

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 111 (2003)
Heft: 51-52

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 90 Stellenangeboten



PETER GAGO / Der Penfolds-Chefönologe äussert sich zu den Vor- und Nachteilen einer Grosskellerei. SEITE 2



BRANCHENRÜCKBLICK / Die Highlights aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie des zur Neige gehenden Jahres auf den SEITEN 4+5



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Spuren

MARIETTA DEDUAL

«**U**nübersehbare Spuren hinterlassen wir dann, wenn wir den Mut haben, Wege zu gehen, die vor uns noch niemand gegangen ist.» Der Satz passt in die jetzige festlich-besinnliche Zeit, in der es ganz gut tut, auch persönlich ein bisschen das vergangene Jahr Revue passieren zu lassen und für das bevorstehende einige Vorsätze zu fassen.

- Habe ich nur gespurt oder auch Spuren hinterlassen?
- Wo war ich auf ausgetretenem Weg, wo auf wenig begangenen Weg und wo habe ich einen Weg zum ersten Mal betreten?
- Bin ich zu oft in die Fussstapfen anderer getreten?
- Welche sind meine sichtbaren und welche meine unsichtbaren Spuren?
- Wann hab ich Spuren hinterlassen, wann Eindrücke?
- Führen meine Spuren zum Herzen meiner Mitmenschen? Oder nur zum Portemonnaie?
- Und die Spuren meiner Mitmenschen - führen sie auch ab und an zu mir?

Friedlich-fröhliche Festtage und ein neues Jahr, das eindrücklich schöne Spuren hinterlässt, das wünschen Ihnen von Herzen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der hotel + tourismus revue.

Ihre nächste hotel+tourismus revue finden Sie am 8. Januar 2004 in Ihrem Briefkasten oder am Kiosk.

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5
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



Foto: Swiss-Image



TIEFE SPUREN IM SCHNEE

Mögen Sie, liebe Leserin, lieber Leser, Spuren hinterlassen - Spuren, die in eine freudvolle und eine erfolgreiche Richtung weisen.

MEHRWERTSTEUER

Positives Signal für Hoteliers

National- und Ständerat haben die Möglichkeit eines Mehrwertsteuer-Sondersatzes für die Hotellerie in der Bundesverfassung verankert.

Das Geschäft war im Parlament allerdings umstritten, plädierte doch Finanzminister Kaspar Villiger bei der Beratung der neuen Finanzordnung für die Abschaffung des Sondersatzes. Er kritisierte, die Hotellerie solle nicht nach dem Giesskannenprinzip subventioniert werden. Es gebe bessere

Möglichkeiten zur Unterstützung der Tourismusbranche.

«Leider hat der Bundesrat diese aber nicht aufgezeigt», hält Christoph Juen, Direktor von hotellerieuisse, entgegen. «Für die Tourismuswirtschaft gibt es keine Exportrisikogarantie und keine Investitionsrisikogarantie, wie sie für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Industrie vorhanden sind», so Juen. Beim Durchforsten möglicher Exportförderungsmaßnahmen sei deshalb einzig der Mehrwertsteuer-Sondersatz übrig geblieben. TL

Siehe Seite 3

TAGESTOURISMUS

Der Tag lässt sich verlängern

Die Hälfte des touristischen Konsums der Schweizer im Inland stammt vom Tagestourismus. Sein Potenzial an Wertschöpfung wird nicht voll ausgenutzt.

Für typische Tagestourismus-Regionen sind die Verknüpfung und die geschickte Inszenierung der touristischen Angebote von zentraler Bedeutung. Zu diesem Schluss kommt eine Studie, die unter der Leitung des Seco von BAK Basel Economics ausgeführt wurde. Die «häufig vergleichsweise

wenig attraktiven und zudem nur ungenügend miteinander verbundenen touristischen Angebote» erschwerten die Steigerung der Wertschöpfungsintensität im Tagestourismus. Ein willkommener Zusatzeffekt der verbessernden Massnahmen, welche die Studie vorschlägt, ist der Zuwachs an Attraktivität auch für den übernachtenden Tourismus.

Zu den wertschöpfungsintensivsten Tagestourismusformen in den Städten zählen Wellness-Angebote. Hohes Potenzial wird dem Shopping-Tagestourismus zugemessen. KJV

Siehe Seite 9

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

Zielsicher zu Ihrem Gast mit Fidelio Suite 8

In guten Häusern zu Hause:
Fidelio Suite 8 von
Check-In Data 01 701 96 96

CHECK IN DATA

Miele
Service-Abonnement.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

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

Weil Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.
MIRUS Software AG - Mattstrasse 10 - 7270 Davos
Telefon 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.ch

Dies ist ein Erfolgsmittel!
Wählen Sie 031 370 43 40

Beratung SHV
Ihr Partner für Organisations- und Küchenplanung

Schweizer Hotellier-Verein,
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 40,
Fax 031 370 43 44

htr IN KÜRZE

Weihnachtsmärkte / Sie bringen Gäste und Wertschöpfung, wie eine Umfrage in Deutschland, Österreich, Frankreich und der Schweiz zeigt. Zürich beispielsweise macht mit einem Package aus Tagesgästen Übernachtungsgäste. **Seite 7**

Enjoy Switzerland / Nun hat auch Zermatt das Gastfreundschaftsprojekt lanciert. Vorerst ist in den Pilotdestinationen Basisarbeit angesagt. Informieren, analysieren und organisieren heissen die Stichworte. **Seite 10**

Luxus pur / Der neue Spa «E'Spa» im Interlaken 5-Sterne-Hotel Victoria-Jungfrau ist eröffnet worden. 17 Millionen Franken hat der Wellnessbereich gekostet, den die Londoner Expertin Susan Harmsworth konzipiert hat. **Seite 11**

Auf Budgetkurs / Insgesamt 30 Millionen Franken werden im «Park Hotel Waldhaus» in Flims investiert. Der Wellnesskubus «Delight», der gerade rechtzeitig für die Wintersaison fertig geworden ist, macht die Hälfte davon aus. **Seite 12**

Prix Culinaire Pierre Taittinger / Am 37. «Prix Culinaire International Pierre Taittinger» in Paris belegte der Schweizer Repräsentant Laurent Eperon den ehrenvollen vierten Platz. Er qualifizierte sich mit einem «Carré de veau glacé au citron et à l'orange». **Seite 13**

Restauranttrends USA / In den Jahren der gut verdienenden Yuppies galt das Bestellen eines Festpreismenus als «Sich-nicht-anderes-leisten-Können». Zurzeit haben preisgünstige Luch- und Dinner-Angebote auch in den Luxusrestaurants Hochkonjunktur. **Seite 14**

Schweizer in Polen / Der Schweizer Kurt Scheller bietet Kurse für Amateur- und Profiköche in Polens erster und einziger Koch-Akademie in Warschau. Dank wachsendem Wohlstand entwickeln immer mehr Polen Lust auf kulinarische Entdeckungen. **Seite 17**

Kaffee-Preis / Im laufenden Jahr musste für ein Café crème mehr bezahlt werden. Die Preiserhöhung fiel jedoch relativ bescheiden aus. Einzelne Cafetiers werden aus betriebswirtschaftlichen Gründen auch im Jahr 2004 für das Café crème mehr verlangen. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Markt zieht an / Die Tourismusdirektoren der Romandie rechnen damit, dass ab Mai wieder mehr Gäste aus Japan und den USA kommen. Sie bestätigen damit die Prognosen, die hotellerieuisse vor einer Woche abgegeben hat. **Seite 1**

Crans-Montana / Der Walliser Ferienort verliert Betten. Mehrere Hotels haben ihre Tore bereits geschlossen, weitere werden folgen. Eine Kommission sucht nun nach Lösungen, um das Beherbergungsangebot wieder anzukurbeln. **Seite 2**

Louis Moix / Er hat Téléverbier erfolgreich an die Börse gebracht, bedauert aber, dass sich die Tourismusregion «4 Vallées» immer noch keine gemeinsame Struktur gegeben hat. Eine Zusammenarbeit ermögliche grosse Einsparungen. **Seite 3**

Neue Organisation / In Zusammenarbeit mit der Ecole hôtelière de Lausanne gründen die ehemaligen Schüler das «EHL Alumni Centre». Es soll ein gutes Beziehungsnetz sicherstellen und allen Diplomierten offen stehen. **Seite 4**

FORUM

Guten Mutes blicken wir ins nächste Jahr

CHRISTIAN REY

Mit grosser Genugtuung konnten wir in den letzten Wochen einige für die Hotellerie positive Entscheidungen und Signale zur Kenntnis nehmen. Es sind dies der «Approved Destination Status», den die Schweiz ab 2004 für chinesische Touristen erlangen wird, und die Prognosen, die



für das nächste Jahr fast ausnahmslos im Plus-Bereich sind. Zu den positiven Signalen seitens der Politik gehören insbesondere die bundesrätlichen Vorschläge für eine Unternehmens-Steuerreform II und die vom Nationalrat abgegebene Grundlage in der Neuen Finanzordnung, die eine Weiterführung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes für die Hotellerie auch nach 2006 ermöglicht.

Nun sind diese erfreulichen Nachrichten für hotellerieuisse keineswegs ein Grund, die Hände in den Schoss zu legen – ganz im Gegenteil gibt es auch 2004 für den Unternehmerverband der Schweizer Hotellerie viel zu tun:

– Wir planen – zusammen mit Schweiz Tourismus – eine Broschüre, welche die Gastgeber mit praktischen Tipps und Hinweisen optimal auf ihre neuen chinesischen Gäste vorbereitet.

– Die Vorschläge zur Unternehmens-Steuerreform II richten sich vor allem an kleine und mittlere Firmen, zu denen die Hotels fast ausnahmslos gehören. Die präsentierten Ideen zur Linderung der Doppelbesteuerung ausgeschütteter Gewinne sowie die gezielten Massnahmen zugunsten der Personen-Unternehmen etwa im Blick auf die Nachfolgeregelung werden unsere besondere Aufmerksamkeit erhalten. Ebenso die Frage der Reduktion der administrativen Belastungen für Unternehmerinnen und Unternehmer in der Schweiz.

– Die im Rahmen der neuen Bundes-Finanzordnung vom Nationalrat beibehaltene Möglichkeit zur Erhebung eines reduzierten Mehrwertsteuer-Satzes für die Hotellerie ist ein Element zur Stärkung unserer internationalen Wettbewerbsfähigkeit. 2004 steht deshalb die Unterstützung dieser Vorlage in der Volksabstimmung an.

Es gibt also eine Menge zu tun – packen wir es an! In diesem Sinn wünsche ich allen Leserinnen und Lesern der hotel + tourismus revue angenehme Festtage sowie für 2004 Gesundheit und Erfolg.

Christian Rey ist Präsident von hotellerieuisse.

PETER GAGO, PENFOLDS

«Man muss seine Weine mit den grossen Vorbildern messen»

Penfolds ist der bekannteste Weinproduzent Australiens und Vater des Kultweines «Grange». Die htr unterhielt sich mit Penfolds-Chefönologe Peter Gago über Sinn und Unsinn einer Grosskellerei sowie über die Zukunft von Massen- und Topweinen.

INTERVIEW: CHANDRA KURT

■ Seit letztem Jahr sind Sie Chefönologe des bekanntesten australischen Weinunternehmens. Was muss man sich eigentlich unter einem Chefönologen vorstellen?

Nichts weiter als einen Teamleiter. Ich arbeite mit einer Handvoll weiterer Önologen zusammen und Sorge dafür, dass man den Stil des Hauses Penfolds Jahr für Jahr wieder erkennt. Gleichzeitig entwickeln wir neue Weinstile.

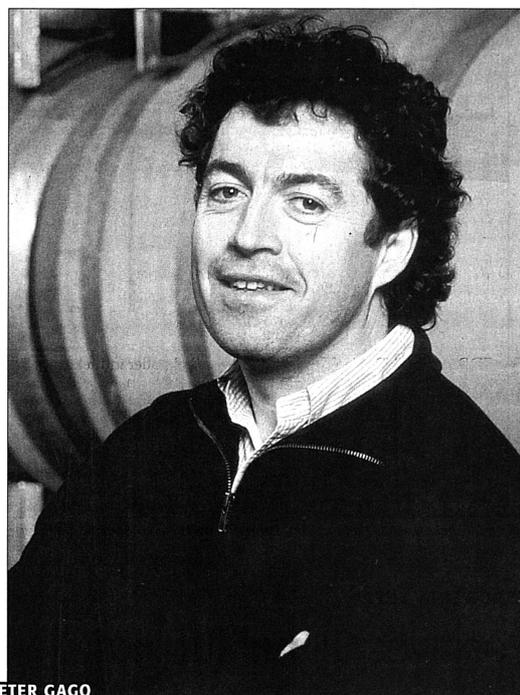
■ Wie entscheiden Sie denn, wann der Wein den richtigen Stil hat?

Nie alleine. Wir degustieren regelmässig Fassproben und ich sammle alle Inputs. Es ist ein grosser Vorteil, mehrere Meinungen berücksichtigen zu können, zumal nicht jeder gleich degustiert. Aber mit der Zeit weiss man, wer welche Aromen besser heraus schmeckt. Und all diese Informationen helfen mir, Entschlüsse zu fällen. Hinzu kommt, dass unsere Weingärten und unsere Winzerpartner in allen Topweinregionen Australiens liegen. So können wir grosse Jahrgangsschwankungen einfach ausgleichen.

■ In den letzten Jahren hat sich die Qualität der Weine massiv verbessert, insbesondere bei den günstigeren Weinen. Die Preisunterschiede sind heute im Vergleich zu den Qualitätsunterschieden viel grösser. Wie empfinden Sie das?

Es hat sich tatsächlich verbessert. Noch vor ein paar Jahren konnte man sich

Foto: zfg



PETER GAGO

Der Penfolds-Chefönologe muss sich heute viel mehr mit der Qualitätsverbesserung am unteren Ende der Qualitätsstufe auseinandersetzen.

cher sein, dass ein günstiger Wein sicher nicht so gut schmecken würde wie ein teurerer. Heute trifft das nicht mehr zu. Für mich als Weinmacher bedeutet dies, dass ich mich viel mehr mit der Qualitätsverbesserung am unteren Ende der Qualitätsstufe auseinandersetzen muss. Gutes oder Top-Wein zu machen, ist nicht einfach, aber im Grunde genommen doch einfacher. Denn man nimmt die besten Reben der besten Lagen und vinifiziert sie aufwändig und lang. Im Gegenzug dazu kann man auch einen höheren Preis für sie verlangen.

«Boutique-Kellereien sind nicht breit bekannt, sondern nur unter Weinfreaks.»

Um gute günstige Weine zu produzieren, müssen viel mehr Entscheidungen getroffen werden. Zum Beispiel welche Sorten man mischt oder gar welche Sorten man neu anpflanzt, falls man im Markt einen speziellen Aromatrend spürt.

■ Für Sie ist es demzufolge spannender, einen guten Schnäppchenwein zu vinifizieren?

Spannender sicher. Auf der anderen Seite bringt die Produktion von Topweinen mehr Ansehen ein. Glücklicherweise der Winzer, der beides machen kann.

■ Kann eine Kellerei nur berühmt werden, wenn sie Topweine produziert?

Nein, zumindest grosse Kellereien nicht. Sie müssen beides anbieten. Spricht man von den kleinen Boutique-Kellereien, die jährlich ein paar tausend Kästen teuren Topweins produzieren, ist das möglich. Allerdings sind diese meist nicht breit bekannt, sondern nur unter Weinfreaks.

■ Penfolds ist eines der wenigen Unternehmen, die zuerst den Topweins lanciert haben und dann im Verlauf der Jahre immer einfachere Weine um den «Grange» drapierten. Üblich bei Überseekellereien ist, dass sie unten anfangen und nach einigen Jahren ihren Spitzenwein auf den Markt bringen.

Das stimmt. Für mich ist daran positiv, dass das Niveau unserer Kellerei gesetzt ist. Ich weiss, was gefragt ist

und dass ich mich sehr anstrengen muss, wenn ich höher hinaus will. Grange ist im Übrigen nicht unser oberster Wein. Je nachdem wie das Jahr war, vinifizieren wir noch den einen oder anderen Topwein. Allerdings sind diese sehr limitiert.

«Wir bemühen uns, unseren eigenen wieder erkennbaren Stil zu bewahren.»

■ Haben Sie nicht Angst, dass die Konsumenten langsam aber sicher durch die uniformen Modeweine gelangweilt sind und Neues suchen?

Natürlich. Darum sind wir auch bemüht, unseren eigenen wieder erkennbaren Stil zu bewahren. Auch in den neuen Weinen. Was man jedoch nicht vergessen darf, ist, dass noch nicht alle Weinmärkte erschlossen sind. Die USA zum Beispiel haben 15 Mal mehr Bewohner als Australien. In Australien beträgt der Pro-Kopf-Weinverbrauch 19,6 Liter pro Jahr. In den USA beläuft sich die Konsumation auf 9,4 Liter. 41 Prozent der Amerikaner trinken überhaupt nicht. Damit will ich nur aufzeigen, dass der Markt, noch lange nicht ausgeschöpft ist.

■ Wie wichtig ist Ihnen der Weinbau in Europa?

Enorm wichtig. Nicht punkto Absatz, aber punkto Geschichte und Wissen. Auch wenn unser Weinhaus auf eine lange Tradition zurückblicken kann, ist Europa ein grosses Vorbild. Man muss wissen, was in anderen Weinbauregionen passiert und seine Weine mit den grossen Vorbildern vergleichen und messen. Hugh Johnson sagte einmal, ein alter Grange schmecke wie ein alter Pomerol. Für mich ist dies ein wunderbares Vergleichsbeispiel.

Peter Gago

Peter Gago kam 1989 zu Penfolds und ist seit 2002 Chefönologe des australischen Weinunternehmens. Zuvor studierte er an der Universität von Roseworthy angewandte Wissenschaft. Seinen Abschluss machte er in Önologie. Gago ist für seine Reiselust und seine Liebe zu Australien bekannt. Er bereiste alle Kontinente und brachte Tausenden von Menschen die Güte australischer Weine bei. Zusammen mit Patrick Iland hat Gago folgende Bücher verfasst: «Australian Wine – From the Vine to the Glass» und «Australian Wines – Tastes and Styles». **CHK**

My Travel mit Rekordverlust

London. Der britische Reisekonzern My Travel hat im vergangenen Geschäftsjahr den höchsten Verlust seiner Geschichte geschrieben. Das Minus vor Steuern lag bei rund 2 Mia. Fr. Für das Geschäftsjahr 2003/04 erwartet die ehemalige Airtours-Gruppe eine Verbesserung des Ergebnisses. Im Jahr darauf will sie wieder schwarze Zahlen schreiben. My Travel hat sich auf günstige Reisen nach Spanien und Griechenland spezialisiert. *TL/sda*

Eine Fusion ist geplant

Jungfraubahn Holding AG. Die Holding und die Bergbahnen Grindelwald-First AG wollen über eine Fusion verhandeln, heisst es in einer Pressemitteilung. Dies im Interesse beider Unternehmen. Erst sollen diese jedoch von Treuhandgesellschaften bewertet werden. Am 8. April sollen die Generalversammlung der Bergbahnen Grindelwald-First AG und die ausserordentliche Generalversammlung der Jungfraubahnen über die Fusion befinden.

Die Jungfraubahnen haben zudem eine Vertretung der Jungfrauregion in Shanghai initiiert. «Wer dabei sein will, muss sich verpflichten, während drei Jahren einen Jahresbeitrag von mindestens 20000 Franken zu leisten», erklärte Marketingleiter Urs Kessler der «Berneer Zeitung». Die Jungfraubahnen wollen dann ihre bisherige eigene Vertretung in Shanghai schliessen. Grindelwald, Interlaken und einige Unternehmer haben bis jetzt zugesagt. *KJV*

Gesundheit im Fokus

Luzern. Stadt und Region sollen gemäss einem Masterplan gezielt Investoren in Gesundheit und Wellness anlocken. «Nur schon um den heutigen Wohlstand der Stadt halten zu können, müssen wir wachsen», sagte Finanzdirektor Franz Müller der «Neuen Luzerner Zeitung». «Wir können aber weder ein Finanz- noch ein Chemieplatz werden.» Den Masterplan arbeitete das Büro Hanser und Partner aus. Weltweit sei der Wellness- und Gesundheitsbereich «einer der

interessantesten Zukunftsmärkte», erklärte Finanzdirektor Müller. Den Aufbau dieses Angebots in Luzern könnten Zulieferer aus Bereichen wie Kosmetik, Naturheilmittel, Medizintechnik, Anlagenbau nutzen. Als nächstes soll die Stadt einen städtebaulichen Wettbewerb über das Dreieck Bahnhof-Tribtschen-Steghof am linken Seeufer ausschreiben, mit Zeithorizont 2030 für die Realisierung. Das Stadtparlament soll 550 000 Franken für weitere Abklärungen bewilligen. *KJV*

Neue Walliser Organisation

Brig-Belalp Tourismus. Mit knapp 1000 Mitgliedern, gegen 500 000 Übernachtungen und einem Budget von 1,3 Mio. Franken wird der neue Verein nach Zermatt, Leukerbad und Saas Fee zur viertgrössten Tourismusorganisation im Oberwallis. Er entstand aus der Fusion der Verkehrsvereine Brig am Simplon und Naters-Blatten-Belalp. Die Gründungsversammlung wählte einen zwölfköpfigen Vorstand unter dem Präsidenten Jules Lauber. *KJV*

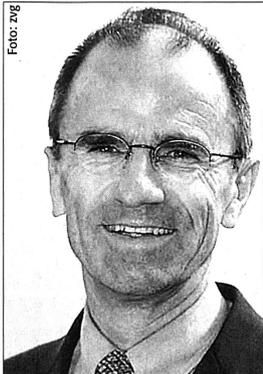
GRAUBÜNDEN

Eine Internet-Kooperation mit ST

Graubünden Ferien (GRF) kooperiert im Bereich Internet mit Schweiz Tourismus: Durch die Integration der Technologie von Schweiz Tourismus (MySwitzerland.com) werden Inhalte nicht mehr doppelt und mehrfach erhoben und erfasst. Auf eine Kurzformel gebracht, heisse dies: Einmalige Erfassung, vielfache Nutzung. Dank ST sei auch die weltweite Distribution in mehreren Sprachen sowie die laufende technologische Weiterentwicklung garantiert, heisst es in einer Pressemitteilung. Damit würden – gerade für Partner auf lokaler/regionaler Ebene – Ressourcen frei.

Als Vision schwebt der Dachorganisation ein Internet-Dienstleistungszentrum für den ganzen Kanton vor. Als erster Schritt wurde jetzt der neue Auftritt von GRF aufgeschaltet.

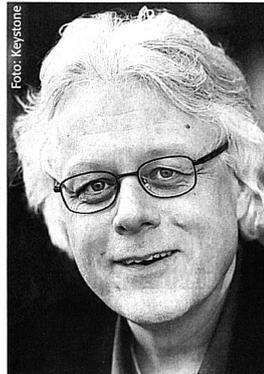
Am Pilotprojekt sind neben GRF die Tourismusorganisationen von Savognin und Disentis Sedrun beteiligt. Nach dem Abschluss der Pilotphase soll die weitere Entwicklung einem Kompetenzzentrum Internet Graubünden anvertraut werden. Auftrag und Geschäftsmodell sind zurzeit in Arbeit. Das Tätigkeitsfeld des Kompetenzzentrums umfasst voraussichtlich folgende Bereiche: Technologische Weiterentwicklung gemeinsam mit ST, Projektmanagement, Beratung sowie Umsetzung weiterer Aufträge. *CK*



Für Duri Bezzola (FDP) ist der MWST-Sondersatz notwendig.



Für Ursula Haller (SVP) schafft er bessere Karten im Konkurrenzkampf.



Für Peter Bodenmann (SP) liegen die wichtigen Probleme andernorts.

MWST-SONDERSATZ

«Das ist kein Geschenk»

Ob FDP oder SVP: Nationalräte aus den Tourismuskantonen haben sich für den Mehrwertsteuer-Sondersatz der Hotellerie eingesetzt. Hotelier Peter Bodenmann teilt die Ablehnung der SP nicht, findet aber, dass andere Probleme angepackt werden müssten.

«Meine Position ist das nicht», erklärte der Briger SP-Politiker und Hotelier Peter Bodenmann auf Anfrage. Aber der Sondersatz bringe zu wenig. «Warum kaufen wir so teuer ein? Warum bauen wir so teuer?» Diese Fragen stellt Bodenmann ins Zentrum. Er ist überzeugt, dass die Rahmenbedingungen im Tourismus geändert werden müssen, um nur annähernd europäische Preise erzielen zu können.

«Meine Position ist das nicht», erklärte der Briger SP-Politiker und Hotelier Peter Bodenmann auf Anfrage. Aber der Sondersatz bringe zu wenig. «Warum kaufen wir so teuer ein? Warum bauen wir so teuer?» Diese Fragen stellt Bodenmann ins Zentrum. Er ist überzeugt, dass die Rahmenbedingungen im Tourismus geändert werden müssen, um nur annähernd europäische Preise erzielen zu können.

■ THERES LAGLER

Nach dem Ständerat hat auch der Nationalrat die Abschaffung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes für die Hotellerie in der neuen Finanzordnung abgelehnt – mit 99 zu 74 Stimmen. Dieses Resultat war nur möglich, weil sich FDP-Nationalräte wie der Tessiner Fulvio Pelli und der Bündner Duri Bezzola gegen ihren Bundesrat Kaspar Villiger stellten. «Der Sondersatz ist kein Geschenk, sondern eine gerechte Behandlung einer Exportbranche», findet Bezzola. Die Tourismusindustrie sei die einzige Wachstumsindustrie, und ausgerechnet dort verliere die Schweiz dauernd Marktanteile. Für den Bündner ist der tiefere Mehrwertsteuersatz deshalb eine wichtige Massnahme, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. «Schliesslich kennen 12 von 15 EU-Ländern einen Sondersatz, der deutlich unter dem Normalwert liegt», argumentiert der FDP-Politiker weiter.

150 MILLIONEN FRANKEN FÜR INVESTITIONEN

Auch die Thuner SVP-Nationalrätin Ursula Haller kämpfte im Parlament mit Vehemenz für den Sondersatz. «Ich will keinen Heimatschutz, aber die Hoteliers sollen die Möglichkeit erhalten, auf die anstehenden Herausforderungen zu reagieren», sagt sie. Sie kenne die Verhältnisse im Berner Oberland. Eine Struktur Anpassung sei da nicht ohne weiteres umzusetzen. «In Dörfen wie Grindelwald leben 80 bis 90 Prozent der Bevölker-

SP KRITISIERT DIE TOURISMUSLOBBY

Geschlossene Ablehnung schlug dem Mehrwertsteuer-Sondersatz einzig von der SP und den Grünen entgegen. Er widerspreche dem Spargedanken, betonte der Basler SP-Nationalrat Remo Gysin. Mit der Abschaffung des Sondersatzes könne der Bund jährlich 150 Millionen Franken mehr einnehmen. Und sein Berner Parteikollege Rudolf Strahm bezeichnete den Sondersatz sogar als «Schandtat» der Tourismuslobby.

3,6% STATT 7,6%: NUR BIS 2007 GESICHERT

Doch was bedeutet nun eigentlich die Verankerung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes in der Bundesverfassung? Die neue Finanzordnung gilt bis 2020. Sie schafft aber nur die Voraussetzung, um eine reduzierte Mehrwertsteuer erheben zu können. Der heutige Sondersatz von 3,6% statt 7,6% läuft Ende 2006 aus. Für Christoph Juen, Direktor von hotellerie-suisse, ist deshalb klar, dass erst ein Etappenziel erreicht ist. «Für die Fortsetzung des Sondersatzes ab dem Jahre 2007 müssen wir anlässlich der Revision des Mehrwertsteuer-Gesetzes erneut kämpfen», betont Juen.

IN EIGENER SACHE

Neuer Anzeigenleiter bei der htr

Oliver Egloff (32), noch bis Ende Jahr Kundenberater bei der Publicitas in Bern, wird ab 5. Januar 2004 in der Funktion als Anzeigenleiter die Kunden der hotel + tourismus revue betreuen. Oliver Egloff verfügt über den eidg. Fachausweis als Verkaufskordinator sowie breite Erfahrungen im Aussendienst.



