

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 50

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 **106** Stellenangeboten



KLAUS KOBJOLL / Der Hotelier und Preisträger des European Quality Awards 2003 über das neue Hotel-Marketing. SEITE 2



HOTEL BEATUS / Mit der Erweiterung der Wellnessanlage sind die Sanierungen im Merliger Hotel nun beendet. SEITE 6



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Nicht vergleichen: machen.

MARIETTA DEDUAL

Zurzeit blickt die Schweiz – wie das hypnotisierte Kaninchen auf die Schlange – nach Österreich. Eine tragende Rolle haben dabei die Medien übernommen; ob Blick, Cash Tages-Anzeiger oder Engadiner Post – in vielen Zeitungsartikeln zum Thema Tourismus wird den Schweizern Österreich als Spiegel vorgehalten. Gut, Österreich drängt sich als Vergleichsland auf (auch politisch), weil es viele Parallelen zur Schweiz hat: kleines Land mitten in Europa, topografisch ähnliche Voraussetzungen, Transitverkehr...

Dass ab und zu verglichen wird, ist schon in Ordnung. Aber was jetzt geschieht, in dieser Kadenz und in dieser selbstzerfleischenden Art, führt zu weit und wirkt lähmend. Und die Reaktion vieler betroffener Touristiker – so quasi «Ich bin ja auch nur meiner Mutter Kind» – trägt kaum dazu bei, etwas zu ändern. Ausserdem: Vergleichen verleitet zum Kopieren, und am Schluss hinkt man dann ohnehin hinterher. Die Schweiz muss ihren eigenen Weg gehen: sich dort, wo die Rahmenbedingungen verbessert werden können, engagiert einsetzen. Und ansonsten: Nicht vergleichen, sondern machen. Unbeirrt machen. Und sich nicht irren lassen.

Siehe auch Seite 7

PROGNOSEN FÜR DEN TOURISMUS

Es wird doch langsam besser

Allmählich stabilisiert sich die Nachfrage im Schweizer Tourismus. Allerdings nicht in allen Regionen gleich schnell. Im Winter 2004/05 zeichnet sich gar eine deutliche Erholung der Nachfrage ab. Das zeigen die Prognosen von BAK Basel Economics und hotellerieuisse.

CHRISTINE KÜNZLER

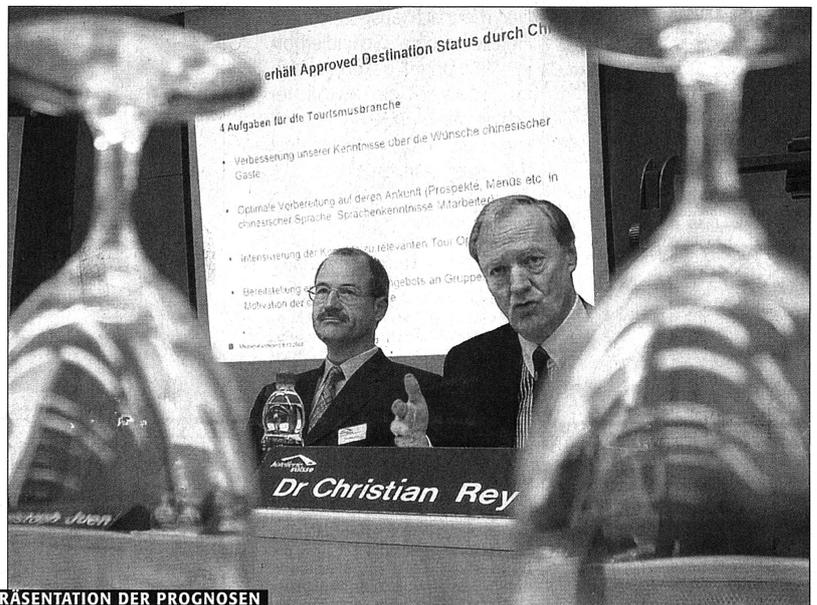
Die schweizerische Logiernächtestatistik des Sommers 2003 ist publiziert: ein Minus von 3,1% (vgl. Seite 10). Das Tourismusjahr 2003 (November 2002 bis Oktober 2003) schliesst mit 2,6% weniger Logiernächten als im Vorjahr. Der Grund dafür dürfte sein, dass weniger ausländische Gäste in der Schweiz Ferien machten (knapp –5%). Die Schweizer Gäste kamen indes ebenso häufig wie im Vorjahr – trotz Wegfall des Expoeffekts. Das dürfte dem heissen Sommer zu verdanken sein, der Gäste in die Berge gelockt hat.

SOMMER: WENIGER SCHWEIZER GÄSTE

hotellerieuisse hat an der Halbjahres-Pressekonferenz mit BAK Basel Economics am Dienstag die Tourismusprognosen bis 2006 präsentiert. Die letzten BAK-Prognosen, sagte hotellerieuisse-Direktor Christoph Juen zu Beginn der Präsentation, hätten sich als realistisch erwiesen. Auch eine Umfrage bei den Verbandsmitgliedern bestätigte die Trendmeldungen der BAK (vgl. Seite 3). So dürfte sich, wie es die Basler Konjunkturforscher voraussagen, die Situation im Tourismusjahr 2004 stabilisieren. Die spürbare Erholung werde noch einige Zeit auf sich warten lassen, dämpfen die Verfasser der Prognose allzu hohe Erwartungen. BAK sieht für diesen Winter eine praktische Stagnierung im Alpenraum (–0,2%). Deutlicher ist der Rückgang in den grossen Städten (–1,6%) und in den restlichen Gebieten (–0,9%). Schuld daran dürfte der harzende Geschäftstourismus sein.

Für den Sommer 2004 erwartet BAK eine «moderate Ausweitung der

Foto: Laurent Miesbauer



PRÄSENTATION DER PROGNOSEN

hotellerieuisse-Direktor Christoph Juen (links) und -Präsident Christian Rey konnten an der Medienkonferenz Tourismusprognosen präsentieren, die von einer Stabilisierung und leichten Erholung ausgehen.

Wirtschaftsaktivität in der Schweiz», die sich positiv auf den Binnentourismus auswirken sollte. Weil aber der stummelnde Effekt des Jahrhundertsommers 2003 fehlt, dürfte die Nachfrage von Schweizer Gästen doch noch leicht rückläufig sein.

Markant erhöhen soll sich indes die Nachfrage aus Nordamerika und aus dem asiatischen Raum. Dies vor allem auch wegen der für sie günstigen Wechselkursrelationen des Schweizer Frankens. Davon könnten auch die Gäste aus ganz Europa profitieren. Allerdings verbessern sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dort – vor allem in Deutschland – nur langsam, prognostiziert BAK. Die grossen Städte (+1,2%) und die restlichen Gebiete (+0,8%) werden am meisten vom allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwung profitieren kön-

nen. Der Alpenraum dürfte an inländischen Gästen verlieren, dafür an ausländischen Gästen gewinnen; damit stagniert die Anzahl Logiernächte.

DER WINTER 2004/05 WIRD DEUTLICH BESSER

Für den Winter 2004/05 prognostiziert BAK eine «deutliche Erholung» der Nachfrage. Dies vor allem, weil sich der wirtschaftliche Aufschwung festigen dürfte. Ein Logiernächtezunahme ist vor allem seitens der ausländischen Gäste zu erwarten. Gewinner werden die grossen Städte und der Alpenraum sein.

Für die Tourismusjahre 2005 und 2006 macht BAK für den Alpenraum das grösste Wachstum aus: Er wird 1% an Logiernächten zulegen. Die restlichen Gebiete haben mit 0,8% das

kleinste Wachstum. Dazwischen liegen die grossen Städte mit einem Wachstum von 0,9%.

DIE WERTSCHÖPFUNG ERHOLT SICH LANGSAM

Das Schweizer Gastgewerbe generierte 2003 weniger Wertschöpfung (–2,8%). Die Zurückhaltung der Konsumenten widerspiegelt sich auch bei der nicht touristischen Ausser-Haus-Verpflegung. Für nächstes Jahr sieht BAK eine allmähliche Erholung (+1,8%). Sie werde im Sommer 2004 beginnen und bis zum Jahresende «zunehmend an Schwung» gewinnen. Dies, weil die Anzahl Logiernächte steigen und wieder mehr konsumiert wird. Vor allem auch von amerikanischen und asiatischen Gästen.

Siehe Seiten 3 und 10

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/9
Hotellerie	10/11/12
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

REBAG DATA AG

hotel informatik

keys

protel

innovative Lösungen seit über 15 Jahren

Soeding 36 8154 Adliswil

01-711-7410 01-711-7429 www.rebag.ch

SCANA BEWEGT MARKEN UND MÄRKTE.

Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf www.scana.ch

Zielsicher zu Ihrem Gast mit Fidelio Suite 8

8

In guten Häusern zu Hause: Fidelio Suite 8 von CHECK IN DATA

Check-In Data 01 701 96 96

ht IN KÜRZE

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 4**

Jürg Schmid / Der Direktor von Schweiz Tourismus ärgert sich über die negative Berichtserstattung über das Ferienland Schweiz – und die positive über das Ferienland Österreich. Er sagt in einem Interview, was ihn stört. **Seite 7**

Helvetic Airways / Die erste Schweizer Low-Cost-Airline hat den Betrieb aufgenommen. Die Schweizer Touristiker profitieren von der günstigen Flugverbindung nach Zürich – wenn sie die Chance zu packen wissen. **Seite 9**

Accor-Hotels / Bern hat drei neue Hotels und damit 310 Hotelzimmer erhalten. Das wird sich auf die Berner Hotellerie auswirken. Eine Umfrage zeigt, dass die Berner Hoteliers nicht mit den Preisen nachziehen wollen. **Seite 11**

Weinregion Zürichsee / Eric Lüthi aus Männedorf produziert aus den auf 1,4 Hektar der besten Seelagen heranwachsenden Trauben charaktervolle und sortentypische Weiss- und Rotweine. Seine Passion gilt dem Pinot Noir, sein Motto lautet: «Klein aber fein». **Seite 13**

Food-Convenience / Der Conveniencemarkt in der Schweiz wächst quantitativ und qualitativ. Die wichtigsten Trends sind: exklusiver, exotischer, frischer, Bio, Wellness und Vegi. Doch auch Premium-Convenience-Produkte sollten entsprechend veredelt werden. **Seite 14**

USA / Die amerikanische Hähnchenbraterei Kentucky Fried Chicken wollte mit einer millionenschweren Kampagne für frittierte Hähnchen als gesunde Nahrung werben. Doch nach Protesten von Konsumentenschützern wurden die TV-Spots gestoppt. **Seite 15**

Berlin / Suppen sind schmackhaft, schnell serviert und machen satt – eine ideale Verpflegung für Berufstätige also. Niemand weiss dies besser als Katharina Körner, die in Berlin erfolgreich vier Suppen-Bars führt. Über 1000 Rezepte umfasst ihre Sammlung. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Perspektiven fürs Wallis / Die im Auftrag von hotellerieuisse vom Institut BAK Basel Economics erarbeitete Vorhersage für die Tourismusregion Wallis, die am Dienstag in Bern vorgestellt wurde, zeigt positive Perspektiven auf. **CF Seite 1**

«Enjoy Switzerland» / Die Destination Villars-Gryon in den waadtänder Alpen beteiligt sich gemeinsam mit den Destinationen Zermatt, Scuol und Lenzerheide-Valbella am neu lancierten Projekt «Enjoy Switzerland». **CF Seite 3**

Eric Biselx / Seit 23 Jahren leitet Eric Biselx, der per Ende Jahr in den Ruhestand treten wird, die «Association hôtelière du Valais». Die AHV ist mit über 500 Mitgliedern die wichtigste regionale Sektion von hotellerieuisse. Interview **CF Seite 2**

Champagner / Die Weinregion Champagne ist mit 32 000 Hektaren rund doppelt so gross wie die gesamte Anbaufläche der Schweiz. Eine Reportage zeigt, wie sich die Winzer aus der Champagne mit ihrem Alltag arrangieren. **CF Seite 5**

FORUM

Leben und erleben

HANSPETER REUST*

Alles ist in Bewegung, oft schneller als dass der Mensch noch folgen kann. Während die Veränderung die einzige Konstante ist, ist es wichtig, selbst ruhig zu bleiben. Seine Mitte finden, sich der Natur nähern und der eigenen Fantasie freien Lauf lassen. Wer in seinem Leben Selbstverantwortung für Mensch, Tier und Natur übernimmt, lebt besser.



Keine Vorwürfe mehr an Dritte, die vermeintlich Schuld an der Misere haben. Ein selbst gestaltetes Leben, ausgewogen in Ruhe und Aktivität, genährt von der persönlichen Fantasie, verleiht Flügel.

Etwas Leichtigkeit und mehr Bewusstsein kann unserer Gesellschaft nicht schaden. So erreicht uns das Gefühl des Glücks. Die schlimmste Art, ein Glück zu versäumen ist, nicht zu glauben, dass man es erlebt. Glück blüht wahllos wie die Blumen auf einer Wiese. Da ist nichts gesät und nichts planvoll vorbereitet. Da gibt es keinen Kunstdünger, der dem Glück zur Blüte verhilft. Es spriess von alleine. Doch die Wanderung in die freie Natur müssen wir schon selbst unternehmen. Auch Augen und Ohren sollten empfängsbereit sein. Nicht nur dem mitgebrachten Campingfernsehgerät Aufmerksamkeit schenken. Auch die Einladung bei Freunden sollte vielleicht mit abgeschaltetem Handy erfolgen, sonst wird es die Tischgesellschaft schwer haben, eine gemeinsame, erhebende Stimmung entstehen zu lassen.

Musse fliegt uns nicht zu. Ist das Lebenstempo überhöht, bekommt Mann oder Frau das Glück kaum zu fassen. Denn das Glück braucht einen langsamen Takt, um uns zu erreichen. Amadou aus Ouagadougou sagte, als er die Schweiz besuchte: «Ihr habt von allem zu viel, Wasser, Nahrung und Geld. Ihr züchtet nur nach dem Profitsystem. Wir aber nach dem Charakter des Tieres. Ihr esst dieses Fleisch, welches stark gedopt wurde. Ihr esst Gemüse aus einem Boden, welcher keine Kraft besitzt. So habt Ihr eure Natur ausgebeutet. Ihr lauft immer schneller und seid oberflächlicher. Euer Gleichgewicht ist die Spezialabteilung der Novartis. Ihr seid reiche arme Leute. Einen Preis für diesen Wohlstand bezahlt Ihr mit zu wenig Liebe, Emotionen und Zeit. Als Gott die Welt schuf, hat er Euch die Uhr und uns die Zeit geschenkt.» Mein Fazit: Leben wir, was wir gerne erleben möchten.

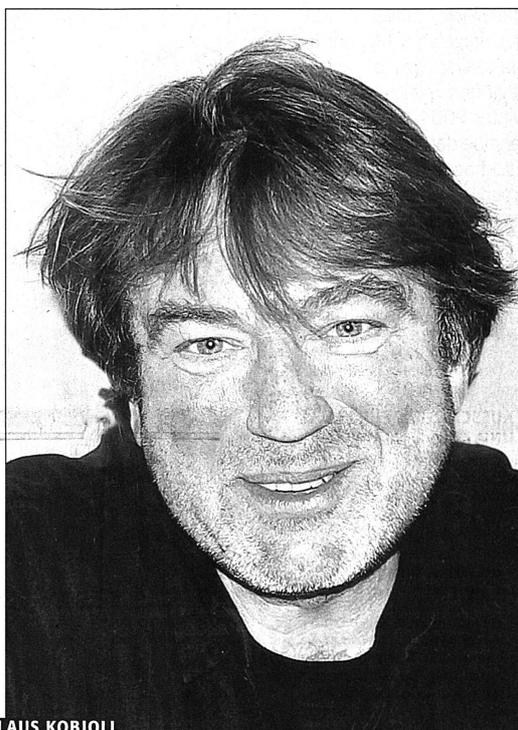
* Hanspeter Reust ist Käser aus Leidenschaft in Gstaad

KLAUS KOBJOLL

«Ein Hotel ist kein Produkt»

Der mehrfach ausgezeichnete Hotelier vom «Schindlerhof» in Nürnberg bekennt sich im Interview als «wirklicher Schweizfan». Klaus Kobjoll favorisiert das Einzelhotel mit einer starken Marke. Für das Marketing sagt er einen «Quantensprung» voraus.

Foto: Karl Josef Verdind



KLAUS KOBJOLL

Der Unternehmer durfte kürzlich den «Special Prize» des European Quality Award für die ausserordentliche Kundenorientierung seines Betriebes entgegennehmen.

INTERVIEW: KARL JOSEF VERDIND

■ Die Schweizer Hotels zahlen wesentlich höhere Preise für Landwirtschaftsprodukte als ihre wichtigste ausländische Konkurrenz. Auch bei den Lohnkosten klafft eine entsprechende Differenz. Wie sollen die Schweizer Betriebe auf diese Konkurrenzsituation reagieren?

Wir wissen als Schweizurlauber – und ich bin wirklich Schweizfan – dass sie halt das Fleisch wesentlich teurer einkaufen. Aber: Muss es denn immer das Rinderfilet sein? Kann es auch ein anderes Stück vom Rind sein, das aber so geschickt zubereitet ist, dass die Leute vielleicht sagen: Das schmeckt mir besser als jedes austauschbare Filetsteak? Das wäre das Einzige, was ich machen würde: die Angebotsgestaltung auf ein anderes Preisniveau hinunterbringen. Was es dazu braucht, sind Deckungsbeitragsrechnungen. Wenn ich ein Gericht für 30 Franken anstatt für 50 Franken verkaufe, kann ich ja letztendlich mehr daran verdienen, von den Prozenten her.

«Die Krähe fliegt immer in Scharen, der Adler fliegt alleine.»

■ Wie sollte sich die Schweiz als Gastgeberland positionieren?

Die Schweiz sollte in die Waagschale werfen, was die Schweiz ausmacht: nämlich Schweizer Gastlichkeit zu bieten. Dazu gehört die Sprache, und dazu gehören Schweizer. Ich habe als Gast natürlich ein Problem, wenn ich für den Service in einem Röstiladen zwei Senegalesen antreffe, oder wenn ich beim Frühstück in Zürich keinen Einzigen im Saal finde, der noch weiss, was ein Gipfeli ist, und ich deshalb radebrechen muss.

■ Wie kann man in dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld von heute mit einem Hotel markant erfolgreich sein?

Als Mittelstandsbetrieb immer dann, wenn man es schafft, eine Einzelmarke aus seinem Laden zu machen. Im Interview mit der htr erklärte eine Dozentin der EHL, Franchise-Nehmer hätten es leichter unter ihrem Franchise-Dach, und auch in einer Kooperation hätte man

es leichter, zur Marke zu kommen. Ich bin völlig anderer Meinung. Die Krähe fliegt immer in Scharen, der Adler fliegt alleine – es gibt natürlich Ausnahmen. Die meisten, die sich unter dem Dach einer Kooperation sammeln, tun dies vielleicht als eine der letzten Möglichkeiten, um zu überleben. Aber es ist doch selten, dass eine eigene Dachmarke aufbaut für die Dachmarke einer Kooperation.

«Im Marketing stehen wir vor einem Quantensprung: vom Druck zum Sog.»

■ Betrachten Sie das so, als wenn er die Verantwortung an andere abgibt?

Es ist sicherlich manchmal auch die Abgabe eines Teils der Verantwortung, aber in erster Linie ist es meines Erachtens das Wissen: ich schaff es alleine nicht. Oder auch: nicht so viel Energie hineingeben zu wollen, um den eigenen Markt auszubauen. Es gibt aber genug Beispiele in der Schweiz, wo binnen kurzer Zeit Einzelmarken aufgebaut wurden.

■ Für Sie ist das Hotel Saratz ein gutes Beispiel ...

Genau. Das «Saratz» in Pontresina ist ein Paradebeispiel. Und was hat es dazu gebraucht? Begeisterung, einen jungen Direktor, der das mit Freuden macht, und eine Eignerfamilie, die mitgezogen hat. Es gibt solche Fälle. Dazwischen gibt es den Einheitsbrei, in Deutschland könnte man sagen: der gleichen Speisekarte – alles austauschbar, zu viele ähnliche Betriebe. Das wäre – nach den Deckungsbeitragsrechnungen – der zweite Punkt, wo ich von der Schweiz her gegensteuern würde: auf dem Weg über die echte Schweizer Herzlichkeit. Die Landschaft ist es nicht, die gibt es in Österreich auch.

■ Wie sollten Hotels in Zukunft ihren Markt bearbeiten?

Im Marketing wird sich in der nächsten Zeit einiges verändern. Wir stehen vor einem Quantensprung: vom Druck zum Sog. Diese ganzen Treppenterrier-Brigaden von Verkäufern, die da an der ITB und am World Travel Market Produkte verkaufen – die machen alles über den Preis, die erzeugen Druck, mit Hard-sell und Pushsell. Aber ein Hotel ist doch kein Produkt – wir verkaufen Lebenswelten, wir verkaufen Erlebnisse. Verkaufswege werden zu Kapil-

larsystemen. «Attraction cell»: Hier bin ich, ich bin attraktiv, und je glamouröser das Angebot ist, umso eher und leichter wird es von alleine nachgefragt. Also: weg vom Druck, hin zum Sog. Die klassische Marketingstrategie werden wir nur noch als Treppengeländer benutzen, um mal nachzuschauen, wenn wir was falsch machen.

«Ein Hotel ist doch kein Produkt – wir verkaufen Lebenswelten.»

■ Gibt es zu viele orientierungslose Hotels?

Ich finde, wir haben zu viele angepasste Hotels und Wendehälse, die jeden Mainstream sofort mitmachen: Wenn alle nach Diversifikation schreien, machen sie Diversifikation; schreien alle nach Fusion, machen sie Fusion, schreien alle «Geiz ist geil», gehen sie mit den Preisen runter. Es gibt einige wenige kantige, schrullige Unternehmenspersönlichkeiten, die ziehen ihr Ding durch. Eine Voraussetzung dafür, dass eine Firma glamourös wird, ist, dass sie eben Kanten und Ecken hat und sich den Teufel darum schert, was die anderen darüber erzählen. Unternehmer dürfen ihren Charakter nicht aufgeben. Stile dürfen sich ändern, aber der Charakter nicht. Eine Zieländerung, die ich mache, muss zu meinem Charakter passen. Und der ist immer in der Wurzel des Unternehmens begründet.

Zur Person

Klaus Kobjoll (55), Inhaber des Hotels Schindlerhof in Nürnberg, hat kürzlich sein viertes Buch veröffentlicht: «No risk no fun: Ihr Weg in die Selbstständigkeit» (Co-Autorin Dagmar P. Heinke). Zugleich empfing er für seine Arbeit als Hotelier zwei Auszeichnungen. Am 27. November wurde sein Betrieb zum zweiten Mal mit dem deutschen Ludwig-Erhard-Preis ausgezeichnet. Das Hotel erhielt den Preis in der Kategorie «Kleine Unternehmen». Um den Preis können sich Unternehmen und Organisationen bewerben, die bereits ein über das Qualitätsmanagement hinausgehendes ganzheitliches Konzept entwickelt haben und dieses seit mindestens drei Jahren in Folge mit Erfolg umsetzen. Im Oktober 2003 war das Hotel bereits in Helsinki mit dem «Special Prize» des European Quality Award für ausserordentliche Kundenorientierung ausgezeichnet worden. Gelegenheit zum Interview ergab sich im Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern, wo Kobjoll kürzlich ein Referat hielt. **KJV**

Swiss Quality Hotels

Buchungsplattform. Ab sofort können Buchungen für die Swiss Quality Hotels International (ehemals Top International Hotels) mit dem GDS Code UI (ehemals TP) über die verschiedenen GDS Systeme getätigt werden. Die 70 Mitglieder der eigenständigen Hotelmarketingorganisation treten unter dem Dach-Brand «Swiss Q» auf. Die Zusammenarbeit mit Utell ermöglicht den Hotels auch den Anschluss an TravelCom. **CK**

Casino ohne Mövenpick

Bern. Mövenpick wird die Führung des Restaurants Casino Bern per 31. März 2005 abgeben. Denn der kleine Burgerrat der Burgergemeinde Bern hat am Montag entschieden, das Restaurant per 1. April 2005 einem neuen Pächter zu übertragen. Wie Mövenpick weiter mitteilt, bedauert die Gastro- und Hotelgruppe, dass mit der Berner Burgergemeinde keine beidseitig akzeptable Basis für eine weitere Zusammenarbeit gefunden wurde. **DST**

Imagekampagne in Deutschland

Städte. «In Schweizer Städten Kultur erleben» – unter diesem Motto haben Zürich, Basel und Luzern eine gemeinsame Imagekampagne in Deutschland lanciert. Die Kooperation der drei Städte ist auf drei Jahre ausgelegt. Schweiz Tourismus in Deutschland koordiniert die Aktion und beteiligt sich finanziell. Der erste Coup: Im nächsten Jahr erscheint eine Beilage im Reisemagazin GeoSaison. Zielgruppe sind Kulturinteressierte in den Metropolen. **TL**

Weniger Geld für Hotelkredite?

Bern. Keine gute Nachricht für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredite (SGH): Es sieht ganz danach aus, dass die eidgenössischen Räte im Rahmen des Entlastungsprogramms beim Darlehen für die SGH weitere 20 Millionen Franken kürzen. Der ursprünglich vorgesehene Betrag von 100 Millionen Franken für die Periode von 2003 bis 2007 wurde bereits einmal um 20 Millionen reduziert, um die Ausgabenbremse einzuhalten. Der Ständerat wollte es dabei belassen.

Der Nationalrat hingegen beschloss, nur 60 Millionen freizugeben und setzte sich damit auch in der Einigungskonferenz durch. Den definitiven Entscheid fällen die Räte heute. Sie können aber die Vorschläge der Einigungskonferenz, die noch weitere strittige Punkte in anderen Bereichen des Entlastungsprogramms umfassen, nur in globo annehmen oder verworfen. Komme die Kürzung durch, sei das keine existenzielle Bedrohung für die

SGH, betont Geschäftsleiter Andreas Deuber. Aber: «Es bedeutet, dass wir in den nächsten fünf Jahren Investitionsprojekte im Umfang von 80 bis 100 Millionen Franken weniger begleiten können.» Dadurch sei es möglich, dass nicht alle anstehenden Vorhaben realisiert würden. Die SGH ist zuständig für den Vollzug der Fördermassnahmen in der Beherbergungswirtschaft und kann sich dabei seit kurzem auch auf ein komplett revidiertes Gesetz stützen. **TL**

PROGNOSEN FÜR DIE REGIONEN

Wallis gehört zu den Gewinnern

Die Prognose von BAK Basel Economics und hotellerie-suisse zeigt auch, wie sich die Logiernächte in den Alpenregionen entwickeln werden. Das Wallis gehört zu den Gewinnern, das Tessin zu den Verlierern unter den fünf Regionen.

Die Regionen, die letzten Sommer von der Hitze nicht profitieren konnten und deren Logiernächte deutlich gesunken sind, können sich im Sommer 2004 erholen (vgl. Grafik links). Das Minus bei den Bündnern resultiert nach Ansicht der Konjunkturforscher daraus, dass sie die Nachfragen aus der Schweiz und Italien nicht halten können. Letzten Sommer produzierten die Italiener nämlich 53% mehr Logiernächte.

Erholung ist ab Winter 2004/05 angesagt: Das Wallis und die Bündner können sich auf ein mittelfristig überdurchschnittliches Wachstum freuen (vgl. Grafik rechts). Auch da muss sich das Tessin mit weniger Wachstum zufrieden geben: Die Region bekommt Konkurrenz von Angeboten wie Badeferien am Meer oder Fernreisen.

AUFschwung für Wallis und Zentralschweiz

Bezüglich Gastgewerbe-Wertschöpfung können das Wallis und die Zentralschweiz 2004 mit einem überdurchschnittlichen Wachstum rechnen (2,3% bzw. 2,2%). In Graubünden wird sich die gastgewerbliche Wertschöpfung knapp über dem schweizerischen Durchschnitt von 1,8% bewegen (+2). Das Tessin darf ein Plus von 1,6% erwarten.

Foto: Marietta Decidua

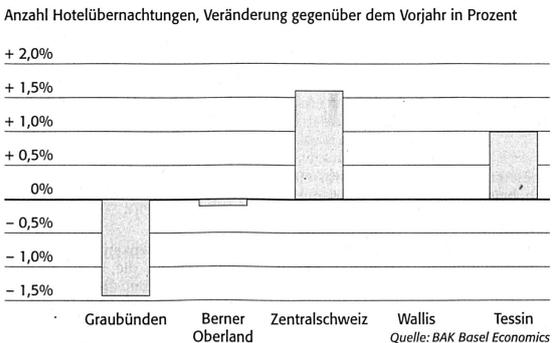


Die Hotellerie-suisse-Spitze
Direktor Christoph Juen (links) und Präsident Christian Rey zeigen den Journalisten die WTO-Grafik, die das touristische Wachstum anzeigt.

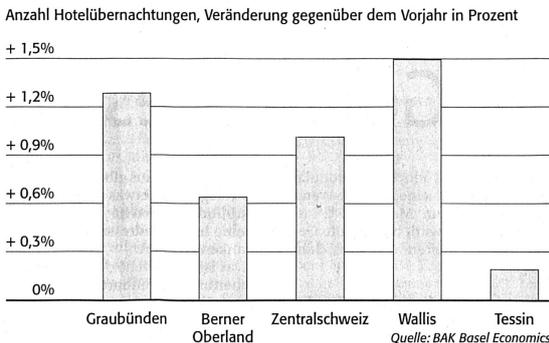
CHRISTINE KÜNZLER

In diesem Winter können als einzige Alpenregionen Graubünden und das Wallis mit einem leichten Plus an Logiernächten rechnen. Graubünden weil sich die Nachfrage aus ihrem wichtigster Herkunftsmarkt, Deutschland, stabilisiert; das Wallis, weil dort ein leichtes Plus bei der Binnennachfrage das leichte Minus an ausländischen Gästen kompensieren soll. Mit dem grössten Rückgang an Logiernächten muss das Tessin rechnen. Das Angebot der Tessiner Winterdestinationen sei gegenüber den Alpendestinationen wenig konkurrenzfähig, sagen die Basler Konjunkturforscher. Da die meisten Tessiner Begabungen in finanziellen Schwierigkeiten steckten, sei keine Besserung in Sicht.

Prognose Sommersaison 2004



Prognose Tourismusjahre 2005 und 2006



Chinesen, Statistik und die Sterne

An der Halbjahres-Pressekonferenz von hotellerie-suisse informierte Präsident Christian Rey auch über die Vorbereitung auf die chinesischen Gäste, die dank dem Approved Destination Status bald in die Schweiz reisen werden. Ein Booklet, das über die Gepflogenheiten der Chinesen informiert, werde in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus erarbeitet. Es soll den Hoteliers und Touristikern helfen, die Gäste aus dem Zukunftsmarkt China so willkommen zu heissen, dass sie sich in der Schweiz wohl fühlen. Rey sprach auch über die Übergangsregelung für die Beherber-

gungstatistik, die ja nur noch bis Ende Jahr kostenlos voll erhoben wird. Man werde wohl, sagte Rey, einen «richtigen Schweizer Kompromiss» eingehen: Im 2004 werde man monatliche Stichproben hochrechnen, was aber keine Regionalisierung und Vergleiche der Daten ermögliche. Ab 2005 dann sollen wiederum monatliche Vollerhebungen gemacht werden. Wie viel das kosten wird und wer sich daran beteiligt, ist noch offen. Auf Interesse stiessen auch Riet Freys (Präsident Kommission Hotelklassifikation) Ausführungen zu der neuen Hotelklassifikation. **CK**

Eine Umfrage bei den Mitgliedern

hotellerie-suisse hat im Herbst eine Saison-Umfrage bei den Mitgliedern gemacht. Sie zeigt, dass die Bettenbesetzung gegenüber 2002 um fast 3% abgenommen hat. Der durchschnittliche Ertrag pro Logiernacht hat um rund 7 Franken auf 137 Franken abgenommen. Der Personalaufwand hat im Durchschnitt um rund 1,2% zugenommen. Das Betriebsergebnis hat aufgrund der schlechteren Moyenne und des höheren Personalaufwandes leicht abgenommen. Gefragt nach den wichtigsten aktuellen Problemen, gaben die Hoteliers vor allem folgende Punkte an: kurzfris-

tiges Buchungsverhalten und Zunahme der Annullierungen; steigende Mitarbeiterkosten und schwierige Mitarbeiterplanung wegen Schwankungen; Konkurrenzkampf auf Preisbasis, Preisdumping und Wettbewerb mit dem Ausland; aktuelle Wirtschaftslage und hohes Preisniveau in der Schweiz; hoher administrativer Aufwand für KMUs. Kritikpunkte gab's auch für hotellerie-suisse: Der Verband kümmere sich zu wenig um Stadtbetriebe, sei zu wenig aktiv in Politik und Wirtschaft, der L-GAV 2001 hätte nie unterschrieben werden dürfen und hotellerie-suisse soll vermehrt an die Öffentlichkeit. **CK**

KURZ UND BÜNDIG

Welche Bahn?

Bei der «Toggenburger Kägi-fret Bahn» in Alt St. Johann haben die Fahrgäste ab sofort die Wahl, ob sie in der offenen 4-er Sesselbahn oder in der geschlossenen Gondel Platz nehmen wollen. **CK**

Reklame

KLAFS

Die Wellnesspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Planung

Sauna / Sanarium



Dampfbad

Whirlpool



Thermen



Eisgrotten

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

Name

Vorname

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

KLAFS

Klafs Saunabau AG
Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar
Telefon 041 760 99 49, Telefax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch
Weitere Geschäftsstellen in:
Bern, Brig VS, Chur GR, Glaris VD, Dietlikon ZH.

GRAUBÜNDEN

Standortmarketing rückt ins Zentrum

Ein Pionierprojekt: Die Produkte und Dienstleistungen des Kantons Graubünden treten seit diesem Herbst unter einem gemeinsamen Markendach auf. Die Tourismusverantwortlichen zeigen sich überzeugt, dass davon auch der Tourismus profitieren kann.

SONJA STALDER

Wer die Internetadresse www.graubuenden.ch wählt, landet bis vor kurzem auf der Website von Graubünden Ferien (GRF). Heute findet der Besucher einen Postkarten-Halter, wo er unter verschiedenen Motiven auswählen kann: Wirtschaft, Kultur, Produkte – so sind die virtuellen Postkarten angeschrieben. Die Karte «Ferien & Freizeit» ist zwar gut platziert, letztlich aber doch nur eine unter anderen.

An diesem Portal zeigt sich, auf welches Ziel die Region Graubünden in den letzten drei Jahren hin gearbeitet hat: Das Standortmarketing ist an Stelle des Tourismusmarketings in den Vordergrund gerückt. Der Name «Graubünden» soll nicht mehr bloss für die «Ferienecke der Schweiz» stehen, sondern für eine ganze Palette von Produkten und Dienstleistungen. Äusserlich zeigt sich dieser Wandel im gemeinsamen Einsatz des neuen Logos «graubünden» mit dem zu einem Steinbock stilisierten «ü».

«DER REGION EIN KLARES PROFIL GEBEN»

Unter dem neuen Markendach treten die Segmente Wirtschaft, Tourismus, Produkte, Transport, Kultur sowie Bildung und Forschung auf. Eine Broschüre der Bündner Kantonalbank trägt das «Capricorn» ebenso wie der Winterprospekt von Graubünden Ferien. «Wir wollen der Region ein einheitliches und klares Profil geben», sagt Olivier Federspiel, Direktor von GRF. Dadurch – so hoffen die Verantwortlichen – wird die Schlagkraft im Markt steigen.

Mit diesem Modell übernimmt das Bündnerland eine Vorreiterrolle: Bislang setzt keine andere alpine

Foto: Graubünden Ferien



EIN PIONIERPROJEKT

Ob Tourismus, Kultur, Bildung oder Wirtschaft: Alle Anbieter treten gemeinsam unter der Marke Graubünden auf.

«Schweizer Tourismusregion so stark auf die Karte «Standortmarketing» wie Graubünden (siehe unten). Nur gerade das Wallis verfügt mit «Valais Excellence» über eine segmentübergreifende Marke, die jedoch in erster Linie als Qualitätsgütesiegel dient.

«DIE ZAHL DER KONTAKTE STEIGT»

Als Vorteil der Regionenmarke für den Tourismus nennt Federspiel die Tatsache, dass die Tourismusorganisationen nicht mehr alleine für das Image der Region verantwortlich sind. Vielmehr werben typische Produkte wie das Bündner Fleisch künftig ebenfalls auf den ersten Blick für ihre Herkunft. «Mit der Zahl der Anwender steigt natürlich auch die Zahl der Kontakte», stellt Federspiel weiter fest. Für einen Gast sei es zudem eine Orientierungshilfe, wenn beispielsweise die

Rhätische Bahn das «Capricorn» trage: «Er merkt dadurch, dass die verschiedenen Angebotelemente zu einem gemeinsamen Erlebnisraum gehören.»

Vorteile für den Tourismus sehen auch die touristischen Partner Federspiels. Der St. Moritzer Kurdirektor und Markenprofi Hanspeter Danuser stellt beispielsweise fest: «Solange die Graubünden-Produkte aus den anderen Segmenten echt, authentisch und von guter Qualität sind, geben sie der Marke Graubünden zusätzliche Vertrauens- und Glaubwürdigkeit.» Und Urs Wagenseil, Tourismusdirektor von Lenzerheide, gibt sich überzeugt: «Ein klarer, korrekter und konsequenter Einsatz der neuen Marke dient auch dem Tourismus.»

Laut Federspiel unterstützt die Regionenmarke aber auch die Kommunikation nach innen: «Der seit drei Jahren laufende Prozess hat das Bewusstsein gefördert, dass die «Ferien-

ecke» allen gehört.» Das zeige sich auch in der breiten Abstützung des Markenrats: Dieses Anfang 2003 gegründete Gremium versammelt Vertreter aller beteiligten Segmente.

«Dank den dort entstehenden Kontakten werden Schnittstellen sichtbar und konkret», stellt Federspiel fest. Er ist als GRF-Direktor selbst Mitglied des Markenrats. Die Geschäfte des dahinter stehenden Vereins «Marke Graubünden» führt ebenfalls Graubünden Ferien.

MARKE HAT FEUERTAUFE BESTANDEN

Die Feuertaufe hat die Regionenmarke diesen Herbst bestanden: Am Event «Züri retour» und als Gastkanton an der Olma in St. Gallen trat Graubünden erstmals unter dem gemeinsamen Markendach auf. Die Botschaft scheint angekommen zu sein: «Die Sonderschau Graubünden ist ein Gesamterlebnis», schrieb beispielsweise das «St. Galler Tagblatt» über den von einer GRF-Mitarbeiterin organisierten Olma-Auftritt. Weiter machte eine Inseratekampagne in überregionalen Publikumsmedien auf das «neue» Graubünden aufmerksam. Wie diese Aktion angekommen ist, weiss Federspiel indes nicht: «Wir machen im Moment noch keine Marktforschungsstudien.»

Gegenwärtig arbeiten die Verantwortlichen daran, die verschiedenen Einzelmarken möglichst gut in das neue Markensystem einzubinden. Nächsten Frühling soll eine zweite Inseratekampagne die Bekanntheit der Marke weiter fördern. Zudem ist entlang den wichtigsten Strassenverbindungen ein regionenspezifisches Leitsystem mit rund 50 Tafeln und Sujets vorgesehen.

«Das «Capricorn» gehört zum Engadin»

Die Marke «graubünden» mit dem stilisierten Steinbock setzt Graubünden Ferien (GRF) schon seit mehr als einem Jahr ein. Laut GRF-Direktor Olivier Federspiel haben inzwischen auch «sehr viele» Tourismuspartner das Logo mit dem grauen Balken übernommen. Das «Capricorn» ersetzt die bestehenden Marken, sondern ergänzt diese als «Gast». «Obwohl Lenzerheide-Valbella eine ordentliche Bekanntheit hat, verwenden wir die Marke auf allen

Druckerzeugnissen konsequent», sagt beispielsweise der Tourismusdirektor Urs Wagenseil. Er versteht den Einsatz der Marke «als Beitrag zur Solidarität im regionalen Tourismus wie auch zum gesamten Kanton Graubünden». Ähnlich argumentieren Armin Egger von Davos Tourismus sowie Hans-Kaspar Schwarzenbach von Arosa Tourismus. Und der St. Moritzer Kurdirektor Hanspeter Danuser meint: «Das «Capricorn» gehört zum Engadin wie der Bär zu Bern.» SST

THOMAS BIEGER

«Es gibt die Gefahr des zu breiten Images»

Der Tourismus wird von der Bündner Regionenmarke weniger profitieren als die anderen Sektoren, sagt der Professor für Betriebswirtschaftslehre.

INTERVIEW: SONJA STALDER

Herr Bieger, Graubünden hat diesen Herbst – nach drei Jahren Aufbauarbeit – seine Regionenmarke lanciert. Wie beurteilen Sie das Ergebnis?

Aus meiner Sicht entspricht das Ergebnis einem pragmatischen Kompromiss.

Das tönt nicht gerade euphorisch.

