersportorte müssen sich auf bestimmte Kundensegmente beschränken, um erfolgreich zu sein. Drei Beispiele.

ROBERT WILDI

Grächen (VS): Preisattraktives Familienparadies

Klein aber fein sei die Destination Grächen im Oberwallis, sagt Tourismusdirektor Martin Schürch. Nicht vergleichbar mit den Winter-Massenzentren Zermatt, Saas Fee oder Crans-Montana. Der Ferienort konzentriert sich seit Jahren auf Familien als hauptsächliches Gästeesement. Mitten im Skigebiet wurde für Kids ein grosses Kinderparadies eingerichtet. Auch die Skischulen, Hotels, Ferienwohnungen und Restaurants werden kindgerecht betrieben und entsprechend ausgestattet. Passend dazu werden auch familienfreundliche Preise verlangt.

Die speziell kreierte Sunshine-Schneewochenpauschale etwa ermöglicht einer Familie mit je einem Kind unter sowie über 6 Jahre eine Woche in einer Ferienwohnung inklusive Skipass und Kinderskischule für das

ältere Kinde für total 1156 Franken. In der Nebensaison kostet der Spass sogar nur 970 Franken.

Daneben verfügt Grächen über genügend Restaurants und Bars auf und neben der Skipiste, um auch den Erwachsenen Unterhaltung zu bieten. Ein weiteres grosses Plus von Grächen ist die Schneesicherheit: 90% der Pisten im Walliser Kurort sind künstlich beschneibar. Die Zahlen sind ein Beleg für den Erfolg der von Grächen verfolgten Familienstrategie: Im vergangenen Winter konnten die Logiernächte um gegen 2% auf fast 340 000 gesteigert werden. Damit liegt das Wachstum des Wintergeschäfts in Grächen deutlich über dem Walliser Durchschnitt, der in etwa stagnierte.

Goms (VS): Bevorzugter Langlauf-Treffpunkt

Zahlreiche Alternativen zum Skifahren bietet die Oberwalliser Region Goms. Zu nennen sind Winterwandern, Schneeschuhlaufen, Iglubauen oder Schlitteln. Eine Topadresse ist Goms bei den Freunden des Langlauf-Sports. In der hoch gelegenen und damit schneesicheren Destination stehen den Ausdauerportlern von Mitte November bis Ende März rund 100 Kilometer optimal präparierter Loipen zur Verfügung. «Im kommenden Win-

ter wollen wir gezielt auch die Vor- und Zwischensaison fördern», sagt Susanne Berchtold-Mutter von Goms Tourismus. Aus diesem Grund werden für die Perioden Ende November bis Mitte Dezember sowie Januar kosten günstige Langlauf-Wochenpauschalen angeboten. Eine noch höhere Auslastung der Hotelbetten soll damit erreicht werden. Diese war schon im vergangenen Winter beachtlich. «Insgesamt haben wir bei den Logiernächten um einige Prozentpunkte zugelegt», so Berchtold.

In der oberen und vor allem den Langläufern vorbehaltenen Region des Goms-Gebietes betrug die Steigerung sogar gegen 8%. Berchtold begründet dieses hervorragende Resultat mit den idealen Schneeverhältnissen sowie den zahlreichen Marketingaktionen von Goms Tourismus. Für die neue Wintersaison reinvestierte die lokale Fremdenverkehrsorganisation von den im letzten Jahr generierten Einnahmen von einer Million Franken rund die Hälfte direkt in Marketing und Werbung.

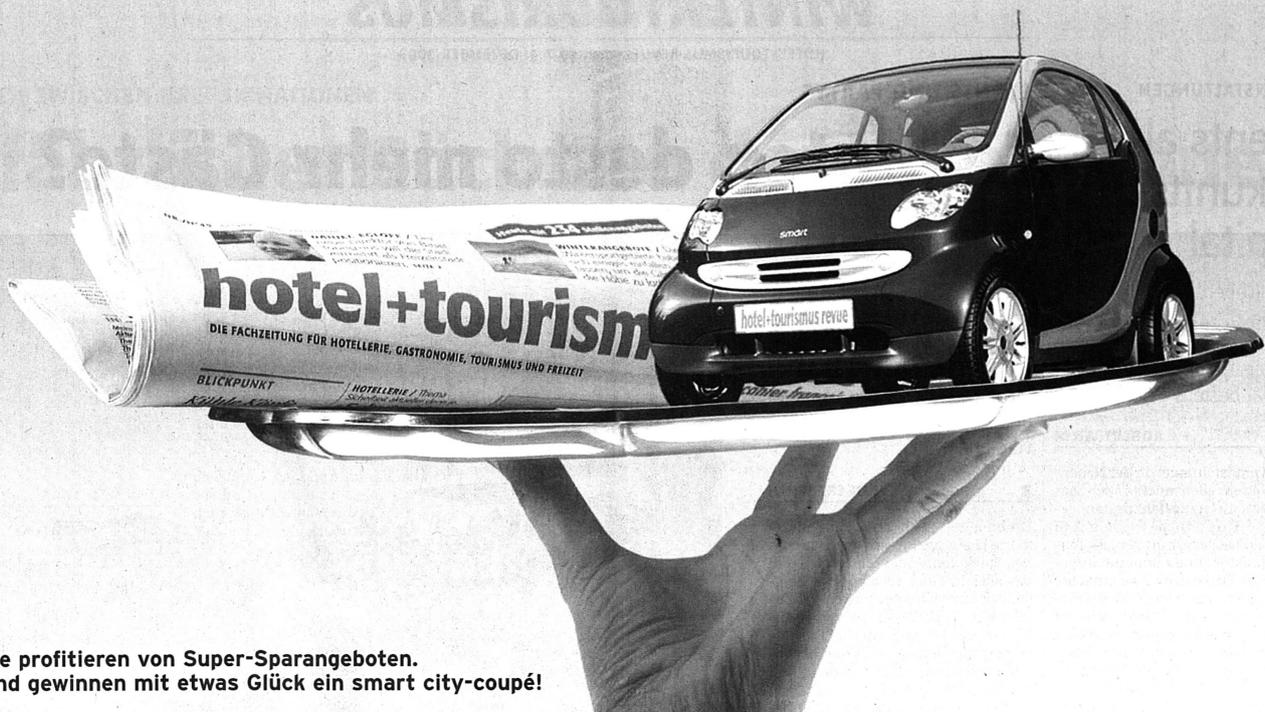
Flumserberg (SG): Ideales Tagesausflugs-Ziel

Von der zentralen Lage und Nähe zu Zürich (eine Autostunde) kann Flumserberg im Rheintal als Tagesziel nach-

haltig profitieren. Rund 70% der Verdienste der lokalen Bergbahnen fallen auf Tages-Skifahrer und -Wanderer. Dank den guten Schneeverhältnissen konnten sie ihr Ergebnis im letzten Winter um 13% verbessern.

Auf den Skipisten tummeln sich vor allem junge Schneesportler – das Hauptzielpublikum der Destination. Die Tourismusverantwortlichen haben weiter den Skipass via Internet eingeführt. Damit kann auf direktem Weg die Bergbahn angepöbelt und Zeit eingespart werden.

Um die Frequenzen unter der Woche zu erhöhen, wird eine günstige Wochentag-Saisonkarte angeboten. Tagesgäste wollen allerdings nicht nur Ski fahren. Deshalb hat Flumserberg sein Winterangebot sukzessive ausgebaut. Neben den vielfältigen Aprèsski-Möglichkeiten stehen auch Schlitteln, Langlaufen, Schneeschuhlaufen, Winter-Wandern, Gleitschirm-Tandemflüge, Husky-Schlittenfahrten sowie Freeride-Country auf dem Angebotsplan. Davon Gebrauch machen auch immer häufiger Hotelgäste. Die mit Übernachtungsgästen eingenommenen Kurtaxen haben im letzten Winter gegenüber dem Vorjahr um stolze 15% zugenommen. Damit wird sogar das Ergebnis der Bergbahnen übertroffen.



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

Grosser Lese- & Fahr-Spass

News haben stets Hochsaison:
Lesen Sie die Publikation
von hotelleriesuisse



hotel+tourismus revue

Die Wochenzeitung für die Hotellerie, Gastronomie und den Tourismus greift Themen auf, die Ihr Wissen up to date halten.

- ① Schnupper-Abo (10x)
Fr. 25.- (statt Fr. 43.00)
- ② Jahres-Abo (51x)
Fr. 145.- (statt Fr. 219.30)
- ③ Zweijahres-Abo
Fr. 255.- (statt Fr. 438.60)

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

Gewinn- & Profitier-Coupon

Ja, ich buche zum Super-Sparpreis:

- Schnupper-Abo Fr. 25.- (statt Fr. 43.00)
- Jahres-Abo Fr. 145.- (statt Fr. 219.30)
- Zweijahres-Abo Fr. 255.- (statt Fr. 438.60)

Für jedes Jahresabo schenken wir Ihnen
den Hotelführer 2003 auf CD-ROM!



Coupon sofort zurücksenden an:
hotelleriesuisse, Abo Service,
Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern
Dann nehmen Sie automatisch an der Verlosung
eines smart city-coupé & pure im Wert von Fr. 13'490.- teil!
Sie können uns auch anrufen (031 370 42 22)
oder ein E-Mail senden (abo@swisshotels.ch).



Hier abtrennen

Vorname: _____

Name: _____

Firma: _____

Funktion: _____

Strasse/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon tagsüber: _____

E-Mail: _____

Ich nehme nur an der Verlosung teil.

Teilnahmebedingungen Smart-Verlosung: Die Mitarbeiter von hotelleriesuisse sind nicht teilnahmeberechtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, und es wird keine Korrespondenz geführt. Der/die Gewinner/in wird am 30. Dezember 2003 gezogen.



HAPIMAG / Das Ferienresort Vitget Alpin in Flims umfasst 12 Häuser und wird am Samstag eröffnet. SEITE 10



HOTELFINANZIERUNG / Was will «Basel II» und wie kam es dazu? Mehr zu der Regelung, die 2006 in Kraft tritt, auf SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

OLIVER STOLDT

«Lern- und Funeffekt verbinden»

Der Direktor des Lindner Grand Hotels Beau Rivage in Interlaken setzt beim zweiten Alpensymposium Grindelwald stark auf lokale Partner.

INTERVIEW: THERES LAGLER

Herr Stoldt, Sie sind der Vater des Alpensymposiums Grindelwald. Was brachte Sie auf die Idee?

Ich wollte in der Woche vor dem Lauberhornrennen einen Bildungs- und Weiterbildungsanlass nach Grindelwald bringen. So können die Gäste den Lern- mit dem Funeffekt verbinden. Gleichzeitig können wir für Grindelwald statt zwei Nächte Aufenthalt vier bis fünf generieren.

Motivation steht beim kommenden Symposium im Zentrum. Braucht es im Zeitalter knapper finanzieller Ressourcen neue Wege?

Auf jeden Fall. Die Motivation kann nicht immer nur übers Geld laufen. Heute werden teilweise finanzielle Mittel gesprochen, die völlig aus der Luft gegriffen sind. Für die Mitarbeiter ist der Lohn bei einer Neueinstellung nicht mehr der wichtigste Punkt, sondern das Team, die Weiterbildung, die Sozial- und Fachkompetenz.

Zu diesem Thema konnten Sie als Referenten den deutschen Bestsellerautor Reinhard K. Sprenger verpflichten. Was kostet er?

Das ist ein Geheimnis zwischen Reinhard K. Sprenger und mir. Sagen wir es so: Man könnte dafür auch einen guten Mittelklassewagen kaufen.

Wie finanzieren Sie den Anlass? Über Eintritte und Partnerbeiträge. Es ist uns gelungen, Partner wie die UBS, die Jungfrauabahn, Rugenbräu, oder den Mystery Park zu gewinnen. Die Verankerung in der Region ist da.

Und wie stehts mit den Anmeldungen?

Mit 200 Anmeldungen sind wir bereits im Bereich des Vorjahres. Aus kommerzieller Sicht ist das Symposium über dem Break-even. Aus ideeller Sicht wäre es aber toll, wenn der Saal im Kongresszentrum voll wird.

Das 2. Alpensymposium Grindelwald findet vom 13. bis 14. Januar 2004 statt. Die Referenten: Reinhard K. Sprenger, Unternehmensberater und Autor, Peter B. Grossholz, Leiter Weiterbildung hotellerieuisse, und David Bosshart, Direktor des Gottlieb Duttweiler Instituts. Infos: www.alpensymposium.ch

Foto: STS



DER ICE FÄHRT INS BERNER OBERLAND

Wie lange noch allerdings ist fraglich. Fährt er nicht mehr, könnte das eine Einbusse an deutschen Gästen zur Folge haben.

BAHN 2000

Bald weniger deutsche Gäste?

In einem Jahr wird das Projekt Bahn 2000 in Betrieb genommen. Im Berner Oberland ist die Freude verhalten. Denn es droht das Ende des prestigeträchtigen ICE Thunersee, was zu empfindlichen Einbussen von Gästen aus Deutschland führen könnte.

2000 zu erneuernden Schienenabschnitt zwischen Olten und Bern ist der ICE bald nicht mehr tauglich. Denn da sollen die Schweizer Züge künftig mit 160, später sogar mit 200 Stundenkilometern durchdonnern. Dafür braucht es aber eine neue Führerstandsmodernisierung (FSS), welche die herkömmlichen Signale ersetzt.

Genau da liegt der Haken: Die FSS wird in der Schweizer Ausführung nicht mit den deutschen Systemen kompatibel sein. Der ICE würde bei einem weiteren Betrieb den Fahrplan beträchtlich stören und muss deshalb vermutlich weichen. Eine mögliche Lösung wäre die Übernahme der Ausrüstung von ICE-Zügen mitsamt der FSS durch die SBB. Doch diese winken ab mit der Begründung, dass der finanzielle Aufwand ins Uferlose steigen würde. Auch die Deutsche Bahn zeigt keinerlei Interesse, für die tägliche Verbindung ins Berner Oberland eine kostspielige technische Nachrüstung vorzunehmen. Damit sinken die Chancen, dass der Region die lukrative Direktverbindung aus Deutschland erhalten bleibt.

DROHENDER UMSATZ- UND BEKANNTHEITSVORLUST

In Tourismuskreisen nimmt man dies mit grossen Bedenken zur Kenntnis. «Durch den Wegfall des ICE wür-

den wir im Wettbewerb mit den anderen Destinationen an Boden verlieren», befürchtet Otz. Dem ist wohl so, denn Interlaken und das Berner Oberland offerieren mit 227 verschiedenen ICE-Hotelpauschalen den deutschen Bahngästen eine grosse Palette an Ferienideen. Im letzten Jahr generierte Interlaken 75 000 Logiernächte aus Deutschland, 40 Prozent der Gäste aus dem nördlichen Nachbarland sind mit der Bahn angereist. «Das alles könnten wir verlieren», so Otz.

EINE «DROHENDE BLECHLAWINE»

Die Wichtigkeit der Bahnverbindung fürs Berner Oberland unterstreicht auch Beat Anneler. «Seit der Einführung des ICE in den Neunzigerjahren ist der Anteil an Bahngästen in der ganzen Region von 20 auf 27 Prozent gestiegen», weiss der Direktor von Thun- und Thunersee-Tourismus sowie Präsident des Berner Oberländer Hotellier-Vereins. Das ist in der Schweiz ein Rekordwert. Wenn die ICE-Verbindung wegfallen, werde eine starke Verlagerung auf die Strasse stattfinden, ist Otz überzeugt. Die drohende Blechlawine würde sich auf das ökologische Gleichgewicht der Region negativ auswirken.

Einen nachhaltigen Schaden würde das Ende des ICE Thunersee ge-

mäss Anneler auch auf die Bekanntheit des Berner Oberlands als Reiseziel bringen. «Es ist der einzige ICE, der in der Schweiz eine Ferienregion direkt anfährt», begründet der Touristiker. Für die Region Thunersee schätzt er den jährlich generierten Umsatz mit ICE-Pauschalen auf gegen 3 Millionen Franken. 30 Prozent der Gäste kommen aus Deutschland.

OPTIMISMUS, DASS LÖSUNG GEFUNDEN WIRD

Anneler weiss, dass hier mit Einbussen zu rechnen ist. Dennoch glaubt er daran, dass das Berner Oberland mittelfristig wieder besser erschlossen sein wird. «Mit der Eröffnung der Neat-Verbindung Lötschberg dürften Thun und Spiez per 2007 wieder stärker mit internationalen Zügen verbunden werden.»

Otz ist gar der Meinung, dass der ICE Thunersee noch zu retten ist: «Ich bin überzeugt, dass wir in Gesprächen mit Vertretern von SBB und der Deutschen Bahn eine gute Lösung für den Erhalt des ICE finden werden.» Denn er geht davon aus, dass auch die andere Seite ein Interesse daran haben muss: Die Werbewirksamkeit einer Direktverbindung zu einer bekannten Ferienregion wie dem Berner Oberland dürfe auch von den Bahnbetreibern nicht unterschätzt werden.

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

hoteljob

Ihr Ansprechpartner für Stellen
in der Hotellerie und Gastronomie

hotellerie
suisse

hoteljob, Schweizer Hotellier-Verein
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031/370 43 33, Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch, www.hoteljob.ch

happy YOU

Wer gut schläft,
kommt gerne wieder.

happy systems™

I wett i hott es happy-Bott.

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

gemeinsam

HOTELA

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Planen Sie Ihre Karriere
mit uns ...

Suchen Sie einen interessanten
Betrieb zu kaufen - zu mieten -
oder Miet-Kauf?

Suchen Sie eine neue
Herausforderung als Direktor,
Geschäftsführer, F+B Manager
oder Küchenchef?

Schreiben Sie uns Ihre Vorstellungen und
senden Sie uns Ihren Lebenslauf, wir haben
die Kontakte zu den Besitzerschaften.

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

Karibik

Kleines, exquisites Hotel
(englische Offshore-Insel, steuerfrei)
zu verkaufen (auch Beteiligung
möglich), mit solider Stammkundschaft
aus Europa und USA.
Mehr Informationen unter
www.caribinvest.com oder
kaeser@swissinfo.org

158253/428238

Wer stellt mir einen Raum gegen
Miete, für **Kinderbetreuung**
zur Verfügung?

Bitte melden Sie sich unter
Tel: 078 892 16 70

**FERIEN-HOTEL
Graubünden**

2*-Hotel im Averser Tal an ruhiger
und sonniger Lage, ca. 300 m von
Lifanlagen entfernt.

Hotel mit 10 Zimmer, 2
Touristenlager, Restaurant (80
Sitzplätze) mit Sonnenterrasse (40
Sitzplätze), einfache jedoch
gemütliche Atmosphäre für
Individualisten und Naturfreunde.

Weitere Angebote auf Anfrage oder
direkt auf unserer Internet-Seite
www.sgh.ch

Schweizerische Gesellschaft für
Hotelkredit
Gartenstrasse 25, 8039 Zürich
Tel. 01 209 16 16, Fax 01 209 16 17
Dr. Marcus Frey, mfrey@sgh.ch
Anne Cheseaux, acheseaux@sgh.ch

HOTEL IN DER DEUTSCHSCHWEIZ

zu pachten gesucht mit späterer Kauf-
übernahme. Das Haus sollte mindestens
über 15 bis max. 45 Zimmer verfügen.

CD Interinvest AG, Telefax 062 752 17 20

159066/418572

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Im **K.O.** - Griff Ihrer Banken?

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

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

Absolute **Diskretion** ist für uns
selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

Hotels in Finanzkrise?

Wir bieten zinsgünstige Finanzierungen
für Hotelbetriebe ab 2 Mio. Franken.

Umfinanzierungen - Hypotheken-
ablösungen möglich.

Kurzexpose max 2 A4 Seiten an:
Fax 091 996 10 52

429210/159108

**Im südlichen Piemont zu verkaufen
herrschaftliche Villa**

mit verschiedenen Nebengebäuden
Tennisplatz, einzigartige Parkanlage
14 ha Grundstück, alles eingezäunt.

Idealer Ausbau für exklusives,
luxuriöses Kleinhotel oder
entsprechende Seniorenresidenz.
Ausbaubewilligungen vorhanden.

Finanzkräftige Interessenten erhalten
weitere Auskünfte unter Chiffre 159067,
hotel + tourismus revue,
Postfach, 3001 Bern.

159067/414484

**hoga-portal.ch**

die immobilienbörse für hotel und gastro
info@hoga-portal.ch • tel. 032 387 42 52

STEFAN ZÜRCHER

PARTNER ARCHITEKTEN GMBH

Per sofort od. nach Vereinbarung an der unt. Hauptgasse von Thun:

**48
Sitzplätze
zu
vermieten**

Eingesessenes, heimeliges
Restaurant mit original
erhaltener Gaststube aus
dem 18. Jahrhundert.

Fragen Sie nach den Konditionen.

Airport Business Center 62, CH-3123 Belp, Tel. 031 810 60 10

ANZEIGE

Mattes
Besteck?

Wir
reparieren
polieren
versilbern

SILBAG AG

Grossmatte-Ost 24 · 6014 Littau
Tel 041 259 43 43 · Fax 041 259 43 44
www.silbag.ch · e-mail info@silbag.ch

Inseratenschluss über die Festtage

Termine für die Ausgabe 1/2 2004:

Der Inseratenschluss der Geschäfts-, Bazar-
und Liegenschaftsanzeigen sowie für Reklamen ist am
Mittwoch, 31. Dezember 2003, 12 Uhr

Inseratenschluss der *stellen revue*:
Montag, 5. Januar 2004, 15 Uhr

**Clôture des annonces pendant
les jours de fête**

Les dates pour l'édition 1/2 2004:

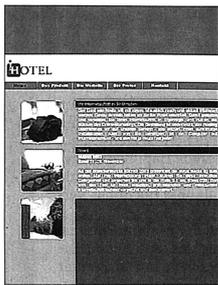
La clôture des annonces immobilières, bazar
et commerciales ainsi que pour les réclames est fixée au
mercredi, 31 décembre 2003, 12 heures

Clôture des annonces pour le *marché de l'emploi*:
lundi, 5 janvier 2004, 15 heures

Selber die Internet-Site gestalten

Hotellerie. Der Hotelier kann sich nun auf einfache Art und Weise seine Internetseite selber gestalten. Ob er das allerdings in 30 Minuten schafft, wie der Software-Anbieter Mirus das verspricht, hängt wohl vom technischen Verständnis des Hoteliers ab.

So oder so: «iHotel» ist einfach nachvollziehbar; Schritt für Schritt wird erklärt. Der Hotelier kann wählen zwischen unterschiedlichen Gestaltungen, Schriften und Farben – und so der Site ein modernes



oder beispielsweise eher traditionelles Erscheinungsbild verleihen. Auch entscheidet der Hotelier, ob er ein Bild aus der Mirus-Galerie nehmen oder ein eigenes integrieren will. Der Hotelier kann seine Site auch jederzeit selber bewirtschaften und so aktuell bleiben. Auch kann er mit der gleichen Software Newsletters verschicken.

Alles was es dazu braucht, ist ein Computer mit Internetanschluss. Die Software kostet 990 Franken und kann sofort eingesetzt werden. **CK**

Alpine Wellness International

Kooperation. Die Dachmarke für den alpinen Wellnessurlaub ist gegründet worden. Die Initianten dieser internationalen Kooperation sind Schweiz Tourismus, der Verein Alpine Wellness Österreich, die Städtli Marketing GmbH und die Bayern Tourismus Marketing GmbH. Der Sitz der neuen Entwicklungs- und Vermarktungsgesellschaft ist Innsbruck, Geschäftsführer ist Bernhard Jochum. Ziel der Gesellschaft ist der Kompetenzaufbau und die Entwicklung innovativer

Alpine-Wellness-Produkte für den Aufbau einer international durchsetzungsfähigen Qualitätsmarke. Derzeit werden die Kompetenzkriterien sowohl für Betriebe als auch für Alpine-Wellness-Destinationen ausgearbeitet, heisst es in einer Pressemitteilung. Die zertifizierten Betriebe und Regionen, welche bei der Dachmarke mitmachen, sollen viele Vorteile nutzen können: Von massgeschneiderte Marketing- und Werbekampagnen, über Qualitätsentwicklungsprogramme

bis zu Best-Practice-Analysen. Für eine Teilnahme bei «Alpine Wellness» werden neben den national festgelegten Wellness-Basiskriterien spezifische «Alpine-Wellness»-Kriterien bzw. -Kompetenzen Voraussetzung sein. Zudem können sich die Betriebe für bis zu drei Spezialisierungsfelder profilieren. Anfang 2004 werden die Kriterien mit den Pilotbetrieben endgültig abgestimmt, die ersten Zertifizierungen starten im Frühjahr. Ende 2004 sollen 100 Betriebe zertifiziert sein. **CK**

HOTELKOOPERATIONEN

Neuer Leitfaden

Wenn die Mittel fehlen, um in der Hotellerie zu investieren, kann möglicherweise eine Hotelkooperation die Lösung sein. – Ein neuer Leitfaden.

Das Wirtschaftsforum Graubünden, der Hotelierverein Graubünden, Gast- und Kantonbank mit Unterstützung der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit haben einen Leitfaden zum Aufbau von Kooperationen und Fusionen in der Hotellerie erstellt. Diese praxisorientierte Darstellung verschiedener Kooperationsmodelle soll optimale Lösungen für das Hotel und den Hotelier (Nachfolgeregelung) darlegen. Es wird aufgezeigt, welche ausschlaggebende Gründe für eine Kooperation sind, in welchen Bereichen die Unternehmungen zusammenarbeiten könnten und welche Formen von Kooperationen zur Auswahl stehen.

EIN REZEPTARTIGES VORGEHEN

Ergänzend werden mögliche Hürden aufgedeckt und auch beschrieben, wie solche umgangen werden können. Kernstück des Leitfadens bildet der Vorschlag eines rezeptartigen Vorgehens zur Realisierung von Hotelkooperationen. Mittels Fallstudien, Zahlenbeispielen und Checklisten wurde versucht ein einfach anwendbares Hilfsmittel für den Hotelier zu schaffen.

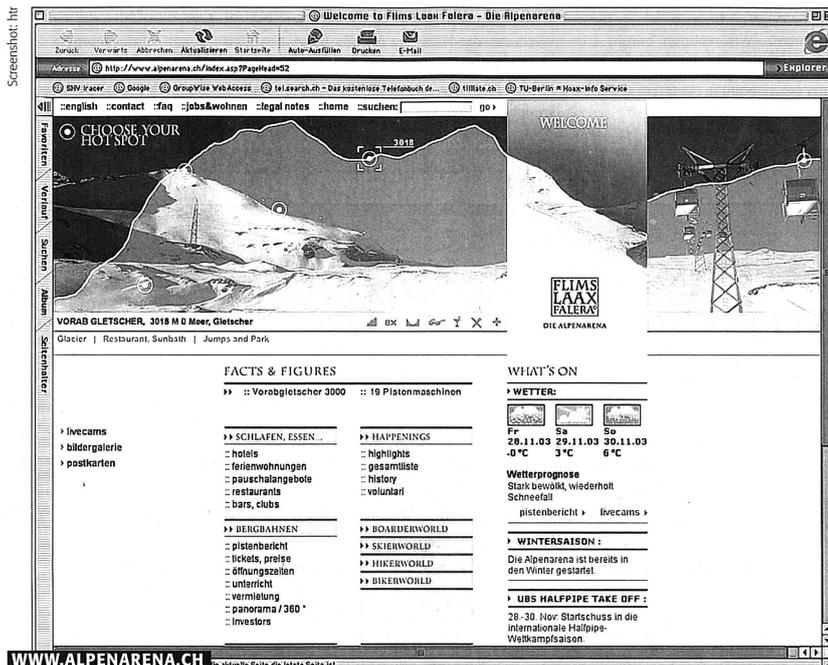
Der Leitfaden soll dazu beitragen, das Verständnis und die Kompetenz für Kooperationslösungen zu erhöhen und kooperationswillige Hoteliers in ihrem Bestreben zu ermutigen und instrumentell zu unterstützen. **CK**

Der «Leitfaden zur Realisierung von Kooperationen in der Hotellerie» kann zum Preis von Fr. 30.– (inkl. Versand) bestellt werden bei: Wirtschaftsforum Graubünden, Postfach, 7001 Chur, Telefon 081 253 34 34, E-Mail: wiforum@bluewin.ch.

KURZ UND BÜNDIG

Neue Strategien

Tourismus und Entrepreneurship sind die beiden Kernkompetenzen der HTW Chur. Ab 2004 ist neu ein Master of Business Administration in Entrepreneurship geplant. Ein weiterer MBA in Information Management wird für das Studium «Information und Dokumentation» aufgebaut. Die bisherigen Angebote Prozess- und Anlagentechnik sowie Telekommunikation und Informatik werden zu einem Studiengang verschmolzen und heissen neu «Elektrotechnik». Geplant ist ab 2004 auch ein Master of Science und der Ausbau der angewandten Forschung und Entwicklung. **CK**



WWW.ALPENARENA.CH

Das geografische Darstellungssystem wurde ursprünglich im Auftrag von Schweiz Tourismus entwickelt.

INTERNET

Standort genau eruieren

Mit TourismusGIS/StädteGIS ist ein vielseitiges Internet-Tool entwickelt worden. Genutzt wird es vorerst von Schweiz Tourismus, der Alpenarena und Zürich Tourismus.

■ **GREGOR WASER**

Die Alpenarena und Zürich Tourismus haben ihre Online-Präsenz mit einem geografischen Tool erweitert. Es handelt sich dabei um das so genannte TourismusGIS beziehungsweise StädteGIS von der EDV-Firma Begasoft. Klickt man unter www.alpenarena.ch auf den Ortsplan, öffnet sich das GIS-Fenster mit den drei Ortschaften Flims, Laax und Falera. Unter Eingabe der Adresse lässt sich nun der gewünschte Punkt finden. Oder – je nach Ankreuzen der Rubriken Hotels, Restaurants, Ferienwohnungen, Sport oder Nightlife – lassen sich die jeweiligen Lokalitäten auf der Karte abbilden. Umgekehrt sind die einzelnen Hotels oder Restaurants wiederum mit der Karte verlinkt: Klick man auf der Website ein bestimmtes Hotel an, lässt sich sogleich dessen Standort eruieren. Für einen Gast, der sich ein Bild von der unmittelbaren und weiteren Umgebung des Hotels machen will, bietet damit das Internet ein interessantes Werkzeug.