Wir heissen Oliver Egloff herzlich willkommen und wünschen ihm alles Gute und viel Erfolg.
hotel + tourismus revue
Verlag und Redaktion

E-Mail: oliver.egloff@swiss-hotels.ch, Telefon 031 370 42 49, Fax 031 370 42 23

KURZ UND BÜNDIG

htr-Abo-Service: Neue Telefonnummer

Der Abo-Service der hotel + tourismus revue hat ab sofort eine neue Telefonnummer, diese lautet 031 740 97 93 *Verlag htr*

Türkei: Nestlé verkauft

Die Nestlé-Gruppe hat ein Abkommen über den Verkauf ihres Milchgeschäfts in der Türkei an Danone abgeschlossen. Die Transaktion betrifft die gekühlten Milchprodukte sowie die UHT-Milchprodukte von Nestlé. *DST*

SCHWEIZ TOURISMUS

Der nächste Ferientag

Er steht schon wieder vor der Tür: Der 7. Schweizer Ferientag von Schweiz Tourismus findet am 19./20. April 2004 im Hotel Allegro Grand Casino Kursaal in Bern statt.

Er beginnt wiederum mit der Mitgliederversammlung. Am Nachmittag steht «Smart Selling» auf dem Programm: Produkte erfolgreich gestalten, positionieren, kommunizieren und verkaufen. Die Synergy Night in der Markthalle Bern beendet den ersten Tag. Mit «Smart Selling» beginnt auch der Dienstag. Neu gibt es zusätzlich Zeit für den Besuch von Markt-, Informations- und Partnerständen von ST. Anschliessend folgen die Key Partner Meetings.

Anmeldefrist für den Ferientag ist der 1. März 2004. ST-Mitglieder bezahlen eine Einschreibgebühr von 250 Franken, Nicht-Mitglieder 500 Franken. Wer noch nicht Mitglied von ST ist, kann von einer bis 1. März befristeten Aktion profitieren: Wer sich als Mitglied bei ST einschreibt, bezahlt für den 7. Schweizer Ferientag keine Einschreibgebühr. *CK*

Anmeldung über www.STnet.ch. Auf der Homepage finden Sie unter 7. Schweizer Ferientag 2004 alle Details.

SGH-Darlehen um 40 Prozent gekürzt

60 statt 100 Millionen Franken: Die eidgenössischen Räte haben im Rahmen des 3-Milliarden-Entlastungsprogramms beschlossen, das zinslose Darlehen an die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) für die Jahre 2003 bis 2007 um weitere 20 Millionen Franken zu kürzen. Eine erste Tranche von 20 Millionen Franken wurde bereits im Sommer weggestrichen, um die Ausgabenbremse einzuhalten.

«Es ist schade, dass damit eine doppelte Reduktion vorgenommen wird», hält SGH-Geschäftsführer Andreas Deuber enttäuscht fest. Er hatte bis zuletzt auf eine Kompromisslösung gehofft. «Unser Handlungsspielraum wird damit enger», so Deuber. Auf

Jahr gerechnet verbleiben rund 15 Millionen Franken, um Investitionsvorhaben zu begleiten.

Auch Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), stellt angesichts der knappen Entscheide im Parlament ein «härteres Klima» fest. Es sei politisch schwierig gewesen, den SGH-Kredit zu vertreten, wenn gleichzeitig ein Mehrwertsteuer-Sondersatz für die ganze Branche zur Diskussion stehe. Wichtig ist Judith Renner-Bach aber, dass die Hoteliers nicht kapitulieren und den Kopf hängen lassen. «Ich denke, es braucht bei gewissen Investitionsvorhaben jetzt einfach zusätzliche Anstrengungen, um nach weiteren Finanzierungsmöglichkeiten zu suchen.» *TL*

Reklame

Tableware for the world
STEELITE
EXklusiv bei
Buchecker
Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

Januar

«Bellevue Palace» Bern erstrahlt in neuem Glanz. Nach einem Umbau für 40 Millionen Franken sind die Zimmer im Luxushotel neben dem Bundeshaus wieder bezugsbereit. Die Zürcher Innenarchitektin Pia Schmid legte Wert darauf, Tradition und Moderne zu verknüpfen.

«Schweiz. Ganz natürlich». So lautet der neue Slogan von Schweiz Tourismus. Auf den Broschüren, Plakaten und Inseraten der neuen Werbekampagne dominiert die Farbe Rot.

Februar

Vermarktung Aletschgebiet. Die Oberwalliser Ferienregion lanciert eine neue Destinationsstrategie, um die Vermarktung des Unesco-Welt-naturerbes voranzutreiben.

Abgang bei Mövenpick. Nach fünf Jahren an der Spitze tritt CEO Bruno H. Schöpfer zurück. Sein Nachfolger ist bereits bestimmt: Er heisst Jürg Ass-hauer und ist seit 20 Jahren im Food- und Restaurationsbereich tätig.

Grosses Jubiläum. Der Berner Kursaal feiert sein 100-jähriges Bestehen. Generaldirektor Daniel Frei freut sich, dass das All-in-one-Konzept mit Hotel Allegro, Kursaal, Grand Casino und Konferenztakt endlich greift.

März

Tag der Tourismuswirtschaft. Der Event steht unter dem Motto Innovation. Fünf kreative Unternehmer wie beispielsweise Rolf Hiltl mit seiner vegetarischen Fastfood-Kette Tibits stellen ihre Konzepte vor.

Abschied von Jost Krippendorf. Der Berner Tourismusforscher und Ökologe ist im 65. Lebensjahr seinem Krebsleiden erlegen. Der Tourismus hat dem Vordenker und Mahner viel zu verdanken.

Starbucks verkauft. Beat Curti übernimmt bei der Bon appétit Group für ein Jahr wieder das Verwaltungsrats-präsidium, um das Unternehmen auf das Kerngeschäft zu fokussieren. Nebst der Kaffeehaus-Kette Starbucks hat er den Internetladen Le shop abgestossen.

ITB Berlin. Schweiz Tourismus zieht eine positive Bilanz der Tourismus-börse in Berlin. Die Feedbacks auf den neuen Auftritt mit der Farbe Rot und die Themenrouten wie «Luxus & Design» seien durchwegs positiv.

Mediterrane Atmosphäre. Nach längeren Umbauarbeiten hat Hotel-direktor Franz Reichholf das «Albergo Giardino» in Ascona wieder eröffnet. Die Renovation wurde ganz dem ein-



SARS WIRKTE SICH AUCH AUF DIE SCHWEIZ AUS

Weil die asiatischen Gäste nicht mehr kamen, blieben viele Hotelbetten leer. Vor allem auch in Zürich, wo die Hongkonger Aussteller der Uhrenmesse nächtigen sollten.

heimischen Designer Carlo Rampazzi anvertraut.

April

Lohnstudie fürs Gastgewerbe. 3980 Franken beträgt der mittlere monatliche Bruttolohn. Zu diesem Schluss kommt eine Untersuchung der Ecole hôtelière de Lausanne. Brisant ist das Ergebnis, weil es 460 Franken über dem staatlich eruierten Branchendurchschnitt liegt.

Sars-Alarm in der Schweiz. Weil das Bundesamt für Gesundheit den Ausstellern an der Uhren- und Schmuckmesse in Basel verbietet, verzeichnen die Zürcher Hoteliers happege Einbussen. Die Hongkonger Delegation hätte bei ihnen untergebracht werden sollen.

Werbereise in Moskau. Der Zermatter Tourismusdirektor Roland Imboden sieht sich nach neuen Herkunftsländern um. Wegen des Irakkriegs rechnet er aber mit grösseren Einbrüchen.

Fusion der Bergbahnen. Die Hauptaktionäre der AG Davos-Parasenn-Bahnen, der Bergbahnen Brämäbuel-Jakobshorn AG, die Luftseilbahnen

Klosters-Gotschnagrat-Parasenn haben einen Vertrag unterzeichnet, der die Fusion der Bahnunternehmen zur neuen Davos-Klosters-Bergbahnen AG vorsieht. Die kleinen Bergbahnbetriebe Madrisa, Pischa und Rinderhorn sollen als Beteiligungsgesellschaften weiter geführt werden.

Zwischen durchgezogen und gut. So verlief das Ostergeschäft in den verschiedenen Schweizer Regionen. Alle Touristiker berichten von kurzfristigen Buchungen.

Mai

Immer mehr Alcopops. Die Häufigkeit des Alkoholkonsums und der Trunkenheitserlebnisse ist bei den Jugendlichen in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen. Das zeigt eine neue Schülerbefragung.

6. Schweizer Ferientag. Mit 986 Teilnehmern verzeichnet der Anlass von Schweiz Tourismus einen neuen Rekord. Die serbelnde Swiss, der Stau am Gotthard und Sars sorgen für den Diskussionstoff.

Aus für Beherbergungsstatistik. Das Bundesamt für Statistik kündigt an, die Logiernächtestatistik aus Spar-

gründen ab Ende Jahr nicht mehr zu führen. Das löst bei den Touristiker Unverständnis und Widerstand aus.

Zwei Messen – ein Thema. Die Weltmesse für Incentives, Business-Travel und Meetings EIBTM findet vorerst zum letzten Mal in Genf statt. Danach wechselt sie für fünf Jahre nach Barcelona. EIBTM-Gründer Ray Bloom hat derweil in Frankfurt die Konkurrenzmesse IMEX lanciert.

Mystery Park startet durch. Das Eröffnungswochenende hat 6000 Besucher und 300 Journalisten in den Themenpark gelockt. Initiator Erich von Däniken führte selber durch die Inszenierung der Rätsel der Welt.

Juni

Veränderungsprozess. Der Online-Reisemarkt – inklusive Internet-Marketing und E-Commerce – ist einer der am stärksten wachsenden Sektoren. Das zeigt eine Studie des Forschungsinstituts der EHL und des Walliser Kompetenzzentrums ISnet-VS.

DV von hotellerieuisse. Den «Willen zur Tat» beschwor Präsident Christian Rey an der Delegiertenversammlung

in Pontresina. Der politische Einfluss des Verbandes wachse.

Verbesserter Brandschutz. Damit auch Brandmeldeanlagen aus den 70er-Jahren weiterhin gewartet werden können, müssen sie bis Ende Jahr erneuert werden. Der Handlungsbedarf ist bei vielen Hotels gross.

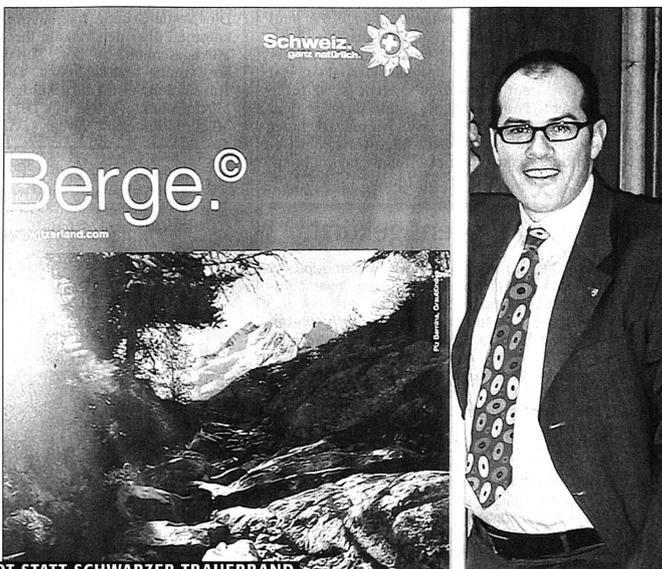
Stadtführung für Blinde. Bern bietet als erste Schweizer Stadt eine Stadtführung für Blinde an: Sowohl für Individual- als auch für Gruppengäste.

Juli

Markante Preisunterschiede. Die österreichischen Hotelpreise liegen rund 30 Prozent unter denjenigen in der Schweiz. Dafür verantwortlich sind vor allem die wesentlich tieferen Personal- und Warenkosten. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie der BHP – Hanser und Partner AG.

Kampf gegen Zweitwohnungsbaue. Die Stiftung für Landschaftsschutz und der Schweizer Heimatschutz rufen in Bern dazu auf, den Zweitwohnungsbaue im Oberengadin zu stoppen. Die lokalen Touristiker sehen das Problem zwar auch, stören sich aber am Vorgehen.

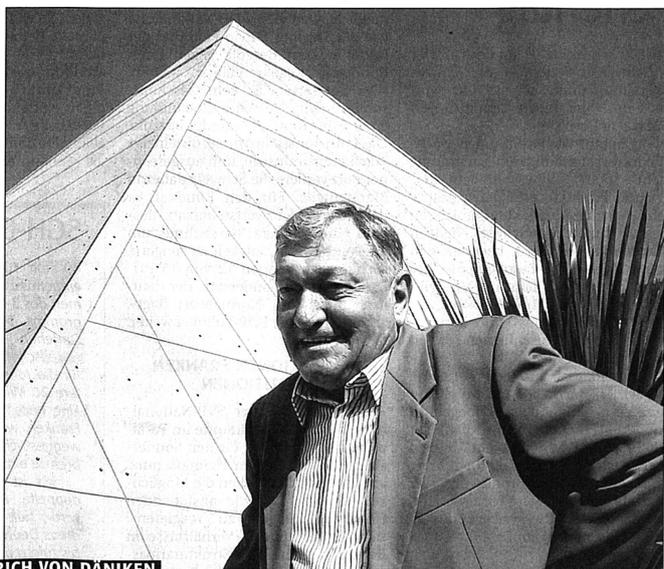
Foto: Christine Künzler



RÖT STATT SCHWARZER TRAUERRAND

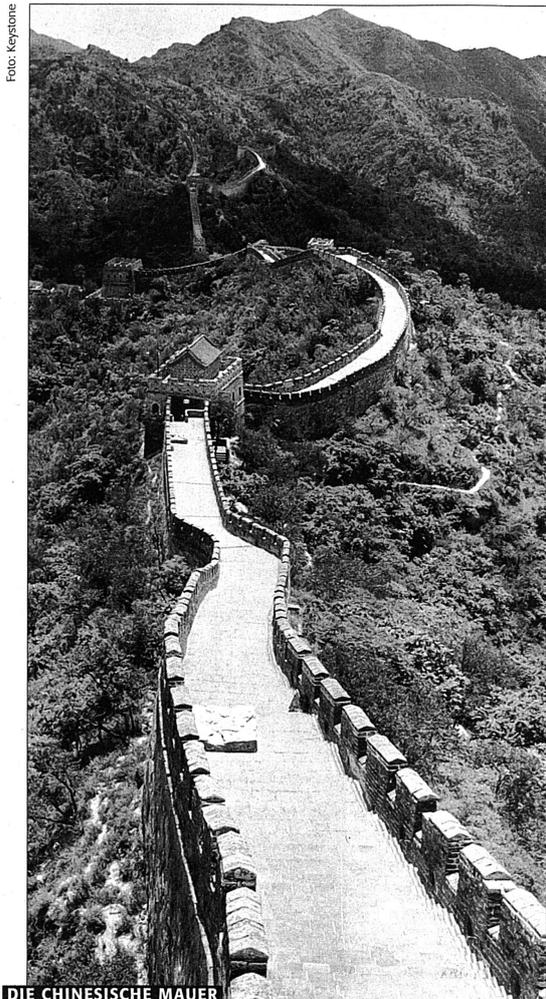
Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid zeigt das neue Plakat. Der schwarze Trauerrand des früheren ST-Auftritts ist verschwunden. Stattdessen dominiert ein echt schweizerisches Rot.

Foto: Laurent Milsbauer



ERICH VON DÄNIKEN

Sein Mystery Park in Interlaken, wo er die Geheimnisse dieser Welt zeigt, ist eröffnet worden. Unzählige Medien im In- und Ausland haben darüber berichtet und entsprechend viele Besucher gebracht.



DIE CHINESISCHE MAUER

Sie trennt die chinesischen Gäste nicht mehr länger vom Reiseland Schweiz. Bis 2007 soll die chinesische Nachfrage auf jährlich 300 000 Logiernächte steigen.

Partnerort von Entenhausen. Arosa ist Schweizer Tourismuspartner der Walt Disney Company (Germany) GmbH. Der Bündner Ferienort hat mehrere Konkurrenten ausgestochen. Bis im Sommer 2004 soll das gesamte Familienangebot auf die Helden von Entenhausen abgestimmt werden.

Leben im Dienste des Weins. Jancis Robinson ist die bekannteste weibliche Weinexpertin und -autorin. In diesem Herbst erscheinen gleich drei neue Bücher von ihr auf dem Schweizer Markt. Sie ist überzeugt, dass in Zukunft die Weine aus Südafrika viel von sich reden machen werden.

Oktober

Vision im Saanenland. Promotoren rund um den Gstaader Tourismusdirektor Roger Seifritz wollen das 265-Millionen-Projekt «La Terrasse de Gstaad» realisieren. Entstehen soll ein Ferienresort mit Hotels, Chalets, Golfplatz, Natursee und einem Themen- und Wellnesszentrum.

Auszeichnung für Emanuel Berger. Der Direktor des 5-Sterne-Betriebs «Victoria-Jungfrau» in Interlaken ist von den Lesern des amerikanischen Magazins «Hotels» zum «Independent Hotelier of the World 2003» gewählt worden.

Tiefere Steuern für B-Casinos. Die Berg-Casinos atmen auf. Der Bundesrat hat die Steuersätze von 40 auf 20 Prozent reduziert. Ein Allheilmittel für kriselnde Spielbanken ist das aber keinesfalls. Denn gespielt wird in den Bergen nicht so häufig, wie sich das die Casino-Betreiber erhofften.

«Milestone»-Gewinner stehen fest. Im Hotel Bellevue Palace in Bern findet die feierliche Verleihung der Tourismuspreise statt. In der Kategorie «Herausragendes Projekt» gewinnt Erich von Dänikens Mystery Park den ersten Preis. Der zweite geht an Arosa für die Arosa-Card. Den Sonderpreis «Klein und kreativ» erhält «Le Chouett' Nid», ein Baumhotel im Jura. Der St. Moritzer Kurdirektor Hanspeter Danuser wird mit dem Preis fürs Lebenswerk ausgezeichnet, Ivo Adam mit jenem für die beste Nachwuchskraft.

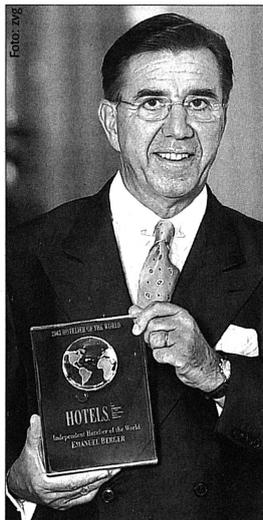
November

Spezieller STM. In Luzern wird der Switzerland Travel Mart (STM) für China, Hongkong und Taiwan nachgeholt. Im Mai hatten Sars-Risiken die Teilnahme der Chinesen verhindert.

Gibts 2004 wieder ein Wunder? «Das Wunder von Bern» – der Film über das Endspiel der Fussballweltmeisterschaft im Jahr 1954 – schlägt sich bis jetzt touristisch kaum nieder. Buchungen treffen erst spärlich ein. Die Touristiker setzen aber aufs Jubiläumjahr 2004.

Grösster Weltmarkt aller Zeiten. 190 Länder – so viele wie noch nie – zeigen sich am World Travel Market in London. Die Veranstalter legen ihren ersten Global Travel Report vor.

Wie Europa kocht und isst. Die Untersuchung des britischen Marktforschungsinstituts Minel, «Eating Habits in Europe», zeigt Unterschiede sowie Gemeinsamkeiten des Essverhaltens in fünf europäischen Ländern. Fast überall legt der Trend zu Convenience-Food zu.



Emanuel Berger ist zum «Hotelier of the World» gewählt worden.

Neuer Glanz für die «Sterne». Die Delegiertenversammlung von hotelieriesuisse in Olten stimmt der Gesamtrevision der Hotel-Klassifikation zu. Der fakultative «Superior»-Zusatz zählt zu den wichtigsten Neuerungen.

Studie «Future Food». Fünf Megatrends werden unser Ernährungsverhalten in Zukunft prägen. Wie dies vor sich gehen soll, ist Inhalt einer neuen Studie des deutschen Zukunftsinstituts Kelkheim.

August

Kulinarische Anti-Globalisierung. In der Ostschweiz schliessen sich sechzig Gastronomen der Regionalmarke «Culinarium» an. Damit verpflichten sie sich, eine Mindestzahl von Getränken, Käsesorten, Desserts und Menus aus regionalen Zutaten anzubieten.

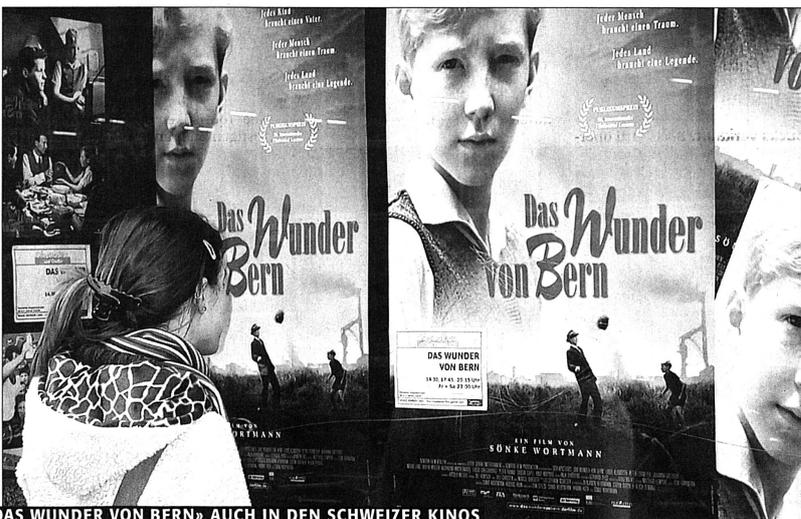
Abschied von Rudolf Schmidt. Warmherzig und charmant – so beschreiben ihn viele. Der Präsident des Hoteliervereins Graubünden ist im Alter von 59 Jahren in Flims verstorben. Er führte den Hotelierverein während den letzten 12 Jahren mit grossem Engagement.

September

Von 0 auf 100. Das 5-Sterne-Hotel Bellevue in Gstaad ist noch kein Jahr alt, von Gault-Millau aber bereits zum «Hotel des Jahres» gekürt worden. Dazu beigetragen hätten vor allem die Köche Matthias Droz und Marcel Reist, betonte Urs Heller, Chefredaktor Gault-Millau, in der Festrede.

Heimkehr des «Küchenstifts». Nach über sieben Jahren kehrt Franz Faeh in seine Saanenländer Heimat zurück. Zuletzt vier Jahre als Executive Chef im «Palace» in St. Moritz tätig, übernimmt der international erfahrene Küchenchef im Gstaader Grand Hotel Park eine neue Herausforderung.

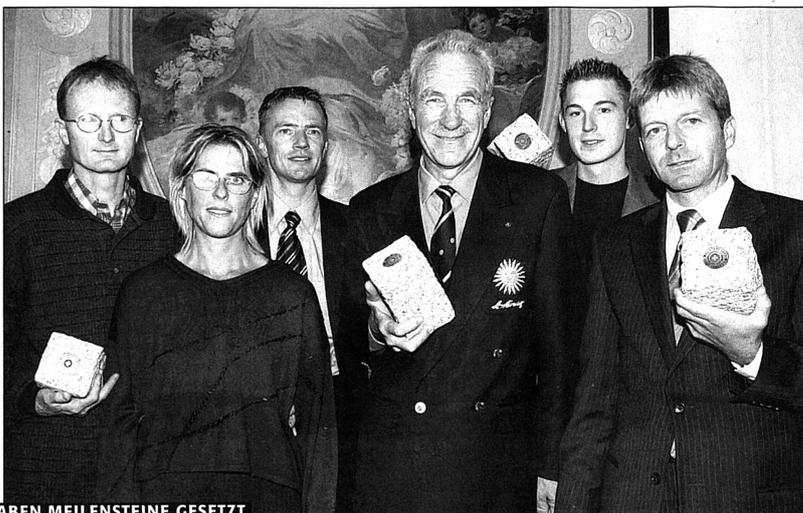
Foto: Christine Künzler



«DAS WUNDER VON BERN» AUCH IN DEN SCHWEIZER KINOS

Ob sich der viel beachtete Film zum touristischen «Wunder für Bern» entwickeln wird, ist noch offen. Eins ist jedoch sicher: Er weckt beim deutschen Publikum das Interesse am Ferienland Schweiz.

Foto: Sascha Geiser



HABEN MEILENSTEINE GESETZT

Jean-Paul und Karin Vuilleumier (Le Chouett'Nid), Hans-Kaspar Schwarzenbach (Arosa-Card), Hanspeter Danuser (Lebenswerk), Ivo Adam (Nachwuchskraft), Oswald Zurbriggen (Mystery Park).

Hochpreisinsel Schweiz. Ein prominent besetztes Podium diskutiert beim Jahresmeeting des Schweizer Tourismusrates in Luzern mögliche Lösungen für den Tourismus. Ohne allerdings konkret fündig zu werden.

China lässt die Mauer fallen. Die Schweiz erhält den «Approved Destination Status» (ADS). Schweiz Tourismus rüstet sich. Bis 2007 soll die chinesische Nachfrage auf jährlich 300 000 Logiernächte steigen.

Branchenfachmesse in Basel. Zu den Highlights der zum 20. Mal durchgeführten Igeho zählen – neben der Rekordbeteiligung von 836 Ausstellern – die Branchen-Wettbewerbe und das asiatisch thematisierte «Centre gastronomique».

Dezember

Ivo Adam hat Grosses vor. Der junge «Milestone»-Gewinner plant zusammen mit dem Immobilien- und Gastrounternehmer René Brogli ein einzigartiges Gastroprojekt in der ehemaligen «Kalten Herberge» in Roggwil.

Lichtblick für den Tourismus. Allmählich stabilisiert sich die Nachfrage im Schweizer Tourismus. Im Winter 2004/05 zeichnet sich eine deutliche Erholung ab. Das zeigen die Prognosen von BAK Basel Economics und hotelieriesuisse.

Klar zum Abheben. Die erste Schweizer Low-Cost-Airline Helvetic Airways nimmt den Betrieb auf. Sie soll nicht nur Schweizer in die Ferien fliegen, sondern auch neue Gäste aus dem Ausland bringen.

Sondersatz für Hotellerie. National- und Ständerat verankern die Möglichkeit eines Mehrwertsteuer-Sondersatzes in der Bundesverfassung. Seine Höhe (heute 3,6% statt 7,6%) muss ab 2007 neu ausgehandelt werden.

Zusammenstellung: Theres Lagler

Reklame

www.kochkessel.ch

Danke
Merci

Grazie
Grazias



HOTELA • Rue de la Gare 18 • Case postale 1251 • 1820 Montreux 1 • Tél. 021 962 49 49 • Fax 021 962 43 48 • E-mail: welcome@hotela.ch



E'SPA / Die neue Wellnessoase im «Victoria-Jungfrau» besticht durch ihre Schlichtheit und edle Materialien. **SEITE 11**



FLIMS / Im «Park Hotel Waldhaus» konnten Direktionsehepaar Schlosser und VR-Präsident Stücheli das «Delight» eröffnen. **SEITE 12**

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

ST. MORITZ

Permanente Information via Handy

Das Projekt «Mobile St. Moritz Engadin» bringt den Gästen selbst gewählte Informationen via Handy. Sie können sich dafür ab sofort anmelden.

KARL JOSEF VERDING

Ab sofort können die St. Moritzer Gäste rund um die Uhr Informationen zu den Kategorien «Unterkunft», «Gastronomie», «Wintersport», «Unterhaltung», «Einkaufen» und «Verkehr» abrufen. Die Gäste können sie selber mit einem SMS an die Nummer 0041 78MYSTMOR(itz) (0041 78 697 86 67) in verschiedenen Informationstiefen abholen. Und sie können sich auch über die Website www.mystmoritz.ch einen Gratis-Abo-Dienst einrichten. Dann erhalten sie in bestimmten Zeitabständen aktuelle Infos zu Angeboten ihrer Wahl direkt aufs Handy zugestellt – zum Beispiel Informationen über Spezialanlässe des Lieblingsclubs.