Es ist natürlich immer so, dass man einen Mittelweg finden muss: Auf der einen Seite schaffen solche sektorübergreifenden Marken eine branchenübergreifende Bekanntheit. Zudem lösen sie einen Cross-Selling- und Image-Transfer-Effekt aus. Auf der anderen Seite haben die verschiedenen Produktbereiche unterschiedliche Bedürfnisse. Ein Bildungsprodukt muss beispielsweise anders ver-

kauft werden als ein Ferienprodukt; die Botschaft ist eine andere. Wenn alles unter einem Markendach zusammengefasst wird, besteht die Gefahr eines zu breiten, unspezifischen Images.

Was überwiegt aus Sicht des Tourismus: der Nutzen oder die Gefahr einer Verzettelung?

In einem solchen Prozess löst vor allem der Bereich mit dem stärksten Image einen positiven Effekt auf die anderen aus. In Graubünden ist dies sicher der Tourismus. Das hängt auch mit dem Produkt selbst zusammen: Ferien haben für viele eine sehr positive Konnotation.

Der Tourismus profitiert im Vergleich zu den anderen Sektoren also weniger?

In der Tat gehe ich davon aus, dass die Effekte von den anderen Sektoren auf den Tourismus weniger gross sind als umgekehrt. Aber der Tourismus wird bestimmt auch profitieren können, beispielsweise im Bereich der Nahrungsmittel: das Bündner Fleisch und die Engadiner Nusstorte können neugierig auf den Herkunftsort machen.

Der Tourismus gibt mit der neuen Strategie auch etwas aus der Hand. Graubünden Ferien hat beispielsweise seine Internetadresse dem Portalgedanken geopfert.

Das ist ein übliches Vorgehen, das machen andere Standorte auch so. Die meisten Besucher auf www.graubuenden.ch werden sich immer noch für Ferien interessieren, ihr Zugang ist jetzt aber ein indirekter. Entscheidend ist deshalb, dass sich die Portalseite rasch aufbaut und der Besucher den Tourismus-Button sofort findet.

Graubünden selbst spricht insgesamt von einem Projekt mit «Pionier-Charakter». Zu Recht?

Ja. Für eine alpine Region, die so stark vom Tourismus abhängig ist, trifft das sicher zu – innerhalb der Schweiz. Es gibt natürlich andere Beispiele wie die Städte Basel oder Winterthur, die schon seit längerer Zeit den Gedanken des Standortmarketings umsetzen.

Eignet sich das Bündner Modell auch für andere Tourismus-Regionen?

Ja. Kurzfristig ist es zwar ein Vorteil, wenn sich eine Region nur auf

eine Aktivität fokussiert. Wenn sie sich beispielsweise zum Tourismus bekennt und alles daran setzt, dass es ihm gut geht. Längerfristig ist es aber sicher sinnvoll, auch andere Wirtschaftssektoren zu stärken. Der Tourismus braucht Know-how-Impulse von anderen Bereichen, zudem kann der Tourismus auch durch langfristige Branchenzyklen gefährdet sein. Bereits heute gibt es in Graubünden Sektoren, die zwar ein weniger grosses Wertschöpfungs-Volumen erbrin-

gen, die aber von der Attraktivität der Arbeitsplätze her ebenfalls wichtig sind.

An welche denken Sie?

Ganz klar an die Industrie, die Elektrowirtschaft und die eng mit dem Tourismus verbundene Bauwirtschaft sowie Land- und Forstwirtschaft. Aber auch die Finanzwirtschaft spielt eine wichtige Rolle. Die Banken sind ebenfalls eng mit dem Tourismus verknüpft, wie das Beispiel St. Moritz zeigt. Ein weiterer Bereich sind die verschiedenen Ausbildungsstätten.

Zur Person

Prof. Dr. Thomas Bieger (42) ist Direktor des Instituts für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St. Gallen. Er hat sich bereits in mehreren Publikationen mit dem Thema Standortmanagement auseinandergesetzt. Zuletzt erschienen ist das Buch «Clustering – Das Zauberwort der Wirtschaftsförderung» (zusammen mit Roland Scherer). SST



Thomas Bieger

RIESLING AUS DEUTSCHLAND

Kultivierung des besten Weissweins

Unser nördliches Nachbarland ist vor allem Weinnohnen ein grosses Rätsel, beziehungsweise total unbekannt. Weinfreaks hingegen schwören, je mehr sie verkostet und kennen gelernt haben, auf die Güte des Deutschen Weins. Allen voran des Rieslings.

CHANDRA KURT

Aus dem Riesling werden sowohl knochentrockene bis honigsüsse Abfüllungen mit einer markanten Säurenote produziert. Und wenn sogar Weinpapst Hugh Johnson sagt, dass Riesling der beste Wein sei, um ein Buch zu schreiben, dann hat das nicht alleine mit seinem britischen Humor zu tun.

Riesling ist eine der langlebigsten weissen Traubensorten der Welt. Auch wenn der Wein geschmeidig und feingliedrig daherkommt, heisst das noch lange nicht, dass er keinen Lebenswillen hat. Je nach Bezeichnung auf dem Etikett, kann erkannt werden, in welche Geschmacksrichtung (süss oder trocken) er geht und wie lange er im Keller weilen sollte. Die unterste Stufe nennt sich Kabinett. Sie bringt mittel-mässige, neutrale Weine hervor, die man vorzugsweise jung öffnet. Spätleseweine sind deutlich aromatischer, in der Nase süsslich und im Gaumen trocken bis halbtrocken. In der Regel sind sie in der Farbe heller als die Auslese-Weine (nächste Qualitätsstufe). Dieser Wein ist nicht unbedingt süsser, aber delikater und eleganter. Ein Auslese-Riesling aus der Mosel mündet bereits zwei Jahre nach Abfüllung, verschliesst sich anschließend um das fünfte Altersjahr, bis er seinen Höhepunkt erreicht. Dieser dauert vom achten bis 18. Lebensjahr.

TROTZ DER SÜSSEN NOTE ERFRISCHEND

Richtig süss wirds bei Beerenausleseweinen. Vinifiziert werden sie aus einzeln ausgewählten, ultrareifen

Foto: Verband deutscher Prädikatsweingüter (VDP)



RHEINGAU

Die Weine aus den Rebbergen des Rheingaus zählen zu den besten Rieslingen. Denn die zum Rhein hin liegenden Hänge des Rheingaugebirges haben eine südliche Exposition – ein idealer Standort für Reben.

Trauben. Der Wein ist goldgelb, ölig in der Struktur und honigsüss. Dank einer delikaten Säure wirkt er trotzdem frisch und süffig. Einen solchen Wein kann man auch 20 Jahre im Keller ruhen lassen. Einen Trockenbeerenauslese-Wein (TBA) erkennt man an seiner auffallend süssen Note (Restzucker), dem niedrigen Alkoholgehalt (8 bis 10 Volumenprozent) und der hohen Säurenote. Auch wenn er bereits jung zu geniessen ist, schmeckt er auch nach Jahrzehnten noch wunderbar. Eiswein gehört zu den teuersten und süssesten Dessertweinen mit einer ebenfalls enorm langen Lebensdauer.

Trotz der süssen Note hinterlassen Rieslinge in der Regel einen Eindruck

eines erfrischenden Weines. Das liegt an seiner knackigen Säure und den blumigen Aromen in der Nase. Da diese Weine nicht wie beispielsweise ein Chardonnay mit hohem Alkoholgehalt markieren, eignen sie sich sehr gut als Apéroweine.

GROSSE PREISSPANNE: VON 10 BIS 200 FRANKEN

Riesling ist ein wunderbarer Botschafter seines Terroirs, wird ähnlich wie ein Bordeaux mit dem Alter immer schöner und entfaltet in der Nase zahlreiche Aromaschichten, je länger man ihn offen lässt. Entdeckt man Petrol- oder Kerosennoten, ist dies ein gutes

Indiz dafür, dass sich der Riesling nicht mehr weiterentwickeln wird.

Die schönsten Rieslinge stammen aus Deutschland. Genauer gesagt von Weinbergen des Rheingaus und der Mosel. Man kann sie optisch einfach unterscheiden, denn die Weine aus dem Rheingau befinden sich in einer braunen Flasche, die anderen in einer grünen. Preislich ist die Spannweite für einen deutschen Riesling sehr breit. Die unterste Qualitätsstufe kann bereits für etwas über zehn Franken erworben werden. Die besten Weine, allen voran Eiswein, werden auf 100 bis 200 Franken zu stehen kommen.

Vor allem seit dem Super-Riesling-Jahr 2001 (2002 gilt ebenfalls als hoch-

stehend), hielt Deutschlands Nationaltraube etwas mehr Einzug in den täglichen Weinkonsum. Es ist dabei vor allem der Gastronomie zu verdanken, dass diese Weissweine ein wenig bekannter sind, als noch vor wenigen Jahren.

Die Rebfläche Deutschlands entspricht etwa der des Bordeaux. Und nicht alles, was in die Flasche kommt, ist eine Gaumenfreude – wie im Bordeaux auch. Wer sich jedoch an die Weine des VDP (Verband Deutscher Prädikatsweingüter) hält, bekommt schon für plus/minus zehn Franken Weine, die Spass machen und die schneller den Hals hinunterfliessen, als manch buttrig schwerfälliger Chardonnay.

DEGUSTATIONS-NOTIZEN

Riesling: Apérowein oder zu Krustentieren

Die htr hat sich auf dem Markt umgesehen und ein paar Rieslinge aus Deutschland herausgepickt, die zu einem vernünftigen Preis Freude bereiten.

CHANDRA KURT

• **Riesling 2001, Kabinett trocken, August Kessler, Rheingau**
Blasses Gelb. Spritziger Auftakt mit süsser Limettennote und einer Prise Puderzucker. Im Gaumen süffig, mineralisch trocken und erneut eine dominante Limettenaromatik. Fliessen erfrischend den Hals hinunter und weckt die Geschmacksnerven wie eine morgendliche Brise.
Passt zu: Apéro, exotische Vorspeisen, Tapas.
Preis: 16.50 Franken
Bezugsquelle: Weinkellereien Aarau, 5001 Aarau, Telefon 062 838 00 30

• **Riesling 2000, Kabinett trocken, Oberhäuser Leistenberg**
Blasses Gelb. Einladender Auftakt mit blumig süsslichen Aromen. Im Gaumen dezente Petrolnote sowie trockene Mineralaromen. Man denkt an Aprikosengelée, Limettensaft und edelsten Marmor. Ein Riesling mit Terroircharakter, dessen langes Finale an Quitten und Hagebutte denken lässt.

Passt zu: Apéro, Muschelgerichte oder Krustentiere, reifer Käse.
Preis: 15.30 Franken
Bezugsquelle: Gerstl Raritäten, La Cave Bordelaise, 7310 Bad Ragaz, Telefon 081 302 13 13

• **Riesling 2002, QbA trocken, Robert Weil, Rheingau**
Blasses Gelb. Trockener Auftakt mit dezenter Limettennote. Im Gaumen süffig und dank dem ausgeprägten Süss-sauer-Spiel unheimlich rassist. Man denkt an Rhabarber, Aprikosen und Limettensaft. Süffig und unkompliziert im Abgang. Klassiker für wenig Geld.
Passt zu: Bringt jeden Apéro in Schwung und wirkt sehr appetitanregend.
Preis: 12.75 Franken
Bezugsquelle: Gerstl Raritäten, La Cave Bordelaise, 7310 Bad Ragaz, Telefon 081 302 13 13

• **Riesling 2002, QbA, Fritz Haag**
Blasses Gelb. Einladender Auftakt mit dezenter Fruchtnote. Im Gaumen gefällig und dank der dezenten Rest-süsse charmant. Trinkt sich fast von selbst, so ausgewogen und leichtfüssig wie er sich gibt. Aromatisch dominieren Honig, Limetten und Granny-Smith-Aromen. Dank dem tiefen Alkoholgehalt von 10% gönnt man sich gerne noch ein zweites Glas.

Passt zu: Apéro, kleine Häppchen.
Preis: 11.90 Franken
Bezugsquelle: Gerstl Raritäten, La Cave Bordelaise, 7310 Bad Ragaz, Telefon 081 302 13 13

• **Riesling 2002, Spätlese, Keller, Dalsheimer Hubacker**
Blasses Gelb. Einladender und vielschichtiger Auftakt mit Pfirsich-, Puderzucker- und Rosenaromen. Im Gaumen süss wie ein Früchtekorn und süffig wie ein Schluck frisches Quellwasser. Die Verführung aus Deutschland. Fliessen leicht ölig den Gaumen hinunter und hinterlässt neben einer breiten Fruchtnote leicht salzige Impressionen. Sweet & sour pur.
Passt zu: Apéro, exotische Vorspeisen, Muschelgerichte, Krustentiere, Spargeln.
Preis: 20.40 Franken
Bezugsquelle: Gerstl Raritäten, La Cave Bordelaise, 7310 Bad Ragaz, Telefon 081 302 13 13

• **Riesling 2001, Spätlese trocken, Kallstadter Saumagen, Koehler-Ruprecht**
Strohgelb. Eigenständiger Auftakt, der an Petrol, Jasmin und Orangen denken lässt. Im Gaumen ölig, stoffig und angenehm trocken. Auch hier denkt man an Petroldüfte und süssen Quitten-gelee. Elegantes Finale. Ein alkoholreicher (13%) Riesling für die späten

Abendstunden. Rustikaler Wein.
Passt zu: Fischgerichte, Käse, Fischsuppe, überbackene Spargeln.

Preis: 17 Franken
Bezugsquelle: Gerstl Raritäten, La Cave Bordelaise, 7310 Bad Ragaz, Telefon 081 302 13 13

• **Riesling Spätlese 1997, halbtrocken, Hochheimer Hölle, Franz Künstler**
Strohgelb. Einladender Auftakt mit versteckten Rosenaromen. Im Gaumen angenehm aromatisch. Rosen-, Quitten- und Passionsfruchtaromen mischen sich mit den trockenen Mineralnoten. Seine sechs Jahre zeigt er mitnichten. Erfrischend und elegant fliessen diese halbtrockene Spätlese den Hals hinunter und hinterlässt dabei eine angenehme Frische.
Passt zu: Apéro, Spargeln, Quiche, Tarte flambée.
Preis: 29.50 Franken
Bezugsquelle: Hammel SA, 3360 Herzogenbuchsee, Telefon 062 961 28 88

• **Riesling Spätlese 1998, Hochheimer Kirchenstück, Franz Künstler**
Helles Goldgelb. Schmelziger Auftakt mit intensiven Quitten- und Pfirsicharomen. Im Gaumen verführerisch süss vom ersten bis zum letzten Tropfen. Dank dem mineralischen Unterton wirkt der Wein frisch wie ein sonnenverwöhnter Bergbach. Man denkt an Quittengelée, Honig und

Rhabarber. Lang und intensiv im eher rustikalen Abgang. Dank den 8% kann man getrost einen Schluck mehr geniessen.

Passt zu: Tarte flambée, Terrine, Quiche, Pilzgerichte, Kalbssteak mit Morcheln.
Preis: 23.60 Franken
Bezugsquelle: Hammel SA, 3360 Herzogenbuchsee, Telefon 062 961 28 88

Reklame

Rethink china

FIGGJO
NORWAY

Exklusiv bei

Buchercher
Tel. 041 360 42 44
www.buchercher.ch

HOTEL BEATUS MERLIGEN

Wellness in der Suite – und auf asiatisch

Insgesamt 4 Millionen Franken haben die Besitzer des 4-Sterne-Hotels Beatus in Merligen, Heinz Lutz und Laurenz Schmid, investiert. Neben drei Luxussuiten ist ein innovativer Wellnessbereich in asiatischem Stil entstanden. Er ist nur Hotelgästen zugänglich.

GERHARD LOB

Während viele Hoteliers klagen, haben Hotelbesitzer Heiner Lutz und Laurenz Schmid gehandelt und in die Zukunft investiert. Für 1,5 Mio. Franken liessen sie im Hotel Beatus in Merligen drei Wellness-Suiten mit getrenntem Wohn- und Schlafbereich sowie eigener Whirlwanne und Dampfdusche einrichten. Dazu kamen sechs neue Junior-Suiten. Danach investierten sie weitere 2,5 Mio. Franken für eine Erweiterung des Wellnessbereichs mit drei neuen Saunen und einem Ruheraum. Dies, obwohl das 4-Sterne-Hotel bereits eine grosse Saunalandschaft hat.

Die Erweiterung hatte gute Gründe. Denn das «Beatus» ist mit seinem Hallen- und Erlebnis-Frei-Solbad auch für Tagesgäste zugänglich. «Das hat sich mit den Hotelgästen nicht immer vertragen», räumt Laurenz Schmid ein. Deshalb habe man einen separaten Wellnessbereich mitsamt Ruheraum kreiert, der ausschliesslich

Hotelgästen vorbehalten sei. Warme rot-braune Töne dominieren den – neuen Saunapark Bamboo, in dem man in einer Sole-Grotte, Thai- oder Zen-Sauna schwitzen kann. Mit Bambussäulen und Erlebnisduschen hebt sich dieser Wellnesspark von den bekannten Saunalandschaften im griechisch-römischen Stil deutlich ab. Der neue Ruheraum «Le petit oubli» nimmt die asiatischen Stilelemente auf. Sieben Wasserbetten mit Leselampen und erholsamer Musik mittels Kopfhörer sowie Aussicht auf den Thunersee und die Berge laden hier zum Entspannen ein. An einer «Vital-Bar» stehen für Hotelgäste im Ruheraum Erfrischungsgetränke, Dörr- und Frischfrüchte bereit.

INVESTITIONEN AUS EIGENEN MITTELN

Mit dem neuen Wellnessbereich schliesst sich ein Zyklus; «es ist nach 10 Jahren vorläufig unsere letzte grosse Investition», sagen Laurenz Schmid und Heiner Lutz. Tatsächlich hat das Besitzer-Duo, dem auch das Eremitage-Golf-Hotel in Gstaad-Schönried gehört, das «Beatus» innert einer Dekade zu einem der führenden Häuser am Thunersee gemacht. Bei der Übernahme 1993 war es nur vier Monate im Sommer geöffnet, heute wird das Haus mit seinen 140 Betten unter Direktor Peter Mennig im Ganzjahresbetrieb geführt. Die Bettenauslastung beträgt 80 Prozent. «Das Beatus ist eine absolute Erfolgsgeschichte», freut sich Schmid.

Foto: zfg



SAUNA IM ASIATISCHEN STIL

Mit dem letzten Ausbau der Wellnessanlage ist im Hotel Beatus in Merligen der zehn Jahre dauernde Investitions-Zyklus nun abgeschlossen. Die Investitionen haben sich gelohnt: Das Haus ist zu 80 Prozent ausgelastet.

Der Erfolg schlägt sich auch finanziell nieder: Die Investitionen konnten fast vollständig aus eigenen Mitteln bestritten werden; nur ein kleiner Teil musste von der Bank aufgenommen werden. Das Wirtschaftsmagazin «Bi-

lanz» verlieh Heiner Lutz und Laurenz Schmid dieses Jahr die Auszeichnung «Hotelbesitzer des Jahres». Das Duo gehörte zu den Visionären, die mit Herzblut vorlebten, «dass mit stimmigen Hotels eine Rentabilität erwirt-

schaftet werden kann», schrieb das Magazin. Das Wellness- & Spa-Hotel Beatus steht zwar auf eigenen Füßen, hat sich aber der Kette Alpine Classics angeschlossen und mit dem Gütsee-Wellness Plus ausgezeichnet.

Anzeige

Alpen SYMPOSIUM

Grindelwald

13. & 14. JANUAR 2004

2. ALPENSYMPOSIUM

im Kongresszentrum, Grindelwald

Dienstag, 13. Januar 2004, 09:30 Uhr, ganzer Tag

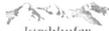
»Mythos Motivation«

Dr. Reinhard K. Sprenger

Mittwoch, 14. Januar 2004, 09:30 Uhr

»Ich denke - also bin ich gut«
Vom Zustand der Führung in der Hotellerie**Peter B. Grossholz lic.phil.**

Mittwoch, 14. Januar 2004, 14:00 Uhr

»7 Trends, die Wirtschaft, Gesellschaft
und Freizeit verändern«**Dr. David Bosshart**Anmelden unter: www.alpensymposium.ch oder
Griwa Consulting, +41 (0) 33 853 17 92, Herr S. Sollberger

HOTEL SCALOTTAS

Eine Plattform für Künstler

In Lenzerheide ist das 3-Sterne-Hotel Scalottas eröffnet worden. Das besondere daran: Das Hotel ist auch eine Galerie für Künstler. Die Gäste können also die gezeigten Bilder und Objekte kaufen. Jedes Jahr wird die Kunst ausgewechselt – so ändert das Hotel sein Gesicht.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Bilder und Objekte, die im 3-Sterne-Hotel Scalottas in Lenzerheide ausgestellt sind, kann der Gast kaufen. Jedes Jahr wird die Kunst erneuert, so bekommt das Hotel – kostenlos – immer wieder ein anderes Gesicht. Das

die Bilder und Objekte zum Hotel und seinen 17 Zimmern passen, dafür sorgt eine Galeristin.

Claudia und Andreas Züllig, Besitzer des ebenfalls in Lenzerheide gelegenen 4-Sterne-Hotels Schweizerhof, haben das «Scalottas» vor zwei Jahren gekauft. Die Zimmer entsprachen nicht dem Standard eines 3-Sterne-Hotels und wurden deshalb an Dauermieter vermietet. Im ersten Jahr eröffneten Zülligs im «Scalottas» das Restaurant Bündnerstube – und servierten dort Raclettes und Fondue. Mehr lag nicht drin, denn die Küche musste saniert werden. «Das war auch die Auflage, die der vordere Besitzer zu erfüllen gehabt hätte. Doch ihm fehlten dazu die Mittel», hält Claudia Züllig fest.

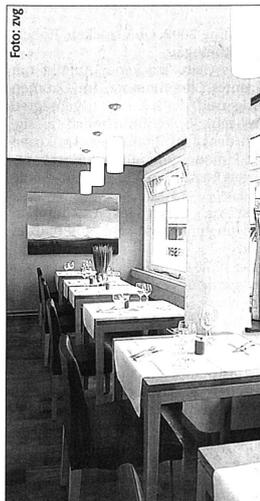
Ein Jahr später – und mit einer provisorischen Bewilligung – eröffneten Zülligs im «Scalottas» das italienische Restaurant Scala. «Das stiess auf grossen Anklang», sagt Claudia Züllig. Das habe sie dann ermuntert, das Haus zu renovieren. 1,5 Mio. Franken haben Zülligs dafür investiert. Jetzt haben alle Zimmer Dusche und WC.

DIE SUCHE NACH EINEM SPEZIELLEN KONZEPT

«Weil das Hotel an und für sich nichts Besonderes ist, suchten wir ein besonderes Konzept», so Claudia Züllig. So sei die Idee des «Gallery-Hotels» entstanden.

Ein- und auschecken muss der Gast im 250 Meter entfernten «Schweizerhof». Dort frühstückt er auch. Entweder auf italienisch – mit Latte Macchiato und Süsseigkeit an der Café-Bar des «Schweizerhofs» – oder gegen Aufpreis von 15 Franken am dortigen Frühstückbuffet. Die Zimmer kosten ab 90 Franken (Einzelzimmer).

Eine Küchenbrigade von drei Personen, ebenso viele Servicemitarbeitende und eine Zimmerfrau sind im «Scalottas» tätig. Alle erhalten, wenn erforderlich, Unterstützung vom Team im «Schweizerhof».



Das «Scalottas» als Gallery-Hotel: Die Gäste können die Kunst kaufen.



ACCOR / Bern bekommt drei neue Hotels und 310 Hotelzimmer. Das hat Folgen für die Berner Hotellerie. SEITE 11



FESTTAGE / Wo holen die Hoteliers ihre Ideen für Weihnachts- und Silvesterüberraschungen? Eine Umfrage. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

JÜRIG SCHMID

«Wir brauchen vergleichbare Spiesse»

Die Negativmeldungen über das Ferienland Schweiz häufen sich in den Schweizer Medien. Dafür wird das Ferienland Österreich hochgelobt. Das macht Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid zu schafffen. Er spricht von einer «kollektiven Depression».

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

«Für Ferien ab nach Österreich», titelt «Cash», «Österreicher carven davon und die Schweiz steht am Idiotenhügel», schreibt der «Blick». Herr Schmid, schlafen Sie noch gut?

Ich schlafe noch gut, aber verärgerter als auch schon.

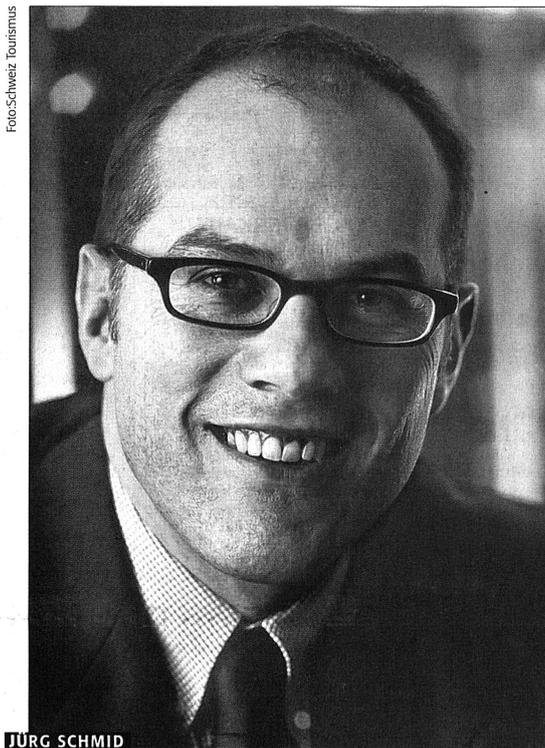
Sind die Schweizer Medien denn vom Österreich-Syndrom befallen?

Wir haben im Moment in der Schweiz ein Die-anderen-sind-besser-Syndrom und einen im Tourismus ganz ausgeprägten organisierten Pessimismus. Wir suhlen uns in den ein bis zwei vermeintlichen Negativaspekten – ohne dass wir auf dem Positiven, auf unseren Stärken, aufbauen. Die Medien trampeln zurzeit auf den negativen Punkten herum – in der bekannten schweizerischen Selbstkritikmanier. Es wird so lange über Negatives geschrieben, bis wir alle glauben, dass es Fakten sind.

«Wir haben im Moment in der Schweiz ein Die-anderen-sind-besser-Syndrom.»

Welche Punkte werden falsch dargestellt?

Sicher die Freundlichkeit und die Servicequalität. Wir wissen aus repräsentativen Umfragen, dass wir Schweizer gute Qualität erbringen. Klar, wir können und müssen immer noch besser werden. Zurzeit läuft aber sehr viel – es hat innovative Unternehmer in unserer Branche, die wegweisende Sachen machen. Ich finde, wir Schweizer – und das betrifft nicht nur die Touristiker – müssen uns dagegen wehren, dass wir uns selbst



JÜRIG SCHMID

Er wünscht sich punkto politische Rahmenbedingungen gleich lange Spiesse wie die Österreicher. Nur so könne die Schweiz wettbewerbsfähig bleiben.

als unfreundlich abstempeln. Der Schweizer Charme ist vielleicht etwas direkter, kantiger und unbedarfter – aber wir sind nicht minder herzlich und wir sind kein Volk von Servicegegnern. Wir sind halt etwas berglig. Das kommt davon, weil unsere Berge im Durchschnitt 500 Meter höher sind.

Also: Wir Schweizer sind gut und die Österreicher sind auch gut. Sie haben jedoch zusätzlich tiefere Baukosten, Löhne, Lebensmittelpreise Kredite und so weiter, was ihnen ermöglicht, günstiger zu sein...

Dass wir zu höheren Kosten produzieren müssen, ist ein klarer Wettbewerbsnachteil für die Schweiz. Wir Schweizer brauchen längerfristig vergleichbare Spiesse mit jenen der Österreicher. Sie müssen ja nicht exakt gleich lang sein, denn die Schweiz hat ein paar Stärken, die es uns ermöglichen, ein paar Prozente teurer zu sein.

Wenn die Schweiz von heute auf morgen 20 Prozent günstiger wäre als Österreich, dann wäre es spannend zu sehen, wie sich die Gästeströme verschieben würden.

Wir sind gefordert, gegenüber den Politikern auf diesen Missstand bezüglich der Rahmenbedingungen hinzuweisen und deutliche Voten zu platzieren. Die hohen Produktionskosten sind ja nicht nur ein touristisches Phänomen – sie gehen das ganze Land etwas an. Man muss sich fragen, ob wir in dieser Hochpreinsel Schweiz überhaupt noch personenintensive Produkte herstellen und exportieren können.

Ändern können die Touristiker die Rahmenbedingungen nicht. Was bleibt ihnen denn zu tun?

Wir haben diesen Winter wiederum eine Chance, denn wir werden 7,5 Millionen Menschen in der Schweiz

haben, die unser Produkt konsumieren. Wir können also beweisen, dass die negativen Clichés, die zurzeit kommuniziert werden, nicht zutreffen. Wir können millionenmal die Gäste mit Freundlichkeit und gutem Service überraschen. Es ist ja bekanntlich die Überraschung, an die man sich später noch erinnert. Touristiker, Hoteliers, Bahnunternehmer, Ferienwohnungsvermieter und die Detailhändler in den alpinen Orten sind gefordert, darüber nachzudenken, wie sie die Gäste überraschen können.

«Wir sind halt etwas berglig. Das kommt davon, weil unsere Berge im Durchschnitt 500 Meter höher sind.»

Im «Cash» wird Guglielmo Brenetti, Präsident des Zürcher Hoteliervereins, mit der Aussage zitiert, die Österreicher würden den Schweizern auch bezüglich Tourismusmarketing um die Ohren fahren. Damit sind Sie ganz persönlich angesprochen...

Er als Präsident des Zürcher Hoteliervereins ist auch angesprochen. Ich sehe das deutlich anders. Wenn man das Tourismusmarketing – vor dem Hintergrund der Mittel, die zur Verfügung stehen – vergleicht, können wir uns sehr wohl mit den Österreichern messen. Faktum ist, dass ein solcher Preisnachteil mit dem Marketing nicht aufgefangen werden kann. Schon gar nicht in einer konjunkturell schwierigen Zeit wie sie heute ist.

Wir Schweizer leiden im Moment unter dem organisierten Pessimismus. Wir halten uns gegenseitig vor, was schlecht ist und fallen fast in eine kollektive Depression. Alle Touristiker und Hoteliers sind gefordert, dagegen anzugehen.

Der Weg aus dieser kollektiven Depression?

Den Glauben an die eigene Stärke entwickeln und fördern. Wir müssen unsere Stärken kommunizieren, denn die Schweiz bietet ein gewaltiges Natur- und Panoramaspektakel. Das ist wirklich einzigartig.

Sind Sie sicher? Die Österreicher haben auch Berge...

Ja, ich bin sicher. Der Schweizer Winter ist ein tolles Produkt, das Er-

lebnisse bietet, die Weltspitze sind. Nicht umsonst war der Winter 2000/01 der beste Winter aller Zeiten.

«Im Moment hat es in der Schweiz wenig Raum für Preiserhöhungen.»

Bergbahnen schlagen auf, Hotelbetten werden teurer und einige Bierlieferanten haben Preiserhöhungen angemeldet – was darf man den Schweiz-Gästen noch zumuten?

Im Moment hat es in der Schweiz ganz wenig Raum für Preiserhöhungen. Wir sind deutlich teurer und wir sind immer noch in einer negativen Konsumentenstimmung. In solchen Phasen ist der Konsument preissensibler. In diesem Winter haben wir aber wenig Preiserhöhungen – ganz im Unterschied zu unseren Nachbarländern. Zudem haben wir noch den Währungsvorteil. Für einen Deutschen beispielsweise ist die Schweiz allein währungsbedingt 8 Prozent günstiger worden.

Herr Schmid, waren Sie schon einmal in Österreich in den Ferien? Ja.

«Wir werden 7,5 Millionen Menschen in der Schweiz haben, die unser Produkt konsumieren.»

Hat es Ihnen gefallen?

Die Österreicher haben eine gute Gastlichkeit. Das ist ihre Stärke. Sie haben ihre eigene sympathische Form von Freundlichkeit. Und es ist ein wahrnehmbares Tourismusbewusstsein vorhanden. Wenn in Österreich ein Vortrag angesagt ist mit dem Thema, was man für die Gäste verbessern könnte, ist der Saal voll. Und in der Schweiz müsste man die Leute überzeugen, dass es wichtig ist, zu kommen. Österreich ist ein angenehmes Land, es sind unsere Nachbarn, mit denen wir menschlich verbunden sind. Doch den Erlebniswert, den die Schweiz bietet, schätze ich höher ein als jenen in Österreich.

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

eco bar
Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise

Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

Oh **Pastamia!**

ConvaTech AG
Gaissbergstrasse 46
8280 Kreuzlingen
Tel: 071 577 98 86
Fax: 071 577 98 89
info@convatech.ch
www.convatech.ch

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

noteljob
Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie

Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?

Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swisshotels.ch
www.hoteljob.ch

BRITA
Professional

Innovative und kostensparende Wasserfilter-Systeme für die Gastronomie

www.brita.ch

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

**Wir verkaufen - vermieten
Ihren Betrieb ...**

**Haben Sie einen interessanten Betrieb
zu verkaufen - zu vermieten?**

**Haben Sie eine Dokumentation welche
das wirtschaftliche Potential Ihres
Betriebes aufzeigt?**

**Wir haben die Kontakte zu den Interessen-
ten, welche eine neue Herausforderung
suchen oder sich selbstständig machen wollen.**

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

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

**Profitieren Sie von
unseren Branchenkenntnissen!**

Kauf & Verkauf

von Hotelliegenschaften.
Absolute Diskretion ist für
uns selbstverständlich.

Herr Urs Gsell persönlich

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

activ gastro ✓

4628 Wolfwil, SO, Restaurant/Pub
Frohsinn, 120 Sitzplätze, Wirtwohnung,
Zimmer, Verkaufspreis Fr. 630 000.-
(inkl. Gross- und Kleininventar)

4632 Trimbach, SO, Restaurant
Kastaniengarten, 270 Sitzplätze +
3 Wohnungen, 2000 m², 5400 m²,
Verkaufspreis Fr. 630 000.-
(inkl. Gross- und Kleininventar)

2416 Les Brenets, NE, Restaurant
Du Parc, 120 Sitzplätze, Wirtwohnung, Zim-
mer, Verkaufspreis Fr. 280 000.-
(inkl. Gross- und Kleininventar)

3235 Erlach, BE, Im Zentrum des historischen
Städtchen Erlach am Bielersee
bieten wir Ihnen den schönen Hotel-
Restaurantbetrieb Schlossberg mit 150
Restaurantsitzplätzen, Terrasse mit
60 SP, 12 Hotelzimmer, 4 Personalzimmer und
einer Wirtwohnung zum Kauf an.

Verlangen Sie unsere Verkaufsunterlagen!

Activ Gastro GmbH, Balmfluhstr. 19,
4515 Oberdorf, Tel. 032 622 60 80
info@activgastro.ch www.activgastro.ch



hoga-portal.ch

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

Zu verkaufen

SW Frankreich: Perigord:
Renommierter

4-Stern Hotel-Restaurant

mit Charme, renoviertes Manoir,
24 Zimmer, 3 Säle, Swimmingpool,
Tennis, Hammam, Nebengebäude,
4 Ha Park mit Bachanstoss.
Hohe Umsätze. Top Zustand.
Murs et Fonds, komplettes Inventar.
3.2 Mio. Euro.

0033 558 44 92 36,
email: laffitte@gascogne-immo.com

429252/159162



**Beauftragen Sie uns,
den Völkern in Not
medizinisch beizustehen.**

Postfach, 8030 Zürich
PK 12-100-2

Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren: Tel. 031 370 42 22, Fax 031 370 42 23, www.htr.ch

ANZEIGEN**AUS- UND WEITERBILDUNG**

**Fit für
2004 ?**

Wir machen Sie fit

- Finanzbuchhaltung
- Lohnbuchhaltung
- Steuerberatung
- Unternehmensbewertung
- Verkehrswertschätzung
- Coaching & Beratung
- Miet- und Managementverträge
- Wirtschaftsprüfung
- Inventarschätzung

Kernkompetenzen
in Hotellerie und Gastronomie.

BDO
Wir machen Sie fit

SHT Hotel-Treuhand und Beratungen,
Fabrikstrasse 50 8031 Zürich
Telefon 01 731 12 31 oder Fax 01 731 18 38

E-mail: daniel.schlegel@bdo.ch
E-mail: erich.walzer@bdo.ch

**Warum ???
Kabelfernsehen
wenn Sie ab einer
Satelliten-Antenne
200 TV & Radio
Programme
Gebührenfrei
empfangen & auf
1-1000 Teilnehmer
verteilen können
Offerten & Projekte
www.reisat.ch. 5426 Lengnau
Lieferung & Installation durch
Fachgeschäft Ihrer Wahl
in Ihrer Nähe
Info bei 056 241 10 28**

LAGERVERKAUF
50% Rabatt auf Kleiderbügel

Holz-Formbügel, natur lackiert mit
Schulterkerben & rutschfestem Steg
Masse: 46cm breit, Schulterstärke 1,6cm
Preis: 1.30 pro Stück (normal Fr. 2,60)
(50 St. Verkaufseinheit pro Karton)
Angebot gültig solange Vorrat!

ALPHA-ENTERPRISE
Tel 041-480 30 50 Fax 041-480 37 50
www.alpha-enterprise.com

www.zuendhoelzer.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER
Grundlagen zum Erfolg

Der Réceptionskurs

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

19. April bis 14. Mai 2004 und
11. Oktober bis 5. November 2004
(oder 2 Blöcke à 2 Wochen Frühling/Herbst)

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

HOTELSCHULE LÖTSCHER, Färbstrasse 1B, 7270 Davos Platz
Tel. 081 420 65 26 E-Mail: info@hotelschule-loetscher.ch

Italienisch in Florenz**Spezialangebot:**

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

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

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

153472/390239

Über Service compris und Exklusives.

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

7,5-Mio-Bahn eröffnet

Toggenburg. In Alt St. Johann im Obertoggenburg ist am letzten Wochenende die erste kombinierte Gondel- und Sesselbahn der Schweiz eingeweiht worden. Je nach Wetter kann sie mit Gondeln oder Vierersesseln bestückt werden. Die Seilbahn führt von Alt St. Johann (900 m) auf die Alp Sella matt (1400 m). Sie kostete insgesamt 7,5 Millionen Franken. Bund und Kanton steuerten einen Kredit von 750 000 Franken bei, machten aber Auflagen. «Die Bahnen im Toggenburg müssen für den Er-

folg intensiver zusammenarbeiten. Letztlich ist die völlige Integration der Bahnen das Ziel», hielt Regierungsrat Josef Keller gegenüber dem St. Galler Tagblatt fest. Die Region Obertoggenburg investiert derzeit Millionen in den Tourismus. Nebst der neuen Seilbahn in Alt St. Johann verschlingen die neue Sesselbahn und die Beschneiungsanlage in Wildhaus 12 Millionen Franken. In den nächsten Jahren ist zudem geplant, die Standseilbahn Unterwasser-Iltios zu sanieren. TL

Kuoni verkauft nur noch Ferien

Zürich. Der Reisekonzern Kuoni will sich auf die Touristiksparte konzentrieren. Er zieht sich deshalb aus dem Markt für Geschäftsreisen zurück und verkauft die Division Business Travel (BTI Central Europe) an die britische Hogg Robinson. Der Kaufpreis bewegte sich im dreistelligen Millionenbereich, sagte Finanzchef Max E. Katz. Hogg Robinson wird gemäss Kuoni-Chef Hans Lerch alle 1600 Mitarbeiter übernehmen. TL/lda

Freie Fahrt mit der neuen BernCard

Bern. Die mühsame Münzsuche beim Billettautomaten fällt für Touristen künftig weg: Bern Tourismus lanciert ab Januar die BernCard. Sie bietet freie Fahrt auf allen Berner Tram- und Buslinien sowie Ermässigungen von 20 bis 40 Prozent bei Museumseintritten und Stadtrundfahrten. Die BernCard – im praktischen Kreditkartenformat gehalten – ist ein Gemeinschaftswerk von Bern Tourismus, dem Verein Berner Museen und Bern-Mobil. Sie kostet für einen Tag

10 Franken, für zwei Tage 13,50 Franken und für drei Tage 17 Franken. Kinder von 6 bis 16 Jahren erhalten die Karte zum halben Preis, für Kinder unter 6 Jahren ist sie gratis. Berns Tourismusdirektor Raymond Gertschen ist überzeugt, dass die BernCard nicht nur einen Mehrwert für Touristen bietet, sondern auch für Familien und Kongressorganisatoren interessant sein kann. Erhältlich ist die Karte in den Tourist Centers im Bahnhof und am Bärengraben sowie in

einigen Museen. Gertschen will aber auch versuchen, die BernCard in Städtepaketen von Tour-Operatoren unterzubringen. Zudem beteiligt sich Bern Tourismus an den Aktivitäten von European Cities Tourism, die weltweit auf die verschiedenen City-Cards in Europa aufmerksam machen. Schon lange mit dabei sind beispielsweise die Metropolen London, Wien und Amsterdam. Zürich ist im letzten April dazugestossen, und auch Lausanne ist mit von der Partie. TL

KURZ UND BÜNDIG

Projekt «Einstein 05»

Die Stadt Bern plant fürs Jahr 2005 ein Kulturprojekt zu Ehren von Albert Einstein, der 1905 in Bern die Relativitätstheorie entwickelte. Vorgesehen ist unter anderem die Renovation des Einstein-Hauses an der Kramgasse 49 und ein Erlebnispark zum Thema Physik im Historischen Museum. Berns Kultursekretär Christoph Reichenau rechnet mit Kosten von 7 Millionen Franken und 150 000 Besuchern. TL

Letzte Skisaison?