Für Roman Cathomas, Geschäftsführer der Alpenarena, haben sich die Investitionen bisher gelohnt: «Das

TourismusGIS entspricht dem, was wir uns vorgestellt haben. Unsere Gäste können sich nun schnell und treffend informieren bei der Suche eines Hotels, einer Ferienwohnung, eines Restaurants oder einer Bar.» Eine genaue Anzahl der Nutzer dieses Tools sei bisher indes nicht eruiert worden. Die jährliche Nutzungsgebühr von 5000 Franken erachtet Roman Cathomas jedenfalls als gute Investition. Und was ihm am GIS-Tool zudem gefällt: «Wir können die Updates selber vornehmen, etwa eine neue Lokalität gleich aktuell selber einfügen.»

URSPRÜNGLICH FÜR ST ENTWICKELT

Das geografische Informations-system wurde zunächst für Schweiz Tourismus (ST), für mySwitzerland.com, entworfen und ist nun als ein Standard-Produkt für die Schweizer Tourismus-Branche weiterentwickelt worden. Nicht zuletzt dank den von ST getätigten Vorinvestitionen kann das Tool nun zu zahlbaren Konditionen offeriert werden. Jürg Graf, Marketingleiter von Begasoft, ortet insbesondere bei dynamischen Daten einen zukunftsweisenden Weg im Internet: «Die Visualisierung und Lokalisierung eines gewünschten Objektes wird im Internet immer wichtiger». Dazu zählt er bei der Integration auf touristischen Websites nicht nur Hotels, Ferienwohnungen oder Restaurants, sondern auch Sehenswürdigkeiten, Poststellen, Mu-

seen, Banken oder Haltestellen des öffentlichen Verkehrs.

STANDORT WIRD GUT ERSICHTLICH

Eine gute Integration des StädteGIS ist auch auf der Website www.zurichtourism.ch zu sehen: unter «Stadtplan» erscheint sogleich ein Pop-up-Fenster, in dem man eine gewünschte Adresse eingeben kann. Der entsprechende Ausschnitt des Stadtplans mit Kennzeichnung der gesuchten Adresse erscheint in wenigen Sekunden auf dem Bildschirm – und der Plan lässt sich ausdrucken. Umgekehrt sind wiederum einzelne Objekte mit der Stadtkarte verlinkt, will man sich über den genauen Standort im Klaren werden.

«Die Karte kann individuell gestaltet werden, so wie es der Kunde wünscht», erläutert Jürg Graf, «mit der Eingabe der eigenen Daten kann ein höherer Detaillierungsgrad erzielt werden». Eine zusätzliche Beschaffung von Hardware und Software sei nicht erforderlich, da die Applikation auf ASP (Application Service Providing) basiere.

Der Einsatz von GIS war bisher sehr zeit- und kostenintensiv, wegen der Beschaffung der Kartenlizenzen und der Geodaten. Unter dem Produktetrad SwisGIS bieten nun die beiden Firmen Begasoft und Geo7 GIS-Produkte im ASP-Prinzip an, bei denen die notwendigen Komponenten aus dem SwisGIS-Rechenzentrum angeboten werden.

PARC ELA

Naturpark geplant

In Mittelbünden soll der Naturpark Ela entstehen. Das Ziel des grössten Naturparks der Schweiz (600 Quadratkilometer Fläche): die Förderung des ländlichen Tourismus und die Erhaltung der Natur und Landschaft – und trotzdem eine sanfte Entwicklung ermöglichen. Die letzte Phase auf dem Weg zur Realisierung des Parkes wird nach Abschluss der verschiedenen Konzepte im Februar 2004 eingeleitet. Dann sollen die Gemeinden informiert werden.

Der Eingang zum Park soll in Tiefencastel sein. Dort kommt, wenn das Projekt im Jahr 2005 realisiert wird, das Naturparkzentrum zu stehen. Gedacht ist es als Ort für Umwelt- und Erwachsenenbildung sowie als touristisches Servicecenter. Weitere Informationschwerpunkte sind in Filisur, Bergün und Savognin-Tinzong, Mulegns-Sur und Bivio geplant. **CK**

BERGBAHNEN

Vier spannen zusammen

Vier Bergbahnen wollen kooperieren und das «Schneeparadies Hasliberg-Titlis» relaisieren. Eine Machbarkeitsstudie besteht bereits.

Die vier Bergbahngesellschaften Engelberg-Trübsee Titlis AG, Sportbahnen Melchsee-Fruitt, Sportbahnen Hasliberg-Käserstatt AG und Meiringen-Hasliberg-Bahnen AG wollen sich schrittweise zusammenschliessen. Entstanden soll das «Schnee Paradies Hasliberg-Titlis», wie es in einer Pressemitteilung heisst. Die vier Bergbahnen haben im Rahmen einer Absichtserklärung und Gundsatzvereinbarung beschlossen, ihre Skigebiete zu einer Skiregion zusammenzuführen. Dadurch entsteht eine der grössten Skiregionen der Alpen.

Vorerst bilden die vier Bahnen eine Interessensgemeinschaft als Einfache Gesellschaft. Eine gemeinsame Betriebsgesellschaft werde ins Auge gefasst. Aus politischen und wirtschaftlichen Gründen sei eine Fusion zurzeit jedoch noch nicht angebracht.

Eine Machbarkeitsstudie rät den Bahnunternehmen, ihre Skigebiete mit Sesselliften zusammenzuhängen. Lediglich die Verbindung der Skigebiete Melchsee-Fruitt mit Meiringen-Hasliberg erfordere eine zusätzliche Pendelbahn. Der Gast soll in 2,5 Stunden von Meiringen auf den Titlis gelangen können – und umgekehrt.

Die Investitionen für das Projekt dürften sich im Rahmen von 17 Mio. Franken belaufen. Diese Investitionen können angesichts der Selbstfinanzierungskraft der Unternehmen in kurzer Zeit refinanziert werden. Bis Ende März 2004 geht das Projekt in die Vernehmlassung. **CK**

HAPIMAG

Flims: Das «Vitget Alpin» ist eröffnet

Für 53 Millionen Franken hat Hapimag in Flims ein Resort mit 121 Wohnungen gebaut, das jährlich 117 000 zusätzliche Logiernächte generieren soll.

und verschiedenen Saunen und Dampfbädern ausgestattet. Das Restaurant «Ustria Vitget Alpin» bietet eine landestypische Küche. Resortmanager ist Roger Bernath.

EINHEIMISCHE HANDWERKER

53 Millionen Franken insgesamt hat der Ferienanbieter für das Resort mit 121 Wohnungen investiert. Hapimag geht davon aus, dass das Resort Flims jährlich 117 000 zusätzliche Logiernächte und jährlich mehr als 20 Millionen Franken Wertschöpfung bringen wird. «Wir rechnen bereits für diesen Winter mit einer Auslastung von über 80 Prozent», sagte Hapimag-CEO Kurt Scholl anlässlich einer Medienpräsentation.

Für Flims und die gesamte Region bedeute der Bau vom «Vitget Alpin» eine willkommene touristische Wertschöpfung, heisst es in einer Pressemitteilung. Von den 53 Millionen Franken Gesamtinvestitionen wurden gemäss Scholl Arbeiten von insgesamt 19 Millionen Franken Flims Firmen vergeben.

Weitere Aufträge im Wert von 11 Millionen Franken erhielten Firmen im Kanton Graubünden. Zudem seien der Gemeinde Flims und dem Kanton fast 3 Millionen Franken an Steuern und Gebühren überwiesen worden. Auch profitiere Flims von der Werbung, die Hapimag für das neue Resort lancieren werde.

Dass das Konzept der Hapimag einem breiten Kundenwunsch entspreche, zeige das Geschäftsjahr 2002,

das Hapimag mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen hat. Mit betriebswirtschaftlichen Eigenmitteln von 87 Prozent stehe Hapimag auf eigenen Füßen. In diesem Jahr werde die Eigenkapitalquote nochmals verbessert.

Mit dem neuen Resort in Flims erweitert Hapimag das bestehende Angebot in der Schweiz auf insgesamt 370 Wohnungen. Die vier weiteren Ferienresidenzen mit über 250 Ferienwohnungen stehen in Aandeer (Graubünden), Ascona (Tessin), Interlaken (Berner Oberland) und Sörenberg (Zentralschweiz).

Das Zuger Unternehmen, das diesen Herbst das 40-Jahre-Jubiläum feierte, ist in 18 Ländern vertreten und zählt insgesamt 135 000 Miteigentümer.



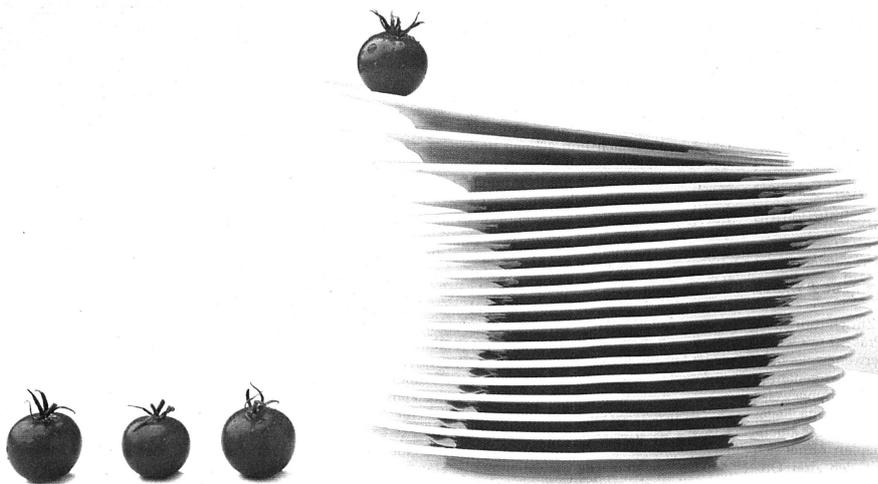
Das neue Flims Resort.

Inserat

Qualität und Frische – wir treibens auf die Spitze.

In der heutigen Zeit zählen vermehrt konstante Werte und zuverlässige Partner. CCA ist seit seinem Bestehen das einzige Cash+Carry exklusiv für Profis aus Gastronomie und Lebensmittelhandel. Dank fortlaufenden Innovationen und Inspirationen verschaffen wir unseren Kundinnen und Kunden den nötigen Vorsprung. Profitieren auch Sie von unseren Angeboten zu engrosbesten Preisen.

Cash+Carry Angehrn – Für mehr Frische und Qualität.



CCA Gossau SG CCA Luzern
CCA Brüttsellen CCA Rapperswil
CCA Spreitenbach CCA Sargans
CCA Bern CCA Frauenfeld

www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

Cash+Carry
CCA Angehrn
...exklusiv für Profis

KURZ UND BÜNDIG

Das KKL ist gerettet

Luzern. Die Stadt Luzern zahlte weitere 18 Millionen Franken an das Kultur- und Kongresszentrum in Luzern. Die Bevölkerung hat die Vorlage am letzten Wochenende gutgeheissen. Mit 16 Millionen Franken soll die Fremdvverschuldung bei der Suva abgelöst werden, mit den restlichen 2 Millionen Franken sollen die aufgelaufenen Defizite gedeckt werden. Die Stimmbeteiligung betrug gut 46 Prozent. **CK**

Haushoch abgelehnt

Tourismusförderungsgeste. Brig-Glis und Naters haben am Wochenende die Tourismusförderungsgeste mit einer Mehrheit von 70 Prozent haushoch abgelehnt. Die beiden Gemeinden hätten die zusätzlichen Mittel für die Tourismus-, Standort- und Wirtschaftsförderung einsetzen wollen. **CK**

Mehr Glück für Klosters

Tourismusbeitrag. Für den Bündner Ferienort Klosters ist die Abstimmung gut gelaufen: Klosters Tourismus erhält für die Jahre 2004 und 2005 einen jährlichen Beitrag von 500 000 Franken aus der Gemeindekasse. Die Mittel sind für Information und Standortförderung vorgesehen. **CK**

Ja zum Skiweltcup

Trainings- und Weltcupstiege. Lenzheide-Valbella wird in Zukunft vermehrt im Zusammenhang mit dem Ski-Weltcup genannt werden. Die Stimmbürger der beiden Standortgemeinden der neuen Trainings- und Weltcupstiege Silvano Beltrametti, Parpan und Vaz/Obervaz, haben die Mitfinanzierung des 5,88-Millionen-Projektes gutgeheissen. Damit kann das Projektteam seine Arbeit fortsetzen. **CK**

Ja zu Tourismusgesetz

Baselbiet. Knapp angenommen hat das Landschaftler Stimmvolk das Tourismusgesetz. Baselland will punkto Tourismus mit Basel-Stadt zusammenarbeiten. **CK**

Ja auch für Interlaken

Tourismusförderungsabgabe. Nach Unterseen haben jetzt ebenfalls die Interlakner die Tourismusförderungsabgabe angenommen. Nun hat noch Matten darüber zu befinden. Mit der neuen Unterstützung bekommen Interlaken Tourismus und Interlaken Congress AG mehr Mittel für die Marktbearbeitung. **CK**

Die Schweiz im Visier

Ringhotels. Die «Ringhotels», seit 30 Jahren Kooperation privat geführter deutscher Hotels im 3- und 4-Sterne-Segment, möchten die Verbindung in die Schweiz deutlich verstärken. Elke Schade, seit gut zwei Jahren an der Spitze der Ringhotels, hat ein neues Erscheinungsbild geschaffen, neue Standards gesetzt und neue Marketingaktivitäten angeschoben. Über die Gruppe «Partner Hotels Europe» sind die Ringhotels-Gruppen in anderen Ländern liiert, u.a.

mit den «Idyllhotels» in der Schweiz. Elke Schade möchte nun erreichen, dass die verbliebenen elf Idyllhotels «näher an die Ringhotels heranwachsen». In welcher Form, ist noch offen. Sie möchte mehr Schweizer Privathoteliers für die Ringhotels gewinnen. Denn: Für die über 150 deutschen Ringhotels ist die Schweiz Quellmarkt Nummer 3 nach Benelux und Skandinavien. Zudem zeige sich, dass viele der Ringhotel-Gäste immer wieder Ringhotels besuchen. GU

Weekend Pool

www.alpineclassic.ch. Weil es in den Ferienhotels manchmal schwierig ist, für nur ein Wochenende buchen zu können, bieten die Alpine-Classic-Hotels neu einen Weekend-Pool an: Der Gast, der einen Wochenend-Aufenthalt plant, kann sich online oder über das Call-Center einschreiben und erhält sechs Tage vor Anreise eine Offerte seines Wunschhotels. Sollte dieses ausgebaut sein, werden ihm Alternativen geboten. Kurzentschlossenen bietet der Weekend-Pool eine Auflistung freier Zimmer. CK

Accor-Hotels in Bern bald offen

Bern. Accor eröffnet am 2. Februar 2004 in Bern das Novotel Bern Expo, das Ibis Bern Expo und das Etap Hotel Bern Expo unter einem Dach. Das 45 Meter hohe Gebäude beim Guisanplatz soll gemäss seinen Erbauern zu einem neuen Wahrzeichen von Bern werden. Mit den insgesamt 310 neuen Zimmern – 112 im 4-Sterne-Novotel, 96 im 2-Sterne-Hotel Ibis und 102 im 1-Sterne-Hotel Etap – wird das stadtbürgerliche Zimmerangebot von derzeit etwas über 1600 um fast 20 Prozent

erhöht. Georges Schneider, Generaldirektor der Schweizer Accor-Hotellerie, sagte an einer Medienorientierung, er rechne für das Ibis und Etap vorerst mit einer Belegungsrate von fast 65 Prozent und für das Novotel von 55 Prozent. Er gehe davon aus, dass sie die Auslastung rasch auf über 70 beziehungsweise 65 Prozent steigern werden. Die drei Hotels werden 60 Mitarbeitende beschäftigen.

Das Zimmer im Novotel Bern Expo ist während der Woche ab 169 Franken und am

Wochenende für 120 Franken zu haben. Das Hotel verfügt über geräumige Seminarräume für Anlässe bis zu 200 Personen, über modernste Kommunikationstechnologie und Wireless LAN im öffentlichen Bereich, über einen Fitnessraum, das Restaurant «Côté Jardin» und die Bar «Wankdorf». Die Zimmer im «Ibis» kosten, ausser in Zeiten von Messen und Grossanlässen, während der Woche 109 Franken, am Wochenende 89 Franken und im «Etap» 79 Franken pro Nacht. CK

HOTELLERIEISSUE

DV stimmte der Revision der «Sterne» zu

Die Delegiertenversammlung von hotellerieuisse in Olten hat sich mit einer der Kernkompetenzen des Verbandes befasst. Sie hat die Gesamtrevision der Hotel-Klassifikation akzeptiert. Der fakultative «Superior»-Zusatz zählt zu ihren wichtigsten Neuerungen.

Foto: Marella Drehal



KERNKOMPETENZ BEWIESEN

Die Verbandsleitung von hotellerieuisse an der Delegiertenversammlung in Olten: (oben, v.l.n.r.) Claudio Casanova, Christian Rey, Walter Trösch, (unten, v.l.n.r.) Jacques Pernet, Robert Infanger, Herbert Sidler, Christoph Juen.

Betriebe seien nie mehr auf ihre Klassifikation hin kontrolliert worden.

«Der Konsumentenschutz deckt nur einen Aspekt des Systems ab», fügte Hodler hinzu. «Begründete Anträge des Konsumentenschutzes» auf Revision der Klassifikation bestimmter Hotels sollten nach Auffassung Hodlers in Zukunft durch die Regionalorgane von hotellerieuisse entgegengenommen werden. Das neue Reglement sehe ausdrücklich vor, dass der Betrieb in diesem Fall durch die Organe der Hotelklassifikation inspiziert werden kann.

ÜBERNACHTUNGSSTATISTIK: SORGEN BETREFFEN 2004

Martin Emch, Leiter der Turicum Hotel Management Group, zeigte sich an der DV «erstaunt» darüber, dass «die Übernachtungsstatistiken ab Ende Dezember nicht weitergeführt werden». Christoph Juen, Direktor von hotellerieuisse, berichtete in seiner Antwort über das Angebot des Bundesamts für Statistik, zum Preis von 800 000 Franken ab 2005 die Vollerhebung für die Übernachtungsstatistik weiterzuführen. Juen: «Für 2005 mache ich mir keine Sorgen. Für 2004 mache ich mir Sorgen. Das BFS hat für 2004 Stichproben mit Hochrechnung vorgesehen. Wir werden darüber verhandeln, dass zusätzlich bereits die neuen Formulare vom Typ 2005 an alle verschickt werden, mit Test der neuen Software, um bereits 2004 eine Vollerhebung durchzuführen.»

KARL JOSEF VERDING

Die Delegierten von hotellerieuisse haben an ihrer Winter-Versammlung in Olten einer Anpassung der Hotel-Klassifikation an die absehbaren Gästebedürfnisse des Jahres 2010 zugestimmt. Ein verstärkter Schutz der Hotel-Sterne, die Einführung eines fakultativen Zusatzes «Superior», eine verstärkte Qualitäts-Förderung sowie unabhängige Kontroll-Mechanismen sollen ab 2006 die Schweizer Hotel-Klassifikation prägen. Die Gesamtrevision wurde von den Delegierten mit grosser Mehrheit beschlossen: 144 Stimmen dafür, 15 dagegen (vor allem aus Genf), 8 Enthaltungen.

UNABHÄNGIGKEIT FESTGESCHRIEBEN

Die klassifizierten Hotels verbuchen über 80% aller Schweizer Logiernächte. Vier grossen Neuerungen werden 2006 wirksam:

– Die Normen der Hotel-Klassifikation dürfen nur noch mit dem Einverständnis von hotellerieuisse und einem Hinweis betreffend Herkunft und

Kontroll-Zuständigkeit durch Dritte (Verbände und/oder Tourismus-Organisationen) angewendet werden. Die Hotel-Sterne dürfen nur zusammen mit der Firmenmarke von hotellerieuisse veröffentlicht werden.

– Die Einführung eines fakultativen Zusatzes «Superior» schafft in den Kategorien der 3-, 4- und 5-Sterne-Häuser neu eine Differenzierungsmöglichkeit. Aspekte wie Qualitäts-Management und Vielfalt des Dienstleistungs-Angebots spielen eine zentrale Rolle. Pro Kategorie werden 10–15% Superior-Betriebe angestrebt: etwa zwölf 5-Sterne-Hotels, fünfzig 4-Sterne-Hotels und hundert 3-Sterne-Hotels. Im Sterne-Signet eines Superior-Hotels wird dem rechten äusseren Stern eine Krone «aufgesetzt».

– Die neue Hotel-Klassifikation anerkennt die Anstrengungen einzelner Betriebe und Hotel-Gruppen im Bereich Qualitäts-Management. Die Referenz bilden die drei Anforderungs-Niveaus des Qualitäts-Gütesiegels des Schweizer Tourismus.

– Die formelle sowie materielle Unabhängigkeit der Vertreter und Organe der Hotel-Klassifikation wird festgeschrieben. Ebenso gewinnen unangemeldete Kontrollen an Bedeutung. Als «nicht zu vernachlässigendes Problem der Hotel-Klassifikation» bezeichnete Christian Hodler, stv. Direktor von hotellerieuisse, an der Delegiertenversammlung den «internationalen Bereich». Die Europäische Union wolle die Hotelklassifikation harmonisieren. Treibende Kraft sei hier der Konsumentenschutz und der Trend zu immer mehr staatlichen Regulierungen. «Ich bin nach wie vor überzeugt», betonte Hodler: «Das privatwirtschaftliche System ist besser.»

Staatliche Systeme seien sehr starr. Frankreich habe seit 1982 ein staatliches System. Die Normen seien seitdem nie mehr angepasst worden; die

2004: Weichenstellung des Präsidenten

Präsident Christian Rey setzte an der DV von hotellerieuisse «zwei Akzente» für «grundlegende strategische Weichenstellungen»: (1) KMU-Hotels sollen mit einem günstigen «Mikrokredit» von bis zu 100 000 Franken zusätzliches Fremdkapital bei den Banken für ihre Erneuerung mobilisieren können. Der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit wird dies nahegelegt.

(2) hotellerieuisse soll auf privatrechtlicher Ebene im Markt der Hotelfachschulen eine Qualitätsprüfung offerieren. Den Bildungs-Anbietern soll auf diese Weise eine Art von «Akkreditierung» durch hotellerieuisse gewährt werden. Denn, so Rey: «Es gibt Institutionen, die den Namen «Hotelfachschule» in Verbindung mit dem Standort Schweiz missbrauchen.» KJV



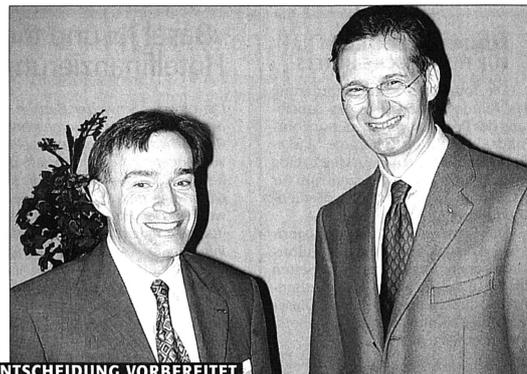
DANK FÜR ERFOLGSKONTROLLE

Jörg Musfeld (links) und Alex Meyer (der Präsident seit dem Start) gaben ihren Abschied aus der Strategischen Erfolgskontrolle und wurden an der DV geehrt.

Weitere Themen der DV in Kürze

Aufgrund der wirtschaftlichen Konjunkturlage des ablaufenden Jahres wird die **Jahresrechnung 2003** von hotellerieuisse mit einem Defizit von etwa 300 000 Franken abgeschlossen. Das **Budget 2004** sieht einen Gesamtumsatz von 26,8 Mio. Franken vor (5,8 Mio. tiefer als im Budget 2003). Der Antrag des Tessiner Hoteliervereins auf **Kündigung des GAV** per

Ende Juni 2004 wurde in mehreren Redebeiträgen als politisch inopportun bezeichnet und dann zurückgezogen. Joseph Bonvin (Crans-Montana), Hans C. Leu (Zürich), Pierre-André Michaud (Verdon) und Roland Odermatt (Engelberg) wurden neu in das Organ der **Strategischen Erfolgskontrolle** gewählt, Urs Höhener (St. Moritz) wurde wiedergewählt. KJV



ENTSCHEIDUNG VORBEREITET

Christian Hodler, stv. Direktor von hotellerieuisse, und Riet Frey, Präsident der Kommission Hotel-Klassifikation und Eigentümer des Hotels Meierhof in Davos.

Keine Hotelbetten

St. Moritz. Die beiden St. Moritzer 4-Sterne-Hotels Albana und Post werden umgenutzt. Laut «Engadiner Post» sollen daraus keine Spekulationsobjekte entstehen, sondern es solle «etwas Schönes» in das Zentrum von St. Moritz zu stehen kommen. Dafür bürge schon der Architekt: Es handelt sich um den weltbekanntesten Architekten Norman Foster (u.a. neuer Reichstag in Berlin, Umbau «Dolder» in Zürich). Im Vordergrund stünden eine Nutzung mit Zweitwoh-

nungen und Gewerbetreibenden. «Auf jeden Fall gibt es keine Hotelbetten mehr», zitiert die Zeitung den Samedaner Juristen Gian G. Lüthi, der die AG Post und Maercatorium vertritt. Das definitive Projekt wird erst nach Verhandlungen mit der Gemeinde vorgestellt. Wie Lüthi sagt, sollen Medien und Öffentlichkeit im kommenden Januar über das Projekt informiert werden. Das Baugesuch ist bereits in der «Engadiner Post» publiziert worden. CK

Zertifizierte Hotels

Steinbock-Label. Vier weitere Hotels sind in der Beurteilung der Nachhaltigkeits-Leistung mit dem Maximum von fünf Steinböcken ausgezeichnet worden: Die Auberge de l'Aubier (NE), das Seminar- und Kulturhotel Möschberg (BE), das «Ucliva» (GR, früher vier Steinböcke) und die Casa Soledaria (TI). Mit der Steinbock-Auszeichnung dokumentiert ein Hotel seine Verantwortung gegenüber der gesamten Gesellschaft und der Umwelt. CK

Rating: die besten Winterhotels

Cash-Rating. Zum zweiten Mal hat das Wirtschaftsmagazin Cash die 25 besten Schweizer Winterhotels im 3- bis 5-Sterne-Bereich bestimmt. Grösster Gewinner ist der «Lenkerhof» an der Lenk: Er hat es auf Anhieb auf Platz 3 geschafft. Auf Platz 2 (von Platz 4) aufgestiegen ist das «Riffelapf Resort» in Zermatt, seinen Platz 1 erfolgreich verteidigt hat das «Kulm» in St. Moritz. Am meisten Ränge eingebüsst hat das «Tschuggen» in Arosa: Es fiel von Platz 9 auf

Platz 14. Je vier Ränge verloren haben «Le Chalet d'Adrien» in Verbier (von Platz 3 auf Platz 7), das «Walther» in Presnolina (von Platz 13 auf Platz 17), das «Ermitage-Golf» in Schönried (von Platz 15 auf Platz 19), das «Guarda Val» in Lenzerheide (von Platz 19 auf Platz 23) und «Le Grand Chalet» in Gstaad (von Platz 20 auf Platz 24). Plätze wettermacht haben hingegen: Das «Ferienart Resort und Spa in Saas Fee» (von Platz 14 auf Platz 8), der «Alpenhof» in Zermatt (von Platz

21 auf Platz 15), das «Waldhaus am See» in St. Moritz (von Platz 10 auf Platz 9) und das «Mont Cervin» in Zermatt (von Platz 24 auf Platz 22). Neben dem «Lenkerhof» sind folgende Hotels neu dazugekommen: Grand Hotel Bellevue in Gstaad (auf Platz 10), Kempinski Grand Hotel in St. Moritz (Platz 12), Park Hotel Waldhaus in Flims (Platz 16), und das «Waldhotel National» in Arosa (Platz 20). Den 25. Platz belegt wiederum das «Eden» in Arosa. CK

MARKETING-GRUPPE

«Swiss Historic Hotels»

Zurzeit entsteht die Marketing-Organisation «Swiss Historic Hotels». Sie soll die Marktchancen der authentischen historischen Hotels verbessern.

KARL JOSEF VERDING

Auf Initiative von hotellerieuisse sowie der Schweizer Landesgruppe von Icomos (International Council on Monuments and Sites) und weiteren Partnern aus Hotellerie, Gastronomie, Marketing und Kultur entsteht zurzeit die Marketing-Organisation «Swiss Historic Hotels». Damit werden unter anderem folgende Ziele verfolgt:

- die Verbesserung der Absatzchancen ausgezeichneter historischer Hotels, Gasthäuser und weiterer Anbieter durch Bündelung und Vermarktung attraktiver Angebote;
- die Revitalisierung der touristischen Traditionen Servicequalität und Gastfreundschaft;
- die Schaffung neuer Erlebnisräume und -reisen durch die Kooperation mit Leistungsträgern, welche über historische und kulturelle Angebote verfügen (zum Beispiel Museen, Bahnen und Schiffe).

AUTENTIZITÄT UND ERLEBNISQUALITÄT

Unter dem Markennamen «Swiss Historic Hotels» sollen zunächst rund 20 bis 30 Hotels und Gasthäuser, später auch historische Restaurants und Cafés kooperieren. Peter Kühler übernimmt mit seiner Firma MarkeTeam im Auftrag der Betriebe Marketingaufgaben. Dazu gehören zunächst die Etablierung und Bekanntmachung der Angebotsgruppe und die Verbesserung der Absatzchancen.

Die Hotels und Gasthäuser rekrutieren sich aus allen Landesteilen und allen Sterne-Kategorien. Bedingungen der Zusammenarbeit sind die authentische historische Substanz, die Erlebnisqualität von Gebäuden und Räumen sowie die Servicequalität.