Der aktive Benutzer wählt zwischen «Auswahl», «Adresse» oder «Aktuell». Unter «Auswahl» erhält er die Liste mit den Anbietern einer Kategorie (zum Beispiel nach Eingabe des Keywords «Auswahl Mexikanische Küche»), unter «Aktuell» ausgewählte, tages- und wochenaktuelle Informationen, zum Beispiel zu Events und Spezialveranstaltungen.

ANGEBOTE ORIENTIEREN SICH AM GÄSTEPROFIL

Ein vom Kur- und Verkehrsverein St. Moritz zusammen mit dem Institut für Freizeit der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur und der Firma actDigital GmbH ins Leben gerufene Projekt macht den neuen Services möglich. Das Forschungsprojekt zielt darauf ab, eine Lücke in der Gästeinformation zu schliessen, indem der Gast während der Anreise und am Ferienort zeitlich unbegrenzt Informationen beziehen kann.

Ausserdem reagiert diese Mobile-Commerce-Lösung noch in einer weiteren Weise auf die Aktionen des Benutzers. Entsprechend den Interaktionen, die ein Gast über «Mobile St. Moritz Engadin» ausgelöst hat, werden ihm ausgesuchte und auf sein Profil ausgerichtete Angebote zugeschickt – und zwar solche, auf die er ohne dieses Medium nicht gestossen wäre, die aber für ihn von Interesse sind und seinen Aufenthalt zusätzlich qualitativ verbessern sollen. **KJV**

Foto: Christine Künzler



DER BERNER WEIHNACHTSMARKT

Eine Umfrage in vier Ländern zeigt, dass die Weihnachtsmärkte nicht nur auf das Fest der Lichter einstimmen, sondern auch touristisch wichtig geworden sind.

WEIHNACHTSMÄRKTE

Sie bringen Gäste und Umsatz

Weihnachtsmärkte – eine Umfrage in Deutschland, Österreich, Frankreich und der Schweiz zeigt: Sie bringen Gäste und auch Wertschöpfung. Zürich beispielsweise schnürt ein Package und macht so aus Tagesgästen Übernachtungsgäste.

DIETER SCHÜTZE

Advent ist die «seit dem fünften Jahrhundert bezeugte Zeit der Busse und Vorbereitung auf das Fest der Geburt Jesu Christi» (laut Lexikon). Heute redet man nicht mehr von Busse und Vorbereitung in der Adventszeit, sondern von Wachstumspotenzial, steigenden Umsätzen, ganzheitlichen Stadterlebnissen und anderen ökonomischen Dingen: Es ist die Zeit der Weihnachtsmärkte.

«Markt und Strassen stehn verlassen, still erleuchtet jedes Haus...» (Joseph von Eichendorff). Würde der Dichter heute durch Märkte und Strassen gehen, er würde staunen. Nichts mehr ist still und verlassen, stattdessen geschäftiges Treiben, Karussell-Musik, Bratwurst- und Glühweindüfte, ausgebuchte Hotels, steigende Besucherzahlen und hier und da sogar steigende Umsätze.

Bei allen Weihnachtsmärkten kommt der grösste Anteil der Besucher aus der näheren Umgebung, ob in Österreich, Frankreich oder in Deutschland. Wie man auswärtige, ja ausländische Besucher zu einem nicht nur eintägigen Besuch gewinnen kann, beweist Zürich. Im vorigen Jahr wurde speziell im Hinblick auf den Weihnachtsmarkt in Zürich von 40 Hotels ein Angebot aufgelegt: «Zwei Nächte kommen, eine Nacht bezahlen». Susanne Staiger von Zürich-Tourismus: «Das Programm war ein Erfolg, wir haben es in diesem Jahr wieder aufgelegt und konnten eine Steigerung von 400 Prozent bei den Buchungen verzeichnen.»

Eine erfolgreiche Kooperation gibt es beim Weihnachtsmarkt in Bern. Rail-away bietet ein Package an mit einer 30-prozentigen Ermässigung auf den Fahrpreis. Das brachte zusätzliche Besucher auf den Berner Weihnachtsmarkt. 30 Prozent Rabatt gibt es für die Rail-away-Kunden auch für das Berner Weihnachtsmarkt-Kochbuch (25 Franken), mit Rezepten von Weihnachtsmarkthändlern und -kunden.

NÜRNBERG: ERSTER CHRISTKINDLESMARKT

Nürnberg mit seinem Christkindlesmarkt nimmt für sich in Anspruch, den ersten Weihnachtsmarkt veranstaltet zu haben und zwar im 16. Jahrhundert. Damals wurden Waren ange-

boten, die man Kindern zu Weihnachten schenkte. Heute erwartet Nürnberg zwei Millionen Besucher zur Weihnachtszeit, für die Hotellerie ein zusätzliches Plus von 100 000 Übernachtungen. Besonders für Schweizer ist Nürnberg zur Vorweihnachtszeit ein beliebtes Ziel. Michael Weber vom Verkehrsverein Nürnberg: «30 Prozent unserer Schweizer Gäste kommen wegen des Christkindlesmarktes.»

Eine Untersuchung, die vor drei Jahren gemacht worden ist, zeigt: 67 Millionen Euro bleiben durch den Weihnachtsmarkt in Nürnberg hängen, 31 Prozent davon auf dem Christkindlesmarkt, 48 Prozent beim Einzelhandel und 21 Prozent in der Gastronomie. Das Konzept der Nürnberger? Michael Weber: «Wir wollen uns nicht nur als Weihnachtsstadt Nummer 1 darstellen, sondern auch ein ganzheitliches Stadterlebnis bieten.»

Die Kölner entdeckten den wirtschaftlichen Nutzen von Weihnachtsmärkten erst 1995. Heute sind an den Adventssamstagen bis zu 450 Busse mit Weihnachtsmarktbesuchern in der Stadt. Und seitdem Köln bevorzugter Zielflughafen der Billigflieger ist, werden auch 7000 bis 8000 Fluggäste erwartet. Insgesamt rechnen die Kölner mit 10 Millionen Besuchern in diesem Jahr, die 150 Millionen Euro in der Stadt lassen. Die Kölner Tourismus-Werber sehen ihre Zielgruppen in den Niederlanden und in Belgien sowie in England, Spanien und Italien. Wie sagt

man ganz nüchtern in Nürnberg? «Im Kern ist der Christkindlesmarkt ein kommerzielles Unternehmen.»

COLMAR: EINE NEUE, GROSSE SAISON

Ähnlich sieht das auch Charles Denni vom Verkehrsamt der Stadt Colmar im Elsass: «Für uns ist der Weihnachtsmarkt nicht nur eine Verlängerung der Saison, sondern eine ganz neue grosse Saison.» Fünf Märkte gibt es in Colmar und alle werden als sehr rentabel bezeichnet. Auch im Elsass findet das Geschäft nicht nur auf dem Weihnachtsmarkt selber statt. Umsatz gibt es auch anderswo: «Unsere Hotels sind ausgebucht, der Dezember ist ein touristischer Monat geworden», so Marie France Ehret vom Verkehrsamt Mulhouse.

In Salzburg gehören in der Vorweihnachtszeit nicht nur die Weihnachtsmärkte, sondern auch das Adventssingen im Grossen Festspielhaus zum festen Bestandteil der Vorweihnachtszeit. In Steyr ist die Hauptattraktion der alte Weihnachtschmuck und natürlich das Christkindles-Postamt. Die meisten Weihnachtsmarkt-Besucher zieht es jedoch nach Wien mit seinen verschiedenen Weihnachtsmärkten. Leopoldine Suckert von der Österreich-Werbung in München: «Die Märkte sind ein touristischer Magnet mit einem grossen Nutzen für die Gastronomie.»

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

hoteljob

Ihr Ansprechpartner für Stellen in der Hotellerie und Gastronomie

hotellerie suisse

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

happy4YOU

Komplettes Schlafsortiment für Hotels.

happy systems

1 wett | nett 05 happy-Bett.

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

gemeinsam

HOTEL A

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Planen Sie Ihre Karriere
mit uns ...

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

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

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

Poststrasse 5, CH-8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'08

Einmalige Gelegenheit!

Sympathischer Hotel- und
Gastronomiebetrieb im Berner
Oberland, nahe Interlaken und
Mystery Park zu verkaufen.

Restaurant mit insgesamt
60 Plätzen, zusätzlich Terrasse
mit 50 Plätzen. 11 Hotelzimmer.
Genügend Parkplätze.

Verkaufspreis: 1 150 000.- zuzüglich
Kleininventar.

Nähere Informationen:
Gastrofactory AG,
Weissensteinstrasse 2b, 3008 Bern,
info@gastrofactory.ch,
Telefon 031 961 82 72

159372/429281

OBERSAXEN (GR)

An sonniger Lage mit
wunderschönem Alpenpanorama
verkaufen wir

Hotelparzelle 5'619m²

> Nähe an der Skipiste
> Hotelprojekt bereits vorhanden

Interessanter Verkaufspreis

allood

allood Verwaltungs-AG
Räfusstr. 22, CH-7000 Chur
Telefon 081 257 15 30
www.allood.ch • verkauf@allood.ch

Wattwil SG

An verkehrsgünstiger Lage vermieten wir n.v.

Restaurant Schäfle

Neu renoviertes Restaurant (50 Plätze) mit
Saal (60 Plätze). inkl. Inventar. Miete Fr. 4'500.-
(inkl. NK). Zusätzliche Räume und Wohnungen
können dazu gemietet werden.



ESPART Liegenschaften Verwaltung AG, 8645 Jona
TEL 052/225 39 25 FAX 052/225 39 29 www.espart.ch

Zu verpachten ab 01.01.2004
gutgehendes und bekanntes

RISTORANTE PIZZERIA
Im Zentrum von Biel

- Günstiger Mietzins
- Umsatz Fr. 900'000.- bis 1'000'000.-
- Langfristiger Vertrag für ca. 16 Jahre
- Holzofen
- Neues Inventar
- Kapitalbedarf ca. Fr. 160'000.00

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

HOTEL IN DER DEUTSCHSCHWEIZ

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

CD Interinvest AG, Telefax 062 752 17 20

159066/418572

**hoga-portal.ch**

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

ANZEIGEN**Verbeulte
Weinkühler?**

Wir
reparieren
polieren
versilbern

SILBAG AG

Grossmatten-Str. 24 - 6014 Littau
Tel 041 259 43 43 - Fax 041 259 43 44
www.silbag.ch - e-mail info@silbag.ch

www.zuendhoelzer.ch

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhren

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

154415/330280

AUS- UND WEITERBILDUNG**P PIZZABELLO O****Speciale Pizzaioli/e**

Agentura per tutta la Svizzera
Tel. 043 243 34 55, Fax 041 960 31 54

Scuola PIZZA Schule

Aus- und Weiterbildungskurse
für PIZZA und
italienische Küche, mit Diplom
Tel. 043 343 12 13, Fax 041 442 09 50
www.pizzafachschiule.ch

159368/279188

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



Das Recht auf Würde.
Das Recht auf Gesundheit.
Die Médecins Sans Frontières
verbreiten auch diese Medizin.

Jede Geste zählt !

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

**Inseratenschluss
über die Festtage**

Termine für die Ausgabe 1/2 2004:

Der Inseratenschluss der Geschäfts-, Bazar- und Liegen-
schaftsanzeigen 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 commer-
ciales 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

**Neue Telefonnummer!**

Der Abo-Service der hotel + tourismus revue
hat ab sofort eine neue Telefonnummer:

Telefon 031 740 97 93

E-Mail: abo@swisshotels.ch

Verlag htr

TAGESTOURISMUS

Aktivitäten-Bündelung entscheidet

Tagestouristen aus dem In- und Ausland geben jedes Jahr 8 Milliarden Franken in der Schweiz aus. Eine BAK-Studie zeigt Wege zur Optimierung.

KARL JOSEF VERDING

Von den 8 Milliarden Franken, die Tagestouristen jedes Jahr in der Schweiz ausgeben, generieren die Schweizerinnen und Schweizer rund 5 Milliarden – es ist die Hälfte ihres touristischen Konsums im Inland. Der Tagestourismus aus dem umliegenden Ausland trägt gut 3 Milliarden Franken bei – gegenüber 11 Milliarden Franken Ausgaben von übernachtenden Besuchern aus dem Ausland.

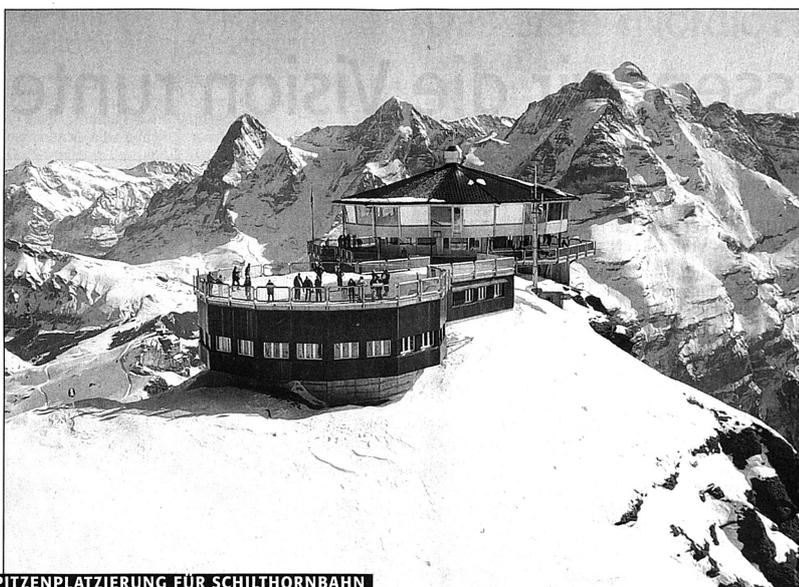
Diese Zahlen gehören zum Inhalt einer Studie, die als eines der bedeutendsten Forschungsvorhaben der letzten Jahre im Bereich des Tourismus gilt. Sie wurde unter der Leitung von Karl Koch vom Staatssekretariat für Wirtschaft erstellt. Ihre Durchführung oblag den Mitarbeitern von BAK Basel Economics, unter der Projektleitung von Richard Kämpf.

AKTIVITÄTENBÜNDEL FÜR MEHR GÄSTE-AUSGABEN

Absolute Spitzenfrequenzen werden im Tagestourismus nicht nur durch die hohe Witterungsabhängigkeit des Saisonverlaufs verursacht. Eine entscheidende Rolle spielen hierbei auch Veranstaltungen vieler Arten – wie Open Airs, Sportveranstaltungen, Meetings und Festivals. Diese haben eine zentrale Bedeutung für die Entwicklung des Tagestourismus.

Die Höhe der Ausgaben der Tagesbesucher unterscheidet sich beträchtlich nach ausgeübter Aktivität. Mit überdurchschnittlichen Ausgaben sind insbesondere Wellness-Aktivitäten, Trendsportarten sowie der Besuch von Musik- und Theaterveranstaltungen verbunden. Aufgrund der Untersuchungen stellen die Autoren allerdings fest, dass weniger die Einzelaktivitäten als vielmehr ganze Aktivitätenbündel das Ausgabeverhalten der Tagesbesucher bestimmen. Das Aktivitätenbündel bestimme entscheidend die Wahl der Zielregion. *KJV*

Foto: Swiss-Image



SPITZENPLATZIERUNG FÜR SCHILTHORNBahn

In der Gruppe der Bahnen und Transportunternehmen geht die Spitzenplatzierung des Börsenjahrs 2003 für Tourismuswerte an die Schilthornbahn, die um kräftige 38% auf 1140 Franken (Geldkurs) zulegte.

TOURISMUSWERTE

Börsenjahr mit Gewinnern

Unter den tourismusorientierten Aktien gab es im 2003 einige ansehnliche Gewinner. Hotel-Aktien bleiben weiterhin selektiv gesucht.

ALBERT LUSSI

In der Gruppe der Bahnen/Transportunternehmen geht die Spitzenplatzierung an die Schilthornbahn (Valor 227.626), die um kräftige 38% auf 1140 Franken (Geldkurs) zulegte. Die Aktien werden derzeit bei 1190 Franken zum Kauf angeboten. Die zweitbeste Wertsteigerung in dieser Gruppe geht an die Zürichseefähre Horgen-Meilen (Valor 265.844). Deren Aktien verteuerten sich im Jahresverlauf um 11% und werden heute bei 10 000 Franken angeboten. Mit einem Jahresgewinn von 8% beenden die Pilatus Bahnen (Valor 900.597.) das Jahr 2003. Ebenfalls noch leicht im Plus lie-

gen die Aktien der Weissen Arena (Valor 4.179), und zwar mit rund 5%. Zu den Verlierern unter den regelmässig gehandelten Bergbahnaktien gehören dieses Jahr die Aktien der Davos-Parsonn-Bahnen (Valor 137.564). Der Kursverlust kam nach Bekanntgabe der Fusion mit der LSB Klosters-Gotschnagratt und den Bergbahnen Brämabüel & Jakobshorn zustande. Dies obwohl hier ein sehr zukunftsträchtiges Unternehmen entsteht.

HOTEL-AKTIVEN REAGIEREN AUF WELLNESS-TREND

Im Segment der Hotelaktien verteuerten sich die nur wenig gehandelten Aktien der Hotel Celerina & Cresta Palace (Valor 138.534) um 50%. Die Aktien bleiben weiterhin selektiv gesucht. Ähnlich gross ist die Preissteigerung der Aktien des Kurzentrums Rheinfelden (Valor 199.228), nämlich rund 48%. Mit Preissteigerungen von 26% für das Kurhotel Weissbad (Valor

199.268) und 24% für die Bad Schinznach AG (Valor 385.703) legten zwei Betriebe, die ebenfalls von der Wellness-Bewegung profitieren, kräftig zu.

Die Aktien der gehandelten Casino-betreiber zeigten eine sehr heterogene Preisentwicklung. Der eindeutige Gewinner in dieser Gruppe ist die Stadtcasino Baden AG (Valor 931.972). Die rege gehandelten Aktien verteuerten sich im Verlauf des Jahres um 22%. Ebenfalls ein deutliches Plus von 14% konnten die Titel des Casino Montreux (Valor 495.950) verzeichnen. Arg unter Druck kamen dagegen im Jahresverlauf die Aktien des Casino Kursaal Interlaken (Valor 198.951). Sie verloren fast 60%. Mit einem Verlust von 26% für die Kursaal Casino AG Luzern (Valor 157.459) und einem Preisnachlass von 15% für die Kongress & Kursaal Bern AG (Valor 161.329) litten zwei weitere Casino-betreiber. In dieser noch relativ jungen Gruppe von handelbaren Aktien scheint sich bereits die Spreu vom Weizen zu trennen.

BÖRSENBAROMETER

Nur leicht freundlich

Das Schweizer Börsenjahr '03 hat nach zwei Crash-Jahren wieder positiv geschlossen. Für die touristischen Werte ist die Bilanz weniger günstig.

WERNER LEIBACHER

Der insgesamt positive Konjunkturausblick 2004 hat auch die Börsenperspektiven für das neue Jahr verbessert. Vor allem der touristische Ausblick 2004 bleibt allerdings verhalten: in der ganzen Branche wird umstrukturiert, um der Überkapazität Herr zu werden. Das gilt speziell für das Reisebüro-Gewerbe und die Luftfahrt. Die ersten Prognosen für den Welttourismus 2004 sind sehr zurückhaltend und lassen erwarten, dass die touristischen Werte kaum zu den Highflyern unter den Branchen gehören werden.

In den letzten Jahreswochen standen erneut die Airline-Aktien im Vordergrund. Auf immer mehr Strecken in immer mehr Regionen bekommen die Airlines die Konkurrenz der Low-Cost-Carriers zu spüren. Die Aktie Swiss fiel zeitweilig sogar wieder unter 10 Franken zurück. Zumal viele Sesselwechsel auf Management-Ebene und das Ausbleiben der immer wieder versprochenen Vereinbarung mit den Banken über einen Liquiditätskredit das Vertrauen vieler Anleger strapazierten.

VERÄNDERUNGEN IN DER REISEBÜRO-BRANCHE

Vor Veränderungen steht die internationale Reisebüro-Branche. In der Schweiz hat Koni nicht nur das Segment Geschäftsreisen abgestossen, sondern auch angekündigt, 2004 rund 10% der Filialen zu schliessen. Der Aktienkurs wurde von diesen News, die schon mittelfristig zweifellos positiv sind, kaum beeinflusst. Praktisch amOrt traten die Aktien von Mövenpick.

Für zahlreiche Schlagzeilen sorgt hat Walt Disney in den USA. Hinter dem handfesten Krach in der obersten Etage ging fast vergessen, dass die geschäftlichen Aussichten des Mischkonzerns wieder besser geworden sind. Die Coca-Cola-Aktien profitierten vom schwachen Dollar; etwas weniger klar streben auch McDonald's in die Höhe, nachdem die neuen Speiseangebote fast überall auf Anklang stiessen.

Besser inszenieren

In typischen Tagestourismusregionen sollte gemäss den Handlungsempfehlungen der Studie das touristische Angebot geschickter verknüpft und inszeniert werden. Dadurch werde die Wertschöpfungsintensität im Tagestourismus gesteigert. Hilfreich bei der Ausschöpfung des Potenzials im Tagestourismus sei es, dass sich viele attraktivitätssteigernde Massnahmen sowohl für den Übernachtungstourismus als auch für den Tagestourismus stimulierend auswirkten. Erste Priorität habe die Entwicklung von Strategien für den Tagestourismus. Seiner Bedeutung und seinem Potenzial werde heute von den touristischen Entscheidungsträgern zu wenig Rechnung getragen. Als Basis müsse die Daten- und Informationsgrundlage zum Tagestourismus verbessert werden.

Angeregt wird die Förderung eines Qualitäts-Tagestourismus, wobei insbesondere die Wertschöpfungsintensität zu erhöhen sei. Der verstärkte Einsatz von qualitätssichernden und -fördernden Instrumenten sei hier wichtig. Notwendig sei auch eine Intensivierung der Kundenpflege, der Kundenbindung und der Marktbearbeitung. Das erhöhe die Effizienz der Massnahmen und der eingesetzten Mittel. *KJV*

Aktuelle Tourismuswerte

BAHNEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Arosa Bergbahnen AG *	110	-		
Weisse Arena *	100	-	+ 5	
Bergbahnen Disentis *	-	800		
Bergbahnen Saanenland	2	5		
Bergbahnen Untenwasser-Ilfios-Chäserugg *	-	225		
BET Bergbahnen Engelberg-Titlis *	650	680		
Davos-Parsonn-Bahnen AG *	340	-		
Diavolezza-Bahn AG	1650	-	+ 25	
Furtschellas-Bahn AG *	50	-		
Gondelbahn Grindelwald-Männlichen	160	-		
Hoch-Ybrig AG	19	21,5	- 1	
Klosters-Madrisa Bergbahnen AG	60	-		
Lenzerheide Bergbahnen Danis Stätz AG	-	125		
LSB Andermatt-Gemsstock *	-	7		
LSB Celerina-Saluver *	320	-	- 10	
LSB Fiesch-Eggishorn AG *	325	-		
LSB Klosters-Gotschnagratt-Parsonn *	950	-		
LSB Surlej-Silvaplana-Corvatsch AG	-	550		
LSB Wangs-Pizol *	-	350		
LSB Wengen-Männlichen AG	90	-		
Metschbahnen AG	-	60		
Pilatus-Bahnen AG	380	420		
Rigi-Bahnen AG	1,50	-		
Savognin Bergbahnen AG	-	110		
Säntis-Schwebebahnen AG	925	1000		
Schilthornbahn AG *	1140	1190	+ 15	
Seilbahnen AG, Blatten-Belalp-Aletsch	100	160		
SGV Vrenwaldstättersee, Prior	75	-		
Sportbahnen Bellwald Goms AG	55	-		
Sportbahnen Pischs AG *	-	250		
Zürichsee-Fähre Horgen-Meilen	9750	10000		
Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft	-	90		

HOTELS/WELLNESS	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Bad Schinznach AG	1000	1035	- 25	
Dolder Hotel AG	4900	5800		
Hotel Celerina & Cresta Palace	675	-	+ 75	
KHE Konferenzhotel Egerkingen AG	810	-		
Park Hotels Waldhaus AG	525	800		
Seiler Hotels Zermatt AG	650	-		
Kurhotel Weissbad AG	880	910	- 20	
Kurzentrums Rheinfelden Holding AG	295	425	+ 20	
Thermalbäder & Grand-Hotels Bad Ragaz	-	7000		
Thermalbad Zurzach AG	550	580	+ 20	

CASINOS	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Casino Kursaal Interlaken AG	255	300	- 15	
Casino-Kursaal Montreux SA	675	740	- 25	
Kursaal Casino AG Luzern	200	240	- 50	
Stadtcasino Baden AG	760	790	+ 5	
Kongress & Kursaal Bern AG	245	275		

AUTOBAHNRASTSTÄTTEN	GELD	BRIEF	± VORMONAT	GELD
Gotthard Raststätte N2	250	-	+ 10	
Gestione Stalvedro SA	1690	1780		
Lurag Luzerner Raststätte	720	755		
Raststätte Rheintal AG	2000	2200		
Raststätte Thurau AG	5100	-		

Schlussstand 5.12.2003	75.07 Punkte
Schlussstand Vorperiode (11.11.2003)	74.17 Punkte
Extremstände 1993/2003	127.90/74.17

* = Index-Titel

Quelle: Luzerner Regiobank, Luzern

ENJOY SWITZERLAND

«Jetzt müssen wir die Vision runternageln»

Nun hat auch Zermatt das Gastfreundschaftsprojekt «Enjoy Switzerland» lanciert. Wer mit grossen Paukenschlägen rechnet, kommt zu früh: Vorerst ist in den Pilotdestinationen Basisarbeit angesagt. Informieren, analysieren und organisieren heissen die Stichworte.

SONJA STALDER

Servicequalität steigern? Vor kurzem hätten die meisten Zermatter wohl noch nicht genau erklären können, was dieser abstrakte Begriff genau heisst. Im besten Fall wussten sie: Zermatt ist eine der vier Pilotdestinationen von «Enjoy Switzerland», dem nationalen Gastfreundschaftsprojekt von Schweiz Tourismus (ST). Nach der offiziellen Projektlanierung im «Zermatterhof» sind immerhin 200 Zermatter schlauer geworden: Sie haben sich von ST-Direktor Jürg Schmid die Ziele von «Enjoy Switzerland» erklären lassen. Unterstützt wurde er dabei von Hansruedi Müller, dem Berner Tourismusprofessor. Dieser brachte den Begriff «Servicequalität» auf eine einfache Formel: «Das Gewöhnliche aussergewöhnlich gut machen.»

Alle, die den am Schluss verteilten Fragebogen ausgefüllt haben, bezeichneten das Projekt als «sehr wichtig» für Zermatt. Der Hotelier Franz Götzenberger schwärmte gegenüber

der htr von einem «wunderschönen Anlass, der die Leute begeistert» habe.

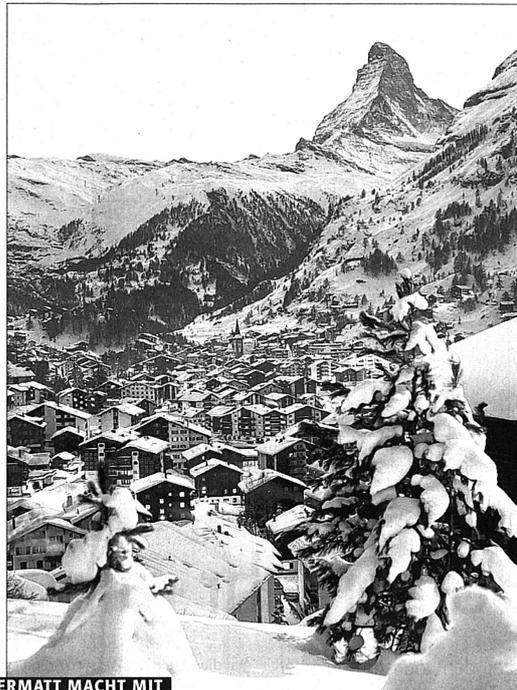
POSITIVE FEEDBACKS IN ALLEN VIER ORTEN

Mauro Ghirardi, der nationale Projektleiter von Enjoy Switzerland, gibt sich demgegenüber etwas nüchterner. Aber auch er spricht von «durchwegs positiven Feedbacks» – nicht nur aus Zermatt, sondern auch aus den anderen Pilotdestinationen Lenzerheide, Scuol und Villars. Dort haben ähnliche Kick-Off-Veranstaltungen stattgefunden. Ghirardi: «Wir stossen überall auf offene Türen. Jetzt geht es darum, die Vision runternageln.»