Aufstockung des Aktienkapitals um 0,6 Millionen Franken, Ausbau des Gipfelrestaurants und Einstellung des Skibetriebs: Das beschlossen die Aktionäre der Stockhornbahn AG in Erlenbach gemäss «Berner Zeitung» an ihrer Generalversammlung. Der Skiliftbetrieb am Lasenberg soll bereits nach dieser Saison stillgelegt werden, es sei denn, private Interessenten übernehmen den Weiterbetrieb. TL

Kooperation gefordert

Der Kanton Bern will touristische Bergbahnen künftig nur noch finanziell unterstützen, wenn sie sich verstärkt zu regionaler Zusammenarbeit verpflichten und dabei Synergien nutzen. Damit passt der Kanton Bern die Kriterien für seine Fördermassnahmen den aktuellen Marktverhältnissen an. TL

Neuer Internet-Auftritt

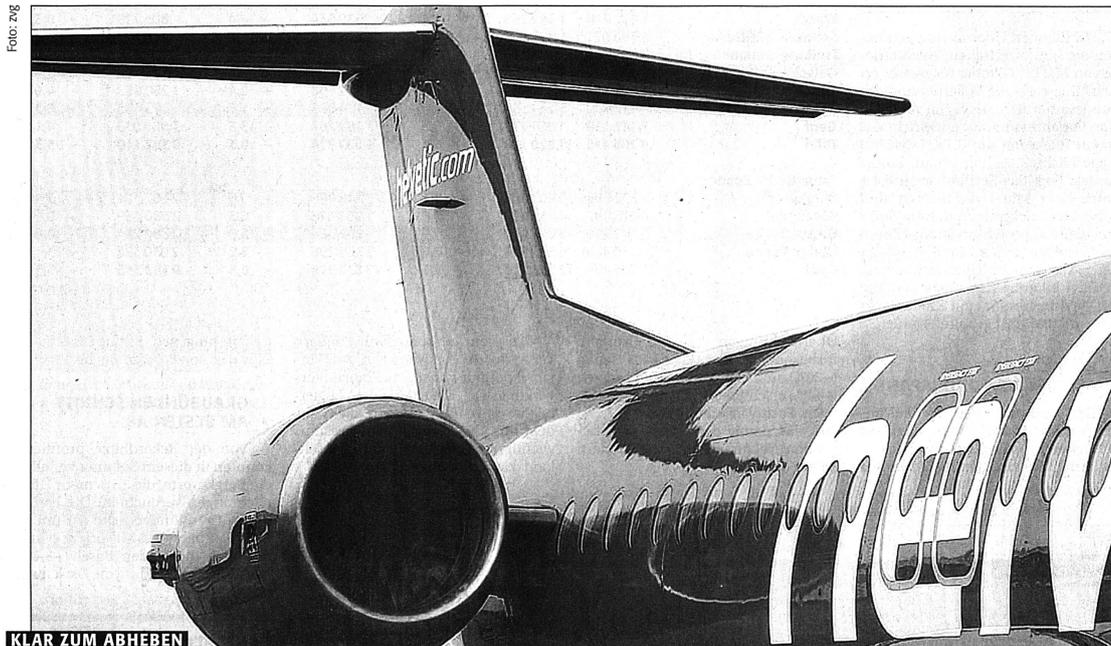
600 Seiten und über 400 Fotos: Baselland Tourismus hat sein Internet-Portal www.MyBaselbiet.com stark ausgebaut. Die auffälligste Neuerung ist ein Hotel-reservations- und Unterkunfts-Tool, mit dem die Angebote von Baseldbieter Hotels und Gasthöfen direkt online gebucht werden können. TL

Mehr Licht für Luzern

«Im Bereich der Beleuchtung muss in der Stadt Luzern unbedingt eine Verbesserung her», sagte Fridolin Schwiter, Beauftragter für Wirtschaftsfragen, der «Neuen Luzerner Zeitung». Die Forderung komme nicht zuletzt aus Tourismuskreisen. Man wolle Luzern mittelfristig als Weihnachtsstadt positionieren. TL

Weiterbetrieb unklar

Über 40 Jahre alt ist die Seilbahn zwischen Rickenbach ob Schwyz und der Rothenfluh im Mythengebiet. Nun droht der Bahn, die die Sicherheitsanforderungen nicht mehr erfüllt, das Aus: Ende Jahr läuft die eidgenössische Betriebsbewilligung aus. Am 18. Dezember versucht eine Schwyzer Delegation an einer Sitzung in Bern, das Blatt noch zu wenden. TL



KLAR ZUM ABHEBEN

Die erste Schweizer Low-Cost-Airline Helvetic Airways hat nach Startturbulenzen in Zürich den Betrieb aufgenommen.

HELVETIC AIRWAYS

Die Airline bringt auch neue Gäste vom Ausland in die Schweiz

Die erste Schweizer Low-Cost-Airline Helvetic Airways hat den Betrieb aufgenommen. Nicht nur Schweizer Touristen können sich freuen, auch die Schweizer Touristiker profitieren von der günstigen Flugverbindung nach Zürich – wenn sie die Chance zu packen wissen.

ROBERT WILDI

Nun hats also doch geklappt mit dem Start der Helvetic Airways. Nachdem die Konzession für den Linienbetrieb im letzten Moment aus Bern eingetroffen war, konnte die in eigenwilligem Rosa eingefärbte Fokker 100 ihren Betrieb ab dem Flughafen Zürich wie geplant am 28. November aufnehmen. Zwar wollte es mit dem Jungfernflug nach Wien aus technischen Gründen nicht klappen, am späteren Morgen hob die 100-plätzig Maschine dann aber planmässig nach Alicante ab.

Seither läuft der Betrieb mit zwei täglichen Verbindungen nach Wien, vier wöchentlichen Flügen nach Alicante sowie deren drei nach Valencia. Der Einheitspreis pro Wegstrecke beträgt 99 Euro, zuzüglich Flughafentaxen. Für einen Retourflug nach Wien

und zurück bezahlt man 370 Franken. Schon im Januar soll das zweite Flugzeug des gleichen Typs der Flotte einverleibt werden und nach Brüssel, Palma de Mallorca und Malaga fliegen. Bis Ende 2004 soll der Helvetic-Flugzeugpark sukzessive bis auf elf Fokker 100 ausgebaut werden.

WICHTIGE INCOMING-PASSAGIERE

Ein ehrgeiziges Ziel, das einen Markt dafür voraussetzt. Als potente Partnerin wird Kuoni in der Sommersaison einige Flugzeuge im Vollcharter übernehmen. Im ersten Betriebsjahr gehen die Helvetic-Manager von einer Auslastung um 40 Prozent aus. Danach sollen die Flugzeuge je länger je besser gebucht sein. Bereits ab 50 bis 60 Prozent möchte man dank schmalen Kostenstrukturen in die Gewinnzone fliegen.

Helvetic Airways erwartet über alle Destinationen gesehen gemäss Kommerzchef Thomas Frischknecht etwa gleich viele Business-Kunden wie Touristen. Mit Tagesrandverbindungen in europäische Metropolen sollen vor allem Geschäftsreisende angesprochen werden. Über die Mittagszeit wird das Flugangebot ergänzt mit Rotationen zu nahen Feriengzielen wie Palma de Mallorca. Im Laufe des kommenden Jahres sollen laut Frischknecht auch griechische Inseln, die

Türkei, Tunesien oder Ägypten dazukommen.

Doch allein mit dem Verkehr ab Zürich ins Ausland lassen sich die ehrgeizigen Ziele von Helvetic Airways noch nicht realisieren. Dafür braucht es auch ausländische Fluggäste, die in die Schweiz kommen. Sie nehmen in den Berechnungen der jungen Fluggesellschaft eine ganz wesentliche Position ein. «Je nach Destination gehen wir pro Rotation von einem Viertel bis einem Drittel ausländischer Fluggäste aus, die von der Zieldestination nach Zürich und zurück fliegen», so Frischknecht. Dafür wurden verschiedene Kooperationen mit ausländischen Reiseveranstaltern eingegangen. Dort könne man Helvetic Airways. In allen von der Airline angefliegenen Ländern sei über die Schweizer Airline geschrieben und berichtet worden, so Frischknecht. Seit Mitte November würden diese Märkte aktiv beworben.

CHANCE FÜR DEN SCHWEIZER TOURISMUS

Um die ausländischen Reiseveranstalter zusätzlich zu unterstützen, wurden ihnen von Helvetic auch Kontakte zu Hotels in verschiedenen Schweizer Städten vermittelt. «Mit Schweizer Ferienregionen haben wir bis heute keine Kontakte, sind aber offen dafür», sagt Frischknecht.

Das gewaltige Potenzial, welches Helvetic und auch andere Billigfluggesellschaften für den Schweizer Tourismus mit sich bringen, gilt es zu nutzen. In Zürich hat man dies längst bemerkt. Tourismusdirektor Frank Buman hat festgestellt, dass ausländische Gäste aufgrund des fast geschenkten Fluges bei der Hotelwahl weniger aufs Budget achten. Mit gezielten Werbekampagnen im Ausland möchte er Zürich vor allem bei den jungen Gästen und Billigfliegern als trendige Stadt mit Lifestyle positionieren.

Auch bei Schweiz Tourismus hat man Low-Cost-Airlines wie Helvetic Airways als Chance erkannt. «Billigflieger erschliessen neue Kundensegmente, da die Gäste günstiger in die Schweiz kommen», hält Direktor Jürg Schmid fest. Schweizer Städte würden so zu erschwinglichen Weekend-Destinationen. Er sieht in den neuen Fluggesellschaften aber auch eine Konkurrenz. «Helvetic orientiert sich vor allem im Outgoing-Bereich, weshalb wir die Airline auch als Mitbewerber im Binnentourismus sehen, den wir vermarkten.»

Reklame

www.pastamaschinen.ch

LOGIERNÄCHTE IM SOMMER 2003

Kein Jahrhundertssommer für Hotellerie

Das schöne Wetter im Sommerhalbjahr hat nicht ausgereicht, um die Schweizer Hotellerie ins Plus zu bringen. Die Übernachtungen gingen im Vergleich zum Vorjahr um 3,1% zurück. Damit verbuchen die Hotels zum dritten Mal in Folge tiefere Logiernächtezahlen.

THERES LAGLER

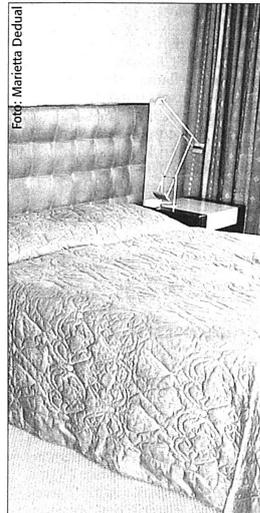
17,22 Millionen Übernachtungen haben die schweizerischen Hotelbetriebe von Mai bis Oktober insgesamt erzielt. Das zeigt die Vollerhebung des Bundesamts für Statistik. Im Vergleich zum Vorjahresommer entspricht das einem Rückgang um 3,1% (-546 000 Logiernächte). Schaut man länger zurück, liegt das Resultat sogar 6,4% unter dem Mittel der letzten fünf Jahre. Der Rückgang in diesem Sommer geht hauptsächlich auf das Konto der Gäste aus dem Ausland. Sie buchten 5,3% weniger Übernachtungen. Bei den inländischen Gästen konnte das Vorjahresresultat mit einem Rückgang um 0,3% fast gehalten werden.

WENIGER GÄSTE AUS DEN USA UND JAPAN

Der Einbruch bei der ausländischen Kundschaft ist vor allem auf die aussereuropäischen Gäste zurückzuführen. Sie buchten 12% weniger

Verteilung der Logiernächte in den touristischen Regionen und Zonen der Schweiz im Sommerhalbjahr 2003

	2002	Total 2003	Veränderung in %	Gäste aus dem Inland 2003	Veränderung in %	Gäste aus dem Ausland 2003	Veränderung in %
Touristische Regionen							
Graubünden	2 293 731	2 407 534	+ 5,0	1 327 872	+ 7,8	1 079 662	+ 1,7
Berner Oberland	1 970 845	1 946 361	- 1,2	869 383	+ 11,2	1 076 978	- 9,4
Zentralschweiz	1 997 891	1 901 794	- 4,8	772 068	+ 3,2	1 129 726	- 9,6
Tessin	1 875 761	1 825 771	- 2,7	1 021 987	+ 1,4	803 784	- 7,4
Wallis	1 835 518	1 842 303	+ 0,4	923 675	+ 5,6	918 628	- 4,4
Waadt	1 452 740	1 345 253	- 7,4	539 534	- 4,4	805 719	- 9,3
Schweizer Mittelland	1 188 071	1 053 665	- 11,3	615 538	- 16,3	438 127	- 3,2
Freiburg-Neuenburg-Jura	520 988	376 271	- 27,8	252 621	- 35,7	123 650	- 3,6
Ostschweiz	1 000 677	1 002 378	+ 0,2	625 673	+ 1,1	376 705	- 1,4
Zürich	1 855 312	1 803 459	- 2,8	552 596	+ 2,4	1 250 863	- 4,9
Basel-Stadt/Basel-Land	432 802	447 552	+ 3,4	154 067	- 1,6	293 485	+ 6,2
Genf	1 342 139	1 267 777	- 5,5	182 764	- 13,3	1 085 013	- 4,1
Total	17 766 475	17 220 118	- 3,1	7 837 778	- 0,3	9 382 340	- 5,3
Touristische Zonen							
Bergkurorte	5 292 694	5 401 301	+ 2,1	2 818 000	+ 7,6	2 583 301	- 3,4
Seezonen	4 716 092	4 338 855	- 8,0	1 958 416	- 6,3	2 380 439	- 9,4
Grosse Städte	3 247 270	3 087 288	- 4,9	699 064	- 5,3	2 388 224	- 4,8
Übrige Zonen	4 510 419	4 392 674	- 2,6	2 362 298	- 2,2	2 030 376	- 3,1
Total	17 766 475	17 220 118	- 3,1	7 837 778	- 0,3	9 382 340	- 5,3



Etliche Hotelbetten in der Schweiz blieben in diesem Sommer leer.

Quelle: BFS

Übernachtungen als im Vorjahr. Insbesondere die Gäste aus Japan (-20%) und den Vereinigten Staaten (-14%) erschienen nicht mehr so zahlreich. Positiv fällt dafür Korea (+7,7%) auf, das damit den Trend zur steigenden Nachfrage aus den Ländern Asiens bestätigt.

Bei den europäischen Ländern verpuffte der Vergleich zur Vorjahresperiode günstigere Frankenkurs wirkungslos: Die Zahl der Logiernächte sank um 2,2%. Vor allem aus dem für den Schweizer Tourismus wichtigen Herkunftsland Deutschland kamen weniger Gäste (-4,3%).

Italien hingegen schlug mit einem Zuwachs von 8,8% zu Buche.

GRAUBÜNDEN SCHNITT AM BESTEN AB

Von der Rekordhitze profitieren konnten in diesem Sommer vor allem die Bergkurorte, die 2,1% mehr Übernachtungen verbuchten. Die Ferienregion Graubünden legte gar um 5% zu. Etwas besser als im Vorjahr schnitten auch die beiden Basel (+3,4%), das Wallis (+0,4%) und die Ostschweiz

(+0,2%) ab. Alle anderen Regionen mussten Verluste hinnehmen – allen voran die Region Freiburg-Neuenburg-Jura. Ein Jahr nach der Expo.02 brach die Zahl der Übernachtungen um 28% zusammen.

Die Auslastung aller zur Verfügung stehenden Hotelbetten verschlechterte sich im Sommerhalbjahr im landesweiten Durchschnitt von 42,3% auf 40,9%, bei den Zimmern sank die Auslastung von 50% auf 48,2%. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb unverändert bei 2,3 Tagen.

Logiernächte in der Schweiz im Sommerhalbjahr 2003 nach Herkunft der Gäste

	Logiernächte 2002	Logiernächte 2003	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %
Insgesamt	17 766 475	17 220 118	- 3,1
Gäste aus dem Inland	7 862 610	7 837 778	- 0,3
Gäste aus dem Ausland	9 903 865	9 382 340	- 5,3
Europa	6 846 403	6 694 409	- 2,2
Ausserhalb Europa	3 057 462	2 687 931	- 12,1
Deutschland	2 949 475	2 823 210	- 4,3
Vereinigtes Königreich	976 248	923 332	- 5,4
Frankreich	564 353	560 990	- 0,6
USA	1 032 581	890 942	- 13,7
Italien	481 101	523 248	+ 8,8
Niederlande	415 967	405 846	- 2,4
Belgien	319 058	317 762	- 0,4
Österreich	188 368	184 523	- 2,0
Russland	106 577	101 268	- 5,0
Spanien	182 395	175 477	- 3,8
Japan	559 281	445 365	- 20,4
Golfstaaten	239 720	202 888	- 15,4
China	69 185	56 640	- 18,1
Indien	153 496	152 658	- 0,5
Korea, Republik	66 993	72 172	+ 7,7

Quelle: BFS

Auch Rückgang im Monat Oktober

Die Zahl der Logiernächte sank im Oktober gegenüber dem Vorjahr um 3,8% auf 2,24 Millionen. Das Oktober-Ergebnis liegt damit um 4,1% unter dem Mittel der vergangenen zehn Jahre. Der Nachfrageschwund war bei den Gästen aus dem Inland besonders deutlich: Sie generierten 1,16 Millionen Übernachtungen. Das sind 4,6% weniger als 2002.

Die ausländischen Gäste buchten 1,08 Millionen Nächte (-3%). Vor allem die fehlenden Europäer fielen ins Gewicht: Die Zahl der Übernachtungen sank um 4% auf 736 400. Die europäischen Gäste machen 68% der ausländischen Nachfrage aus. Sämtliche für den Schweizer Tourismus wichtigen Herkunftsländer lagen im Tief –

allen voran Deutschland (-7,2%), Italien (-6,6%) und Frankreich (-3,7%). Ein Plus von 33% ist indes bei Gästen aus Russland zu verzeichnen.

Die Statistik zeigt, dass die Schweiz bei Gästen aus Asien beliebt ist (+16%). Deutliche Zuwachsraten verzeichneten etwa China (+38%), Südkorea (+34%), Japan (+16%) und Indien (+10%). Die Gäste aus den USA kamen dagegen weniger zahlreich als noch vor Jahresfrist (-12%).

Die grossen Städte verzeichneten ein Plus von 1,4%, alle anderen Regionen mussten einen Rückgang hinnehmen. Basel profitierte vom Fussball und verzeichnete ein Plus von 15%. Die Steigerung ging vor allem auf das Konto irischer Gäste. CK/sda

Anzeige

HUGENTOBLER
Indu-Griddle HG 3000

Die Zukunft der Grilltechnik hat begonnen

Aufheizzeit gut 3 Minuten von 20°C auf 200°C

Kein Hitzeabfall auch bei extremer Auslastung

RTCS* = Kabellose Temperaturregung
+/-1°C genau über die ganze Fläche verteilt

Als Tisch- oder Einbaugerät
In zwei Grössen erhältlich (ab 3,5 kW)

Geringe Abstrahlungswärme, kein Kleben, einfache Reinigung

Innovation bleibt unser Rezept

** RealTime Temperature Control System*

Hugentobler AG • Grubenstrasse 10 • 3322 Schönenbuch • Tel: 031 858 17 17
Hugentobler AG • Industriestrasse 11 • 6543 Rotkreuz • Tel: 041 790 43 64
Hugentobler SA • CAF SA • 1022 Chavannes-près-Renens • Tel: 021 691 91 51
www.hugentobler.ch • info@hugentobler.ch

Tirol: 10% mehr Schweizer

Österreich. Mit einem Plus von 1,4% oder mehr als 42 Mio. Übernachtungen schliesst Tirol sein Tourismusjahr 2002/03 per Ende Oktober ab. Die Ankünfte stiegen um 1,2% auf mehr als 8 Mio. Mit 57% aller Übernachtungen rangierten die Gäste aus Deutschland an erster Stelle, gefolgt von den Niederlanden (11%) und Österreich (8%). Die Schweizer rangieren mit 5% der Übernachtungen auf Platz vier (+10% gegenüber dem Vorjahr). *CK/sda*

Eine einheitliche Ausbildung

Davos. Ob in Kapstadt, Vitznau, Zürich oder Davos: Die Gäste in den weltweit 32 Hotels der ArabellaSheraton-Gruppe sollen in Bezug auf Service, Freundlichkeit und professionelle Betreuung überall die gleiche Qualität erhalten. Um dieses Ziel zu erreichen, durchlaufen bis im Sommer 2004 alle 300 Mitarbeiter in der Schweiz – vom Casserolier bis zum Direktor – ein speziell entwickeltes Schulungsprogramm für Service-Standards. *TL*

Neues Hotel geplant

Flughafen Zürich. Bis 2006 soll dort ein 4-Sterne-Hotel mit 350 Zimmern gebaut werden. Die Flughafenbetreiberin Unique gibt dafür Land im Unrecht an die Firma HRS Hauser Rutishauser Suter aus Zürich/Kreuzlingen, die Investorin und Bauherrin. Eine entsprechende Vereinbarung sei unterzeichnet. Betrieben werde das Hotel vom internationalen Konzern Rezidor SAS Hospitality unter dem Markennamen SAS Radisson. Über die Detailbestimmungen des Baurechts-

vertrages wurde Stillschweigen vereinbart. Unique als Landeigentümerin werde jedoch bei der Architektur und der städtebaulichen Einordnung des Hotels mitreden können. Das Projekt für den Bau eines 500 Millionen Franken teuren Dienstleistungszentrums auf dem Butzenbühl-Areal bleibe indes derweil in der Schublade. Aus dem ursprünglichen Butzenbühl-Paket werde vorerst bloss das Hotel – allerdings mit Zusatznutzungen – realisiert. *CK/sda*

Erneut mehr kalte Betten

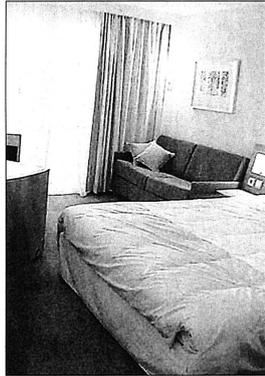
Bern. Nach der Lockerung des Gesetzes im März 2002 haben noch im gleichen Jahr deutlich mehr Ausländer eine Ferienwohnung in der Schweiz gekauft. Die Zahl der Bewilligungen stieg gegenüber dem Vorjahr um 36 Prozent auf 1824. Der Grossteil wurde in den Kantonen Wallis (985), Waadt (229), Graubünden (225), Tessin (209) und Bern (107) erteilt. Vor allem Deutsche und Italiener erwerben Ferienwohnungen in der Schweiz. *TL/sda*

370 Mio. für das WTC-Hotel

Bethesda. Der US-Hotelkonzern Host Marriott erhält 370 Mio. Dollar Versicherungsleistungen wegen der Terroranschläge auf das New Yorker World Trade Center am 11. September 2001. Marriott hat im Rahmen der Vereinbarung den Platz, auf dem sich das World Trade Center Marriott Hotel befand, an die Landesbehörde zurückgegeben. Bis 2023 behält der Konzern aber das Erstattungsrecht für einen Hotelbau auf dem Gelände. *TL/sda*



Fotos: Christine Künzler/zvg
Direktor des 4-Sterne-Hotels Novotel ist Christian Schreiner.



Die Zimmer im «Novotel» wirken frisch und haben Ambiente.



Das Ibis-Hotel ist im 2-Sterne-Bereich und hat funktionale Zimmer.



In den «Etap»-Zimmern kann man auch zu dritt schlafen.



Manuel Wenger führt die beiden Hotels Ibis und Etap.

ACCOR HOTELS

310 zusätzliche Hotelzimmer für Bern

Ab dem 2. Februar hat Bern auf Anhieb drei neue Hotels: Das Novotel mit vier Sternen, das Ibis mit zwei und das Etap mit einem Stern. Das gibt für Bern zusätzliche 310 Hotelzimmer. 42 Millionen Franken inklusive Grundstück haben die Boisée Finance SA und Accor investiert.

CHRISTINE KÜNZLER

«Es wird nicht einfach für die bestehenden Hotels in Bern», sagt der Berner Tourismusdirektor Raymond Gertschen. «Aber es ist eine Chance für Bern und zudem die erste internationale Hotelkette.» Er geht davon aus, dass die neuen Hotels Bern nicht nur Gäste wegnehmen sondern auch neue bringen. Mittelfristig werde die Bettenauslastung jedoch sinken, vermutet er. Betroffen seien die Hotels aller Kategorien (vgl. Kasten).

Knapp 20 Prozent des bernischen Zimmerangebots decken die 310 Hotelzimmer der drei neuen Accor-Hotels Novotel (4 Sterne), Ibis (2 Sterne) und Etap (1 Stern) ab. Alle drei Hotels sind im gleichen Gebäude – gleich beim Messeplatz und dem neuen Fussballstadion – untergebracht. Allerdings mit separaten Eingängen. Geführt werden sie von zwei Direktoren: Der Berner Manuel Wenger ist für das «Ibis» und das «Etap» zuständig, der Deutsche Christian Schreiner für das «Novotel». Er ist zudem Verantwortlicher der Accor-Hotellerie auf dem Platz Bern.

DAS «ETAP» KAM NACHTRÄGLICH

Rund 42 Mio. Franken hat laut Wenger der Hotelkomplex inklusive Grundstück gekostet, davon fallen 37 Mio. auf das Gebäude selber. Besitzerin ist die französische Gruppe Boisée Finances SA, die weltweit 50 Hotels besitzt und betreibt. Das Unternehmen hält 75% an der Bern Hotel Messe

AG, die für das Management verantwortliche Accor Gestion Hôtelière SA die restlichen 25%.

Ursprünglich waren nur zwei Hotels vorgesehen: Ein Novotel und ein Ibis. Noch während der Bauphase habe sich jedoch gezeigt, dass es zusätzliche Hotelzimmer brauche, um den erforderlichen Umsatz zu generieren. Deshalb ist ein Aufbau realisiert worden, in dem nun die «Etap»-Zimmer untergebracht sind. Deshalb haben jetzt die Gäste im günstigsten Zimmer die schönste Aussicht.

Wenger vergleicht «Etap» und «Ibis» mit der Billigairline Ryanair. «Der Erfolg eines Hotels hängt nicht von den Sternen ab», sagt er und weist einerseits auf die gute Lage bei der Messe und andererseits auf die vernünftigen Preise der beiden Accor-Hotels. In den zwei Hotels sind die Zimmer zweckmässig eingerichtet. Badezimmer und Toiletten sind als

Fertigelemente hingestellt worden. Um dem Reinigungspersonal die Arbeit zu erleichtern, verfügen die Zimmer statt über traditionelle Betten über Podeste aus Pressholz, auf denen Spezialmatratzen liegen. Laut Wenger eine bequeme Sache. Das «Ibis» und das «Etap» sind rund um die Uhr geöffnet. Essen können die Gäste dort nur das Frühstück. Zusätzlich werden in der «Ibis»-Bar Getränke und kleine Snacks serviert. Die «Ibis»-Philosophie, die aufgrund der Iso-Zertifizierung erarbeitet worden ist, sichert dem Gast die Lösung von jedem hotelbedingten Problem innerhalb 15 Minuten zu. Ansonsten zahlt er die Übernachtung nicht.

Wenger will das «Ibis» mittels Plakaten – auch in Autobahnraststätten – vermarkten. Es sollen aber auch Gutscheine für Gratisnächte verteilt werden. «Wir werden neue Gäste nach Bern bringen. Viele reisen mit dem

Accor-Führer und halten sich an diese Hotels», hält Wenger fest. Die Klientel das «Etap» sieht er eher in Jungen und Handwerkern, die eine günstige Bleibe suchen.

ACCOR WILL IN DER SCHWEIZ WEITER WACHSEN

Mehr Ambiente hat es in den 25 m² grossen Zimmern des 4-Sterne-Hauses Novotel. Dazu kommen Seminarräume für bis zu 200 Personen, die mit moderner Technologie ausgestattet sind. Zudem erhält das «Novotel» einen Fitnessraum, das Restaurant Le Jardin und die Wankdorf-Bar.

Eine direkte Konkurrenz zum Berner 4-Sterne-Hotel Allegro? «Ich habe davor keine Angst; vielmehr ist es eine Herausforderung für uns», sagt Direktor Patrik Scherrer, der sich die Zimmer vor Ort angesehen hat. «Wir werden die Konkurrenz am Anfang wohl

kaum stark merken», glaubt er. Er will die Gäste vor allem mit Qualität und den guten Mitarbeitern im «Allegro» behalten. Und die Gruppenreisenden? Er setzt auf seine «guten Kontakte zu den Tour-Operatoren». Und: «Wir können auch tiefe Preise bieten, wenn wir dazu gezwungen werden. Ich werde meine Marktsegmente mit Sicherheit zu verteidigen wissen.»

Die Schweizer Accor-Hotellerie erzielte im Jahr 2002 mit 700 Mitarbeitenden einen Umsatz von 100,4 Mio. Franken. Accor will in der Schweiz weiter wachsen, wie Georges Schneider, Generaldirektor Schweizer Accor-Hotellerie, sagt. «Wir haben immer offene Ohren für geeignete Hotels, die ein Franchising wünschen, umgebaut werden sollen oder deren Management Accor übernehmen könnte.» Zwei neue Ibis-Hotels werden bereits nächstes Jahr in der Schweiz eröffnet: in Winterthur und in Freiburg.

Berner Hoteliere über den neuen Konkurrenzdruck und einen Namenstreit

«Kurzfristig werden die drei Accor-Betriebe den Hotels in der Berner Innenstadt weh tun», hält Bernhotel-Präsidentin Susanne Hofer unmissverständlich fest. Sie rechnet damit, dass im nächsten Jahr 40 000 Logiernächte ins Wankdorf abwandern. Gleichzeitig könne die Accor-Gruppe über ihr Verkaufnetz neue Kunden und damit nochmals 40 000 Logiernächte generieren, schätzt Susanne Hofer. Das reicht aber nicht, um die gegenwärtige Auslastung der Hotels zu halten. Dafür wäre eine Steigerung um 20 Prozent von 500 000 auf 600 000 Logiernächte pro Jahr nötig. Trotzdem hofft die Bernhotel-Präsidentin, dass sich die Situation bereits 2005 entspannt. Sie zählt dabei auf Grossanlässe wie das geplante Kulturprojekt zu Ehren von Albert Einstein, die Eröffnung des Paul Klee Zentrums und die Einweihung des neuen Fussballstadions Wankdorf.

Bei den Preisen liegen die Accor-Hotels meist unter denjenigen der anderen Betriebe in Bern. Im «Novotel»

(4 Sterne) kostet ein Doppelzimmer wochentags 189 Franken, am Wochenende 120 und während Messen 230 Franken pro Nacht. Zwei Kinder bis 16 Jahre übernachten kostenlos im Zimmer der Eltern. Fürs Frühstück kommen pro Person aber 25 Franken dazu. Im «Ibis» (2 Sterne) kostet ein Doppelzimmer wochentags 109 Franken, am Wochenende 89 Franken und während Messen 159 Franken pro Nacht. Der Frühstückspreis beträgt 14 Franken. Im «Etap» (1 Stern) kostet ein Zimmer, das ein bis drei Personen Platz bietet, 79 Franken. Frühstück gibts für 10 Franken.

Zum Vergleich: Im 4-Sterne-Haus Hotel Bern zahlt der Gast für ein Doppelzimmer – allerdings inklusive Frühstück – zwischen 250 und 330 Franken. Daran will Direktor Peter Schiltknecht aber nicht rütteln: «Wir renovieren im nächsten Jahr etappenweise alle 100 Zimmer und möchten auf diese Weise Gegensteuer geben.» Schiltknecht ist überzeugt, dass seine Stammgäste und auch die vielen Parlamentarier dem

Hotel Bern die Treue halten. Dennoch spürt der Hoteldirektor ein Unbehagen. Ihm sei zu Ohren gekommen, dass Accor diverse Sportclubs angeschrieben habe. Und gerade in diesem Bereich ist das Hotel Bern seit Jahren am Ball – als Partner von YB und SCB. «Wir empfangen die Accor-Gruppe mit offenen Armen, aber sie sollte fair bleiben», betont Schiltknecht.

Die Direktorin der beiden 4-Sterne-Betriebe Bären und Bristol, Beatrice Imboden, will vor allem den Gruppenbereich beobachten. Die Verträge für 2004 sind zwar gemacht. Beatrice Imboden nimmt aber an, dass sie ab 2005 Gruppen an Accor verliert. Derzeit machen im «Bristol» die Gruppenreisenden 20 Prozent der Kundschaft aus. Dennoch sieht die Hoteldirektorin auch positive Aspekte: «Ich traue der Accor-Gruppe zu, dass sie ein neues Geschäft nach Bern bringt. Im 1- und 2-Sterne-Bereich hatten wir bisher zu wenig Betten.» Auch Eva Dubas, Direktorin des 4-Sterne-Hotels Ambassador, sieht in

den zusätzlichen Betten eine Chance. Vielleicht gelinge es Bern Tourismus nun, grössere Kongresse nach Bern zu holen. Gleichzeitig überlegt sie sich aber auch, am Wochenende ihre Zimmertarife zu senken. Ruedi Günter, Direktor des 3-Sterne-Hotels Grauholz, vertritt eine andere Devise: «Wir passen die Preise nicht an, sondern verstärken unsere Dienstleistung.» Die ausländischen Touristen werde er nicht verlieren, so Günter, aber wohl einen Teil der Gäste der Frühlingsausstellung BEA.

Ein ganz anderes Problem drückt Daniel Balz vom 3-Sterne-Hotel Jardin, das quasi im Schattenwurf des neuen Hotelturns steht. Accor nennt sein «Novotel»-Restaurant nämlich «Le Jardin» und will den Schriftzug auch am Gebäude anbringen. Balz befürchtet nun, dass das Verwirrung stiftet und viele bei der Wankdorfkreuzung falsch abbiegen. Er hofft auf die Gesprächsbereitschaft der Accor-Gruppe. «Bei einem Rechtsstreit hätten wir finanziell einen zu kurzen Atem», so Balz. *TL*

THOMAS SCHWEIZER

«Mit den Sinn-Profis kooperieren»

Der Steffisburger Tourismus-pfarrer schlägt den Hoteliers vor, für die besinnlichen Aspekte mit den Kirchgemeinden zusammenzuarbeiten.

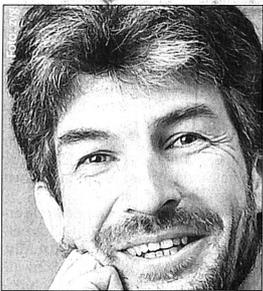
INTERVIEW: TONI RÜTTI

Wie kann ein Hotelier bei vollem Haus das Fest der Liebe feiern?

Sich während den Festtagen ein paar Stunden Zeit zu nehmen, um mit der Familie Weihnacht zu feiern, ist eine Frage der Prioritätensetzung. Wenn es an Weihnachten um Liebe geht, hat das nicht nur seine emotionalen, sondern auch seine sozialen Seiten. Liebe im christlichen Sinn heisst, seine Nächsten angemessen zu fördern und zu fordern. Im Betrieb verwirklicht sich diese Liebe vielleicht darin, in die Mitarbeitenden das Vertrauen zu setzen, dass sie den Hotelbetrieb auch in der Weihnachtszeit für einen halben Tag allein führen können.

Was kann an Weihnachten fürs Personal getan werden?

Die Arbeitsdichte dieser Tage, aber auch die multireligiöse Zusammensetzung der Mitarbeiterschaft erschwert eine gemeinsame Feier. Der Geist von Weihnachten wird trotzdem spürbar, wenn die Vorgesetzten ihren Mitarbeitenden besonders achtsam und anerkennend begegnen. Ein gutes Wort, eine verlängerte Pause oder ein kleines Anerkennungsgeschenk weben Weihnachtsfäden in die strenge Arbeit.



Thomas Schweizer, Tourismusbeauftragter der reformierten Kirche Bern-Jura-Solothurn

Trägt ein Hotelier eine Verantwortung, was die besinnliche Zeit anbelangt?

Der Hotelier kann Hand bieten, dass in seinem Betrieb in diesen sensiblen Tagen das Potenzial erfüllten Menschseins besonders spürbar wird: Lebensfreude, Staunen, Geniessen, Freunde finden. Rituale, Anstosstexte, meditative Musik und Lieder kommen den gestiegenen Sinnbedürfnissen mancher Gäste entgegen. Warum nicht für die Gestaltung der besinnlichen Teile mit den Sinn-Profis der Kirchgemeinde kooperieren und sich selbst auf die Gestaltung des geselligen und kulinarischen Teils konzentrieren?

Was würden Sie den Gästen schenken, wenn Sie Hotelier wären?

Einen kleinen Spiegel, auf dessen Rand die folgenden Worte geschrieben stehen: «Ich bin ein kostbarer und wertvoller Mensch.» Vielleicht würde ich meine Gäste an einem der Weihnachtsabende zum Gespräch ans Cheminéefeuer einladen. Wir würden Träume und Hoffnungen austauschen. Verabschieden würde ich sie mit den Worten: «Auf Wiedersehen! Next year, same time, same station! Ich bin gespannt darauf, in einem Jahr von Ihnen zu hören, welche Träume und Hoffnungen in der Zwischenzeit Wirklichkeit geworden sind.»

WEIHNACHTEN UND SILVESTER IN HOTELS

Herausgeputzt für die Festtage

Die Weihnachts- und Jahresendüberraschungen in den Schweizer Hotels zeigen ein grosses kreatives Potenzial auf. Die Palette reicht von Festtagschmuck mit Harfenklängen übers Backen von Weihnachtskonfekt mit den Gästen bis zu einer Zirkusshow.

Foto: Martin J. Petras



GOLDENER GLANZ

Der Weihnachtsbaum in der Halle des Zürcher Hotels Baur au Lac ist vier Meter gross. Aus Sicherheitsgründen muss er alle zwei Wochen ersetzt werden.

TONI RÜTTI

An Neuheiten- und Trendmessen, in Fachzeitschriften, Büchern oder auf Reisen sammeln die Hoteliers Ideen für Jahresendfeste und -dekorationen. Manches, was dem Gast im Ballsaal, im Empfangsbereich oder in der Parkanlage geboten wird, ist das Ergebnis eigentlicher Brainstormings. Wie weit der Fantasie aber bei der Umsetzung freier Lauf gelassen werden kann, entscheidet letztlich das Budget (siehe Tabelle). Damit die Kosten im Rahmen bleiben, sind häufig die Hotelangelegten gefordert. «Unsere beiden Häuser werden von unseren Mitarbeitern in Absprache mit der Hotelbesitzerin, die Innendekorateurin ist, geschmückt», erklärt beispielsweise Nicole Hermetat, Direktorin der zwei Berner 4-Sterne-Hotels Innere Enge und Savoy.

ZÜRICH: 38 000 LICHTER AM CHRISTBAUM

Im Park des Zürcher 5-Sterne-Hauses Baur au Lac steht der über 20 Meter hohe und mit gut 38 000 Lichtern geschmückte Baur-au-Lac-Christbaum. Der grösste Weihnachtsbaum der Stadt sei das «Aushängeschild des Hauses», sagt Verkaufs- und Marketingleiterin Manuela Weber-Böckmann. Doch damit nicht genug: «Im gesamten Eingangsbereich und auf der Terrasse verzaubert erstmals ein märchenhafter Christbaumwald die Gäste», erzählt sie weiter.

Eine Dekoration mit Swarovski-Kristallen zielt an Weihnachten das Restaurant La Rotonde des Zürcher 5-Sterne-Hauses Dolder Grand Hotel. In der Gobelinhalle steht ein veritables Lebkuchenhaus. Die Floristinnen des Hauses schmücken die Christbäume und die Räumlichkeiten ausgesprochen traditionell. «Es könnte sein, dass kurzfristig Gäste kommen, um das Haus vor der unbaubedingten Schliessung noch ein letztes Mal im romantischen Ambiente zu erleben», so Direktor Thomas Schmid.

Das Hotel Novotel Zürich City-West, das 2004 zum ersten Grossstadt-Kids-Hotel wird, will auch den Kindern zu einem frohen Fest verhelfen. Die Erwachsenen sollen sich – so Hoteldirektor Walter Zueck – am Festtagsmenü, an einem überdimensionierten Adventskranz und an weihnachtlichen Klängen erfreuen können. Die am Haus angebrachten Sterne signalisieren, dass das Haus neu ein hoteliersuisse-4-Sterne-Hotel sowie offizieller Gastgeber der Talentshow MusicStar ist.