KOMPETENZZENTRUM FÜR HISTORISCHE HOTELS

Die Tourismus-Standortförderung des Bundes unterstützt die Lancierung des Projektes aus dem InnoTour-Fonds. Im Februar sollen die Marketing-Organisation und ein gleichzeitig entstehendes Kompetenzzentrum für historische Hotels an einer Medienorientierung vorgestellt werden.

Die Schweiz ist reich an historischen Hotels, Gaststätten und kulturhistorischen Angeboten. Von Seiten der Gäste sind Echtes und Authentisches zunehmend gesucht. Dieser Nachfrage kommt die neue Angebotsgruppe entgegen.

Swiss Historic Hotels, c/o MarkeTeam, Dr. Peter Kühler & Co., 3037 Herrenschwand, E-Mail: info@swiss-historic-hotels.ch

«BASEL II»

Kredit-Konditionen ändern sich

Die internationalen, nach ihrem Vereinbarungsort «Basel II» benannten Kredit-Regeln sollen im Jahr 2006 in Kraft treten. Sie bringen Konsequenzen vor allem für die KMUs, namentlich diejenigen der Hotellerie, und führen zu individuelleren Kreditkonditionen.

PETER HÄBERLIN

Was ist «Basel II», und was war «Basel I»? – Durch den Ausschuss der Zentralbanken und Bankaufsichtsinstanzen im Rahmen der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich, Basel, wurde festgelegt, dass Banken ihre Kreditausleihungen durch minimale Eigenmittel unterlegen sollten, um gegen Kreditausfälle besser gewappnet zu sein. Diese Regelung «Basel I», die eine Unterlegungsquote von einheitlich 8 Prozent verlangt, wurde 1988 abgeschlossen und weltweit in nationales Recht übernommen.

Das gleiche Gremium setzte sich ab 2001 zusammen, um nach besseren Lösungen zu suchen, die in die neue Eigenkapitalvereinbarung, kurz «Basel II» mündeten. Diese Regelung sollte 2006 in Kraft treten, doch macht vor allem Deutschland Widerstand, weil es eine Verteuerung der Bankkredite für seine KMUs befürchtet.

KUNDEN BRANCHENWEISE ZU PORTFOLIOS GEBUNDEN

Im Wesentlichen verlangt die neue Vereinbarung, dass die Banken ihre Ausleihungen verstärkt nach dem mutmasslichen Ausfallrisiko mit Eigenmitteln zu unterlegen haben. Dazu kommt, dass die Institute vermehrt auf die operationellen Risiken hin untersucht werden. Gesamthaft müssen die Institute aber nach wie vor 8 Prozent der eingegangenen Kredite mit Eigenkapital abdecken. Das Ausfallrisiko hängt stark von der Bonität des Kunden ab und die Bank



Mehr Eigenmittel gegen Ausfallrisiken

Die als «Basel II» bekannte neue Vereinbarung verlangt, dass die Banken ihre Ausleihungen verstärkt nach dem mutmasslichen Ausfallrisiko mit Eigenmitteln zu unterlegen haben. Auch werden sie vermehrt auf operative Risiken hin untersucht.

möchte sich bei sinkender Bonität mit einer entsprechend höheren Prämie absichern, die sich dann in den dem Kunden verrechneten Konditionen spiegelt. Jeder Kunde wird somit nach seiner Bonität eingestuft oder mit einem Rating versehen, das dann den Preis des Kredites mitbestimmt. Bei der UBS werden 14 Ratingkategorien verwendet; bei der CS sind es deren 8. Um das Ausfallrisiko besser einschätzen zu können, werden gleich gelagerte Kunden branchenweise zu Portfolios zusammengefasst, was zu einer besseren Vergleichbarkeit führt.

Das Rating wird gebildet aus einer Vielzahl von Faktoren aus dem rein finanziellen Bereich wie der Bilanz und Erfolgsrechnung; daneben kommen auch individuelle Aspekte, wie Firmenleitung, Planungsprozesse und

externe Faktoren. Periodisch wird die Einstufung aufgrund der neuen Entwicklungen angepasst.

VOM RATING ZUM PRICING DER KREDITE

Da mit dem Rating erst die Ausfallwahrscheinlichkeit eines Kredites gegeben ist, muss ferner die Deckung des Kredites und dessen Volumen und Laufzeit untersucht werden. Bei einem hypothekarisch gesicherten Kredit ist bei gleichem Ausfallrisiko der Verlust kleiner, weil eine Wertungsmöglichkeit besteht, die beispielsweise bei einem Blankokredit fehlt. Die Faktoren Rating, Deckung und Laufzeit ergeben zusammen die Risikokosten für die Bank. Diese werden zum Basiszinssatz der Refinanzie-

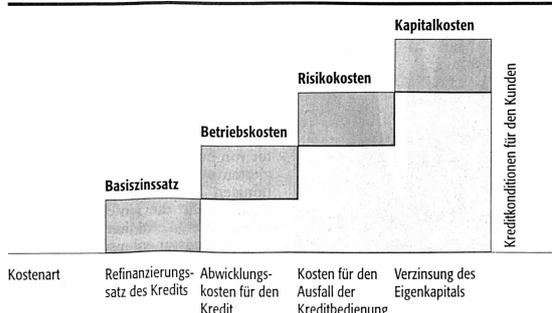
rung und zu den Betriebskosten geschlagen. Weil beim Rating indessen stets eine kleine Ungewissheit bezüglich des Ausfallrisikos bleibt, das von der Bank aufgefangen werden muss, ist eine weitere Prämie erforderlich für die Deckung der Eigenkapitalkosten.

Die Tabelle in diesem Artikel zeigt schematisch die Herleitung der Konditionen für den Kunden. Gezeigt wird, dass die Konditionierung gegenüber dem Kreditnehmer völlig transparent dargestellt werden kann. – Es ergeben sich je nach Bonität des Kunden ganz verschiedene Konditionen, die natürlich umso besser sind, je besser das Rating für den Kunden ausfällt. Es liegt also bis zu einem gewissen Grad beim Kunden selbst, auf die Verbesserung der Konditionen hinzuwirken.

«Basel II» und die Hotelfinanzierung

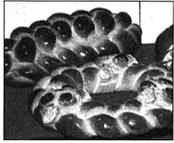
Die grossen Schweizer Banken haben den in «Basel II» vorgesehenen Rating-Prozess schon weitgehend vorweggenommen. Das heisst, dass bei den Hotels bereits heute die Konditionen je nach Bonität festgelegt werden. Der Hotelier hat es selbst durchaus in der Hand, durch offene Information, weitsichtige Planung, Ideenreichtum usw. die nicht finanziellen Faktoren des Ratings positiv zu verändern, was tendenziell zu besseren Konditionen führt. Er sollte im neuen Banken-Pricing seine Chancen sehen. Und: Relativ teure Konditionen können von finanziellen Abenteuern abhalten. PH

Bildung des dem Kunden verrechneten Zinssatzes für einen Kredit

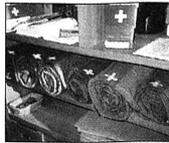


Wenn Hotels es nicht schaffen ...

Betriebe, die es in Folge des individuellen Pricings nicht schaffen, ihren Verpflichtungen nachzukommen, werden durch Spezialabteilungen der Banken besonders intensiv behandelt. Es wird versucht, auch durch unkonventionelle Lösungen, wie Kooperationen, Gruppenbildungen, Umnutzungen, Verkauf usw., eine allseits befriedigende Lösung zu finden. Je nach Standort und Marktchancen gelingt es aber nicht immer, den kranken Betrieben neues Leben einzuhauchen. Die Position geht dann auf die Bücher der Bank, die vielleicht später in verbessertem Umfeld versucht, einen Käufer zu finden. PH



BROTSPORTEN / Nicht nur zum Frühstück: besonders edel und attraktiv – auch in der Gastronomie – ist der Zopf. SEITE 14



SWISSNESS IN BERLIN / Der Zürcher Gastronom Stefan Schneck setzt diesen Winter in Berlin auf helvetische Küche. SEITE 15

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

HIESTAND GRUPPE

9,8 Prozent mehr Umsatz

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2003 erreichte die Hiestand Gruppe ein organisches Wachstum von 9,8 Prozent und erzielte einen Gesamtumsatz von 243,7 Mio. Franken. Die Währungseinflüsse von -0,4 Prozent führten zu einem Wachstum in Schweizer Franken von 9,4 Prozent. Im dritten Quartal selber betrug das Wachstum 8,7 Prozent. Der grösste Teil des Umsatzwachstums sei wie in der Vergangenheit in der Schweiz und in Deutschland realisiert worden, teilte Hiestand mit. In der Schweiz hätten die Key-Accounts, allen voran Coop und die Tankstellenketten, das Umsatzwachstum vorangetrieben. Für das gesamte Geschäftsjahr erwarten Verwaltungsrat und Konzernleitung ein Umsatzwachstum von über 9 Prozent sowie ein überproportionales Wachstum der Rentabilität.

Die IAWS Group plc, die 22 Prozent am Aktienkapital der A. Hiestand Holding AG hält, habe per 1. Dezember 2003 Hiestand UK übernommen und werde fortan die Hiestand-Produkte in Grossbritannien und Irland exklusiv vertreiben, teilte das Unternehmen weiter mit. DST

Foto: zvg



CHALLENGE FÜR DIE GASTRONOMIE

Wollen Gastronomiebetriebe auch in Zukunft erfolgreich wirtschaften, sollten sie bei der Gestaltung ihres Angebotes auf die Trends für die Esskultur Rücksicht nehmen.

STUDIE «FUTURE FOOD»

Vieles beeinflusst Essverhalten

Fünf Megatrends werden unser Ernährungsverhalten in Zukunft prägen. Wie dies vor sich gehen soll – sowie dreizehn weitere Foodtrends – ist Inhalt einer neuen Studie mit dem Titel «Future Food», publiziert vom deutschen Zukunftsinstitut in Kelkheim.

DANIEL STAMPFLI

«Theoretisch können wir tagtäglich zwischen einer fast unendlichen Vielfalt an Lebensmitteln und Kostformen frei wählen. Praktisch werden aber unsere alltäglichen Essentscheidungen von verschiedenen gesellschaftlichen Megatrends beeinflusst.» Dies schreibt die Autorin Hanni Rützler zu ihrer Studie mit dem Titel «Future Food». Die Ernährungswissenschaftlerin will den Blick dafür schärfen, wie, was und warum wir in Europa in nächster Zukunft einkaufen, kochen, essen und trinken werden.

FEMINISIERUNG DES ESS-ALLTAGS

Der Trend zur Individualisierung und bewussten Lebensgestaltung hat laut Hanni Rützler massive Auswirkungen auf die Art und Weise, wie sich jeder Einzelne in Zukunft ernähren wird. Es gehe längst nicht mehr nur um die Befriedigung lebenswichtiger physiologischer Grundbedürfnisse, sondern vermehrt um Identitätssicherung, soziale Unterscheidung, ästhetischen und sinnlichen Genuss. Kurz gesagt,

soll Essen zusätzlichen Benefit abwerfen.

Die Emanzipation und die steigende Erwerbstätigkeit der Frauen hat auch Einfluss auf die Essgewohnheiten und den dominanten Geschmack. Die «Feminisierung des Alltags» schlage vor allem bei der jüngeren Generation signifikant durch und führe zu einer tendenziellen Angleichung der weiblichen und männlichen Ernährungsweise. Dies werde indirekt durch zahlreiche Studien belegt: Die Lieblingsgerichte der Jugendlichen auch in Zentraleuropa seien fleisch- und fettärmere Pizza- und Pasta-Gerichte, und zwar sowohl bei männlichen als auch bei weiblichen Jugendlichen.

ETHIC FOOD: ERST AM ANFANG DER ENTWICKLUNG

Vor allem bei urbanen, bürgerlichen Konsumenten könnten in Zukunft jene Nahrungsmittel punkten, bei deren Herstellung und Vertrieb auf gesellschaftlich wünschenswerte Ziele wie Umweltschutz, Erhaltung der Artenvielfalt, Tierschutz und «fairer Handel» insbesondere mit Produzenten aus der Dritten Welt Wert gelegt werde. Zur Sensibilisierung für ethische Qualitätskriterien unserer Nahrung hätten in den letzten Jahren vor allem in Zentraleuropa die zahlreichen Lebensmittelskandale beigetragen, durch die ein Grossteil der Konsumenten auf ethisch und ökologisch fragwürdige Zucht- und Haltungsbedingungen insbesondere bei Rindern, Schweinen, Geflügel und Fischen aufmerksam wurde. Die zunehmende Globalisierung im Lebensmittelhandel wie in der Produktion legt laut Hanni Rützler folgenden Schluss nahe: «Der Trend zu Ethic

Food steht erst am Anfang seiner Entwicklung. In Zukunft werden immer mehr Marken zur Plattform für ethische Anliegen.

SLOW FOOD – ESSEN, WAS MAN RETTEN WILL

Slow Food ist in den letzten Jahren zu einer weltweiten Bewegung herangewachsen. Kein Wunder, meint Hanni Rützler. Denn die massiven Veränderungen innerhalb der Lebensmittelverarbeitung und unserer Esskulturen bildeten ideale Voraussetzungen, um den Trend zu Slow Food zu stärken. Da die Lebensmittelstandardisierung weiter zunehmen wird, könne Slow Food entspannt nach vorne schauen, denn die Zeit arbeite für diesen Trend – hochspezifische Produkte mit authentischem Charakter stünden erst am Anfang einer Entwicklung. Eine Ne-

benwirkung der zunehmenden Industrialisierung der Lebensmittelproduktion ist die Entfremdung. Lebensmittel würden zunehmend als «UFOs» (Unidentified Food Objects) wahrgenommen. Immer mehr Konsumenten würden daher nach neuen Orientierungshilfen suchen. Dabei spiele die garantierte Herkunft von verarbeiteten, vereinzelt auch von unverarbeiteten Produkten (wie Wasser) eine wichtige Rolle. Von dem Trend zu Lebensmitteln mit Herkunftsbezeichnung würden vor allem jene Produkte profitieren, deren Ursprungsregion nicht nur über hervorragende handwerkliche Fertigkeiten und Traditionen verfüge, sondern auch als Urlaubsregion geeignet sei.

Zukunftsinstitut GmbH, Mag. Hanni Rützler, Kelkheim Oktober 2003, 136 Seiten, ISBN 3-937131-13-2, 250 Euro

KURZ UND BÜNDIG

Sommer bescherte Glace-Rekordumsätze

Im Sommerhalbjahr von April bis September stieg der Glacekonsum in der Schweiz im Vorjahresvergleich um 18,2 Prozent auf 41,5 Mio. Liter. Schönes Sommerwetter steigere vor allem das Impulsgeschäft, teilte der Verband schweiz. Glace- und Eiscream-Fabrikanten mit. So nahm der Inlandliterumsatz von Strassenartikeln um 249 Prozent zu. Der Heimkonsum stieg um 17,5 Prozent und der Speiseeisumsatz im Gastgewerbe noch um 11,7 Prozent. DST

Ende von McDonald's auf Corviglia

Nach einem Jahr ist das beschränkte Angebot von McDonald's im Self-Service des Bergrestaurants auf Corviglia bei St. Moritz verschwunden. Gemäss Pächter Reto Mathis sei dies schon zu Beginn bloss für ein Jahr geplant gewesen. Das Konzept und das Preisniveau will Mathis aber laut «Engadiner Post» beibehalten. Die Produkte sollen nun aus der eigenen Küche kommen. Viele Oberengadiner Bergbahnen haben ein kleines Fast-Food-Angebot. DST

Bon appétit: Reischl ist neuer VR-Präsident

An seiner ersten offiziellen Sitzung hat sich der Verwaltungsrat der Bon appétit Group konstituiert. Hans Reischl wurde als Präsident, E. Dieter Berninghaus als Vizepräsident des Gremiums bestimmt. Sowohl Reischl als auch Berninghaus sind Vertreter von Rewe, der neuen Mehrheitsaktionärin der Gruppe. Weiter gehören Alain Caparros, Beat Curti, Emil Flückiger, Urs Schenker und Bernard Stoffel dem Verwaltungsrat an. DST

Die 18 wichtigsten Trends der Zukunft

Gesellschaftstrends, so genannte Megatrends, die das Essen von morgen beeinflussen:

- Individualisierung
- Feminisierung
- Multiskating
- Lebensphasen
- Singelsierung

Food-Trends

- Ethic Food: Essen mit gutem Gewissen
- Nature Food: Natürlich, biologisch und gesund essen
- Sensual Food: Geschmackrevolution im Mund
- Slow Food: Produkte mit Authentischer Charakter

- Functional Food: Das Essen als Therapie
- Hand-held Food: Massgeschneidertes für Simultanesser
- Mood Food: Essen als Emotionsmanagement
- Anti-Fat Food: Strategien gegen Übergewicht
- DOC Food: Produkte mit Herkunftsgarantie
- Fast Casual: gesund und schnell geniessen
- Call Food: Meal-Delivery-Solutions rund um die Uhr
- Clean Food: Purismus nicht nur für Allergiker
- Cheap Basics: Sparoasen für Wohlstandskonsumenten

DST

«Nüsslisalat» boomt

Gemüse-Markt. Der Nüsslisalat wird momentan auf Hochtouren geerntet. Letzte Woche wurden in der Schweiz 111 Tonnen des früher als Ackerunkraut geltenden Salates geerntet, was eine Steigerung um 15 Tonnen gegenüber der Vorwoche bedeutet. So kommt der Nüsslisalat zurzeit in bester Qualität und zu tiefen Preisen auf den Markt.

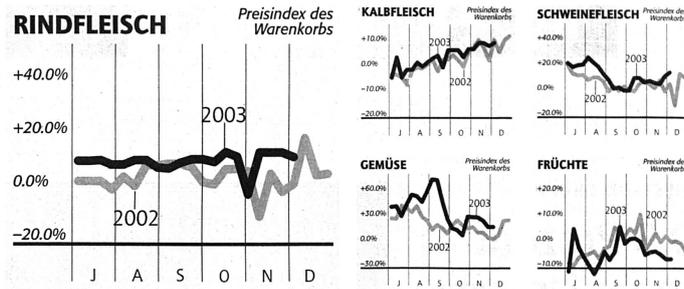
Der im deutschsprachigen Raum auch Feld-, Acker- und Kornsalat, Rapunzel, Schafmaul oder Rabinschen ge-

nannte Salat erfreut sich hierzulande weiterhin einer steigenden Beliebtheit. Entsprechend haben auch die Gemüseproduzenten die Anbaufläche vergrößert: Wurde 1982 Nüsslisalat noch auf insgesamt 193 Hektaren angebaut, betrug die Anbaufläche letztes Jahr bereits 481 Hektaren. Der Nüsslisalat hat einen hohen Gehalt an Mineralstoffen, Eisenverbindungen und Vitaminen. Er wird meist als Salat gegessen, kann aber auch wie Spinat gekocht werden. *MJP/lid*

Käsekontingente wurden versteigert

Bern. Im zweiten Jahr nach dem Inkrafttreten des bilateralen Agrarabkommens mit der Europäischen Union (EU) können insgesamt 14 500 Tonnen Käse zollfrei in die Schweiz importiert werden. Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) hat die zweite Halbjahresmenge der Einfuhrrechte versteigert. Der gesamt Steigerungserlös beläuft sich auf rund 5,5 Millionen Franken. *MJP*

PRODINDEX 1. 12. BIS 6. 12. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



BÄCKER-WETTKAMPF

Sieger aus dem Toggenburg

Die besten Käser kommen aus dem Toggenburg – laut «Swiss Cheese Award». Jetzt gewann ein Bäcker-Konditor aus Brunnadern den Berufswettkampf.

GUIDO BÖHLER

Der offiziell beste Jung-Bäcker-Konditor heisst Thomas Zeller. Der Rheintaler hat kürzlich den nationalen Berufswettkampf den ersten Rang in der Sparte «Produktion» errungen. Durchgeführt wurde das jährliche Wettbacken in der Luzerner Bäcker-Fachschule Richemont. Was zählte, war das Aussehen der Backwaren: Da die Fachschule aus organisatorischen Gründen die Brotteige den Lehrabgängern zur Verfügung stellt, erübrigte sich eine Degustation. Der Sieger absolvierte seine Lehre bei der Bäckerei-Konditorei Kuhn im toggenburgischen Brunnadern.

«Das Entscheidende war Fingerspitzengefühl, Geduld und Fantasie», so Thomas Zeller. Aber ein Brot soll nicht nur schön aussehen, sondern auch gut schmecken. Zeller verrät sein Rezept: «Mit Vorteig, langer Teigruhe und ein wenig Roggenmehl schmeckt das Brot am besten und bleibt am längsten frisch. Backmittel-Zusätze machen es nicht besser, sie rationalisieren nur die Arbeit». Backmittel kompensieren Mehlschwankungen und sorgen für ein konstantes Brotvolumen. Sie enthalten funktionelle Zutaten wie Malzmehl oder Sauerteigpulver sowie Enzyme und manchal Emulgatoren. Diese sind zwar nicht bedenklich, beeinträchtigen aber das Naturrein-Image des Brotes.

UMSTRITTENE BACKMITTEL

Laut Veripan AG sind es derzeit oft Backmittel, welche die Qualität unserer Hefe-Backwaren prägen. Aber es gibt immer mehr Bäckereien, die darauf verzichten. Auch Zeller weist auf Gefahren hin: «Backmittel verleiten zu kürzerer Teigruhe, dadurch entwickelt das Brot weniger Geschmack und trocknet schneller aus. Dafür geben sie einen typischen Eigengeschmack ab.» Diesen kann man gern haben oder nicht – vergleichbar mit Maggi in der Suppe.

Aber es gibt Kompromisslösungen: Seit kurzem produziert Levura AG in Stefffurt einen konzentrierten, kühlfrischen Fertigvorteig in Pastenform. Dieses patentierte «Panatura» weist nur natürliche Zutaten und keine Rein-Enzyme oder Zusatzstoffe auf. Nebst Mehl und Hefe enthält es Malz, Acetolaktirschenshaft und Honig. Gemäss Herstellerangaben erzeugt es «den Geschmack einer langen Teigruhe mit Vorteig, ist aber für direkte Teigführung ohne Vorteig verwendbar.» Übereinstimmend mit Backmitteln ist aber die geringe Dosierung von 4 Prozent.

BROTSPORTEN

Spezialbrote auf den Tisch

Mit edlen Brotsorten kann sich auch die Gastronomie profilieren, denn dekorative Brote sind eine zusätzliche Attraktion. Besonders edel und attraktiv ist der Zopf. Er steht zwar für Nostalgie, lässt sich aber dennoch vielseitig verwenden als nur zum Sonntags-Frühstück.

GUIDO BÖHLER

Ausser in Form von Pizza stellt die Gastronomie selten Brot selbst her. Wie man sich mit Brot profilieren kann, wird beispielsweise im «Schloss Wülflingen» in Winterthur demonstriert: Das Besitzerpaar Christine und Rolf Aberli backt täglich Spezialbrote wie Mais/Speck-, Oliven/Tomaten- und Hausbrot, hin und wieder Zopf «wie früher die Hausfrau mit Vorteig ohne Backmittel». Der Zopf ist heute das beliebteste Spezialbrot – ein Grund, seine Qualität einmal unter die Lupe zu nehmen.

Vor einem Jahr verglich der «Tages Anzeiger» Zürcher Zöpfe und lobte den Sprüngli-Zopf als «Rolls Royce». Der zuständige Konditorei-Bereichsleiter Daniel Gisler verrät sein Rezept: «Reine Kochbutter in doppelter Menge der üblichen Rezepte und ein Vorteig über Nacht. Dies ergibt eine feine Porung und mehr Geschmack. Die Teigbearbeitung geschieht in Handarbeit». Auch der «Kassensturz» stellte Vergleiche an und berichtete, dass die gewerblichen Bäckereien bessere Zöpfe herstellen als Coop und Migros. An erster Stelle landete die Luzerner Bäckerei Meile mit 4,5 von 6 Punkten, an letzter Coop mit 3 Punkten. Werner Hürlimann, Brotextperte der Bäcker-Fachschule Richemont in Luzern, kennt die Gründe: Wenn man dem

Foto: Guido Böhler



BÄCKER-KONDITOR-BERUFSWETTKAMPF

Fingerspitzengefühl, Fantasie und Geduld: Ein Brot soll nicht nur gut schmecken, es soll auch schön aussehen.

Zopf Teig zu wenig Ruhezeit gönnt oder das Volumen zu stark pusht, wird er rascher trocken.

ZOPF: DIE BUTTER IST DER SCHLÜSSEL

Auch René Burgermeister von der Backwaren-Ideenschmiede Veripan AG gibt Tipps: «Am besten ist eine lange, kalte Teigführung mit Vorteig. Frische Sommerbutter oder Biobutter verleihen den besten Geschmack, eingesottene dagegen schmeckt leicht nach Caramel. Eigelb gibt Farbe und

Geschmack, und Eiweiss verbessert die Standfestigkeit». Gerstenmalz nährt die Hefe, die durch viel Butter trüg wird. Milch und Butter machen die Krume kürzer, sprich weniger gummig, und die Milch unterstützt die Bräunung. Der attraktive Zopfgeschmack stammt vor allem von den Zutaten Butter und Milch. Der «Butter»-Zopf ist heute das bekannteste Rezept, aber es gibt weitere: Bauernzöpfe (mit Ruchmehl), Laugenzöpfe und sogar Vollkornzöpfe. Weil ein Zopf mit viel Butter weniger stark aufgeht, verwendet man oft das hellste Weissmehl, den so genannten Typ 400. Oder man greift zu Zopfmehl, das 10% Dinkel enthält. Diese uralte Getreidesorte enthält mehr Kleber als Weizen, was den Teig geschmeidiger macht.

Butter und Milch sorgen für die Frischhaltung bis zu drei Tagen. Weil der Zopf eine weiche Kruste besitzt, eignet er sich zum Tiefkühlen: Beim

Auftauen wird sie nicht zäh. In der Tat bieten Gastro-Lieferanten fertig gebackene TK-Zöpfe als «servierbereit nach dem Auftauen» an, aber teilgebackene Zöpfe zum Fertigbacken findet man nur im Detailhandel. Burgermeister bestätigt, dass man einen Zopf nach dem Auftauen nicht unbedingt aufbacken muss: «Brote mit Fett- oder Milchzugabe eignen sich zum Tiefkühlen und Servieren nach dem Auftauen besser als Normalbrote. Aber sie müssen professionell schockgefrostet sein. Die Kruste wird dennoch weich nach dem Auftauen: Um sie zu trocknen, kann man den Zopf 2 bis 3 Minuten im Ofen aufrischen». Kombinieren lässt sich dieses Edelbrot vielseitiger als nur mit Honig zum Sonntags-Frühstück. Eine gelungene «Mariage Suisse» ist Buttermilch mit Tomme und Chardonnay. Das «Schloss Wülflingen» serviert ihn auch zu «ungestopfter Entenleber», betont Aberli.

Vom «Einstrang» bis zum «Achter»

Die Luzerner Bäcker-Fachschule hat eine Zopf-Bildroschüre herausgegeben (www.richemont.ch): Die normale Flechtart besteht aus zwei über Kreuz «hoch geflochtenen» Strängen. Im Kanton Bern bevorzugt man sie breit und stumpf, in der Ostschweiz lang und dünn. Ebenfalls aus zwei Strängen, aber flach geflochten, wird der «Bauernzopf». Ferner gibt es Flechtmethoden mit drei, vier, fünf, sechs und acht Strängen, die hoch oder flach und spindelförmig oder oval geflochten werden. Weiter die Einstrangzöpfli, Zopfknöpfe und Figuren wie Sterne, Schmetterlinge oder Herzen. Die Fünfer und Sechser sind am aufwändigsten. Ein Bäcker erlernt alle Arten, aber wie macht es die Industrie? Auch von Hand, weiss Burgermeister: «Flechtmaschinen sind zu teuer und arbeiten zu wenig perfekt». *GB*

Zopf: Emmentaler Erfindung?

Zopfgebäck kennt man in vielen europäischen Ländern. Eine Theorie führt den Ursprung auf eine antike Totenopfer aus geflochtenen Haaren zurück. Unter dem Einfluss des Christentums sei dann im Frühmittelalter die Sitte entstanden, «Seelenzöpfe» an die Armen zu verteilen statt ins Grab zu legen. Dieser Kult existierte tatsächlich, aber der Berner Brotforscher Max Ernst Währen hält einen Zusammenhang mit dem Zopfgebäck für ein Märchen.

«Zopfgebäck entstanden an vielen Orten Europas», so Währen, «aber Jeremias Gotthelf setzte ihnen ein Denkmal in seinen Büchern über das Leben im Emmental.» Daher schreibt man die «Erfindung» des Zopfes dem Kanton Bern zu. Einen Zopf zu schenken galt übrigens im Mittelalter als ein gültiges Eheversprechen. *GB*

Einige Zopf-Angebote für die Gastronomie

Bäckerei	Standard-Sortiment
Hausamann www.zopfbeck.ch Hiestand www.hiestand.ch	Tagesfrisch, 350g und 500g, Zopfknopf 220g TK, gebacken, Zwei-Strang-Butterzöpfli 60g, Sandwichzöpfli 100g, Butterzopf 360g, Laugenzöpfli 90g, Schweizer Butter und Schweizer Freilandeiern
Kern & Sammet www.kern-sammet.ch Kuhn Telefon 071 374 12 35 Romer's Hausbäckerei www.romers-hausbaeckerei.ch Sprüngli www.spruengli.ch	TK, gebacken, 60g bis 600g, mit echtem Vorteig und 12 bis 18 Stunden Teigruhe Tagesfrisch, alle Flechtarten bis zum Achter und Figuren, 100g bis 2kg, Metzgerzopf, IPS-Mehl* TK, gebacken, 90g und 600g Tagesfrisch, doppelte Buttermenge

* IP-Suisse: Aus umweltschonend «integrierter» Schweizer Produktion

GASTROSZENE BERLIN

Helvetische Küche anstatt Exotik

Im Ethno-Restaurant «Nola's am Weinberg» in Berlin dreht sich diesen Winter alles um die helvetische Küche – inklusive Fondue jeden Sonntagabend.