Urs Abgottspon von Zermatt beispielsweise analysiert die Ausgangslage, knüpft Kontakte zu Leistungsträgern und organisiert die Zusammenarbeit. Eine erste Gesprächsgrundlage bieten die Resultate der Gästebefragungen, die diesen Sommer in den vier Orten durchgeführt worden sind. In Zermatt haben die Gäste unter anderem die Natur und die Shopping-Möglichkeiten gelobt; gestört fühlten sie sich vom Baulärm – und in puncto Freundlichkeit könnten die Zermatter offenbar noch etwas zulegen.

Urs Abgottspon hat diese Resultate gestern Mittwochabend mit seiner elfköpfigen Projektgruppe diskutiert. Mit dabei sind die Gemeinde, die Tourismusorganisation, das Gewerbe sowie die Bergbahnen, Hoteliers, Ferienwohnungsvermieter und Bergführer. «Alle Beteiligten mit einbeziehen: nur dieses Vorgehen kann Erfolg haben»,

Foto: Swiss-Image



ZERMATT MACHT MIT

200 Zermatter nahmen an der offiziellen Lancierung von «Enjoy Switzerland» teil. Zermatt ist eine der vier Pilotdestinationen des Gastfreundschaftsprojekts von ST.

sagt dazu Professor Hansruedi Müller. Hotelier Franz Götzenberger will seine Kollegen nach ihren Bedürfnissen befragen, um in der Projektgruppe nicht daran vorbeizureden. Er selbst bezeichnet sich als «Qualitätsbegeisterten», der als gebürtiger Deutscher auch die Aussensicht auf Zermatt kenne. Qualitätsbegeisterung tut tatsächlich Not: Von den 117 Zermatter Hotels haben erst rund 20 das Qualitätsgütesiegel erarbeitet. Laut Ghirardi ist der Anteil in den anderen Pilotdestinationen ähnlich tief. Deshalb führt Hansruedi Müller in den nächsten Wochen speziell auf die Orte zugeschnittene Q-Kurse durch (siehe Kasten).

VIELES IN DER «PIPELINE» AUF NATIONALER EBENE

Auch zwölf nationale Organisationen haben sich dem drei Jahre dauernden Projekt «Enjoy Switzerland» angeschlossen, darunter Swiss, die SBB und hotellerieuisse. Laut Ghirardi steckt auf dieser Ebene vieles in der «Pipeline»; mehr will er nicht verraten. Im Umfeld lässt sich vernehmen, dass ST bald ein grösseres Projekt am Flughafen Zürich vorstellen will.

Für den Schweizer Ferientag im April ist eine umfassende Information vorgesehen. Insgesamt rechnet ST mit Projektkosten von 6 Millionen Franken. Weitere 2 Millionen sind für ein Kundenbindungs-Projekt (CRM) vorgesehen. Mittel beisteuern soll Innoutour, das Förderprogramm des Bundes. Gesprochen sind die Gelder allerdings noch nicht.

Anzeige

Aktionen gültig vom 22.12. bis 27.12.2003
Alle Angebote exklusive MwSt

Wolf Mixery
6⁹⁰ kg

Moët & Chandon Brut Impérial
31³⁰ 75 cl

Box zu 54 Waschgänge
13⁹⁰

Schweins-Nierstück
mit Huft, lang
Stück zu ca. 4 kg
16⁴⁰ kg

Emmi Saucehalbrahm
5⁸⁵ 1 l

Gourmet-Gemüsemischung
tiefgekühlt
Karton zu 5 kg
3³⁴ kg DITZLER

Holen bringt's!

prodega CASH+CARRY

Moosseedorf · Heimberg · Kriens · Pratteln ·
Dübendorf · Neudorf · Rotkreuz · Chur ·
Reinach · Biel · Givisiez · Rapperswil ·
Rüschlikon · Crissier · Dietikon · St-Blaise

Q: wichtig, aber nicht einziger Projektteil

In den nächsten Wochen führt Professor Hansruedi Müller von der Uni Bern in den vier Pilotdestinationen Q-Kurse durch. Das Standard-Programm erweitert er um zwei Module: die örtlichen Serviceketten sowie die Motivation der Mitarbeiter. Speziell für «Enjoy Switzerland» hat sein Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) zudem die Serviceketten für das Gewerbe und den Handel ausgearbeitet.

Müller betont allerdings, dass «Enjoy Switzerland» über das «Q» hinausgehe. Auch zum Beispiel die Erlebnis-

inszenierung gehöre zur «Enjoy-Qualität». Um ihr auf die Spur zu kommen, macht das FIF vor Ort «Begehungen», morgen Freitag beispielsweise in Zermatt. Diese Ortsbesuche dienen auch dazu, eigentliche «Schandflecken» festzustellen und Schnittstellen zu bereinigen. In diesem Zusammenhang stellt das FIF einen Leitfaden für die «Wohlfühl-Lenkung» zusammen.

Im Auftrag von ST bereitet das FIF aber auch das «Auditing» des Projekts vor – die systematische und periodische Erfolgskontrolle. SST

KONSUM.TV

Test: Schweiz vor Österreich

Die Fernsehshow konsum.tv (SF2) hat 70 Tourismusbüros bekannter Skorte und -regionen in Österreich und der Schweiz getestet. In Zusammenarbeit mit der Höheren Fachschule für Tourismus Luzern wurden die Freundlichkeit und der Service beim Erstkontakt mit Ferieninteressenten bewertet. Pontresina (GR) belegt den Spitzenplatz vor Braunwald (GL). Freundlich und sehr detailliert werde hier am Telefon nach den Wünschen gefragt. Übersichtliches Infomaterial,

ein persönlicher Begleitbrief und eine korrekte Offerte schaffen Sympathie.

Davos und Zermatt belegen Rang 3 und 4. Mit Sölden findet sich der erste Vertreter aus Österreich auf Rang 8. Bei mehr als der Hälfte der österreichischen Destinationen wurde die telefonische Beratung als unfreundlich eingestuft. – ST-Direktor Jürg Schmid nimmt im TV Stellung. KJV

Zweitausstrahlung am 20.12., 18 Uhr, auf SF2. Wiederholung am 21.12 ab 14 Uhr stündlich auf SF Info. Internet: www.konsum.tv

SEILBAHNGESETZ

«Endlich Vernehmlassung»

Seilbahnen Schweiz begrüsst in einer Medienmitteilung das neue Seilbahngesetz, «welches jetzt endlich in die Vernehmlassung kommt». Die vorgesehene Vereinfachung der Bewilligungsverfahren und die Harmonisierung mit den EU-Seilbahnrichtlinien seien Forderungen, die von der Branche lange gestellt wurden. Aber auch der im Entwurf ausgeklammerte Aspekt der volkswirtschaftlichen und touristischen Bedeutung der Seil-

bahnbranche müsse im neuen Gesetz zwingend berücksichtigt werden.

Ferner soll das Seilbahngesetz nach dem Willen von Seilbahnen Schweiz die Regulierungsdichte entschärfen und damit die unternehmerische Verantwortung wieder besser respektieren. Dabei sei auf die Verfahrensökonomie sowie die Kompetenzabgrenzung zwischen Unternehmen, Hersteller und Behörde besser zu achten. KJV

Ehre für Rezidor

Rezidor SAS. Die Hospitality-Management-Firma erhielt die Auszeichnung des englischen Magazins «Hotel Report» in der Kategorie «Best Company». Führende Mitglieder von Hotellerieunternehmen geben ihre Stimmen im Vorfeld ab und haben somit einen direkten Einfluss auf das Resultat. Die Kriterien für die Auszeichnung: Finanzieller Erfolg, Wachstum, Akquisitionen, betriebliche Standards, Marketing-Wirksamkeit, Unternehmenskompetenz sowie Fach- und Branchenkenntnisse. CK

Das 55. «The Ritz-Carlton»

Ritz-Carlton. Die Luxushotelgruppe The Ritz-Carlton Hotel Company hat das Management des historischen «Penha Longa Hotel & Golf Resort» in Portugal übernommen. Damit beginnt ein 20-Millionen-Dollar-Renovierungs- und -Erweiterungsprogramm für das 177-Zimmer-Hotel. Neben der Sanierung erhält das «Penha Longa» einen weiteren Zimmerflügel sowie ab 2006 ein Spa. Es ist das fünfte Ritz-Carlton-Hotel in Europa und das 55. weltweit. CK

Eine lange Geschichte

Hotelprojekt Alpina. Zwar haben die Saaner die Überbauungsordnung Alpina mit grossem Mehr genehmigt, doch das Grossprojekt Hotel Alpina kann wohl noch nicht realisiert werden. Es liegen immer noch elf Einsprachen vor, heisst es in der «Berner Zeitung». Das Projekt, das schon seit zehn Jahren geplant ist, war schon einmal vor Bundesgericht und musste für diese neuste Abstimmung von 158 auf 123 Hotelbetten redimensioniert werden. CK

Das erste «Nordic Fitness Hotel»

Hotel Europa, St. Moritz. Das Hotel Europa in St. Moritz wird als erstes Hotel der Schweiz mit dem Nordic-Fitness-Label ausgezeichnet. Vergeben wird das Label von der Swiss Nordic Fitness Organisation (SNO). Diese Interessensgemeinschaft ist letztes Wochenende im Hotel Europa gegründet worden und ist Mitglied beim Dachverband INFO International Nordic Fitness Organisation e.V. in Köln. INFO entwickelt die Qualitätsgrundsätze, setzt sie um und erarbeitet Richtlinien

für die Aus- und Weiterbildung der Nordic-Fitness-Trainer. Hotels, die Nordic Walking anbieten und gewisse Kriterien erfüllen, können sich als «Nordic Fitness Hotel» positionieren. Sie werden in einen noch zu realisierenden Führer aufgenommen und auf der Internetplattform www.nordicfitnessworld.info präsentiert. Interessierte Hoteliers müssen zum Beispiel gewisse Kriterien punkto Ernährung erfüllen, Stöcke vermieten, Nichtraucherzonen anbieten und vor

allem über einen «Nordic Walking Basic Inspector» verfügen. Das kann aber auch ein Externer sein, der bei Bedarf beigezogen wird, so dass diese Positionierung auch für kleinere Hotels – und zwar in der ganzen Schweiz – möglich ist.

Eine Ausbildung zum «Nordic Walking Basic Inspector» dauert zwei Tage. Im April findet eine Ausbildung im Unterland statt, im Juni eine im «Europa» in St. Moritz. Nähere Auskünfte bei Ralph Böhm, info@gsundsport.ch. CK

SUSAN HARMSWORTH

Sie will ein sinnliches Erlebnis ermöglichen

Die Londonerin Susan Harmsworth hat mit Ihrem Unternehmen E'SPA International den neuen Wellnessbereich im Interlakner Hotel Victoria-Jungfrau konzipiert. Für sie ist das Wichtigste, dass die Gäste hier «das ultimative sinnliche Erlebnis» finden.

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

Susan Harmsworth, Sie haben mehr als 100 Spa-Projekte weltweit realisiert und sagen von jenem im «Victoria-Jungfrau», es sei Ihr Favorit. Weshalb?

Oft sind viele Leute in die Spa-Projekte involviert, die wenig Ahnung haben von der Philosophie, die dahinter steht. Herr und Frau Berger sowie die Architekten und die anderen Beteiligten wollten in allen Bereichen beste Qualität, den besten Service und sie hörten auf mich. Mein Konzept stimmt mit ihren Vorstellungen überein. So ergab sich eine sehr ruhige, zielgerichtete Zusammenarbeit.

Ist es für Sie ein grosser Unterschied, ob Sie ein Projekt hier in der Schweiz, in Bangkok oder Miami realisieren?

Ja, jede Kultur ist anders und jedes Projekt ist unterschiedlich. Hier in der Schweiz ist die Professionalität sehr hoch, und zwar auf jeder Stufe.

Wie stark war Ihr Unternehmen im «Victoria-Jungfrau»-Projekt engagiert?

Ich war stark eingebunden. So habe ich beispielsweise auch die Architekten über meine Philosophie orientiert. Zudem waren drei meiner Teams involviert: Ein Team war für die Umsetzung des Projektes zuständig, eins für die Finanzen und IT und eins für die Schulung der Therapeuten.

Ihre Philosophie in einem Satz...

Der Gast muss hier sein ultimatives sinnliches Erlebnis finden – riechen, schmecken, sehen...

Wird Wellness Ihrer Ansicht nach der grösste Markt der Zukunft?

Wellness ist jetzt schon der grösste Markt. In Amerika wurde untersucht, welches die zehn wichtigsten Freizeitbedürfnisse sind: Das erste ist auswärts essen, das zweite sind Wellnessbehandlungen. Golf beispielsweise rangiert auf Platz 8. Der Wellness-Markt wird sich zwar immer etwas verändern, weil es ein lebendiger Markt ist. Aber es ist ein Markt mit Zukunft, denn die Jungen wollen länger jung aussehen und die Älteren länger gesund bleiben.

Lässt sich mit Wellnessbehandlungen überhaupt Geld verdienen?

Ja, man kann damit gutes Geld verdienen und einen schönen Profit machen – aber Sie müssen Qualität bieten. Und Sie müssen viel in die Ausbildung Ihrer Therapeuten investieren.

Welches ist Ihr liebstes Wellnesshotel?

Wenn ich mich zurückziehen will, wenn ich Ruhe haben will, gehe ich nach Irland in das «Park Hotel» in Kenmare. Es liegt am Meer und es gibt dort keine Technologie. In Asien mag ich am liebsten das «Chiva-Som»-Resort in Hua Hin in Thailand. Man fühlt sich dort auch als Frau allein sehr wohl und es gibt ein sehr gutes Therapieangebot.

Wie lange dauert es noch, bis wir in den Wellnessabteilungen der Hotels gleich viel Männer wie Frauen antreffen?

In vielen Hotels sind bereits 40 Prozent der Gäste Männer. Ich nehme an, dass in zwei bis drei Jahren gleich viel Männer und Frauen in den Wellnessbereichen anzutreffen sind.

Foto: zsg



LUXUS PUR IM NEUEN SPA

Schlicht, mit edlen Materialien und warmen Farben: Emanuel und Rosmarie Berger haben im neuen Spa für Qualität in jeder Hinsicht gesorgt. Das grosszügige E'spa soll das «Victoria-Jungfrau» noch attraktiver und fit für die Zukunft machen.

«E'SPA» IM «VICTORIA-JUNGFRAU»

Hier buchen Gäste Zeit

Der neue Spa «E'spa» im Interlakner 5-Sterne-Hotel Victoria-Jungfrau ist eröffnet. 17 Mio. Fr. hat der Wellnessbereich gekostet, den die Londoner Expertin Susan Harmsworth konzipiert hat. Der Gast kann hier Zeit buchen und bekommt dafür eine adäquate Behandlung.

CHRISTINE KÜNZLER

Edle Materialien, viel Licht und Luft, betörende Düfte, warme Farben, 14 schlichte, an ein Zen-Kloster erinnernde Behandlungs- und zwei Ruheräume – Erlebnis, Sinnlichkeit, Qualität und Luxus pur: Im neu eröffneten Wellnessbereich des Interlakner Luxushotels Victoria-Jungfrau sollen sich die stressgeplagten Gäste vor allem für sich selber Zeit nehmen können, Ruhe und Entspannung finden.

Die neue Wellnessoase ist nach Geschlechtern getrennt. Dies weil gemischte Wellnessbereiche für Gäste aus gewissen Nationen unüblich sind, wie «Victoria-Jungfrau»-Direktor Emanuel Berger festhält. Wer mit seinem Partner oder seiner Partnerin wellnessen möchte, kann das trotzdem tun: Für 1300 Franken kann man den stimmungsvollen «Private spa» für zwei mieten (inkl. drei Stunden Behandlung pro Person, Getränke, Früchte und Lunch).

Den Zürcher Architekten Behles + Partner ist es mit dem neuen Wellnessbereich wahrlich gelungen. «den Geist des Hotels aufzuspüren, ihn weiter zu spinnen und ihn aus einem Zeitgefühl neu zu definieren», wie es Wolfgang Behles formuliert. Er war es

auch, der die beiden Hotels Victoria und Jungfrau vor zehn Jahren mit dem Neubau zusammengeführt hatte. Realisiert hat Behles über dem E'spa auch zehn Suiten, alle mit einem direkten Zugang zum neuen Wellnessbereich. Auch sie überzeugen durch ihre Schlichtheit und klaren Farben. «Wir wollten bewusst einen Gegenpunkt zum Barocken im Hotel setzen», sagt «Victoria-Jungfrau»-Direktorin Rosmarie Berger. Sie ist es, die für die Inneneinrichtung der Suiten zuständig war. Ein gewichtiges Wort habe sie auch im Spa gesprochen, sagt ihr Mann, «Victoria-Jungfrau»-Direktor Emanuel Berger.

JEDE BEKOMMT, WAS SIE BRAUCHT

Innert 12 Monaten sind Wellnessoase und Suiten gebaut und dafür 17 Mio. Franken investiert worden – rund 100 000 Franken pro Arbeitstag. «Diese neuen Einrichtungen sollen die Zukunft des «Victoria-Jungfrau» festigen, sagt Emanuel Berger. Das Hotel sei jetzt sozusagen «fit for the future».

Das Konzept für den neuen Spa stammt von Susan Harmsworth (vgl. Interview). Ihr Unternehmen liefert auch die im E'spa angewendeten Naturprodukte und nach ihrer Philosophie werden die Gäste behandelt. So wird jeder Gast mit einem Fussbad und einem Beratungsgespräch empfangen. Die Therapeutin versucht dann, mit dem Klienten herauszufinden, welche Behandlung ihm gerade entspricht. Der Gast ist also besser beraten, anstelle einer fixen Therapie lediglich Behandlungszeit zu buchen.

Ziel der Behandlung ist es, die Energien zu harmonisieren, das innere Gleichgewicht zu stabilisieren und so das Wohlbefinden des Klienten zu

fördern. «In zwei bis drei Tagen können wir Ihre Denkwiese verändern», verspricht Susan Harmsworth.

Ob der Gast das richtige Treatment bekommt, steht und fällt mit dem Einfühlungsvermögen und Können der Therapeutinnen. Die rund 15 Therapeutinnen und Therapeuten sind laut E'spa-Leiter Jürg Schüpbach während acht Wochen von Susan Harmsworths Mitarbeiterinnen geschult worden. Im bisherigen und neuen Spa-Bereich sind nun 45 Mitarbeitende tätig.

AUCH EXTERNE GÄSTE SIND ZUGELASSEN

«Wir nahmen das Beste aus jeder Kultur und Philosophie», sagte Susan Harmsworth. So ist ein Behandlungsangebot entstanden, das sowohl ayurvedische als auch andere östliche und westliche Elemente enthält. Susan Harmsworth stellt sich auf den Standpunkt, dass Behandlungen und Produkte qualitativ mindestens so hochwertig sein müssen wie der Spa selber.

«Das E'spa nutzen können nur Gäste, die eine oder mehrere Behandlungen (oder Stunden) buchen. Den anderen Hotelgästen steht der bisherige Wellnessbereich zur Verfügung. Um das E'spa profitabel führen zu können, sind bis auf weiteres auch Externe zugelassen – vorausgesetzt sie buchen mindestens zwei Behandlungen. Der «Day spa» mit Fussbad, Konsultation, Crystal bath, einer Massage und einem leichten Lunch an der Spabar beispielsweise kostet 230 Franken.

Anzeige

THE ENGLISH CORNER
EXPERTS IN TRANSLATIONS FOR TOURISM
www.the-english-corner.com, Tel./FAX 052 454 1437

Foto: Mainetta Decubal



SUSAN HARMSWORTH

Die renommierte Spa-Beraterin mit einem eigenen Unternehmen in London hat weltweit über 100 Spas konzipiert.

PARK HOTEL WALDHAUS, FLIMS

«Das Projekt ist auf Budgetkurs»

Gerade richtig zur Winter-saison ist im «Park Hotel Flims Waldhaus» am vergangenen Samstag der Wellnesskubus «Delight» eröffnet worden.

MARIETTA DEDUAL

Von den 30 Millionen Franken*, die insgesamt im Park Hotel Waldhaus in Flims investiert werden, sind bisher 22 verbaut worden. «Wir sind absolut auf Budgetkurs», verkündete Verwaltungsratspräsident Hans-Peter Stücheli an der Eröffnung des Wellnesskubus den Medienleuten und den zahlreichen Gästen (worunter die Banker gut vertreten waren). Stücheli: «Die Kostensicherheit wird also mit jeder Etappe grösser».

«AUFBRUCH IN EINE NEUE EPOCHE»

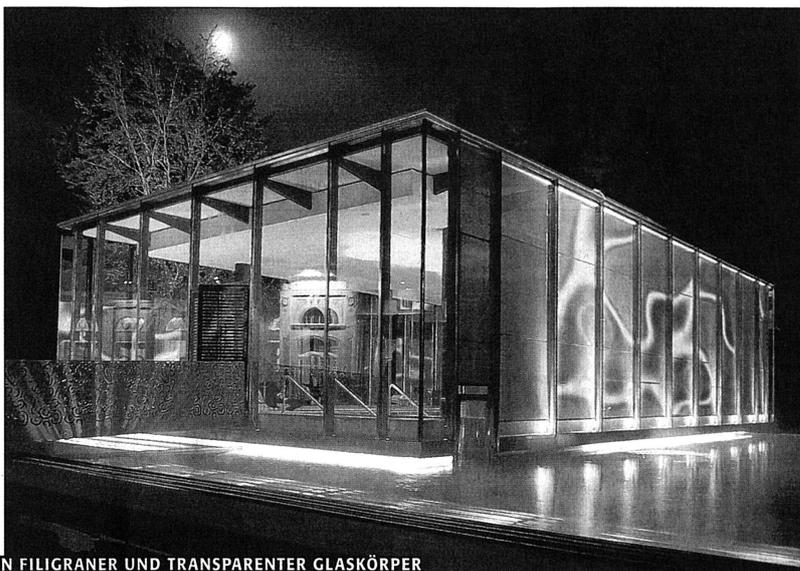
Man habe, so Stücheli, in Flims keinen Geld-Götzi gehabt, die Finanzierung sei einmalig. Der Unternehmenswert sei mit Hilfe der SGH nach der DCF-Methode (Discounted Cash-Flow) ermittelt worden; finan-

ziert wird das Projekt folgendermassen: 30 Prozent Aktienkapital-Erhöhung, 20 Prozent die Banken Credit Suisse und Graubündner Kantonalbank, 3 Prozent die SGH, 10 Prozent Investitionshilfedarlehen vom Bund, 15 Prozent eigene Immobilienbewirtschaftung und 10 Prozent Bargantrittsrückbehalt, 12 Prozent Cashflow.

«Auch das operative Geschäft hat im vergangenen Jahr besser abgeschnitten als erwartet», machte Stücheli dem Direktionshepaar Christoph und Sabina Schlosser ein Kompliment. Der Cashflow war – mit Rücksicht auf die Bautätigkeit – mit einem Minusbetrag von 90 000 Franken budgetiert, resultiert hat ein Plus von rund 120 000 Franken. So fielen auf die feierliche Eröffnung des Wellnesskubus keine Schatten, und der filigrane, transparente und lichtdurchflutete Wellnesskubus kam bei Presse und Gästen gleichsam gut an. Am Tag soll das neue Bad, vom Wasser umgeben, schillernd über dem Park schweben und in der Nacht wie eine Laterne leuchten. «Delight» heisst der Kubus, was nicht nur mit Licht in Zusammenhang zu bringen ist, sondern zugleich auch «Entzücken» bedeutet.

In einer weiteren Bauetappe entstehen ein Bioschwimmteich, eine Erdsauna, das private Spa «La Cauma», die Saunalandschaft mit separater Damensauna, Aroma- und Dampfbädern, einem Hamam sowie zehn Body- und Beauty-Treatmenträume und zwei Kosmetikkabinen. Die

Foto: zig



Ein filigraner und transparenter Glaskörper
Der neue Wellnesskubus «delight» des Park Hotel Waldhaus in Flims.

Gesamtfläche von «Delight» beträgt 2550 m², eröffnet wird der Gesamtkomplex im Juni 2004. «Delighted» oder entzückt soll sich der Gast auf dem ganzen Areal fühlen, die Archi-

tektur, der Park, die Mitarbeiter sollen es ausstrahlen; eigens dazu werden Workshops organisiert. Mit der Kombination von Tradition und Moderne sollen neue Gäste-segmente angespro-

chen werden. Mit dem «Aufbruch in eine neue Epoche» ist ein weiteres Ziel gekoppelt, nämlich aus dem «Park Hotel Waldhaus» einen Ganzjahresbetrieb zu machen.

Anzeige

INTERGASTRA



22. INTERNATIONALE FACHMESSE
FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE,
CATERING, KONFITOREI UND CAFÉ

Beste Empfehlungen
für Hotel und Gastronomie



Die Bedürfnisse der Gäste schnell zu erkennen und zu erfüllen wird immer wichtiger. Anregungen und Lösungen hierzu bietet Ihnen die INTERGASTRA, die erste internationale Gastronomie-Fachmesse des Jahres 2004. Hier stehen zukunftsorientierte Trends, aktuelle Konzepte und innovative Technik als Grundrezepte für erfolgreiche Geschäfte im Mittelpunkt. Rund 700 Aussteller vermitteln Ihnen ein breit gefächertes Angebot aus der ganzen Welt der Gastlichkeit. Viele Events und lebendige Präsentationen machen die INTERGASTRA für Sie zur praxisnahen Erlebnismesse. Für absolute fachliche Höhepunkte sorgen attraktive Sonder-schauen, ein informatives Rahmenprogramm und hochkarätige Wettbewerbe, wie der Gastro-Innovationspreis.

Stuttgart heißt Sie auf der INTERGASTRA 2004 herzlich willkommen!