BERNER OBERLAND: IDEEN AUS DER TRENDMESSE

Im 5-Sterne-Haus Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken werden zu Weihnachten 35 Tannenbäume geschmückt. Was die Dekoration anbelangt, lässt sich Hoteldirektorin Rosmarie Berger unter anderem an der Ornaris, der Fachmesse für Neuheiten und Trends, inspirieren. Esther Beck, die PR-Leiterin des Hauses, gerät ins Schwärmen: «Unsere Atmosphäre ist einzigartig. Die sinnlichen Klänge der Harfenpielerinnen lassen echte weihnachtliche Gefühle aufkommen.»

Für die Gäste des Gstaader 5-Sterne-Hauses Grand Hotel Park sind ins Geld gehende Weihnachts- und Neujahrsaktivitäten geplant. Einzelheiten

werden jedoch noch nicht preisgegeben. Laut Vizedirektor Dieter Meier zählt die Direktion bei der Planung der Festivitäten auch auf jene Hotelmitarbeiter, die internationale Berufserfahrung mitbringen.

Im Gstaader 3-Sterne-Haus Posthotel Rössli steht kein eigentliches Weihnachtsbudget zur Verfügung. «Wir legen an den Feiertagen grossen Wert auf einen individuellen Kontakt mit den Gästen», sagt Hoteldirektor Ruedi Widmer.

GRAUBÜNDEN: KREATIVE GEISTER IM «SARATZ»

Einen Blick hinter die Kulissen sowie die Möglichkeit, in der Hotelküche Weihnachtsgebäck zu backen, bietet den Gästen das 4-Sterne-Hotel Saratz in Pontresina. «Als «kinderfreundlich» ausgezeichnetes Hotel haben wir unter anderem ein spezielles Kinderfesttagsprogramm erarbeitet», so Jennifer Hennessy, F&B-Managerin.

Marc Eichenberger, Direktionsassistent des St. Moritzer 5-Sterne-Hotels Suvretta House, spricht von musikalischen Höhenflügen, die ge-

boten würden, wie etwa Simon Estes' Auftritt am 3. Januar. «Wir haben uns aber auch kulinarische Erlebnisse sowie eine spezielle Dekoration einfallen lassen», so Eichenberger. Die Ideen für die Weihnachtsdekoration würden auf Reisen irgendwo auf der Welt gesammelt.

Am 27. Dezember veranstaltet das St. Moritzer 5-Sterne-Haus Kulm Hotel einen «Cotton-Club»-Abend und eine Step-Dance-Show auf drei Bühnen. «Die Idee für diesen Festtagshöhepunkt ist uns im Kino gekommen. Die Atmosphäre des Hotels passt sehr gut zu Jazz», sagt Hoteldirektor Jean-Jacques Baur.

ZENTRALSCHWEIZ: WEINRARIATÄT UND THEATER

Das Festtagsprogramm des Luzerner 5-Sterne-Hotels Schweizerhof beginnt im Advent. Am Gospel-Brunch vom 14. Dezember tritt der amerikanische Gospelchor Angela Butler & New York Voices auf. Exklusiv ist laut Hoteldirektor Clemens Hunziker die Hotelführung am 4. Geburtstag des «neuen Schweizerhofs». Den Gästen sollen

dabei im Weinkeller erstmals wahre Raritäten gezeigt werden, etwa ein Geschenk von Napoleon III.

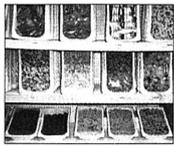
In dem zum Verband Christlicher Hotels (VCH) gehörenden Hotel Seeblick in Emmetten wird für Weihnachten mit den Kindern ein Theaterstück einstudiert. «Die kreativen Ideen fürs Weihnachtsprogramm verdanken wir unseren Mitarbeitern», sagt Falk Pfeleiderer, Geschäftsführer VCH Schweiz.

WALLIS: WEIHNACHTSGALA À LA CIRCUS KNIE

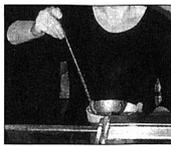
Im Zermatter 5-Sterne-Haus Seiler Hotel Mont Cervin und Residence steht am 29. Dezember ein Highlight an: Es wird eine veritable Weihnachts-Zirkusshow veranstaltet. Im Inverstdänis des Circus Knie dürfe die Gala «Knie-like» inszeniert werden, sagt Hoteldirektor Wolfgang Pinkwart. Was die eigenen Jahresendfeiern anbelangt, konstatiert er: «Weihnachten bedeutet für den Hotelier und das Personal zwar Stress pur. Doch bei einem vollen Haus lässt sich dieser unvergleichbar leichter ertragen als bei einem halb leeren.»

So viel geben die Hoteliers an den Festtagen aus

Hotel	Kosten	Auslastung Festtage
Hotel Baur au Lac, Zürich	Keine Angaben («Zahlen passen nicht in die besinnliche Adventszeit»)	Wahrscheinlich ausgebuchte Anlässe
Dolder Grand Hotel, Zürich	Hohe Kosten bei der Dekoration, keine zusätzlichen Investitionen	Das Stadthotel erwartet eine ruhige Zeit
Victoria-Jungfrau, Grand Hotel & Spa, Interlaken	Keine Angaben	80–100% über Silvester, 35% Stammgäste über Weihnachten und Neujahr
Grand Hotel Park, Gstaad	70 000 Franken, inkl. Silvesterfeuerwerk und Unterhaltungssorchester	100%
Suvretta House, St. Moritz	Keine Angaben	100%
Kulm Hotel, St. Moritz	Keine Angaben	93%
Hotel Schweizerhof, Luzern	10 000 Franken für die Dekoration, die Silvesterfeier soll selbsttragend sein.	Food&Beverage-Anlässe sind ausgebucht. Bettenauslastung 50%, an Silvester fast 100%.
Seiler Hotel Mont Cervin und Residence, Zermatt	50 000 Franken, inkl. Orchester für Silvester sowie Personalkosten	100%
Hotel Novotel Zürich City-West, Zürich	10 000 Franken als sogenannter «Weihnachts-Animationsbatzen»	65%
Zürbrugg&Gauer Hotels (Innere Enge, Savoy), Bern	800 Franken für neues Dekorationsmaterial, 5000 Franken für Drucksachen und Mailings.	Zimmer zu 30%, Restauration wahrscheinlich zu 100%
Hotel Saratz, Pontresina	Keine Angaben	50% an Weihnachten, 100% ab 26. Dezember
Posthotel Rössli, Gstaad	Kein spez. Weihnachtsbudget	100%
Hotel Seeblick, Emmetten	Ca. 6000 Franken	Ausgebucht, sofern Wellnessanlage planmässig fertiggestellt werden kann



CONVENIENCE / Exklusiver, exotischer, frischer, Bio, Wellness und Vegi sind die wichtigsten Trends im wachsenden Markt. SEITE 14



BERLIN / Die ehemalige Schauspielerin Katharina Körner führt in Berlin vier Suppen-Bars – und dies mit Erfolg. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

GETRÄNKEMARKT SCHWEIZ

Rivella mit über 100 Mio. Liter

Dank der Rekordhitze des vergangenen Sommers verzeichnet die Schweizer Getränkeherstellerin Rivella neue Produktionsrekorde.

Die Produktionen der Rivella-Marken rot, blau und grün erreichten im laufenden Jahr neue Rekordwerte. Zum ersten Mal wurden innerhalb eines Jahres mehr als 100 Millionen Liter produziert. Damit wird das Geschäftsjahr 2003 für die Traditionsmarke aus Rothrist «trotz der wirtschaftlichen Krisenzeit» in die Firmengeschichte eingehen.

Bewährt habe sich gemäss Mitteilung die «eingeschlagene Auslandsstrategie» wie auch die «effiziente Produktion». Neben den etablierten Auslandsmärkten wie in den Niederlanden, Luxemburg und Elsass, habe Rivella auch weiterhin die grenznahen Gebiete im Auge. So sei Rivella seit letztem Jahr in Westösterreich erhältlich und auch in Süddeutschland fasse Rivella, dank der Vertriebskooperation mit der Mineralbrunnen AG mit Sitz in Bad Überkingen bei Stuttgart, seit letztem Oktober Fuss. Das 1952 gegründete Unternehmen möchte im kommenden Jahr weiterhin auf ein «gesundes Wachstum» setzen, und zeigt sich auch für 2004 zuversichtlich. *MJP*

KURZ UND BÜNDIG

Hotel Belvoir Rüslikon vor Veränderungen

Der Branchenverband Gastro-Suisse und die verbandseigene Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich haben mit der Gemeinde Rüslikon Verhandlungen mit dem Ziel aufgenommen, das Mehrheitspaket der Gemeinde an der Hotel Belvoir AG an Gastro-Suisse zu übertragen. Neben dem öffentlichen Restaurant im Zürcher Quartier Enge soll die Hotelfachschule Belvoirpark auch einen Beherbergungsbetrieb führen. Das Hotel wäre gemäss Mitteilung ein Referenzbetrieb, der nach betriebswirtschaftlichen Richtlinien geführt werden soll, und wird kein Schulhotel sein. *MJP*

SV-Group auch mit SQS 9004

Die SV-Group Schweiz, Branchenleiterin in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie, hat ihre Standards in den Bereichen Qualität und Umwelt ausgebaut. Zusätzlich zum Zertifikat ISO 9001 wurde den SV-Konzerngesellschaften SV-Service AG, Culinarium AG und KGS AG von der Schweizerischen Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme (SQS) das Zertifikat nach SQS 9004 vergeben. Bis 2005 strebt die SV-Group eine Zertifizierung des Umweltsystems aller ihrer Standorte nach ISO 14001 an. Sieben der insgesamt 340 Betriebe sowie die Konzernzentrale sind bereits zertifiziert. *MJP*

WEINREGION ZÜRICH

Einmannbetrieb am Zürichsee

Der Zürichchsee-Winzer Eric Lüthi aus Männedorf produziert aus auf 1,4 Hektar der besten Seelagen heranwachsenden Trauben charaktervolle und sortentypische Weiss- und Rotweine. Seine Passion gilt dem Pinot Noir, sein Motto lautet: «klein aber fein».

■ MARTIN J. PETRAS

Wenn in diesen Tagen Nebel auf den Hängen des rechten Zürichsee-Ufers liegt, tückt für Eric Lüthi die Uhr langsamer. Weit zurück liegen die unzähligen Tage in den Rebbergen, vergessen ist die Hektik, bis die Traubenernte Anfang Oktober im Keller war, und vorbei sind die kurzen Nächte der darauf folgenden Wochen, als sich Lüthi nachts den Wecker stellte, um alle drei Stunden von Hand den Tresterhut wieder in den gärenden Most unterzutauchen, um optimal Tannine, Farb- und Geschmacksstoffe aus den Trauben zu gewinnen.

«Mit fünfzig werde ich wahrscheinlich körperlich verschlissen sein», lacht der 36-jährige überbire Solothurner, «doch ich wollte schon immer in der freien Natur arbeiten, ich liebe es schwarze Finger zu haben». Nach Erfahrungen auf renommierten Schweizer Weingütern wie zum Beispiel dem Château de Praz am Murtensee, dem Schloss Salenegg in Maienfeld oder dem Thurgauer Schlossgut Bachtobel von Hans-Ulrich Kesselring wollte Eric Lüthi selber entscheiden, «wann der richtige Moment zum Abfüllen ist», seine eigene Auffassung von Wein-Machen in die Tat umsetzen.

ALLES IN HANDARBEIT

Die Meisterprüfung – und das von der Familie geliehene Geld – in der Tasche, startete Eric Lüthi 1998 das «Wagnis und Risiko» Selbstständigkeit: Auf gepachteten 1,4 Hektar Rebfläche an der Ueriker Risi, dem Latenberg und der Sternenhalde in Stäfa, die zu den besten Lagen am Zürichsee gehören, hegt und pflegt er nach den Richtlinien der integrierten Produktion die Traubensorten Müller-Thurgau, Pinot Gris, Räuschling, Scheurebe und Pinot Noir.

Er vinifiziert, in Keller-Untermiete bei einem befreundeten Winzerkolle-

Fotos: Martin J. Petras



ZÜRICHSEE-WINZER ERIC LÜTHI

Mit rigorosen Erntebeschränkungen in seinen Rebbergen und dank seiner akribischen Arbeit im Keller hat sich Eric Lüthi mit seinen Weinen innert wenigen Jahren in der Elite der Zürichsee-Winzer etabliert.

gen, dank rigorosen Erntebeschränkungen, bouquetreiche und charaktervolle Weine. Jährlich werden in der Einmannweinkellerei am Zürichsee rund 9000 Flaschen abgefüllt.

«Bis jetzt habe ich Glück gehabt», sagt Lüthi. Doch seinem Glück hat er – alles in mühsamer Handarbeit – kräftig nachgeholfen: Mit in Klein-

terrassen angelegten Rebzeilen, wie auch mit nach der Palissade-Methode hoch gezogenen Reben sucht er die optimale Sonnenbestrahlung und Durchlüftung der Trauben, und gezielt schränkt er die Ertragsmengen ein. Beim Pinot Noir, seiner grossen Passion, erntet er rund 600 bis 700 Gramm pro Quadratmeter. Und nicht zuletzt dank seiner akribischen Sorgfalt im Keller zählt Eric Lüthi mit seinen Weinen nach nur wenigen Jahren bereits zur Elite der Zürichsee-Winzer.

«HOLZGESCHMACK UNTER KONTROLLE HABEN»

Seit einigen Jahren entstehen auch am Zürichsee Blauburgunder-Weine, die gar nichts mehr mit dem traditionellen Zürcher Clevner zu tun haben. Wie einige seiner Winzerkollegen vom Zürichsee, produziert Eric Lüthi einen Pinot Noir, der eher an die komplexen Weine von der Côte d'Or im Burgund erinnert.

Gemäss Lüthi ist der «König der Trauben», der Pinot Noir, eine der grössten Herausforderungen für einen Winzer. Er hält aber nichts von künstlicher Konzentration des Mostes, und er legt grössten Wert darauf, den Holzgeschmack in seinen Pinot-Noir-Wei-

nen «unter Kontrolle zu haben». Deshalb verwendet Lüthi für den 12-monatigen Fassausbau zu je einem Drittel neue französische Eiche, neue Fässer, in denen im Jahr zuvor aber schon Pinot-Gris-Wein reifte und Barriques in dritter Pinot-Noir-Passage.

«ZWEI HEKTAR REICHEN MIR»

Ob die Pinots Noirs von der Zürcher Goldküste je die Intensität und das glanzvolle Renommee der Weine von der Côte d'Or im Burgund erreichen werden, sei dahingestellt. Doch eine Gemeinsamkeit – gleich mit dem wohl bekanntesten Weinberg der Welt, dem Romanée-Conti – strebt Lüthi für die kommenden Jahre an: Eine rund zwei Hektar grosse Anbaufläche.

Es ist geplant, dass Eric Lüthi und seine Frau Susan, die oft im Weinberg aushilft, in den nächsten zwei bis drei Jahren eine weitere Parzelle an der Sternenhalde in Stäfa dazupachten und damit ihre Anbaufläche von 1,4 auf 2 Hektar vergrössern können. «Zwei Hektar reichen mir», sagt Lüthi, seinem Motto «klein aber fein» treu bleibend, «ich möchte gerade so viel Wein produzieren, dass meine Frau nicht mehr nebenbei arbeiten muss».



UERIKER RISI

Eric Lüthi hegt und pflegt seine Trauben an der Ueriker Risi, auf dem Latenberg sowie der Sternenhalde in Stäfa, die zu den besten Zürichsee-Lagen gehören.

Toni Meli im Gourmetzug

Graubünden. Auch diesen Winter finden die traditionellen Gourmetfahrten «Kulinari-sche Sternstunden» der Rhätischen Bahn in Zusammenarbeit mit Elvetino zwischen Chur und St. Moritz statt. Jeden Freitag abend vom 19. Dezember 2003 bis 12. März 2004 (Ab-fahrt in Chur 18.52 Uhr) dreht sich alles um Kräuter und Ge-würze. In diesem Winter prä-sentiert Toni Meli vom «La Culi-na» in Bad Ragaz seine fanta-si-vollen Kreationen. *DST*

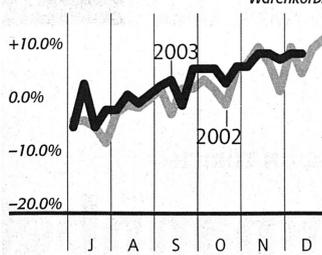
«Caterer des Jahres»

Deutschland. LSG Sky Chefs wurden für ihr Konzept «In-Flight Café» von «Catering In-side», dem deutschen Fachma-gazin für die Catering-Branche, zum Caterer des Jahres 2003 in der Kategorie Verkehrs-Cate-ting ausgezeichnet. Den Titel des besten Messe-Caterers er-hielten die Stockheim-Resta-urationsbetriebe Düsseldorf für die Gastronomie der Neuen Messe Karlsruhe. Bester Care-caterer wurde die Schubert-Unternehmensgruppe Düssel-dorf für ihr Konzept Schubert

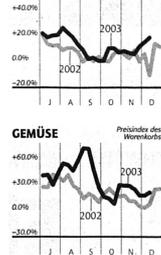
Balance Liqua. «Fête de la cuisine» von Lufthansa Party Service Raunheim wurde als bestes Marketing-Tool zur Kundenbindung (Event-Cate-ting) ausgezeichnet. Zum bes-ten Motivations- und Weiter-bildungskonzept für Mitarbei-ter (Business-Catering) erko-ren wurde das Konzept Ecole Culinaire – Otto-Koch-Schule von Sodexo. Der Wettbewerb «Caterer des Jahres» war von «Catering Inside» dieses Jahr zum ersten Mal ausgeschrieben. *DST*

PRODINDEX 8. 12. BIS 13. 12. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

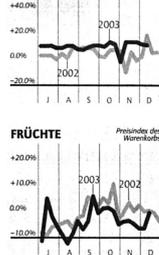
KALBFLEISCH



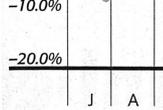
SCHWEINEFLEISCH



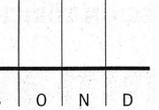
RINDFLEISCH



GEMÜSE



FRÜCHTE



FOODMARKT SCHWEIZ

«Premium»-Food legt zu

Nicht nur die «Premium»-, sondern auch «Economy»-Food-Produkte legen zu – das mittlere unprofilierte Segment verliert aber Terrain.

GUIDO BÖHLER

Das mittlere Produkte-Segment verliert an Terrain, war ein Fazit des Igeho-Forums «Foodmarkt Schweiz – quo vadis». Ähnliches gilt für Convenience-Produkte: Viele wurden in den letzten Jahren stetig besser und sind heute Gourmet-tauglich. Auch Guide-bleu-Testesser Hanspeter Maurer gesteht, dass «er Top-Convenience, falls veredelt, kaum erkennt. Aber einfache schmeckt man heraus». Industrielle Convenience kann oft mithalten, sofern sie nach Gourmet- und nicht nach Kostenspar-Rezepten hergestellt wird. In Tests von «Saldo» kam es sogar vor, dass Experten Industrieprodukte besser taxierten als frisch zubereitete. So geschehen im Rösttest, wo Hero 4,7 von 6 Punkten erzielte und die hausgemachte nur 3,9. Ebenso im Sauce-Hollandaise-Test: Jean-Claude Wicky, Spitzenkoch im Basler Gourmet-Tempel Bruderholz, trat gegen Fertigsaucen an und musste mit dem zweiten Platz vorlieb nehmen. Siegerin war die Knorr-Sauce.

GUTE ODER SCHLECHTE SCHWANKUNGEN?

Daraus darf man aber nicht folgern, die frische sei schlechter. Sie mündet den «Bruderholz»-Gästen genau wie das Knorr-Produkt seiner «Zielgruppe». Wicky erklärte, die Fertigsaucen seien geschmacklich neutraler, seine hingegen rassistischer. Die Streubreite von Industrieprodukten ist aber ebenso gross wie diejenige von Frischmenüs: Bei sieben Industrieprodukten im Rösttest reichte sie bis zur Note 2,7 hinunter. In einem Konfitürestest, wo Hero siegte, reichten die Noten der zwölf getesteten Produkte von 4,7 bis 2,3. Fazit: Rezept, Zutaten, und Zubereitungsart spielen hier wie dort die entscheidende Rolle. Und nicht zu vergessen die Frische – laut Philipp Dous von Hero mitentscheidend für das gute Konfitüre-Resultat.

MEHR PANADE ALS FLEISCH

Allerdings gibt es auch Billig-convenience, bei welcher der Kosten-Qualitäts-Kompromiss zulasten der Qualität ausfällt. Ein Beispiel aus dem Detailhandel: Der «K-Tipp» untersuchte den Panadeanteil von Chickennuggets und fand Produkte mit nur 23%, viele zwischen 33% und 46%, aber auch solche mit satten 56%. Und bei Fertigmensüs des Detailhandels kritisierte «Saldo» den Geschmack als charakterlos. Die Hersteller dagegen würden ihn als dezent bezeichnen, denn sie wollen dem Koch die Chance geben, selbst abzuschmecken. Stark gewürzte Fertigmensüs kann er kaum noch beeinflussen.

FOOD-CONVENIENCE

Die Convenience wird exklusiv

Der Conveniencemarkt in der Schweiz wächst sowohl quantitativ wie auch qualitativ. Die wichtigsten Trends heissen: Exklusiver, exotischer, frischer, Bio, Wellness und Vegi. Doch auch Premium-Convenience-Produkte sollten entsprechend veredelt werden.

GUIDO BÖHLER

Convenience-Produkte werden stetig exklusiver und viele kommen in Gourmetqualität daher wie Calvados-Terrine, Trüffel-Agnolotti oder Lachstournedos. Neulancierungen geschehen oft im oberen Qualitätssegment wie «Pasta nobile» von Hilcona oder «Premium-Pasta» von Delicel. Auch die Angebotsvielfalt nimmt zu: Immer exklusivere Spezialitäten werden offeriert, so dass jedes Lokal heute «Bisque de Langoustine» servieren kann, ohne im Rezeptbuch zu blättern und den Comestibler beizuziehen. Urs Aebi, Geschäftsführer der «Le Patron» prophezeite vor Jahren ein «markantes Wachstum von Premium-Convenience». Heute wächst dieser Markt mit 7% pro Jahr. Hinzu kommen «weitere Trends wie «Just-in-time-Lieferung, einfache Zubereitung, kleinere Portionen und minimale aber praktische Verpackung», so Aebi. «Qualität wird heute vorausgesetzt. Gefordert werden eher tiefere Preise und mehr Dienstleistungen». «In» sind laut Aebi Klassiker, Überraschendes, Leichtes und vor allem Ethnofood: Bei Le Patron mediterraner, bei Gmür AG auch asiatischer, karibischer und TexMex.

ZUSATZNUTZEN GIBT PROFIL

Ein weiterer Convenience-Trend besteht im Zusatznutzen wie Wellness-, vegetarische, ökologische oder Allergiker-taugliche Produkte. Zu Wellness kann man leicht verdauliche Produkte zählen wie Pasta ohne blähende Zutaten. Vegi-Produkte – z.B. von Le Patron, Bischofszell Nahrungsmittel (BINA)

Foto: Guido Böhler



DAS CONVENIENCE-ANGEBOT WIRD IMMER BREITER

Die Convenience-Food-Produkte wurden in den letzten Jahren stetig besser und sind heute sogar «Gourmet-tauglich». Immer exklusivere Spezialitäten werden produziert.

oder Hiestand – gibt es heute mit Zertifizierung der Schweizerischen Vereinigung für Vegetarismus. Auch Miniportionen- sowie Fingerfood-Convenience kann man als Zusatznutzen bezeichnen und vor allem Bio-zertifizierte: Am Igeho-Forum «Foodmarkt Schweiz – quo vadis» erklärte Cordelia Galli von der Biosuisse, dass «der heutige Bio-Konsument ein Lifestyle-Konsument ist, der sich verwöhnen will». Bioprodukte entsprechen seinen Wünschen, weil sie «naturnah, ethisch, frisch, saisonal, reif geerntet und minimal verarbeitet sind».

Immer mehr Convenience wird in Bioqualität angeboten. «Renner sind Frischeitwaren, Pizza und Salate», so Galli. «Und Boomprodukte sind Teigwaren-Gratins und Sandwiches». Von hohen Zuwachsraten bei aufwändigen Produkten wie Eintöpfen, Saucen, Fleisch oder Pestosaucen berichtet die zur Bell-Gruppe gehörende «Cool

Food». Generell «steigt auch der Anteil an kühlfrischer und ultrafrischer Convenience», ist bei Hilcona zu hören: «Konserven sind nicht mehr gefragt». Kühlfrisches ist schneller zubereitet als Tiefgekühltes und kommt dem Frischewunsch mehr entgegen. Frisches wird dabei noch frischer: Die Gastronomie beansprucht mehr Restlaufzeit

von der Gesamt-Produkte-Haltbarkeit der Produkte für sich und erwartet «heute bestellen, morgen liefern», lautet die Erfahrung von Cool Food. Urs Virago von der BINA bestätigt: «Sowohl Hersteller wie Gastronomen möchten ihr Lagervolumen aufs Minimum beschränken». Mehr Frische ist auch ein Gästeinteresse.

Neuheiten und Aufsteiger

Lieferant	Produkt
Bischofszell Nahrungsmittel AG www.Bina.ch	Kichererbsen Stroganov, Thai-Curry, Gemüse-Casimir, Quorn Bolognese und -Ragout. Vegi-zertifiziert
Cool Food www.Bell.ch	Vegi-Produkte auf Saitan-Basis. Spätzli Tricolore. Kalbsragout cremolata. Asiatische Reisgerichte
Delicel www.delicel.ch	Suppenportionen: Bisque de Langoustine, Thai-Fischsuppe. Bio-Äppler-Makkaroni, Trüffel-Agnolotti
Fredag AG www.fredag.ch	Vegiprodukte: Bio-Blumenkohl-Medaillon. Mini-Poulet-schnitzel mediterran gefüllt mit Oliven und Feta.
Frigemo www.Frigemo.com	Röstispäne vorgekocht, kühlfrisch, zum Braten.
NestléfoodServices nestlefoodservices.ch	Buitoni-Pasta TK ohne blähende Zutaten: mit Broccoli-füllung oder Spinat und Ricotta.
Gmür AG, www.gmuer.com	Zahlreiche Ethno-Ready-Food TK importiert: karibisch, asiatisch, TexMex, mediterran.
Hiestand www.hiestand.ch	Bellwürstli mit Dijonsenf im Buttergepöfelteig.
www.hiestand.ch	Gemüsesnack mit süss-scharfer Piquanté-Frucht
Hilcona www.hilcona.com	Pasta Nobile: exklusive Formen, mit mehr als 50% Füllungsanteil, roh, lose gefroren, warmhaltestabil
Kadi www.kadi.ch	Polenta Halbmond, Gnocchi Romaine. Griess-Halbmond. Pommes Macaire: Kartoffelküchlein mit Trute und Kräutern.TK
Knorr knorr-gastro.ch	TK-Tortelloni und Gnocchi gefüllt mit dünnem Teig und 50% Füllung, vorgekocht.
Le Patron www.lepatron.ch	Mediterrane Antipasti, Calvados-Terrine mit Äpfeln Terrine mit Tomate in Pyramidenform, Enterpastete mit Cumquat, Rindsfilet Wellington
Pastinella www.Orion.ch	Pasta Fritta zum Frittieren:
Traitafina www.Traitafina.ch	Fiori Asia Style im Backteig Kaninchenragout, Spare Ribs gebraten, Poze au feu mit Swiss Prim Beef, Steinpilzrisotto. Wurstwaren ohne Zusatzstoffe

Vorbehalte gegenüber der Convenience

Ausser in den absoluten Spitzenbetrieben lautet die Frage heute nicht: «Convenience ja oder nein?», sondern: «Welche Convenience und wie verwenden?». Vor allem bei der Anwendung wird sehr oft gesündigt. Viele Köche verzichten nämlich darauf, die «bequemeren» Produkte zu veredeln, anzureichern oder abzuwandeln, um ihnen dadurch eine persönliche Note zu geben.

Aber auch die Industrie fördert die Bequemlichkeit, indem sie immer mehr Ready-Produkte anbietet, die ohne Veredlung servierfähig sind. Die Hersteller stecken im Dilemma, denn ein Markenprodukt soll nach Marke-

ting-Lehre Qualitätskonstanz garantieren. Allerdings schmecken die standardisierten Menüs dann in jedem Restaurant gleich, und wenn die Köche sie obendrein noch «tel quel» servieren, geben sie der Gäste-Kritik Auftrieb.

Ein weiterer Grund für den Vorbehalt der Gäste mag der Fertigmensüs-Trend im Supermarkt sein: Die Gäste kennen «Annas Best» oder «Betty Bossi» und sind enttäuscht, wenn sie im Restaurant solche Bequemlichkeiten erhalten. Die Hersteller tun gut daran, für die Gastronomie andere Rezepte zu verwenden: Bei BINA sind es «tendenziell edlere», verrät Urs Virago. GB

KENTUCKY FRIED CHICKEN

Wie gesund sind frittierte Hähnchen?

Die US-Hähnchenbraterei «Kentucky Fried Chicken» startete eine millionenschwere Werbekampagne, um frittierte Hähnchen als gesunde Diät-Ernährung anzupreisen. Doch nach Protesten von Verbraucherschützern wurden die TV-Spots vom Netz genommen.

710 Kalorien und 43 Gramm Fettanteil kommt.

In dem zweiten umstrittenen KFC-Spot treffen sich zwei Freunde auf der Strasse wieder. «Jack, bist du wirklich? Mann, du bist ja schlank geworden! Was hast du getan?» – «Hähnchen gegessen», lautet Jacks Antwort und eine Stimme erklärt, wie wenig Kalorien frittierte KFC-Hähnchen haben.

HÄHNCHEN OHNE FETTIGE HAUT ESSEN

Beide Werbefilme sind Teil einer gross angelegten Kampagne, mit der KFC das Image eines Anbieters von ungesunder und fettiger Ernährung ablegen möchte. «Wir wollen endlich damit aufräumen, dass unsere Kunden ein schlechtes Gewissen haben müssen, wenn sie sich ein Hähnchen bestellen», sagte KFC-Marketingchef Scott Bergren, als er die neue Werbekampagne startete.

«Die Leute wissen doch gar nicht, dass sie bei uns ein ganzes Menü mit Hähnchenbrust, Kartoffelpüree und Maiskolben verzehren können und dabei immer noch weniger Kalorien zu sich nehmen als bei einem Whopper», berichtete Bergren. Ausser den Fernsehspots gibt es noch eine Vielzahl an Hinweisen auf der KFC-Webseite und in Druckschriften, die in den Restaurants aufliegen. Hier empfiehlt die Kette als Kalorienparmassnahme, dass man auf den Verzehr der fettigen Hähnchenhaut verzichten soll, wodurch der Kalorienwert sogar auf 140 absinkt und nur noch drei Gramm

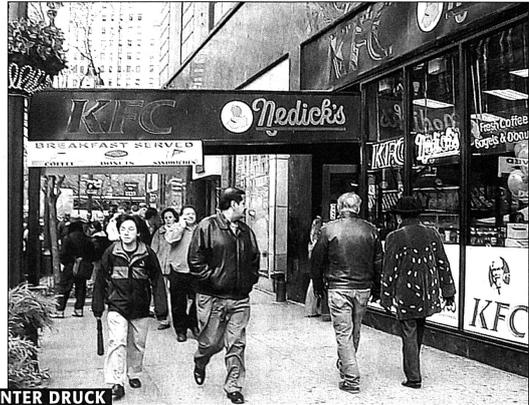
Fettanteil enthalten sei. Zusätzlich finden sich dort umfangreiche Tipps, wie und wo man sonst noch alles Kalorien sparen kann, beispielsweise mit Ketchup statt Mayonnaise als Dressing und 20 bis 30 Minuten täglich Joggen. So wies Bergren bei der Vorstellung der Kampagne auch eindringlich darauf hin, dass nur eine ausgeglichene Ernährung mit viel Gemüse sowie ausgiebiger Bewegung zu einem Idealgewicht führen kann.

FLUT VON BESCHWERDEN – TV-SPOTS GESTOPT

Doch die beiden Werbespots erzürnten die Verbraucherschützer genauso wie die US-Handelsaufsicht FTC. «Diese Werbespots zeigen nicht die Wahrheit, sie wälzen die Wahrheit in Teig und frittieren sie», schrieb Michael Jacobson, Chef der Verbraucherorganisation CSPI, an die US-Aufsichtsbehörde FTC. Nach Meinung von CSPI würden in der Werbung nur unrealistische Miniportionen berücksichtigt. Die eigenen Untersuchungen hätten ergeben, dass eine KFC-Lunchbox über 3000 Kalorien hat und die meisten davon stammen aus gesättigten Fetten.

Nach einer Flut von Beschwerdebriefen an die FTC meldeten verschiedene US-Medien Ende November, dass die FTC eine Untersuchung über die KFC-Werbung eingeleitet hätte. Ob dem wirklich so war, wurde seitens der FTC nicht bestätigt, aber KFC schaltete tags darauf die Werbespots weltweit ab – «aus Routinegründen».

Foto: Harald Weiss



UNTER DRUCK

Bei KFC ist der Umsatz in den USA spürbar zurückgegangen. Der Umsatz soll in China inzwischen grösser sein als in den USA.

sagte KFC-Sprecherin Bonnie Warschauer. Damit waren die Spots nur knapp vier Wochen auf Sendung. Das ist eine extrem kurze Zeit wenn sie wirklich – wie ursprünglich angekündigt – das Image von KFC nachhaltig verändern sollten. Dazu bedarf es sicherlich einer langfristigen Werbe- und Marketingstrategie.

Fastfoodketten haben alle den Ruf einer kalorienreichen und ungesunden Ernährung – und exakt deswegen werden sie von ihren Kunden gesucht. «Keiner geht zu McDonald's

oder Taco Bell, um eine Diät zu machen». Damit waren die Spots nur knapp vier Wochen auf Sendung. Das ist eine extrem kurze Zeit wenn sie wirklich – wie ursprünglich angekündigt – das Image von KFC nachhaltig verändern sollten. Dazu bedarf es sicherlich einer langfristigen Werbe- und Marketingstrategie. Fastfoodketten haben alle den Ruf einer kalorienreichen und ungesunden Ernährung – und exakt deswegen werden sie von ihren Kunden gesucht. «Keiner geht zu McDonald's

HARALD WEISS

«Bislang haben wir immer nur über gesünderes Essen geredet, doch ab heute machen wir es auch!», sagt eine resolute Ehefrau zu ihrem Mann und legt dabei eine Packung mit frittierten Hähnchen auf den Esstisch. Das ist die Hauptszene in einem der beiden umstrittenen TV-Werbespots von Kentucky Fried Chicken (KFC), mit denen die 50 Jahre alte Hähnchenbraterei-Kette ihr Image als Mitverursacherin der amerikanischen Fettleibigkeit abbauen möchte.

«Frittierte Hähnchen können durchaus ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung sein», heisst es in einer Pressemitteilung von KFC in Louisville, im US-Bundestaat Kentucky. KFC vergleicht darin seine Hähnchenbrust mit dem Whopper-Burger von Burger King – und schneidet dagegen durchaus erfreulich ab. Danach hat das KFC-Hähnchen nur 380 Kalorien und 19 Gramm Fettanteil, während der Whopper auf

Anzeige

Erfolg mit



Das neue Tafelgetränk mit Fruchtaromen, X-DRINK Made by Henniez, hat Tausenden von Jugendlichen in der ganzen Schweiz die Möglichkeit gegeben, durch das Sammeln von Etiketten 300 Gamecube NINTENDO und 2'700 Tetris Mini Classics-Spiele zu gewinnen.

Der Wettbewerb ging Mitte Oktober zu Ende, und die drei HauptgewinnerInnen wurden am 19. November in Henniez empfangen, um ihre Preise – 3 vollständige NINTENDO-Kits – entgegen zu nehmen.

Ein X-DRINK für jede Gelegenheit

Der bei den Jugendlichen zwischen 10 und 25 Jahren äusserst beliebte X-DRINK ist in verschiedenen Verpackungen erhältlich. Zunächst natürlich in 33 cl- und 100 cl-Glasflaschen für das Gastgewerbe. Dann aber auch in den leichten

und unzerbrechlichen PET-Flaschen, die gerade für die Verwendung in Freizeitanlagen, beim Sport, in den Bergen und allgemein bei Aktivitäten im Freien äusserst praktisch sind. Die 150 cl PET-Flaschen schliesslich sind ideal für Gruppen und den Konsum zu Hause.

Der X-DRINK-Wettbewerb: Doping für die Verkäufe

Zwischen Januar und Oktober 2003 hat der Verkauf von X-DRINK gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr um nahezu 4% zugenommen. Das ist nicht weiter erstaunlich, wenn man bedenkt, dass, wer auf der Rückseite der Etikette die sechs Buchstaben des Markennamens finden wollte, dazu auch seine Familie und seine Freunde einspannen musste. Über 350 Personen haben zusätzliche Etiketten bestellt, vor allem in der Hoffnung, den seltenen Buchstaben «X» zu erhalten.

Für das Gastgewerbe

Der Markt der Limonaden wird bis 2006 um über 15% zunehmen. Es sind dies die von der jungen Generation bevorzugten Getränke. 39% der Jugendlichen zwischen 10 und 25 Jahren konsumieren täglich Limonade, 38% mehrmals pro Woche, sei es zu Hause oder im Ausgang. Die fünf Aromen von X-DRINK (Orange, Zitrone, Grapefruit, Himbeere und Bergamotte) sind ausserordentlich beliebt. In den Aromen Zitrone und Orange ist X-DRINK ausserdem als Postmix-Installation für die Theke angeboten (Container zu 20 Litern), das Aroma Zitrone wird zudem als Postmix-Installation für die Theke angeboten (Container zu 10 Litern).



Nicolas Rouge, Verwaltungsratsdelegierter der Sources Minérales Henniez S.A., über gibt in Begleitung von Stéphanie Wyler, Assistentin im Marketing-Team und André Brocard, Verkaufsförderer EPAL, die Preise des X-DRINK-Wettbewerbs an zwei der drei X-DRINK-GewinnerInnen: Andrina Rutsch (12 Jahre) aus Dieterswil und Kelly Marti (9 Jahre) aus Colombier mit ihrer Schwester, Daniel Biner (13 Jahre) konnte nicht nach Henniez kommen. Er hat seinen Preis bei sich zu Hause in Zermatt in Empfang nehmen dürfen.

Rutsch. Bei Kelly Marti hatte die Mutter ihrerseits alle Hände voll damit zu tun, die ganze, auf das X-DRINK-Spiel versessene Familie regelmässig zu versorgen.

X-DRINK für die Marketing Trophy nominiert

Die Jury des Schweizer Marketing-Clubs hat die Marke X-DRINK der Mineralquellen Henniez für die Marketing Trophy nominiert, die im Januar 2004 in Freiburg vergeben wird. «Die Umbenennung der Marke Fruitastic in X-DRINK war ein Erfolg, und das Sortiment des Softdrinks ist auf dem Markt gut positioniert. Die Partnerschaft X-DRINK / Gameworld Generation erlaubte es, neue Zielgruppen von Jugendlichen zu erreichen, bei denen dieses neue Produkt sehr gut angekommen ist», betont die Jury des Schweizer Marketing-Clubs.

Übergabe der X-DRINK-Preise am 19. November 2003 in Henniez

Zum Abschluss des X-DRINK-Wettbewerbs hat der Verwaltungsratsdelegierte der Sources Minérales Henniez S.A., Nicolas Rouge, drei vollständige Video-Konsolen mit Spielen, TV und Lautsprechern den GewinnerInnen übergeben, es sind dies: Kelly Marti, 9 Jahre, aus Colombier (NE), Andrina Rutsch, 12 Jahre, aus Dieterswil (BE) und Daniel Biner, 13 Jahre, aus Zermatt (VS). «Ich habe im Gespräch mit meinen Klassenkameraden auf dem Schulweg vom X-DRINK-Wettbewerb gehört», erzählt uns Andrina

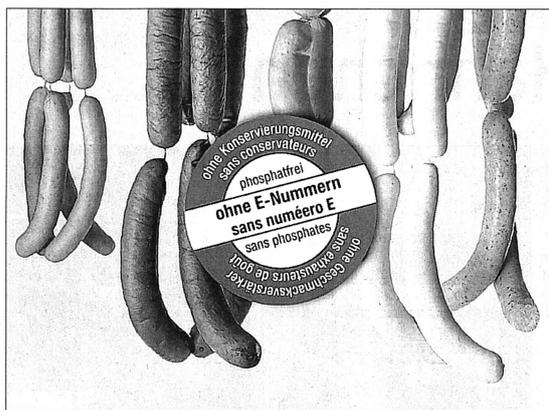


X-DRINK - die Schweizer Softdrink-Marke



Weitere Informationen:
www.x-drink.ch/Play & Win
www.henniez.ch

Traitafina – Wurst- und Fleischwaren ohne E-Nummern



Als erster Schweizer Fleischwarenhersteller bringt die Traitafina AG Wurst- und Fleischwaren ohne E-Nummern auf den Markt. Dieses Sortiment ist nur aus Fleisch und Naturgewürzen hergestellt und umfasst vorerst Wienerli, Kalbsbratwurst, Cervelat und Delikatess-Fleischkäse. Gemäss Traitafina-Geschäftsführer Hermann Bader sollen diese Produkte vor allem Menschen ansprechen, welche naturbelassene Lebensmittel schätzen. Solche Produkte kommen einem im Markt verspürten Trend und den Forderungen der Konsumentenorganisationen entgegen. Ein in den vergangenen Wochen bei Manor in Basel durchgeführter Testmarkt ergab durchwegs positive Reaktionen.