Foto: Paola Carega


SWISSNESS IN BERLIN

Im «Nola's am Weinberg» kommen seit Ende Oktober und den ganzen Winter über Schweizer Spezialitäten auf den Tisch.

PAOLA CAREGA

Schnee – das wärs. Während die Berliner noch den warmen Sonnenstrahlen nachtrauern, wünscht sich Stefan Schneck Mitte November nichts sehnlicher als Kälte und Schnee. Der gebürtige Zürcher kam ein halbes Jahr nach dem Mauerfall nach Berlin und führt seit über zehn Jahren drei Ethno-Restaurants mit kalifornischer bzw. australischer Küche (die htr berichtete). Jetzt setzt Schneck auf Heimat statt auf Exotik: Im «Nola's am Weinberg» kommen seit Ende Oktober und noch den ganzen Winter über Schweizer Spezialitäten auf den Tisch. Von Alplermakronen über Bündner Gerstensuppe bis Zürcher Geschnetzeltes.

DAS SPIEL MIT DEN KLISCHEES

Helvetische Folklore in der trendbewussten Metropole Berlin – die meisten Gastronomen würden davon die Finger lassen. Nicht so Schneck. «Ich liebe neue Herausforderungen», sagt der 40-Jährige. Genüsslich spielt der Gastronom mit Schweizer Klischees, und bietet zum Beispiel jeweils Sonntagabend Fondue in «Berghüttenatmosphäre». Und dies in Zei-

ten, wo das Schweizer Kreuz inzwischen Taschen, T-Shirts und Pullover modebewusster Grossstädter ziert. Schneck: «Gerade die Berliner finden uns Schweizer hipp und cool. Natürlich auch dank Exbotschafter Thomas Borer.» Ausserdem sei die Schweiz für Deutsche mit einer Reihe positiver As-

soziationen besetzt: «Die jüngere Generation denkt bei Schweiz an Berge und Skifahren – und nicht zuletzt genauso an eine schmackhafte Küche.»

Ganz so einfach machte es die helvetische Küche dem kreativen Gastronomen nicht: Wie viele Fondue-Caquelons braucht es für 80 hungrige

Gäste? Und wo in Berlin kriegt man Rösti im Beutel, Basler Lächerli oder Rigi-Kräuter fürs Kaffee fertig? Ende Oktober setzte sich Schneck für die fehlenden Zutaten kurzerhand ins Auto und fuhr in die Schweiz. Derweil übten die Kellner und Kellnerinnen schon mal die korrekte Aussprache

des Schweizerdeutschen. Schliesslich müssen sie wissen, was gemeint ist, wenn der Gast nach «Mischchrazerli im Chörbli» oder «Burä-Röschti» fragt.

Schneck setzt bei der Wahl der Gerichte vor allem auf Schweizer Klassiker. So gibts als Vorspeise zum Beispiel Zürcher Oberländer Krebssschaumsuppe, und unter den Hauptspeisen findet sich ein (Basler) Lachs in Kräuterkruste. Nicht fehlen – weil typisch für Berlin – darf ein grosses Frühstückangebot, das von 10 bis 16 Uhr zu haben ist. Das «Schwizer Zmorgä» im «Nola's», das auf 200 Quadratmetern rund 90 Plätze bietet, besteht unter anderem aus Gipfeli, Bircher-müesli, Bündnerfleisch und Bergkäse.

LIEGESTUHL UND SCHWEIZER ARMEEDECKE

Man mag Schnecks Aktion auf den ersten Blick nicht sehr originell finden in Zeiten von World Cuisine und Fusion Food. Doch für Berlin ist sie in ihrer Art auf jeden Fall neu. Und die Stadt zeigt immer wieder, dass genug Platz ist für Konzepte fern des Mainstreams. Bei den Berlinern jedenfalls kommen Fondue und Co. bisher gut an. «Die Reaktionen sind sehr positiv», sagt Schneck. «Ich bin überrascht, wie gerade auch urchige Gerichte gern gewählt werden.» Bei schönem Wetter können winterharte Gäste den Kaffee auch im Liegestuhl auf der grossen Sonnenterrasse schlürfen – eingehüllt in original Schweizer Armeedecken.

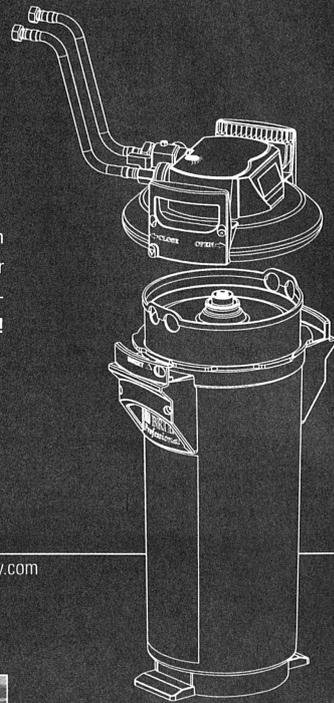
www.nola.de/nola_weinberg

Inserat

Kaffeegenuss beginnt beim Wasser

Mit dem speziell für gastronomische Anwendungen entwickelten innovativen Filtersystem von BRITA profitieren Sie von optimierter Kostenkontrolle und noch höherer, absolut gleichmässiger Wasserqualität – die zentralen Faktoren für Ihren wirtschaftlichen Erfolg!

aquaQUELL
 PURITY

www.brita.ch
www.aquaquell-purity.com


BRITA AG
 Gasmatt 6
 CH-6025 Neudorf/LU
 fon: +41 (0) 4 19 30 30 60
 fax: +41 (0) 4 19 30 30 74
 info-ppd@brita.net



BRITA
 Professional



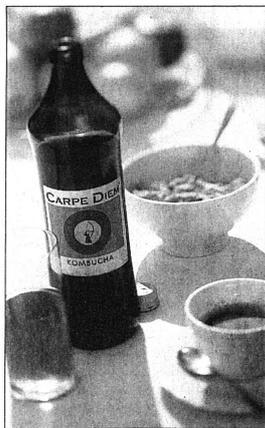
Power-Drinks mit «Solis Juice Fountain»

Um den Körper gesund und kräftig zu erhalten, braucht es nicht nur Bewegung und eine ausgewogene, kalorienreduzierte Kost, sondern auch die tägliche Zufuhr von Vitalstoffspendern. Alle Nährstoffe, die der menschliche Körper braucht, sind in ausgeglichenen Mengen in frischen Früchten vorhanden. Darum machen Sie es sich zur Gewohnheit, täglich frisch gepresste Säfte zu trinken. Mit dem neuen Entsafter «Solis Juice Fountain» bereiten Sie in nur Sekunden die tollsten Power-Drinks zu. Der grosse Einfüllschacht fasst problemlos ganze Früchte, das mühsame Vorschneiden und Schälen fällt weg. Die 2-Stufen-Regulierung

ermöglicht es, weiche und harte Obst- und Gemüsesorten in Sekunden zu entsaften. Ohne unterbrechen zu müssen, geben Sie abwechselnd weiche und harte Obst- und Gemüsesorten hinein. Der Saft fliesst in den Auffangbehälter oder auf Wunsch direkt ins Glas – und Sie geniessen das volle Spektrum wertvoller Vitamine und Mineralien. Die Reinigung ist problemlos und geht blitzschnell. «Solis Juice Fountain» ist im Fachhandel und in Warenhäusern erhältlich.

Solis AG
Telefon 01 874 64 54
info@solis.ch
www.solis.ch

Carpe Diem – Wellness zum Frühstück



das kühlere Wetter drängt uns nach innen – in geschlossene Räume. Der Herbst ist die Zeit des Sammelns und Bewahrens. Jetzt ist der ideale Moment, das Immunsystem für den Winter aufzubauen, um den lästigen Erkältungen keine Chance einzuräumen. Ein ausgewogenes Frühstück leistet einen entscheidenden Beitrag für unser Wohlbefinden und steigert die Lebenskraft. Carpe Diem Kombucha unterstützt Sie dabei. Carpe Diem Kombucha ist ein Elixier für das Abwehrsystem. Wirkungsreiche Stoffe wie Milchsäurebakterien, vitale Hefen, eiweiss- und kohlehydrat-spaltende Enzyme, Vitamine, Mineralien und Spurenelemente helfen beim Aufbau und Erhalt einer intakten Darmflora. Diese ist von grosser Bedeutung für ein gut funktionierendes Abwehrsystem, denn 80% der Immunzellen sind in der Darmschleimhaut angesiedelt. Gesundheit ist das wertvollste Gut des Menschen. Nutzen Sie die Kraft, die in Carpe Diem Kombucha ruht. Das Wohlfühlgetränk gibt es in grösseren Warenhäusern und im Fachhandel zu kaufen.

Noch wärmen die Sonnenstrahlen den Körper und die Seele. Doch bald schon werden die Tage kürzer und

Lavazza – Kunstkalender 2004 von Thierry Le Goués

Die 12. Ausgabe des weltberühmten Lavazza-Kunstkalenders überrascht den Sammler von wagemutig gestal-

teter Kreativ-Fotografie mit einem in sieben Sequenzen im cinéastischen Stil ablaufenden Weltraumbenteuer. Es

Divina – Textilien direkt ab Fabrik

Attraktive Dessins sowie optimale Qualität und Wirtschaftlichkeit sind die Stärken der strapazierfähigen Objektartikel von Divina. Das Angebot geht über Tischwäsche, Frottierwäsche, Objektbettwäsche, Massagetücher, Bademäntel, universale Microfasertücher bis hin zum edelsten Faserpelz. Dank eigener Konfektion im Hause sind kundenspezifische Verarbeitung und Spezialmasse möglich.

Divina Textil AG
Rorschacher Strasse 32
9424 Rheineck
Telefon 071 888 25 31
Fax 071 888 40 54
sleepy@divina.ch
www.divina.ch



«Cuvée Lorenz Humbel» – mit 66 Kirschsensorten

Vor zehn Jahren begann Lorenz Humbel im aargauischen Stetten sortenreine Kirschdestillate zu brennen. Die Bauern boten dem «Kirschkrenner aus Leidenchaft» in der Folge immer mehr alte und seltene Kirschsensorten an. Ende des Jahres 2000 hatte Lorenz Humbel einen Wunsch, einen Traum und eine Idee. Der Wunsch war nahe liegend: sein eigenes Produkt kreieren – eine Cuvée widerspiegelt neben der Natur die Persönlichkeit des Brenners. Der Traum: einen Beitrag zur Biodiversität zu leisten und dabei möglichst viele Kirschsensorten erschliessen. Die Idee: eine Cuvée mit möglichst vielen, fein abgestimmten Kirschsensorten, gereift im Holzfass eines Kirschaums. Zeichnen sich die sortenreinen Kirschwasser als eigenständige, charaktervolle Unikate aus, so will die «Cuvée Lorenz Humbel» durch die Tiefe der Jahrgänge und Sorten (K66 = 66 Kirschsensorten) und die zusätzliche Eleganz eines Ausbaus im Kirschkolzfass brillieren.

www.humbel-brand.ch



Rivella – eine Hauptrolle für Michel

Die Fruchtsaftmarke Michel feiert im nächsten Jahr den 75. Geburtstag. Was 1929 in der Westschweiz mit dem kleinen Wein- und Fruchtsaftladen von Louis Edmond Michel begann, hat sich bis heute zu einer der beliebtesten und bekanntesten Fruchtsaftmarken der Schweiz entwickelt. Besonders in letzter Zeit hat sich Michel mit Innovationen im Functional-Bereich einen Namen gemacht – «Michel Beauty Colada», «Michel Harmony» oder der erste natürliche Energy-Drink «Michel Chili Gonzales» sind nur drei Beispiele der Erfolgsgeschichte von Michel. Nun startet Michel mit einer eigenen Sitcom

im Fernsehen. In vier lustigen und interessanten Episoden empfängt Michel, gespielt von Jungschauspieler Christian Weber, in seinem Fruchtsaftladen die unterschiedlichsten Gäste. Regie führte der bekannte Schweizer Dokumentarfilmer Hannes Stark. Den Fruchtsaftladen gibt es wirklich – in Winterthur wird er unter dem Namen «Alltag» als Café-Bar geführt. In der Café-Bar können natürlich auch die Fruchtsäfte von Michel genossen werden.

Rivella AG
4852 Rothrist
Telefon 062 785 41 11
www.rivella.ch

Mövenpick – Winter Limited Edition

Selbst auf einen herrlichen Sommer wie dem diesjährigen folgt letztlich der Winter. Doch die kalte Jahreszeit wird auch dieses Jahr von Mövenpick Swiss Premium Ice Cream verusset. Seit 1999 pflegt Mövenpick die Tradition von saisonalen Limited Editions und setzt diese nun mit drei neuen Geschmackserlebnissen fort: Fig & Date, Feigen-Ice-Cream angereichert mit Feigenstückchen und Dattelsauce; Jamaica, Ice Cream mit Rumaroma, angereichert mit Sultaninen und Rumsauce; und Gingerbread, Ice Cream mit Lebkuchengeschmack, angereichert mit Biskuitstückchen und Lebkuchensauce. Diese vollmundigen Köstlichkeiten kommen, ganz in der Tradition der Mövenpick Swiss Premium Ice Cream, ohne künstliche Farb- und Konservierungsstoffe aus. Nur so verdienen sie das Prädikat «All Natural», das 100 Prozent Geschmack und natürlich 100 Prozent Genuss garantiert.



Mövenpick Ice Cream
1183 Bursins
www.movenpick-icecream.com

Belcolor Flooring – «Vivo nature»

«Vivo nature» – der Name ist Programm für die Schmaldielen-Kollektion von Egger E.F.P. Floor Products. Erstmals ist es gelungen, die Vorteile von Stabparkett mit dem Komfort von Laminat zu verbinden. Die Schmaldielen im Stabparkett-Format von 85,5 x 9 cm lässt auf den ersten Blick keinen Zweifel aufkommen: sie sieht aus wie echtes Stabparkett. Das haptische Gefühl und zusätzlich der typische Holzklang geben scheinbar letzte Gewissheit. Selbst die Oberflächenstruktur ist mit einem hochwertigen Lackfinish vergleichbar.

Die leicht abgeschrägte Kantenfaser verstärkt die typische Holz- und Dielenoptik. Bei Egger E.F.P. Floor Products erklärt man den reduzierten Raumschall mit dem speziell für die Schmaldielen-Geometrie verfeinerten silenzo-System. Vor allem die praktischen Vorteile von Laminat sollen das Versprechen «Mehr als Parkett» einlösen.

Belcolor AG Flooring
Zürcherstrasse 493
9015 St. Gallen-Winkeln
Telefon 071 313 21 21
Fax 071 313 21 51



LESEBAR

Die Kunst der einfachen Küche

Seit Generationen pflegen Nicola Di Capua und seine Familie ohne Einsatz von Herbiziden und Fungiziden und genauso ohne zusätzliche Bewässerung im rauen Bergklima von Süd-



italien die wilden Olivenhaine. So wie der «Olivenöl-Papst» der Natur mit Respekt begegnet, so interpretiert er auch die Küche. Dabei entstehen aus einfachen, unverfälschten Produkten kulinarische Köstlichkeiten. Erica Bänziger hat dem Meister beim Kochen über die Schulter geschaut und seine Rezepte aufgeschrieben. Das Buch wurde weiter mit zahlreichen Tipps zu Produkten und Gesundheit ergänzt. **DST**

128 Seiten, ISBN 3-03780-146-8, 34 Franken, Edition Fona, Lenzburg

«Christmas Cooking» – Rezepte aus aller Welt

Überall auf der Welt wird Weihnachten als das Fest der Liebe gefeiert. Die christliche Tradition des Weihnachtsfestes hat in vielen Kulturen ihren Platz gefunden. Jedes Land feiert an-



ders, und die Rituale und Festessen sind genauso bunt und teilweise exotisch wie die Länder, aus denen sie stammen. Das Buch «Christmas Cooking» unternimmt eine (nicht nur) kulinarische Reise durch die Weihnachtsküchen der Welt und stellt dabei über 50 Rezepte vor, die eng verbunden sind mit Menschen, Bräuten und Kulturen. **DST**

168 Seiten, ISBN 3-03780-156-5, 34 Franken, Edition Fona, Lenzburg

WeinGuide Deutschland 2004

«Deutscher Riesling gilt wieder etwas in der Welt des Weines», steht im Vorwort der neuesten Ausgabe des «Gault Millau WeinGuide Deutschland 2004», «Sowohl Robert Parkers »Wine Advo-



cate» als auch der «Wine Spectator» haben dem deutschen Wein ihre Reverenz erwiesen. In acht Kategorien – wovon drei trockenen Weinen vorbehalten sind – listet der Wein Guide die besten Weissweine des Jahrgangs 2002 und die 2001er-Rotweine Deutschlands auf. Die Gruppenbesten werden als «Siegerweine des Jahres» ausgezeichnet. Weiter zeigt der Weinführer interessierten Reisenden die Routen zu den Gütern. **DST**

785 Seiten, IABN 3-88472-613-7, 28 Euro, Christian Verlag, München

Fotos: zög



SIEGEREHRUNG

Für den Leaders Club Award 2003 war unter anderem auch das Restaurant im Globus am Zürcher Bellevue nominiert. Jürg Welti (6. von links) von der Globus-Zentralverwaltung nimmt die Glückwünsche für das Globus-Gastrokonzept entgegen.

LEADERS CLUB AWARD 2003

Trendsetter mit Karma & Kultur

Leaders Club Award 2003: Die «Goldenen Palmen» für innovative, neue Konzepte in der Szenegastronomie gingen an das original griechische «Archeon Gefsis» in Düsseldorf und an das «Karma Public Livingroom» in Freiburg, ein Mix aus Lounge, Club und Asia Garden.

In der gastronomischen Szene von Freiburg ist die Bellini GmbH längst ein Begriff, hat sie doch bereits die In-Lokale «Othello», «Cohibar» und «Buddha Club» beim ausgehfreudigen Freiburger Publikum etabliert. Seit April 2003 ist ein weiteres hinzugekommen, das «Karma Public Livingroom», eine Mischung aus Restaurant, Club, Café & Bar und Asia Garden. «Mit dem «Karma» möchten wir im Dreiländereck kombinierte Tages-Gastronomie und Nachtleben auf einem neuen Niveau etablieren», erklärt Didi Broschiet, Geschäftsführer des Gastrokomplexes, der vor allem von der Vielfalt lebt. Plaudern, Feiern oder Musizieren – im «Karma» lassen sich Clubleben und Tanzparties ebenso geniessen wie eine ausgesuchte Küche und das ruhige Plauderstündchen.

Für jeden Anlass ist etwas dabei. «Die Idee ist, dass sich unsere Gäste tagsüber und/oder eine ganze Nacht im «Public Livingroom» vergnügen können.» Und weil die Macher des «Karma» ausserdem auch kulturelle Akzente setzen wollen, gründeten sie das «Kulturbüro», das sich als Forum für Kulturschaffende versteht und Events unterschiedlichster Art ausrichtet. Allen Aktivitäten gemein ist die Orientierung am Gast: «Im «Karma» verwirklichen wir einen ausserordentlichen Service, der über das übliche Mass hinausgeht», sagt Didi Broschiet. «Wir möchten unsere Gäste verwöhnen, sie wirklich nach ihren Wünschen und Bedürfnissen bedienen.» Philosophie und Umsetzung

des «Karma Public Livingroom», so entschieden Leaders-Club-Jury und Award-Publikum, sind eine «Goldene Palme» wert.

GESUND ESSEN WIE DIE ALTEN GRIECHEN

«Absolut neu und einzigartig am Markt und eine perfekte Inszenierung der gastronomischen Ur-Formel von Gastronomie und Kultur», umschreibt Leaders-Club-Präsident Thomas Hirschberger das zweite Siegerkonzept, das seit einem knappen Jahr in Düsseldorf Furore macht. Mit einer kulinarischen Zeitreise versetzt Ideengeberin Kornelia Molitor die Gäste zurück in die griechische Antike.

Wer in dem Restaurant mit Blick auf den Düsseldorfer Hafen jedoch Gyros, Tsatsiki und Pommes erwartet, irrt gewaltig. Im «Archeon Gefsis», das aus dem Griechischen übersetzt so viel wie «ursprünglicher Geschmack» bedeutet, ist der Name Programm. Die Servicemannschaft in stilechten Tunikas serviert Huhn in grob geriebener Weizengrütze, Kichererbsen mit Rüben und Knoblauch oder Lammkoteletts mit Erbsenpüree und wird damit dem Anspruch gerecht, authentische Küche aus dem antiken Griechenland zu bieten – frisch zubereitet, naturbelassen und dazu noch originell.

Im «Archeon Gefsis» wird genauso Wert auf authentische Atmosphäre und Accessoires gelegt: Die Gäste speisen mit Löffeln und abgerundeten Messern, wie in der Antike üblich, und

gekocht wird mit Honig statt Zucker. Olivenöl statt Sahne sowie mit Nüssen, Weizen, Früchten und Milchprodukten. Im November 2002 ging der Betrieb mit 120 Innenplätzen, 50 Plätzen auf der Terrasse sowie 120 weiteren auf der Promenade als Pilotprojekt an den Start.

Inhaber und Geschäftsführer Gregor Wagner kann stolz darauf sein, dass es sich als einziges dieser Art ausserhalb von Griechenland zu einem besonderen Treffpunkt entwickelt hat. Jetzt zusätzlich noch mit der Auszeichnung «Goldene Palme».

«GLOBUS AM BELLEVUE»: ALLES RUND UMS ESSEN

Die Aufmerksamkeit der Gäste in der Award-Nacht galt nicht nur den beiden Siegern. Fünf weitere Konzepte waren in die Endrunde gekommen; als einziges Schweizer Konzept hatte sich das Restaurant im Globus am Bellevue in Zürich qualifiziert. Das im Mai 2003 eröffnete Warenhaus unter dem Motto «Alles rund ums Essen» ist Restaurant, Kochstation und Supermarkt in einem: Auf 100 Sitzplätzen und rund 250 Quadratmeter Fläche können sich hier die Shopper ausruhen und stärken oder aber mit Take-away versorgen. Sie haben die Wahl zwischen frisch zubereiteten Speisen an der Wok-Station oder Sushi-Bar, Tapas, Paninis, mediterranen Speisen und vielem mehr. An Spitzentagen zählt die Eatery 1500 Gäste und rund 30 000 Franken Umsatz.

AINA KELLER

Gastronomische Trends entdecken und Innovation fördern – diese Grundsätze hat sich der Leaders Club Deutschland bei seiner Gründung vor fast drei Jahren ins Stammbuch geschrieben. Seit 2002 verleiht die Gastronomievereinigung nun auch einen eigenen Award an herausragende gastronomische Konzepte. Vorbild ist das angenehme französische Pendant «Les Palmes d'Or du Leaders Club».

Für einen solchen Award nominiert zu sein, ist bereits eine Auszeichnung – darin waren sich alle einig, die Ende November zur grossen «Award-Nacht» des Leaders Clubs nach Dortmund gekommen waren. Mehrere hundert Gastronomen und Vertreter der Zulieferindustrie waren dabei, als die Betreiber von insgesamt sieben Restaurants ihre Konzepte und Visionen in Ton und Bild präsentierten. Über die beiden Sieger entschied das Fachpublikum mit Stimmkarten.

Leaders Club

Der Leaders Club ist eine europäische, nach Ländern aufgeteilte Vereinigung von Gastronomen und deren Industriepartnern, die es bisher in Frankreich (gegründet 1993), Belgien (1999), Deutschland (2001) und in der Schweiz (2003) gibt. Demnächst sollen Clubs in Spanien und in Skandinavien folgen. Der Leaders Club versteht sich als Austausch- und Kommunikationsplattform und bietet u.a. Weiterbildung, Fachstudienreisen sowie regelmässige Treffen mit starker europäischer Ausrichtung. Zu den Gründungsmitgliedern in Deutschland gehören Unternehmerpersönlichkeiten wie Gunilla und Thomas Hirschberger (Sausalitos), Pierre Nierhaus (SPN Consulting) Jürgen Strasser (Juleps & Joe Penas), Jean-Georges Ploner (Pencom Ploner Partner) sowie Roland Koch und Christoph Strenger (beide Gastro Consulting). **AIK**



Szenegastronomie in Freiburg/D: Trendlokal «Karma Public Livingroom».

Auch ein Schweizer Anwärter

Nicht älter als ein Jahr, professionell umgesetzt und gleichermaßen trendy wie praktikabel und multiplikationsfähig: Diese Kriterien gilt es zu erfüllen bei der Bewerbung um den Leaders Club Award, die «Goldene Palme», die 2003 in Deutschland zum zweiten Mal vergeben wurde. Am Start waren diesmal sieben innovative Konzepte, sechs aus Deutschland und eines aus der Schweiz:

- **Archeon Gefsis, Düsseldorf:** «Ursprünglicher Geschmack» heisst übersetzt der Name des Restaurants am Düsseldorfer Medienhafen, in dem antike griechische Küche serviert wird.
- **Café Solo, Essen:** Solo steht für «So location» und soll Treffpunkt sein für «Urban Professional People» zu jeder Tages- und Nachtzeit, mit Musik, Lichtspielen und Cross-over-Küche.
- **EDMW, Frankfurt/Main:** Die Bar-Lounge mit dem Bezug zum Kinohit «Eat Drink Man Woman» bietet Neo-

Asian-Style in Küche und Ambiente, 17 laufende Meter Aquarium sowie viele Musik-Events und Veranstaltungen.

– **Globus Restaurant, Zürich:** Mit innovativer Kaufhaus-Gastronomie, ultra-frischer Küche und entspannter Atmosphäre ist das gastorientierte Konzept nicht nur bei Shoppern ein Renner.

– **Karma Public Livingroom, Freiburg:** Das All-in-one-Konzept mit Restaurant, Club, Café-Bar und Asia Garden will sowohl tagsüber als auch die ganze Nacht bestmöglichen Service bieten.

– **Kula Karma, Berlin:** Auf zwei Etagen gelingt eine Synthese aus Bar, Restaurant und Club; barock eingerichtet und kulinarisch vielfältig.

– **Sansibar, Frankfurt/Main:** Über den Dächern von «Manhattan» verbreitet das Roof-Garden-Restaurant einen Hauch von Nordafrika. **AIK**

Für Geniesser und Fachleute



Whiskyship. In Zürich hatten Geniesser und Fachleute zum 5. Mal Gelegenheit, Whiskys zu degustieren oder an Fachvorträgen das Wissen rund um die edlen Tropfen zu vertiefen. Ein Besuch auf dem Whiskyship bietet jeweils die Möglichkeit, für wenig Geld sehr rare Single Malts zu kosten; solche, für die im Handel bis zu 1000 Franken pro Flasche bezahlt werden müssen. Im Bild Whiskyfachmann Bernhard Mangott von der Abteilung Spirituosen, Acla da Fans, Sannaun. MD

Gletscherbahn fährt

Lötschental. Die Gletscherbahn im Skigebiet der Lauchernalp im Lötschental ist in Betrieb genommen worden. Das 11-Mio.-Projekt wurde nach langer Planungsphase in nur sechs Monaten realisiert. Die neue Gondelbahn führt auf 3111 m.ü.M. zum Hockenhorngrat und erschliesst damit neu das fünfthöchste Wintersportgebiet der Schweiz. Während des Einweihungstages wurden die Gäste mit Unterhaltung und Variété-Programm überrascht. Neben der

Einsegnung der neuen Bahn durch Pfarrer Peter Jossen und der Ansprache des Verwaltungsratspräsidenten, Franz Meier, richtete auch Alt-Bundesrat Adolf Ogi sein Wort an die fast 2000 Gäste.

Bisher war die Lauchernalp mit einer Luftseilbahn, zwei Sesselbahnen und zwei Skiliften erschlossen. Durch die neue Gletscherbahn wird das Skigebiet der Lauchernalp jetzt bis auf 3111 m.ü.M. erweitert. Ein Sommerbetrieb ist nicht vorgesehen. CK

ZITAT DER WOCHE

«Von Seiten der Verwaltung läuft alles nach dem Motto «Wie können wir uns möglichst gut absichern?»»

Peter Vollmer, Direktor von Seilbahnen Schweiz, im Interview auf Seite 4

PEOPLE

Roberto Pisilli (Bild) ist neu Direktor des Hotels und Restaurants «Seehof» in Lenzerheide-Valbella. Er war zuletzt als Vizedirektor und Restaurationsleiter im «Guardaval» in Sporz tätig.