14.02. – 19.02.2004
Messe Stuttgart
www.intergastra.de

Weitere Informationen bei:
Handelskammer Deutschland-Schweiz
Herr Burger
Tel. (02) 283 61 75, Fax (02) 283 61 00
e-mail: fairexpert@handelskammer-d-ch.com

Mitten im Markt Messe Stuttgart www.messe-stuttgart.de

KURZ UND BÜNDIG

Grindelwald: 25 000
Logiernächte erwartet

Die Bergbahnen Grindelwald First AG haben für 500 000 Franken in den Umbau der Militärbaracken in Grindelwald investiert. Für nächstes Jahr erwartet der Betreiber 25 000 Logiernächte in der «Down Town Lodge». Die Baracken, die dem Bund gehören, bieten 270 Schlafplätze. Mieter der Anlage ist die Gemeindefirma Grindelwald, Untermieterin die Bergbahnen Grindelwald First. Laut «Berner Zeitung» ist das Masslager über Weihnachten und Neujahr sowie ab Mitte Januar bis März ausgebucht. CK

Wellness für das Hotel
Post in Zweisimmen

Im Hotel Post in Zweisimmen können Gäste und Einheimische ab sofort Wellnessbehandlungen buchen. Die jungen Hoteliers, Monika und Hans Peter Fahrni-Sager wollen laut «Berner Zeitung» damit die 15 Zimmer ihres Hotels im Sommer und Winter auch bei schlechtem Wetter auslasten. Realisiert worden ist die kleine Wellnessoase in einer zum Hotel gehörenden Privatwohnung. Geführt wird der Wellnessbereich von Trix Feuz, die zuvor in der Wellnessoase des Hotels Ermitage in Schönried tätig war. Das junge Hotelierpaar will mit der Wellnessoase an Zweisimmens lange Bädertradition anknüpfen. CK

Starwood und Winzerei
bauen ein Hotel

Mitten im Herzen der Rioja-Region Elciego/Alava soll ein Hotel der Spitzenklasse entstehen: Starwood Hotels & Resorts und Vinos de los Herederos del Marqués de Riscal haben soeben den Vertrag zum Bau des neuen Hotels Marqués de Riscal unterzeichnet. Das Haus wird von Frank O. Gehry, dem Architekten und Erbauer des Guggenheim-Museums in Bilbao, konzipiert. Das Hotel, das zu der Starwood-Marke The Luxury Collection gehört, soll

2005 eröffnet werden. Sein Restaurant soll zu einer der besten Gourmet-Adressen Spaniens werden. Und die Gäste können die Herstellung des edeln Weins aus nächster Nähe miterleben. CK

Verluste für Club
Méditerranée

Der französische Reiseveranstalter Club Méditerranée hat das Geschäftsjahr 2002/2003 mit einem unerwartet hohen Verlust abgeschlossen. Für die nächsten zwei bis drei Jahre rechnet das Unternehmen aber wieder mit besseren Ergebnissen. Im Geschäftsjahr sei ein Verlust über 94 Mio. Euro entstanden. Analysten hatten einen Verlust von 79,4 Mio. Euro erwartet. Die Umsätze betragen 1,609 Mrd. Euro. In zwei bis drei Jahren werde operativ ein Gewinn von rund 100 Mio. Euro erwartet. CK/sda

Jedem sein eigener
Tannenbaum

Das Swissôtel Zürich lud seine wichtigsten Kunden mit deren Familien bereits zum fünften Mal auf einen Gutshof nach Watt: Als kleines Weihnachtspresent durften sie ihren eigenen Tannenbaum schlagen. Für das leibliche Wohl sorgte die Küchenmannschaft des Swissôtel Zürich unter der Leitung von Chefkoch Martin Kaspar. CK

Ein Radiosprecher
kommt zu einem Hotel

Der ehemalige DRS1-Radiosprecher Thomas Baer hat zusammen mit Ursina Barandun das Hotel «Weisses Kreuz» in Bergün in Pacht übernommen. Das Haus mit 26 Zimmern und mehreren Ferienwohnungen gehört laut der «Südostschweiz» der Asco Kohlensäure AG in Romanshorn, deren Geschäftsführer Thomas Trachsel das Hotel nach dessen Konkurs von der Graubündner Kantonalbank gekauft und in den letzten sechs Monaten sanft renoviert hat. CK



US-TRENDS / Zurzeit haben preisgünstige Lunch- und Dinner-Angebote auch in den Luxusrestaurants Hochkonjunktur. **SEITE 14**



POLEN / Der Schweizer Kurt Scheller bietet Kochkurse in Polens einziger Koch-Akademie in Warschau. **SEITE 17**



hotel+tourismus revue

FOOD-EVENT

11. St. Moritz Gourmet Festival

Leckerbissen und Spitzenweine auf 1800 Meter über Meer: Zehn Spitzenköche aus neun verschiedenen Ländern und drei Kontinenten werden vom 2. bis 7. Februar 2004 an der 11. Ausgabe des St. Moritz Gourmet Festivals ihre Kochkünste demonstrieren.

MARTIN J. PETRAS

Was vor elf Jahren in einem kleinen Rahmen begann, ist zu einem festen Bestandteil des St. Moritzer Winter-Veranstaltungskalenders geworden: Nach dem letztjährigen Jubiläumsjahr kündigen die Organisatoren des St. Moritz Gourmet Festival auch für die kommende 11. Durchführung des Food-Events eine Top-Besetzung an. Gemeinsam mit den lokalen Küchenbrigaden der St. Moritzer Luxus- und Erlasshotels werden vom 2. bis 7. Februar 2004 Meisterköche aus verschiedenen Erdteilen ihre Spezialitäten anbieten.



Reto Mathis, Präsident des St. Moritz Gourmet Festivals.

Im «Badrutt's Palace» ist aus dem kalifornischen Nappa Valley Richard Reddington, Auberge du Soleil, Rutherford, zu Gast; im «The Carlton Hotel» wirkt Rainer Zinngrebe, Ritz-Carlton, Cancun, Mexiko; im «Kempinski Grand Hôtel des Bains» Eric Frechon, Hôtel Le Bristol, Paris, und im «Kulm Hotel» Jean-Louis Nomicos, Restaurant Lasserre, Paris. Weiter ist im «Suvretta House» mit Dee Ann Thurumaki vom Peninsula-Restaurant Felix in Hongkong die einzige Gastköchin am Werk. Aus Deutschland kommt Jörg Müller, Hotel Restaurant Jörg Müller, Westerland-Sylt, der im «Schweizerhof» kocht; im «Hotel Monopol» ist Ettore Bocchia, Grand Hotel Villa Serbelloni, Bellagio, Comersee, zu Gast; aus Japan kommt ins «Crystal Hotel» Mark Vann, Restaurant Fujimamas, Tokio. Ramu Mathra-velo und Firas Omar, Palace of the Golden Horses, Restaurant Carousel, Kuala Lumpur, Malaysia stehen im «Steffani» am Herd. Und genauso kommen die Gourmets auch im «Mathis Food Affairs», Corviglia auf ihre Kosten.

Wie jedes Jahr, wird das kommende St. Moritz Gourmet Festival von attraktiven Special-Events und exklusiven «Wine Tastings» umrahmt.

«CHLÖSTERLI»-WIEDERERÖFFNUNG

Ein Hauch von Paris in Gstaad

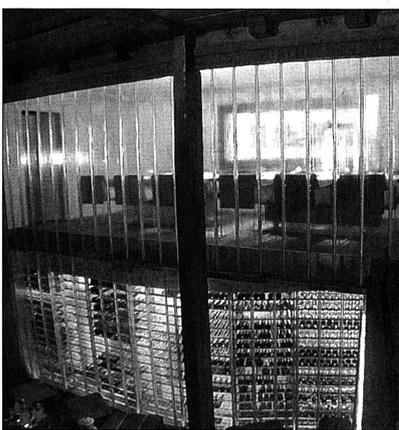
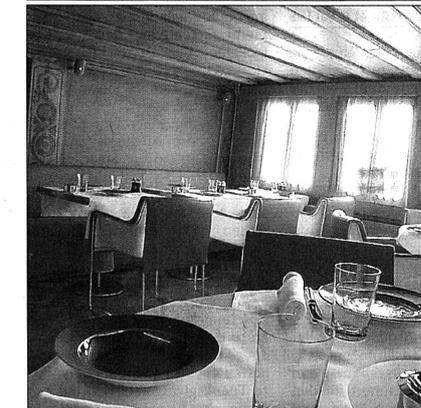
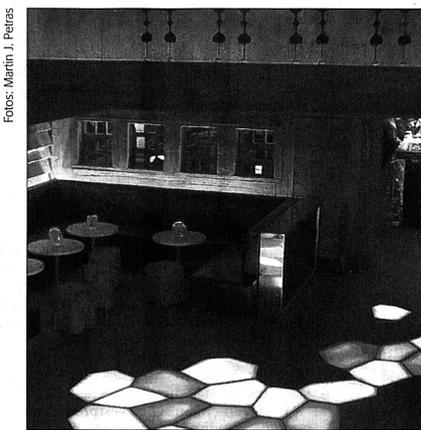
Das legendäre Restaurant Chlösterli im Grund bei Gstaad öffnet am kommenden Wochenende nach einem Gesamtumbau wieder seine Türen: Ein hochmodernes, trendiges Multikonzept aus Bar, Lounge, zwei Restaurants, zwei Terrassen sowie Nachtclub.

MARTIN J. PETRAS

Pünktlich zur Wintersaison präsentiert sich das traditionsreiche «Chlösterli» nun als ein hochmodernes Gastronomiekonzept, das einen Hauch des internationalen Grossstadt-Ambiente ins verträumte Saanenland bringt. Schon im Eingangsbereich taucht der Besucher in die leicht surreale Welt aus (altem, bestehendem) Holz, Glas, Stein und raffiniertem Licht des französischen Designers und Innenarchitekten Patrick Jouin ein.

Der erste Blickfang ist die Glaswand mit den ausgestellten Weinflaschen. Darüber liegt das «Aquarium», der «Kitchen table»-Raum des «Spoon des neiges». Neben einem traditionellen Restaurant mit moderner, «transalpiner Küche» entstand im «Chlösterli», nach Paris, Mauritius, London, Saint-Tropez, Hongkong und Karthago, das insgesamt siebte «Spoon», ein vom französischen Stargastronomen Alain Ducasse entwickeltes Multikulti-Gourmet-Restaurantkonzept.

Das bekannte Gstaader Lokal, dessen Geschichte vierhundert Jahre zurück reicht, wurde vor rund zwei Jahren vom monegaschen Immobilienunternehmer und Gstaader Chaletbesitzer Michel Pastor gekauft und aufwändig umgebaut. Dank seiner Neukonzeption setzt das «Chlösterli» seine Tradition fort – und wird sicherlich weitere Geschichte schreiben.



«CHLÖSTERLI» IM SCHICKEN NEUEN KLEID

Das Gstaader Kultlokal umfasst neu ein Restaurant mit traditioneller Küche, Bar, Lounge sowie das von Alain Ducasse konzipierte «Spoon des neiges» (unten links). Ab 23 Uhr verwandelt sich das bekannte «Chlösterli» in einen trendy Nachtclub. Das «Chlösterli»-Team: v.l.n.r. Gerant Karim Chaia, Küchenchef Christian Julliard und Projektverantwortliche Delphine Pastor.

PRIX CULINAIRE PIERRE TAITTINGER

«So einfach und gut wie möglich»



ZWEI GENERATIONEN VON «PRIX-CULINAIRE»-TEILNEHMERN
Der Viertplatzierte des 37. «Prix Culinaire» in Paris, Laurent Eperon (rechts), wurde vom Zweitplatzierten des Jahres 1978, Bernard Gothuey, gut vorbereitet.

Am 37. «Prix Culinaire International Pierre Taittinger» in Paris belegte der Schweizer Repräsentant Laurent Eperon den ehrenvollen vierten Platz.

MARTIN J. PETRAS

Das erklärte Ziel des Organisationskomitees des renommierten «Prix International Pierre Taittinger» ist es seit 37 Jahren, sich für die Traditionen der «grande cuisine classique française» einzusetzen und diese zu fördern. Der zu den weltweit bekanntesten kulinarischen Wettbewerben zählende «Prix Culinaire» richtet sich an Köche im Alter von 24 bis 39 Jahren, die bereits über mindestens acht Jahre Berufserfahrung verfügen.

Im Pariser Hotel Concorde Lafayette fand kürzlich das viel beachtete internationale Finale statt. Zur Teilnahme qualifiziert waren die nationalen Sieger aus Deutschland, Österreich, Belgien, Spanien, Frankreich,

Grossbritannien, Italien, Japan, Luxemburg, Niederlande und Schweiz. Letztere wurde dieses Jahr von Laurent Eperon, der im Zürcher Hotel Baur au Lac arbeitet, vertreten. Er qualifizierte sich anlässlich der Schweizer Ausscheidung mit einem «Carré de veau glacé au citron et à l'orange».

Die grösste Motivation, am «Prix Culinaire Pierre Taittinger» teilzunehmen, sei «persönliche Befriedigung» und die Möglichkeit, «dazulernen zu können», so Eperon. Unterstützt wurde er dabei vom «Baur-au-Lac»-Küchendirektor Bernard Gothuey, der 1978 Zweiter des hoch angesehenen Kochwettbewerbes wurde. Von ihm kam auch der «klassische» Rat, «so einfach und so gut wie möglich» zu kochen.

Das Thema des diesjährigen Finals wurde erst drei Wochen im Voraus bekannt gegeben: «Poisson de mer farci, servi entier». «Ich habe mit «Turbot», «Sole» und «Loup de mer» geübt», lacht Laurent Eperon, «wir erfuhren erst am Vortag, dass wir eine «Daurade» zubereiten mussten.» Kein Wunder brach da Nervosität aus – und bei Bernard Gothuey klingelte das Telefon.

Gutes Geschäftsjahr

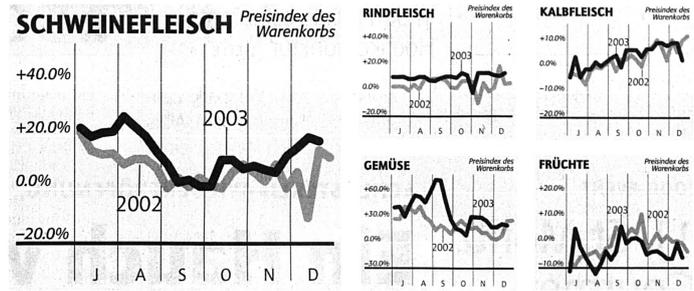
Eichhof. Die Getränke-division habe im Geschäftsjahr 2002/2003 (per 30. September) ihre Position als bedeutendste unabhängige Schweizer Brauerei erneut ausgebaut, teilte Eichhof mit. Sie steigerte den Bruttoumsatz um 2,2 Prozent auf 200,8 Mio. Franken. Der EBITDA nahm um 15 Prozent auf 19,9 Mio. Franken zu und der EBIT übertraf den Vorjahreswert mit 11,7 Mio. Franken um 26 Prozent. Die Getränke-division habe im Berichtsjahr weiter in den Ausbau der Ver-

triebsstrukturen sowie in eine optimale Abrundung des Produktangebots investiert. Die im exklusiven Vertrieb von internationalen Premium-Bieren tätige «The Beer Company» habe ihre Marktposition bestätigt, ist der Mitteilung weiter zu entnehmen. Eichhofs Weinkellerei St. Georg habe mit einer Umsatzsteigerung um 11 Prozent erneut Marktanteile gewonnen. Der Bruttoumsatz der Eichhof-Gruppe nahm im Berichtsjahr um 0,7 Prozent auf 283,3 Mio. Franken zu. **DST**

Über 87 000 kg im Schnitt

Milchkontingente. Im Milchjahr 2002/2003 beträgt das durchschnittliche Kontingent auf nationaler Ebene mehr als 87 000 Kilogramm. Von insgesamt 3,146 Millionen Tonnen an verteilten Kontingenten sind insgesamt 688 Millionen Kilogramm durch Miete oder Kauf erworben. Dies entspricht einem Anteil von knapp 23 Prozent des Kontingents. Im Berichtsjahr vermarkteten 34 671 Produzenten Milch, 4,3 Prozent weniger als im Vorjahr. **DST**

PRODINDEX 15. 12. BIS 20. 12. 2003 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



INTERNORGA, HAMBURG

«Wirtschaftliche Eiszeit» zu Ende?

Gute Stimmung vor der 78. Internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien.

MARTIN J. PETRAS

Ernst Fischer, der Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes (Dehoga), geht im Vorfeld der «Igeho 2004», die vom 5. bis 10. März stattfinden wird, davon aus, dass die «wirtschaftliche Eiszeit» beendet ist, und die Branche wieder mit steigenden Umsätzen rechnen kann. Die leichte Aufbruchstimmung, die sich in der Branche in Deutschland breit macht, gibt offenbar der bevorstehenden Internorga Rückenwind. Zum Stimmungswechsel habe der «Jahrhundertssommer» beigetragen, der laut Dehoga der Freiluftgastronomie Umsatzsteigerungen von bis zu 15 Prozent beschert hat. Rund 86 Prozent der befragten deutschen Gaströwer zeigten sich laut Mitteilung mit dem Verlauf der Sommersaison zufrieden.



Branchenfachmesse «Internorga»

Im Ausstellungsbereich der «Internorga», die letztes Jahr von rund 102 000 Personen besucht wurde, werden an die 850 Firmen aus 20 Ländern anwesend sein. In 12 Hallen auf dem Hamburger Messegelände, werden auf 64 000 Quadratmetern Produkte und Neuheiten aus den Bereichen Küchentechnik, Einrichtung, Nahrungsmittel und Getränke sowie Organisation und Kommunikation präsentiert. Die Messe wird von verschiedenen Branchenveranstaltungen begleitet, darunter das «Internationale Foodservice-Forum». An dem von der Hamburg Messe und Congress GmbH sowie den Fachzeitschriften Foodservice und Foodservice Europe organisierten Forum werden die Branchenzahlen sowie -trends analysiert und erfolgreiche deutsche und internationale Restaurantkonzepte präsentiert.

RESTAURANTTRENDS USA

Preisgünstige Festpreismenus

In den Jahren der gut verdienenden Yuppies galt das Bestellen eines Festpreismenus als «Sich-nichts-anderes-leisten-Können». In der heutigen Zeit haben preisgünstige Lunch- und Dinner-Angebote auch in den Luxusrestaurants Hochkonjunktur.

HARALD WEISS

Amerikaner sind von Natur aus stolz auf ihre Freiheit. Und auch bei dem was sie wann, wo und in welcher Reihenfolge essen, wollen sie normalerweise eine Auswahl haben und selbst entscheiden. Doch die lang anhaltende Wirtschafts-Rezession hat das Sparsamkeitsbewusstsein bis hinein in die höchsten Einkommensschichten geschärft. Vom einfachen Diner über trendige Bistros bis hin zu den Luxusrestaurants in New York, Washington und San Francisco bieten viele nicht nur die täglichen «Specials», sondern auch Festpreismenus mit drei bis sechs Gängen an.

«Warum soll ich 70 oder 100 Dollar für ein individuell zusammengestelltes Dreigangmenü ausgeben, wenn ich es im selben Restaurant für den halben Preis bekommen kann, und ausserdem probiere ich dabei ab und an etwas Neues, das ich mir sonst vielleicht niemals bestellt hätte», sagt Kunji Beharry, Chef der Marketing-agentur Cenosystems in New York, dessen Büro in Central-Park-Nähe liegt und damit inmitten von New Yorks exklusivsten Restaurants.

GLEICHER TREND VON OST- BIS WESTKÜSTE

Auch von der anderen Küstenseite der USA werden ähnliche Sinnes-

wandel gemeldet. Am spektakulärsten war der plötzliche Ansturm auf das Dreigangmenü im «Chez Panisse», dem renommiertesten Restaurant in der gesamten Bay-Area rund um San Francisco. «Wir haben das Festpreismenü in diesem Jahr nur versuchsweise gestartet, doch es ist ein voller Erfolg geworden», berichtet die Hauschefin Alice Waters. Dabei gehört ihr täglich wechselndes Menü mit 55 bis 75 Dollar in die oberste Kategorie der amerikanischen Festpreismenus.

«Ende der 90er-Jahre ist hier keiner auf die Idee gekommen ein Festpreismenü anzubieten, der Dollar sass lockerer in der Tasche», beurteilt Ernst Huff, Vize-Präsident der Berkeley-Universität, den Sinneswandel der Restaurantbesucher.

Den endgültigen Durchbruch bekamen diese Angebote in diesem Jahr zum grössten amerikanischen Familienfeiertag, Thanksgiving. Da immer weniger Amerikaner bereit sind, stundenlang in der Küche zu stehen, ist die Zahl der Familienbesuche im Restaurant in den letzten Jahren steil angestiegen. Als Folge dieses Trends steht heute ein breites Restaurant-Angebot für nahezu jeden Geschmack und Geldbeutel bereit. Eines davon ist Bayard's in der Wall-Street-Gegend von New York. «Wir hatten in diesem Jahr zum ersten Mal zu Thanksgiving geöffnet und haben vorher eine Reihe verschiedener Truthahnmenus ausgesetzt. Wir waren bereits zwei Wochen vorher komplett ausgebucht», berichtet Inhaber Peter Poulakakos stolz.

IMMER MEHR AMERIKANER ESSEN AUSWÄRTS

Insgesamt rechnet der US-Gaststättenverband damit, dass in diesem Jahr 12 Prozent mehr Amerikaner an Thanksgiving auswärts gegessen haben als im Jahr zuvor. Und dieser Trend setzt sich in den Wochen nach



TRUTHAHN ZU THANKSGIVING

Der traditionelle Truthahn wird von den Amerikanern immer häufiger im Restaurant gegessen und fast ausschliesslich als Mehrgangmenü.

Fotos: Inja Keetman



WASSER STÄTT WEIN

Beim romantischen Rendezvous-Dinner darf es heute das Festpreismenü sein – häufig sogar nur mit Wasser, ganz ohne Wein.

Thanksgiving bis Weihnachten fort. Denn da gibt es die vielen Firmen- und Abteilungsessen sowie die abends unter Zeitdruck stehenden Theaterbesucher, die nur von 18.00 bis 19.30 Zeit haben.

Das alles bewirkt in der Adventszeit einen deutlichen Schub an Festpreismenü-Angeboten. So bestätigt Bruno Cataldo, Chef des «Mezza Luna Ristorante» in Elkhart, einer Vorstadt von Chicago: «Gerade jetzt sind unsere neuen Festpreismenus sehr beliebt und wir werden sie auch beibehalten», sagte er über sein neues Angebot.

Cataldo bietet ein täglich wechselndes Dreigangmenü für 30 Dollar an, womit er in diesem Landkreis schon an der Grenze dessen ist, was durchsetzbar ist. «Wir gehören hier zur obersten Preis- und Leistungskategorie, bessere Restaurants gibt es dann erst weiter stadteinwärts», so Cataldo.

MINERALWASSER AUCH ZUM DINNER

Nicht enthalten sind in den amerikanischen Festpreismenus jede Art von Getränken. Zum Lunch sind alkoholische Getränke in den USA ohnehin verpönt. Ein passendes Weinangebot als Teil des Menüs würde unweigerlich als eine Art «Verführung zum Betrinken» interpretiert werden. «Wir haben schon überlegt, ob wir das

Abendmenü mit Wein ergänzen, aber die meisten Gäste trinken auch zum Dinner nur alkoholfreie Getränke oder Bier», sagt Sirio Maccioni, Chef des New Yorker Luxus-Italiensers «Osteria del Circo», der in der Weihnachtszeit rund die Hälfte des Umsatzes mit Festpreismenus erzielt. Auch Maccioni wechselt das Menü täglich und bietet mittags ein Dreigangmenü für 45 Dollar und abends ein Fünfgangmenü für 55 Dollar an.

«Vom einfachen Diner in einem Einkaufszentrum bis zum Steakhaus gibt es gerade jetzt zur Weihnachtszeit fast überall Festpreismenus», sagt Tanya Steel, Marketing-Beraterin für verschiedene US-Restaurants in Atlanta.

Auch im Cibo auf New Yorks Upper East-Side gibt es seit kurzem ein Festpreis-Dinner. «Wir haben uns an der New Yorker Restaurantwoche beteiligt und dabei gesehen, wie gut die Menus laufen, seitdem haben wir das als feste Einrichtung beibehalten», sagt dessen Manager Hector Oliveros. Er bietet jeweils drei bis vier Vorspeisen, Hauptgänge und Desserts zur freien Kombination an. Und das für nur 30 Dollar, also einem für New Yorker Verhältnisse fast unschlagbar günstigen Preis. Was ein klarer Hinweis darauf ist, dass sich die Wirtschaft in der Stadt noch nicht ganz erholt hat – zumindest nicht in der Restaurant-Industrie.

LESEBAR

Philippe Rochat – La Cuisine sublime

Philippe Rochat, mit 19 von möglichen 20 Punkten von Gault-Millau und im «Michelin» mit drei Sternen ausgezeichnet, verabscheut jedes Mittelmass, nur das Perfekte ist ihm

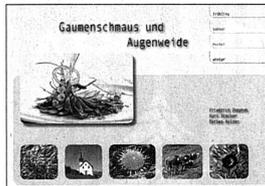


gut genug. «La Cuisine sublime» umfasst mit 200 Rezepten unterschiedlichen Schwierigkeitsgrads eine repräsentative Auswahl seiner grossen klassischen Gerichte – Anregung zum Träumen, Nahrung für die Seele und nicht zuletzt ein spektakuläres Kochbuch der Spitzenklasse. Rezeptbeispiele aus dem Inhalt: Kalte Tomatenconsommé mit feiner Basilikum-Ratatouille, Carpaccio von Jakobsmuscheln mit Artischocken und grünen Kartoffeln, parfümiert mit Vin-Santo-Essig, Kotelett und Filet vom Milchlamm mit Bohnenkraut und Piemonteser Gnocchi, Pfirsichsuppe mit kleinen roten Früchten und Melonensorbet, Crêpe soufflée mit Waldbeeren. **DST**

304 Seiten, ISBN 3-85502-965-2, 188 Franken, AT Verlag, Anrau

Kulinarische Streifzüge durch das Goms

Wer das Goms mit wachen Sinnen und gutem Appetit durchstreift, staunt vor der Vielfalt an uralten Landwirtschafstprodukten, Wildgemüsen, Waldfrüchten, Pilzen,

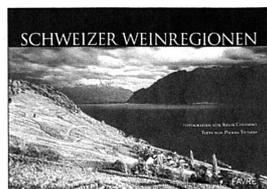


Gewürzkrautern und an alten überlieferten Verfahren zur Haltbarmachung und Zubereitung von Lebensmitteln. Der im Goms tätige Spitzenkoch Friedrich Zemanek hat in seinem Buch zu jeder Jahreszeit bewährte und traditionelle Rezepte zusammengestellt, die er der Zeit angepasst und ergänzt hat. **DST**

109 Seiten, ISBN 3-9521903-1-4, 30 Franken, Buch- und Zeitungsverlag zur Mühle AG, Fiesch

Schweizer Weinregionen

Die Fotos von Régis Colombo und die Texte von Pierre Thomas (Korrespondent der htr) beschreiben die Entstehung von Wein, zeigen aber auch, dass auf den 15 000 Hektaren Rebfläche der



Schweiz seit zehn Jahren eine wahre Revolution hin zu immer ausdrucksstärkeren und immer originelleren Weinen stattfindet. **DST**

223 Seiten, ISBN 2-8289-0764-3, 69 Franken, Editions Favre SA, Lausanne

WILDPARK LANGENBERG

Aperitif mit den Wildschweinen

Das Restaurant Wildpark Langenberg in Langnau am Albis präsentiert sich nach einer sanften Renovation in einem neuen Gewand.

DANIEL STAMPFELI

Eine sanfte Renovation der Räumlichkeiten, ein innovatives Betriebskonzept und eine junge Führungscrew hauchten dem Restaurant Wildpark Langenberg neues Leben ein.

Neben der bewährten Ausflugs-terrasse (60 Sitzplätze) und dem Selbstbedienungsrestaurant (100 Plätze) mit Blick auf das Bärengelände steht den Besuchern im Inneren des Gebäudes ein bedienter Restaurantteil (60 Sitzplätze) zur Verfügung. Für die moder-

ne und helle Innenausstattung wurden Wildpark-Elemente wie beispielsweise Geweihe verwendet.

Als Exklusivität wird den Gästen eine Fondue-Chinoise-Variante mit Wildfleisch serviert, welches teilweise aus dem Tierpark Langenberg stammt. Aber auch Ausgefallenes wird geboten: Wenn es das Wetter erlaubt, wird der Aperitif für kleinere Gruppen und geschlossene Gesellschaften im neuen, begehren Wildschweingelände oder in der alten Bärenanlage serviert.

Pächter des Restaurants Wildpark Langenberg sind Michel Péclard und Christoph Birchler. Die beiden Unternehmer betreiben weitere drei Restaurants in Zürich. Ein weiteres soll im kommenden Frühling hinzukommen. Küchenchef des renovierten Restaurants ist Natalie Albrecht.

Foto: zsg

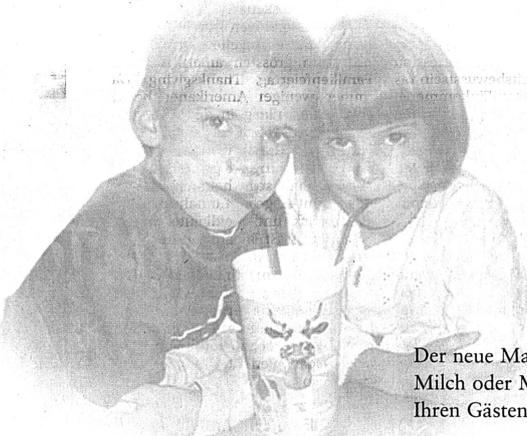


SANFT RENOVIERT

Eine Mischung aus modern und rustikal zeichnet das nach der Renovation neu eröffnete bediente Restaurant im Wildpark Langenberg in Langnau am Albis aus.

Anzeige

Für Ihre jungen Gäste!