Traitafina AG
5600 Lenzburg
Telefon 062 885 21 21
www.traifatina.ch

Obrist – Genuss bis zum letzten Glas



Jeder Weinliebhaber kennt das Problem: Bleibt noch eine Restmenge in der Flasche zurück, ist auch der beste Tropfen nach wenigen Tagen ungenussbar. Mit dem neuartigen System Vinofresh steigt die Haltbarkeit von geöffneten Flaschenweinen auf drei bis vier Wochen, ohne dass Bouquet und Geschmack zu leiden haben. Das Prinzip ist äusserst einfach: Der Wein in der Flasche wird mit Hilfe einer Düse mit dem Spezialgas Vinoxerv beschichtet, einer geruchlosen und lebensmitteltreuen Mischung aus hochreinem Stickstoff und Kohlendioxid. Da es schwerer als Luft ist, wird der Wein auch ohne Korken sicher konserviert und behält seine Qualität über mehrere Wochen. Vinofresh Gastroline signalisiert nicht nur Stil und Professionalität, es bringt auch höhere Erträge. Mit dem praktischen Konservierungssystem lässt sich der Ausschank hochwertiger Weine ökonomisch optimal kalkulieren. Die elektronische Sprühautomatik sorgt für exakte Dosierung und sparsamen Verbrauch. Das Modell Vinofresh Gastroline kostet 1290 Franken.

Obrist S.A.
Avenue Reller 26
1800 Vevey
Telefon 021 925 99 25
obrist@obrist.ch
www.obrist.ch

Valentin & von Salis – «wine» ganz fein

Valentin Pontresina AG und von Salis AG in Landquart gehen im Weinbereich eine Partnerschaft ein: «wine». Ein Bündner Tandem mit Kraft für die Zukunft: Die Valentin Pontresina AG, ein beinahe 50-jähriges Unternehmen, ist im Engadin und den Südtälern als zuverlässiger Gastrolieferant bekannt und die Firma von Salis in Landquart, bekannt als Weinproduzent und Händler von Weinen aus der ganzen Welt, beliefert weiterhin die Alpennordseite. Die Partnerschaft «wine» führt zur Optimierung des Sortiments in ganz Graubünden und schafft beträchtliche

Synergien in den Bereichen Einkauf und Logistik. Bei «wine» bieten bestens ausgebildete Fachleute und Gastronomen massgeschneiderte Weinpräsentationen, Mitarbeiterschulungen, Weinkartenanalysen, kulinarische «wine»-Events und vieles mehr. «wine» will seiner Kundschaft spannende Weine aus interessanten Weinregionen präsentieren und steht in engem Kontakt zu den Produzenten.
Valentin's Weinkeller
7504 Pontresina
Telefon 081 838 84 85
www.vapo.ch

Clean Care Company – Eine saubere Sonnenstore

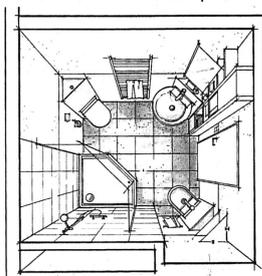
Schmutzige Sonnenstoren, Markisen und Gross-Schirme trüben das Image vieler Gastro-Betriebe. Das muss nicht

sein, hat sich der Firmengründer der Clean Care Company Ltd. vor über zehn Jahren gesägt und brachte das

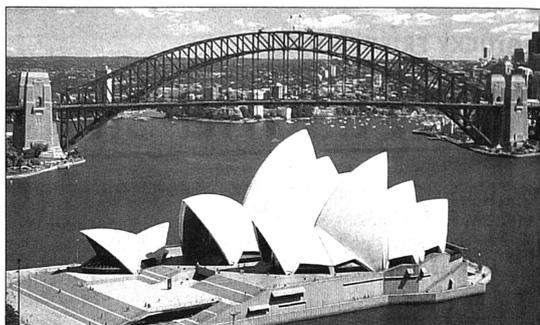


Missel – attraktive Minibäder für die Hotellerie

Ein entscheidender Massstab für die Qualität eines Hotels sind die Gästebäder. Denn selbst wenn ein Gast nur eine Nacht im Hotel verbringt, das Bad spielt bei der Bewertung des Hotelkomforts immer die Hauptrolle.



Dabei kommt es neben der funktionellen Ausstattung ebenso auf schönes Raumdesign an. Entscheidend ist aber auch, dass der Schlaf nicht durch Badgeräusche gestört wird. Das sind Gästewünsche, die oft nicht leicht zu erfüllen sind, zumal der Hotelier mit jedem Quadratmeter rechnen muss. Doch ein aussergewöhnliches, komfortables Wohlfühlbad lässt sich auch auf kleinstem Raum verwirklichen. Missel, der Spezialist für Bad-Design und Schallschutz, bietet auch für Minibäder attraktive Lösungen. Grundlage für dieses innovative Bad-Design sind dreieckige Kompakt-Elemente in raumoptimierender Form. Diese können bisher unentdeckte Raumreserven intelligent nutzen – in Ecken, diagonal und parallel an Wänden oder mitten in Räumen. Darüber hinaus ist in das variationsreiche Produktprogramm ein hochwirksamer Schallschutz eingebunden. So wird sichergestellt, dass Körperschall vermieden wird.
www.missel.de



Sprachaufenthalte – 20 Jahre Qualität

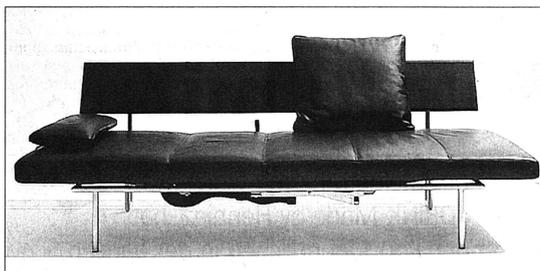
Die Welt von heute ist vernetzt – und wir bewegen uns in diesem Netzwerk. Die Kenntnis der Weltsprachen ist dabei unerlässlich. Das wissen auch die öffentlichen Schulen und bringen der Jugend Frühenglisch und Frühfranzösisch bei. Für fremdsprachliche Perfektionierung aber braucht es mehr. Zum Beispiel Sprachaufenthalte vor Ort. Solche Sprachaufenthalte in England, Irland, Schottland, Malta und Kanada, in den USA, in Australien und Neuseeland, in Frankreich, Italien und Spanien

vermitteln seit 20 Jahren Annemarie und Rolf Frischknecht. Weit über 10000 zufriedene Kunden aus der ganzen Schweiz und dem nahen Ausland haben in dieser Zeitspanne ihre professionelle Beratung und Organisation in Anspruch genommen.
Annemarie und Rolf Frischknecht Beratung für Sprachausbildung Isenacher 13
8712 Stäfa
Telefon 01 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

Interprofil – Relaxen mit «Campus»

Der Name Interprofil steht für äusserst komfortable und intelligente Polstermöbel. Die meisten Produkte von Interprofil lassen sich mit wenigen einfachen Handgriffen problemlos in verschiedene Positionen umwandeln. Nun stellt Interprofil mit «Campus» seine neueste Entwicklung im Bereich Funktionssofa vor. «Campus» kann als Sofa, als Relaxliege oder gar als Gästebett genutzt werden. Es besticht nicht nur durch sein Aussehen, sondern bietet durch modernste Technik optimale Entspannung. «Campus» setzt die Reihe der multifunktionalen Sitzmöbel fort, mit denen

sich Interprofil zum starken Player auf dem Gebiet der Funktionssofas entwickelt hat. Die Möbel «Beo», «Movie» oder «Sydney» lassen sich allesamt einfach und leicht vom komfortablen Sofa zur bequemeren Liege oder zum Bett verwandeln. Dabei setzen alle auf Unterstatement: Man sieht ihnen erst auf den zweiten Blick an, welche Möglichkeiten in ihnen stecken – intelligente Möbel im eleganten Outfit.
Interprofil AG
Nennigkofenstrasse 33
4571 Lüterkofen
Telefon 032 677 24 22



Honda – Schneefräsen leicht gemacht

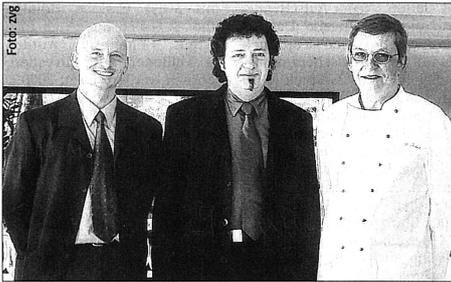
Das Schneefräsen ist nicht mehr ein Kampf gegen hohe Schneemassen. Das neue Hybrid-Konzept mit Bordcomputer von Honda macht es so bedienungsfreundlich wie noch nie. Zwei unabhängig voneinander arbeitende Elektromotoren für den Antrieb sind die wichtigste Innovation. Ein Verbrennungsmotor treibt die Fräswelle an und ein Generator speist die beiden Elektromotoren via Steuerelement. Das Bedienpult ist unabhängig vom Fräswerk angebracht und bleibt stets auf angenehmer Arbeitshöhe. Das Starten ist auch unter extremen Minustemperaturen problemlos, dank ver-

mindertem Druck im Kolbenraum durch das Honda-Dekompressions-system. Der Raupenantrieb ermöglicht schnelles Arbeiten bei nassem Schnee und weichem Untergrund. Das technisch ausgereifte Schneckenfrässystem, das sich regelrecht in den Schnee frisst, erlaubt grösste Schneemengen auch unter schwierigsten Verhältnissen in kürzester Zeit zu räumen. Im Fachhandel sind Honda-Schneefräsen in zahlreichen Grössen und Stärken, von 5,0 bis 13 PS erhältlich.
Honda (Suisse) SA
1214 Vernier
www.honda.ch



Gasthaus «Pluspunkt» neu eröffnet

Brunnen. Die BSZ Stiftung Seewen SZ hat das neue Gasthaus Pluspunkt in Brunnen eröffnet. Verwendet werden regionale, naturnahe, ökologisch und ökonomisch nachhaltig produzierte Frischprodukte. 14 neue Arbeitsplätze wurden geschaffen, wovon 8 geschützte (für Menschen mit leichter Behinderung). Geführt wird das Restaurant von Erich Aschwanden (Bildmitte). Küchenchef ist Holger Fehst (rechts). Ressortleiter Produktion ist Gregor Boesiger (links).
DST



«Wein-Allianz» wirbt gemeinsam

Deutschland. Um sich gegen die Grossproduzenten zu profilieren und gleichzeitig regionalen Weinen ein gemeinsames Marketing zu ermöglichen, haben sich in Deutschland acht Winzervereine und -genossenschaften zu einer Wein-Allianz zusammengeschlossen. Stolz nennt sich die ausdrücklich als Vertriebsorganisation deklarierte Gemeinschaft «Die Wein-Allianz».

Sie umfasst Wein-Regionen aus (fast) allen deutschen Weinbaugebieten und will da-

mit dem Wein-Interessierten die Vielfalt der Möglichkeiten hautnah aufzeigen. Zusammengeschlossen haben sich die Hallgartener Winzergenossenschaft aus dem Rheingau, die Kaiserstühler Winzergenossenschaft, die Niersteiner Weingenossenschaft vom Rhein, die Remstallkellerei aus Württemberg, der Ruppertsberger Winzerverein aus der Pfalz, die Winzergenossenschaft Laufen aus dem Markgräflerland, die Winzergenossenschaft Thüngersheim aus

dem Bockbeutelnd Franken und die rheinhessische Winzergenossenschaft Westhofen.

Die «besten Weine» aus diesen Regionen «mit einer erstklassigen Aussendienstorganisation» dem Konsumenten «weltweit nahe bringen» – so formuliert die «Wein-Allianz» ihre Ziele. Nachdem die deutsche Weinwirtschaft bisher eher kleinstellig angetreten war, tut sich hier ein neuer Ansatz auf. Zumal gerade in den USA das Interesse an deutschen Weinen rapide im Steigen ist. GU

«INTERWHISKY»

Sammler kamen auf ihre Kosten

Zu einem wahren Festival des Malt-Whisky wurden die drei Tage der Messe «InterWhisky» in Frankfurt. 350 Whisky-Marken waren vertreten, über 800 verschiedene Jahrgänge, Fassbesonderheiten und Spezialkollektionen konnten betrachtet und verkostet werden.

GEORG UBENAUF

Die Besucher gaben viel, zum Teil sogar sehr viel Geld aus, um die verschiedenen Jahrgänge einzelner Marken zu vergleichen, bisher unbekannt neue Namen zu verkosten und die unterschiedlichen Kollektionen oder Fass-Stärke-Whiskys zu probieren. 50 Jahre alte Whiskies waren da keine Seltenheit.

Unter den Fachbesuchern zahlreiche Hotel-Beauftragte auf der Suche nach Whisky-Abfüllungen speziell für ihr Haus. «Ich weiss inzwischen von Hotels, die in ihrer Bar bis zu 80 unterschiedliche Whiskys anbieten», hatte der Messegründer und «Whisky-Botschafter» Christian Rosenberg zu Messebeginn erläutert. Immerhin ist die «InterWhisky» inzwischen die grösste Veranstaltung dieser Art weltweit.

TREND ZU WHISKY MIT FASS-STÄRKE

Der Run auf Malzwhisky ist ungebroschen. Während andere harte Spirituosen Verluste in zweistelliger Prozentzahl verkraften müssen, steigen die Absatzzahlen für Malzwhisky immer noch. Und übereinstimmend berichteten schottische Whisky-Experten, dass immer mehr Malzwhisky-Destillieren, die bisher ihre Produkte nur zum «Blenden» von Marken-Whisky verkauft hatten, den Markt-trend erkennen und dazu übergehen, ihren reinen Malzwhisky nun unter eigenem Namen zu verkaufen.

Daher war auch in Frankfurt das Angebot «neuer» Namen gross. Hinzu kommt ein Trend zu immer mehr in Fass-Stärke abgefülltem Malzwhisky, der dann 56 bis 60 Volumenprozent stark ist. Natürlich waren auch irische und amerikanische Whisky-Marken vertreten, sie gingen (ein wenig) unter in der Begeisterung für Malt.

Besonders gefragt bei den Kostproben waren «Rare Malt» oder «Collections», bei denen kleine private Whisky-Unternehmen gezielt bei verschiedenen Destillieren in Schottland einzelne Fässer einkaufen und diese dann (mit dem Namen der ursprünglichen Herkunft) unter ihrer Sammler-Marke und mit Nummer des jeweiligen Fasses vermarkten. Insbesondere Sammler edler Sorten kamen bei der «InterWhisky» voll auf ihre Kosten.

DEUTSCHLAND

Die Suppen-Königin von Berlin

Suppen sind schmackhaft, schnell serviert und machen satt – eine ideale Verpflegung für Berufstätige also. Niemand weiss das besser als Katharina Körner, die in Berlin erfolgreich vier Suppen-Bars führt. Über 1000 Rezepte umfasst ihre Sammlung.

Fotos: Paola Carega

PAOLA CAREGA

Die einen sammeln Telefonkarten, andere sind stolz auf ihre wertvolle Briefmarkensammlung. Katharina Körner sammelt Suppenrezepte. Ihre «Suppen-Bibliothek» umfasst mehr als 1000 Rezepte von der mexikanischen Albondiga bis zur Zitronengrassuppe aus Thailand. Ob regional oder exotisch, mit Wurst oder für Vegetarier, ob deftig-bäuerlich oder fantasievoll- raffiniert: Die Berliner «Suppen-Königin» kennt für jeden Geschmack die richtige Suppe. «Frauen schätzen eher leichte Suppen, Männer lieben Eintöpfe, in denen der Löffel steht, gerne auch mit einer ordentlichen Portion Fleisch», sagt die frühere Schauspielerin, die selber für Thai-Suppe und klassische Eintöpfe schwärmt.

Vor fast fünf Jahren hat Katharina Körner die erste Suppen-Bar «Soup Kultur» am Kurfürstendamm eröffnet – mit viel Mut und dem richtigen Gespür für einen Trend. «Wie viele Berufstätige vermisste ich mittags eine schnell servierte, warme, sättigende und trotzdem leichte Mahlzeit», sagt die 45-jährige gastronomische Quereinsteigerin. «Die Suppe erfüllt alle diese Kriterien. Zudem kitzelt sie die Sinne und kommt in immer neuen Varianten daher.» Die Berliner scheinen ihr Recht zu geben: Bis heute sind drei weitere Filialen an zentralen Geschäftslagen dazugestossen, und die



«SOUP KULTUR»

Am Kurfürstendamm in Berlin befindet sich eine der vier Suppen-Bars von Katharina Körner. Die «Suppen-Bibliothek» der ehemaligen Schauspielerin umfasst mittlerweile über 1000 Rezepte.

Idee wurde stadtwweit mehrfach kopiert. Suppe, das Urgericht der Menschheit, ist in Berlin heute ein fester Bestandteil der Fastfood-Kultur jenseits von Hamburger und Currywurst.

Bei «Soup Kultur» wählt die Kundenschaft – von Büroangestellten und Bankern bis zu Touristen und Studentinnen – jeden Tag zwischen neun verschiedenen Suppen und Eintöpfen, dazu wird frisches Brot gereicht, und zum Trinken gibts frisch gepresste Säfte, Kaffee oder Mineralwasser. Passend zum nasskalten Wetter steht diese Woche ein altes belgisch-jüdisches Rezept auf der Karte, das gegen drohende Erkältungen wirken soll: die Hühnersuppe «Omi Rosis Penicillin». Als weitere Varianten locken unter anderem eine toskanische Gemüsesuppe, Kürbissuppe mit Äpfeln und Wermut und indonesische Erdnuss-Hähnchen-Suppe.

550 DAMPFENDE SUPPEN PRO TAG

Das alles kann an den Stehtischen in den kleinen, fröhlich bunt gestrichenen Bars gelöffelt oder im Pappbecher mitgenommen werden. Die Suppen bei «Soup Kultur» kosten im Schnitt 3,40 Euro und werden täglich frisch zubereitet. Sämtliche Fonds, auf denen sie basieren, werden eigenhändig eingekocht, das Gemüse frisch geputzt und geschneipelt, Erbsen und Bohnen

am Vortag eingeweicht. Auf biologische Zutaten wird viel Wert gelegt, und bis auf wenige exotische Ausnahmen wird auf Konservierungsmittel, Zusatzstoffe und Bindemittel verzichtet. Rund 550 Suppenteller gehen täglich über den Ladentisch. «Damit Preis, Qualität und Originalität stimmen, muss ich sehr haushälterisch wirtschaften», sagt die Selbstdafrada, die in der strengen Winterzeit bis zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

«CATERING SEHR GUT ANGELAUFEN»

Der Neugigebonus ist nach beinahe einem halben Jahrzehnt Berliner «Suppenkultur» natürlich verfliegen. Das ist der Chef in sogar recht. «Gastronomische Trends sind mir nicht wichtig. Ich freue mich, wenn Suppen zum Alltag gehören und heute eine selbstverständliche Mittagsverpflegung sind.» Expansion ist derzeit kein Thema für Katharina Körner, die von der Buchhaltung über den Einkauf bis zum Marketing alles selber macht. Eine fünfte Filiale würde den Betriebsaufwand zu sehr steigern und ihre Kräfte übersteigern. Lieber baut sie ihr zweites Standbein aus – den Catering-Service. «Soup Kultur» versorgt heute ganze Büros mit dampfenden Suppentöpfen, beliefert Coffee-Shops und bietet auch einen Komplettservice für Seminare und Kongresse sowie für kleinere und grosse private

Anlässe. Neben Suppen können dabei eine Vielzahl weiterer Häppchen und Speisen geordert werden, auf Wunsch auch alles in Bio-Qualität. «Catering ist unheimlich gut angefallen», freut sich Katharina Körner. Heute mache dieser Service ein knappes Drittel des Umsatzes von «Soup Kultur» aus – Tendenz steigend. Die Gastronomie flirtet noch mit einer weiteren unternehmerischen Idee. In Zusammenarbeit mit Bauernhöfen aus dem Umland, die regionale Produkte vermarkten, will sie ihre Suppen an ausgewählte Supermärkte liefern. Geht alles nach Plan, sollen dereinst im Regal Fertigsuppen im Glas stehen, zubereitet aus Zutaten aus der Umgebung.

Zahlen und Fakten

Adresse: «Soup Kultur», zum Beispiel am Kurfürstendamm 224, 10719 Berlin, Tel. +49 030 426 83 19
www.soupkultur.de
Öffnungszeiten: Mo–Sa, 12 bis 19h
Anzahl Plätze: nur Stehplätze
Essen: täglich neun verschiedene Suppen, Preis pro Suppe rund 3,40 Euro; Bouletten 1,30 Euro, Laugenbrot 1 Euro
Getränke: verschiedene alkoholfreie Getränke
Umsatz: ca. 60.000 Euro im Monat (im Winter) CA



Täglich schöpft Katharina Körner rund 550 Portionen Suppe.

Gildenköche im Hotel Europa Tyrol A-Casino eröffnet



Innsbruck. Auf Einladung der Schweizer Botschaft und von Schweiz Tourismus kochten Mitglieder der schweizerischen Gilde etablierter Köche im Hotel Europa Tyrol in Innsbruck. Auf dem Foto (v.l.): Hansruedi Frischknecht, Landgasthof Bad Balgach, Balgach; Hedi Schiess, Wildparkrestaurant Peter und Paul, St. Gallen; alt Bundesrat Arnold Koller als Ehrengast, Sepp Schmid, Landgasthof Weissbadbrücke, Weissbad; Hansruedi Nef, Sântis Schwebbahn AG, Schwägalp. *DST*

St. Gallen. Neuer Aufschwung für die Ostschweiz: Das A-Casino in St. Gallen ist eröffnet. Es soll als touristischer Impulsgeber dienen. Gespielt wird im Erdgeschoss des neuen Parkhotel Radisson SAS. Auf einer Gesamtläche von rund 2000 Quadratmetern gibt es elf Spieltische und 165 Automaten. Das Grand Casino St. Gallen beschäftigt rund 100 Mitarbeitende.

Betreiber des Casinos ist Casino Austria. Entstanden ist das Projekt in Zusammenarbeit

mit Swiss Casinos Holding und St. Gallen-Bodensee-Tourismus. Gemeinsam wurden 11 Millionen Euro investiert. Jährlich werden bis zu 200000 Gäste und einen Bruttospielertrag von rund 20 Millionen Euro erwartet.

Geschäftsführer des neuen Grand Casinos ist der Salzburger Peter Klugsberger, der für Casinos Austria schon in Dänemark, Kanada und Venezuela tätig war. Für Casino Austria ist St. Gallen der sechste Betrieb in der Schweiz. *CK*

ZITAT DER WOCHE

«Ein Hotel ist doch kein Produkt – wir verkaufen Lebenswelten.»

Klaus Kobjoll, Buchautor und Inhaber des Hotels Schindlerhof in Nürnberg, im Interview auf Seite 2

PEOPLE

Torsten Götz (35) wird ab 19. Dezember – gleichzeitig mit der Hotelöffnung für die neue Saison – neuer Küchenchef im Grand Regina – Alpin WellFit Hotel in Grindelwald.



Der Deutsche tritt die Nachfolge von Samuel Siegrist an, der das «Grand Regina» verlassen hat, um eine neue Herausforderung zu suchen. *DST*

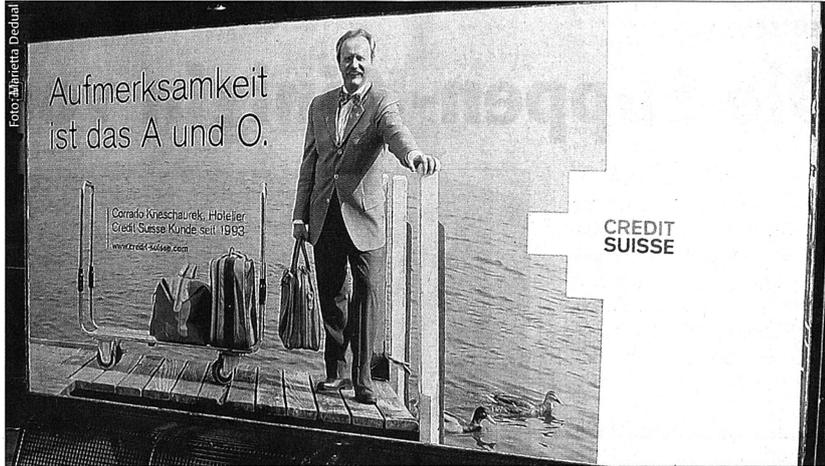
Jürg Kopp wird ab 1. Januar 2004 als Chief Operations Officer verantwortlich sein für die operativen und gastronomischen Belange der bedienten Mövenpick-Gastronomie. Der 49-jährige



restliche Gastronomiefachmann arbeitet bereits in den Neunzigerjahren einige Jahre für Mövenpick als Regionaldirektor Deutschschweiz und als Managing Director Marché Israel. Weiter war er in leitenden Funktionen bei Autogrill, Manora und Spaghetti Factory tätig. *DST*

Marcus G. Lindner musste als Küchenchef des Hotel Ermitage am See in Küsnacht das Gourmetrestaurant (ein Michelin-Stern) per sofort verlassen, nachdem er seine Kündigung eingereicht hatte. Vorgesehen war, dass Lindner noch bis im kommenden Frühling weiter arbeiten würde. Bereits im vergangenen Frühjahr hatte auch Starkoch Edgar Bovier das «Ermitage» verlassen. *DST*

Doris Nellen wurde vom Seminarhotel am Ägerisee zur Mitarbeiterin des Jahres 2003 ausgezeichnet. Die 28-jährige Servicemitarbeiterin habe sich diese Auszeichnung durch ihren Top-Einsatz während des ganzen Jahres verdient. *DST*



Hotelier auf Werbeplakat. Corrado Kneschaurek, Hotelier und Präsident des Tessiner Hoteliersvereins, zielt ein Werbeplakat und -inserat der Credit Suisse, das zurzeit überall in der Schweiz an öffentlichen Orten, wie zum Beispiel im Bahnhof Bern (im Bild), sowie in den Tageszeitungen zu sehen ist. Er finde es gut, wenn die Grossbanken wieder vermehrt Private und KMUs als Kunden ansprechen möchten und hätte sich deshalb – nach Rücksprache mit seiner Familie – bereit erklärt mitzumachen, so Kneschaurek gegenüber der htr. Das Foto-Shooting für fünf Sujets, von welcher die Credit Suisse dann eines ausgewählt hat, habe sieben Stunden gedauert. *DST*

HOTELFACHSCHULE THUN

Ein Monat Thailand für Note 5,6

34 erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen der Hotelfachschule Thun wurde das Diplom als «Restaurateur-Hotelier HF» überreicht.

DANIEL STAMPFELI

39 Studentinnen und Studenten waren zur Prüfung angetreten, 34 haben sie bestanden. Der Notendurchschnitt lag bei 4,8. Die beste Prüfung legte Anita Kim aus Münchenwilen mit einem Notendurchschnitt von 5,6 ab. Im zweiten Rang folgt Raphaela Chantal Schmid aus Basel mit einem Durchschnitt von 5,5 und im 3. Rang Jürg Stocker aus Bern mit 5,4. Der erste Rang wird mit einem vierwöchigen Thailand-Aufenthalt ausgezeichnet. Einer Projektgruppe wurde zudem erstmals der Spezialpreis für sozialkompetente, integrative und zielgerichtete Zusammenarbeit verliehen. Das Diplom erhielten: Adam Ivo, Lyss; Bellwald Daniela, Visp; Bernhard Esther, Worb;



DIE PREISTRÄGER

Von links: Raphaela Chantal Schmid, Basel, 2. Rang; Anita Kim, Münchenwilen, 1. Rang; Jürg Stocker, Bern, 3. Rang.

Brevetto Felicia, Basel; Bürgli Petra, Niederwangen; Bürki Daniel, Heimberg; Cordes Carolina, Berlin (D); Dubi Simone, Bremgarten; Flückiger Iris, Bern; Gemmet Norma, Brig; Gierok Marcel, Simione (I); Gianthard Rahel, Thun; Gnoza Thomas, Basel; Graf Roger, Wilen; Hari Jakob, Adelboden; Hersberger Judit, Bettingen; Kasztura Anne, Zürich; Kim Anita, Münchenwilen; Kobelt Christian, Wattwil;

Modestin Aniko, Bern; Müller Yves, Twann; Ruckli Petra, Luzern; Rytz Michelle, Kriechenwil; Sager Silvia, Faulensee; Schenker Angela, Langnau i.E.; Schlatter-Schmid Rose-Marie, Wettingen; Schmid Raphaela Chantal, Basel; Schüpbach Joachim, Aarwangen; Silvestri Emanuela, Thun; Steiner Markus, Bern; Stocker Jürg, Bern; Wäfler Sandra, Liebfeld; Weren Simon, Alpnach-Dorf; Witt David, Bern.

GLOSSE

Unzucht mit Worten

HANSPETER GSELL*

Marco hat seine Pizzeria umgetauft, sie heisst jetzt Pizzeria Tempel. Da ich ein von Grund auf neugieriger Mensch bin, überwand ich meine Hemmungen und beschloss, dieser neuen Kultstätte einen Besuch abzustatten. Vor der Pforte achtete ich auf mögliche Auguren, amete noch einmal tief durch und repetierte dabei meine rudimentären Geschichtskennnisse. Ich dachte an Dipteros, Peripteros und Amphiprotylos und stellte mir die erleuchtete Cella vor, in der das Götterbild stehen würde. Obwohl ich keine Ahnung hatte, in welcher Gestalt mir der Gott der Pizzas wohl erscheinen würde, dachte ich dabei mehr an Margherita als an Napoli.



Als ich die ächzende Pforte aufstiess, erwartete er mich bereits. Als Mitglied des Pizzaaordens stand Marco im Kampf gegen die Ungläubigen zum Schutz des heiligen Brotfladens vor dem Angriff der ottomanischen Kebabs. Er hatte sich den langen weissen Mantel mit dem achtspitzen Kreuz übergeworfen. Nach kurzem Nachdenken begriff ich plötzlich, weshalb Philipp IV den Templern Häresie und Unzucht vorwarf und sie kurzerhand verhaften liess.

Leider wird die Unzucht gegenüber wehlosen Worten weiter zu nehmen. Nach Röschtipalästen, Pizzatempeln und Susht-Pagoden werden wir wohl demnächst vor den ersten Kotelett-Kathedralen stehen. Aus religiösen Überlegungen sollte allerdings auf die gastronomische Verwendung von heiligen Stühlen verzichtet werden.

*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 Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Gegründet 1992

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Mombijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien: Christian Hölzler

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

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Theres Lagler Berger (TL) -
Dr. Karl Josef Verding (KJV).

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

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

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK).

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

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Loh (GL), Tessin; Herbert Putschner (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (WP), München; Françoise Richard (FR), Basel;
Sonja Stalder (SS), Bern; Georg Ubenau (GU), Frankfurt;
Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich.

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strebel.
Abonnemente: Nadine Blum, Anna-Lisa Casaluci.
Stellensensate: Matthias Beyerle, Marc Moser.
Geschäftsansagen: Iris Strebel (Verkaufsleitung a.),
Brigitte Weber.
Innendienst: Marc Moser.

Druck: Büchler Grafico AG,
Druckzentrum Bern.

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

Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 145.-,
ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

- Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD)
- Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
- Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH)
- 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 Reception des Grands Hôtels (AICR).

Kontakte:

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



ERIC BISELX / Le directeur de l'Association valaisanne des hôteliers (AHV) prendra sa retraite à la fin de cette année. Interview. **PAGE 2**



VILLARS-GRYON / La station vaudoise a lancé officiellement sa grande opération en faveur de la qualité. **PAGE 3**

Cahier français

hotel+tourismus revue

VALAIS

Le Parlement déçoit les hôteliers

Le Parlement valaisan a accepté du bout des lèvres en première lecture la nouvelle loi sur l'hôtellerie-restauration (LHR). Ce projet ne satisfait personne.

GENEVIEVE ZUBER

«C'est ce projet de loi, perfectible en deuxième lecture, ou le maintien de la LHR actuelle, une solution pire, et ce pour des années encore!» Le législatif valaisan a finalement suivi Jean-René Fournier, le conseiller d'Etat en charge du dossier. Une partie des députés, radicaux et socialistes, auraient voulu une libéralisation totale du secteur, c'est-à-dire l'abrogation de la loi, les grandes réglementations en vigueur constituant un cadre amplement suffisant, comme par exemple les normes sur les constructions et sur les denrées alimentaires. D'autres parlementaires, PDC, jugeant quant à eux le projet trop libéral, ont réclamé et obtenu le maintien du certificat de bonnes mœurs pour obtenir l'autorisation d'exploiter.

PLUS JUSTE, MAIS IMPARFAITE

Au final, la nouvelle mouture ne satisfait personne, même si l'un des buts premiers de la révision a été atteint. La loi a effectivement été simplifiée et certaines inégalités de traitement éliminées; toutes les formes d'hébergement et de restauration sont désormais soumises à une seule autorisation d'exploiter. D'autre part le texte prévoit moins de contraintes pour les exploitants. Mais ces derniers ne cautionnent pas non plus cette révision. La redevance annuelle, qui a été maintenue, continuera comme par le passé à alimenter les caisses cantonale et communales; et seuls 30% de la recette seront versés au fonds de la formation du secteur.

PAS DE CADEAU POUR LES REDEVANCES

Cet impôt déguisé passe d'autant plus mal que tous les autres corps de métiers en sont exemptés. Ce qui fâche surtout Joseph Bonvin, de l'Association hôtelière valaisanne, c'est que malgré les apparences – un taux de 1 pour mille du chiffre d'affaires au lieu de 1,5 actuellement –, le secteur sera tout aussi lourdement frappé, car la notion de redevance-plafond, fixée à 7000 francs, a été supprimée. Il y a du référendum dans l'air s'il n'y a pas changement de cap lors de la seconde lecture, en 2004.

PRÉVISIONS TOURISTIQUES RÉGIONALES

Bonnes prévisions pour le Valais

Les prévisions touristiques régionales, élaborées par l'institut BAK Basel Economics pour le compte d'hotelleriesuisse et présentées mardi à Berne, montrent que les perspectives, à moyen terme, sont particulièrement favorables pour le canton du Valais.

MIROSLAW HALABA

Le tourisme suisse devrait profiter de la reprise économique qui a pris forme aux Etats-Unis. L'amélioration ne sera toutefois que progressive, comme l'ont montré les prévisions pour la branche diffusées il y a deux semaines par l'institut de recherches conjoncturelles BAK Basel Economics (cf. htr du 27 novembre). Celles-ci faisaient état, pour ce qui est des nuitées, d'une stabilisation (-0,6%) durant la saison d'hiver, d'une légère croissance durant l'été (+0,5) et, enfin, d'une «nette reprise» à partir de la saison d'hiver 2004/2005. Ces prévisions globales font cependant apparaître des différences assez grandes d'une région à l'autre. On a pu le constater lors de la présentation, mardi à Berne, des prévisions régionales élaborées par le même institut bâlois pour le compte d'hotelleriesuisse. Et là, le Valais s'en sort bien, particulièrement à moyen terme.

HIVER DIFFICILE POUR LES GRANDES VILLES

L'hiver à venir devrait se solder par une stagnation, a expliqué Christoph Juen, directeur d'hotelleriesuisse. Seuls les cantons du Valais (+0,1% de nuitées) et des Grisons (+0,3%) devraient tirer leur épingle du jeu. Reprise de la demande dans l'un des cantons et dynamique de la demande in-

Photo: Laurent Miesbauer



CHRISTIAN REY

Le président d'hotelleriesuisse (à dr.) a notamment présenté les prochains enjeux de la branche touristique aux côtés de Christoph Juen, le directeur d'hotelleriesuisse.

digène dans l'autre pourraient expliquer ces prévisions. Ce sont les «grandes villes», très dépendantes du tourisme d'affaires, qui devraient être les principales perdantes de cette saison hivernale mitigée. Le BAK prévoit, en effet, un recul des nuitées de 1,6%.

Les «grandes villes» devraient cependant se rattraper l'été prochain, à la faveur de l'amélioration de la conjoncture. Les prévisions font état d'une hausse des nuitées de 1,2%. L'Espace alpin, qui avait enregistré l'été dernier une très forte demande

domestique, devrait retourner à un niveau plus modeste qui se traduirait en Valais par une stagnation des nuitées et aux Grisons par une baisse de 1,4%.

LA «VRAIE REPRISE» POUR L'HIVER 2004/2005

Ce que le BAK appelle la «vraie reprise» devrait se manifester dès l'hiver 2004/2005. Comme durant l'été 2004, ce sont les touristes étrangers qui devraient être les moteurs de la demande. Les grandes régions bénéficiaires se-

ront les «grandes villes» et l'Espace alpin. Et ces bonnes dispositions devraient se poursuivre en 2005 et 2006. Ici, à nouveau, les gagnants se nomment le Valais et les Grisons, qui devraient, respectivement, afficher une hausse de 1,5% et 1,3%, soit au-dessus de la moyenne suisse estimée à 1%. Le BAK ne manque cependant pas de rappeler qu'il s'agit de prévisions. Celles-ci sont susceptibles d'être corrigées, notamment, si la reprise conjoncturelle est moins vigoureuse que prévu. «De plus», écrit le BAK, la situation géopolitique reste préoccupante».

Une brochure pour bien accueillir les futurs hôtes chinois

En collaboration avec Suisse Tourisme, hotelleriesuisse publiera, probablement au printemps prochain, une brochure destinée à accueillir de manière optimale les hôtes chinois qui profiteront du statut de destination officiellement reconnue obtenu par la Suisse, a déclaré mardi le président d'hotelleriesuisse, Christian Rey, lors de la conférence de presse organisée pour la présentation des prévisions régionales.

Profitant de cette occasion pour donner diverses informations concer-

nant la branche hôtelière, Christian Rey a aussi indiqué qu'une demande avait été adressée au Conseil fédéral afin que les diplômés étrangers des écoles hôtelières en Suisse, qui ne proviennent pas de l'Union européenne ou d'un pays de l'AELE, puissent occuper un premier emploi de 12 à 18 mois dans un hôtel suisse. Une telle mesure, a-t-il dit, serait notamment de nature à promouvoir la qualité des prestations des établissements accueillant ces nouveaux diplômés. Christian Rey a

aussi signalé qu'hotelleriesuisse entendait s'engager pour que l'on réduise les charges administratives qui pèsent sur les petites et moyennes entreprises du pays et, en l'occurrence, les établissements hôteliers.

Cette conférence de presse a par ailleurs permis à hotelleriesuisse, par la voix du président de la Commission de classification, Riet Frey, de présenter la nouvelle classification hôtelière qui, rappelle-t-elle, sera effective dans le Guide suisse des hôtels 2007. MH

«LE VALAIS EST DEVENU UNE MARQUE»

Comment expliquer les bonnes prévisions pour le Valais? Responsable de l'étude, Richard Kämpf répond. Pour lui, le Valais s'est judicieusement positionné ces dernières années. «Le Valais est devenu une marque», dit-il. Avec Zermatt, Saas Fee, Crans-Montana, le canton dispose de destinations fortes et globales. L'Aquaparc au Bouveret est un atout de poids pour le tourisme estival. D'autre part, et c'est important, le Valais est désormais synonyme, pour le public, de destination où l'enneigement est garanti.

ADRESSE: Mombijoustrasse 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

bienvenue
Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

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

hoteljob LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotelleriesuisse

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

happy4YOU

L'hôte qui dort bien revient bien volontiers chez vous.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit-happy.

happy SA Fabrikstrasse 7
CH-8201 Gossau SG
Tél. +41 (0) 71 387 44 44

prodega CASH+CARRY

Le professionnel pour les détaillants et la gastronomie

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

Projet d'auberge-hôtel médiévale

Estavayer-le-Lac (FR). Si le législatif staviacois donne son aval le 19 décembre, le chef-lieu de la Broye fribourgeoise sera doté, dès l'été 2004, d'une auberge-hôtel inspirée du Moyen Âge.

La Commune d'Estavayer-le-Lac s'apprête en effet à vendre son Hôtel-de-Ville, désaffecté depuis quelques mois et menacé de perdre sa vocation hôtelière, à une poignée de partenaires emmenée par Philippe Gendre, du Groupe SI La Lagune, la chaîne

de restaurants du même nom dont le siège est installé à Cheyres (FR). Celui-ci projette d'aménager le bâtiment en centre d'accueil médiéval comportant une taverne d'époque, l'Aubergerie, une hostellerie et un appart'hôtel de douze chambres.

Tout, de la décoration au mobilier, en passant par l'offre gastronomique, les tenues du personnel et les animations, notamment pour les enfants, s'inspirerait de la vie aux 15e et 16e siècles. Ce nouveau projet,

en mesure de redynamiser le centre ville de la Cité à la Rose, s'inscrit parfaitement dans la vocation de mise en valeur du patrimoine médiéval et d'une animation thématique (reconstitution historique, banquets et spectacles médiévaux, etc.) en vogue depuis quelques années dans la petite ville fribourgeoise.