Zuvor arbeitete er unter anderem im «Kronenhof» in Pontresina und im «Giardino» in Ascona, und an weiteren bekannten Adressen. Pisilli will aus dem «Seehof» auch einen Ort für Familien machen. Erklärtes Ziel von Pisilli sei es, «ein sehr gast- und familienfreundliches Haus zu pflegen». CK

Nach 22 Jahren verlassen **Ben und Berty van Engelen** das Hotel La Collina in Pontresina und übergeben die Direktion **Samuel Menti** (Bild). Nach Abschluss an der Hotelfach-



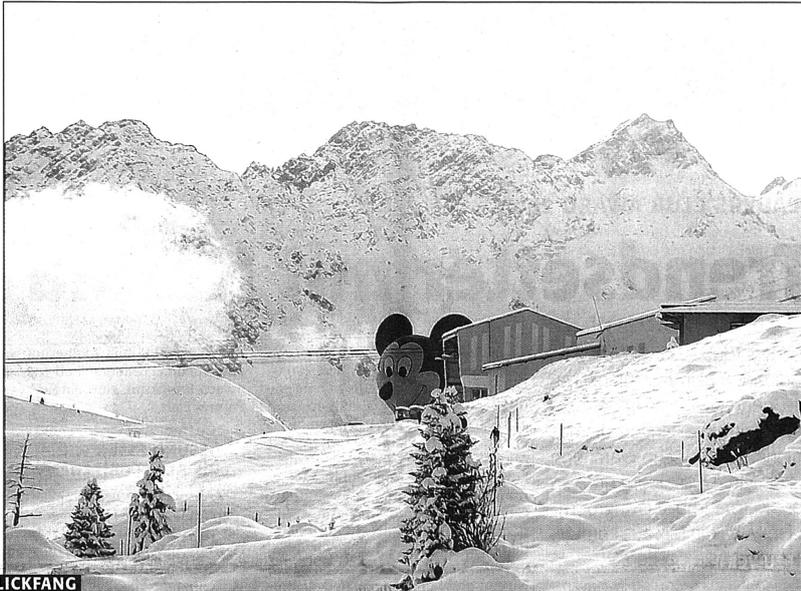
schule Thun arbeitete der Zentralschweizer für die Hotels Union, Kolping und die holländische Hotelkette Golden Tulip (jetzt NH Hotels) in Luzern. Die letzten Jahre war er im Hotel Saratz als Leiter der Restaurants und Anlässe engagiert. CK

KURZ UND BÜNDIG

Ins Zuchthaus

Otto G. Loretan. Der ehemalige Gemeindepräsident von Leukerbad ist vom Bezirksgericht Oberwallis zu viererhalb Jahren Zuchthaus verurteilt worden. Für das Gericht ist er der Hauptschuldige des Finanzdebakels von Leukerbad. CK

Fotos: Marietta Dedual



BLICKFANG

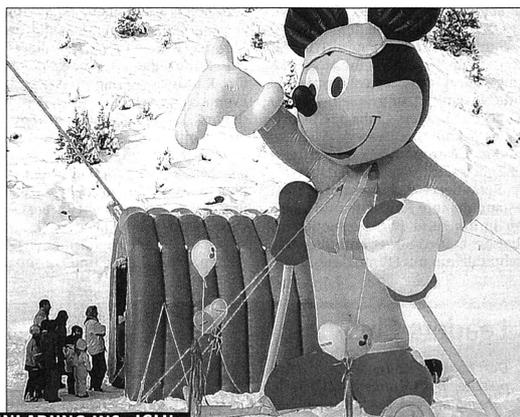
Ein Heissluftballon mit Micky-Maus-Konterfei signalisiert schon von weitem, wer der neue Star in der Arosen Bergwelt ist

KOOPERATION

Micky Maus erobert Arosa

The Walt Disney Company und Arosa haben am Samstag den Alpen Club Micky Maus eröffnet. Mitgeföhrt haben sich zahlreiche Kinder.

Die Rechnung ist schnell gemacht: Für Arosa betragen die jährlichen Projektkosten – inklusive Lizenzgebühren – rund 200 000 Franken; als Gegenleistung öffnen sich dem Tourismusort Kommunikationskanäle, die weit über die Landesgrenze hinausreichen: Präsenz des Namens Arosa auf Kellogg's-Produkten, in Micky-Heftchen und auf dem Disney-Channel. Mit dem Alpen Club Micky Maus – Partner sind 13 Hotels, die Bergbahnen und die Skischulen – will Arosa sich noch stärker als Familienort positionieren. Tourismusdirektor Hans-Kaspar Schwarzenbach: «Dieses attraktive Familienangebot wird im Sommer zusätzliche Gäste generieren.» MD



EINLADUNG INS «IGLU»

Basteln, Zeichnen, Schminken oder oder Autogrammstunde mit Micky, Donald oder Goofy – Kinder kamen an der Eröffnungsfeier voll auf ihre Rechnung.

GLOSSE

Weihnachts-
hasenkürbisse

HANSPETER GSELL*

Als ich Marcos Trattoria betrat, wurde ich beinahe von den Füssen gerissen. Obwohl Weihnachtsbäckerei bekanntlich vor der Tür steht, blickte ich in die roten Augen von Hunderten



von weissen Karnickeln. Sie lugten aus Nestern voller farbiger Eier, glotzten mich an und verbreiteten weitgehend Unbehagen. Als Nesthocker vom Dienst bewachten sie die selbst gemalten Oesterreicher. Eigenartig freudlos vor sich hin starrende Menschen tätschten diese zwecks Glücksbringung aneinander. Das Rösi, die stämmige Servicefachfrau, nannte sich jetzt Haasi und hüpfte lustig im etwas zu engen Bunny-Kostüm von Tisch zu Tisch. Aus den Lautsprechern ertönte das österreichische Reiselied «My Bunny swims over the Ocean». Nur Marcos lange Löffel hingen trist und hasenartig in sein faltiges Gesicht. Nein, Marco machte tatsächlich keinen glücklichen Eindruck, und das kam so:

Als Kemal vis-à-vis auf Anraten seines persönlichen Werbeberaters bereits im Oktober die Engel fliegen liess, wollte Marco wenigstens einmal der Erste sein und rekonstruierte den Nikolaus durch den Osterhasen. Aber seine Idee schien doch etwas revolutionär zu sein. Er wird deshalb Anfang Januar wieder Osterlamen, grüne Spargeln und rote Erdbeeren servieren. Die neuen Kartoffeln sind zwar auch schon wieder alt und runzlig wie die Mamma. Aber Marco zählte sich schon immer zur gastronomischen Avantgarde. Er wird wohl auch wieder den 1. August am Zweiten begehen und den Ostermontag am Pfingstsonntag, Hauptsache lustig.

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

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber: Schweizer Hoteller-Verein
Mönchjustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Hodler.

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).

Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH),
Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Toni Rüttli (TRU), Sonja Stalder (SST),
Dr. Karl Josef Verding (KJV).

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

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

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK).

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

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris;
Gerhard Lab (GL), Tessin; Herbert Putschler (HP), Wien;
Mana Putz-Willems (MAP), München; Franziska Richard
(FR), Basel; Georg Ueberauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser
(GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

Verlag:
Verlagsleitung: Inis Strebel,
Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaludi,
Stellenservice: Matthias Beyeler, Marc Moser.
Geschäftsanzeigen: Inis Strebel (Verkaufsleitung a.),
Roger Stiemer, Brigitte Weber.
Innendruck: Marc Moser.

Druck:
Büchler Grafico AG,
Druckzentrum Bern.

Auflage:
11'209 Ex. WEMF-beglaubigt 2002,
22'000 Ex. Vertriebsauflage.

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

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

Kontakte:

Adresse:
Mönchjustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

Abonnemente:
Tel. 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Stellenservice:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch

Geschäftsanzeigen:
Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.



INFORMATIQUE / Le système de réservation Descline cède sa place à «Tomas» dans les offices du tourisme romands. **PAGE 3**



FORMATION / La formation continue n'a pas vraiment la cote auprès d'une grande partie des hôteliers de Suisse romande. **PAGE 5**



hotel+tourismus revue

HOTELLERIESUISSE

Nouvelle classification hôtelière acceptée

L'hôtellerie suisse disposera dès 2006 d'un nouveau système de classification de ses établissements. Réunis en assemblée générale la semaine dernière à Olten, les délégués d'hotelleriesuisse ont donné leur aval à un projet novateur à plus d'un titre.

Photo: Miroslaw Halaba



FEU VERT

Les délégués ont accepté la semaine dernière, à une grande majorité, le nouveau système de classification hôtelière.

ment à une proposition de la Société des hôteliers de Genève (SHG), présentée par Charles Bertschy et assez fraîchement accueillie par le Comité exécutif. Opposée au projet, en raison du supplément «Superior» qu'elle estimait notamment difficile à introduire, la SHG avait proposé de le rediscuter. Une démarche que le Comité n'a pas souhaité entreprendre, comme l'a indiqué son président, Christian Rey. Le projet de classification accepté, il s'agira maintenant de mettre au point les formules d'enquêtes (décembre 2003 à décembre 2004) et de visiter les établissements (mai 2005 à avril 2006).

PERSPECTIVES POUR L'ANNÉE 2004

L'assemblée des délégués a aussi été l'occasion pour le président Christian Rey de présenter les perspectives pour 2004. L'année à venir devrait être caractérisée par une modeste reprise économique dont le tourisme devrait profiter. Pour hotelleriesuisse, cette année devra notamment être mise à profit pour renforcer le travail politique à la lueur de la nouvelle donne sortie des urnes en octobre. Son message sera le même que jusqu'ici: le tourisme est «une branche économique d'exportation importante qui exerce une influence positive sur l'image de la Suisse dans le monde entier. Une échéance cruciale est toutefois agendée pour cette année encore. Le 9 décembre, le Conseil national devrait se prononcer sur l'inscription définitive dans la loi du taux spécial de TVA pour l'hébergement. Et Christian Rey de lancer un appel aux membres afin qu'ils contribuent, par leurs contacts, à ce que cet objet passe la rampe du Conseil national.

MIROSLAW HALABA

L'hôtellerie suisse fera bientôt un pas important pour assurer sa compétitivité internationale et inciter les établissements à promouvoir la qualité. Dès 2006, elle disposera d'un nouveau système de classification qui figurera, pour la première fois dans le Guide suisse des hôtels de 2007. La semaine dernière à Olten, les délégués d'hotelleriesuisse ont accepté par 144 voix contre 15 et 8 absentions le projet de révision globale de la classification. Préparé pendant deux ans par une commission présidée par Riet Frey (Davos) ce système sera valable jusqu'en 2011.

PROTECTION ACCRUE DES ÉTOILES

Ce projet (cf. htr du 27 février) a fait l'objet d'une «très large consultation», il a été fait «du point de vue du client» et il est «le fruit du travail de miliciens et non pas de théoriciens», comme s'est plu à le souligner Jacques Pernet,

membre du Comité exécutif. La consultation, à laquelle ont participé une centaine d'hôteliers, a montré que les normes proposées convenaient dans l'ensemble, mais qu'elles avaient aussi donné lieu à des discussions sur quatre points clés. La commission a examiné les suggestions faites et adapté son projet. C'est ainsi que la protection des étoiles a été renforcée dans le règlement d'application. Les organisations touristiques sont notamment tenues de faire figurer séparément dans leur publication les établissements qui se sont eux-mêmes attribués des étoiles.

SUPPLÉMENT «SUPERIOR» MAINTENU

Le supplément «Superior», destiné à différencier les établissements trois, quatre et cinq étoiles au sein d'une même catégorie et qui a fait passablement parler de lui – certains craignant entre autres une confusion inutile auprès du client – a été maintenu. Facultatif, ce supplément devrait concerner les meilleurs établissements de chaque catégorie, soit 10 à 15%, et devrait ainsi honorer les hôtels qui font des efforts pour améliorer leur offre. Ceux-ci seront désignés par une petite

étoile de leur catégorie. Un tel supplément se justifie notamment par le fait que plusieurs groupements d'hôtels suisses ou étrangers ont déjà introduit cette différenciation.

Autre point de discussion les programmes de qualité. Ainsi, le Label de qualité du tourisme suisse ne sera plus obligatoire dans le cadre du supplément «Superior». Toutefois, l'assurance qualité restera un critère déterminant de ce supplément. Le quatrième point de discussion portait sur le contrôle «de la branche par la branche». Pour remédier à ce dilemme, les auteurs du projet ont «expressément» stipulé dans le règlement du système l'autonomie des inspecteurs. Une grande importance sera par ailleurs accordée aux visites des «mystery men» mis en place par les groupements d'hôtels.

PROPOSITION GENEVOISE ÉCARTÉE

Les opinions étant déjà quasiment faites, la discussion sur le nouveau système de classification n'a pas été très longue. S'exprimant au nom de l'Association hôtelière du Valais, le président Joseph Bonvin, a souligné que la notion de supplément «Superior» n'était pas entièrement satisfaisante, mais que son association soutenait le projet. Hotellerie vaudoise s'est aussi prononcée en faveur du nouveau système. Philippe Thuner, son président, a souhaité cependant que l'on abandonne tous labels de qualité pour ne conserver que le système des étoiles d'hotelleriesuisse. Ces avis répondaient en fait implicite-

ment à une proposition de la Société des hôteliers de Genève (SHG), présentée par Charles Bertschy et assez fraîchement accueillie par le Comité exécutif. Opposée au projet, en raison du supplément «Superior» qu'elle estimait notamment difficile à introduire, la SHG avait proposé de le rediscuter. Une démarche que le Comité n'a pas souhaité entreprendre, comme l'a indiqué son président, Christian Rey. Le projet de classification accepté, il s'agira maintenant de mettre au point les formules d'enquêtes (décembre 2003 à décembre 2004) et de visiter les établissements (mai 2005 à avril 2006).

Statistiques: solution en vue

Le maintien de la statistique hôtelière sera-t-il assuré? On peut le penser. Une solution acceptable est, en effet, en préparation. Comme l'ont expliqué le président central Christian Rey et le directeur Christoph Juen, la nouvelle statistique ferait l'objet d'un relevé complet auprès de tous les établissements hôteliers. L'enquête nécessaire à ce relevé se déroulerait sur une base de droit public afin qu'elle soit obligatoire pour tous. Des efforts seront par ailleurs faits pour rendre l'établissement de cette statistique plus rationnelle. Deux problèmes doivent toutefois être réglés: le financement – hotelleriesuisse penche pour une forme semi-publique – et une solution transitoire pour 2004. **MH**

Les autres objets de l'assemblée en bref

D'autres objets ont été traités lors de cette assemblée des délégués.

Comptes: marqué par les difficultés conjoncturelles, l'exercice 2003 d'hotelleriesuisse se terminera sur un déficit de 300 000 francs environ. Le budget 2004 est équilibré.

CCNT: la proposition des hôteliers tessinois de résilier la Convention collective nationale du travail (CCNT) aurait été politiquement inopportune et a été retirée.

Nominations: Joseph Bonvin (Crans-Montana), Hans Leu (Zurich), Pierre-André Michoud (Yverdon) et Roland Odermatt (Engelberg) ont été élus dans l'Organe de contrôle straté-

gique. Urs Hühener (Saint-Moritz) a été réélu. Alex Meyer (Zurich), qui assumait la présidence, et Jürg Musfeld (Meiringen) ont quant à eux quitté cet organe.

Caisse Hotel: les délégués ont élu Ulrich Grete (Zumikon), conseiller fiscal et juridique, à la présidence des institutions sociales Hotel. Ils ont rendu hommage (lire aussi en dernière page) au politiquement sortant, Daniel Krähnenbühl (La Tour-de-Peilz).

Prochaines assemblées: les deux prochaines assemblées des délégués auront lieu du 7 au 9 juin 2004 à Neuchâtel et le 1er décembre 2004 à Berne. **MH**

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

noteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

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

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Vanille Cantine Textile Bagues Ambiance

van Baerle & Ge AG
Schützenmattstrasse 2 - 4142 Münchenstein
Tel. 061 415 91 11 - Fax 061 415 92 22
http://shop.vanbaerle.ch

BANQUETS & MICROS

Restaurant Banquets & Saveurs, Lausanne

Chez eux chez les meilleurs:
systèmes de caisses Micros de **CHECK IN DATA**
Check-In Data 021 632 91 00.

Une nouvelle enseigne sur l'A1

Lully/Estavayer-le-Lac (FR). Comme déjà annoncé dans ces colonnes, la nouvelle chaîne hôtelière Park Inn by Rezidor SAS – chaîne qui dispose de quelque 200 hôtels dans une quarantaine de pays (700 sont prévus en 2012) – a déjà deux enseignes en Suisse, celles-ci remplaçant les Golden Arch Hotels (McDonald's) de Rüm-ling (ZH) et de Lully/Estavayer-le-Lac (FR) sur l'auto-route A1.

L'hôtel broyard commence, ces jours-ci, sa campagne de

(re)lancement sous la houlette d'Eliana Blaque-Belair, directrice des ventes, qui met en avant ce qui a déjà fait la spécificité de cet établissement de 80 chambres (157 lits), dotées d'équipements très sophistiqués pour la clientèle d'affaires, et comprenant six salles de conférences de 4 à 110 places.

Sous le même toit, les hôtes peuvent bénéficier des autres commerces et organisations du Restoroute «Rose de la Broye»: restaurants (McDonald's et Autogrill), supermarchés, bou-

tiques de produits du terroir, office du tourisme... Cet hôtel est aussi le plus grand de toute la région et – situation unique en Suisse romande – il est également accessible par la route cantonale. C'est pourquoi sa publicité mentionne qu'il est au cœur du pays des Trois-Lacs, entre Berne et Lausanne et proche de la piste cyclable «Mittelland Route».

L'établissement s'adresse à une large clientèle automobile de passage, de gens d'affaires et de voyageurs en cars. JS

De Martigny à Zermatt

6e Symposium international du tourisme. Organisé ces deux dernières années à Martigny, le Symposium international du tourisme de Gérald Imfeld se tiendra du 4 au 6 février à Zermatt. Consacré au tourisme dans les Alpes, il réunira notamment Jean-Pierre Sonois, de la CDA, Dick Marty, président de Suisse Tourisme, Urs Kessler, des Jungfrauabahn, et David Syz, du Seco. LM

www.idealp.org

L'EHLite No 4 est paru

EHL. Le quatrième numéro du magazine EHLite*, de l'École hôtelière de Lausanne (EHL) – Institute of technology and Entrepreneurship – est sorti de presse au mois de novembre. Au sommaire, en anglais, une intéressante «Histoire des hôtels» proposée par le consultant Jacques Lévy, une non moins intéressante réflexion sur les spas qui s'avèrent de plus en plus être des sources de revenus non-négligeables pour les établissements hôteliers qui en sont équipés et la fidé-

lité du client envisagée côté employés.

Le magazine consacre par ailleurs un important cahier spécial aux nouvelles technologies (CRM, systèmes intégrés, interfaces d'exploitation) qui sont d'indispensables outils de qualité et de rentabilité. Enfin, le chapitre «création et développement» traite de la lumière comme indispensable élément d'attractivité. JJE

* Le magazine EHLite peut être commandé sous www.ehlite.com

HOTEL CRANS-AMBASSADOR

«Un outil de gestion»

L'Hôtel Crans-Ambassador, à Crans-Montana, a reçu la certification ISO 9001 et ISO 14001. Patrick Bérod, son directeur, explique cette démarche.

MIROSLAW HALABA

Etablissement cinq étoiles de Crans-Montana, l'Hôtel Crans-Ambassador a reçu officiellement mardi la certification ISO 9001 (système de management de la qualité) et ISO 14001 (système de management de l'environnement). C'est le premier hôtel de cette catégorie à recevoir cette double certification obtenue selon le système de management Valais Excellence.



Pour Patrick Bérod, cette double certification apporte de la crédibilité à la branche hôtelière.

«Cette démarche est une suite logique, puisque nous avons déjà reçu le Label de qualité du tourisme suisse de niveau I et le label de niveau II», indique le directeur de l'Hôtel Crans-Ambassador, Patrick Bérod.

La préparation nécessaire aux deux certifications ISO, qui a duré une année, s'est faite avec les instruments d'analyse (programmes informatiques) et un accompagnement de Valais Excellence. Grâce à ce travail, la branche hôtelière dispose maintenant d'un outil de certification adapté à la branche hôtelière. En effet, sur les 46 entreprises qui sont en phase de certification en Valais, deux sont des hôtels.

Pour Patrick Bérod, cette certification est un outil de gestion qui a permis de synchroniser toutes les activités de l'hôtel. Chemin vers l'excellence, elle donne de la crédibilité à la profession, notamment par rapport aux banques. Patrick Bérod souligne toutefois aussi: «La certification ne résout pas les problèmes, mais elle suggère des manières de les aborder.»

Outre la clientèle, la certification a aussi des avantages pour le personnel. «Elle est un fil rouge. Les collaborateurs savent mieux où ils doivent s'investir et dans quel sens doivent aller leurs efforts», explique encore Patrick Bérod.

HÔTELS HISTORIQUES DE SUISSE

Un nouveau groupement en vue

Evoqué depuis plus d'un an, un groupement d'hôtels historiques de Suisse verra le jour en février. Innotour, le fonds de la Confédération visant à encourager l'innovation dans le tourisme, soutiendra ce projet. La décision est tombée à la fin du mois de novembre.

LAURENT MISSBAUER

C'est une excellente nouvelle qui a été communiquée la semaine passée. Innotour a en effet décidé de soutenir financièrement la création d'un groupement d'hôtels historiques de Suisse. Celui-ci sera officiellement présenté en février 2004 avec plusieurs hôtels et restaurants historiques. A la base de ce projet de groupement d'hôtels historiques de Suisse – le nom définitif devrait être Swiss Historic Hotels – figure hotelleriesuisse, l'organisation faitière de l'hôtellerie helvétique.

Christoph Juen, le directeur d'hotelleriesuisse, avait en effet déjà esquissé les premiers contours de ce futur groupement lors de la remise, l'année passée, du titre de l'«Hôtel historique de l'année 2003» à l'Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey. Depuis, hotelleriesuisse n'a guère chômé. Sous la houlette notamment de Jürg Michel, du département de politique économique d'hotelleriesuisse, un groupe de travail visant à préparer le lancement de ce nouveau groupement d'hôtels historiques de Suisse a été créé. Il comprend notamment Peter Kühler, de la société MarkeTeam à

Herrenschwanden-Berne qui s'occupera des activités marketing de ce nouveau groupement, et plusieurs personnes spécialisées dans le domaine de la culture et dans celui du marketing.

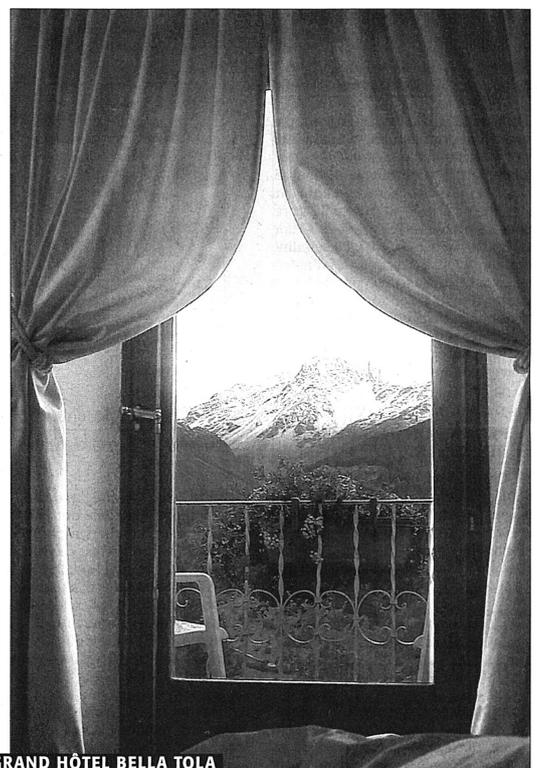
Trois hôteliers, Jürg Thommen, du Bürgenstock Hotels & Resort à Bürgenstock (NW), Martin Küttel, de l'Hôtel Paxmontana à Flüeli-Ranft über dem See (OW), et Claude Buchs, du Grand Hôtel Bella-Tola à Saint-Luc (VS) qui avait été sacré «Hôtel historique de l'année 2001», ont également contribué au développement de ce projet.

HOTELLERIESUISSE: SERVIR ET DISPARAÎTRE

«Notre travail a consisté à jouer en quelque sorte de cobayes dans la grille d'évaluation des différents critères que les hôtels membres de ce nouveau groupement devront remplir. Nous avons également fait part de nos besoins et de nos attentes», a expliqué Claude Buchs. Une fois ce groupement d'hôtels historiques de Suisse sur les rails, hotelleriesuisse se retirera.

«C'est vrai, hotelleriesuisse, avec Martin Küttel, ainsi qu'avec Roland Flückiger, de la section suisse de l'Icomos, le Conseil international des monuments et des sites, a été à l'origine de ce projet, mais il est d'ores et déjà établi que notre association se retirera du projet lorsque celui-ci sera en mesure de fonctionner tout seul; hotelleriesuisse n'entend en effet pas concurrencer les autres groupements hôteliers en étant personnellement impliqué dans un propre groupe», conclut Jürg Michel.

Photo: Laurent Missbauer



GRAND HÔTEL BELLA TOLA

L'année 2004 s'ouvrira sur des nouvelles perspectives pour les hôtels historiques de Suisse. Un groupement national verra en effet le jour au mois de février.

TENDANCES TOURISTIQUES

La Suisse possède de solides atouts

La sécurité et la proposition de nouvelles offres de mobilité sont deux des principales futures tendances touristiques récemment présentées par la CET.

LAURENT MISSBAUER

Le moins que l'on puisse écrire, c'est que plusieurs futures tendances touristiques, présentées par la Commission européenne du tourisme (CET) à l'occasion du salon touristique World Travel Market (WTM) qui s'est tenu à la mi-novembre à Londres, laissent entrevoir des perspectives très intéressantes aux destinations touristiques helvétiques. Parmi ces tendances, on relève celles qui concernent la sécurité, aussi bien au niveau politique qu'environnemental.

«Les attentats terroristes, les guerres, la pollution et les conflits font

malheureusement partie intégrante de notre vie et influencent le besoin de se sentir en sécurité. Cela incite également les touristes à éviter les destinations qui sont perçues comme dangereuses», a relevé la CET.

Selon elle, une des principales conséquences pour le secteur touristique sera la qualité de l'eau, que ce soit celle des lacs, des piscines ou de la carafe que l'on sert à table. L'eau prendra de plus en plus d'importance dans le choix d'une destination et méritera donc une meilleure mise en valeur à l'avenir. Il s'agit là d'un aspect sur lequel Suisse Tourisme a déjà passablement communiqué cette année, notamment en proposant différentes randonnées pédestres au bord de l'eau à l'occasion de l'«Année internationale de l'eau douce».

La valeur ajoutée d'une destination prendra elle aussi toujours plus d'importance, estime la CET. Un soin tout particulier devra être apporté aux

prestations complémentaires. L'augmentation de brefs séjours, en avion ou en train, devrait aller de pair avec la proposition de nouvelles offres de mobilité et entraîner l'augmentation d'entreprises de location de voitures et de vélos. Ici aussi, le partenariat qui lie Suisse Tourisme à Europcar, ainsi que les nombreuses possibilités de louer des vélos dans les gares répondent fa-

vorablement à cette nouvelle demande en matière de mobilité. Enfin, toujours en matière de valeur ajoutée, les touristes seront beaucoup plus critiques que par le passé en ce qui concerne des destinations qualifiées d'artificielles. Selon la CET, les destinations et les hôtels «authentiques» seront davantage recherchés et, là aussi, la Suisse possède de solides atouts.

Les derniers échos du WTM

Visiteurs en hausse: Les chiffres définitifs du WTM sont désormais connus. En tout, ce sont un peu plus de 45 000 visiteurs qui ont été accueillis cette année contre 43 083 il y a douze mois. Le nombre de journalistes a aussi augmenté, il est passé de 2578 à 2757. **Hôtels suisses honorés:** La chaîne Mövenpick a reçu le «WTM Global

Award» pour son expansion au Moyen-Orient où le nombre de ses hôtels est passé au cours de ces dernières années de 13 à 30. Quant à l'Hôtel des Bergues de Genève, il a reçu le «World Travel Award», un trophée qualifié de prestigieux par Ezio Indiani, le directeur de l'Hôtel des Bergues (lire aussi en dernière page). LM

Le SCIB reçoit un mandat de Swiss De l'événementiel aux Mines de sel

Zurich. A partir du 1er janvier, le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), l'organisme spécialisé dans la promotion des congrès, des conférences et des incentives, sera l'agence de congrès officielle de la compagnie d'aviation Swiss, indiquée dans son dernier bulletin d'information, «Newsletter», Suisse Tourisme, coordinateur des activités du SCIB.

«Nous sommes ravis de ce mandat, car il complète la gamme de nos prestations», a déclaré lundi Barbara Albrecht, responsable du SCIB. Ce mandat nécessitera la création d'un demi-poste de travail qui s'ajoutera aux quatorze emplois déjà existants. En signant un contrat avec Swiss, les organisateurs et les participants aux conférences bénéficieront de tarifs privilégiés sur tout le réseau de Swiss. «Pour autant toutefois que la manifestation soit internationale et qu'elle ré-

unisse au moins cinq cents personnes», a précisé Barbara Albrecht. D'autre part, à partir du 1er janvier également, le SCIB deviendra l'adresse centralisée pour les contrats des organisateurs avec la compagnie aérienne, écrit Suisse Tourisme.

La décision d'apporter ou non un soutien à une manifestation par Swiss restera cependant entre les mains de cette dernière. Le SCIB se chargera de la coordination et de la mise en œuvre des contrats avec Swiss. **MH**

Bex (VD). Philippe Benoit, un ancien du Musée olympique de Lausanne, a pris en charge au 1er novembre, le site touristique des Mines de sel de Bex. S'il déclare ne pas vouloir «révolutionner» une maison dont le nombre de visiteurs progresse chaque année de 2 à 3% depuis 10 ans, le nouveau directeur n'en souhaite pas moins «dynamiser» l'exploitation grâce à un projet de développement du tourisme événementiel qui permettrait de maintenir le site ouvert toute

l'année (actuellement uniquement entre mi-avril et début novembre).

L'idée est de mettre à disposition la Taverne du Dessaloir (il y règne une température constante de 18°) à 1500 mètres sous terre pour des sociétés, des séminaires, des mariages ou des fêtes jusqu'à 200 personnes. Reprise l'an dernier par la société des Salines, cette ancienne salle des fêtes accueillait déjà des concerts et des soirées privées. Avec ce nouveau concept, l'objectif de Philippe

Benoit est de diminuer les fluctuations saisonnières (plus de 50% des visites se font entre juin et septembre).

Notons que cette année, deux ouvertures exceptionnelles auront lieu en décembre, le 13, à la Sainte-Barbe, patronne des mineurs, et du 27 au 31 pour une visite quotidienne à 14 h 15. Le site propose encore cinq parcours «Trek-mines» de plusieurs heures dans les tunnels. **JJE**

www.mines.ch

CRÉATION D'EMPLOIS

Anniviers entre dans «movingAlps»

Avec movingAlps et l'appui des collectivités publiques, Anniviers espère voir son économie se développer dans l'ensemble de la vallée.

DANIELLE EMERY MAYOR

Le val d'Anniviers est la première vallée valaisanne à être intégrée dans le projet «movingAlps» de la fondation Jacobs. Le but: permettre à une multiplicité d'entreprises de voir le jour. Martine Antonier, issue des bancs de l'Ecole suisse de tourisme (EST) de Sierre, a été engagée, il y a peu, pour mener à bien la réalisation du projet: «J'habite la vallée et ce projet m'intéressait car il devrait permettre de diversifier l'économie.» Elle pense qu'il faut aussi rester innovateur en matière touristique. Même si ce ne seront peut-être par des projets directement liés au tourisme qui seront soutenus, ce projet devrait en bénéficier. Car qui dit emplois diversifiés dit vallée vivante.