Der neue MagicMilk-Becher für frische, kühle Milch oder Milchlaxgetränke macht nicht nur Ihren Gästen Spass, sondern auch Ihnen.

Die Becher erhalten Sie im 10er-Karton für Fr. 25.- inkl. 5 attraktive Wobblers, die Ihre Gäste auf den Trinkspass aufmerksam machen.

Der MagicMilk-Becher ist spülmaschinenfest und kann eingesetzt werden wie ein normales Glas. Bestellen Sie noch heute diese trendige Neuheit!

Bestellen Sie jetzt die trendigen MagicMilk-Becher unter:

www.schweizerkueche.ch/abverkaufshilfen

Schweizer Milchproduzenten SMP
Service Compris • 3000 Bern 6
Tel. 031 359 57 79 • Fax 031 359 58 55
www.schweizerkueche.ch



Mit jeder Drehung des «MagicMilk» erscheint eine Sequenz aus einem der bekannten Lovely-TV-Spots.

Hausammann – Wein-Protector auf Stickstoff-Basis



Mit dem Wein-Protector wird auf schnellste Weise ein Schutzfilm über die Weinoberfläche der angebrochenen

Flasche gelegt. Zusätzlich mit einem Korken verschlossen, bleiben so die Weissweine im Kühlschrank bis zu

zehn Tage einwandfrei, Rotweine können sich (ungekühlt) gar zwei Wochen halten. Per kurzem Knopfdruck entweicht dem Wein-Protector ein Schutzfilm (Stickstoffoxydul) und verteilt sich auf der Weinoberfläche in der angebrochenen Flasche. Stickstoff, schwerer als Sauerstoff, verdrängt diesen und bildet eine Schutzschicht über dem Wein. Diese verhindert die weitere Oxydation, der Wein bleibt länger haltbar. Stickstoff ist ein Bestandteil unserer Atemluft und absolut geschmacks- und geruchsneutral. Stickstoff wird seit Jahren in der Weinbereitung angewendet, als wirksamer Oxydationsschutz in angebrochenen Fässern. Der Wein-Protector entstand in Zusammenarbeit mit führenden Önologen.

A. Jean-Paul Hausammann
Önothek & Weinkeller
8708 Männedorf
Telefon 01 920 07 47
www.aph-weine.ch

Weihnachtsbier von Feldschlösschen



Rechtzeitig auf die Adventszeit bringt Feldschlösschen sein Weihnachtsbier für die Gastronomie. Es ist in gesamt-

schweizerisch rund 1100 Gaststätten im Offenausschank erhältlich. Das Weihnachtsbier ist bernsteinfarben, riecht fruchtig-aromatisch, schmeckt mildwürzig und hat einen im Vergleich zu Lager- und Spezialbieren leicht höheren Alkoholgehalt. «Das nach einem althergebrachten Rezept gebraute Bier erfreute sich bei seiner Erstauflage im vergangenen Jahr einer derart grossen Beliebtheit, dass einzelne Gastwirtschaftsbetriebe bereits nach vier Tagen ausverkauft waren», erläuterte Senior Brand Manager Matthias Kiess. «Das Rezept für das Weihnachtsbier stammt von Brauern, welche die Spezialität Mitte des letzten Jahrhunderts für ihr eigenes Weihnachtsfest, ihre Familien und Freunde kreierten», erläutert Hermann Lösch, Leiter Forschung und Entwicklung. Weihnachtsbiere gibt es seit Jahrhunderten in Deutschland, Österreich, Skandinavien und in den USA. www.feldschloesschen.ch

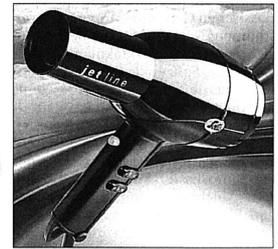
Swiss Egro Serie 70 – Black Magic Kaffeemaschine

Egro, einer der führenden Hersteller von vollautomatischen Kaffeemaschinen, stellt das Modell Swiss Egro Serie 70, die Black Magic, vor. Sie ist einzigartig, nicht nur im Design, sondern auch wegen ihrer Chromstahl-Brühgruppe mit Doppelbrühkammern. Mit der kleineren Brühgruppe für den einzelnen Espresso, und der grösseren für den Doppio, oder zwei Espresso, brüht sie den Kaffee genau wie die klassischen italienischen Kaffeemaschinen. Neben Cappuccino und Lattes kann auch Kaltmilch sowie Milchschaum bezogen werden. Insgesamt 14 verschiedene Programme stehen zur Verfügung. Ein automatisches Reinigungssystem hält Milchleitungen und Schäumerköpfe tagsüber sauber. Am Abend erleichtert ein kombiniertes Kaffee- und Milchreinigungsprogramm die tägliche Instandhaltung. www.egro.ch



Solis – Jet Line Haartrockner

Solis Jet Line ist ein Haartrockner, der allerhöchsten Ansprüchen gerecht wird. Dank den individuell einstellbaren Föhnleistungen, kann jeder Haartyp optimal behandelt werden – vom zarten Babyhaar bis zu top-modischen Frisuren. Ein neuartiges Gebläsesystem, das sehr an die Triebwerke modernster Jets anlehnt, sorgt für hohe Luftleistung und Druck bei angenehmer Geräuschentwicklung. Mit zwei Gebläse- und vier Temperaturstufen produzieren Sie die optimal blasende Luft. Die Kaltluft spendet auf Wunsch sofortige Abkühlung und stellt die Stabilisierung der Frisur sicher. Der Solis Jet Line liegt perfekt in der Hand und ermöglicht ein ermüdungsfreies Haartrocknen. Wie bei Profigeräten üblich, gibt es einen abnehmbaren Haarfilter und einen Kabelschutz mit integrierter Aufhängeöse. Ausserdem sind seitlich Gummieinlagen als Rutschsicherung ange-



bracht. Der neue Haartrockner Solis Jet Line erobert die Welt: Die Reise geht über Europa, nach USA, Japan und momentan ist er gar auf dem Wege nach China ... nicht umgekehrt! **Solis AG**
Telefon 01 874 64 54
info@solis.ch

Ein grosses Dankeschön unseren Leserinnen und Lesern sowie unseren Inserenten für ihre Treue und ihr Vertrauen.

Die hotel + tourismus revue wünscht Ihnen einen guten Rutsch ins neue Jahr!

«Stomach Competence»

GDI. Ist Wachstum in gesättigten Foodmärkten möglich? Diese Frage geht die im Deutschen Fachverlag erschienene GDI-Publikation «Stomach Competence» auf den Grund. Es handelt sich um ein Fachbuch für Unternehmer und Manager, die im Food-Business tätig sind, egal ob Hersteller, Händler oder Gastronomen. Die Autoren zeigen neue Perspektiven jenseits des Discountings auf. *DST*

www.gdi.ch/buecher

Sparen beim Heizen

Umweltschutz. Ein Merkblatt vom Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich (UGZ) gibt Tipps, wie mit umweltschonendem Heizen und Lüften Geld gespart werden kann. Oft wird Heizenergie ungenutzt verbraucht, weil Fenster offen stehen oder Wände schlecht isoliert sind. Als Folge dreht man die Heizung auf. Ein Grad höhere Innentemperatur verbraucht 6 Prozent mehr Energie. *DST*

www.energie.stzh.ch, Tel. 01 216 20 20

Neuheiten und Trends

Ormaris Zürich. Vom 11. bis 14. Januar 2004 findet in den Hallen der Messe Zürich die Ormaris Zürich '04, die nationale Fachmesse für Neuheiten und Trends statt. Auf 15 200 m² Ausstellungsfläche präsentieren 520 Aussteller – davon gegen 70 aus dem Ausland – ihre Produkte und Dienstleistungen. Sonderveranstaltungen und Sonderschauen bereichern die Fachmesse. *DST*

www.ornaris.ch

Kulinarische Souvenirs aus Arosa

Waldhotel National. Chefkoch Gerd Reber (rechts, neben Direktor Steffen Volk), der auch in diesem Jahr mit 16 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet wurde, präsentierte zum Start der Wintersaison sein Waldhotel-Kochbuch «Kulinarische Ferien-Erinnerungen». Es soll den Gästen ermöglichen, Rebers delikate Mahlzeiten auch zu Hause nachzukochen. Dank einer Ringmechanik kann das Buch jedes Jahr um neue Rezepte erweitert werden. Besitzer des Buches erhalten die



neuen Rezepte mitsamt aktualisiertem Inhaltsverzeichnis jedes Jahr kostenlos zugeschickt. Zeitgleich mit dem Wintersaisonstart präsentierte das Waldhotel sein Ausbauprojekt «Résidence». Unter diesem Titel entsteht ein neues Gebäude mit Eigentumswohnungen in direkter Nachbarschaft zum Hotel. Die «Résidence Waldhotel» mit ihren insgesamt elf Luxusuitensilien wird im Jahr 2005 fertiggestellt sein. Besitzer einer Résidence-Suite können diese über das Waldhotel vermieten. *KJV*

CAFÉ-CRÈME-PREIS

Konsument reagiert sensibel

Auch im laufenden Jahr musste für ein Café crème mehr bezahlt werden. Allerdings fiel die Preiserhöhung relativ bescheiden aus.

DANIEL STAMPFLI

Gemäss den Erhebungen des Schweizer Cafetier Verbandes (SCV) ist der Preis des Café crème in der Deutschschweiz im Jahr 2003 um 1,2 Prozent auf durchschnittlich 3,47 Franken gestiegen. Die Städte Zürich (3,66 Franken), Basel (3,61), Winterthur (3,58) und Luzern (3,48) liegen über dem Durchschnitt, während Bern (3,36 Franken) und die kleineren Städte in den erhobenen Gebieten unter dem schweizerischen Durchschnitt liegen. Wie der SCV weiter mitteilte, beträgt der durchschnittliche Preis für ein Café crème gemäss Bundesamt für Statistik in der ganzen Schweiz 3,36 Franken.

Betrachtet man die Entwicklung der Preise über mehrere Jahre, falle auf, dass der Preis des Café crème als echter Wirtschaftsindikator bezeichnet werden könne. In Zeiten von optimistischen Zukunftsaussichten steige der Preis, in schwierigen Wirtschaftslagen fielen die Aufschläge entsprechend klein aus.

NACHHOLBAR: HÖHERE PREISE FÜR 2004

Preiserhöhungen würden in der gegenwärtigen Wirtschaftslage vom Konsumenten dahingehend bestraft, dass er sich dem Konsum noch mehr verweigere. Diesem Trend könnten sich viele Betriebe nicht entziehen, so der SCV. Es gäbe immer wieder Betriebe, welche es verpasst hätten, im richtigen Moment den Preis anzupassen. Dieses Verhalten führe zu einem Nachholbedarf, der den Cafetier dazu zwingen könne, dennoch per 1. Januar 2004 aus rein betriebswirtschaftlichen Gründen den Preis zu erhöhen. Die Problematik der Preiserhöhung liege aber auch darin, dass für den Konsumenten ein Café crème auch nach dem Aufschlag dasselbe Produkt ohne spürbaren Mehrwert bleibe. Deshalb plädiert der Schweizer Cafetier Verband seit Jahren für die Einführung von Spezial- und sortenreinen Kaffees in den Betrieben.

Von den Schweizer Cafetiern rechnet für das laufende Jahr die Hälfte mit einem Umsatzrückgang von 4 bis 8 Prozent. Ein Viertel habe laut Umfrage sogar einen Rückgang von über 10 Prozent zu verkräften. Ein Viertel der Betriebe hat vom heissen Sommer profitieren können und werde voraussichtlich Ende Jahr mit einem leichten Plus abschliessen können. In diese Kategorie gehörten auch innovative, kreative und flexible Betriebe, die sich sofort den Kundenbedürfnissen angepasst haben, indem z.B. die Öffnungszeiten geändert wurden.

SCHWEIZER CHEFKOCH IN POLEN

Sushi auch zum Selbermachen

Der Schweizer Kurt Scheller bietet Kurse für Amateur- und Profiköche in Polens erster und einziger Koch-Akademie in Warschau. Das Kursangebot ist relativ breit. Dank wachsendem Wohlstand entwickeln immer mehr Polen Lust auf kulinarische Entdeckungen.

JOACHIM BARMWOLDT

Agata ist blond, schlank und Architektin. Doch heute trägt die 39-Jährige eine weisse Schürze, verrührt Avocados, Tomaten und Koriander zu einer Guacamole. «Man muss doch immer mal was Neues dazulernen», sagt sie. Agata nimmt mit sechs weiteren Amateuren am Abendkurs Mexikanische Küche der «Kurt Scheller Academy» teil. Der Schweizer Chefkoch Kurt Scheller betreibt in Warschau die erste und einzige Koch-Akademie Polens. «Viel Praxis, keine Theorie», so lautet Schellers Motto. Die Teilnehmer zahlen je nach Kurs umgerechnet zwischen 55 und 86 Schweizer Franken. Alle Zutaten sind im Preis inbegriffen.

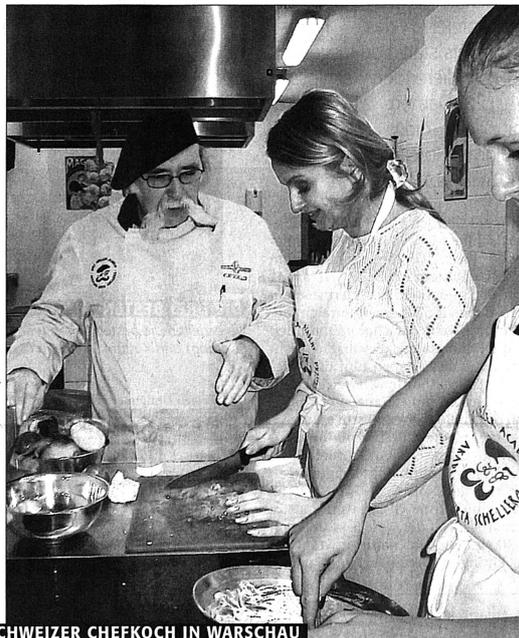
Silberne Pokale und eingerahmte Ehrenurkunden zieren den Flur der Akademie. Scheller hat sie in einem pinkfarbenen Geschäftshaus in der ulica Piekna 68 im Stadtzentrum eingerichtet. In der weiss gefliesten Küche stehen aufgereiht acht Elektroherde mit Ceranfeldern, daneben sind Arbeitsflächen montiert und darüber Dunstabzugshauben in Silbermetallic. Am Ende der Herdreihe wirkt der Küchenchef. Über seinem Arbeitsplatz hängt schräg ein grosser Spiegel: «Damit alle Teilnehmer genau sehen, wie ich die Speisen zubereite», so Kurt Scheller. Er spricht Deutsch, Englisch und Französisch.

VIELE BANKER UND RECHTSANWÄLTE

«Wie soll ich denn die Knoblauchzehen schälen?», fragt Kurs-Teilnehmerin Kasia und blickt ratlos in die Runde. «Einfach aufs Holzbrett legen und mit dem Messer draufdrücken», sagt Scheller und zeigt genau, wie es geht. Agata versucht unterdessen, Rinderfilet in hauchdünne Scheiben zu schneiden. «Finger aufs Fleisch, dann mit dem Messer darunter die Scheiben abtrennen – so hat man mehr Gefühl beim Schneiden», erklärt Scheller.

Ob einen Abend lang, ein Wochenende oder eine ganze Woche: Hobby- und Profiköche können in der «Kurt Scheller Academy» zwischen verschiedenen Kursen wählen. «Ich habe mit dem Sushi-Kurs angefangen, dann folgten Antipasti und Meeresfrüchte», sagt Agata. Thailändische und chinesische Gerichte will sie auch noch lernen. Kurt Scheller gibt den Teilnehmern nur Zettel, auf denen die Namen und Mengen der Zutaten stehen. Der Rest ist Praxis: vormachen, nachmachen, probieren. «Das ist der Vorteil gegenüber Kochbüchern», sagt

Foto: Joachim Barmwoldt



SCHWEIZER CHEFKOCH IN WARSCHAU
Baskenmütze und Knebelbart sind sein Markenzeichen: Kurt Scheller zeigt Kursteilnehmerinnen, wie eine Guacamole zubereitet wird.

Agata, «hier weiss ich am Schluss, ob wirklich alles richtig ist.»

«Viele Banker und Rechtsanwälte nehmen an meinen Amateurenkursen teil», sagt der Schweizer. Die jungen erfolgreichen Polen haben bei Auslandsreisen Appetit auf neue Gerichte bekommen. In der Koch-Akademie wollen sie lernen, wie man zum Beispiel Pesto oder Tiramisu selber herstellt. Grossen Wert legt Kurt Scheller auf frische Zutaten. Aber er verwendet auch schon mal getrocknete Hülsenfrüchte, wie zum Beispiel Linsen, kombiniert mit Fisch. Was er in Warschau wirklich vermisst? «Einen guten

Milch- und Käseladen und eine gute Metzgerei mit eigenen Rezepten», sagt der Meister der Kochkünste. Gerade die Fleischlieferanten seien an grossen Mengen und möglichst niedrigen Preisen, jedoch kaum an exzellenter Qualität interessiert.

POLNISCHEN KÖCHEN FEHLT DAS BASISWISSEN

Doch gerade auf die Qualität kommt es laut Scheller beim Kochen an. Deshalb liegt ihm auch die Aus- und Weiterbildung von polnischen Profiköchen sehr am Herzen. «In Po-

len», sagt Scheller, «fehlt den Köchen die Basis. Sie lernen ein wenig Theorie in der Schule, machen dann ein Praktikum. Das ist alles.» Kein Wunder also, dass sich polnische Köche vor ihrem Arbeitseinsatz in England bei Scheller den letzten Schliff holen. «Ausserdem mache ich Team-Building für Firmen, wie zum Beispiel Nestlé in Warschau», sagt Scheller.

NACH DEM KURS BESSER ZU VERHEIRATEN

Dann schmunzelt der 50-jährige Familienvater unter seiner Baskenmütze, dreht den geschwungenen Knebelbart und erzählt: «Warschauer Mütter schicken sogar ihre Töchter in meine Akademie. Damit sie gut kochen lernen und anschliessend besser zu verheiraten sind.» Scheller selbst hat mit seiner finnischen Frau Mitsu eine 25-jährige Tochter und einen 20-jährigen Sohn. Da er aus Bern stammt, hält er sich auch in Warschau einen Berner Sennenhund. «Er heisst Doktor Schiwago, weil ich den Doktor-Schiwago-Darsteller Omar Sharif aus meiner Zeit in Kairo gut kenne», sagt Scheller.

In Warschau arbeitet der Schweizer Chefkoch seit zwölf Jahren. «Zuerst habe ich das Hotel Bristol mit eröffnet, dann leitete ich die Küche des Sheraton-Hotels.» In dieser Zeit hat Kurt Scheller etliche Köche ausgebildet, die nun in Polen berüht sind, so zum Beispiel Grzegorz Kazubski, Chef der Orbis-Hotels. Nebenher gründete Scheller 1993 den polnischen Köcheverband. Drei Jahre lang war er dessen Vorsitzender. Beim Europäischen Barbecue-Wettbewerb in Ungarn erlangte er mit der polnischen Nationalmannschaft im vergangenen Jahr den Europameister-Titel.

Trotz aller Erfolge hegt Kurt Scheller noch einen geheimen Wunsch: Er träumt von einem alten Schloss in Polen, in dem er seine Koch-Akademie und ein Restaurant eröffnen möchte.

Auskunft: Kurt Scheller Academy, ulica Piekna 68, PL-00-672 Warszawa, Telefon 0048 22 626 80 92.

Schweizer kocht in Warschau erstem Boutique-Hotel

Nach vier Monaten am Markt hat «Kurt Scheller's Restaurant» im Hotel Rialto bereits die Gewinnzone erreicht. Der Schweizer Chefkoch setzt auf gehobene Qualität zu erschwinglichen Preisen. Das Hotel Rialto in Warschau belegt dreimal den ersten Platz: Das 4-Sterne-Haus ist das erste Boutique-Hotel in Warschau und das erste Art-deco-Hotel in Polen. Ausserdem hat es mit «Kurt Scheller's Restaurant» das erste Gourmetlokal des Landes, das nach seinem Küchenchef benannt ist. Scheller leitet das Restaurant als eigenes Franchising seit der Hotelöffnung am 16. Juni 2003. «Ich bin sehr zufrieden. Denn nach vier Monaten haben wir schon einen Gewinn erzielt», sagt der 50-Jährige.

«Kurt Scheller's Restaurant» bietet 44 Plätze für Nichtraucher. Zusätzlich können bis zu 18 Raucher in der Bar dinieren. Beide Räume befinden sich im Erdgeschoss des Hotels Rialto. Das völlig restaurierte Gebäude aus der Zeit um 1900 steht am Rande des Warschauer Geschäftsviertels und gehört zu den Design-Hotels.

In Küche, Restaurant und Bar sowie im Nacht-Zimmerservice des «Rialto» beschäftigt Scheller 22 Mitarbeiter. «Wir bereiten 80 bis 120 Mahlzeiten pro Tag zu», erzählt er. Fischgerichte sind seine Spezialität. Loup de mer, Zander, Schwert- und Thunfisch: Bis zu zehn verschiedene Fische stehen auf der Menükarte. So gibt es zum Beispiel Sushi-Kreationen für 38 Zloty (etwa 13

Schweizer Franken) und ganze gebrauchte Seezungen mit Colbert-Butter (150 Zloty). «Am häufigsten bestellen die Gäste allerdings Lasagne von Kalbsfilet mit Waldpilz-Salsa und Spanferkel mit Wodka-Sauce und Moosbeeren», sagt Scheller.

Moderate Preise und gehobene Qualität sind ihm wichtig. «Ich freue mich, wenn Gäste wiederkommen. Dann weiss ich, dass ich es richtig gemacht habe», sagt der Schweizer Chefkoch. Politiker und Schauspieler zählen bereits zu seinen Stammgästen. *JOB*

Hotel Rialto, ulica Wilcza 73, PL-00-670 Warszawa, Telefon 0048 22 584 87 00, Fax 0048 22 584 87 01, www.hotelrialto.com.pl

Die schönste Gondel



Grächen. Während des Sommeranimationsprogramms bemalten Kinder in Grächen jede Woche eine Gondel der Hängalpabahn. Insgesamt haben knapp 100 Kinder 15 Gondeln kunterbunt bemalt. Nun hat eine Jury – unter den Mitgliedern befanden sich Ex-Miss-Schweiz Tanja Gutmann und Heinz Margot, ehemaliger SF-DRS-Moderator – ihre Lieblingsgondel ausgewählt: Bergpanorama mit Sonnenaufgang und einer typischen Schwarzhalsziege. **CK**

Fr. 68 896.65 für Kinder gesammelt



Grund zur Freude: Hanspeter Merz, Beat Richner und Sandra Brunner-Deurcurins (Hotel Stern/Calanda/Controversa).

Chur. Das Café Merz und die drei Betriebe Romantik Hotel Stern, Restaurant Controversa und Restaurant Calanda haben gemeinsam einen Benefizabend organisiert. Der Arzt Beat Richner aus Khanta Bhopa (Kambodscha) hat sein Hilfswerk vorgestellt. Die Sammelaktion dauert noch bis zum 20. Dezember. Mit Unterstützung von Lieferanten und Partnern sind bisher Fr. 68 896.65 zusammengekommen, die Richners Hilfswerk überwiesen werden. **CK**

ZITAT DER WOCHE

«If you are not well on the inside, You cannot reflect on the outside.»

Susan Harmsworth von der Londoner Spa-Company «E'SPA international» anlässlich der Pressepräsentation des neuen Espas des Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa. **Seite 11**

PEOPLE

René M. Singeisen, General Manager (GM) des Radisson SAS Hotels Basel, verlässt nach acht Jahren dieses Haus. Ab 15. Januar 2004 wird er GM des Mövenpick-Hotels Zürich Airport. Nachfolger von Singeisen in Basel wird **Felix Hauser**, bisher GM des Radisson SAS Hotels Hannover. Singeisen löst **Riet Pfister** ab. Dieser freut sich, nach 17 Jahren Leitung des Mövenpick-Hotels Zürich Airport und 31 Jahren im Mövenpick-Konzern auf eine neue Perspektive im Tourismus. **KJV**



Valère Braun ist neu Küchenchef des Hotels Saratz in Pontresina. Während der letzten zwei Jahre war der Elsässer für das Restaurant «La Terrasse» im Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken verantwortlich. **DST**



Jennifer Hennessy (links) ist neu als F&B-Managerin im Hotel Saratz in Pontresina tätig. **Diana Patti** (rechts) heisst die neue Rooms Division Managerin im «Saratz». Zuvor war Diana Patti als stv. Chef des réceptions und Reservationsleiterin in den Bürgenstock Hotels & Resorts tätig. **DST**

Tobias Burkhalter wird per 1. April 2005 Pächter des Restaurants Casino Bern. Er wird Nachfolger der Mövenpick-Restaurants Schweiz AG. Burkhalter ist zurzeit F&B-Direktor und Mitglied der Geschäftsleitung im Allegro Grand Casino Kursaal in Bern. **DST**

Enrique Marlés übernahm Anfang Dezember die Direktion des «Ramada Plaza Basel Hotel & Conference Center». Das Hotel wurde seit September ad interim durch Roland Odermatt geleitet. Neu ist für den Verkauf **Karin Kolberg** zuständig. **CK**

SCHWEIZER HOTELFACHSCHULE LUZERN

41 haben ihr Diplom erhalten

An der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern fand die Diplomfeier des Herbstsemesters statt. Von insgesamt 50 Studierenden schlossen 41 (20 Damen, 21 Herren), mit dem eidg. anerkannten Diplom «Hotelier/Restaurateur HF/SHL» ab.

Zweimal jährlich (April und Dezember) schliessen jeweils ca. 50 Studierende ihren Diplomelehrgang zum Hotelier/Restaurateur HF/SHL ab. 41 von 50 Studenten des Herbstsemesters haben ihr Diplom überreicht bekommen. Acht der Diplomandinnen und Diplomanden, die ihr Ziel nicht erreicht haben, haben nun die Möglichkeit in einem bzw. zwei Fächern eine Nachprüfung zu machen um somit das Diplom ebenfalls zu erlangen. Der beste Notendurchschnitt und somit den 1. Rang erreichte Löffler Christine Judith, wohnhaft in Langenargen (D) mit der Note 5.28. Den 2. Rang erreichte Bettina Gisler, wohnhaft in Schattdorf mit der Note 5.14 und den 3. Rang Staehelin Kathrin, wohnhaft in Göttingen (D) mit der Note 5.04. **CK**



DIE DREI BESTEN
Sie erzielten die besten Noten (von links) Bettina Gisler (2. Rang), Christine Löffler (1. Rang) und Kathrin Staehelin (3. Rang).

Die übrigen Diplomierten: Anderau Roman, Sirmach, Balestra Claudio, Oberengstringen, Breitenstein Karin, Egli, Chanton Andreas, Raron; Christen Pascale Caroline; Schnottwil, Duhacek Karla, Steinhäuser; Francotte Caroline, Nuglar; Franzoni Patricia, Binningen; Gasser Christoph, Bern; Gasser Dunja, Bern; Geiges Linus, Zürich; Gerber Patrick, Ittigen; Grob Ronald, Stäfa; Kälin Michael, Schwyz; Klemm Stefanie, Waldshut-Gürtel; Kuhn Tanja, Affoltern bei Zürich; Kurichthana Felix, Rheinfelden; Lindinger Otto, Aschheim; Münger Alexandra, Dübendorf;

Marty Philippe, Laupen; Nüesch Nadine Sylvia, Elgg; Peter Michael, Luzern; Pike Roderick, Muttenz; Portmann Markus, Düringen; Schmitz Peggy Kerstin, Sulz; Schwarz Michael, Zürich; Schweizer Bettina, Fehraltorf; Soraperra Ivano, St. Moritz; Staub Kathrin, Engelberg; Steiner Orlando, Ardez; Steiner Daniel, Buchrain; Studer Katrin-Susanne, Luzern; Tisi Andriana, Uetikon am See; Ullmann Lea, Basel; Ulrich Thomas, Schaffhausen; Vigorelli Ivo, Stäfa; Widmer Alexander, Altnau; Zeinab-van Holten Marlies, Ibach.