Un investissement de l'ordre du million de francs, comprenant l'achat du bâtiment et les travaux nécessaires à sa transformation, est prévu. JS

«L'hiver à prix amicaux dans les Alpes vaudoises»

Vaud. Le bulletin d'information de l'Office du tourisme du canton de Vaud a mis l'accent dans son dernier numéro sur le fait que «la plupart des stations des Alpes vaudoises et du Jura» proposent des forfaits «extrêmement avantageux» dans les hôtels 3 étoiles. Des offres comprenant l'hébergement avec petit déjeuner et abonnement de ski pour six jours sont proposées à partir de 438 euros. LM

Rencontre aux Rasses

Gastroforum. Destinées aux hôtelières et aux restauratrices de Suisse romande, les Rencontres féminines, organisées par Gastro Suisse, auront lieu du 12 au 15 janvier aux Rasses (VD). Cette manifestation, dont ce sera la treizième édition, accueillera diverses personnalités qui s'exprimeront notamment sur le langage vestimentaire, la gestion du stress et du temps, les jeunes en 2004 ou encore la collaboration touristique en Suisse. Deux invités d'honneur encadreront les débats profes-

sionnels, soit, en guise d'ouverture, la sophrologue Christiane Oppikofer-Dedie et, en guise de clôture, Peter Bodenman, ancien conseiller national et ancien président du Parti socialiste suisse et maintenant, depuis plusieurs années, hôtelier à Brigüe. Ce dernier se livrera à des comparaisons entre l'hôtellerie suisse et l'hôtellerie autrichienne. MH

Le délai d'inscription est fixé au 15 décembre. E-Mail: formationprof@gastrouisse.ch

ACCOR SUISSE

Quinze «Etap Hotels» d'ici cinq ans

Après le troisième Etap Hotel de Suisse, qui ouvrira ses portes à Berne le 2 février, Accor Suisse compte inaugurer encore douze autres Etap Hotels d'ici cinq ans.

LAURENT MISSBAUER

La présentation à la presse, la semaine dernière, du nouveau complexe hôtelier qui permettra à Accor d'exploiter à Berne, à proximité du stade du Wankdorf, un Novotel de 112 chambres, un Hotel Ibis de 96 chambres et un Etap Hotel de 102 chambres à partir du 2 février, a également été l'occasion de lever le voile sur les futurs projets d'expansion du groupe Accor en Suisse.

UN ETAP HOTEL AUSSI À GENÈVE

Thierry Frontier, responsable de la marque Etap Hotel en Suisse, a ainsi annoncé à Berne que le but du groupe Accor était de disposer de quinze Etap Hotels en Suisse d'ici cinq ans. Outre les Etap Hotels de Zurich, de Bâle-Pratteln et de Berne, notre pays accueillera donc douze nouveaux hôtels de cette marque économique - classés 1 étoile et pouvant accueillir jusqu'à trois clients à partir de 79 francs par chambre - d'ici la fin de l'année 2008.

Le prochain Etap Hotel de Suisse devrait voir le jour à Genève où le département hôtellerie économique du groupe Accor dispose déjà de deux Ibis. Lugano, Lausanne, Saint-Gall et Aarau font aussi partie des villes où Accor souhaite ouvrir un Etap Hotel. «A Aarau, le projet pour la construction d'un Etap Hotel est pratiquement prêt. Il ne reste plus qu'à trouver les investisseurs», relève Georges Schneider, le directeur général d'Accor en Suisse. Enfin, un second Etap Hotel devrait aussi voir le jour à Zurich.

LE DORINT DE BEATENBERG DEVIENT UN MERCURE

Pour Georges Schneider, le plus grand potentiel d'expansion du groupe Accor en Suisse réside cependant dans les contrats de franchise avec l'enseigne Mercure dans le secteur des hôtels 4 étoiles. Après le passage cette année de l'Hôtel Stoller de Zurich sous la bannière de Mercure, c'est au tour désormais du Dorint 4 étoiles de Beatenberg (BE) d'arborer les couleurs de Mercure. Le Dorint 3 étoiles de Bâle affichera en revanche les couleurs de Novotel, a indiqué à Berne Jean-Yves Laurette, le responsable en Suisse de la marque Novotel.

Au sujet de cette dernière marque, on relèvera que le Novotel de Berne est le premier Novotel de Suisse à disposer de chambres de la nouvelle génération «Novation». Celles-ci disposent d'une salle de bains avec douche et baignoire séparées. Elles comportent aussi un raccordement Internet à haute vitesse et un bureau amovible.

ERIC BISELX

«J'ai lutté pour la formation et pour la rénovation du parc hôtelier»

Eric Biselx prendra sa retraite à la fin de cette année. Il aura dirigé pendant plus de vingt-trois ans l'Association hôtelière du Valais (AHV) qui, avec ses quelque cinq cents membres, est la plus importante section régionale d'hôtellerie suisse.

INTERVIEW: GENEVIÈVE ZUBER

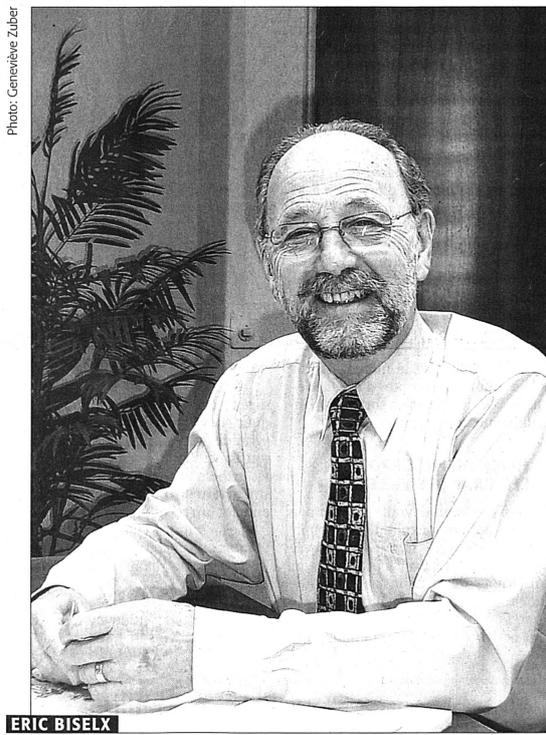
■ Eric Biselx, quelles ont été vos principales priorités à la tête de l'AHV?

Ce sont avant tout la formation et la recherche de financement pour la rénovation du parc hôtelier. Cette dernière préoccupation a été un souci constant. Au début des années quatre-vingts déjà, la situation était tendue; le parc était vieillissant et ne correspondait plus aux nouveaux standards de confort. Nous avons noué puis développé les contacts avec le Crédit hôtelier qui était alors peu actif en Valais, puis il y a eu la création de Sodeval, la société pour le développement économique du Valais, avec mission de soutien financier à l'hôtellerie, et le lancement des crédits LIM. C'est ainsi que depuis 1986, les différentes aides ont généré des investissements hôteliers de plus d'un milliard de francs; un résultat remarquable! Cela a permis à 60% des hôtels d'améliorer leur confort; les salles de bains individuelles ont par exemple remplacé la plupart des sanitaires à l'étage.

■ Depuis 1986, les aides aux hôtels valaisans ont généré plus d'un milliard de francs d'investissements.

■ Mais aujourd'hui, la situation est encore plus tendue qu'auparavant...

On compte que des rénovations importantes sont nécessaires tous les dix ans et il faut constamment s'adapter au goût du jour; hier il fallait des salles de bains, aujourd'hui du wellness. Quarante pour cent des établissements auraient besoin de travaux. Or les banques sont devenues beaucoup plus restrictives en matière de prêts, quant au Crédit hôtelier, il n'a quasiment plus d'argent. Je vous le disais, il s'agit d'une préoccupation constante: aujourd'hui, nous sommes en contact avec le Service cantonal du tourisme et du développement régio-



ERIC BISELX

Directeur pendant plus de 23 ans de l'Association hôtelière du Valais (AHV), Eric Biselx prendra sa retraite à la fin de cette année.

nal (STODR) pour augmenter les possibilités de soutien au secteur de l'hôtellerie.

■ Vous défendez aussi la collaboration inter-entreprises pour soutenir l'hôtellerie...

C'est vrai, «Hôtels collaboration», un projet qui me tient très à cœur, va pouvoir démarrer en 2004. A Grächen, dans la vallée de Conches, à Crans-Montana et aux Portes du Soleil, des

hôtelières vont travailler ensemble pour trouver des synergies, au niveau de l'exploitation, du marketing, etc. Ces groupes bénéficieront de l'appui d'une société de coaching et de l'ancienne Sodeval, désormais fondue dans le Centre de compétence financière. Nous espérons dégager des canaux susceptibles d'inspirer d'autres collaborations. Dans la station de Crans-Montana par exemple, il s'agit d'expérimenter dans quelle mesure

trois hôtels de 50 lits chacun, voisins et concurrents, peuvent former un partenariat de 150 lits avec des infrastructures communes. L'Association hôtelière du Valais s'est beaucoup investie dans ce projet avec notamment une participation financière de 40 000 francs.

■ Est-ce une piste pour assurer la relève?

Il est vrai que c'est une question préoccupante pour notre tissu hôtelier, composé en grande partie d'entreprises familiales. Ainsi, à Verbier, les lits hôteliers représentent aujourd'hui à peine 10% des lits touristiques, tandis qu'à Crans-Montana, des groupes étrangers attendent des prix intéressants pour reprendre des établissements sans relève. Mais pourquoi ne pas trouver des solutions nous-mêmes, sur place, pour exploiter au mieux les différents hôtels?

■ Vous vous êtes beaucoup investis en faveur de la formation. Il y a une réalisation en particulier qui vous est chère...

J'ai été la cheville ouvrière de l'apprentissage HGA en hôtellerie, gastronomie et accueil lancé en 1996. Le bilan est très positif aujourd'hui: une trentaine de jeunes entament en effet chaque année cette formation de trois ans, particulièrement bien adaptée aux petits et moyens hôtels valaisans, qui ont besoin de collaborateurs polyvalents pour assister le patron.

■ «L'apprentissage HGA en hôtel, gastronomie et accueil est très bien adaptée au tissu hôtelier valaisan.»

■ Avez-vous un message, un conseil à donner à votre successeur, Kurt Loretan?

Kurt Loretan dirige actuellement un hôtel à Aarau et connaît les préoccupations du secteur. Je ne veux donc pas lui donner de conseils. J'espère tout simplement que le développement de la formation se poursuivra. Un gros challenge sera d'amener les hôteliers à davantage de collaboration entre eux. Un projet comme «Hôtels collaboration» ne suffira pas à changer les mentalités. Il faudra du temps, ou certaines contraintes. Bien des remontées mécaniques doivent passer par des collaborations et des fusions pour obtenir du financement. Les hôtels aussi seront peut-être soumis à ce type d'exigence.

Une vie consacrée à l'hôtellerie

Eric Biselx est né en 1937 dans l'hôtel familial, à Champex. Après le collège à Saint-Maurice et l'Ecole hôtelière à Lausanne, il effectue différents stages hôteliers en Allemagne et en Angleterre... Il prend ensuite la direction de l'Hôtel Glacier-Sporting, le trois étoiles familial, aujourd'hui géré par son fils. C'est en 1980 qu'il devient directeur de l'Association hôtelière du Valais (AHV).

Eric Biselx a aussi mis sur pied le cours cantonal d'hôtelier qu'il a per-

sonnellement dirigé jusqu'en 1995, avant qu'il soit confié à l'Ecole suisse de tourisme. Eric Biselx reste président du conseil de formation et à ce titre attend avec intérêt les seconds débats au parlement sur la loi cantonale sur l'hébergement et la restauration: «Après avoir instauré une formation de trois mois, les politiques veulent la réduire à huit jours! Dans ces conditions, je suis pour deux ou trois jours de formation continue obligatoire par an», estime-t-il. GZ

Arc jurassien: audioguide pour l'été

Saint-Ursanne (JU). Le projet franco-suisse d'audioguides touristiques pour l'Arc jurassien, lancé, côté helvétique, par Watch Valley, est en phase de concrétisation. «La mise en service est prévue pour juin 2004», a indiqué, la semaine dernière, lors de l'assemblée générale de Jura Tourisme à Saint-Ursanne, André Rothenbühler, coordinateur du projet.

Cet audioguide, a-t-il dit, contiendra quinze heures d'enregistrement, en français, en allemand et en anglais, représen-

tant six cents commentaires, dont trois cents pour la Watch Valley. Ces commentaires couvriront 1600 km de routes du département du Doubs et de l'Arc jurassien. Trois cents appareils sont prévus. Ils seront disponibles dans trente points de distribution.

Cet instrument permettra de profiler globalement les destinations concernées et sera très utile pour saisir les préférences des touristes dans les régions visitées. «L'anonymat des utilisateurs sera préservé»,

a tenu à préciser André Rothenbühler.

Sur le plan de la promotion de Watch Valley, on relèvera que des discussions sont en cours avec le fabricant d'automobiles Peugeot pour le lancement d'une série spéciale de deux cents voitures du type «307» portant le nom de Watch Valley et destinée au marché suisse. Watch Valley envisage aussi de collaborer avec la France et l'Italie pour créer un forfait sur la thématique des produits de luxe. **MH**

Sécurité sur les pistes de ski

Fribourg. Sous le titre «Ne prenez pas les pistes pour des circuits de F1!», l'assurance Suva-Liv invitera, cet hiver, les skieurs et les snowboarders à descendre un parcours balisé en essayant de respecter la vitesse de 30 km/h. Ces parcours seront installés dans sept stations, dont, en Suisse romande, le Lac Noir (1er février) et Leysin (14 mars). L'expérience a montré que la plupart des usagers des pistes maîtrisaient mal leur vitesse. **MH**

La station est sauvée

Charmey (FR). La société de la Télécabine Charmey-Les Dents Vertes a tenu une assemblée générale extraordinaire consacrée à la restructuration financière et administrative de la station. L'augmentation de capital de 750 000 francs est terminée. Les créances ont été honorées à hauteur de 75% et la dette à l'égard de Charmey Tourisme Services SA, qui chapeaute toutes les sociétés touristiques, intégralement remboursée. Ces dernières sont désormais placées sous la

houlette d'un conseil d'administration unique; présidé par Paul Grossrieder, un enfant de Charmey aujourd'hui retraité de la direction générale du CICR, il compte onze personnes, dont trois professionnels du tourisme, François Ducry, président du groupe hôtelier Fedhorest, Jacques Dumoulin, directeur de l'UFT, et Stéphane Schläppli, directeur de l'Hôtel Cailler, le secrétariat étant assumé par Jean-Pierre Repond, directeur de Charmey Tourisme Services SA. **JS**

«ENJOY SWITZERLAND» À VILLARS-GRYON

L'engagement de toute une station

La destination de Villars-Gryon, dans les Alpes vaudoises, a officiellement lancé, mercredi, l'opération «Enjoy Switzerland». Afin d'optimiser les prestations aux hôtes, tous les partenaires et même la population seront concernés et devront s'impliquer.

Photo: Villars Tourisme



VILLARS-GRYON

Pour les responsables de Villars-Gryon, cette opération qualité est importante, car elle est une garantie pour l'avenir de la station.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Après Zermatt, quelques jours auparavant, la station de Villars-Gryon, dans les Alpes vaudoises, a officiellement présenté mercredi l'opération «Enjoy Switzerland». Ce concept de grande envergure, orchestré par Suisse Tourisme, vise à transformer la station en modèle de qualité et d'hospitalité.

Pour atteindre cet objectif, «Enjoy Switzerland» se base sur le programme de Label de qualité pour le tourisme. Afin que le projet soit parfaitement efficace, il faut l'appliquer à trois niveaux interpenétrants, au niveau suisse (les prestataires nationaux, mais aussi les polices, les douanes, etc.), au niveau des destinations et, enfin, au niveau des relations avec les clients.

DEUX ÉTUDES SONT DISPONIBLES

Pour Michel Dätwyler, syndic d'Olion (dont dépend la station), «le projet présente une opportunité unique».

«Investir pour notre clientèle, c'est se garantir un avenir», déclare-t-il.

«Une première étape a déjà été franchie avec la récolte d'informations et la présentation du projet à tous les partenaires, ainsi qu'avec la constitution de groupes de travail», précise de son côté, Kathrin Peterer, responsable du projet sur Villars-Gryon depuis le mois d'août. Depuis jeudi, la population peut prendre connaissance de deux études. Commandée à l'Université de Saint-Gall, la première permet d'évaluer la satisfaction du client auprès des partenaires du monde touris-

tique; Polyquest, la seconde s'intéresse à un concept plus global, au niveau de toute la station.

COURS POUR L'OBTENTION DU LABEL DE QUALITÉ

«Dès janvier, les groupes de travail se réuniront régulièrement et, en février, les premiers cours pour l'obtention du label de qualité seront organisés» indique encore Kathrin Peterer. Suivront encore une sensibilisation au niveau de la population locale, le renforcement de la communication entre

les acteurs du tourisme, la création de documents spécifiques avant d'établir une communication efficace en direction des hôtes. En effet, toutes les prestations doivent se baser de manière rigoureuse sur les besoins et les attentes du client.

UN PROJET DE PREMIÈRE IMPORTANCE

Pour Suisse Tourisme le projet est de première importance. «Afin de demeurer concurrentielle à long terme, même dans un segment de prix supé-

rieur, la Suisse doit impérativement optimiser ses prestations», souligne Jürg Schmid, son directeur. Six millions de francs sont consacrés au financement des projets «Enjoy Switzerland», à Villars-Gryon, à Zermatt, à Scuol et à Lenzerheide-Valbella, en grande partie soutenue par Innoutour.

Notons enfin qu'une telle opération a connu un précédent à Villars, lorsque Didier Marlier, alors président de l'Office du tourisme, avait convoqué en 1998 les partenaires pour des États généraux du tourisme de la station.

TOURISME JURASSIEN

Des bases pour un nouveau départ

Le tourisme jurassien devrait prendre bientôt un nouveau départ. L'assemblée générale de Jura Tourisme, qui s'est tenue la semaine dernière à Saint-Ursanne, dans une salle comble, a montré qu'il y avait des bases pour un redémarrage progressif.

MIROSLAW HALABA

Le tourisme jurassien, qui vient de connaître sa quatrième crise en l'espace d'une dizaine d'années, est au seuil d'un nouveau départ. L'assemblée générale, qui s'est tenue la semaine dernière à Saint-Ursanne en présence d'une centaine de membres, n'a pas, comme certains le pensaient sans doute, donné lieu à de grandes discussions, même si elle a duré un peu plus de deux heures. Il faut dire que tout avait déjà été mis à plat. Les conclu-

sions de l'audit sur le fonctionnement de Jura Tourisme, commandé par le gouvernement jurassien et qui relevait notamment qu'il manquait «une fibre touristique dans le Jura», avaient été présentées dans la presse et la directrice, Nicole Houriet, critiquée dans le rapport, avait quitté ses fonctions il y a quelques mois.

ENGAGEMENT DU GOUVERNEMENT

L'assemblée, présidée par Jean-Maurice Maitre, a ainsi permis de saisir les indices une reprise possible sur de nouvelles bases. Le principal signal a été donné par le ministre de l'économie, Jean-François Roth.

Comme lors de la présentation de l'audit, il a affirmé la volonté du gouvernement jurassien d'apporter son soutien au tourisme, tout en précisant que la promotion touristique doit rester une affaire privée. Il a rappelé qu'un groupe de travail, placé sous sa présidence, est en train d'évaluer neuf mesures, découlant de l'audit, suscep-

tibles de remettre le tourisme en selle. Les conclusions devraient être livrées d'ici le printemps prochain. Un signe de soutien tangible a d'ailleurs déjà été



L'assemblée générale de Saint-Ursanne a permis au Gouvernement jurassien d'affirmer son soutien au tourisme.

donné, puisque le canton portera sa subvention pour 2004 de 400 000 à 500 000 francs.

«WATCH VALLEY COMPATIBLES»

Présent à l'assemblée, le directeur de Tourisme neuchâtelois et président d'Arc jurassien Tourisme, Yann Engel, a salué la volonté du gouvernement de s'engager pour le tourisme et à se rapprocher des institutions touristiques régionales.

Il a toutefois émis le souhait que les rapports institutionnels qui pourraient se créer soient «Watch Valley compatibles». Sur le plan opérationnel, en effet, les offices du tourisme de l'Arc jurassien, dont Jura Tourisme et Jura bernois Tourisme, ont développé une collaboration à ce point étroite que le départ de l'un ou de l'autre des partenaires pourraient mettre tout l'édifice en danger.

Ces réflexions sur Watch Valley ont, en quelque sorte, permis aux participants de l'assemblée de faire la transi-

tion sur l'activité purement touristique de Jura Tourisme. Car, cette activité continue, bien entendu.

LES PROJETS POUR L'ANNÉE 2004

Sous la conduite du responsable du marketing, Philippe Flotiront, le tourisme jurassien sera présent, l'an prochain, avec Watch Valley, aux foires touristiques suisses et à certaines foires étrangères, ainsi que dans divers nouveaux guides (hôtellerie, parahôtellerie, camping, activités équestres).

D'autre part, Jura Tourisme s'apprête à utiliser, comme les offices cantonaux romands, le système de réservation Tomas (cf. htr du 4 décembre). On notera aussi que le site Internet sera remanié pour début janvier.

A l'issue de l'assemblée, quatre prestataires ont reçu le Label de qualité du tourisme suisse, trois de niveau I et un de niveau III, attribué aux cars postaux du Jura, du Jura bernois et de Neuchâtel.



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.

- ❶ **Abonnement à l'essai (10x)**
Fr. 25.- (au lieu de Fr. 43.00)
- ❷ **Abonnement annuel (51x)**
Fr. 145.- (au lieu de Fr. 219.30)
- ❸ **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!



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



Détacher ici

Prénom: _____

Nom: _____

Entreprise: _____

Fonction: _____

Rue/no: _____

NPA/lieu: _____

Téléphone (la journée): _____

E-mail: _____

Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation:

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

VENDANGES 2003

Baisse des stocks en vue

Après le Valais, qui table sur une moyenne de 20 à 30% de récolte en moins, Vaud a annoncé le résultat des vendanges les plus basses depuis sept ans. Avec l'équivalent de deux mois de moins par rapport à la consommation l'an dernier, les stocks devraient baisser.

«Ne produire que ce qu'on peut consommer». Le leitmotiv est en passe d'avoir été réalisé au-delà des espérances des officiels du vin. Ceux-là même qui ont différé à janvier la présentation de la nouvelle stratégie des vins suisses, qui aurait dû être faite à Berne, au lendemain de l'élection du Conseil fédéral. A Lausanne, la semaine passée, à l'Office des vins vaudois (OVV), il n'y avait pas d'officiel de la Communauté interprofessionnelle du vin vaudois pour donner un éclairage économique aux chiffres rituellement dispensés par le chef de l'Office cantonal vaudois de la viticulture, Dominique Favre.

L'année, a-t-il confirmé, est «hors norme». La canicule a eu une influence sur la teneur en sucre, en hausse spectaculaire. Les sondages des chasselas frisent les 13° d'alcool naturel (78° Echslé en moyenne vaudoise, soit trois de plus qu'en 2000). Les blancs seront «très riches, gras et particulièrement tendres». En rouge, le millésime promet de beaux vins, avec des gamays et des pinots noirs affichant 95° Echslé (mieux que les pinots les plus riches, en 1997). Des rouges «généreusement structurés et dotés d'une belle empreinte tannique», promis à un bel avenir.

Côté quantité, tous les indicateurs sont à la baisse: avec 28,6 millions de litres de «vin clair» – manière vaudoise de comptabiliser la vendange! –, la récolte est inférieure de près de 4 millions de litres à 2002. En blanc, les 21,57 millions sont inférieurs à la consommation annuelle de mi-2002 à mi-2003 (24 millions) et en rouge aussi, (7 millions contre 8,6 millions consommés). Reste que l'an passé, la consommation des blancs vaudois avait chuté de 10%. Et que ce sont les viticulteurs qui font les frais de cette récolte: le prix payé pour le kilo de raisin demeure au plus bas. **PT**

MÉLI-MÉLO

Les crus lausannois vendus à la criée

C'est aujourd'hui, jeudi 11 décembre, de 14 h à 18 h, qu'a lieu la mise aux enchères publiques des vins de la Ville de Lausanne, deux-cent-unième de rang, à l'Hôtel-de-Ville, place de la Palud. Compte tenu des informations ci-dessus, il sera intéressant de voir si le marché réagit, en acceptant de payer un peu plus, notamment les chasselas du Dézaley. Les 5 hectares du Clos des Abbayes et les 4 hectares du Clos des Moines font du chef-lieu cantonal le principal propriétaire du grand cru de Lavaux. **PT**

NOTA BENE

Prochaine page «Bon à boire»

La rubrique «Bon à boire» paraît tous les 2e jeudis de chaque mois. La prochaine parution est donc agendée au jeudi 8 janvier 2004. **MH**

FÊTES DE FIN D'ANNÉE

Le champagne sur sa réserve

Plus qu'ailleurs encore, la région de Champagne et ses 32 000 hectares – deux fois le vignoble suisse! – ont produit moins de vin. Qu'à cela ne tienne: les vigneronns champenois savent s'arranger avec les circonstances. Reportage et explications.

PIERRE THOMAS

Le gel d'abord: la moitié du vignoble champenois et neuf dixièmes de la «Côte des blancs», qui donnent les grands chardonnays, ont souffert du gel d'avril. La grêle, ensuite, qui a détruit ici où là une partie de ce qui restait. La canicule, enfin, avec quinze jours tropicaux à plus de 38° durant l'été, et des vendanges qui ont débuté le 18 août. Il faut remonter à 1822 pour égalier ce record: premières grappes cueillies le 20 août. Cette année, le ciel est tombé sur les Champenois. Et pourtant, contre cette mauvaise fortune, ils restent de marbre.

QUATRE ANS EN CAVE

Les cyniques diront qu'une «mauvaise» année est toujours «bonne» pour les grandes maisons qui profitent d'écouler leurs stocks – la Champagne est adossée à une réserve d'un milliard de bouteilles en cave, soit l'équivalent de quatre ans de consommation. Et puis, brandir la menace d'une pénurie est un excellent soutien pour les prix, dans le vignoble où le kilo de raisin est globalement le mieux payé du monde, à 4 euros 25, soit à près de 6,50 francs. En petite quantité, le raisin récolté cet automne était d'une excellente qualité sanitaire, avec peu de baies grillées, car les vignes, dit-on, grâce au sous-sol crayeux, qui retient l'eau, n'ont pas autant souffert de la sécheresse qu'en 1976. Et pas un grain de pourri...

LE SENS DE LA «RÉSERVE»

La Champagne, région viticole historiquement ingénieuse, a tout prévu, même les petits millésimes! Car, il faut le rappeler, le champagne le plus bu naît de l'assemblage. Mélange, donc, de cépages – tant pis si le chardonnay manque, il reste le pinot noir et le pinot meunier –, de régions – peu

Photo: Pierre Thomas



CHEZ BOLLINGER, À AY

Le patron de la maison, Ghislain de Montgolfier, est fier des champagnes en cave qui constituent un véritable trésor.

importe que la Côte des blancs ait souffert – et d'années. C'est là que se niche la grande trouvaille champenoise: des vins dits de «réserve».

Ces jours, le puissant Comité interprofessionnel des vins de Champagne (CIVC) publie les quantités disponibles pour compenser le «manque à vinifier» de chaque producteur, qu'il soit négoce (70% de l'élaboration des mousseux), coopérative (10%) ou récoltant-manipulant (20%). Cette année fait suite à un 2002 de grande qualité où des vins avaient été bloqués au-delà du maximum de récolte autorisée (13 000 kilos par hectare, soit un peu moins que la limite fédérale du chasselas suisse). Et il reste des vins non débloqués des années 1998, 1999 et 2000.

UNE RÉSERVE THÉORIQUE

En théorie, ces vins existent dans les caves. En réalité, ils sont utilisés en roulement pour affiner chaque cuvée et assurer une qualité «dissée» chaque année. C'est la responsabilité du maître de chais de conserver des vins «tranquilles» (non mousseux) de qua-

lité suffisante pour pouvoir, en temps voulu, entrer dans la cuvée de base.

Cette année, l'utilisation des «vins de réserve» pourrait atteindre près de 50% de certaines cuvées, contre 15 à 25% d'ordinaire. Dans la Côte des Blancs, on parle même, chez certains récoltants-manipulants, de 100%. Au CIVC, Philippe Wibrotte confirme que cette «soupape de sécurité» fonctionne

comme un «fusil à un coup»: «Il ne faudrait pas que la météo de 2004 collectionne les anomalies, sinon la Champagne serait en difficulté!» Mais entre Reims et Epernay, les disciples de Dom Pérignon sont abonnés aux miracles.

www.umc.fr, un portail d'accès aux principaux sites officiels du champagne et des grandes marques (adresses, chiffres, etc.)

De la difficulté d'être considéré

Si, en 2002, chaque Français consommait quatre bouteilles de champagne, les Luxembourgeois en absorbaient deux. Et les Belges, d'une lampée, devançaient les Suisses, avec une bouteille en moyenne par an et par habitant. A l'exception des Anglais (un demi-litre par tête), les autres sont loin...

Pourtant, notre pays n'est pas un marché aisé. Chez Lanson, à Reims, qui a repris la distribution de son champagne en direct, via une société à Genève, le directeur à l'exportation, Jacques Dabère, regrette que le

champagne serve «de ticket d'entrée au monde de la nuit». En Suisse, le champagne n'a pas l'image d'un vin, avec le risque qu'il soit considéré comme n'importe quel boisson effervescente. On doit chercher à le repositionner auprès des gens qui le boiront pour son goût en reconnaissant le travail qu'il y a derrière chaque bouteille.

*Les Suisses préfèrent le champagne jeune, vif, fruité et acidulé. L'influence du chasselas, sans doute, explique ce fin connaisseur du champagne. **PT***

ROUSSILLON

De l'or pour le Muscat de Noël

Depuis quelques années, les producteurs du Roussillon ont remis en vigueur une vieille tradition, celle du Muscat de Noël. Présentée comme une «carte postale de Rivesaltes», la spécialité est disponible depuis le 22 novembre et jusqu'au 6 janvier.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Née il y a un peu plus d'un lustre d'un petit groupe de vigneronns de Rivesaltes, l'idée du muscat de Noël reprend une très ancienne tradition catalane qui voulait que le muscat de l'année soit présent sur les tables pour Noël. C'était, pour le vigneron, l'occasion de montrer qu'il était fier de son vin, de son travail de l'année et qu'un tel bonheur méritait d'être partagé à la

table familiale et entre amis. Stricte-ment contrôlée, l'appellation est réservée à des vins jeunes de l'AOC Muscat de Rivesaltes élaboré à partir de deux cépages, le Muscat à petits grains et le Muscat d'Alexandrie. Il doit être mis en bouteilles dans sa région de production, une zone de 5600 hectares comprises entre la Méditerranée et les premiers contreforts des Pyrénées et sa production est limitée à 30 hectolitres par hectare. Sa vinification, par mutage, permet de conserver les sucres naturels et le fruité du raisin en «suspendant» le cours de la fermentation. Notons également qu'il doit être millésimé et doit obtenir l'agrément d'un comité de dégustation avant sa commercialisation.

Cette année, 450 000 bouteilles ont été mises sur le marché, la moitié dans les seules Pyrénées, un quart en France et le reste entre les Pays-Bas, la Belgique, l'Allemagne et la Suisse, ces deux derniers marchés étant ceux qui répondent le mieux à l'offre. Sa

gamme de prix est à portée de tous (environ 16 francs la bouteille selon la maison Schenk qui en est un des importateurs en Suisse).

Cette «histoire née d'un plaisir» s'accompagne d'un très gros effort de promotion ponctuelle. Débutée dès juillet avec bien sûr un «pic» en novembre et en décembre, cette année, la communication se décline sur le thème de «La table enchantée». Outre une documentation grand public, elle propose des collerettes, des chevalets de présentation et des affichettes aux restaurateurs. Le CIVR (Comité interprofessionnel des vins du Roussillon), qui orchestre le tout, y a investi près de 250 000 francs alors que les partenaires institutionnels (commune, département et région) sont également engagés à hauteur de plus de 50 000 francs.

Les conditions climatologiques ont fait de 2003 une année exceptionnelle. La qualité du raisin, son état sanitaire ont permis des muscats d'excellence avec des arômes très marqués

de fruits frais (muscat, poire, pêche blanche). Des notes d'agrumes apportent fraîcheur et complexité. Il exprime la jeunesse, la finesse et la délicatesse. «Il se pare de qualités d'un vin jeune à savourer sur le fruit et d'un grand muscat prêt à se révéler, bref, il arrive juste à temps pour donner aux fêtes sa magie», assurent les dégustateurs de Rivesaltes.

Ils le présentent encore «divin sur le foie gras et réservant les plus heureuses surprises accompagnant des viandes blanches ou du poisson. Eblouissant sur des fromages persillés et sans pareil lorsqu'il s'agit d'accompagner un entremet, un sorbet au miel ou aux fruits exotiques.» Il en va de même en apéritif ou à la fin d'un repas, entre 8 et 10°, ajoutent les dégustateurs de Rivesaltes. Enfin, il doit être impérativement servi avant l'Épiphanie. Au delà, il redeviendra en effet le Muscat de Rivesaltes.

Nuitées: sensible recul en été

Berne. Les excellentes conditions météorologiques qui ont régné cet été n'auront pas permis de renverser la tendance à la baisse dans l'hôtellerie suisse. En effet, à l'issue du semestre d'été (mai à octobre), la branche a enregistré 17,22 millions de nuitées, soit un recul de 3,1% par rapport à l'été 2001. C'est le troisième été consécutif qui est marqué par une baisse de fréquentation, a indiqué mardi l'Office fédéral de la statistique (OFS).

Ce recul est principalement

dû à un recul de la demande étrangère. Celle-ci a atteint 9,38 millions de nuitées, soit une régression de 5,3%. La demande indigène, quant à elle, a aussi diminué, mais de 0,3% ou de 24 800 nuitées seulement.

Ces chiffres ne doivent toutefois pas cacher les signes réjouissants perceptibles dans les relevés du mois d'octobre, publiés quelques jours auparavant. Ceux-ci ont, certes, montré que les nuitées avaient reculé de 3,8% à 2,24 millions, mais aussi que le marché asiatique

était en reprise. La demande provenant de cette partie du monde a progressé de 16% ou de 22 400 nuitées. Dans le détail, on note que la clientèle japonaise a été à l'origine d'un bon résultat. Après sept mois consécutifs de recul, la demande en provenance du Japon a augmenté de 16% ou de 6 900 nuitées. Les hôtes américains ont, en revanche, été moins nombreux à visiter la Suisse qu'en octobre 2002. Leur demande a diminué de 12% ou de 14 900 nuitées. MH

L'Urbier tient le cap

Montézillon (NE). L'Auberger de l'Urbier, à Montézillon (NE), reste fidèle aux principes d'une exploitation hôtelière écologique. Ainsi, neuf ans après avoir obtenu la distinction d'Eco-Hôtel de l'année 1994, attribuée par notre hebdomadaire, cet établissement vient d'être honoré par l'association grisonne «Oe-plus». Celle-ci lui a remis, lors du salon Igeho à Bâle, sa plus haute certification en matière de gestion écologique hôtelière. MH

Un Valais de domaines

Valais. Les deux plus grandes entreprises viti-vinicoles valaisannes, par ailleurs associées dans la mise en bouteilles de leurs vins, ont annoncé, coup sur coup, qu'elles entendent promouvoir des vins de domaines. Pas étonnant de la part des frères Rouvinez, à Sierre, qui, en reprenant Orsat, à Martigny, ont «hérité» de magnifiques parcelles d'un seul tenant et disposent désormais de 74 ha en propriété. Actuellement, les vins des domaines de Géronde, Château Lichten,

Noble Contrée, tous dans la région de Sierre, et dernier né, de Crêta-Plan, dédié à la syrah (4 ha), sont sur le marché. Chez Provinis, les domaines sont par définition plus insolites, s'agissant d'une coopérative. Ils sont tous situés dans les environs de Sion: le Clos Corbassières, rouge d'assemblage, et deux domaines appartenant à l'évêché de Sion, Tournelette et Tourbillon, dans un microclimat favorable aux grains nobles botrytisés, dont cet ermitage est un fleuron. PT

LES GENS

Responsable du département «marketing» de Tourisme neuchâtelois, **Tania Humair**, 31 ans, a été nommée, pour le 1er janvier, au poste de «coordinatrice



touristique» pour le Val-de-Travers. Elle assurera ainsi la gestion du bureau d'accueil de Couvet et la coordination entre les partenaires du Val-de-Travers et Tourisme neuchâtelois. Ce poste étant à 50%, Tania Humair poursuivra son activité au département «marketing» de Tourisme neuchâtelois. MH

Georges Konstantinidis (35 ans), diplômé de l'Ecole hôtelière SSH Les Roches de Bluche, a récemment été nommé au poste de directeur d'héber-



gement de l'Hôtel Crans-Ambassadeur et Centre de cures Mességué-Phytotherm de Crans-Montana, un établissement où il travaille depuis 1999 et où il occupait jusqu'ici le poste de chef de réception. LM

L'Hôtel-de-Ville d'Avenches a changé de patron. **Alain** et **Daniela Laval** ont remis l'établissement à leur chef de service, **Raphaël Gobet**. Ce Franco-Comtois d'origine, diplômé de l'Ecole hôtelière de Bourgogne et passionné d'œnologie, s'est assuré le concours d'un nouveau chef de cuisine en la personne de **Franck Dessormière**. JS

C'est **Damien Doutaz**, apprenti cuisinier à l'Hôtel Forum à Martigny, qui a récemment remporté le 11e concours du meilleur apprenti cuisinier de Suisse de la section helvétique des «Jeunes restaurateurs d'Europe». Damien Doutaz s'est imposé devant **Ismaël Garcia**, de Fribourg, et **LuziaENZler** de Zurich. LM

Photo: Laurent Missbauer



LA FOULE DES GRANDS JOURS À FRIBOURG

L'arrivée de St-Nicolas, samedi dernier devant la cathédrale de St-Nicolas à Fribourg, a attiré la foule des grands jours et a donné un coup de pouce bienvenu au coup d'envoi du marché de Noël.

SUISSE TOURISME

Le «charme hivernal» des villes suisses mieux mis en évidence

L'hiver en Suisse, ce n'est pas seulement le ski, c'est aussi le tourisme urbain avec les marchés de Noël et les fêtes traditionnelles comme la St-Nicolas à Fribourg et l'Escalade à Genève. Suisse Tourisme a décidé désormais de mieux mettre en avant ces atouts hivernaux.

LAURENT MISSBAUER

«En hiver, les villes suisses ne s'assoupissent jamais et se présentent, avant Noël, sous leurs plus beaux atours», écrit Suisse Tourisme dans le communiqué de presse qu'il a publié cette année afin de promouvoir les atouts touristiques des villes suisses en hiver. Les marchés de Noël, à commencer par

ceux de Montreux – le plus grand de Suisse –, de Zurich et de Berne, se taillent une part importante du gâteau. Tous les trois font d'ailleurs l'objet d'offres touristiques commercialisées par RailAway, la filiale des CFF spécialisée dans les excursions comprenant l'utilisation des transports publics.

LA ST-NICOLAS À FRIBOURG ET L'ESCALADE À GENÈVE

Mais, l'hiver dans les villes suisses ce ne sont pas uniquement les marchés de Noël. Il y a en effet également toute une série de fêtes traditionnelles qui valent le détour. C'est notamment le cas de la célébration de la St-Nicolas à Fribourg et de la course de l'Escalade à Genève qui ont eu lieu toutes les deux le week-end dernier et qui ont attiré plusieurs milliers de personnes. Au niveau touristique, on relèvera que

Genève Tourisme a mis sur pied cette année une offre forfaitaire spéciale avec la représentation de Suisse Tourisme en France.

Intitulée «La magie de l'hiver à Genève», cette offre a pour but d'inciter les touristes français à visiter son marché de Noël et «son vaste choix de produits artisanaux», sa patinoire de Noël et ses différentes manifestations telles que la course de l'Escalade laquelle précède d'une semaine la Fête de l'Escalade à proprement parler qui commémore, du 12 au 14 décembre, l'attaque des troupes savoyardes en 1602.

A Fribourg, la célébration de la St-Nicolas donne un coup de pouce non négligeable au coup d'envoi du marché de Noël. Et si le 6 décembre, jour de la St-Nicolas, tombe un samedi, comme cela a été le cas cette année, elle attire alors plusieurs milliers de personnes.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

L'Autriche meilleure que la Suisse?

Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, parvient-il encore à bien dormir après avoir lu dans des journaux suisses, tels que «Cash» ou «Blick», les titres suivants: «Pour vos vacances, partez en Autriche» ou «Contrairement aux Suisses, les Autrichiens ont du succès»? «J'arrive encore à dormir, mais de tels articles m'énervent», a répondu le directeur de Suisse Tourisme. «Nous souffrons actuellement en Suisse du syndrome qui tendrait à prouver à tort que l'herbe est toujours meilleure dans le jardin du voisin. Malheureusement, certains préfèrent insister sur l'un ou l'autre de nos aspects soi-disant négatifs plutôt que de communiquer sur des points positifs. Et si les médias continuent à insister sur ces points négatifs, on va bien finir par croire qu'il s'agit de la réalité.» Que faut-il faire alors? «Nous accueillerons à nouveau des millions de touristes cet hiver. Profitions-en pour communiquer des millions de fois que les clichés qui nous sont actuellement reprochés dans certains journaux ne correspondent pas à la réalité. Surprenons des millions de fois nos hôtes avec des attentions dont ils se souviendront encore longtemps», a préconisé Jürg Schmid. Page 7

Jusqu'à 70 000 francs de frais pour les fêtes de fin d'année. Certains hôtels de luxe investissent des sommes importantes pour Noël et Nouvel-An. Le Grand Hotel Park de Gstaad estime ainsi à 70 000 francs ses dépenses pour cette période en comprenant les feux d'artifice et l'orchestre pour la Saint-Sylvestre. Le Baur au Lac de Zurich a pour sa part investi dans un sapin de Noël de 20 mètres de hauteur éclairé par 38 000 lumières. Enfin, le Grand Hotel Dolder de Zurich a fait appel à une décoration de Noël réalisée avec des cristaux Swarovski. Page 12

L'arrivée à Berne du groupe Accor suscite quelques craintes. L'ouverture, le 2 février, d'un complexe hôtelier Accor de 310 chambres à proximité du stade du Wankdorf à Berne, devrait contribuer à faire baisser le taux d'occupation des hôtels traditionnels de la capitale fédérale. Accor devrait cependant également attirer une nouvelle clientèle à Berne, notamment dans le segment des hôtels 1 et 2 étoiles. Le nouveau complexe d'Accor comprendra en effet 102 chambres 1 étoile (Etap Hotel), 96 chambres 2 étoiles (Ibis Hotel) et 112 chambres 4 étoiles (Novotel). Page 11

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.-*

Nom/Prénom: _____
 Entreprise: _____
 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.

Composants:
 Jean-Jacques Ethenoz (JJE), Vevey;
 Danielle Emery Mayer (DEM), Valais;
 Vanessa Tancig (VT), Genève;
 José Seydoux (JS), Fribourg.

IMPRESSUM

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

Éditeur: Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais; Météorite: Dr. Peter Kühler (PK).

Édition: Chiffre d'édition: Iris Senebal. Abonnements: Nadine Blum, Anna-Lisa Catalani. Annonces: Matthias Bayler, Marc Moser. Publicité: Iris Senebal (Chef de vente a.), Brigitte Wöhlen. Administration: Marc Moser.

Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne. Tirage: 11 209 ex, contrôlés REMP 2002, 22'000 ex, imprimés. Prix de vente (TVA inclue): Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-, ISSN: 1424-0440.

Organe officiel de: Verband Schweizer Tourismus-Direktoren und -Direktoren (VST/D); Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX); Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateurs (VDRH); Hospitality Sales & Marketing Association (HSM) Swiss Chapter; Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB); Swiss Partner für den Business-Tourismus; Verband Schweizer Backkünstler (VSB); Schweizer Kufhäuser (SKH); Swiss International Hotels (SIH); Annuaire International des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (ANCR).

Contacts: Adresse: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne. Rédacteur: (lettres de lecteurs, presse, 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 23. E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch. Publicité: Tél: 051 370 42 43, Fax 051 370 42 23. E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch. Internet: www.swiss-hotels.ch.

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

stellen revue marché de l'emploi

htr

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

hotel+tourismus revue

VIELSEITIG, INITIATIV, GASTFREUNDLICH...

...sind Sie als erfahrene

Mieter-Paar

(evtl. Einzelmieter)

des ebenso vielseitigen wie repräsentativen

Gasthauses in der Nähe von Luzern.

Sein Steckbrief:

- 4 Gasträume, ca. 200 Plätze
- Gartenterrasse 75 Plätze
- Sitzungs- und Schulungsräume 50-80 Pl.
- Grosser Saal 160-300 Plätze

Kurz: ein optimaler Rahmen für die tägliche Verpflegung der Mitarbeiter des benachbarten Fabrikationsbetriebs, für die gepflegten Geschäftsessen der Kaderleute, für Stammgäste aus der Region, für Seminare und Unterhaltungsveranstaltungen (Parkplätze vorhanden).

Die Übernahme ist geplant auf **Mitte 2004**.

Für weitere Fragen stehe ich Ihnen gern zur Verfügung (H.P. Fuchs, 01 377 52 07); ich freue mich auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Gesucht auf April oder Mai 2004, ein initiatives und top-motiviertes

Geschäftsführer/paar

Wir sind ein Hotel-Restaurationsbetrieb im Kanton Luzern mit zirka Fr. 2,4 Mio. Umsatz. Die Stelle ist geeignet für ein Geschäftsführer/paar das gewillt ist, Überdurchschnittliches zu leisten, welches auch entsprechend entlohnt wird.

Sie sind nicht nur ein engagierter Vorgesetzter und wissen, wie man Personal führt und motiviert, nein Sie können auch Gäste gewinnen und verwöhnen. Unsere Tagungslokalitäten können noch besser ausgelastet werden; auch hier werden Ihrer Kreativität keine Grenzen gesetzt.

Wir sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir bieten Ihnen eine interessante, abwechslungsreiche und anspruchsvolle Arbeitsstelle.

Chiffre 159073 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

159073

Für unser

Theaterrestaurant

(Personalkantine und Foyerbetrieb Stadttheater) suchen wir per Anfang der nächsten Spielzeit 1.7.2004 die ideale Person oder auch das ideale Gespann zur Führung des Restaurationsbetriebs.

Verlangen Sie unsere Anforderungen bei Herrn lic. rer. pol. Michael Harr (Tel. 061 295 14 31) und präsentieren Sie uns aufgrund dieser Unterlagen Ihr Konzept.

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

159201



Willkommen an Bord

In der herrlichen Umgebung des Bodensees bieten wir Ihnen traumhafte Aussichten – auch im Beruf.

Wir möchten im Seminar- und Tagungsmarkt noch aktiver und erfolgreicher arbeiten und suchen deshalb eine/n

Sales-Koordinator/in

Eintritt nach Vereinbarung

Möchten Sie ausgetretene Pfade verlassen und neue Wege gehen? Sich mit Ihren Ideen in einem innovativen, jungen Team voll mit einbringen? Sie haben Ihre Ausbildung in der Hotellerie absolviert und vielleicht auch eine Hotelfachschule besucht? Ihr Interesse liegt klar im Bereich Sales & Marketing und Sie konnten dabei schon erste Erfahrungen sammeln?

Dann möchten wir Sie näher kennen lernen! Roger Reuss freut sich über Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto!




3. Platz Focus Seminarhotel 2002

Seehotel **KRONENHOF** *****

Bildungs- und Tagungszentrum

CH-8267 Berlingen • Tel 052 762 54 00 • Fax 052 762 54 81
www.seehotel-kronenhof.ch • E-Mail: seehotel-kronenhof.ch



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



Als Schweizer Vertriebspartner des führenden Anbieters von windowsbasierender Hotelsoftware betreuen wir ein breit gefächertes und entsprechend spannendes Kundenportfolio. protel hotelsoftware® besticht durch erstklassige Produkte in Bezug auf Funktionalität, Bedienerfreundlichkeit, Skalierbarkeit und Stabilität.

Rebag Data AG – Hotelinformatik mit «High-Touch»

Fasziniert Sie die Kombination EDV und Hotellerie? Möchten Sie nach einer umfassenden Einarbeitung eigene Hotelinformatik-Projekte betreuen und Ihre Kunden nachhaltig unterstützen?

Unser Projektleitungsteam sucht ein motiviertes Nachwuchstalents an!

Junior Projektleiter

Sie haben Ihre Erstausbildung erfolgreich abgeschlossen und kennen den Bereich FrontOffice aus eigener Erfahrung. Im Bereich EDV (PC/PC-Netzwerke) und betriebswirtschaftlich sind Sie schon recht fit, wollen aber Zeit und Geist investieren, um ein echter Profi zu werden. Sie arbeiten engagiert auf ein Ziel hin und behalten auch in hektischen Situationen den Überblick. Sie denken und handeln dienstleistungsorientiert – und das aus Überzeugung. Und zu guter Letzt sind Sie nicht nur fachlich, sondern auch sozial kompetent.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung an:

Rebag Data AG | Soodring 36 | 8134 Adliswil
wanted@rebag.ch

Für zusätzliche Informationen wenden Sie sich bitte an Karin Langenauer,
(karin.langenauer@rebag.ch oder +41 1 711 74 25)

Tel. +41 1 711 74 10

Fax +41 1 711 74 29

www.rebag.ch

Lidostrasse 5
6006 Luzern
www.verkehrshaus.ch



Das Verkehrshaus der Schweiz ist der nationale Themenpark für Verkehr und Mobilität und mit jährlich 850'000 Besuchern das beliebteste Museum der Schweiz. Zusätzliche Attraktionen wie das IMAX Filmtheater, das Planetarium, das Hans Erni Museum, die Swissarena oder der Fesselballon Hiflyer garantieren einen spannenden und unterhaltsamen Tag in Luzern. Für unsere vielseitige und lebhaftige Museums-Gastronomie suchen wir einen neuen

LEITER/IN GASTRONOMIE FOOD AND BEVERAGE MANAGER

Die Verkehrshaus-Gastronomie umfasst folgende Einheiten: das Selbstbedienungsrestaurant TRENÖ, der à-la-carte Bereich COCKPIT, das Gartenrestaurant RIGIHOF, die Cafèbar IMAX sowie zahlreiche und einzigartige Bankettmöglichkeiten im Museum. Die Gesamtkapazität umfasst über 1300 Sitzplätze.

Sie sind eine teamorientierte und vorbildhafte Führungspersönlichkeit mit abgeschlossener Berufsausbildung im Gastgewerbe und/oder Hotelfachschule und verfügen über mindestens 5 Jahre praktische Erfahrung im Restaurationsbereich und in der Systemgastronomie. Als phantasievoller und engagierter Gastgeber mit Herz garantieren Sie unseren Gästen ein kulinarisches und emotionales Erlebnis. Sie führen ein Team von rund 50 motivierten MitarbeiterInnen. Sicherheit in administrativen Belangen, korrektes Auftreten sowie die Bereitschaft, die Verkehrshaus-Gastronomie als kreative Fortführung des Museums-erlebnisses zu verstehen und stets neu zu gestalten, setzen wir voraus.

Ihre vollständige Bewerbung richten Sie direkt an Peter Hürliemann, Leiter Kommerzielles und Verkauf, Verkehrshaus der Schweiz, Lidostrasse 5, 6006 Luzern, Tel. 041 375 74 06. Wir freuen uns auf Ihr Schreiben!

INHALT: Deutsche Schweiz 2-8 / Svizzera italiana 8 / International 9-10 / Stellengesuche 10

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

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

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

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



Wir managen Ihre
Zukunft
www.horega.ch

**Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt**



Beratung
Selektion
Vermittlung

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

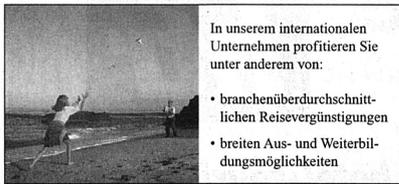
Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emplois
en page 3.



Making
people successful



In unserem internationalen Unternehmen profitieren Sie unter anderem von:

- branchenübergreifende Reisevergünstigungen
- breiten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Vergessen Sie Ihren Job:
Kuoni sucht Sie als

Placing Manager und Placer Swiss/German Pool

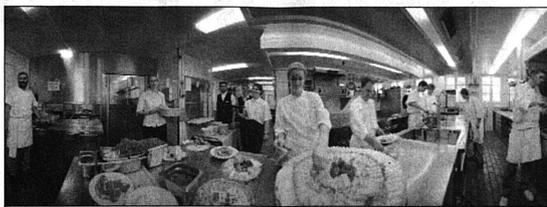
Ist das Verhandeln für Sie ein Spiel und gleichzeitig eine Herausforderung? Sind Sie vertraut mit verschiedenen Mentalitäten (Asien, Europa)? Ist Ihre Muttersprache Schweizerdeutsch (Hochdeutsch)? Möchten Sie Ihre guten Englischkenntnisse täglich anwenden? Als MitarbeiterIn unserer Hotelreservationszentrale (Placer) und als GruppenleiterIn dieser Abteilung (Placing Manager) sind Sie täglich im Kontakt mit unseren Verkaufsbüros in Übersee sowie mit unseren Lieferanten in der Schweiz und in Deutschland. Als Placer buchen Sie die Hotelanfragen direkt bei unseren Lieferanten und als Placing Manager koordinieren Sie die eingegangenen Buchungsanfragen innerhalb des Teams, wissen Prioritäten richtig zu setzen und den Profit zu maximieren. Führungserfahrung ist für die Position als Placing Manager ein Muss. Interessiert? Dann schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an: Kuoni Incoming Services, Human Resources, Überlandstrasse 360, 8051 Zürich. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Michaela Atland (01 325 22 33).

Weitere Stellen: www.kuoni.ch



A World of Difference

159238



Die Kartause Ittingen – ein ehemaliges Kloster – ist ein Baudenkmal von nationaler Bedeutung. Sie betreibt einen Gastwirtschaftsbetrieb mit einem vielseitigen Bankettbereich, zwei Hotels und einem Restaurant. Sie gehört zu den führenden Tagungs- und Seminarzentren der Schweiz. Neben dem Gastwirtschaftsbetrieb führt die Kartause Ittingen einen Gutsbetrieb mit Weinbau und Käseerei sowie einen Heim und Werkbetrieb.

Auf Frühjahr 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir einen

Küchenchef

Mit einer Brigade von bis zu 20 Mitarbeitenden verwöhnen Sie unsere Gäste mit einer kulinarisch hochstehenden, vielseitigen und ideenreichen Küche. Sie sind kommunikativ, offen, initiativ und von der Einzigartigkeit der Kartause begeistert. Es macht Ihnen Freude und spornt Sie an, die eigenen Produkte aus der Landwirtschaft, der Gärtnerei und der Käseerei zu veredeln.

Die Stelle erfordert einen Berufsmann mit Bankett- und à-la-carte-Erfahrung. Als Abteilungsleiter sind Sie direkt dem Hoteldirektor unterstellt. Zusammen mit dem Kader der anderen Abteilungen helfen Sie mit, unseren Gästen ein einzigartiges Erlebnis zu vermitteln. Wir suchen eine zielstrebige, versierte Person mit Freude am Beruf.

Wenn Sie die Kartause Ittingen nicht schon kennen, so können Sie sich einen ersten Überblick unter www.kartause.ch verschaffen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die Sie bitte an folgende Adresse senden: Peter Mötteli, Personalchef, Kartause Ittingen, 8532 Warth.

Stiftung Kartause Ittingen
Personalbüro, CH 8532 Warth
Telefon 052 748 41 01
www.kartause.ch



159251

ALEX

**** HOTEL RESTAURANT CH-MATERS - BRIG
SEMINAR – BUSINESS – GOLF

Wir suchen für unser ****Hotel Alex

Aide du Patron mit Führungserfahrung

Was wir erwarten:

- Hotel-/Führungserfahrung
- Hotelfachschulabschluss
- Lohnverwaltung
- Organisation von Banketten und Seminaren
- Mitarbeiterinteilung und Führung
- sehr gute Computerkenntnisse
- deutsch und französisch gut
- italienisch und englisch von Vorteil
- Idealalter zwischen 28–40 Jahren

Was Sie erwartet:

- abwechslungsreiche, herausfordernde Tätigkeit in kleinem, aufgestellten Team

Anstellung ab sofort oder nach Vereinbarung

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Armand Imhof, 079 412 21 85.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen, Referenzen und Foto richten Sie bitte an:

Herr A. Imhof, Hotel Alex, Furkastr. 88, 3904 Naters

159180

Säntispark

****HOTEL · 9030 ABTWIL BEI ST. GALLEN

Das ****Hotel mit dem Freizeitpark

- ★ Erstklassiges Konferenz- und Seminarzentrum
- ★ Ideal für Geschäftsleute
- ★ Ein Erlebnis für Familien
- ★ Bekannt als Hotel für Sportmannschaften

Ein hoher Qualitätsstandard in der Küche und ein kreatives, modernes und abwechslungsreiches Angebot sind unsere Ambitionen. Die vielseitige Kundschaft, vom Seminarteilnehmer über den eiligen Geschäftsgast und den Feinschmecker bis zur professionellen Sportmannschaft hat hohe Erwartungen und unterschiedliche Bedürfnisse. Um die Zielsetzungen aus unserem Leitbild zu erreichen, suchen wir auf Anfang des kommenden Jahres oder später nach Vereinbarung einen

Küchenchef

Wenn Sie sich für eine nicht alltägliche Aufgabe interessieren, Führungsverantwortung übernehmen wollen, die Kundenwünsche in den Mittelpunkt stellen und die nötigen Qualifikationen mitbringen ...

... dann sollten Sie sich mit uns in Verbindung setzen:

Bruno Walter
****Hotel Säntispark, CH-9030 Abtwil
T +41 (0)71 313 11 11, F +41 (0)71 313 11 13
www.saentispark.ch, hotel@saentispark.ch

159243

Bankett- und Kongresszentrum
Üetlibergstr. 341 Telefon 043 333 30 00
8045 Zürich Fax 043 333 30 01
www.albisguetli.ch



Schützenhaus Albisgütli

Welcher junge Gastroprofi

möchte unseren Geschäftsleiter in allen Belangen unterstützen und sieht seine Zukunft ab ca. 8. Januar 2004 als

Stellvertretender Geschäftsführer (m/w)?

Wir suchen jemanden mit Erfahrung an der Front und einem Hotelfachschulabschluss oder ähnlicher Ausbildung.

Anforderungen:

Service- und Banketterfahrung, Verkaufstalent, Führungserfahrung, Freude am Einkauf, Organisationstalent, Excel- und Wordkenntnisse...

Wir bieten Ihnen:

Ein tolles Team, Weiterbildungsmöglichkeiten, ein Wirkungsfeld mit 1400 Sitzplätzen, zeitgemässe Entlohnung und ganz viel Arbeit...

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freuen sich Michèle Neuenchwander, Georg Tännler und ein aufgestelltes Team.

159171

Wir suchen für unser ****Hotel im Oberwallis

Aide du Patron mit Führungserfahrung

Was wir erwarten:

- Hotel-Führungserfahrung
- Organisation von Banketten und Seminaren
- Mitarbeiterinteilung und Führung
- Sehr gute Computerkenntnisse
- Deutsch und Französisch in Wort und Schrift
- Italienisch und Englisch von Vorteil
- Idealalter zwischen 28–40 Jahren

Was Sie erwartet:

- Abwechslungsreiche, herausfordernde Tätigkeit in einem kleinen, aufgestellten Team
- Ein modern eingerichteter Betrieb
- Fortschrittliche Sozialleistungen

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto unter Chiffre 159145 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

159145



La Société de développement d'Ovronnaz est à la recherche de son ou sa

Directeur/Directrice de l'Office du Tourisme d'Ovronnaz

Vos tâches :

- En cette qualité, votre tâche principale consistera à favoriser le développement des activités touristiques d'Ovronnaz.
- Vous devrez vous occuper de l'organisation du bureau de l'Office du Tourisme.
- Vous serez appelé à coordonner les différentes offres de la station.
- Vous prendrez part activement à l'organisation des différentes manifestations.

Votre profil :

- Vous bénéficiez d'une expérience professionnelle dans la conduite et l'organisation d'un poste à responsabilité.
- Vous êtes prêt/e à vous passionner pour la vie touristique d'Ovronnaz en habitant cette station.
- Vous maîtrisez le français et l'allemand et avez de très bonnes connaissances de l'anglais.
- La pratique d'une autre langue constitue un atout supplémentaire.

Le cahier des charges fait partie intégrante de l'annonce. Retrouvez-le sur www.ovronnaz.ch/directeur.html ou à l'Office du Tourisme.

Ce poste vous intéresse ? Engagement : printemps 2004

Veuillez faire parvenir votre offre de service avec documents usuels et prétention de salaire à l'adresse suivante (délai : 03.01.04):

Office du Tourisme
A l'att. de M. Christophe Bonvin, Président
Case postale 2096
1911 OVRONNAZ

Tous les dossiers seront traités avec une absolue discrétion.

159235

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

**hotel
staff**

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Catering und Events
Lindhöschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

Die Profis für
Hotel & Gastro - Stellen

JOB!

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

158899



www.gastro-suisse-jobservice.ch

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

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 277 55 35
Fax 01 371 89 02

E-Mail: jobservice@gastro-suisse.ch

In der
Zimmerstunde
aufs
**Berner
Münster?**

www.bernhotels.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



Hoteljob
Mombipustrasse 130
Postfach, CH-3001 Bern
www.hoteljob.ch
Personalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 42 34
e-mail: hoteljob@bernhotels.ch

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Einloggen!
3743 offene Stellen,
2849 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch



Küchenchef

Für ein bekanntes GaultMillau-Restaurant in Zürich mit einer echten Cucina Italiana suchen wir per sofort eine Führungspersönlichkeit. Sie bringen langjährige Erfahrung in der gehobenen italienischen Küche mit, und es macht Ihnen Spass am Herd zu stehen und mit Frischprodukten zu arbeiten. Ihr Team motivieren Sie mit tollen Leistungen und Kreativität. Verpassen Sie diese Chance nicht und rufen Sie mich heute noch an.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Sous chef w/m

Für ein traditionsreiches Drei-Sterne-Hotel in der Skiregion Wildhaus/Toggenburg suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen versierten Sous chef. Sie arbeiten in einem eingespielten Team, sind mitverantwortlich für den Einkauf, die Angebotsgestaltung, die Einhaltung der Hygienestandards und die Lehrlingsausbildung. Wenn Sie eine längerfristige, interessante Stelle suchen, erzähle ich Ihnen gern mehr darüber. Ich freue mich auf Ihren Anruf.
St. Gallen, Bettina Kellenberger 071 228 33 43

Ambitionierter Koch

Für einen Hotelbetrieb mit Restauration in der Region Frauenfeld suchen wir einen jungen, initiativen Fachmann als verantwortlichen Koch. Sie führen das kleine Team und bilden zwei Lehrlinge aus. Einem zielstrebigem Chef de partie wird hier die Möglichkeit geboten, einen Karriereschritt nach vorn zu machen und Verantwortung zu übernehmen. Der zentral gelegene Betrieb mit gutbürgerlicher Küche bietet eine langfristige Herausforderung in einem familiärem Umfeld. Rufen Sie mich an, ich gebe Ihnen gern weitere Informationen über diese interessante Stelle.
St. Gallen, Urs Kläger 071 228 33 43

Koch und Pizzaiolo brillante

Für ein Restaurant im Grossraum Zürich mit gehobener italienischer Küche suchen wir einen Pizzaiolo sowie einen italienischen Koch der Superlative. Sie sind zwischen 20 und 35 Jahre alt, flexibel, motiviert, belastbar, haben schon einige Jahre Erfahrung in der italienischen Küche und sind voll kreativer Ideen. Wenn eine dieser tollen Stellen Sie interessiert, freue ich mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.
Zürich, Martin Meyer 01 297 79 79

Key Account-Manager

Wir suchen für ein international tätiges Unternehmen im Raum Zürich eine kompetente Verkäuferpersönlichkeit mit langjähriger Erfahrung im Account-Management. Sie bringen einen Abschluss einer Hotelfachschule mit und beherrschen Deutsch, Englisch und Französisch flüssig. Zu Ihren Stärken gehören Verhandlungsgeschick, Durchsetzungsvermögen und Kommunikation. Sie kennen die Bedürfnisse der Hotellerie und finden immer die richtige Lösung. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Hotelfachassistentin

Für ein renommiertes Hotel in Zürich suchen wir eine Hotelfachassistentin mit sehr guten Umgangsformen und einem gepflegten Erscheinungsbild. Ihre Muttersprache ist Deutsch, Sie haben Englisch- und Französischkenntnisse und Diskretion ist für Sie das oberste Gebot. Wenn Sie bereits erste Führungserfahrungen gesammelt haben, dann freue ich mich auf Sie
Zürich, Carmen Thaddey 01 297 79 79

Night Manager/Night Auditor

Für ein Vier-Sterne-Stadthotel in Basel suchen wir eine sehr verantwortungsbewusste Person mit fundierter Berufserfahrung als Receptionist und Night Auditor. Sie kennen Fidelio gut, haben ausgezeichnete Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch und bringen auch Führungserfahrung mit. Hier sind Sie verantwortlich für die Tagesabschlüsse, die Sicherheit im Haus und alle Belange der Reception. Weitere Informationen über die Stelle gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch.
Basel, Julia Schulze 061 264 60 40

Chef de rang m/w

Wir suchen eine aufgestellte, motivierte, begeisterungsfähige Persönlichkeit, die Spass an der Oenologie hat und gern eine anspruchsvolle Kundschaft betreut. Mit Ihrer sympathischen Ausstrahlung und dem kompetenten Service sind Sie für den Gast ein Highlight in diesem gehobenen Restaurant ausserhalb Zürich. Sie sind mobil oder möchten im Betrieb ein Zimmer nehmen. Melden Sie sich noch heute bei mir, ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
Zürich, Martin Meyer 01 297 79 79

Hostessen-Animateurinnen

Kosmetik (Teilzeit)
Für ein international tätiges Unternehmen der Kosmetikbranche suchen wir per Januar attraktive Hostessen-Animateurinnen für die ganze Schweiz. Idealerweise bringen Sie einen Abschluss als Visagistin, Coiffeuse oder Kosmetikerin mit oder haben bereits Erfahrung mit Promotionen in diesem Bereich. Sie sind überaus kontaktfreudig, zwischen 22 und 35 Jahre jung und lieben die Beratung sowie den Verkauf von Kosmetikprodukten. Es erwarten Sie ein interessantes Tätigkeitsfeld mit speziellen Promotionen und vielfältigen Aktivitäten. Wenn Sie an einer zukunftsorientierten Position interessiert sind, senden Sie mir schon bald Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Ich freue mich auf Sie.
Bern, Dominique Wild 031 310 10 10

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

Making people
successful in a changing world

Für unser Hotel-Restaurant im Berner Mittelland suchen wir nach Vereinbarung

jungen Küchenchef

Sind Sie begeistert von einer kreativen, gesunden, ernährungsbewussten und mediterranen Küche? Haben Sie ein Flair für Kosten und Qualität und sind zudem belastbar, dynamisch und leistungswillig?

Dann melden Sie sich, es erwartet Sie: Kaderstelle in einem kleinen Team, abwechslungsreiche und anspruchsvolle Tätigkeit mit Sa + So frei (ausser bei Anlässen).

Gespannt erwarten wir Ihre Nachricht!

Chiffre 159230 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 159230



Im lebhaften Hotel Flora im Herzen der Stadt Luzern mit 287 Betten, Restaurant, Dancing und zwei Bars, ist per 1. Januar 2004 die Kaderposition als

OPERATIVER LEITER ADAGIO

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

Als selbständige Persönlichkeit führen Sie ein junges und aufgestelltes Team und stellen als hervorragender Gastgeber Ihre fundierten Fachkenntnisse als Barkeeper unter Beweis. Betriebswirtschaftliche Fähigkeiten sind ebenso Voraussetzung wie gute Deutschkenntnisse. Fremdsprachen sind von Vorteil.

Sind Sie bereit, diese langfristige Herausforderung anzunehmen und den Puls des Luzerner Nachtlebens zu spüren?

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

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



Auf Sie warten wir!

Das Seminar- und Erlebnishotel RömerTurm hat sich erfolgreich als Seminar-, Bankett- und Hochzeitshotel etabliert und führt ein wunderschönes A la Carte-Restaurant.

Per 1. Februar 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir

eine(n) kreative(n) Küchenchef(in)
& eine(n) stv. Restaurantleiter(in)

Wenn Sie Freude daran haben, ein kleines Team zu führen, Verantwortung zu übernehmen, zu koordinieren und zu planen und für den Gast und unseren Betrieb nur das Beste wollen, dann müssen wir uns unbedingt kennenlernen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!



8757 Flitzbach/Kerenzerberg,
055 614 62 62
Fax 055 614 62 63
roemerturm@seminarhotel.com

159227



Für unser italienisches Ristorante Totò im Zürcher Seefeld suchen wir per sofort einen:

Koch

Sie lieben die italienische Küche, sind flexibel in den Arbeitszeiten (Zi.-Std.), haben eine abgeschlossene Kochlehre, haben Teamgeist und Berufserfahrung und viel Freude am Beruf.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Höschgass Gastro AG
Bea Zanolini, Seefeldstrasse 124, 8008 Zürich
Bea.zanolini@gastroag.ch

159169



Die Tage werden kälter – auf dem Stellenmarkt wird's heiss

Jungkoch/Chef de partie (w/m)

Wir suchen junge Berufsleute mit abgeschlossener Kochlehre. Ausserdem sollen Sie eine junge Persönlichkeit sein, die gerne ihre Kreativität auch bei der Arbeit ausleben möchte. Wenn Sie 2-3 Jahre Erfahrung in der Gourmet-Küche mitbringen, lernfähig und motiviert sind und mit Ausdauer ein Ziel verfolgen, rufen Sie uns an. Ihr neuer Arbeitsort befindet sich in einem gehobenen Restaurant im Herzen von Zürich.

Sous-chef (w/m)

Sie sind ein belastbarer und absolut loyaler Sous-chef, und das Kochen steht für Sie im Mittelpunkt. Wir suchen eine fachlich wie menschlich kompetente Persönlichkeit, die auch in Stresssituationen einen kühlen Kopf bewahrt. Sie verfügen über ein ausgeprägtes Organisationsverständnis, einen fairen Führungsstil und ein gesundes Durchsetzungsvermögen. Es erwartet Sie ein modernes und internationales 4*-Hotel ausserhalb der Stadt Zürich mit verschiedenen Restaurations- und Bankettmöglichkeiten.

Küchenchef (w/m)

Gesucht wird der Küchenprofi, der die Kunst des Kochens im Herzen trägt und sein Können bereits unter Beweis stellen konnte. Sie verfügen über mehrere Jahre Erfahrung in der Top-Gastronomie und haben Ihr Wissen auch stetig durch Kurse weiter vertieft. Das Führen und Schulen einer Brigade fällt Ihnen leicht. Ihre grosse Begeisterung motiviert auch Ihre Brigade zu Höchstleistungen. Wenn Sie eine Leaderpersönlichkeit, kreativ, qualitätsbewusst, kommunikativ und ambitioniert sind, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Es erwartet Sie ein grosser, einmaliger Restaurationsbetrieb auf dem Platz Zürich mit einem Top-Speiserestaurant.

Bar-Service (w)

Trendiger Restaurationsbetrieb in der City von Zürich sucht attraktive Verstärkung für den Barservice. Sie bringen bereits Serviceerfahrung mit und der tägliche Umgang mit einer anspruchsvollen Geschäftskundschaft bereitet Ihnen grosse Freude. Mit Ihrem Humor und Charme vermitteln Sie Ihren Gästen grösstes Wohlbehagen.

Chef de rang (w/m)

Wer möchte nicht in einem wunderschönen 5*-Hotel mit elegantem Ambiente im Herzen von Zürich arbeiten? Wir suchen einen Servicefachprofi, der es liebt eine anspruchsvolle Kundschaft zu verwöhnen. Wenn Sie eine herausfordernde Arbeitsstelle suchen und bereits Erfahrung im hoch stehenden Service mitbringen, haben wir genau das Richtige für Sie.

Chef de Service (w/m)

Sie sind eine Korymbäe auf dem Gebiet Service und führen Ihr Team selbstbewusst und mit viel Power. Für dieses renommierte 5*-Hotel auf dem Platz Zürich suchen wir einen Chef de Service, der mit Ausdauer und Spass an der Arbeit jedem Gast das Gefühl gibt, willkommen zu sein. Sie lesen die Wünsche der Gäste förmlich von den Augen und können dies auch Ihren Mitarbeitern vermitteln. Wenn Sie eine gepflegte Persönlichkeit sind, die bereits erste Führungserfahrung in der gehobenen Gastronomie mitbringt, rufen Sie uns an.

Betriebsassistent/Stv. Geschäftsführer (w/m)

Sie lieben und schätzen die Front und geniessen den Kontakt zu den Gästen in vollen Zügen. Eifer, Einsatzfreude und Flexibilität zählen zu Ihren Stärken. Ausserdem haben Sie eine Hotelfachschule oder eine ähnliche Ausbildung absolviert. Eine gute Chance für den Einstieg in die Kaderwelt. Moderner Restaurationsbetrieb an zentraler Lage in der Stadt Zürich. Eine anspruchsvolle Klientel erwartet Sie.

Geschäftsführer (w/m)

Für ein trendiges Coffeehouse in Zürich suchen wir einen motivierten und kompetenten Geschäftsführer. Sie sind belastbar, führen qualitätsbewusst und überzeugen durch ein sicheres Auftreten. Dank Ihrer Führungserfahrung verstehen Sie es, ein Team zu motivieren und zu fördern. Sie sind eine verkaufsorientierte Persönlichkeit und verfügen über einen gastgewerblichen Fähigkeitenkreis.

District-Manager/Regional Food Manager (w/m)

Wir suchen für ein international tätiges Gastronomieunternehmen einen führungs-, zahlen- und organisationsstarken Kadermitarbeiter. Zu Ihrem Verantwortungsbereich gehören unter anderem das Controlling, operative Unterstützung der Geschäftsführer, Businessrapporte erstellen, Businesspläne ausarbeiten, Schulungen und das Erreichen der Budgetvorgaben. Sie bringen bereits Erfahrung in der Finanzplanung, Buchhaltung und Geschäftsführung mit und haben von Vorteil schon einmal in einer Kettenunternehmung gearbeitet.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

01-432 73 73

ACTIVE GASTRO ENG GMBH, Postfach, 8048 Zürich
E-Mail: r.eng@activegastro.ch / www.activegastro.ch



Küchenpraktikant/In

in der Bundeshauptstadt Bern

Ein interessanter Praktikumsplatz wartet auf Sie
ab Januar/Februar 2004

Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen
z.Hd. Herr W. Im Obersteg.



Telefon 031 950 71 11
www.sternenmuri.ch
Thunstrasse 30, 3074 Muri-Bern

Hotel-Restaurant-Gourmetstube
Bankette bis zu 200 Personen

SUNNE

Das historische Viersternhotel Sonne in Küssnacht besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant Sunnegalerie mit bedienter Terrasse (13 Punkte Gault Millau), Gaststuben und Selbstbedienungs-Sunnegarten, 4 Bankett- und Konferenzräume für bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Ab Januar 2004 oder nach Übereinkunft suchen wir den engagierten und organisationsfreudigen

SOUS-CHEF

mit Herzblut für die gehobene Gastronomie.

Mit Ihrem Können und Fachwissen unterstützen Sie unseren Küchenchef in allen Bereichen. Sie haben schon etwas Führungserfahrung gesammelt, sind Koch aus Berufung und suchen nun eine Kaderposition in der Küche? Unsere Brigade verfügt im Sommer über 20 Mitarbeiter (inkl. Lehrlingen) und im Winter über 13 Mitarbeiter (inkl. Lehrlingen). Wir bieten Ihnen moderne Anstellungsbedingungen, eine junge, motivierte Küchenbrigade sowie auf Wunsch ein geräumiges Mitarbeiterzimmer 2 Minuten vom See und Hotel entfernt.

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

SEEHOTEL SONNE KÜSSNACHT

René Grüter & Catherine Julien
Seestrasse 120, 8700 Küssnacht, Tel. 01 914 18 18
E-Mail: c.julien@sonne.ch www.sonne.ch

Küssnacht – 10 Minuten von Zürich HB entfernt mit S6 oder S16.

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung

Jungkoch m/w

Wir bieten Ihnen:
Modernes Arbeitsumfeld, gute Entlohnung sowie Anstellung gemäss L-GAV.

Interessenten melden sich bitte telefonisch oder schriftlich unter:

Kavallerieverein Schöffland

und Umgebung
Reithalle Holziken
5043 Holziken
Tel. 079 220 7320

Restaurant Freihof
Bürglen
Gesucht

Alleinköchin

ab 5. Januar 2004 oder nach Übereinkunft. Gutbürgerliches Restaurant. Logis im Haus möglich. Samstag/Sonntag sowie sämtliche Feiertage frei. Für weitere Auskünfte Frau Kline verlangen.
Tel. 071 633 3080

Empathy & Excellence

HOTEL * * * * * LUZERN SCHWEIZERHOF

Das Hotel Schweizerhof Luzern ist seit fünf Generationen ein Familienbetrieb. Wir verfügen über 107 von Grund auf renovierte Zimmer und Veranstaltungsräume für bis zu 500 Personen. Im Haus befindet sich unser Stadrestaurant „Pavillon“ und unser Fisch- und Meeresfrüchte Restaurant „Galerie“. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir:

Per sofort oder nach Vereinbarung

Eine(n) Chef Entremétier

Für den reibungslosen Ablauf im Entremétier-Bereich. Nach Ihrer abgeschlossenen Berufslehre konnten Sie bereits Erfahrungen auf diesem Posten sammeln? Organisation und Verantwortungsbewusstsein sind keine Fremdwörter für Sie? Mit Liebe zum Beruf und Ihrer Kreativität tragen sie dazu bei, dass unsere Gerichte durch köstliche Beilagen abgerundet werden.

Eine(n) Commis de cuisine

Mit abgeschlossener Berufsausbildung und Freude an der gehobenen Gastronomie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Zeugniskopien, Foto und Lebenslauf an unsere Leiterin Personal- und Rechnungswesen, Frau Cécile Jneichen.

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit an einem modern ausgestatteten Arbeitsplatz im Herzen von Luzern.

Hotel Schweizerhof Luzern, Schweizerhofquai,
CH-6002 Luzern

Telefon +41 (0)41 410 0 410

Fax +41 (0)41 410 2 971

E-Mail: info@schweizerhof-luzern.ch

Internet: www.schweizerhof-luzern.ch



Rendez-vous au Château

Mitten in den Schweizer Voralpen, im beschaulichen Emmental, und doch nur 15 Minuten von Thun und Bern entfernt, steht etwas versteckt zwischen den alten Bäumen, eine stolze Berner Campagne: Hotel Schloss Hünigen. Hier verbinden sich 400 Jahre alte Traditionen mit modernster Seminar- und Bankettinfrastruktur.

Stv. Chef de Service

Einer/m qualifizierten Servicefachfrau oder -mann bieten wir die Möglichkeit, sein erlerntes Wissen anzuwenden und zu erweitern. Als charmanter und feinfühler/ Gastgeber/in verstehen Sie es, unsere Gäste zu verwöhnen und unsere Mitarbeiter bei Ihrer Arbeit zu motivieren. Sie haben gute Weinkenntnisse und freuen sich, unsere Gäste zu beraten. Unsere Weinkarte mit 300 ausserlesenen Weinen bietet Ihnen dazu eine hervorragende Grundlage.

Servicefachangestellte/r

Empfangen, umsorgen und verwöhnen Sie unsere Gäste in unserem gepflegten à la carte-Restaurant Rosarium (13 Gault Millau), bei Banketten oder im Seminarbereich. Mit dem nötigen Fachwissen und dem Flair für die grossen und kleinen Wünsche unserer Gäste sind Sie ein aufmerksamer Gastgeber.

Innerhalb eines jungen und zukunftsorientierten Teams erwartet Sie ein interessanter Arbeitsplatz mit viel Verantwortung und grosser Selbstständigkeit. Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:
Hotel Schloss Hünigen, z. H. Herr H.U. Gerber
Direktion, Stalden, 3510 Konolfingen

SCHLOSS HÜNIGEN

**** Seminar-, Bankett- und Ferienhotel,
Studien- und Kulturzentrum
Restaurant, Fitness- und Wellnessoase
CH - 3510 Konolfingen im Emmental
Telefon: 031 791 26 11 Fax 031 791 27 31
www.schlosshuenigen.com hotel@schlosshuenigen.com



AESKULAP KLINIK

Aeskulap-Klinik Dr. Brander
Zentrum für Ärztliche Ganzheitsmedizin

Wir sind das führende Zentrum in der Schweiz für komplementärmedizinische Diagnostik und Therapie für stationäre und ambulante Patienten. Rund 130 Mitarbeitende, davon 25 Ärzte, kümmern sich engagiert und mit Freude um unsere Kunden. Wir führen eine Abteilung für Innere Medizin, Onkologie, Urologie, Zahnmedizin, Radiologie, Physiotherapie und Gynäkologie.

Auf den 1. Februar 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir einen

Chef de Partie (m/w)

für unsere Klinikküche und unser öffentliches, vegetarisches Restaurant.

In einem Team von 5 Mitarbeitenden sind Sie verantwortlich für einen reibungslosen und zeitgerechten Ablauf für die Herstellung und Zubereitung der Speisen für Patienten, A-la-carte-Gästen und Mitarbeitern.

Dafür benötigen Sie eine abgeschlossene Berufslehre als Koch oder Diätkoch, Berufserfahrung, Liebe zum Kochen und Freude an der vegetarischen Küche, inklusive Fischgerichte. Kundenorientiertes Verhalten, unternehmerisches Denken sowie Flexibilität und Teamfähigkeit sind weitere wichtige Fähigkeiten, die Sie mitbringen sollten.