UN ASPECT PÉDAGOGIQUE

Le projet «movingAlps» n'est pas là pour verser des subventions. Il s'agit d'un soutien à l'esprit d'entreprise des habitants d'Anniviers», explique Bertrand Favre, secrétaire de Sierre Région. Un accompagnement dans la réalisation de projets, dans la recherche de financements aussi, «et le label «movingAlps» ouvre de nombreuses portes...

Il y a aussi un aspect pédagogique, dans le sens d'apprendre à faire», pour que le «know-how» ainsi acquis permette aux habitants de tisser leur toile économique eux-mêmes. Martine Antonier avertit qu'il ne faut pas forcément s'attendre à des projets de grande envergure. Dans les Grisons, dans le val Mustert, «movingAlps» a permis d'aider un hôtelier à réaliser un site Internet permettant aux clients d'acheter en ligne les produits du terroir qu'ils ont appréciés durant leur séjour.

RÉALISER LES PROJETS RETENUS

A l'heure actuelle, Martine Antonier organise son bureau à Vissoie avec un collaborateur. «Dès février, nous allons inviter la population à venir présenter les projets.» Puis, un comité de soutien va accompagner la sélection. Il s'agira d'aider ensuite à la réalisation des projets retenus. «La formation dispensée par l'EST m'a donné un bon bagage, notamment une bonne connaissance de la gestion d'entreprise, ainsi que les pistes à suivre pour le financement, comme les crédits LIM, par exemple, sans oublier la connaissance des langues», souligne Martine Antonier qui démarre dans la vie active avec plein d'enthousiasme.

SYSTÈMES DE RÉSERVATION

Exit Deskline, les offices du tourisme romands ont lancé «Tomas»

Lancé en 1999, le système de réservation Deskline est aujourd'hui presque au bout des possibilités de développement. Pour le remplacer, les offices cantonaux romands lancent «Tomas», un système ouvert à tous via un simple navigateur Web.

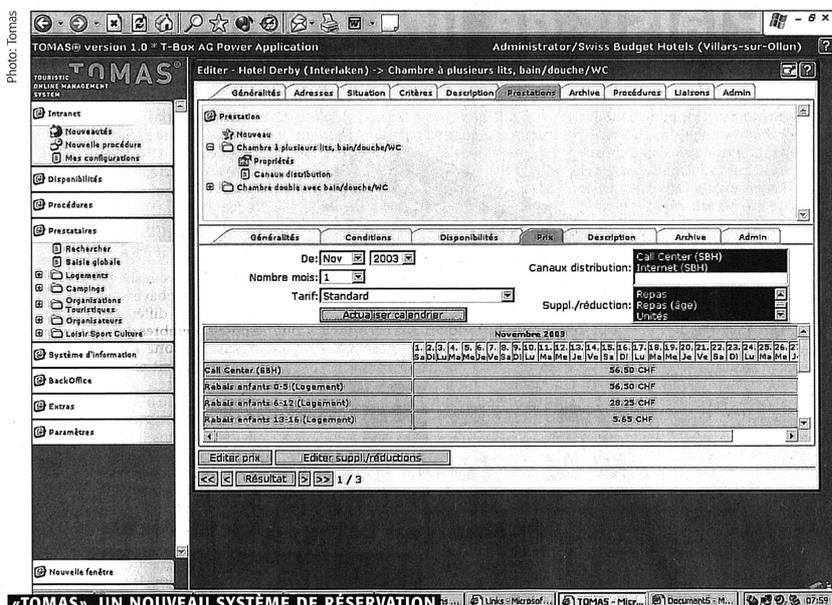
JEAN-JACQUES ETHENOZ

La loi de Moore qui postule qu'en matière informatique les performances des composants et du matériel doublent tous les dix-huit mois se vérifie aussi en termes de logiciel. Le monde touristique romand le démontre en cette fin d'année. A l'initiative de offices cantonaux, dix-sept destinations, de Genève à Grächen en passant par Neuchâtel, abandonnent – ou vont abandonner – Deskline au profit de «Tomas», acronyme de Tourist online Management System, beaucoup plus convivial et opérable via un simple navigateur Web (voir encadré).

Ce n'est pourtant pas que Deskline n'ait pas satisfait ses utilisateurs, plus simplement, à l'usage, il a démontré ses limites: manque de convivialité – nous l'avions souvent souligné – lourdeur des processus de mise à jour, lacunes dans l'interopérabilité (les liaisons avec d'autres systèmes), charges financières lourdes, voire insupportables pour des petites et moyennes destinations. Si lors de son lancement, il était incontestablement le meilleur système du marché, les progrès de l'informatique font qu'il apparaît aujourd'hui comme un «dinosaur». Cela d'autant plus que, selon un spécialiste, Feratel, la maison autrichienne qui a racheté il y a deux ans Tourist online, le concepteur de Deskline, a surtout souhaité exploiter le programme existant jusqu'au bout sans trop se soucier de développement.

DES FRAIS D'EXPLOITATION TRÈS INFÉRIEURS

Les limites ont donc très vite été atteintes, admettent aujourd'hui les partisans du nouveau système. Tomas a d'ailleurs été envisagé, et commandé, il y a plus de deux ans à la société Tourism Data Shop, créée à Villars par Robert Michel. «Même s'il fut un succès, nous avons très vite vu les limites de Deskline. Il fallait donc envisager un système plus ouvert», rappelle Yvan Aymon, directeur-adjoint de Valais Tourisme et membre du Groupe IT de Suisse tourisme. Et ce système plus ouvert doit être en mesure d'intégrer très vite les fonctions qu'exige un marché moderne, ce qui ne semblait malheureusement plus



«TOMAS», UN NOUVEAU SYSTÈME DE RÉSERVATION
 La société Kudelski, déjà propriétaire de Ticket Corner ainsi que des systèmes Ski Data et Sport Access, devrait intégrer «Tomas» à une offre complète. Cela même si, aujourd'hui, aucune déclaration n'a été faite officiellement.

être le cas de Deskline. Cela d'autant plus que les frais d'exploitation (les licences notamment) s'avéraient très élevés pour les petites et moyennes destinations (en dessous de 2000 lits). Autre difficulté, celle d'intégrer la paratourisme. Rien de tout cela avec Tomas qui reste ouvert à tout et dont les frais d'exploitation sont inférieurs jusqu'à 50%.

KUDELSKI HÉBERGE LE CENTRE DE CALCUL

A une telle entreprise, il fallait un financement. Pour l'essentiel, ce sont les offices genevois, vaudois et valai-

sans qui y ont participé à hauteur d'un peu plus de 100 000 francs, alors que la société Kudelski – qui héberge le centre de calcul – doit au moins avoir fourni quelques compétences, de même qu'Informix, une société internationale spécialisée dans les bases de données orientées objet, mais sans qu'on sache précisément à quelle hauteur. Seule certitude, Kudelski, déjà propriétaire de Ticket Corner et des systèmes Ski Data et Sport Access, devrait très vite faire jouer la «convergence» et intégrer Tomas à une offre complète, même si aujourd'hui aucune déclaration n'est faite officiellement.

Du côté de Suisse Tourisme la nouvelle offre ne laisse pas indifférent. «Nous avons suivi son développement et nous savons que le système est bon, mais nous attendons qu'il ait démontré sa fiabilité sur un plus long terme et à plus grande échelle avant d'envisager l'adopter et le proposer à des destinations en Suisse alémanique», déclare, prudent, Thomas Winkler, responsable du domaine web-marketing. L'attente, il est vrai, n'est pas dommageable pour personne... grâce à Tomas qui peut d'ores et déjà intégrer les données de Suisse tourisme, comme il le fait déjà pour le calendrier des manifestations.

Un seul système, de la réservation au «back-office»

«Convivialité». C'est aujourd'hui le maître-mot de tout programme informatique. Et à cette aune, il faut bien dire que «Tomas» est réussi. Tout y a été pensé dans le but de faciliter le travail de l'utilisateur. Tout y est visible, immédiatement perceptible grâce aux nombreuses options offertes par les menus déroulants. Cela signifie que toutes les données ont été préalablement saisies.

«à jour qui seront prises en compte par la base de donnée centrale. De là, le système se comprend simplement. Ainsi, grâce à son navigateur Web (Netscape, Outlook, Safari, etc.), l'utilisateur a accès aux données qui le concernent. Il peut chercher hébergement et prestations, choisir, commander, payer en ligne. Du côté des prestataires et selon le degré d'autorisation d'accès défini par l'administrateur du système, on accède tout aussi simplement à ses propres données.

L'hôtelier modifiera à loisir ses contingents, les remontées mécaniques actualiseront leurs offres, l'employée de l'office du tourisme mettra à jour la liste des manifestations, réservera peut-être des billets, des nuitées, des prestations avec tous les avantages que cela suppose puisque, toujours selon le degré d'autorisation d'accès, ces opérations seront possibles où que l'on soit, Lausanne pouvant réserver à Montreux, à Genève ou ailleurs. On imagine facilement toutes les possibilités qu'offre «Tomas», sachant encore qu'il englobe des modules de gestion et de «back-office».

JJE



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

Plaisir de lire et de conduire

Les nouvelles ont toujours la cote: Lisez la publication d'hotelleriesuisse



hotel+tourismus revue

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

- ① **Abonnement à l'essai (10x)**
Fr. 25.- (au lieu de Fr. 43.00)
- ② **Abonnement annuel (51x)**
Fr. 145.- (au lieu de Fr. 219.30)
- ③ **Abonnement de deux ans**
Fr. 255.- (au lieu de Fr. 438.60)

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

Coupon «gagnez & profitez»

Oui, je commande au prix spécial:

- Abonnement à l'essai Fr. 25.- (au lieu de Fr. 43.00)
- Abonnement annuel Fr. 145.- (au lieu de Fr. 219.30)
- Abonnement de deux ans Fr. 255.- (au lieu de Fr. 438.60)

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



Envoyez de suite la carte: hotelleriesuisse, Service des abonnements, Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 Berne
 Vous participerez ainsi automatiquement au tirage au sort d'un smart city-coupé & pure d'une valeur de Fr. 13'490.-.
 Appelez-nous (031 370 42 22) ou envoyez-nous un e-mail (abo@swisshotels.ch).

Détacher ici

Prénom: _____

Nom: _____

Entreprise: _____

Fonction: _____

Rue/no: _____

NPA/lieu: _____

Téléphone (la journée): _____

E-mail: _____

Je participe uniquement au tirage au sort.

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

HÔTELIERS ET FORMATION CONTINUE

Les Romands ont de la peine à s'engager

La formation continue n'a pas vraiment la cote auprès d'une grande partie des hôteliers de Suisse romande. En cause, la crise que traverse le secteur, le manque de moyens, de temps et de collaborateurs, mais également l'esprit romand qui serait plus pragmatique.

GENEVIÈVE ZUBER

La formation continue: un concept dans l'air du temps, une nécessité pour rester dans le coup à entendre le discours ambiant. Il en est beaucoup question dans le domaine du tourisme. Quasiment pas un congrès, pas un symposium sur l'avenir du secteur sans que soit martelée l'importance de la formation continue pour faire face aux grandes mutations qui agitent l'industrie touristique.

Sur le terrain toutefois, la réalité est tout autre dans l'hôtellerie-restauration. Loin de prendre de l'essor, la formation continue régresse en Romandie. Responsable du siège romand d'hotelleriesuisse, Jean-Michel Illi explique qu'après la démission du responsable de la formation continue, il y a trois ans, son poste n'a tout simplement pas été pourvu, étant donné le peu d'intérêt des hôteliers. «Pour réunir une douzaine de participants à notre séminaire pour chefs d'entreprise, il fallait prendre son bâton de pèlerin, visiter les hôteliers un à un, les rappler...» Rien à voir avec la Suisse allemande où le même séminaire réunit facilement 30 à 40 personnes.

DE NOMBREUSES OFFRES, MAIS PEU DE DEMANDES

Etant donné la situation, le siège romand d'hotelleriesuisse s'est donné une nouvelle vocation en matière de formation continue. Désormais, il fait office de coordination entre les offres nombreuses et variées de cours, de modules et de séminaires proposés par le centre patronaux, les écoles et autres instituts spécialisés. Cours d'accueil téléphonique – une des offres qui semble marcher «le moins mal» –, de langues, d'informatique, de

marketing ou sur les nouvelles technologies de l'information... Le marché propose une grande palette de possibilités, de l'avis de Jean-Michel Illi, qui précise que le siège romand est à même d'indiquer aux hôteliers les meilleures offres. Mais, avec un appel par semaine en moyenne, le service n'est pas vraiment débordé.

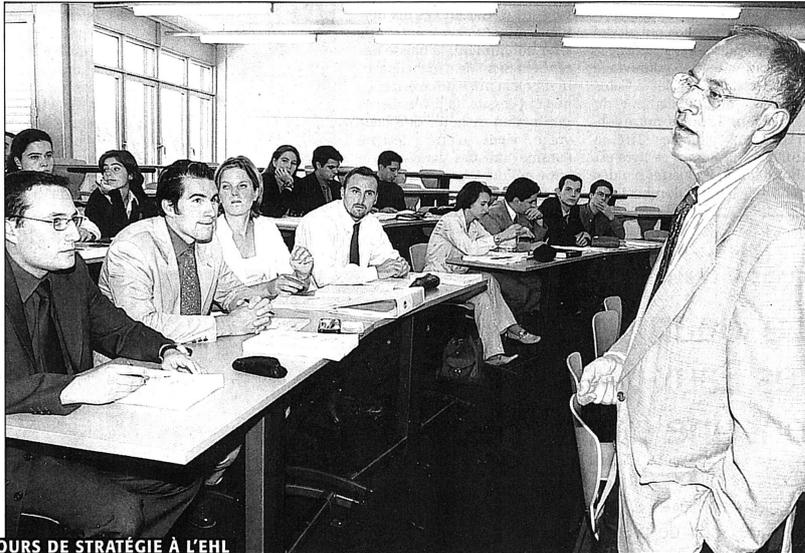
Au siège romand de «Hotel & Gastro formation» à Morges, le bilan est à peu près semblable. Destiné aux employés sans certificat fédéral de capacité (CFC) mais désirant monter en grade, le cours Perfecto est en perte de vitesse. Il y a dix ans, les participants, une septantaine, se répartissaient en six ou sept sessions par an. Aujourd'hui, cette offre en formation continue, qui permet par exemple à une femme de ménage de devenir gouvernante d'étage, se résume à une seule et unique session annuelle réunissant péniblement une douzaine de participants.

FORMATION CONTINUE À DEUX VITESSES?

En ce qui concerne le management et la formation permanente des cadres, hotelleriesuisse s'appuie sur l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). En tant que haute école spécialisée (HES), elle a d'ailleurs une mission obligatoire de formation continue, mission qu'elle ne peut remplir auprès des hôteliers romands... faute de participants. Les fameuses sessions d'été d'une semaine HMSP (Hospitality management summer programme) et les cours décentralisés dans les entreprises n'intéressent en principe qu'une clientèle internationale ou des hôteliers d'outre Sarine. Même les conférences régulièrement organisées par l'EHL ne sont pas vraiment suivies. «Pourtant, elles sont passionnantes et je ne peux que les recommander aux hôteliers», estime Jean-Michel Illi.

Les causes de ce désintérêt romand? L'offre ne correspondrait-elle pas à la demande? Ce qui est sûr, c'est qu'au chapitre de la formation continue, il y a comme une barrière de röstis. Les Alémaniques sont «plus disciplinés, plus méticuleux», «ils ont besoin de s'appuyer sur une documentation, même s'ils ne la consulteront plus». Alors que les Romands, «plus pragmatiques», cultivent peut-être d'autres

Photo: EHL/S. Romneu



COURS DE STRATÉGIE À L'EHL

Les cours de formation continue sont plus nombreux en Suisse allemande qu'en Suisse romande.

formes de formation continue, plus informelles, avance Samuel Salvisberg, de la direction générale de l'EHL: discuter avec des collègues ou visiter leur établissement...

Mais il y a aussi la conjoncture: des nuitées en baisse, des hôtels qui ont réduit leur personnel et qui ne peuvent plus se permettre ce type d'absence surtout s'ils tournent avec peu d'employés, des patrons eux-mêmes au four et au moulin, mais également le coût de ces formations. Aussi, on comprendra pourquoi ce sont surtout les hôtels familiaux, les deux et les trois étoiles, qui se passent de formation continue, ces petites structures qui forment le gros du tissu hôtelier.

Mais pour les autres, les grands établissements et ceux appartenant à ces chaînes, la réalité est différente. Directeur du Noga Hilton de Genève et président des hôteliers genevois, Eric Kühne explique que chaque groupe international a son propre système de formation continue. «Tous les

mois, des employés de mon établissement se rendent à l'étranger pour des cours spécifiques qui réunissent des collègues de Hilton de différents pays.»

Alors, formation continue à deux vitesses en Romandie? Il s'agit tout de

même de nuancer, selon Jean-Michel Illi, car, dans les petits hôtels de structure familiale, le patron, proche de ses employés, peut jouer ce rôle de formateur... mais la qualité de son enseignement dépendra de son propre intérêt à se former et de son ouverture.

Les soucis des professionnels valaisans

L'hôtellerie-restauration valaisanne est considérée comme pionnière en matière de formation et de formation continue. Pourtant les différents cours et séminaires sont loin de faire le plein. En 2002, le cours cantonal de cafetier et hôtelier, qui dépend de l'Ecole suisse de tourisme, a lancé une nouvelle offre: un programme de formation continue avec 35 offres différentes envoyées à 1500 exemplaires, à tous les professionnels du secteur. Résultat: un seul et unique cours organisé (sur les salaires et les charges sociales), mais

à l'arraché, avec quatre participants. Commentaire de Joseph Bonvin, le président de l'Association hôtelière du Valais: «C'est un métier que tout le monde pense facile et ceux qui le pratiquent aussi!» Comme le responsable du cours cantonal, François Gessler, il craint l'issue des débats sur la nouvelle loi sur l'hôtellerie-restauration. Il n'est pas sûr en effet que les redevances soient exclusivement affectées à un fonds qui permettrait notamment d'organiser une formation continue gratuite. GZ

CERTIFICAT «PATRIMOINE ET TOURISME»

L'université forme des guides touristiques

Le certificat «Patrimoine et tourisme» de l'Université de Genève s'est élargi à tous les cantons de la Suisse romande. Cela, dans le but de «mieux répondre aux besoins des professionnels actifs dans les milieux du tourisme et de la culture».

DANIELLE EMERY MAYOR

«Par l'élargissement de ce certificat, l'Université de Genève désire enrichir un réseau de compétence et favoriser une meilleure synergie entre les différents cantons romands dans le domaine du tourisme, de la découverte des patrimoines et de la diffusion des cultures locales et régionales», affirme la directrice Leïla El-Wakil. Cette formation continue existe depuis cinq ans. Elle est même un passage obligé pour les guides officiels de Genève Tourisme.

Patrimoine et Tourisme a démarré les deux nouveaux modules Valais et Fribourg durant ce semestre d'hiver;

les modules Vaud et Neuchâtel débutent dès mars prochain. Globalement, le programme touche la culture, l'histoire et l'histoire de l'art régionale de Suisse romande et aussi un peu de France voisine. On y apprend les techniques

de communication et d'exposition en public. L'objectif est également d'élargir le champ des connaissances traditionnelles sur la Suisse romande en recherchant de nouveaux objets susceptibles de deve-

nir des ressources touristiques.» Yolande de Mural, coordinatrice, explique que cette formation continue est destinée aux guides touristiques, mais pas seulement: il y a des guides de musée, des personnes travaillant dans des institutions culturelles privées ou publiques, touristiques, hôtelières. Au terme du cursus (qui dure une année académique mais qui peut se suivre module par module), l'étudiant passe un examen et obtient un certificat. «Mais on peut aussi suivre les cours en tant qu'auditeur et recevoir une attestation de présence, ou de participation, sanctionnée par un examen final.» Coût du cours complet: 4400 francs pour les dix modules de 40 heures chacun (ou 900 francs par module). Sont admis les personnes ayant une licence universitaire, mais la porte est aussi ouverte à tous ceux qui peuvent justifier une formation équivalente.

UN MÉTIER PAS TOUJOURS RENTABLE

Si ce genre de formation répond aux besoins de grandes villes comme Genève, ce n'est pas forcément le cas ailleurs. Eddy Peter, dont l'office du

tourisme qu'il dirige fait appel à dix-sept guides, fait remarquer que la personne titulaire du certificat «Patrimoine et tourisme» doit pouvoir valoriser sa formation: mais un guide, en Valais en tous cas, ne peut guère vivre de son travail. S'il trouve cette formation académique de qualité, Eddy Peter pense toutefois qu'elle est un peu trop chère en regard des possibilités de travail dans une région comme le Valais.

Dès son arrivée à la direction de Sion Tourisme en 1989, Eddy Peter a mis en place une formation spécifique destinée aux guides séduits pour qu'ils disposent des éléments nécessaires à leur travail dans la région. «Nous pouvons aussi travailler avec les tours-opérateurs et leur proposer quelques guides capable d'accompagner un groupe depuis Genève jusqu'en Valais, et expliquer aux visiteurs la région qu'ils traversent.» Pour Eddy Peter, comme pour les responsables de la formation académique genevoise, le guide est un excellent ambassadeur, il faut donc soigner sa formation.

Photo: ASI



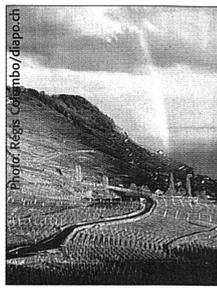
VISITES TOURISTIQUES AU PALAIS FÉDÉRAL

La formation «Patrimoine et tourisme» n'est pas seulement destinée aux guides touristiques mais aussi aux personnes travaillant dans des institutions publiques.

Regard sur les vignobles suisses

Lausanne. Un nouvel ouvrage, intitulé «Vignobles suisses» vient d'être mis sur le marché par les éditions Favre, à Lausanne. C'est le premier livre de référence consacré aux vignobles helvétiques qui ait été publié depuis dix ans, date de la publication de l'ouvrage «Connaissance des vins suisses», indique l'auteur du texte, Pierre Thomas, notre correspondant viticole. Tiré à 13 000 exemplaires, ce livre est abondamment illustré par des photos de Régis Colombo. Des-

tiné aux amateurs de beaux livres, mais aussi aux amateurs de vins, l'ouvrage explique les changements «révolutionnaires» qu'a connus la viticulture suisse durant ces dix dernières années. Et son auteur de citer notamment: la baisse des rendements, le réencépagement ou la prise de conscience de la nécessité de diversifier la production. A noter que l'ouvrage vient d'être désigné comme un des lauréats du «Gourmand World Cookbook Award 2003». **MH**



«Conciliant et de bon conseil»

Oltén (SO). «Une personnalité attachante, manifestant une saine confiance». Un président «conciliant et de bon conseil». Ce sont quelques-uns des qualificatifs que le directeur des Institutions sociales Hotela, Jean-Paul Genoud (à dr. sur la photo), a utilisés, jeudi dernier, lors de l'assemblée des délégués d'hôteliers suisses, pour rendre hommage à Daniel Krähentühl (à g.). L'ancien président d'Hôtellerie vaudoise quittera, en effet, sur sa demande, à la fin de l'année, la

présidence des Institutions sociales Hotela qu'il a occupée pendant trois ans. Jean-Paul Genoud a relevé que durant cette période les caisses Hotela ont dû s'adapter aux nombreux changements intervenus dans le paysage des assurances sociales suisses. Pour succéder à Daniel Krähentühl, les délégués ont élu, pour trois ans, Ulrich Grete. Agé de 61 ans, docteur en droit, le nouveau président est un spécialiste des assurances sociales et des placements. **MH**



GUIDE MICHELIN

Le «Jaan» et les Eaux-vives ont une étoile

L'édition 2004 du Guide Michelin consacré à la Suisse vient de sortir de presse avec deux promotions en Suisse romande.

■ **LAURENT MISSBAUER**

Le Guide Michelin – tel est à nouveau son nom à partir de 2004 après s'être appelé sans trop de succès «Guide rouge» ces dernières années – est sorti de presse en début de semaine avec quelques nouveautés. Parmi celles-ci, on note deux nouveaux pictogrammes qui permettent de mettre en évidence les établissements qui disposent d'une carte des vins «particulièrement intéressante» et d'un «bel espace de bien-être et de relaxation».

Au niveau des promotions «étoilées» en Suisse romande, on relève que le Restaurant «Jaan» du Montreux Palace et le Restaurant du Parc des Eaux-Vives à Genève ont été promus et disposent désormais d'une étoile. Il en va de même à Fribourg pour le Restaurant «Le Pérolles» de Pierre-André Ayer. On notera cependant que celui-ci avait déjà une étoile lorsqu'il était à la Fleur de Lys, en basse-ville, et qu'il ne l'avait perdue qu'à la suite de son déménagement.

DE NOUVEAUX HÔTELS «À PETIT PRIX»

«Le Guide Michelin, ce n'est cependant pas seulement les grandes tables et les grands hôtels, ce sont aussi tous les autres établissements signalés pour leur excellent rapport qualité-prix», relève Michelin Suisse. Le guide helvétique recense ainsi des hôtels à moins de 65 francs en single et à moins de 95 francs en double. Il en va de même pour des restaurants dont les premiers menus sont à 17 francs.

Au niveau des hôtels «à petit prix» (moins de 180 francs), qui sont signalés par un Bibendum bleu sur un oreiller, on note les nouvelles entrées suivantes en Suisse romande: l'Hôtel du Cheval Blanc (Bulle/FR), l'Hôtel du 1er Mars (La Chaux-de-Fonds), l'Hôtel du Cèdre (Bex/VD) et l'Hôtel de Commune (Rougmont/VD).

Photo: Hôtel des Bergues



LES CADRES DE L'HÔTEL DES BERGUES

De g. à dr.: Caroline Cerny (Responsable des banquets), Giorgio De Piantè (Directeur de la restauration), Béatrice Cucu (Responsable de la réception), Ezio Indiani (Directeur général), Orlando Modolo (Premier concierge), Christine Dettwiler (Directrice de l'hébergement), Alexandra Bernhard (Directrice des ventes et du marketing), José Soriano (Hotel manager), Hervé Laborde (Directeur financier) et David Félisz (Chef exécutif).

WORLD TRAVEL AWARDS 2003

Une nouvelle distinction pour l'Hôtel des Bergues de Genève

Lauréat du «Hermes Award de l'industrie hôtelière mondiale» à la fin 2002, distingué ce printemps par le «Five Star Diamond Award», Ezio Indiani, le directeur général de l'Hôtel des Bergues de Genève, vient d'être également honoré par le «World Travel Award».

■ **LAURENT MISSBAUER**

En l'espace de douze mois, l'Hôtel des Bergues de Genève a été distingué à trois reprises par des organisations internationales. Si les deux premières

distinctions, le «Hermes Award» et le «Five Star Diamond Award», ont avant tout consacré Ezio Indiani en tant que directeur, le «World Travel Award» a en revanche récompensé l'Hôtel des Bergues dans sa globalité en tant que «Meilleur hôtel de Suisse».

Décerné lors du récent World Travel Market (WTM) de Londres par les éditions World Travel Group, ce prix tient compte des votes de quelque 16 000 agents de voyages européens qui prennent notamment en considération le traitement des réservations, l'accueil du client et le confort de l'établissement, a expliqué Ezio Indiani. «Ce prix nous a fait particulièrement plaisir car nous ne savions même pas que nous faisions partie des nominés», a précisé le directeur général de

l'Hôtel des Bergues. Le fait que ce prix ait été accordé à l'hôtel dans sa globalité et non pas au directeur a également été jugé très important par Ezio Indiani: «Un tel prix récompense avant tout l'excellent travail réalisé par mon équipe. Pour remporter une telle distinction, nous avons vraiment besoin de tous les collaborateurs, pas seulement de ceux qui sont au contact de la clientèle, mais aussi de tous ceux qui travaillent dans les coulisses.»

On relèvera enfin que le projet définitif de rénovation de l'Hôtel des Bergues sera déposé au mois de janvier. «Si tout se déroule comme prévu, les travaux pourront débuter au mois d'octobre ou au mois de novembre de l'année prochaine», a encore ajouté Ezio Indiani.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Stations de ski: une comparaison entre la Suisse et l'étranger. Un consultant suisse a commencé il y a trois ans une enquête comparative entre les remontées mécaniques suisses, autrichiennes et allemandes. Aujourd'hui, il fait part des résultats de son enquête et constate que les entreprises de remontées mécaniques suisses sont certes bien présentes sur Internet, mais que les entreprises autrichiennes sont beaucoup plus actives au niveau commercial. Elles possèdent davantage d'hôtels et sont moins confrontées au phénomène des «lits froids» que leurs homologues helvétiques. Enfin, les remontées mécaniques suisses doivent composer avec des salaires plus élevés et un enneigement artificiel moins important qu'en Autriche. Au Tyrol, par exemple, 40% du domaine skiable est enneigé artificiellement. **Page 4**

Un pain spécial pour se démarquer de la concurrence. Rares sont les restaurateurs qui fabriquent eux-mêmes leur pain. Or, des pains spéciaux, voire des pains nobles, s'avèrent très intéressants pour se profiler et se démarquer ainsi de la concurrence. A Winterthur, au Château de Wülflingen, les propriétaires Christine et Rolf Aberli lui consacrent quotidiennement eux-mêmes différentes sortes de pain, au maïs, au lard, aux olives ou aux tomates. La création de formes de pain plus ou moins fantaisistes peut également constituer un élément de décoration très apprécié au restaurant. **Page 14**

De nouveaux concepts de restauration. Tout n'a de loin pas déjà été inventé en matière de concepts de restauration. On en a encore un récemment la preuve avec la remise en Allemagne des «Palms d'or du Leaders Club». Organisés par plusieurs centaines de professionnels de la restauration et de représentants de fournisseurs de restaurants, ce concours a vu l'«Archeon Gefsis», un concept de restaurant grec de Düsseldorf, et le «Karma Public Livingroom», un restaurant de Fribourg en Brigau à la fois lounge et jardin asiatique, se sont vu décerner les «Palms d'or de l'innovation». Le concept de l'«Archeon Gefsis» – le grec original et authentique en got – a plu pour ses mets «sains», prépare notamment avec du miel plutôt qu'avec du sucre et de l'huile d'olive en lieu et place de crème. Le Restaurant Globus Bellevue de Zurich avait aussi été retenu pour participer à ce concours. **Page 17**

ABONNEMENTS

Je désire recevoir
l'hotel+tourismus revue htr
chaque jeudi dans ma boîte
aux lettres.
Je souhaite le mode de
paiement suivant:
 24 mois Fr. 250.-*
 12 mois Fr. 145.-*
 6 mois Fr. 87.-*
 abonnement
d'essai Fr. 25.-*
Pour l'étranger, tarifs sur
demande. * TVA comprise

Nom/Prénom: _____
Entrepri: _____
Rue/No: _____
NPA/Localité: _____
Téléphone: _____
E-Mail: _____

Veuillez renvoyer le coupon complété à:
hotel+tourismus revue htr, abonnements,
Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne,
abo@swiss-hotels.ch.