GLOSSE

Die Frage des Jahres

HANSPETER GSELL*

Zum Ende des Jahres werden regelmäßig Menschen für ihre Leistungen zu «Sportlern des Jahres» gekrönt. Es ist nun an der Zeit, auch besonders anstrengende Fragen auszuzeichnen. Es war Kari Koch, die wohl unrühmlichste Lichtgestalt der gastronomischen Schweiz, der mir kurz nach der Bundesratswahl die Frage des Jahres 2003 stellte: «Woher nimmst du nun immer die Ideen für deine Kolumne?» Nun, einer intelligenten Frage gebührt eine noch gescheiterte Antwort und die lautet etwa so:



In unlustig mondlosen Nächten schleiche ich mich lautlos und doch behend durch moosbewachsene Eichenwälder. Meistens trage ich bei meiner Ideensuche eigenartige Verkleidungen. Besonders gerne kombiniere ich meine alten Latzhosen mit dem rosa Rüschenhemd von Tante Elsi und den eingefetteten Nagelschuhen. Die alte Fliegermütze verschafft mir einen Hauch von Welt und dank der Taucherbrille erkenne mich niemand. So eingekleidet wähle ich mich durch die nebligen Niederungen des gastronomischen Unterholzes bis an die Grenzen zur touristischen Nebenwelt. Und während ich so gemütlich vor mich hin wühle, erfinde ich ununterbrochen lustige Geschichten. Meine Phantasie kennt dabei keinerlei moralische Grenzen. Ich erfinde auf Teufel komm raus unwahre Tatsachen und ketzerische Lügengeschichten. Anschliessend begutachte ich das Resultat in meinem Eulenspiegel, verfeinere es mit einem Hauch Ironie und übergeisse es mit beissendem Spott.

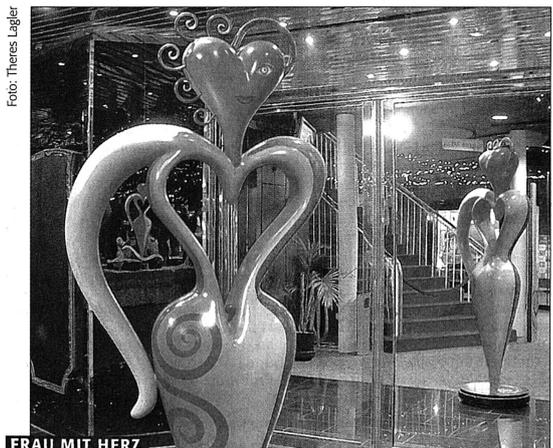
* Hanspeter Gsell lebt in Basel. 25 Jahre Erfahrung in der Gastronomie und im Weinhandel sowie ein unbändiger Drang, die Welt zu bereisen, haben ihm einen grossen Ideenfundus entstehen lassen.

HOTEL ALLEGRO BERN

Farbenfrohe Kunstwerke

Verspielte Wasserkulpturen im Hotelreich, filigrane Mobiles im Restaurant und farbenfrohe Kunstwerke auf der Dachterrasse: Seit dieser Woche sind im Allegro Grand Casino Kursaal Bern 20 Skulpturen der Baselder Künstlerin Claire Ochsner zu bewundern. «Sie passt gut zu uns», betont Patrick Scherrer, Direktor des 4-Sterne-Hotels Allegro, der mit der Ausstellung Farbe in den besinnlichen Advent bringen will. Claire Ochsner widerspricht nicht: «Auch ich will Fröhlichkeit und Freude vermitteln.» Die Ausstellung dauert noch bis Ende März 2004. An ausgewählten Daten ist die Künstlerin persönlich anwesend. **TL**

Informationen: www.claire-ochsner.ch



FRAU MIT HERZ
Die farbenfrohe Skulptur der Künstlerin Claire Ochsner empfängt in den nächsten Monaten die Besucher des Grand Casinos im Kursaal Bern.

ABONNEMENTE

Ich möchte die **hotel+tourismus revue htr** gerne jeden Donnerstag in meinem Briefkasten. Ich wünsche folgende Zahlungsweise:

2-jährlich Fr. 255.-*
 1-jährlich Fr. 145.-*
 1/2-jährlich Fr. 87.-*
 Schnupperabonnement Fr. 25.-*

Bitte ausschneiden und einsenden an:
hotel+tourismus revue htr, Abonnemente,
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern,
abo@swisshotels.ch.

* Alle Preise inkl. MWST

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892
 Herausgeber: Schweizer Hoteller-Verein
 Schweizerstrasse 130
 Postfach
 3001 Bern

Verlag: Ines Strebel
 Verlagsleitung: Ines Strebel
 Abonnement: Nadine Blum, Anna-Lisa Casulisi
 Telefonnummern:
 Matthias Beyeler, Marc Moser
 Geschäftszeiten: Ines Strebel (Verkauf/lesung a.),
 Brigitte Wäber
 Inneendienst: Marc Moser

Druck:
 Rühliger Grafico AG, Druckzentrum Bern
 Auflage: 1'209 Ex. WEM-Belegzeitung 2002,
 2'200 Ex. Vertriebsauflage
 Verkaufspreise: (inkl. MwSt.)
 Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.-,
 ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:
 – Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD)
 – Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (FDUTS)
 – Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Reservations-SH (VDH)
 – Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter
 – Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
 – Swiss Partner für den Busstourismus
 – Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
 – Schweizer Kurhäuser (SKH)
 – Swiss International Hotels (SIH)
 – Armée Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AIGR)

Kontakte:
 Adresse: Monbijoustrasse 130,
 Postfach, 3001 Bern
 Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
 Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
 E-Mail: htr@swisshotels.ch
 Abonnemente:
 Tel. 031 740 97 95, Fax 031 740 97 76,
 E-Mail: abo@swisshotels.ch
 Stelleninserate:
 Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
 E-Mail: insertes@swisshotels.ch
 Geschäftszeiten:
 Tel. 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23,
 E-Mail: insertes@swisshotels.ch
 Internet: www.swisshotels.ch

Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt



LOUIS MOIX / Le président des RMS tire le bilan des quatorze années passées à la tête de Téléverbier et de ses 300 employés. **PAGE 3**



RÉTROSPECTIVE / L'année 2003 a notamment été marquée par une météo exceptionnelle pendant la saison estivale. **PAGE 5**

Cahier français

hotel+tourismus revue

TOURISME JOURNALIER

Un filon à exploiter davantage

Le tourisme journalier n'a cessé de gagner en importance en Suisse. Il apparaît toutefois qu'il pourrait être mieux exploité par les prestataires.

MIROSLAW HALABA

Plus de 70 millions d'excursions par an, des dépenses moyennes par personne et par visite de 40 à 55 francs, le tourisme journalier est important pour l'activité touristique suisse. Et ceci, d'autant plus, que cette forme de tourisme n'a cessé de progresser jusqu'ici. Une étude de l'institut BAK Basel Economics, dont les résultats ont été diffusés la semaine dernière, a montré que le potentiel du tourisme journalier n'est toutefois pas suffisamment exploité.

DES CONSTATATIONS INTÉRESSANTES

L'étude a permis de faire un certain nombre de constatations intéressantes pour les prestataires de services. On relèvera ainsi que la plupart des visiteurs journaliers - voyagent entre 20 et 120 minutes pour atteindre une destination. Ces visiteurs sont, en général, très fidèles, mais ils portent aussi des jugements sur la qualité des services plus critiques que les touristes en séjour. Cela tient notamment au fait qu'ils ont peu de temps à disposition, ce qui produit souvent des situations stressantes, écrit le BAK Basel Economics. Ces touristes sont aussi très sensibles aux prix et à l'accessibilité des lieux qu'ils fréquentent. On notera par ailleurs que le tourisme journalier s'effectue surtout le week-end, ce qui engendre un surcroît important de trafic.

PROMOUVOIR UN TOURISME DE QUALITÉ

L'étude fait quelques recommandations pour mieux exploiter ce tourisme. Elle suggère surtout de promouvoir un tourisme de qualité. Et de citer, en guise d'instrument, le Label de qualité pour le tourisme suisse. L'étude propose aussi d'accroître l'attrait de l'offre touristique en mettant celle-ci en scène. L'association de plusieurs offres est de nature à atteindre cet objectif, de même que l'élaboration d'offres sur mesure. Un exemple: adapter les horaires des restaurants afin que le client puisse manger avant d'entamer son voyage de retour.

MARCHÉS JAPONAIS ET AMÉRICAINS

La reprise prévue pour mai 2004

Les prévisions présentées par hotelleriesuisse la semaine passée laissent espérer une prochaine reprise des affaires au Japon et aux Etats-Unis. De retour de voyages de promotion dans ces pays, les directeurs d'offices du tourisme de Suisse romande ont confirmé ces prévisions.

LAURENT MISSBAUER

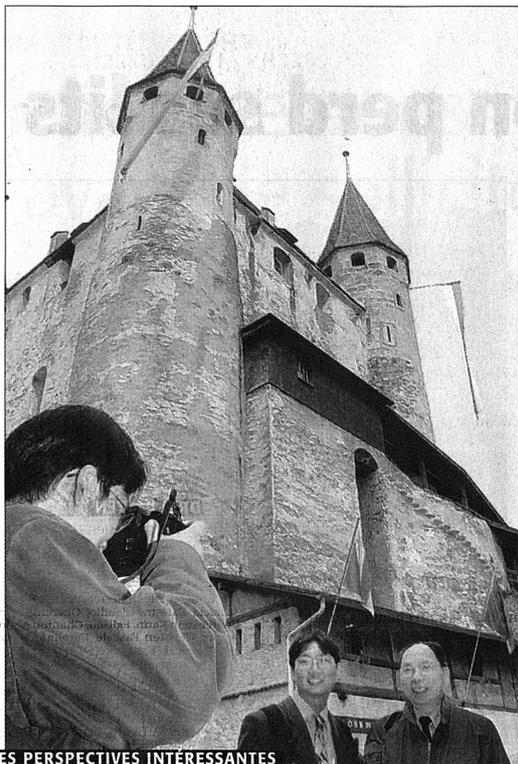
La crise économique, la peur des attentats terroristes, ainsi que la crainte de prendre l'avion à la suite des cas de pneumonie atypique au Canada et en Asie se sont traduites dans les hôtels suisses par une forte baisse de la clientèle en provenance des marchés japonais et américains. Les chiffres publiés le 4 décembre par l'Office fédéral de la statistique font état d'un recul de 13,4% pour les nuitées américaines et de 19,6% pour les nuitées japonaises pour la période de janvier à octobre. Dans les deux cas, ce recul s'est traduit par la perte de plus de 100 000 nuitées par rapport à l'année passée.

Fort heureusement, plusieurs éléments laissent penser que la situation ne devrait pas empirer. Les prévisions pour le tourisme, qui ont été élaborées par l'institut BAK Basel Economics pour le compte d'hotelleriesuisse et qui ont été présentées la semaine passée à Berne, ont en effet indiqué que «les taux de change du franc suisse devraient favoriser en 2004 aussi bien la demande nord-américaine que celle des touristes originaires d'Asie».

«LA REPRISE ÉCONOMIQUE EST BIEN RÉELLE»

De retour d'un voyage de promotion aux Etats-Unis organisé au mois de novembre par l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) pour le compte de la «Lake Geneva and Matterhorn Region», François Bryand, le directeur de Genève Tourisme, partage les prévisions du BAK: «Par rapport au dollar, le franc suisse a moins augmenté que l'euro et cela joue incontestablement en notre faveur.» «En outre», a-t-il ajouté, «nous avons pu constater sur place que la reprise économique était bien réelle. Il en va de même pour l'envie de visiter la Suisse, notamment dans les Etats du Sud des Etats-Unis qui sont loin d'avoir connu le même choc psychologique que New York.» Walter Loser, le directeur de Crans-Montana Tourisme, a lui aussi remarqué sur place

Photo: Swiss-Image



DES PERSPECTIVES INTÉRESSANTES

Plusieurs observateurs estiment que le marché japonais devrait gagner en importance en Suisse à partir du mois de mai.

que la reprise économique se confirmait et qu'elle laissait entrevoir des perspectives très intéressantes tant au

niveau des incentives que sur le plan du golf et de la gastronomie. Charles-André Ramseier, le directeur de l'OTV,

a en effet noté que les Américains se remettaient à consommer tant au niveau du tourisme d'affaires que sur le plan du tourisme de loisir: «Nous avons de très bons espoirs que les affaires reprennent dès le printemps. Aussi bien sur le marché américain que sur le marché japonais.»

«LES JAPONAIS NE VIENNENT PLUS AU PAS DE COURSE»

«L'augmentation du produit intérieur brut au Japon est passé de 0,8%, au mois d'avril, à 1,1% en cette fin d'année et les prévisions qui nous ont été communiquées sur place font état d'une augmentation de 2,3 à 2,6% pour 2004. Les Japonais risquent donc de retrouver le pouvoir d'achat qui leur permettra de revenir en Europe et en Suisse», relève François Bryand. Ces prévisions réjouissent d'ores et déjà Charles-André Ramseier: «Cela d'autant plus que les Japonais ne visitent désormais plus l'Europe au pas de course. Ils nous demandent en effet des programmes beaucoup plus spécifiques qu'auparavant sur la Suisse.»

Comme d'autres interlocuteurs que nous avons contactés, Salvatore Di Mare, le directeur de l'Hôtel Bristol à Genève, confirme que le marché japonais est actuellement «extrêmement calme», mais qu'il ne devrait pas tarder à gagner en importance à partir du mois de mai. «C'est du moins ce que nous ont assuré les différents tours-opérateurs que nous avons rencontrés au Japon», relève Salvatore Di Mare.

A ce sujet, on relèvera que le BAK a conclu comme suit les prévisions qu'il a présentées la semaine dernière à Berne: «Si le contexte géopolitique se stabilise et que l'économie fait preuve d'une forte relance, notamment au Japon, il se pourrait qu'un véritable boom de la demande touristique s'empare de la Suisse.»

Les risques liés aux pronostics et à leur interprétation

Comme tous les pronostics, les prévisions en matière de demande touristique comportent leur lot d'incertitudes. Selon l'institut BAK, qui a présenté la semaine passée les prévisions touristiques pour le compte d'hotelleriesuisse, le principal impondérable réside dans «l'embellie économique mondiale dont les Etats-Unis sont la locomotive».

Cette embellie se réaliserait-elle comme prévu ou, au contraire, tarderait-elle à se manifester, par exemple si les foyers de crises au Proche-Orient

venaient de nouveau à s'enflammer? «Dans ce dernier cas, le redressement conjoncturel ne manquerait pas d'être hypothéqué», note le BAK. «Avec un scénario plus optimiste, la demande touristique en Suisse pourrait en revanche prendre davantage d'ampleur. Tel pourrait être le cas si la reprise conjoncturelle s'étendait rapidement des Etats-Unis vers l'Europe et le Japon.»

Force est de constater que l'amélioration signalée le 4 décembre par l'Office fédéral de la statistique (OFS) avec les nuitées japonaises en octobre - «Une

augmentation de 6900 nuitées après sept mois consécutifs de recul», a écrit l'OFS - n'a rien à voir avec un quelconque signal précurseur de cette embellie au Japon. «Elle est due à l'arrivée de 10 000 Japonais à Genève à l'occasion du salon Telecom», note François Bryand, le directeur de Genève Tourisme.

Même constat pour l'augmentation des nuitées irlandaises (+6200) qui s'explique par la venue d'un grand nombre de supporters irlandais lors de la rencontre de football Suisse-Irlande à Bâle. **LM**

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

vanBaerle

Des hôtes satisfaits, des clients satisfaits!

Voilette Cuisine Textile Espace Ambiance

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

BANQUETS & MICROS

Restaurant Banquets & Saveurs, Lausanne

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

CHECK IN DATA

TVA: hotellerie suisse est satisfaite

Berne. Les travaux des Chambres fédérales ont porté, la semaine dernière, sur deux objets touchant de près le tourisme et la branche hôtelière en particulier. Ainsi, le Conseil national a accepté le nouveau régime financier de la Confédération et, partant, la possibilité de maintenir, après l'expiration de la réglementation actuelle, un taux spécial de TVA pour les prestations d'hébergement. Il a suivi le Conseil des Etats qui, lors d'une session précédente, s'était prononcé, contre l'avis

du Conseil fédéral. Comme l'a souligné le radical vaudois Charles Favre, ce taux spécial «n'est pas une subvention, mais une condition-cadre» à mettre à disposition de l'économie touristique, raison pour laquelle il serait judicieux de l'inscrire dans la Constitution.

hotellerie suisse a pris acte avec «satisfaction» de cette décision. «Le Conseil national, a-t-elle indiqué, reconnaît ainsi le caractère d'exportation indéniable de la branche du tourisme.» Et d'ajouter, qu'avec ce

taux préférentiel, «la Suisse reste sur un pied d'égalité avec ses principaux concurrents européens, lesquels bénéficient depuis des années d'un taux de TVA de plus de la moitié inférieur au taux normal.»

Dans le cadre du programme d'assainissement des finances fédérales, le Conseil national a en revanche réduit de 40 millions de francs à 60 millions, pour les trois prochaines années, l'enveloppe pour les prêts de la Société suisse de crédit hôtelier. **MH**

Travaux d'étudiants récompensés

Ecole hôtelière de Lausanne. Trois groupes d'étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) ont été honorés, début décembre, pour trois projets réalisés en entreprise dans le cadre de leurs études. Quelque 250 personnes, dont 70 représentants d'entreprises partenaires, ont assisté à l'événement prévu par le concept des «Projets d'étudiants en entreprise» lancé en 1998.

C'est ainsi que le «Prix Créativité» a été remis à Céline Basset, Jean-Christophe Geuens,

Léonore Meylan, Hervé Pannatier et Julien Surget, tous étudiants de la section française, pour un projet pour l'entreprise Consentes à Vandœuvre (GE).

Le «Prix Ambition», qui portait sur un projet pour Nestec SA, a aussi été attribué à des étudiants francophones, à savoir: Kevin Furrer, Maria de Lourdes Jacome, Céline Kiepe, Isabel Rappold et Jeanine Schlachter.

Quant au troisième prix, le «Prix Succès», il a récompensé

un projet pour la société Medtronic à Tolochenaz (VD) réalisé par Beat Ganz, Natascha Bretz, Johannes Reiners, Eveline Wettstein et Niklaus Fumassoli, tous étudiants de la section anglaise.

Les lauréats ont été sélectionnés parmi 37 groupes d'étudiants qui ont travaillé sur 29 projets.

Vu le caractère confidentiel des missions confiées aux étudiants, l'EHL ne donne pas de détails sur le contenu et les résultats de ces mandats. **MH**

CRANS-MONTANA

La station perd ses lits hôteliers

Plusieurs hôtels ont fermé leurs portes à Crans-Montana, vendus pour devenir des objets de promotion immobilière. D'autres disparaîtront encore.

DANIELLE EMERY MAYOR

«Je peux vous rassurer: le métier d'hôtelier ne va pas disparaître!» C'est Claudio Casanova qui l'affirme, alors même qu'il a définitivement mis la clé sous la porte de son établissement, le Beaugreg Art, à Crans-Montana. Un hôtel parmi d'autres – le Colorado, le Curling, le Regina, les Mélézes – qui se sont fermés dans la station. «C'est une décision qui ne se prend pas à la légère... Nous avons mis tout notre cœur là-dedans», assure Claudio Casanova qui est désormais employé par le Grand Hôtel du Golf, un des trois cinq étoiles de Crans-Montana.

«D'AUTRES SONT PRÊTS À VENDRE»

La plupart du temps, des panneaux de promotion immobilière remplacent les enseignes de ces hôtels. Entre valeur de rendement et valeur immobilière, la balance penche fortement... «On ne peut pas reprocher aux hôteliers qui arrivent en fin de carrière de choisir de vendre à un promoteur», soupire Joseph Bonvin, président des hôteliers valaisans et directeur de l'Hôtel Beausite. «Et ce n'est pas que Crans-Montana qui connaît ce phénomène.» Il prévoit que d'autres vont disparaître encore.

Un avis partagé par Jean Mudry, président des hôteliers de Crans-Montana: «Je sais que plusieurs hôteliers

Photo: Crans-Montana Tourisme



CRANS-MONTANA

Les responsables hôteliers de la station de Crans-Montana ont mis sur pied une commission qui cherche des solutions pour stimuler l'offre d'hébergement, en créant, par exemple, des zones hôtelières.

sont prêts à vendre si on leur donne un bon prix.»

CERTAINS HÔTELS PEINENT PLUS QUE D'AUTRES

Claudio Casanova estime qu'il y a une taille d'hôtel qui peine plus que d'autres. Il évoque l'évolution du segment trois étoiles qui s'en sort moins

bien que les quatre et cinq étoiles. «Il est difficile de créer les réserves nécessaires à la rénovation. Tout dépend de la hauteur de l'endettement. Mais rien que les charges salariales prennent le 40% du chiffre d'affaire.»

Parlant de Crans-Montana, Claudio Casanova relativise toutefois en affirmant depuis 25 ans qu'il y travaille, «la station a effectivement perdu 10%

de ses lits hôteliers, mais la qualité est aujourd'hui supérieure. On ne parle pas assez de ceux qui vont bien.»

DÉVELOPPER UNE VRAIE PARAHÔTELLERIE

Jean Mudry pointe le doigt vers un paradoxe: il y a trop de lits à Crans-Montana quand il s'agit de les remplir entre

les saisons, par contre, on en manque quand on veut accueillir une grande manifestation ou un congrès. «Je crois qu'en station ce sont surtout les grandes unités qui survivront à l'avenir.»

Il reste pourtant des pistes à suivre. Joseph Bonvin augmentera encore sa collaboration avec son voisin de l'El Dorado; il continuera de s'adresser aux décideurs politiques pour les convaincre d'oser intervenir, par exemple, en créant des zones hôtelières. «Et puis il y a d'autres solutions, permettant notamment de rendre plus attractive la location d'appartements», affirme-t-il, en annonçant qu'à Crans-Montana, «il y a 500 objets qu'on ne peut plus louer tant qu'ils ne seront pas rénovés.» La quasi absence de classification n'aide pas la mise en location. Claudio Casanova rappelle lui aussi l'intérêt d'une vraie parahôtellerie. «Les deux appartôtels de la station marchent bien. Et ça correspond à ce que le client attend.»

UNE COMMISSION CHERCHE DES SOLUTIONS

Une commission ad hoc cherche des solutions. «Nous dépeignons actuellement les 2500 questionnaires reçus sur les 8000 envoyés à tous les propriétaires d'appartements», signale encore Joseph Bonvin. Il s'étonne toutefois du peu d'efforts de certains agents immobiliers: «L'un d'entre eux nous a fait savoir que la location ne lui laisse «que» 25% de marge, et qu'il ne vivrait plus si cette marge devait encore être partagée avec un tour-opérateur ou un organisme de réservation directe!»

Crans-Montana espère donc voir l'hémorragie hôtelière s'arrêter, tout s'efforçant de réchauffer ses lits froids.

Avis mortuaire

Lenzerheide, le 6 décembre 2003

«Dieu, en effet, a tant aimé le monde qu'il a donné son fils unique, pour que tout homme qui croit en lui ne périsse pas, mais ait la vie éternelle.» Jean 3.16

Dans la souffrance, nous vous annonçons que notre bien-aimée

Franca Poltera-Pfyl

née à Schwyz, le 24 janvier 1937

nous a quitté subitement, samedi matin, pour une vie de plénitude.

Reto Poltera, son époux
Margrit Latour-Poltera
Monica Karales-Poltera
Toni und Susi Pfyl-Glaser
Anton und Pia Poltera-Spescha
Werner und Silvia Pfyl-Wepplin
Andrea und Gloria Poltera-De Soto

Ses frères, beaux-frères et belles-sœurs ainsi que les familles parentes et amies.

Les funérailles ont eu lieu dans l'intimité.
Villa Cantieni
7078 Lenzerheide

ZERMATT

L'Hôtel Mont Cervin s'agrandit

L'Hôtel Mont Cervin & Residence à Zermatt prévoit de s'agrandir, histoire d'être prêt pour le 150e anniversaire des hôtels Seiler en 2005.

MIROSLAW HALABA

Etablissement cinq étoiles de la station valaisanne de Zermatt, le Seiler Hôtel Mont Cervin & Résidence envisage de s'agrandir l'an prochain. Il prévoit, en effet, de transformer son sixième étage, qui était utilisé jusqu'ici pour héberger le personnel, afin d'y installer trois nouvelles suites et des chambres doubles séparées qui pourront être reliées avec les suites.

Pour ce faire, il sera nécessaire de surélever le toit d'un mètre environ, de prolonger la cage d'escalier et les deux ascenseurs.

Parallèlement, la façade sera modifiée afin de lui donner l'apparence qu'elle avait durant les années vingt.



L'Hôtel Mont Cervin devrait retrouver quelques aspects des années vingt.

Les travaux débuteront en mai et se termineront à fin novembre, a indiqué le directeur de l'hôtel, Wolfgang Pinkwart. Leur coût est estimé entre cinq et six millions de francs. A noter que l'hôtel restera fermé durant l'été prochain.

FESTIVITÉS EN PRÉPARATION POUR 2005

Ces transformations seront donc terminées pour 2005, année durant laquelle les hôtels Seiler fêteront leur 150e anniversaire. Diverses manifestations destinées à marquer cet événement sont en phase de planification, a souligné Wolfgang Pinkwart, sans donner de détails. Le premier hôtel Seiler, l'Hôtel Monte Rosa, a été ouvert en 1855. Le groupement compte aujourd'hui cinq établissements de quatre et de cinq étoiles, tous situés à Zermatt. Parmi ceux-ci figure notamment le Rif-felalp Resort, situé à 2222 m. d'altitude, en exploitation depuis 2000.

Journée suisse des vacances à Berne

Suisse Tourisme. «La 7e édition de la Journée suisse des vacances se déroulera à l'Allegro Grand Casino Kursaal de Berne, sur le thème du «Smart Selling», a communiqué Suisse Tourisme en début de semaine.

Comme cela avait été le cas ces dernières années, cette Journée suisse des vacances se déroulera sur plusieurs jours, soit du lundi 19 au mercredi 21 avril. Le programme débutera avec l'assemblée générale ordinaire de Suisse Tourisme qui se

tiendra lundi de 10 h à 11 h 30. L'après-midi, de 13 h 30 à 18 h, sera consacré à la première partie du «Smart Selling», où Suisse Tourisme dévoilera sa façon de «vendre» la Suisse et où il sera notamment question de sa stratégie de marketing pour 2004 et 2005. Ensuite, la partie récréative débutera à 19 h 30 avec la «Synergy Night» qui aura lieu à la Markthalle.

Le deuxième jour sera le théâtre de la seconde partie du séminaire «Smart Selling», de 8 h 30 à 12 h 30. L'après-midi et

le lendemain matin seront consacrés aux «Key Partner Meetings» réservés aux partenaires régionaux concernés.

L'invitation à cette Journée des vacances est allée de pair avec une opération de recrutements de nouveaux membres de Suisse Tourisme. Dix mille partenaires ont été contactés et ceux qui décident de devenir membres de Suisse Tourisme jusqu'au 1er mars seront exemptés de la finance d'inscription à cette 7e Journée suisse des vacances. **LM**

De nouveaux itinéraires

«Sentiers-raquettes.ch». Pour la troisième année consécutive, les offices du tourisme de Gruyères-Molésin, Montreux-Vevey et des Paccots se sont regroupés pour proposer 14 itinéraires balisés sous le nom de «Sentiers-raquettes.ch». Au chapitre des nouveautés, on relève un itinéraire «famille» et un itinéraire d'initiation. Autre nouveauté: les descriptifs de tous les itinéraires qui sont désormais disponibles dans les offices du tourisme. **LM**

Téléskis sans problème

Les Paccots (FR). Avec des investissements et des coûts d'entretien moindres par rapport aux installations suspendues, les téléskis peuvent afficher des rendements supérieurs lorsque les conditions d'enneigement sont favorables.

C'est l'enseignement qu'on peut tirer de la saison d'hiver 2002/2003 dans la petite station fribourgeoise des Paccots, au-dessus de Châtel-St-Denis, dont les dix téléskis ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 1 million de francs et, surtout,

ils ont dégagé un bénéfice net représentant 23% de cette somme!