Wir bieten Ihnen eine selbstständige und vielseitige Tätigkeit in einem kollegialen Team mit angenehmen Arbeitsbedingungen. Zusätzliche Informationen finden Sie im Internet unter www.aeskulap.com

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Aeskulap-Klinik Dr. Brander, Personalwesen, Gersauerstr. 8, 6440 Brunnen. Telefonische Anfragen richten Sie bitte an Frau Boer. Telefon 041 825 47 47.



***HOTEL
COLLINA
CAFE RESTAURANT
7078 LENZERHEIDE

Per sofort gesucht für die Wintersaison

Koch/Chef de partie

Persönlich geführtes Ferienhotel im Herzen von Lenzerheide mit gepflegter À-la-carte-Restaurant. Unsere internationale Kundschaft verwöhnen wir mit einem neuzeitlichen, marktfrischen Angebot.

Interessiert???

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen

oder Ihren Anruf:

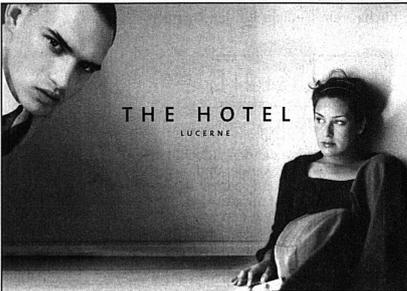
Hotel Collina
Frau R. Stalder-Bergamin
7078 Lenzerheide
Tel. 081 384 18 17



SPORTS UNLIMITED

www.hotelcollina.ch

159231



THE HOTEL
LUCERNE

Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Welcome to THE HOTEL. Das vom französischen Stararchitekten Jean Nouvel erbaute Deluxe Boutique Hotel setzt neue Massstäbe in der Hotellerie: 25 atemberaubende Zimmer und Suiten, Restaurant Bam Bou (14 Punkte Gault-Millau) mit eurasischer Küche und Loungebar.

Wir suchen für dieses aussergewöhnliche Hotelerlebnis aussergewöhnliche MitarbeiterInnen.

ServicefachmitarbeiterIn ServicepraktikantIn

Sie sind mit Herz und Seele eine Gastgeberpersönlichkeit, lieben guten Wein und exklusive Küche.

BarmitarbeiterIn

Sie suchen eine neue Herausforderung in einem noch nie da gewesenen Rahmen.

Melden Sie sich bei Urs Langenegger (Direktwahl 041 226 86 01) oder senden Sie Ihre Kurzbewerbung mit aktuellem Foto (ulangenegger@the-hotel.ch).

THE HOTEL, Sempacherstrasse 14, CH-6002 Luzern
www.the-hotel.ch

159232

Lassen Sie sich nichts gefallen, sondern schön 'was bieten!



Richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:
RAMADA PLAZA Basel****
Hotel & Conference Center
Herr Enrique Marfés
Messeplatz 12
CH-4058 Basel
Telefon +41 (0)61 560 40 00
Telefax +41 (0)61 560 44 08

Wir suchen für unser innovatives Businesshotel in der Messestadt Basel per sofort oder nach Vereinbarung eine/n:

Mitarbeiter/in Verkauf

zur Bearbeitung des lokalen Marktes in Basel. Sie überzeugen durch Ihre gewinnbringende Art, können auf Menschen zugehen und arbeiten gerne im Team. Sie sind kommunikativ, engagiert, verfügen über ein sicheres Auftreten und Verhandlungsgeschick. Sie bringen fundierte Berufserfahrung in ähnlicher Position und sehr gute Sprachkenntnisse (D/E/F) mit.

Night Manager/ Night Auditor (m/f)

mit Erfahrung in ähnlicher Position. Sie machen die Abschlüsse, beherrschen Fidelio oder haben Kenntnisse eines anderen Front-Office-Programms. Sie sprechen fließend Deutsch und Englisch, Französisch von Vorteil.

159233



Zu vermieten (evtl. zu verkaufen)

Für ein bekanntes Restaurant in einem Vorort von Basel, an schöner Aussichtslage, suchen wir per Frühjahr 2004 oder n.V. ein

Pächter-Paar Pächter

Das Haus bietet mit seinen vollständig renovierten Räumlichkeiten und einer grossen, überdachten Aussichtsterrasse vielfältige Nutzungsmöglichkeiten (à la carte, Tagesrestaurant, Bankette) und zählt seit vielen Jahren zu den guten Adressen für eine gutbürgerliche und gepflegte Gastlichkeit.

Als Pächterpaar stellen wir uns vorzugsweise einen initiativen Küchenchef mit Frau/Partnerin vor, die es verstehen, diesem Betrieb in gastronomischer Hinsicht und als Gastgeber ihre persönliche Note zu verleihen.

Die Pachtbedingungen sind interessant; Eigenkapital zur Übernahme des Kleininventars ist notwendig. Eine Wirtswohnung sowie 4 Mansardenzimmer sind inbegriffen.

Für einen ersten Kontakt wenden Sie sich bitte an die Beauftragte:

HoReGa Select AG Pachtabteilung

Frau Yvonne Hirsbrunner/Herr Rolf Reutener
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91/Fax 061 281 75 45
info@horega.ch / www.horega.ch

159242

Wir sind ein modern geführtes Restaurant am Zürcher Waidberg mit 120 Innenplätzen sowie einer Gartenwirtschaft mit 200 Plätzen. Wir bieten unseren Gästen einen gepflegten Service mit zeitgemässer Küche. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1. Januar 2004 oder nach Vereinbarung einen

Commis de cuisine oder Chef de partie

Sie bringen Kreativität, Belastbarkeit sowie erste Erfahrungen mit – dem entgegen bieten wir Ihnen ein attraktives Salär, ein junges motiviertes Team sowie ein offenes Ohr für neue Ideen.

Zögern Sie nicht und senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Restaurant Jägerhaus
Waidbadstrasse 151
8037 Zürich

159193



heidihof
Hotel Restaurant
CH-7304 Maienfeld

Ihre neue Herausforderung als

Chefkoch oder Koch

in unserem Ganzjahresbetrieb. Auf den 1. Februar 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir Sie. Ihr Tätigkeitsumfeld bietet Ihnen modernste Infrastruktur für ein vielseitiges Angebot.

Für weitere Informationen oder ein persönliches Gespräch steht Ihnen Herr Elmer jederzeit zur Verfügung.

Rufen Sie uns an.

Tel. 081 300 47 47

159174

LATINI

RISTORANTE

Ein mediterraner Wind weht durch unser LATINI Ristorante in der Nähe des Barfüsserplatzes in Basel; ein italienisches Ambiente mit Stil und ein aussergewöhnlicher Treffpunkt für Jung und Alt.

In unser Team suchen wir eine(n)

Koch (m/w)

Sie lieben die mediterrane – im Speziellen die italienische – Kultur und Küche mit Herz und Seele. Die schlichte Zubereitung von frischen Produkten fasziniert Sie und Ihre Arbeit in der Küche verrichten Sie mit viel Freude und aus Berufung. Sie schätzen den Teildienst mit Zimmerstunde und das Mitwirken in einem kleinen Team.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Sandro Riva, Geschäftsführer
LATINI Ristorante, Falknerstrasse 31
4001 Basel, Tel. 061 261 34 43
latini.basel@bindella.ch

159254

BINDELLA terra vile pila



Willkommen an Bord

In der herrlichen Umgebung des Untersees bieten wir Ihnen traumhafte Aussichten - auch im Beruf

Wir suchen einen motivierten

Chef tournant/Junior Sous-Chef sowie einen Commis de cuisine

Sie verfügen über eine fundierte Berufsausbildung, Erfahrung und freuen sich darauf, Verantwortung zu übernehmen. Sie haben Freude Ihre Gäste durch Qualität und Kreativität zu begeistern und sind bereit ausgetretene Pfade zu verlassen? Dann möchten wir Sie gerne kennenlernen! Senden Sie bitte Ihre Unterlagen mit Foto an Roger Reuss, Direktor.



3. Platz Focus Seminarhotel 2002



Seehotel
KRONENHOF
Bildungs- und Tagungszentrum

CH-8267 Berlingen • Tel 052 762 54 00 • Fax 052 762 54 81
www.seehotel-kronenhof.ch • E-Mail: seehotel-kronenhof.ch

159046

Gesucht

ab sofort nach Interlaken ein gelernter, selbständiger

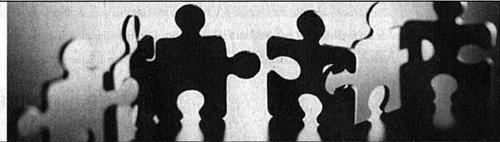
indonesischer Koch

(ideal ein Indonesier)
Für mehr Infos: 079 255 34 18
Matahari, Indonesian Restaurant

159178

PRIVATKLINIK
BETHANIE

LeiterIn Room Service...



Die Privatklinik Bethanien ist das Kompetenzzentrum am Zürichberg mit 96 Betten und Belegartsystem. Unsere Patienten haben im Rahmen der Wohlfühlgastronomie Anspruch auf ein umfassendes und qualitativ hochstehendes Angebot. Der Dienstleistungsgedanke steht im Room Service an erster Stelle.

Per 15.02.04 oder nach Vereinbarung suchen wir für diese anspruchsvolle Tätigkeit Sie: Eine organisationsstarke Führungs-Persönlichkeit mit ausgeprägter Sozialkompetenz!

Zu Ihren Hauptaufgaben bei einem Pensum von 90 – 100 % gehören:

- Als Coach führen Sie ein Team von 19 MitarbeiterInnen (SEFA & HOFA)
- Sie sind verantwortlich für die gesamte Abteilung Room-Service; exkl. Hausdienst

Sie verfügen über eine fundierte Aus- und die entsprechende Weiterbildung in der Hotellerie/ Gastronomie und können einige Jahre Berufspraxis in einer Kaderposition nachweisen. Wenn Sie zudem bereit sind, in einem lebhaften 7-Tage-Schichtbetrieb zu arbeiten, könnte dies Ihre neue Herausforderung sein.

Einer passionierten Gastgeberin bieten wir ein interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld, die 40 Stundenwoche sowie 5 Wochen Ferien.

Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Patrick A. Reiter, Leiter Hotellerie, Tel. 043 268 73 00. Ihre Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Marie-Therese Diethelm, Leiterin Personaldienst oder bewerben Sie sich unter www.klinikbethanien.ch. Wir freuen uns auf Sie.

...mit Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie/Gastronomie



Toblerstr. 51 • CH-8044 Zürich • Tel. +41 (0)43 268 70 70 • www.klinikbethanien.ch

159175



WIDDER HOTEL

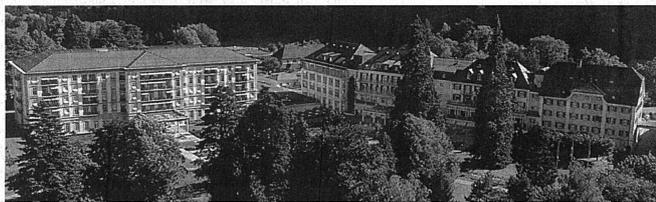
das widder hotel - der nächste schritt in ihrer karriere! für unsere moderne küche (16 Gault Millau Punkte) und junge brigade suchen wir per sofort oder nach vereinbarung initiative, motivierte köpfe mit beruferfahrung als

commis de cuisine (tournant)
commis pâtissier

die qualitätsbewusst, selbständig und engagiert unser team verstärken wollen. wir freuen uns auf ihre komplette bewerbung mit foto. fragen beantwortet ihnen herr patrick buser, küchenchef, auch gerne telefonisch.



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



Die Grand Hotels Bad Ragaz verfügen als einziges Resort der Schweiz über einen eigenen 18-Loch Golfplatz, zu dem auch ein wichtiger Restaurationsbetrieb gehört. Dieser befindet sich direkt bei den Hotels inmitten einer idyllischen Parklandschaft. Für ein längerfristiges Engagement mit Beginn auf Saison 2004 (auch Jahresanstellung möglich) suchen wir eine/n

Chef de Service

Das Golf Restaurant ist nur während der Golf-Saison geöffnet. Neben einem attraktiven A-la-Carte- und Weinangebot verwöhnen wir unsere Gäste auch bei zahlreichen Banketten und Apéros. Clubmitglieder und Hotelgäste sowie weitere Gäste aus dem internationalen Umfeld unserer Grand Hotels besuchen täglich diese tolle Infrastruktur.

Zu Ihren Hauptaufgaben zählen: Organisation und Administration des Service, Qualitätssicherung, Betreuung der Restaurant-Besucher (in den Sprachen D, E, F, ev. I), Führen und Coachen der Mitarbeiter/innen sowie aktive Mitarbeit im Service.

Sie sind gelernte/r Servicefachangestellte/r und bringen mehrijährige Erfahrung in einer ähnlichen Position und Führungserfahrung mit. Sie sind bereit, während der Saison überdurchschnittlichen Einsatz zu leisten. Qualitätsbewusstes und unternehmerisches Denken, gepflegtes Auftreten, freundliche Umgangsformen sind für Sie ebenso selbstverständlich wie organisatorisches Flair und Belastbarkeit.

Auf Sie wartet eine anspruchsvolle Führungsaufgabe in einem gehobenen Umfeld.

Erfüllen Sie obige Anforderungen noch nicht voll und ganz? Kein Problem, schicken Sie Ihre Unterlagen trotzdem ein. Zur Ergänzung unseres Team suchen wir ebenfalls zwei weitere erfahrene

Servicefachangestellte

Carmen Zimmermann, Personalbereichsleiterin, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet erste Fragen gerne telefonisch 081 303 27 23 oder per E-Mail: carmen.zimmermann@resortragaz.ch.



Grand Hotels Bad Ragaz AG · CH-7310 Bad Ragaz · Telefon +41 (0)81 303 27 27 · Fax +41 (0)81 303 27 21
www.resortragaz.ch

159248



Willkommen

Das Ambiente – ein Fest für die Sinne.
Die Küche – ein Gedicht für den Gaumen.

BRASSERIE

(15 GaultMillau-Punkte)

In der Jungfrau-Brasserie werden ausschliesslich Schweizer Produkte verwendet und serviert. Der persönliche Kontakt zu den Produzenten beeinflusst das Angebot nicht nur saisonal, sondern täglich neu.

Sie erarbeiten die kulinarischen Entdeckungen aus allen Landesteilen der Schweiz: Vom Tessiner Olivenöl über herrliche Schweizer Weine bis zum Fisch aus Schweizer Seen und ausgesuchten Käsespezialitäten.

Wir suchen SIE als

kreativen Küchenchef/in

(nach Vereinbarung)

Sie übernehmen zusammen mit unserem Executive Küchenchef und dem Team die Verantwortung für unsere anspruchsvolle, vielseitige und kulinarische Angebotspalette.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre ausführliche Bewerbung.

Emanuel Berger, Direktor



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA
3800 INTERLAKEN · TEL. 033 828 26 77 · FAX 033 828 28 80
interlaken@victoria-jungfrau.ch · http://www.victoria-jungfrau.ch
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

159250



Afin de renforcer nos équipes, nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir:

MAITRE D'HOTEL
CHEF DE RANG/COMMIS DE RANG
CHEF DE PARTIE/COMMIS DE CUISINE

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous avez le sens de l'accueil et du service personnalisé et êtes soucieux de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre métier.

Nous vous offrons une activité diversifiée, propice à un développement professionnel, une politique de formation continue adaptée à la fonction, un cadre de travail prestigieux dans une société privilégiant les relations humaines et la qualité des prestations.

Les offres manuscrites accompagnées des documents usuels sont à adresser à: Madame Marie-Laure Stauffacher, Directrice des Ressources humaines, Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne, Fax 021 613 33 20, e-mail: personnel@brp.ch

159172

BEAU-RIVAGE PALACE

LAUSANNE-OUCHY - TEL. 021 613 33 33

The Leading Hotels of the World

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

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

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
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	
7955	Chef de partie	42	DE	L-EG	sofort	D/E	
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	ZH	
7968	Küchenchef	33	FR	B-EG	sofort	D/E/F	GR/GE
7969	Küch/Sous-chef	38	DE	L-EG	sofort	D/E	
7973	Küch/Alleinkoch	39	CH	sofort	D/E/F/I	Bern+Umgeb.	
7981	Commis de cuisine	22	CH	sofort	D/F/I	Deutsch-CH/TI	
7982	Küchenchef	32	CH	sofort	D/F	Bern/Thun/Interlaken	
7987	Küch/Sous-chef	36	BE	B-EG	sofort	D/E/F	BE/VD/ZH

1	2	3	4	5	6	7	8
7988	Maitre d'hôtel	35	IT	B-EG	sofort	D/E/F/I	VD/GE/NE/Basel
7990	Service/Bufet/w	41	PT	sofort	D/F/I	Zürich	
7991	Service/Bar	28	SK	L-22	Jan.	D	Zürich+Umgeb.
7992	Service/w	35	CH	sofort	D	ZH-Oberland	
7994	Service/Bufet/w	22	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	LU/BE/zus.m.7993
7998	Service/w	45	CH	sofort	D/E/F/I	GR/BE-Oberland	

1	2	3	4	5	6	7	8
7975	Portier	22	PT	L-EG	sofort	D/F/I	BE-Oberland/zus.m.7974
7977	Zimmerfrau/Höfa	21	CH	n. Ver.	D	Bern	
7979	Küchenhilfe	40	NP	B-EG	sofort	D/E	Deutsch-CH
7986	Küchenhilfe	30	IQ	B-EG	sofort	D	St. Gallen
7993	Küchenhilfe	31	PT	L-EG	sofort	D/E/I	LU/BE/zus.m.7994
7995	Gouvemante	23	CH	Jan.	D/E	TO/ZH/SG	
7996	Höfa	18	CH	Jan.	D	AG/BL/BS/SO	

Administration/administration

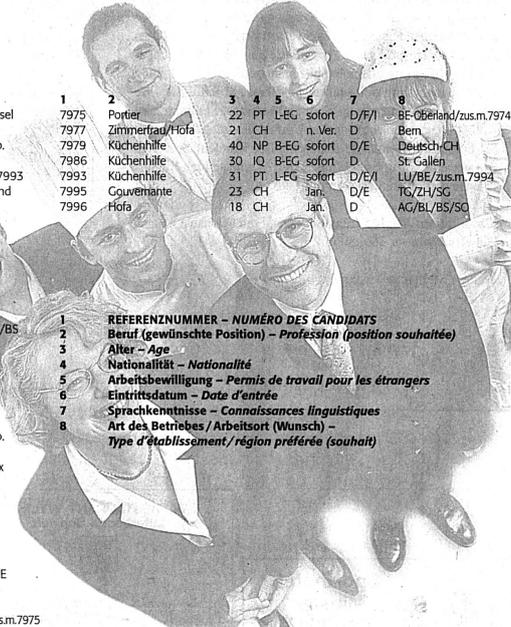
1	2	3	4	5	6	7	8
7941	Réceptionniste	56	CH	sofort	D/E/F/I	ZH	
7943	Réceptionniste	50	CH	sofort	D/E/F/I	80-100%	
7952	Anfangsreceptionist	26	IT	B-EG	sofort	D/E/F/I	Zürich
7961	Geschäftsführer	47	FR	C n. Ver.	D/E/F/I	Zentral-CH/ZH/BS	
7964	Réceptionniste	41	CH	Jan.	D/E/F	GR/VS	
7965	Ass. Geschäftsführer	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.	
7978	Réceptionniste	20	AT	L-EG	sofort	D/E/F/I	ZH/SG/GR
7983	Betriebsleiter	40	CH	sofort	D/E	Zürich+Umgeb.	
7985	Réceptionniste	27	DE	B-EG	sofort	D/E	
7989	Réceptionniste	24	TN	B-EG	sofort	D/E/I	Genf/Montreux
7997	Front Office Manager	33	DE	B-EG	sofort	D/E/I	ZH/LU/BS/TI

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
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	
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
7958	Sefa	35	CH	sofort	D/F/I	Bern/Biel/Neuenburg	
7959	Sefa	35	HU	C	sofort	D/E	Zürich
7970	Sefa	20	CH	sofort	D/E/F/I	Inner-CH/GR	
7976	Service/w	34	FR	L-EG	sofort	D	Verbier
7980	Sefa	18	CH	sofort	D/E/F/I	Inner-CH	
7984	Kellner	55	CH	sofort	D/E/F	OW/NW/LU/BE	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
7950	Haushilfe/w	17	CH	sofort	D	LU/NW/OW/BE	
7957	Gouvemante	20	CH	sofort	D/F/I		
7967	Gouvemante	29	CH	Jan.	D/E/I	Chur+Umgeb.	
7974	Zimmerfrau	25	PT	L-EG	sofort	D/E/I	BE-Oberland/zus.m.7975



REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
 Alter – Age
 Nationalität – Nationalité
 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
 Eintrittsdatum – Date d'entrée
 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

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

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

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

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(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: _____

Jahrestelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____

Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____

Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____

PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____

Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____

Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: _____

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

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

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

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

1. _____

2. _____

3. _____

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

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

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

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



In unserem internationalen Unternehmen profitieren Sie unter anderem von:

- branchenübergreifenden Reisevergünstigungen
- breiten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- überdurchschnittlichen Sozialleistungen
- internationalen Transfermöglichkeiten

Vergessen Sie Ihren Job:
Kuoni sucht Sie als

MitarbeiterIn Verkauf Meetings & Events

Für unsere Abteilung Meetings und Events suchen wir Verstärkung im Verkauf. In dieser Position identifizieren Sie sich mit potenziellen Kunden und sind verantwortlich für das Führen der Verkaufsgespräche bis zur Offertlegung und entsprechenden Durchführung. Sie unterstützen ausserdem die Abteilung in der Umsetzung des Marketing-Plans. Möchte Sie Ihre gesammelte Erfahrung im Bereich Meetings, Seminare und Events in einem internationalen Umfeld umsetzen? Verfügen Sie bereits über Kontakte zu potentiellen Kunden? Sprechen Sie ausserdem Englisch? Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Kuoni Reisen AG, Incoming Services, Frau Michaela Atland, Ueberlandstrasse 360, 8051 Zürich, Tel. +41 1 325 22 33

Weitere Stellen: www.kuoni.ch



A World of Difference

159249



Per Anfang Januar 2004 oder nach Übereinkunft suchen wir noch folgende qualifizierte MitarbeiterInnen:

Réception/Bankettservice

MitarbeiterIn mit abgeschlossener Hotelfachschule oder entspr. Ausbildung mit Berufserfahrung und sprachgewandt.

Service

Servicefachfrau oder ServicemitarbeiterIn mit Berufserfahrung.

Gute, den Berufserfahrungen entsprechende attraktive Anstellungsbedingungen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Bis bald fürs Rösslteam.

Urs und Ruth Ming-Odermatt
HOTEL WYSSES RÖSSLI
Hauptplatz 3
6430 Schwyz
Tel. 041 811 19 22
www.roessli-schwyz.ch
E-Mail: info@roessli-schwyz.ch

159177



Wir suchen per Saison 2004 (März bis November) junges, unternehmerisches Paar oder Team, für unser

Buffet/Personalrestaurant/Eventcatering

Eine gute Infrastruktur für bis zu 120 Gäste steht Ihnen zur Verfügung. Sie profitieren von bewährten Events (Brunchvorstellung, exotisches Abendessen) in einem erfolgreichen Unternehmen mit grossem Stammespublikum und kreativen Partnern.

Möchten Sie im mobilen Umfeld Ihre Stärken als Koch/Köchin, im Service/Verkauf und Kundenkontakt einsetzen? Gerne würden wir Sie kennenlernen. Senden Sie uns Ihre Bewerbung an René Strickler, z. Hd. Frau A. Happe, Postfach 1434, 8640 Rapperswil. 159237

Gesucht sportliche, naturverbundene

ALLROUNDERIN für Zimmer und Service

Wir sind ein aufgestelltes kleines Team, arbeiten mitten in der Natur, servieren unseren Gästen eine vegetarische Gourmet-BIO-Knospen-Küche. Jetzt fehlt uns noch eine motivierte Mitarbeiterin für die Saison 04, ab Mitte März bis Mitte Nov.

Haben Sie Lust an ideen- und abwechslungsreicher Tätigkeit, und dies an einem besonders schönen Ort? Dann sind Sie unsere richtige Frau. Fühlen Sie sich angesprochen, wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung.

Hotel Sass da Grüm
«Unique»
6575 San Nazzaro
091 785 21 71
www.sassdagruem.ch



159166

Lassen Sie sich nichts gefallen, sondern schön 'was bieten!

Die meisten Karrieren beginnen mit einem Anruf!

RAMADA-TREFF
Hotel Arcadia ****
Frau Rita Csaszar
Lungolago G. Molta
CH-6600 Locarno
Telefon +41 (0)91 756 18 18
Telefax +41 (0)91 756 18 28

Wir suchen für unser lebhaftes Familien-Ferienhotel am Lago Maggiore:

Stellvertretender Chef de Réception (m/w)

per 10.01.2004 bis Ende Oktober 2004, evtl. in Jahresstelle, mit Erfahrung in gleicher Position.

Check-in/out und Reservationsüberblick mit Fidelio sind Ihr tägliches Brot. Sie verfügen über gute Sprachkenntnisse (D/I/F/E) und haben allenfalls auch schon Kenntnisse anderer Reservations-systeme. Wir bieten Ihnen verschiedene Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Receptionisten (m/w)

mit mindestens 1-jähriger Hotelerfahrung. Sie sind motiviert, teamfähig und belastbar. Eigenständiges Arbeiten ist für Sie selbstverständlich. Sie beherrschen Fidelio und sprechen D/I/E/F.

Eintritt: 01.03.2004 / Austritt 31.10.2004

Nachportier Stellvertreter

Als Tourant werden Sie sowohl als Portier (3 Tage) wie auch als Nachportier (2 Nächte) eingesetzt. Sprachen I/D evtl. E.

Eintritt: 01.03.2004 / Austritt 31.10.2004

Etagenportiere

Zimmerdienste

Eintritt: 01.03.2004 / Austritt 31.10.2004

Chef-Gardemanger (m/w)

Chef Pâtissier (m/w)

Sie sind ein Profi und lieben es, unsere internationalen Gäste zu verwöhnen.

Eintritt: 24.02.2004 / Austritt 31.10.2004

Spühler

Eintritt: 24.02.2004 / Austritt 31.10.2004

TREFF Hotel Beau-Rivage ***
Frau Rita Csaszar
Viale Verbano 31
CH-6602 Locarno-Muralto
Telefon +41 (0)91 743 13 55
Telefax +41 (0)91 743 94 09

Für unser charmantes 3*-Hotel am Lago Maggiore suchen wir für die lange Sommersaison:

Receptionistinnen

3 Jahre Hotelfronterfahrung, Sprachen D/F/E/I Dialog Kenntnisse
Eintritt: 01.03.2004 / Austritt 31.10.2004

Chef de Partie

Eintritt: 15.03.2004 / Austritt 31.10.2004

Spühler/Allrounder

Eintritt: 15.03.2004 / Austritt 31.10.2004



IHRE SCHRIFTLICHE BEWERBUNG RICHTEN SIE BITTE DIREKT AN DAS ENTSPRECHENDE HOTEL. WIR FREUEN UNS AUF SIE.



RAMADA-TREFF und



TREFF-HOTELS



Sporthotel Minster CH-8842 Unteriberg

Am Fusse des Skigebietes Hoch-Ybrig, im Herzen der Schweiz

Unser Team sucht per sofort oder nach Vereinbarung eine

Servicefachangestellte

Wir bieten geregelte Arbeitszeiten (1 Woche Di. frei, 1 Woche Sa. 16 Uhr bis Mi. 16 Uhr frei) und sehr gute Anstellungsbedingungen.

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf freuen sich

Sporthotel Minster
Fam. H. und S. Jäger
8842 Unteriberg
0041 55 414 62 00

159245

Hotel Alpenruh

Wir suchen für unser rustikales Restaurant Taverne in Mürren im Berner Oberland ab sofort bis Ende Wintersaison

Serviceangestellte/r

Wer gerne in ein schönes Skigebiet kommen möchte und mit jungen Leuten zusammenarbeiten will, bewirbt sich bei:

Hotel Alpenruh /
Restaurant Taverne
Jasmin & Thomas Willem
CH-3825 Mürren / Schweiz
Tel. ++41 33 856 88 00
www.schilthorn.ch
alpenruh@schilthorn.ch

Das autofreie Mürren liegt 1'650 m ü. Meer und 18 km von Interlaken entfernt. Von Mürren haben Sie einen wunderschönen Ausblick auf Eiger, Mönch und Jungfrau.

159247

GOLFRESTAURANT WYLHOF Luterbach - Schweiz



Für unser schönes Golfrestaurant suchen wir per Mitte Januar oder nach Vereinbarung noch folgende Mitarbeiter in Jahres- oder Saisonstelle:

1. Koch

Verantwortlich für den ganzen Küchenbereich

Sie sind fachlich kompetent, flexibel, innovativ und üben Ihren Beruf mit Begeisterung und grossem persönlichen Engagement aus. Unsere 5-köpfige Brigade führen Sie souverän und freuen sich darauf, Ihre Ideen einbringen zu können. Erfahrung in der italienischen Küche ist ein Plus.

Chef de partie

Servicemitarbeiter/in
(Gute Deutschkenntnisse)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Golfrestaurant Wylhof

Ettore + Maja Nigro Barnert
Wylhof 12, CH-4542 Luterbach/SO
Tel. 032 882 65 12, Fax 032 882 65 13
E-Mail: wylhof.restaurant@bluewin.ch

159181



3427 Utzenstorf

Lust, zwischendurch einmal Gäste zu verwöhnen – und bei uns im Service zu arbeiten? Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir per sofort

Chef de Service (w)

Sind Sie eine aufgestellte und motivierte Gastgeberin und lassen Sie die Gäste Ihre Freude am Beruf spüren? Lieben Sie die Arbeit an der Front, mit allen Facetten des Verkaufs und möchten Sie mehr Erfahrung im Führen eines kleinen Teams sammeln? Sehen Sie sich in dieser Position?

Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Restaurant zum Schloss Landshut
Familie Peter und Pia Rhyn
3427 Utzenstorf
Telefon 032/665 40 44

Homepage www.restaurant-landshut.ch
info@restaurant-landshut.ch

159241

Restaurant in Zürich

Wir suchen einen

Koch

und einen

Pizzaiolo

für spanisch-italienische Küche.
Per sofort oder nach Vereinbarung.
Tel. 01 431 80 52 (Frau Dos Santos)

159200

MAGLIASO - TESSIN

Für die kommende Sommersaison von Mitte März bis Anfang November 2004 suchen wir eine aufgestellte und kompetente

Réceptionistin/kfm. Angestellte

In unserem lebhaften Ferienzentrums beherbergen wir Erwachsenen-, Jugend- und Behindertengruppen sowie auch Einzelgäste und Familien.

Wenn

- Sie eine kaufm. oder gleichwertige Ausbildung haben und über gute PC-Kenntnisse verfügen,
- Sie motiviert und einsatzfreudig sind,
- Ihnen der tägliche Umgang mit Menschen Freude macht,
- Sie deutscher Muttersprache sind und über weitere Fremdsprachenkenntnisse verfügen,

dann freue ich mich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Evang. Zentrum für Ferien und Bildung
z. H. Frau C. Zbären
Via Bosconi 11, 6983 Magliaso
E-Mail: centro-magliaso@bluewin.ch
Homepage: www.centro-magliaso.ch

159176

R.H. restaurant-bar rümlangerhof

Per 1. Januar 2004 suchen wir in unser Flughafen- und Geschäftshotel mit Restaurant eine junge

Réceptionistin mit Serviceerfahrung

die unser Team ergänzen möchte.

Sie sind eine freundliche, fröhliche, vielseitige und initiative junge Frau, die selbständige, abwechslungsreiche Arbeit in einem familiären Team sucht.

Wir haben 7 Tage geöffnet und Sie müssen flexibel in den Arbeitszeiten sein, da Sie im Hotel und im Restaurant arbeiten können.

An der Réception und im Service können Sie Ihr «Können» unter Beweis stellen. Mündliche Französisch- und Englischkenntnisse sind unerlässlich.

Senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:
Airötel + Airgastro AG
z. Hd. Frau Fellner
Glatthalstrasse 178/182
8153 Rümlang

159253

Hôtel de charme ****, situé au bord du lac Léman, recherche pour entrée immédiate ou à convenir

UN(E) ASSISTANT(E) DE DIRECTION

Au bénéfice d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous assurez le suivi du département F&B et la coordination entre les différents départements.

Bon communicateur, à l'aise dans la conduite d'équipe, vous serez apprécié pour votre entregent, votre sens des responsabilités et votre esprit d'ouverture.

D'excellente présentation, enthousiaste et motivé, vous maîtrisez parfaitement les langues française et anglaise (allemand un atout).

CHEF DE CUISINE

Pour assumer cette fonction de cadre, vous avez une expérience confirmée de plusieurs années dans un poste similaire et êtes capable de diriger et motiver une équipe d'une dizaine de personnes.

Bon gestionnaire, dynamique et créatif, vous vous distinguez par vos qualités de rigueur, d'organisation et de communication.

Si vous êtes intéressés à relever ces défis, nous vous invitons à nous envoyer votre dossier complet avec photo sous chiffre G 022-784235 à Publicitas S.A., case postale 48, 1752 Villars-s/Glâne 1.

159173



Maestro: «Fortissimo»!

Wenn Sie perfekt Italienisch sprechen, es gewohnt sind, grosse Ensembles zu dirigieren und aus den einzelnen Musikern zur grössten Begeisterung aller Zuhörer die besten Töne hervorzulocken, dann sollten Sie sich bei uns bewerben.

Für unser Resort Terme di Galzignano mit vier Hotels (415 Zimmer) in der Nähe von Abano und Montegrotto gelegen suchen wir Sie als

Resortmanager/in

Sie können eine langjährige Erfahrung in der Ferienhotellerie vorweisen, waren in vergleichbarer Position bereits mehrere Jahre erfolgreich tätig, Ihre Stärke liegt im Sales und Marketing und zudem verfügen Sie über solides Fachwissen im F & B-Bereich. Sie sind versiert im Erstellen von Budgets, pflegen engen Kontakt mit den Gästen, wissen es, Ihre Mitarbeiter stets zu Höchstleistungen zu motivieren und handeln sowohl qualitätsbewusst als auch ergebnisorientiert. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann sollten Sie sich umgehend bei uns bewerben. Mehr Einzelheiten über uns erfahren Sie unter www.ifa-hotels.de

Ihre aussagekräftigen kompletten Unterlagen mit Lichtbild senden Sie bitte an

IFA Hotel & Touristik AG, Herrn Pascal Muller
Düsseldorfer Strasse 50, 47051 Duisburg

159170

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

159084

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**



RIVER CLOUD II

A division of SEA CLOUD CRUISES GmbH

Unser Unternehmen bietet internationalen Gästen exklusive Kreuzfahrten zu den schönsten Plätzen der Erde. Mit Ihrem Engagement und Ihren bereits erworbenen Fähigkeiten tragen Sie dazu bei, dass unsere Gäste auf jeder Reise die italienische Lebensart an Bord auf höchstem Niveau genießen können.

Für unser in Norditalien kreuzendes Fünf-Sterne-Schiff RIVER CLOUD II suchen wir für die Saison von März bis November 2004:

- MAÎTRE D'HÔTEL (M/W)
- RESTAURANTSTEWARD/ESS
- BARKEEPEER (M/W)
- BARSTEWARD/ESS
- HAUSDAME (M/W)
- SOUS-CHEF (M/W)
- CHEF DE PARTIE (M/W)
- DEMICHEF DE CUISINE (M/W)
- COMMIS DE CUISINE (M/W)
- PÂTISSIER (BÄCKER/KONDIKTOR) (M/W)

WIR ERWARTEN VON IHNEN:

Erfahrung in der gehobenen Hotellerie/Gastronomie sowie gute Kenntnisse der deutschen, englischen und idealerweise italienischen Sprache. Außerdem Freude im Umgang mit internationalen Gästen.

WIR BIETEN IHNEN:

Einen anspruchsvollen Arbeitsplatz mit italemischem Flair zwischen Venedig und Cremona. Attraktive Konditionen sowie die Möglichkeit, sich für die Beschäftigung an Bord eines unserer 5-Sterne-Segelkreuzfahrtschiffe SEA CLOUD und SEA CLOUD II zu qualifizieren.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

HAMPTON SHIPPING Ltd. c/o SEA CLOUD CRUISES GmbH
Ballindamm 17 • D-20095 Hamburg • E-Mail: jobs@hampton-shipping.com

159280

IMAGE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

WIRTEPRÜFUNG!
 Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Führung. Interessiert? Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
 Strasse: _____
 PLZ/Ort: _____
 Beruf: _____ Alter: _____
 Tel.: _____ htr

IMPRESSUM

htr hotel-tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
 Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
 Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH (ad interim): Christian Hodler
 Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel
 Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyerler
 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

DOMINO GASTRO
 Ihr Personal-Profi

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	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 Hotelia
 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. 061 382 21 57 / 079 475 11 33, Fax 061 382 21 56
 PERSONALREKRUTIERUNG IN SEKUNDENSCHNELLE

JCW services
ÜBERSETZUNGEN
TRADUCTIONS
 www.jcwservices.ch
 Waldhofstr. 43 CH-4310 Rheinfelden
 ☎ 061/422 06 57 Fax 422 06 56
 info@jcwservices.ch 159235

STELLENGESUCHE

Belastbare Person sucht **Hilfsstelle** für **Wintersaison 2003/04**, im Hotel (Ausländer) (F).
 Sprachkennt.: F (Mutterspr.), Engl.; fließ., Dt.; mittel, Niederl.; gut – EDV. Gute Erscheinung, Dynam., Ordnung, Hygiene. Gebiet: Wallis, vorz. Anzère, Grans, 50%, sonst ferner, wenn Unterkunft. **Telefon 079 7939479.** 159197

Erfahrener Allrounder sucht die
NICHT ALLTÄGLICHE STELLE
 Schweizer, 39, Hotelfachschule, Beratung, Internet, Marketing, Buha, D/E/F, sucht eine neue Herausforderung in einem Betrieb oder Verwaltung. Gerne erhalten Sie weitere Infos.
 Erster Kontakt über E-Mail: fanb@bluemail.ch 159229

« Ambitionen »

Personalrekrutierung und -beratung seit 1990.

1. Gouvernante
 → Ferienhotellerie;
 Führen von einer grossen Brigade, Führungserfahrung;
 Eintritt ab 02/2004

Pâtissière/e
 → Stadthotellerie;
 kleine Brigade, Alleinverantwortung;
 Eintritt ab 01/2004

Chef/in de Service
 → Seminar- und Kongresshotellerie;
 Mitarbeiterführung, Verantwortung, Gästeorientiert;
 Eintritt ab 01/2004

Chef/in de Réception
 → Stadthotellerie;
 Check-in, Check-out, Gästebetreuung, Verantwortung;
 Eintritt ab 02/2004

Nightaudit
 → Seminar- & Wellnesshotellerie;
 Verantwortung in der Nacht, Abschlüsse tätigen;
 Eintritt ab sofort

Wellnessleiter/in
 → Wellnesshotellerie;
 aktiv Mitarbeiten, Team führen, Pläne erstellen;
 Eintritt ab sofort

weitere Angebote für die Sommersaison 2004 auf allen Positionen in der ganzen Schweiz

»Rufen Sie uns an wir freuen uns Sie kennen zu lernen«

gastro
 gastro S Haus Howald GmbH
 XL-Zentrum/Bahnhofstr.8, 5080 Laufenburg
 Tel. 062 869 40 40 / Fax 062 869 40 44
 E-Mail: jobs@gastro-S.ch 159244

www.gastro-S.ch

RIVER CLOUD II
 A division of SEA CLOUD CRUISES GmbH

Unser Unternehmen bietet internationalen Gästen exklusive Kreuzfahrten zu den schönsten Plätzen der Erde. Nicht nur landschaftlich und kulturell, auch kulinarisch erleben unsere Gäste Reisen auf höchstem Niveau.

Für unser in Norditalien kreuzendes Fünf-Sterne-Schiff RIVER CLOUD II suchen wir für die Saison von März bis November 2004:

CHEF DE CUISINE (M/W)

Mit frischen Produkten, guten Ideen und Liebe zur regionalen Küche Italiens gestalten Sie mit Ihrem jungen Team herausragende Menüs.

WIR ERWARTEN VON IHNEN:
 Führungspersönlichkeit und Erfahrung in der gehobenen Hotellerie/Gastronomie. Begeisterung für exzellentes Essen und die italienische Lebensart. Außerdem gute Kenntnisse der deutschen, englischen und idealerweise italienischen Sprache.

WIR BIETEN IHNEN:
 Einen anspruchsvollen Arbeitsplatz mit dem Flair der Regionen Umbrien, Venetien, Parma und Emilia Romagna. Außerdem attraktive Konditionen sowie die Möglichkeit, sich für eine Beschäftigung an Bord unserer 5-Sterne-Segelkreuzfahrtschiffe SEA CLOUD und SEA CLOUD II zu qualifizieren. 159259

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:
 HAMPTON SHIPPING Ltd. c/o SEA CLOUD CRUISES GmbH
 Ballindamm 17 • D-20095 Hamburg • E-Mail: jobs@hampton-shipping.com

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.