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Editeur: Société suisse des hôteliers Genève/Le Zuber (GZ), Valais.
Médiateur: Dr Peter Küller (PK).
Édition: Chiffre d'édition: Iris Strelbel.
Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Casali.
Annonces: Matthias Beyeler, Marc Moser.
Publicité: Iris Strelbel (Chef de vente a.), Birgit Weber.
Administration: Marc Moser.
Rédaction: Rédacteur en chef: Marietta Dedual (MD)
Rédacteur en chef adjoint: Miralav Haliba (MH)
Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)
Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne
Tirage: 11 209 Ex. contrôlés REMP 2002, 22 000 Ex. imprimés.
Prix de vente: (TVA incl.)
Vente au numéro Fr. 4.50, Abonnement 1 an Fr. 145.-
ISSN: 1424-0440

Organe officiel de:
– Verband Schweizer Tourismus Direktoren und Direktoren (VSTD)
– Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (EUDREX)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers Restaurateurs SHV (VDH)
– Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Tourismus (SP)
– Schweizer Badekurorte (VSB)
– Schweizer Kurthäuser (VKH)
– Swiss International Hotels (SIH)
– Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AIRC)

Contacts:
Adresse: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction (Lettres de lecture, People, etc.):
Tél. 051 370 42 16, Fax 051 370 42 24.
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch
Abonnements:
Tél. 051 370 42 41, Fax 051 370 42 23.
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Annonces:
Tél. 051 370 42 42, Fax 051 370 42 25.
E-Mail: msa@swiss-hotels.ch
Publicité:
Tél. 051 370 42 43, Fax 051 370 42 23.
E-Mail: msa@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch

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

stellen revue marché de l'emploi

htr

DER GRÖSSTE STELLENMARKT DER BRANCHE / LE PRINCIPAL MARCHÉ DE L'EMPLOI DE LA BRANCHE
hotel+tourismus revue

Duc de Rohan

Für unseren renomierten Restaurationsbetrieb in der klassizistischen Villa Zambail in Chur suchen wir per Frühjahr 2004

Pächter/in oder Pächterpaar

Das Duc de Rohan, Stammhaus von 10 Serviceclubs, verfügt über zwei Restaurationsbetriebe, das gediegene Restaurant mit 14 Punkte GaultMillau, das trendig - unkomplizierte pinot Noir im alten Kellergewölbe mit einer Bar, den Bankettsaal, eine wunderschöne Gartenterrasse mit altem Baumbestand sowie diverse Seminarräume.

Wir bieten Ihnen einen sehr gut eingeführten Betrieb mit eingespieltem Team zu einem fairen Pachtzins inkl. Kleininventar.

Sind Sie initiativ und bereit, unsere anspruchsvolle Gästeschaft zu verwöhnen, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Cornelia Crüzer
Duc de Rohan



159137

Duc de Rohan - Masanserstrasse 44 - 7000 Chur - Tel 081 252 10 22 - www.ducderohan.ch



HOTEL SEEROSE
CLASSIC & ELEMENTS

Das Hotel Seerose am Hallwilersee hat Tradition. Als beliebtes Ausflugsziel ebenso wie für Seminare oder Bankette. Mit dem im Mai 2003 eröffneten 4-Sterne Designhotel «Elements» schreibt es weiter Geschichte. Gesamthaft 60 Zimmer sowie Seminar- und Bankettsäle von 10 bis 250 Personen stehen zur Verfügung. Deshalb suchen wir Verstärkung, per sofort oder nach Vereinbarung:

LEITUNG HOTEL & SEMINAR

Sie bringen die Erfahrung mit, um mit uns in der «Super League» eine führende Rolle zu spielen. Mit Verkaufstalent, Führungskompetenz und Begeisterung sind Sie der/die Ansprechpartner/in für unsere Seminarkunden aus der ganzen Schweiz.

Senden Sie Ihre Bewerbung per Post oder Mail an
Herr Mario von Schroetter, E-Mail: mschroetter@seerose.ch



HOTEL SEEROSE
AM HALLWILERSEE
5616 MEISTERSCHWANDEN
TEL. +41 (0)56 676 68 68
FAX +41 (0)56 676 68 88
WWW.SEEROSE.CH
HOTEL@SEEROSE.CH

159127



Mitten in Schaffhausen steht unsere Spaghetti Factory Alte Post; ein einladender, lebhafter Betrieb mit einer wunderschönen, grossen Gartenterrasse.
(Rest. 96 SP, Terrasse 100 SP, 2,3 Mio. Umsatz, 16 MA)

Wir suchen per mitte Januar 2004 oder nach Vereinbarung eine(n)

GeschäftsführerIn

Sie besitzen eine fundierte gastronomische Ausbildung, haben Organisationstalent, arbeiten mitarbeiterInnen- und ergebnisorientiert und sind mit Herz und Seele GastgeberIn. Idealerweise waren Sie bereits in einer vergleichbaren Position tätig und fühlen sich mit der Italianità verbunden. Sie interessieren sich für ein systematisiertes Konzept und setzen die vorgegebenen Qualitätsstandards um.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto:

Bindella Terra Vite Vita SA
Nicole Kreyenbühl **Human Resources**
Hönggerstrasse 115, 8037 Zürich
Tel 01 276 62 24
nicole.kreyenbuehl@bindella.ch www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

159146

Mitdenkend, selbständig und einsatzfreudig

stellen wir uns unseren neuen Stellvertreter des Geschäftsführers vor. Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen jungen und motivierten

Stellvertreter des Geschäftsführers

Dein Aufgabenbereich:

Du arbeitest mit dem Service-Team an der Front und übernimmst die Verantwortung für verschiedene administrative Arbeiten. Bei Abwesenheit des Geschäftsführers bist Du Ansprechpartner für sämtliche Belange des Betriebes.

Was Du mitbringst:

Abgeschlossene Hotelfachschule oder abgeschlossene Berufsausbildung im Gastronomiebereich sowie mindestens 5 Jahre Berufserfahrung. Von Vorteil ist wenn Du Erfahrung als Bartender mitbringst. Alter zwischen 23 und 33 Jahre. Belastbarkeit, Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein sind Voraussetzungen für diese Tätigkeit.

Was Dich erwartet:

Themenrestaurant in der St. Galler Altstadt auf drei Etagen, grosser Garten und Barbetrieb. Junges, aufgestelltes Team. Weitere Infos über unser Restaurant findest Du unter www.starsandstripes.ch.

Auf Deine schriftliche Bewerbung freut sich:
Christian Mahrer, Stars and Stripes
Oberer Graben 27, 9000 St. Gallen

359070

Zum roten Löwen

Hotel - Gasthof - Hildisrieden



Die gepflegte Gastlichkeit - mit der persönlichen Note!
www.hotel-roter-loewen.ch

Geleitet durch über 400 Jahre traditioneller Gastfreundschaft haben wir den Hotel-Gasthof zum roten Löwen in Hildisrieden wiederum zu einem gastronomischen Treffpunkt aufgebaut.

Wir, Julia und Georg Wieser, haben uns zu einer neuen Herausforderung entschlossen und suchen ein

Gastgeber-Paar

Nun suchen wir auf März 2004 unsere Nachfolger, ein **Wirtepaar mit Ambitionen, Liebe und Freude**, welches zum «Leuen» Sorge trägt und ihn weiterhin in seinem Charakter erhält.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen und unseren motivierten Mitarbeitern gerne ein partnerschaftlicher Patron sein möchten, schicken Sie uns Ihre Unterlagen.

Julia und Georg Wieser-Roos
Telefon 041 460 33 66

158990

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

SOMMAIRE: Suisse romande 8 / Marché international 9 / 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**

Beratung
Selektion
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco
HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emplois
en page 3.



Making
people successful

AG
ACTIVE GASTRO ENG
Sie sind unser V.I.P.
www.activegastro.ch
Active Gastro Eng GmbH
Posfach, 8048 Zürich



kundennah

Der Bereich PostAuto fährt jährlich 94 Millionen Kundinnen und Kunden sicher und zuverlässig ans Ziel und leistet damit einen Beitrag zur Umwelt. Diese Dienstleistung stellt einen wichtigen Pfeiler im regionalen Personenverkehr wie auch im Tourismusbereich dar.

Marktverantwortliche / Marktverantwortlicher

Ihr Verantwortungsbereich: Selbständige Bearbeitung der Märkte Schweiz und England. Organisation und Durchführung von Fach- und Publikumsessen. Key Account und Key Media Management. Entwicklung des Kommunikations- und Vertriebsnetzes für die Produkte von PostAuto Tourismus. Sicherstellung des Controllings in den zugeteilten Märkten.

Ihr Profil: Sie bringen Erfahrung im Tourismus und im Verkauf mit und überzeugen durch ihren gewinnenden Auftritt. Sie verfügen über Verhandlungsgeschick und stellen den Kunden in den Mittelpunkt. Ihre Muttersprache ist deutsch und Sie verfügen über sehr gute Französisch- und Englischkenntnisse (Wort und Schrift). Sie sind kommunikativ und teamorientiert, denken unternehmerisch und sind sich selbständiges Arbeiten gewohnt.

Wir bieten: Eine sehr interessante Tätigkeit in einem motivierten Team mit Arbeitsplatz in Interlaken. Sie profitieren von modernen Anstellungsbedingungen, guten Sozialleistungen und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Ihr nächster Schritt: Wenn Sie mehr über diese Stelle erfahren möchten, gibt Ihnen Frau Anita Wittwer, Leiterin Verkauf/Märkte, Tel. 033 828 88 36, gerne Auskunft. Bitte senden Sie Ihr Bewerbungsdossier an folgende Adresse: Die Schweizerische Post, Geschäftsbereich PostAuto, Personal, Helvetiastrasse 17, 3030 Bern
www.post.ch/jobs

Kotel Alpina Restaurant Grindelwald

Per Mitte Dezember ist in unserem Familienbetrieb folgende Stelle neu zu besetzen

• Servicefachangestellte

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



Wir suchen per Mitte Januar oder nach Vereinbarung in junges Team in ***Hotel in der Schaffhauser Altstadt

Receptionistin (m/w)

Bei Ihnen steht die Zufriedenheit Ihrer Gäste an oberster Stelle. Ausserdem lieben Sie es, sich mit Ihren Gästen in verschiedenen Fremdsprachen (E/F evtl. I) zu unterhalten. Sie bringen Erfahrung an der Reception mit, Fidelity ist für Sie ein Kinderspiel und es macht Ihnen Spass alle Aufgaben vom Check-in, von der Korrespondenz und der Reservation bis zum Check-out zu erledigen. Dann sind Sie die richtige Person für diese Stelle in einem lebhaften Stadthotel im Herzen von Schaffhausen. Wir freuen uns auf ihre Kontaktaufnahme.

Bitte verlangen Sie Frau Sybille Bäumer, Chef de Réception oder Frau Auckenthaler.

Hotel Kronenhof ***
Silvia & Urs Auckenthaler-Hurni
Kirchhofplatz 7
CH-8200 Schaffhausen
Tel. 0041-52-635 75 75



SEEHOTEL WALDSTÄTTERHOF BRUNNEN

Das Seehotel Waldstätterhof liegt in Brunnen, direkt am Vierwaldstättersee und gehört zu den führenden Seminarhotels der Schweiz. Das gesamte Unternehmen ist nach ISO 9001:2000 zertifiziert und hat als erstes Hotel die begehrte Urkunde SQS 9004 für den ganzen Betrieb erhalten.

Wir bieten eine nicht alltägliche und ausserst spannende Stelle ab 1. März 2004 als

Chef de Réception

Ihre Stärken:
✓ herzliche und kommunikative Persönlichkeit
✓ grosse Freude am Verkauf (Weiterbildung als Marketingplaner oder ähnliches erwünscht)
✓ ausgewiesene Führungserfahrung
✓ Ausbilder für unsere Nachwuchstalente

Unsere Stärken:
✓ Seminarhotel mit höchster Qualität von A-Z (SQS 9004) für Gäste und Mitarbeiter
✓ weitgehend selbständiger Aufgabenbereich
✓ Tätigkeit in einem lebhaften, zukunftsorientierten und innovativen Unternehmen
✓ Mitunternehmertum wird bei uns gelebt

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

SEEHOTEL WALDSTÄTTERHOF
Aloys von Reding, Direktor
6440 Brunnen

Tel. +41 81 825 06 06 Fax +41 81 825 06 00 www.waldstaetterhof.ch

BEREST AG

Beratung Restaurationsbetriebe
Treuhand

Für ein bekanntes Trendlokal in der Region Aarau suchen wir per 1. Februar oder nach Vereinbarung einen mutigen

jungen Küchenchef

mit ausreichend Praxis und ersten Führungserfahrungen. Sie helfen tatkräftig mit, diesen spannenden und auch in schwierigen Zeiten sehr erfolgreichen Betrieb zu führen. Für Planung und Produktion des Küchenangebotes geniessen Sie grosse Selbständigkeit und arbeiten eng mit dem Geschäftsführer zusammen.

Sie sind jung, einsatzfreudig, top motiviert und wollen einen weiteren wichtigen Schritt in Ihrer Zukunftsplanung unternehmen? Johann Rudolf Meier freut sich über Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

BEREST AG
admin@berest.com
www.berest.com

Gartenstrasse 120 • 4002 Basel
Telefon 061 228 95 85
Fax 061 228 95 59

PostAuto DIE POST

Hotel & Gastro formation

by
Hotel & Gastro Union
Gastro Suisse
hotellerie suisse

Wir sind die sozialpartnerschaftliche Ausbildungsinstitution des Schweizer Gastgewerbes. Für unser Ausbildungszentrum in einer traumhaften Umgebung am Vierwaldstättersee suchen wir eine jüngere

Gastgeberin (Hauswirtschaft/Restauration)

Sie sind es gewohnt, Verantwortung zu übernehmen und sind überzeugte Gastgewerberin. Fachkompetent, organisationsstark und führungsgewandt, aber auch tatkräftig zupackend, sind Sie für unseren Hauswirtschafts- und Frontbereich zuständig.

Sie sind in Hauswirtschaft und nach Möglichkeit auch in Service und Empfang gut ausgebildet. Motivierende Führung Ihrer Mitarbeiter, Kosteneffizienz und leistungsorientiertes Handeln, gepaart mit einer ausgesprochenen Kundenausrichtung gehören zu Ihren Stärken.

Wenn Sie zudem absolut zuverlässig sind, gute administrative Kenntnisse haben und auch der Restaurations- und Empfangsbereich für Sie kein Fremdwort ist, freue ich mich sehr auf Ihre Bewerbung.

Thomas Bosshard, Direktor
Hotel & Gastro formation
Eichstrasse 20, CH-6353 Weggis
Tel. 041 392 77 77, Mail: t.bosshard@hotelgastro.ch

Ochsen Zug

In unserem Stadthotel und geschichtsträchtigen Gasthaus verwöhnen wir unsere Gäste mit ausgezeichnetem Essen und fantastischen Weinen.

Chef de service (w/m)

Sie sind warmherzig, offen und mit grosser Freude Gastgeberin. Sie haben ein Gespür für Atmosphäre und Menschen. Sie verstehen es, zusammen mit Ihren Mitarbeiterinnen unsere Gäste zu begeistern.

Ein schönes Haus mitten in Zug und eine anspruchsvolle Aufgabe erwarten Sie. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Matthias Heggin, City-Hotel Ochsen Zug
Kolinplatz 11, 6301 Zug
Telefon 041 729 32 32
mh@ochsen-zug.ch

RESTAURANT HOTEL ROMANTIKHOTEL FLORHOF ZÜRICH

Für unser 15 Gault Millau Punkte Restaurant im historischen Romantik Hotel Florhof in Zürichs Altstadt suchen wir ...



Ein hübsches, stimmungsvolles Restaurant mit 44 Innen- und 55 Terrassenplätzen und ein historischer Weinkeller für Privatansätze bis 20 Personen erwarten unsere Gäste. Sie erwartet ein moderner Arbeitsplatz mit Aussicht!

Sind Sie innovativ, kommunikativ und arbeiten gerne in einem kleinen Team?

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

Eric Denéchau, Küchenchef
Romantik Hotel Florhof
Florhof-Gasse 4, 8001 Zürich
Tel. 01 261 44 70, Fax 01 261 46 11
info@florhof.ch, www.florhof.ch

P.S. Übrigens bleibt unser Restaurant Samstag/Sonntag und an Feiertagen geschlossen.



Wengen/Berner Oberland
Wir suchen für die kommende
Wintersaison motivierte junge
D/E sprechende

• **Barmitarbeiterin**
in unser Trendlokal.
The Hot Chills
CH-3823 Wengen
Tel. 079 444 91 73



wintersaison (oder mehr) in top of the world - in st.moritz?

... DAS SUCHEN WIR!

> **SERVICEFACHMITARBEITERIN/ KELLNERIN (W)**
[mit beruflicher erfahrung, idealalter zwischen 22 & 30 jahren]

> **RECEPTIONS-PRAKTIKANTIN (W)**
[für 1jähriges praktikum, ideal für handelsschulabsolventin oder hotel- und tourismusfachschule]

> **RECEPTIONS-SEKRETÄRIN (W)**
[zwingend mit beruflicher & fidelio erfahrung & guten sprachkenntnissen, idealalter zwischen 22 & 30 jahren]

... DAS KANNST DU ERWARTEN!

eine «STAFFcrew» welche dich aktiv unterstützt, ein attraktives gehalt mit vielen sonderleistungen und die möglichkeit am unternehmererfolg teilzuhaben, auf wunsch ein mitarbeiterstudio/wohnung.

... WORK BEGINN IST!

nach vereinbarung, oder per dezember 03 als saison- oder jahresstelle.

... WIE WEITER!

kurze facts & figures über DEINE person und ein FOTO. vermerk persönlich an:

FERIENHOTEL JULIER PALACE AG
daniel bosshard, vr-präs.
CH-7513 SILVAPLANA-ST.MORITZ
mobile +41 (0) 79 611 36 36
fon +41 (0) 81 828 96 44
fax +41 (0) 81 834 30 03
move to the dot > www.julierpalace.com
email: hotel@julierpalace.com



INTERCONTINENTAL.
ZÜRICH

WE KNOW
WHAT IT TAKES.™

Wir sind mit 364 Zimmern eines der grössten Konferenz- und Fitnesshotels und seit April 1999 das grösste ISO zertifizierte Hotel der Schweiz.
Per 1. Januar 2004 suchen wir einen

Asst. Front Office Manager (m/w)

Sie sind ein ausgesprochener Teamplayer zwischen 25 und 30 und verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre im Gastgewerbe oder einen Hotelfachschulabschluss. Ausserdem haben Sie bereits mehrjährige Erfahrung im Front Office Bereich, kennen sich mit Fidelio und MS Office aus, und sprechen D/E/F.

Es erwartet Sie ein modern ausgerüsteter Arbeitsplatz in einem internationalen Umfeld mit einem jungen, dynamischen Team. Eine anspruchsvolle Position mit viel Abwechslung und kreativem Freiraum.

Do YOU know what it takes?

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

INTERCONTINENTAL ZÜRICH

Frau Tanja Fleissner oder Frau Jennifer Müller

Badenerstrasse 420

CH- 8040 Zürich

☎ 0041-(0) 1 404 43 15

Email: tanja_fleissner@interconti.com

159086



People on the move.

Für unsere System-Gastronomiebetriebe am Bahnhof Bern suchen wir per 1. Januar oder nach Vereinbarung eine/n erfahrene/n

Restaurant Manager (m/w)

Herausforderung

- den Gast bei all Ihrem Handeln in den Mittelpunkt setzen
- als Vorbild das Team zu Höchstleistungen anspornen

Aufgabenbereich

- Leitung unserer drei Verkaufsstellen (Spizzico, A-Café und Passaggio-Snack)
- Führung eines Teams von ca. 20 Mitarbeiter/innen
- optimale Umsetzung der vorgegebenen Standards
- Warenpräsentation und Verkaufserfolg, an dem Sie auch beteiligt sind
- aktive Mitarbeit in den Verkaufsstellen, interne Warenlogistik, Dienstplangestaltung und Controlling. Aktiv unterstützt werden Sie dabei von 3 Teamleitern
- Sicherstellung von hohen Qualitäts- und Dienstleistungsstandards

Sie

- sind eine dynamische, organisationsstarke Verkaufs- und Gastgeberpersönlichkeit
- bringen eine abgeschlossene Kochlehre oder Hotelfachschule, betriebswirtschaftliche Kenntnisse und einige Jahre Erfahrung in einer ähnlichen Führungsposition in der Systemgastronomie mit
- sind eine kommunikationsstarke Persönlichkeit und zählten Verantwortungsbewusstsein, Vorbildfunktion und eine kundenorientierte Arbeitsweise zu Ihren Stärken

Leistungsgerechte Entlohnung, 5 Wochen Ferien und das 13. Monatsgehalt sind bei uns selbstverständlich. Ein lebhaftes Umfeld erwartet Sie am Bahnhof Bern. Interessiert? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Autogrill Schweiz AG, Herrn Jobst Zabel, Bahnhofplatz 10a, 3011 Bern.

Wussten Sie, dass Autogrill in der Schweiz mehr als 1800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, weltweit tätig ist und in Europa zu den grössten Arbeitgebern im Gastronomiebereich gehört?
Autogrill – Das Beste für Menschen unterwegs.
www.autogrill.ch

159118



Top-Kaderpositionen zu vergeben!

Vizedirektor/in

Für ein kleines aber feines Hotel in der Deutschschweiz suchen wir die Persönlichkeit, welche die zuvorkommende Gastgeber- sowie die Unternehmerrolle in sich vereint und jeden Tag aufs Neue auslebt. Sie stehen kurz vor Ihrem Karriereschritt zur Direktion. Neben abgeschlossener Hotelfachschule sowie fundierte Berufserfahrung in der Hotellerie verfügen Sie über sehr gute Sprach- und EDV-Kenntnisse. Bitte richten Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an die Damen Y. Hirsbrunner und S. Meyer.

Geschäftsführer (Herr)

- > Multikultureller Restaurationsbetrieb im Mittelland in stark frequentierter Umgebung, offener, kommunikativer, robuster und vielseitiger Gastronom (Basis Kochlehre), mit einem erfolgreichen unternehmerischen Leistungsausweis, welcher es versteht die vielschichtige Kundschaft zu betreuen.
- > Renommiertes und traditionelles Grossrestaurant in der Zentralschweiz, engagierter und begeisterter Gastgeber, fundierte Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie (Kochlehre und Hotelfachschule) gepaart mit unternehmerischem Denken und Handeln, welcher es versteht mit den saisonalen Frequenzen umzugehen.

**Geschäftsführer-Assistent/in/
Chef de service**

Für ein Spezialitätenrestaurant in Zürich, dynamische und frontorientierte Gastgeberpersönlichkeit mit Ehrgeiz, Elan und Charme, fundierte Service-Erfahrung, gute Sprachkenntnisse D/E.

Executive Küchenchef

Wir suchen für ein international führendes 5* Hotel in der Deutschschweiz einen ausgewiesenen, unternehmerisch orientierten Küchenchef mit Führungsgeschick (Grossbrigaden-Erfahrung), Organisationsstalent und fundierter Erfahrung in der internationalen 5* Hotellerie, gerne mit Asien/Amerika-Erfahrung.

Alle unsere weiteren Stellenangebote finden Sie unter:
www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91/Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

159082



Bekanntes 3-Stern-Hotel in Davos QQ sucht infolge besonderer Umstände per sofort oder nach Übereinkunft für die kommende Wintersaison

Réceptionist(in)

Bewerber(innen), die über entsprechende Erfahrung an einer Hotelréception verfügen, mit Computerreservationsystemen vertraut sind und über gute Sprachkenntnisse verfügen, melden sich bitte bei **Tel.-Nr. 079 312 8474**.

159131



Wir suchen ein

Pächter-Ehepaar

für einen ****STERN-HOTELBETRIEB mit zwei Restaurants

Der erfolgreiche Betrieb mit einer treuen Stammkundschaft verfügt über rund 50 stilvolle Zimmer und eine gepflegte Restauration mit Bankett- und Konferenzräumen.

Wir erwarten vom neuen Pächter-Ehepaar ein grosses Engagement, kreatives Hotelmarketing und die Ausstrahlung einer lebenswürdigen Gastfreundschaft. Die aussergewöhnliche Infrastruktur bietet die Voraussetzung, sich gegenüber der Konkurrenz erfolgreich abzuheben.

Wir sprechen Persönlichkeiten an, die bereit sind, einen anspruchsvollen Betrieb nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen eigenverantwortlich und dynamisch zu führen.

Wir freuen uns auf die Bewerbung von Fachleuten, die sich herausgefordert fühlen, ihr Wissen und Können mit Begeisterung einzubringen und das Unternehmen weiterzuentwickeln.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an: Mareco Dienstleistungs-Anstalt, Austr. 40, FL-9490 Vaduz.

159075



Auf kommende Sommersaison April-Oktober suchen wir in unseren heimeligen Landgasthof noch folgende Teamverstärkungen:

JUNGKoch/KÖCHIN

mit Freude am kreativen Kochen und dem Flair zur gesunden Vollwertküche

KELLNER/KELLNERIN

mit Freude an der lebhaften Gastronomie

KÜCHENGEHILFEN

mit kühlem Kopf und flinken Händen

Auf Ihre Bewerbung freut sich ein junges und aufgestelltes Team.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf und Referenzen an untenstehende Adresse, z.Hd. Frau Anita Etienne-Gyger.

LANDGASTHOF KAISERSTUHL
SEERESTAURANT · HOTEL · TERRASSE
AM LUNGERERSEE · CH-6078 KAISERSTUHL OBWALDEN
FON 041 678 11 89 · FAX 041 678 17 16

159078



Best Western
Hotel Krone Unterstrass

Schaffhauserstrasse 1, CH-8006 Zürich
Tel. 01 360 56 56, Fax 01 360 56 00
www.hotel-krone.ch
E-Mail: info@hotel-krone.ch



Wir sind ein schönes ****-Stadthotel im Herzen von Zürich, mit 57 modern eingerichteten Zimmern, dem eleganten Restaurant & Bar «differente» mit 120 Sitzplätzen sowie Bankett- und Konferenzmöglichkeiten für Anlässe bis zu 160 Personen. Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir per sofort oder ab Januar 2004 einen

Chef de Service (m/w)

Mit Ihren bereits gesammelten Erfahrungen als Chef de Service leiten Sie den ganzen Restaurations- und Bankettbereich. Sie sind absolut gäste- und frontorientiert und spornen unsere Servicemitarbeiter mit Ihrem motivierenden Führungsverhalten zu guten Leistungen an. Sie haben Freude an der Detailpflege und lassen für die Weiterentwicklung der Restaurants auch gerne Ihren Ideen freien Lauf. Sie haben eben noch Herz und Begeisterung für unseren Beruf und im Umgang mit Menschen! Wir unterstützen unsererseits diese anspruchsvolle Kaderstelle durch ein gut eingespieltes Team, einem modernen, lebhaften und zeitgerechten Gastronomiebereich und natürlich attraktiven Anstellungsbedingungen.

Senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an Roger Jutzi, Hotel Krone Unterstrass, Schaffhauserstrasse 1, 8006 Zürich.

159071

hoteljob



Für unsere Kunden suchen wir in Saison- oder Jahresstelle aufgestellte & flexible

Servicefachmitarbeiter/innen
Commis de cuisine w/m
Chef de partie w/m

Wenn Sie die entsprechende Ausbildung mitbringen, freuen wir uns auf Ihren Anruf.



Schweizer Hoteller-Verein
hoteljob Personalberatung und Stellenvermittlung
Mombijoustrasse 130, Postfach, 3011 Bern
Telefon 031 370 43 33, Telefax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch, hoteljob.be@swiss-hotels.ch

159148



SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Stellenangebote

Marché de l'emploi



Le Montreux Palace
A RAFFLES INTERNATIONAL HOTEL

cherche de suite ou à convenir deux

**Sales Manager
responsables de la région Suisse
alémanique et l'Allemagne**

**Sales Manager «MICE»
responsables de la région
Etats-Unis et Grande-Bretagne**

Les candidats auront une expérience dans la vente hôtelière, une excellente présentation, le sens des responsabilités et l'esprit d'équipe. Ils seront précis, rigoureux et très à l'aise dans les contacts avec une clientèle internationale exigeante. Les postulants de langue maternelle allemande (anglaise pour le marché anglophone) doivent maîtriser l'anglais/l'allemand ainsi que les logiciels MS Office, Fidelio, Fidelio Sales & Catering et être prêts à s'investir dans le succès de notre établissement classé au quatrième rang européen.

Nous offrons les avantages d'un hôtel de luxe, des prestations sociales de premier ordre ainsi qu'une formation continue.

Les candidatures, avec CV, photographie, copies des certificats, références et prétentions de salaire seront adressées à l'attention de Carole Tarpinian, responsable des Ressources humaines.

Grand-Rue 100 - 1820 Montreux
Tel. ++ 41 21 962 10 42 - Fax ++ 41 21 962 10 43
E-mail: carole.tarpinian@raffles.com
<http://www.montreux-palace.com>



A member of
**The Leading Hotels
of the World**

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland



Wir sind der Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotellerie, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Kongress- und Seminarforum.

Zur Verstärkung unseres Service-Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/-n motivierte/n und freundliche/-n

Servicefachangestellte/n

Sie sind eine kontaktfreudige, verkaufsorientierte und teamfähige Persönlichkeit, mit abgeschlossener Service-Ausbildung und deutscher Muttersprache.

Wir bieten Ihnen in einem lebhaften Umfeld eine interessante Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsklima mit attraktiven Mitarbeitervergünstigungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Beatrice Bucher Tel. +41 41 825 50 20, beatrice.bucher@shp.ch



SWISS HOLIDAY PARK
Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG · CH-6443 Morschach · Telefon +41 41 825 50 50
info@shp.ch · www.swissholidaypark.ch



Das Ambiente mit viel Italianità, die echte ursprüngliche cucina italiana und das unkomplizierte italienische Lebensgefühl gehören zu unserer Philosophie.

Wir suchen per sofort eine(n)

2. BetriebsassistentIn

Mit Ihrer Teamfähigkeit wirken Sie in unserem Serviceteam an der Front mit. Mit Ihrer konstruktiven Art sind Sie bereit, Neues dazu zu lernen und sich weiterzuentwickeln.

Sie haben eine Grundausbildung in der Gastronomie oder Hotellerie abgeschlossen – oder haben sogar eine Hotelfachschule besucht – und suchen nun eine entsprechende Herausforderung.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Aufgabe in einem sehr lebhaften, internationalen Umfeld.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen:

Sonja Lacher, Geschäftsführerin,
Ristorante Bindella, In Gassen 6,
8001 Zürich, Tel. 01 221 25 46
ristorante.bindella.zuerich@bindella.ch
www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

DEUTSCHE SCHWEIZ

ESPLANADE**** HOTEL RESORT & SPA

Moderne Hotelkultur in historischen Räumen ♦ 75 Zimmer und Suiten ♦ Restaurant, Panoramaterrasse, Bar, variables Raumangebot für Konferenzen ♦ zeitgemässe Oase auf 1600 m² für Wellness, Schönheit und Fitness. Unseren Mitarbeitern stehen Personalzimmer zur Verfügung.

Wir suchen für die Sommersaison 2004 (Mitte Februar bis Mitte November)

GOVERNANTE

mit Erfahrung in 4- bis 5-Stern-Häusern und Sprachkenntnissen D/1

CHEF DE RANG m/w

CHEF DE RANG mit Barerfahrung m/w
mit deutschen Sprachkenntnissen

KOSMETIKERIN

mit Hotelerfahrung und deutschen Sprachkenntnissen

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, in einem jungen Team mitzuarbeiten und gerne im sonnigen Tessin unsere Gäste verwöhnen, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie an.

159125



ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA
6648 Minusio/Locarno
Tel. 091 735 85 85, Fax 091 735 85 86
reservations@esplanade.ch



Sind Sie unser neuer Mitarbeiter im Service oder in der Küche?

Wir suchen auf Ende Januar 2004 oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte/n

für den gepflegten Speiseservice.

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

Jungkoch, w/m

auf 1. März
für eine regionale, saisonale und Gourmetküche.

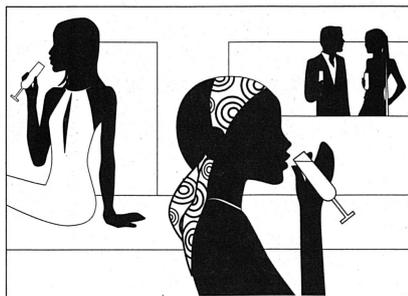
Auf Wunsch bieten wir Ihnen Kost und Logis im Haus.

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

159116



Gasthof Rössli
9524 Zuzwil bei Wil
071 944 11 33



Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

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

Wir suchen mit Eintritt nach Vereinbarung:

**Restaurant Manager
Chef Pâtissier
Servicemitarbeiter**

für unser Restaurant Latino
(15 Punkte Gault Millau) mit
mediterrane Cuisine du
Marché.

Nachportier

als Tournant für zwei
Betriebe: 22.00-7.00 Uhr.

**Réceptions-
praktikantin**

mit KV-Abschluss.

**Barmitarbeiter
Barservicemitarbeiter**

für unsere lebhaften Bars.

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

Neugierig? Schicken Sie uns Ihre Kurzbewerbung mit Foto oder rufen Sie uns an. Manuela Fetscher freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!
(Tel. direkt +41 41 226 88 22/mfetscher@astoria-luzern.ch).

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, 6002 Luzern. (www.astoria-luzern.ch)

159140

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Service de placement express

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

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHER-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

	3	4	5	6	7	8
7915 Kü/chef/Sous-chef	37	FR	B-EG	sofort	D/E/F/I	
7918 Küchenchef	39	AT	L-EG	sofort	D/E	
7919 Kü/chef/Sous-chef	39	CH	n. Ver.	D/E	Deutsch-CH	
7923 Hilfskoch	20	CH	sofort	D		
7931 Hilfskoch	27	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	
7934 Koch/Sous-chef	31	FR	B-EG	sofort	D/F	
7937 Kü/chef/Sous-chef	33	DE	L-EG	sofort	D/E	
7939 Küchenchef	40	DE	C. Feb.	D/E	ZG/LU	
7942 Jungkoch	21	CH	Jan.	D/E	Zentral-CH	
7944 Koch	45	CH	sofort	D/E/F	BE	
7948 Koch/Sous-chef	26	ES	C. Jan.	D/E/F/I	Zürich	
7954 Jungkoch/w	19	CH	sofort	D	ZH/AG/TG	
7956 Chef de partie	39	CH	sofort	D	Ost-CH/ZH	
7960 Küchenchef	37	CH	sofort	D/F	Deutsch-CH	
7962 Küchenchef	41	CH	sofort	D/E	Rheintal	
7963 Küchenchef	46	CH	sofort	D/E/F		
7968 Küchenchef	33	FR	B-EG	sofort	D/E/F	ZH/GE
7969 Kü/chef/Sous-chef	38	DE	L-EG	sofort	D/E	
7973 Kü/chef/Alleinkoch	39	CH	sofort	D/E/F/I	Bern+Umgeb.	

Service/service

	3	4	5	6	7	8
7920 Kellner	18	CH	sofort	D/E/F		
7921 Barman/Kellner	22	IT	L-EG	sofort	D/I	BE
7925 Service/w	25	YU	C	sofort	D/E/I	ZG/ZH
7928 Bardame	51	AT	L-EG	sofort	D/E/F/I	
7932 Service/w	36	CH	Jan.	D/E/F/I	BE/SO/BL/AG/LU	
7936 Kellner	26	AT	L-EG	sofort	D/E	SG/GR/ZH
7940 Chef de service/w	47	CH	sofort	D/F/I	Bern+Umgeb.	
7945 Kellner	35	DE	B-EG	sofort	D/E/I	Bern
7946 Kellner	26	ES	B-EG	sofort	D/E/F/I	Bern
7947 Service/w	44	CH	sofort	D/E	Tagesbetrieb	

	1	2	3	4	5	6	7	8
7949 Kellner	46	AT	C	Jan.	D/E	Bern+Umgeb.		
7951 Service/w	47	CH	sofort	D/E/F/I	GR			
7953 Chef de rang	28	IT	B-EG	sofort	D/I	ZH/SZ/SG		
7955 Chef de partie	42	DE	L-EG	sofort	D/E			
7958 Sefa/w	33	CH	sofort	D/F/I	Bern/Biel/Neuenburg			
7959 Sefa	33	HU	C	sofort	D/E	Zürich		
7970 Sefa/w	20	CH	sofort	D/E/F/I	Inner-CH/GR			
7976 Service/w	34	FR	L-EG	sofort	D	Vevey		

Administration/administration

	1	2	3	4	5	6	7	8
7924 Betriebsleiter	31	CH	sofort	D/E/F	Biel/Bern			
7926 Direktionsassistent	28	CH	sofort	D/E/F				
7929 Direktor	44	FR	B-EG	Jan.	D/F	NE/BL/BS/BE/VD		
7933 Réceptionistin	28	CH	sofort	D/E/F	Bern+Umgeb.			
7935 Réceptionistin	36	CH	sofort	D/E/F				
7941 Réceptionistin	56	CH	sofort	D/E/F/I	ZH			
7943 Réceptionistin	50	CH	sofort	D/E/F/I	80-100%			
7952 Anfangsreceptionist	26	IT	B-EG	sofort	D/E/F/I	Zürich		
7961 Geschäftsführer	47	FR	C	n. Ver.	D/E/F/I	Zentral-CH/ZH/BS		
7964 Réceptionistin	41	CH	Jan.	D/E/F	GR/VS			
7965 Ass. Geschäftsführer	28	CH	Jan.	D/E/F/I	ZH/ZG			
7966 Concierge	61	US	C	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH		
7971 Marketingmitarbeiter	29	CH	sofort	D/E/F/I				
7972 Geschäftsführerin	30	CH	sofort	D/E/F/I	Chur+Umgeb.			

Hauswirtschaft/ménage

	1	2	3	4	5	6	7	8
7916 Haushilfe	44	PT	C	sofort	D/F/I	BE-Oberland		
7917 Zimmerfrau	43	PT	B-EG	sofort	D/F/I	BE-Oberland		



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.

CHERCHER-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

(Unleserliche und unvollständige Talons werden nicht publiziert / Les talons illisibles ou incomplets ne seront pas publiés.)

Gewünschte Stelle / *Emploi souhaité*: _____

Eintrittsdatum / *Date d'entrée*: _____

Arbeitsbewilligung / *Permis de travail*: _____

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

Art des Betriebes / *Type d'établissement*: _____

Bevorzugte Region / *Région souhaitée*: _____

Name / *Nom*: _____

Vorname / *Prénom*: _____

Strasse / *Rue*: _____

PLZ/Ort: / *NPA/Lieu*: _____

Geburtsdatum / *Date de naissance*: _____

Nationalität / *Nationalité*: _____

Telefon privat / *No de téléphone privé*: _____

Telefon Geschäft / *No de téléphone professionnel*: _____

Bemerkungen / *Remarques*: _____

Sprachkenntnisse / *Connaissances linguistiques*: _____

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

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

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / *Mes trois derniers emplois*: _____

Betrieb / *Etablissement*: _____ Ort / *Lieu*: _____ Funktion / *Fonction*: _____ Dauer (von/bis) / *Durée (de/à)*: _____

1. _____

2. _____

3. _____

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

Datum / *Date*: _____ Unterschrift / *Signature*: _____

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

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:
Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:
hotellerieuisse, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / hotellerieuisse, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne

WIR ZAUBERN EIN LÄCHELN AUF IHR GESICHT

Wir eröffnen am 02. Februar 2004 und freuen uns auf Sie...!

Rezeption (m/w) Novotel

Sie haben bereits in dieser Position in renommierten Hotels Erfahrungen gesammelt und verstehen es mit Freundlichkeit und Kompetenz unser Haus zu präsentieren. Sie sprechen Deutsch, Französisch, Englisch und evtl. Italienisch, der Umgang mit den allgemeinen Frontofficesystemen beherrschen Sie mit Leichtigkeit, ebenso sind Sie eine freundliche und aufgeschlossene Persönlichkeit.

Restaurantleiter (m/w) Novotel Servicemitarbeiter (m/w) Novotel

Sie sind ein Gastgeber mit Herz und ein Profi in Ihrem Metier. Sie freuen sich unsere anspruchsvollen Gäste mit perfektem Service und Gastlichkeit zu verwöhnen. Nach einer abgeschlossenen Servicefachlehre haben Sie bereits Erfahrungen im Service gesammelt, weiterhin sprechen Sie Deutsch, Französisch und Englisch.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen: Novotel Bern Expo, Am Guisanplatz 2, CH-3014 Bern, z.Hd. Herrn Christian Schreiner.

IBIS/ETAP • Nachtportiers

Sie repräsentieren unser Haus und gewährleisten die Sicherheit während der Nacht. Sie sind zwischen 25 und 40 Jahre alt, haben ein gepflegtes Erscheinungsbild, sprechen mehrere Sprachen (mind. aber D,E,F), haben Computerkenntnisse und sind belastbar.

Arbeitsbeginn: ca. 20 Januar

• Rezeptionsmitarbeiter (m/w)

Sie sind jung und möchten sich weiterentwickeln. Sie lieben den täglichen Umgang mit Menschen, bleiben auch in hektischen Zeiten ruhig, sprechen D, E, F haben keine Angst vor dem Computer und vielleicht noch nie an einer Rezeption gearbeitet. Viele Aufstiegsmöglichkeiten in einem weltweiten Konzern!

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen: Ibis/Etap Bern Hotels Expo, Am Guisanplatz 2, CH-3014 Bern, z.Hd. Herrn Manuel Wenger.



Pascale, Collaboratrice Accor



BEST WESTERN PREMIER
HOTEL PAVILLON
VEVEY - MONTREUX

Hôtel moderne de 95 chambres au centre ville avec Restaurants, Bars, caveau...

Nous recherchons pour tout de suite ou date à convenir:

SERVEUR-CHEF DE RANG
h/f avec CFC / expérience, F/E.
Places stables, conditions variées et intéressantes.

Offres par écrit à
Hôtel Pavillon
Nicolas Ming
Place de la Gare 4
1800 VEVEY
ou info@pavillon.ch

Best Western PREMIER

In our international company you profit of:

- above average number of travel discounts as well as employers contribution
- broad number of education and training possibilities
- possibilities of international transfer

Forget your job: Kuoni is looking for you as a Manager DMC Geneva

Duties:

- Manage daily business of the Destination Management Company (DMC) Geneva (incl. Sales, Operations, HR and Finance)
- Maintain and expand position in congress and MICE business
- Maintain and develop supplier relations in the Geneva region

Skills:

- Experience in congress organization
- Knowledge of Geneva tourism and congress infrastructure
- Minimum age: 30 years (min. 10 years working experience)
- Very good English and French skills oral and written
- Windows and congress software knowledge

Kuoni Travel Ltd., Incoming Services, Ms. Michaela Atland, Ueberlandstrasse 360, 8051 Zürich, Tel. +41 1 325 22 33.

More jobs: www.kuoni.ch



A World of Difference

159135

Restaurant-Pizzeria
Schützenstube

Vordere Hauptgasse 34
4800 Zofingen

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für ein italienisches Spezialitäten Restaurant:

Servicefachangestellte Pizzaiolo Koch

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

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Telefon 062 751 9377 (11-14 oder 18-23 Uhr), Herrn Antonazzo verlangen.

156961

Lieben Sie eine neue Herausforderung? Dann sind Sie sicher unsere neue

Servicefachangestellte

- Sie bringen mit:
- gute Serviceerfahrung
 - ein freundliches Lächeln
 - Pünktlichkeit und Teamfähigkeit
 - Stellenantritt per sofort oder nach Vereinbarung

sowie eine

Service-Aushilfe

Bewerbungen an:
Gabriele Eggenberger oder Agnes Bärtschi
Gasthaus Blauer Fasan
8172 Niederglatt
01 850 37 19



GASTHAUS BLAUER FASAN
FAMILIE EGGENBERGER
KAISERSTUHLSTRASSE 54
8172 NIEDERGLATT
TELEFON 01 / 850 37 19

BLAUER FASAN

159080

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Koch für libanesische Spezialitätenküche

Wir erwarten:

- hervorragende Kenntnisse und Praxis der libanesischen Küche
- Muttersprache Arabisch, Franz.- und Englischkenntnisse
- gute Teamfähigkeit

Wir bieten interessante und vielseitige Tätigkeit und guten Lohn.

Bewerbungsunterlagen an: Casino Aussersihl/Cèdre, M. Maurice, Badenerstrasse 78, 8004 Zürich.

159077

Das Swissôtel Zürich verfügt über 347 Zimmer, Kongress- und Banketträume für Anlässe bis zu 800 Personen, Restaurant mit 165 Sitzplätzen, Bar, Personalantenne sowie unterstützende Infrastruktur wie Tiefgarage, Wellness Center und Shops.

Promises kept !

Das ist Ihre Lebensphilosophie, mit der Sie als Swissôtel Team Member unsere internationalen Gäste betreuen und Ihre Arbeitskollegen unterstützen.

Zur Ergänzung unseres jungen und aufgestellten Production Teams suchen wir per Januar 2004 einen

Commis de cuisine

Sie besitzen eine abgeschlossene Ausbildung als Koch und verfügen über 1-2 Jahre Berufserfahrung. Ihre selbständige, flexible und hilfsbereite Art wird sehr geschätzt.

Es erwartet Sie ein interessantes Aufgabengebiet sowie gute Aufstiegs-, Transfer- und Schulungsmöglichkeiten in einem internationalen Unternehmen. Wenn Sie an dieser Stelle interessiert sind, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an Frau Laura Di Franco, Director of Human Resources.

swissôtel ZÜRICH

A Raffles INTERNATIONAL HOTEL

Swissôtel Zürich, Am Marktplatz Oerlikon,
Schulstrasse 44, 8050 Zürich
Tel. 01/317 31 53 / Fax: 01/311 43 81
www.swissotel.com

laura.difranco@swissotel.com

159132



Wir sind der Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotellerie, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Kongress- und Seminarforum.

Für unser asiatisches Restaurant und A-la-carte-Restaurant suchen wir eine/n

asiatische/n Servicefachangestellte/n.

Für diese Position stellen wir uns eine kontaktfreudige, verkaufsorientierte und teamfähige Persönlichkeit vor. Sie sind asiatischer Abstammung, verfügen über eine entsprechende Ausbildung sowie gute Englisch- und Deutschkenntnisse.

Wir bieten Ihnen in einem lebhaften Umfeld eine interessante Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsklima mit attraktiven Mitarbeitervergünstigungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Beatrice Bucher Tel. +41 41 825 50 20, beatrice.bucher@shp.ch

159126



SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG - CH-6443 Morschach - Telefon +41 41 825 50 50
info@shp.ch - www.swissholidaypark.ch

Remimag

Wir sind ein erfolgreiches Gastronomie-Unternehmen mit 10 Restaurants im Raum Zentralschweiz/Zürich.

Für unsere Zentrale in Rothenburg LU suchen wir einen jungen, flexiblen und lernbereiten

Mitarbeiter Werbung (w/m)

Sie kommen aus der Gastrobranche, sind zwischen 22 und 25 Jahre alt. Ihre Stärken in den Bereichen Text und Administration möchten Sie für den Einstieg in die Werbung nutzen.

Wir bieten Ihnen ein lebhaftes Umfeld in dem Ideenreichtum und Begeisterung für die Gastronomie gefragt sind.

Sie werden mit allen Arbeiten einer Werbeabteilung vertraut gemacht. Sie helfen mit, Werbemittel auszuarbeiten und zu produzieren, betreuen die Internetseiten unserer Betriebe und unterstützen die Werbeleiterin beim konzeptionellen und administrativen Arbeiten

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung.

Regine Bartsch, Personalchefin
Remimag Gastronomie AG, Buzibachring 3, 6023 Rothenburg
E-mail: regine.bartsch@remimag.ch, Internet: www.remimag.ch

157351

WALDHOTEL DOLDENHORN
3718 KANDERSTEG
BERNER OBERLAND SCHWEIZ
TELEFON 0041 33 675 81 81, FAX 0041 33 675 81 85

Wir, ein 30-köpfiges motiviertes Team eines ****Hotels mit exklusivem Restaurant (15 Pl. GM) haben Freude am Beruf und Spass an der Arbeit. Möchten Sie kreativ mitgestalten und Ideen in die Tat umsetzen? Für die kommende Wintersaison (ab Dezember 2003) suchen wir eine

MASSEURIN / BARFRAU

ein Kombi-Job für unseren Wellnessbereich + und an unsere gepflegte Hotelbar. (An der Bar lernen wir Sie gerne an)

Mit Spannung erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto an:

Anne und René Maeder
WALDHOTEL DOLDENHORN
3718 KANDERSTEG
Tel. 033 6758181, Fax 033 6758185

159121

Wir sind ein Familienunternehmen im Markgräflerland. Seit mehr als 18 Jahren verwöhnen wir im Landhotel altePOST Menschen und Umwelt.

Wir arbeiten in einem jungen und engagierten Team, in einem partnerschaftlichen und umweltverantwortlichen Rahmen mit großem Einsatz. Unser Restaurant zählt zu den 200 besten Restaurants Deutschlands.

Wir suchen für unser Restaurant „Hebelstube“ sowie Tagungs- und Bankettabteilung eine/n junge/n Restaurantleiter/in (bis 35 Jahre) die/der mit unseren jungen Mitarbeitern im Team arbeiten möchte.

Sie bringen gesunde Eigenverantwortung und Organisationstalent sowie unternehmerische Initiative mit – den Freiraum dafür bieten wir Ihnen. Wir wünschen uns Natürlichkeit, Herzlichkeit und fachliche Kompetenz.

Nehmen Sie die Chance wahr, am Wachsen und Gedeihen einer kleinen Oase mitzuwirken, sich selber, unseren Gästen und einer lebenswerten Umwelt zuzuleben.

Rufen Sie uns einfach an, um mehr über Ihre zukünftige Arbeit zu erfahren.

Wir freuen uns von Ihnen zu hören.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an
altesPOST
Landhotel und Restaurant
Hotel altePOST, Heiner Mack, Inhaber
An der B3, 79379 Müllheim
Tel: 07631-17870
info@alte-post.net www.alte-post.net

159114

VIKING RIVER CRUISES

Sea you ...

warum nicht bald an Bord eines unserer Flussschiffe, welche auf den schönsten Wasserstrassen Europas, Russlands, der Ukraine und ab 2004 neu in China unterwegs sind?

Als weltweit führender Anbieter von Flusskreuzfahrten suchen wir für die Saison 2004 (Ende März – November) topmotivierte, flexible und qualitätsbewusste Persönlichkeiten in den folgenden Positionen (alle m/w):

- Hotel Manager
- Receptionist
- Cruise Manager
- Assistant Cruise Manager
- Küchenchef
- Sous-Chef
- Koch
- Jungkoch
- Maitre d'hôtel
- Barkeeper
- Kellner
- Housekeeper

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung!

Besuchen Sie uns auch unter www.vikingstaff.com

Viking Catering AG
Bruno Hauser
Schäferweg 18 | CH-4057 Basel
Telefon +41 61 698 60 60
office@vikingrivercruises.com
www.vikingrivercruises.com

159083

Wheatleigh

Exklusives Boutique Hotel mit 19 Zimmern und preisgekröntem Restaurant. 2 Stunden von New York und Boston entfernt. Sucht für die kommende Sommersaison, junge, dynamische Mitarbeiter, welche uns helfen «Die Nummer 1 der Ostküste» zu werden.

Front Office / Reservations-Mitarbeiter
Chef de Rang
Sommelier
Maitre d'Hotel

Senden oder E-mailen Sie uns bevorzugt in englischer Sprache Ihre Bewerbung.

Gerne treffen wir Sie für ein persönliches Interview Mitte Dezember in der Schweiz.

Wheatleigh, Mr. Marc Wilhelm
P.O. Box 824, Lenox
MA 01240, USA
Website: www.wheatleigh.com
e-mail: info@wheatleigh.com

Member of *The Leading Hotels of the World*

159149

Do you ever wanted to work in a different part of the world?

We are looking for a capable and experienced

Sous-Chef

to lead a Team of 8 Chefs for our finest restaurant in the Hotel. The suitable candidate should be patient, creative and global minded. Must be trained in Swiss-German and French traditional cooking methodologies. Those with some years of overseas experiences will be preferred.

Please e-mail your comprehensive resume to the following address:

The Meritus Mandarin Hotel Singapore
333 Orchard Road
Singapore 238867

Attention: Director of Human Resource
e-mail: hrm.tms@meritus-hotels.com

website: <http://www.mandarin-singapore.com>

Ranked high as one of the World's Best Places to Stay in 2003 Gold List of Conde Nast Traveller Readers' Poll.

159056

Für ein kleines Viersternehotel im schönsten Teil Mallorcas qualifiziert

Hoteldirektion

zur selbständigen Führung des Hauses, des Restaurants und des Anwesens gesucht. Sprachen: Spanisch, Deutsch und Englisch. Wir sind Qualität und Service verpflichtet. Sie suchen eine langfristige persönliche Aufgabe und kennen die Herausforderungen eines kleinen und anspruchsvollen Betriebs. Wenn Sie sich von einer nicht alltäglichen, vielseitigen Aufgabe – der Pflege eines der schönsten kleinen Hotels auf Mallorca und seiner kultivierten Gäste – angesprochen fühlen, senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild, Angabe des frühesten Arbeitsbeginns und Vergütungsverstellungen unter Chiffre 159120 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

159120

Vom Koch bis zur Gouvernante.

DOMINO GASTRO



Ma Personal-Prof

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel	061 261 56 50
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

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

PERSONALVERMITTLUNGEN

Der direkte Link zu den Bewerbern

www.adsjob.com/www.gastroa.ch

Tel. 081 382 21 57 / 079 475 11 33, Fax 081 382 21 56

PERSONALREKRUTIERUNG IN SEKUNDENSCHNELLE

www.horesto.ch

Stellenangebote u. -gesuche
Offres et demandes d'emploi

Tel: 01 721 19 47

info@horesto.com

Réceptionistin

Österreicherin, 36-j., jung geblieben und flexibel sucht für kommende Wintersaison gute Stelle.

Karin Achleitner, 0043 (0) 699 120 33 461
159089

Zuverlässiger, kreativer, erfahrener

Alleinkoch

sucht ab sofort oder nach Vereinbarung neue Herausforderung (70-100%).
Telefon 078 898 80 29

Pâtissier

gelernter Bäcker/Konditor mit 14 Jahren Berufserfahrung. 4 Jahre im Hotel als Pâtissier gearbeitet und Erfahrung auf 4 Kreuzfahrtschiffen.
Gesucht, deutsche Schweiz, Jahresstelle oder Wintersaison.
Kreativ, flexibel, belastbar und offen für Neues. Interessenten melden sich bitte unter 078 715 00 39.

Versierter Allrounder sucht abwechslungsreiche

Herausforderung

in Wellness/Seminar-Hotel.

CH-Bürger, 39, 183 cm, Nichtraucher D, E, F (I), Barfachscheule Kaltenbach Zürich 2003, Handelsdiplom, KLZ (Zürich) 2003, Lebensrettungsdiplom I 2001, Informatik-Anwender SI2 2000, Rebbau-Kurs HS Wädenswil.

Berufspraxis: Facility-Supporter (Hausdienst-Allrounder), interne Post/Kurier UBS, div. Chauffeur/Lager/Spedition, Kino-Operateur, Stv. Betriebsleiter, Leiter Kontroll-/Schlüsseldienst Pfahlbautland (Zürich), Bademeister Hotel Maison-Blanche Leukerbad, Lager/Spedition Weinhandlung Baur-Au-Lac Urdorf. Div. Interessen: Joggen, Fitness/Sauna, Wandern, Tauchbrevet, Windsurfbrevet, Segelgrundkurs, Golfgrundkurs, Yoga, Ayurveda-Massage, Shiatsu, Tai Chi, Reiki, IOI-Kurs Transaktionsanalyse, EMDR. Kontakt unter: 079 293 03 86, markus.jwey@bluemail.ch

SVIZZERA ITALIANA



Sie möchten das auch tun?
Dann suchen wir Sie zur Vervollständigung unseres jungen Teams, als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r, die Ihren Beruf lieben.

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison Mitte März bis ca. 5. November 2004 zu besetzen:

- **Chef de Salle (w/m)** D/I/F, mit guten Führungsqualitäten und Erfahrung
- **Servicefachmitarbeiter/in** D/I/F, für à la carte und Saal
- **Commis de rang** D, für à la carte und Saal
- **Buffet-Dame**
- **Sous-Chef/ Chef Saucier** I von Vorteil mit Erfahrung in ähnlicher Position
- **Chef de partie Entremetier** mit Erfahrung
- **Chef de partie Pâtissier** mit Hotelerfahrung
- **Commis de cuisine**
- **Kinderbetreuerin** D (Mitte Juli bis Mitte August)

Wir bieten Ihnen eine familiäre Atmosphäre, geregelte Arbeitszeiten, Urlaub während der Saison sowie Benützung unserer Sport-Infrastruktur.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Parkhotel Brenscino
Natascha Rothermann, Personalchefin
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago
Tel. 091 786 81 11/Fax 091 793 40 56
www.brenscino.ch E-Mail: info@brenscino.ch

New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

Viele Wege führen ans Ziel...einer könnte bei meinen Kunden beginnen.

Dort wo Gastronomie und Dienstleistung einen Namen hat, warten Chancen, die Sie herausfordern und weiterbringen:

In verschiedenen Betriebskonzepten im Raum Zürich und Umgebung sind folgende Stellen offen:

Bankett Administration

Chef de Service

Sous-chef

Pâtissier

Koch/Demi-chef

Réception

Service

(ab 20 bis ca. 24 Jahre)

Interessiert? Dann rufen sie mich an oder senden Sie mir Ihre Bewerbung zu:

New Challenge

Gabriela Weber

Tel. 01/ 201 24 66

Seestrasse 160

Fax 01/ 202 58 68

8002 Zürich

www.newchallenge.ch

Dynamische und kommunikative

Assistentin

unterstützt Sie in allen Bereichen der Hotel- oder Reisebranche.

Ich freue mich auf Ihr E-Mail
julber@bluemail.ch

IMAGE

www.gastro-s.ch
gastro S Haus Howald
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 82 869 40 40, Fax +41 82 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

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 Strehel

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. 50/2003	Nr. 51/2003	Nr. 2/2004	Nr. 3/2004
- Erscheint	11. 12., 2003	18. 12., 2003	8. 1., 2004	15. 1., 2004
- Anzeigenschluss	8. 12., 2003	15. 12., 2003	5. 1., 2004	12. 1., 2004
- Wiederholungen	8. 12., 2003	15. 12., 2003	5. 1., 2004	12. 1., 2004

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 unterstützen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.