La Société Monte-Pente de Corbetta, présidée par Alexandre Pilloud et dirigée par Armand Pilloud, réunit jusqu'à 40 employés temporaires lors des périodes de pointe. Ces employés temporaires sont essentiellement recrutés dans les milieux de l'agriculture.

Le prochain hiver permettra d'offrir une nouvelle piste tremplin de snowboard, une patinoire et deux parcours balisés de tourisme pédestre. **JS**

CRANS-MONTANA

Familles en point de mire

Crans-Montana lance la marque Bibi, à l'image de la mascotte de la station, pour créer des produits de qualité destinés aux familles.

■ DANIELLE EMERY MAYOR

A Crans-Montana, la structure d'accueil destinée aux familles offre un grand potentiel, actuellement trop peu exploité. Fort de ce constat, Crans-Montana Tourisme (CMT) lance un nouveau concept dans le but de devenir la première destination de montagne pour les familles en Suisse romande. Et c'est la marmotte Bibi, restée un peu dans l'ombre pendant des années, qui va symboliser cette démarche.

LE RENDEZ-VOUS DES ENFANTS

«Dans un premier temps, la marmotte sera présente au fun park du driving range qui sera rebaptisé Fun Park Bibi», expliquait Walter Loser, directeur de CMT, et le responsable marketing et vente Philippe Sproll lors de la conférence de presse d'ouverture de saison. «Déjà au bénéfice d'une piste de snowtubing, d'un baby lift pour l'apprentissage du ski, d'une piste de luge et d'une buvette, ce lieu de rencontre et de détente sera agrémenté d'un maxi-trampoline, d'un toboggan, de balançoires et de Kiddie Rides.» Pour l'hiver 2004/2005, une maison Bibi est prévue au driving range avec différents jeux.

PRODUITS BIBI DESTINÉS AUX FAMILLES

Par la suite, le concept prévoit d'intégrer les hôtels, les restaurants, les remontées mécaniques, les écoles suisses de ski, les garderies, etc. CMT établit une liste de critères auxquels chaque partenaire touristique intéressé devra répondre. Les hôtels, par exemple, devraient pouvoir offrir des structures d'accueil adaptées (chambres, lits Bibi, salles de jeux et espaces réservés aux enfants, gadgets Bibi à remettre à la jeune clientèle), pareil pour les restaurants qui devraient offrir des menus ciblés pour enfants.

Les remontées mécaniques pourraient proposer des cabines Bibi, des parcs pour enfants Bibi, des pistes signalisées par Bibi, etc. Les écoles de ski devraient proposer des cours collectifs sous l'enseigne de la marmotte, pourquoi pas un Bibi Trophy. Sous la marque Bibi verront donc le jour des produits touristiques destinés aux familles, assortis d'un marketing ciblé. Côté manifestation aussi, l'accent sera mis sur les familles avec, notamment cet hiver et à sept reprises, un jeu de piste animé par Catherine Antille, accompagnatrice en montagne. Toutes les informations concernant Crans-Montana seront présentées dès janvier sur le site Internet complètement réaménagé.

LOUIS MOIX, DIRECTEUR SORTANT DE TÉLÉVERBIER

«Faisons l'effort de nous mettre ensemble avant de solliciter l'Etat»

Il a conduit avec succès Téléverbier sur le chemin de la cotation en bourse, mais regrette que les 4 Vallées ne soient toujours pas réunies dans une seule structure. Louis Moix, qui préside aussi les RMS*, prêche pour que les acteurs du tourisme travaillent vraiment ensemble.

INTERVIEW: D. EMERY MAYOR

Cet hiver, Louis Moix mettra un terme à son activité à la direction de Téléverbier, une entreprise qui compte plus de 300 employés en saison. L'occasion de faire le point sur quatorze années de travail, quatorze années passées à la tête de Téléverbier.

■ Comment voyez-vous Téléverbier dans dix ans?

J'imagine que Téléverbier sera intégrée dans un structure commune aux 4 Vallées, sous forme de holding ou de fusion, ça je ne sais pas. Ce devrait d'ailleurs déjà être fait aujourd'hui. C'est une obligation de nos jours de ne plus avoir ces structures éclatées. Le processus est enclenché en Suisse, mais nous avons dix ans de retard! Voyez les 4 Vallées: on a tout multiplié par quatre! Il y aurait des économies d'échelle énormes à réaliser.

«Voyez les 4 Vallées: on a tout multiplié par quatre! Il y aurait des économies énormes à réaliser.»

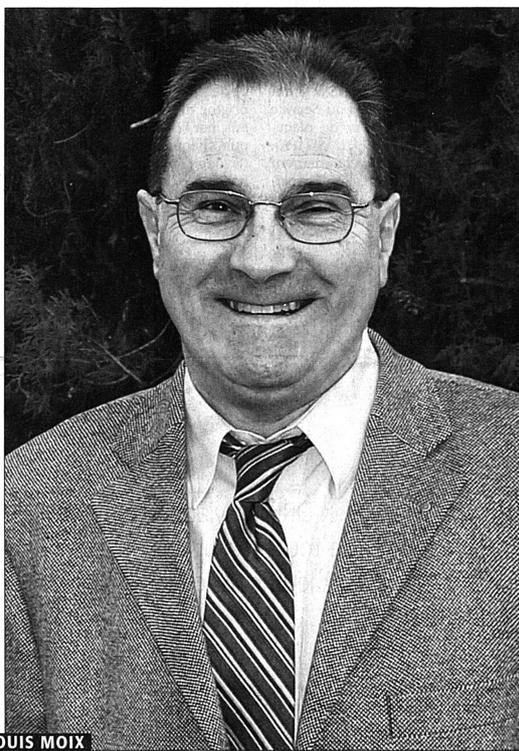
■ Lors de l'assemblée des RMS, vous avez souligné l'importance de pratiquer une politique du tourisme commune...

Le tourisme a besoin des remontées mécaniques et inversement: nous devons tous travailler ensemble. Certains ne font rien et pleurent, alors que d'autres vont de l'avant. Il y a des lits vides en plaine? Pourquoi ne pas développer plus des produits ski et hôtels de plaine, avec des prix forcément plus attractifs? Certains le font déjà.

■ Loger les touristes en plaine et les faire rayonner dans les stations de ski avoisinantes?

Oui. Les bus bougent. Et en fin de journée, les skieurs rentrent dormir en plaine où on leur organise quelque chose de festif, chaque soir. Il faut

Photo: Danielle Emery Mayor



LOUIS MOIX
Le président des Remontées mécaniques suisses (RMS) est resté pendant quatorze ans à la tête de Téléverbier.

monter des produits ayant le client en but final. Il y a une compétition entre stations. Travaillons donc avec les hôtels de plaine d'abord, les autres viendront petit à petit. Il faut des initiatives de ce style, mises en route par un ou deux acteurs au début, et laisser les portes ouvertes à d'autres. On perd un temps monstrueux dans les foires: un tour-opérateur hollandais me disait qu'il ne voulait plus travailler avec le Valais, car il lui fallait rencontrer six à dix personnes pour finaliser un pack touristique!

«Travaillons donc avec les hôtels de plaine d'abord, les autres viendront petit à petit.»

■ Quels sont les défis que vous n'avez pas pu réaliser?

J'ai un regret, celui de n'avoir pas réussi à mieux travailler avec mes partenaires des 4 Vallées...

■ Et les défis que vous avez réussis?

L'entrée en bourse de Téléverbier est une de mes grandes satisfactions. Cela a contribué à transformer l'entreprise, à la faire évoluer. La bourse oblige à communiquer, auprès du per-

sonnel déjà. Quand je suis arrivé, on ne transmettait même pas aux employés le chiffre d'affaires... Et puis Téléverbier était très hiérarchisée, on a revu l'organigramme qui est maintenant plus «à plat» qu'avant. L'entrée en bourse a permis aussi de relever des fonds pour les investir dans la rénovation. L'arrivée de la Compagnie des Alpes (CDA) a amené un système de gestion très rigoureux, avec des méthodes d'enquête auprès de la clientèle qui permettent de corriger le tir chaque semaine si nécessaire. Le benchmarking avec les autres stations du groupe est très utile: cela met en avant les meilleures pratiques. On gagne du temps.

«Nous n'avons pas le droit de demander de l'argent aux contribuables.»

■ Allez-vous rester à la présidence des RMS?

Je suis président jusqu'en 2004. Cela fera 12 ans au sein du comité, j'atteins donc la limite. C'est un travail très enrichissant qui donne une autre ouverture, on s'aperçoit que les problèmes sont les mêmes partout. En rassemblant nos problèmes, on voit où peut s'instaurer une collaboration qui a du sens au quotidien. Nous avons par exemple créé un guide à l'usage de celui qui veut monter un business plan et un document de règles stratégiques permettant de positionner son entreprise.

■ Vous dites qu'il reste des voies à suivre en terme de collaboration. Qu'entendez-vous par là?

Il y a 36 pistes à suivre! Mais on n'a pas fait l'effort de se mettre ensemble et on va pleurer à l'Etat! C'est illogique. Nous n'avons pas le droit de demander de l'argent aux contribuables.

* Remontées mécaniques suisses

Une pré-retraite au sein de «STA»

Après quatorze années passées à la tête de Téléverbier, Louis Moix va entrer en pré-retraite. Il va travailler encore avec son successeur pendant cet hiver. «Il connaît bien le milieu», assure Louis Moix en parlant d'Eric Balet. «Téléverbier, c'est quinze fois Téléverbier, il en est conscient. C'est une entreprise qui demande qu'on lui consacre du temps.»

Louis Moix s'occupera, ensuite, et à temps partiel, du développement commercial de Service Technique

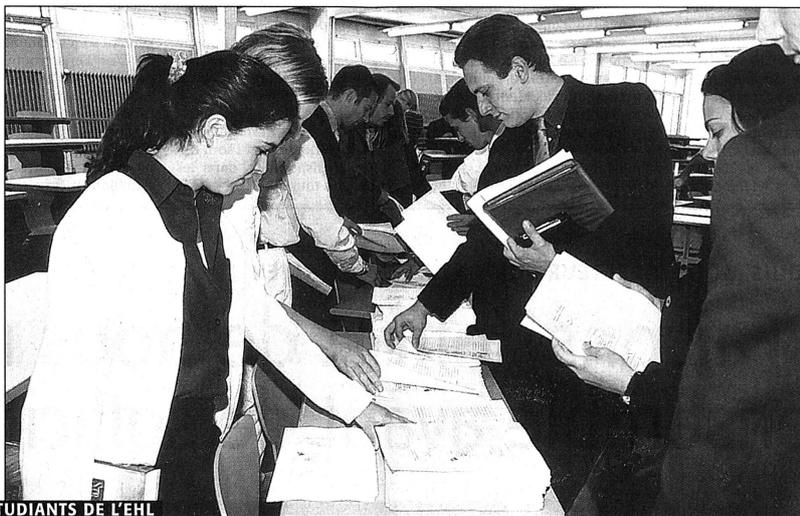
Alpin (STA). Une filiale de Téléverbier qui s'occupe de maintenance, du service après-vente des pièces de rechange pour les remontées mécaniques; elle dispose d'un atelier de serrurerie et de mécanique spécialisé sur les besoins des remontées mécaniques. Restée un peu en rade, cette filiale a pourtant un réel potentiel de développement, il s'agit de décoller l'étiquette «Téléverbier» qui masque que STA est au service de toutes les remontées mécaniques. **DEM**

ANCIENS ECOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE

Une nouvelle organisation en vue

En collaboration avec l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), l'association des anciens élèves met en place une nouvelle organisation. Celle-ci prévoit la création d'un centre chargé de développer des relations professionnelles à long terme avec tous les diplômés de l'EHL.

Photo: EHL/S. Romeu



ETUDIANTS DE L'EHL

Les services du nouveau centre «EHL Alumni Center» seront à disposition de tous les diplômés de l'EHL.

■ MIROSLAW HALABA

L'association des anciens élèves de l'EHL - Anciens Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) -, qui compte quelque 4700 membres, a mis en place, en collaboration étroite avec l'EHL, une nouvelle organisation. Au cœur de celle-ci figure l'ouverture, en janvier, d'un centre - EHL Alumni Center - qui sera chargé de «développer et de maintenir des relations professionnelles à long terme avec tous les diplômés de l'EHL». Ce centre offrira un service de placement et de consultation en matière de développement de carrière professionnelle, élaborera des programmes de formation continue et assurera un flux d'informations professionnelles. Ces prestations s'ajouteront à celles dont bénéficient déjà les membres de l'association, telles que le site Internet (aehl.org), les 64 «stamms» répartis dans le monde, la liste des membres, le bulletin de l'association. Le centre, qui

sera dirigé par un coordinateur, prendra, entre autres, le relais du Service d'information en matière de placement des anciens de l'EHL (SIMPA). Ce rapprochement est chaudement soutenu par l'EHL, car celle-ci considère l'association comme «l'un des plus importants atouts de l'école».

Cette nouvelle organisation a pour origine une décision prise, il y a deux ans, par l'EHL et l'AEHL. Elle stipulait que chaque étudiant inscrit à l'EHL devenait, moyennant une cotisation forfaitaire de 2500 francs, obligatoirement membre à vie de l'association. A raison de quatre cents nouveaux étu-

dants par an, en moyenne, ce système assurait un financement confortable permettant notamment d'engager un directeur. Ce qui fut fait en la personne de Mike Shariff.

Avec le recul, cette décision s'est toutefois avérée problématique. D'une part, parce qu'elle était contes-

table sur le plan juridique et, d'autre part, parce que les étudiants préféreraient payer une cotisation annuelle de 100 francs, ce qui leur donnait une plus grande liberté quant à l'adhésion ou non à l'association. Résultat: les recettes financières ont été nettement moins élevées que prévu, ce qui a occasionné une perte, sur deux ans, de 700 000 francs.

UN RETOUR À LA NORMALE

L'année 2004 permettra un retour à la normale sur le plan financier. Le directeur de l'AEHL, Mike Shariff, ayant démissionné, son salaire ne pèse plus sur les comptes et la perte a été partagée, à part égale, entre l'EHL et l'AEHL. Pour couvrir la part de l'association, les membres seront invités à payer, en plus de leur cotisation pour 2004, une somme de 80 francs. «Les comptes 2003 devraient être équilibrés», indique, par ailleurs, le directeur adjoint de l'EHL et directeur ad interim de l'association, Sam Salvisberg. La cotisation obligatoire unique étant oubliée, le budget de 2004 tiendra mieux compte que les précédents des recettes réelles de l'association. Cette nouvelle organisation sera parachèvement par la nomination, ce printemps, d'un nouveau comité lors d'une assemblée générale extraordinaire de l'AEHL qui se tiendra le 27 mars à l'EHL. Le congrès de l'association, quant à lui, aura lieu du 23 au 26 septembre en Valais.

Publicité

Le succès avec X-DRINK®



La nouvelle limonade aux arômes fruités X-DRINK Made by Henniez a permis à des milliers de jeunes de toute la Suisse de gagner 300 Gamecube NINTENDO et 2'700 jeux mini classics Tetris en collectionnant les étiquettes.

Le concours s'est achevé à mi-octobre et les gagnants ont été reçus à Henniez le 19 novembre pour recevoir les grands prix, soit 3 kits NINTENDO complets.

A chacun sa limonade X-DRINK

La limonade X-DRINK se présente dans des condition-

nements multi. Elle est fort appréciée des jeunes de 10 à 25 ans. Elle existe bien sûr en bouteilles de 33 et de 100 cl en verre, pour la gastronomie. Mais aussi en bouteilles PET, légères et incassables, pratiques pour des établissements de loisirs, de sports, de plein air et de montagne. Et les flaconnages de 150

cl PET sont idéaux pour des groupes ou pour la consommation à la maison.

Le concours X-DRINK dope les ventes

De janvier à octobre 2003, le volume des ventes des limonades X-DRINK a augmenté de près de 4% par rapport à la période

correspondante de l'année précédente. Evident si l'on songe que pour trouver au verso des étiquettes les 6 lettres composant la marque, il fallait également mettre à contribution sa famille et ses amis. Plus de 350 personnes ont d'ailleurs commandé des étiquettes supplémentaires, notamment pour tenter d'obtenir une denrée rare, la lettre «X».

Pour les cafetiers-restaurateurs

Le marché des limonades va croître de plus de 15% d'ici 2006. Ce sont les boissons préférées des jeunes générations. 39% des jeunes de 10 à 25 ans consomment chaque jour et 38% plusieurs fois par semaine, soit à la maison, soit lors de leurs sorties. Les 5 arômes X-DRINK (orange, citron, grapefruit, framboise et bergamote) sont très populaires. Les limonades citron et orange de X-DRINK sont en outre disponibles en Premix (conteneur de 20 litres). L'arôme citron est également proposé en installation Postmix au comptoir (conteneur de 10 litres).

Remise des prix X-DRINK le 19 novembre 2003 à Henniez

A l'issue du concours X-DRINK, Monsieur Nicolas Rouge, administrateur-délégué des Sources Minérales Henniez S.A., a remis 3 kits complets de consoles vidéo avec jeux, TV et enceintes aux gagnants, soit:



Nicolas Rouge, administrateur-délégué des Sources Minérales Henniez SA, accompagné de Stéphanie Wyler, assistante team marketing et André Brodard, chef de vente EPAL, remet les prix du concours X-DRINK aux 2 des 3 gagnants X-DRINK, Andrina Rutsch (12 ans), de Dieterswil, Kelly Marti (9 ans) et sa sœur, de Colombier. Daniel Biner (13 ans) n'a pu faire le déplacement à Henniez et son prix lui a été remis à son domicile de Zermatt.

Kelly Marti, 9 ans, de Colombier (Neuchâtel), Andrina Rutsch, 12 ans, de Dieterswil (Berne), Daniel Biner, 13 ans, de Zermatt (Valais).

«J'ai appris l'existence du concours X-DRINK sur le chemin de l'école en bavardant avec des camarades» nous dit, Andrina Rutsch. Quant à Kelly Marti, c'est sa maman qui a été mise à rude contribution pour réapprovisionner toute la famille prise au jeu X-DRINK.

X-DRINK nommé pour le Marketing Trophy

Le jury du Club Suisse de Marketing a nommé la marque X-DRINK de Sources Minérales Henniez pour la remise du Marketing Trophy qui sera décerné le 15 janvier 2004 à Fribourg.

«Le changement de marque de Fruitastic à X-DRINK est réussi et l'assortiment des softdrinks bien positionné sur le marché. L'association X-DRINK / Gameworld Generation a permis d'atteindre de nouveaux groupes-cibles de jeunes qui ont été facilement conquis par ce nouveau produit», souligne le jury du Club Suisse de Marketing.



X-DRINK - la marque nationale de softdrinks



Informations complémentaires:
www.x-drink.ch/Play & Win
www.henniez.ch

DANS LE RÉTROVISEUR

L'année 2003 a incontestablement été marquée par un été de rêve où les températures, parfois caniculaires, ont fait le bonheur des piscines et des stations de montagne qui ont accueilli de nombreux touristes venus rechercher un peu de fraîcheur. Mais, pour les milieux touristiques, 2003 a aussi été caractérisé par plusieurs points forts. Sans être exhaustive, la présente rétrospective vous propose d'en revivre un certain nombre par ordre chronologique. Bonne lecture et bonne année 2004!

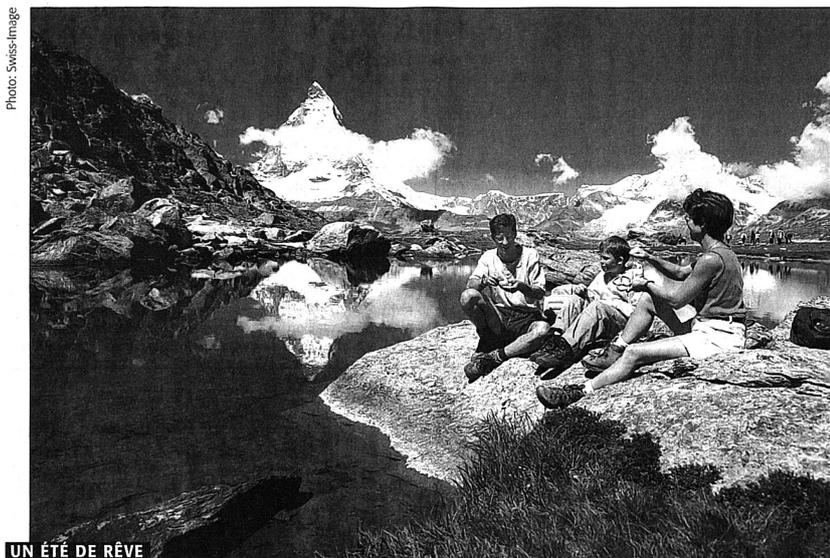
Laurent Missbauer

Janvier

Suisse Tourisme change de ligne graphique et de slogan. Suisse Tourisme a présenté sa nouvelle ligne graphique et son nouveau slogan. Les bordures noires, qui caractérisaient depuis environ huit ans la communication de Suisse Tourisme, cèdent désormais leur place à un rouge «typiquement suisse» qui orne la partie supérieure de toutes les brochures de Suisse Tourisme. Quant au slogan «Enfin, les vacances. A vous la Suisse», il disparaît au profit de «Suisse. Tout naturellement». La présentation de cette nouvelle ligne graphique est allée de pair avec le lancement de la route thématique «Luxe et design».

Février

Inauguration du nouveau casino de Montreux. Trois cents machines à sous, une douzaine de tables de jeux,



UN ÉTÉ DE RÊVE

L'année 2003 a incontestablement été caractérisée par un été de rêve. Le temps magnifique et les jours de canicule ont notamment incité bon nombre de touristes à rechercher un peu de fraîcheur en altitude.

l'ont plus vraiment la cote et, selon un sondage, 59% des touristes allemands seraient prêts à payer davantage pour des vacances sûres. Dans ce contexte, Suisse Tourisme a rappelé les atouts de la Suisse en tant que destination de vacances reposantes.

la Journée suisse des vacances, qui s'est déroulée à Zurich, a réuni 986 participants. Il s'agit là d'un nouveau record que Dick Marty, le président de Suisse Tourisme, a interprété comme «la preuve évidente de la volonté d'amélioration d'une branche fermement décidée à collaborer davantage».

L'édition 2003 du STM a été très réussie selon Suisse Tourisme. En cette période difficile, Suisse Tourisme a mis le paquet à l'occasion du Switzerland Travel Mart (STM), le plus important salon du tourisme réceptif suisse. Organisé à Zurich, il a été marqué par une cérémonie d'ouverture très dynamique. L'édition 2003 a été qualifiée de très réussie par Suisse Tourisme.

Juin

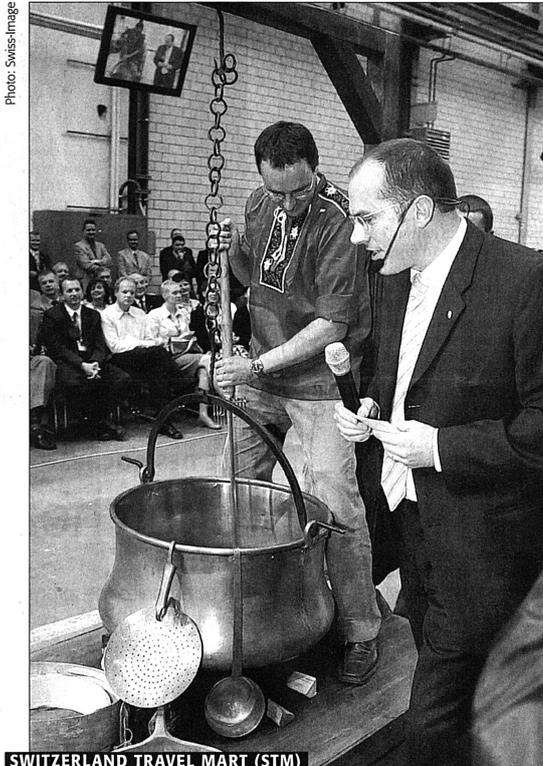
Sommet du G8 à Evian. De nombreux hôtels suisses ne garderont pas un bon souvenir du Sommet du G8 à Evian. C'est notamment le cas de l'Hôtel Royal Savoy de Lausanne qui a été pris pour cible par des casseurs, avant que la police n'intervienne.

Juillet

Le premier Hôtel Mercure de Suisse. Le groupe Accor a inauguré le 1er juillet le premier Mercure de Suisse, soit le Mercure Hôtel Stoller de Zurich. Cette ouverture s'inscrit dans la politique d'expansion d'Accor.

Août

Lancement de la route thématique «Vin et gastronomie». Suisse Tourisme a présenté à Bellinzona sa nou-



SWITZERLAND TRAVEL MART (STM)

La STM a été marquée par une cérémonie d'ouverture très dynamique. On reconnaît ici Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme (ST), accompagné d'Alexandre Fricker, du segment familles de ST, déguisé pour la circonstance en fromager.



ERICH VON DÄNIKEN

Le célèbre écrivain pose fièrement devant «son» Mystery Park d'Interlaken qui a été ouvert au mois de mai et qui a remporté au mois d'octobre la plus haute récompense du Milestone, le Prix du tourisme suisse organisé par notre journal.

le nouveau casino de Montreux, désormais placé sous la houlette du groupe français Barrière, n'a plus grand chose à voir avec l'ancien. Il s'agit du seul casino A de Suisse romande.

Suisse Tourisme lance un nouveau concept d'accueil. Il s'appelle «Enjoy Switzerland» en Suisse alémanique et «Accueil suisse» en Suisse romande. Il s'agit du nouveau concept d'accueil et de qualité totale lancé par Suisse Tourisme avec quatre stations pilotes: Villars, Lenzerheide, Scuol et Zermatt. «Le but de ce nouveau concept est d'améliorer la qualité de l'hospitalité et de gagner de nouveaux clients», a précisé à Villars Michel Ferla, le directeur-adjoint de Suisse Tourisme.

Mars

La Suisse se présente dans un contexte difficile à l'ITB de Berlin. Avec la crise irakienne, l'humeur n'a pas été des meilleures à l'Internationale Tourismus Börse (ITB), le plus grand salon touristique au monde qui s'est tenu à Berlin du 7 au 11 mars. Les voyages

Un nouveau président à la tête des Swiss Cities. Thomas Meier, directeur de Winterthur Tourisme, a été élu à la présidence des Swiss Cities, l'association des villes touristiques de Suisse. Il succède à ce poste à Eddy Peter, le directeur de Sion Tourisme.

Avril

«Swiss Peaks Festival» à New York. Avec 200 000 visiteurs, le volet touristique du «Swiss Peaks Festival», manifestation économico-culturelle mise sur pied à New York par Présence Suisse, a été considérée comme une réussite par ses organisateurs.

Mai

Swiss Alpina: record de visiteurs. La 11e édition de Swiss Alpina, le Salon international pour l'équipement des stations alpines, a accueilli à Martigny le nombre record de 7454 visiteurs. Il y en avait eu 7000 en 2001.

Record de participants à la Journée suisse des vacances. La 6e édition de



Les délégués d'hôtellerie suisse ont accepté à fin novembre un nouveau système de classification hôtelière.

velle route thématique «Vin et gastronomie» Celle-ci débute à Bienne et passe, en Suisse romande, par Neuchâtel, Genève, Lausanne, Vevey, Montreux, Aigle, Martigny, Sion et Sierre.

Septembre

Les problèmes financiers de la FST. L'assemblée générale de la Fédération suisse du tourisme (FST), qui s'est tenue le 11 septembre à Andermatt (UR), n'a pas soulevé de vagues. En coulisse, ses problèmes financiers ont cependant suscité des inquiétudes et les comptes annuels se sont soldés par une perte de 31 975 francs.

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

Octobre

Gérard Rabaey, élu «Cuisinier de l'année» par le Gault Millau. Gérard Rabaey, du «Pont de Brent» au-dessus

de Montreux, a été désigné «Cuisinier de l'année» par le guide Gault Millau. Pierre-André Ayer, «Le Pérolles» à Fribourg, et Jean-Louis Muraro, au «Louis» à Lausanne, ont été sacrés «Promis» et «Découvertes» de l'année.

Le Milestone 2004 décerné au Mystery Park. La plus haute récompense du Milestone, le Prix du tourisme suisse mis sur pied par notre hebdomadaire avec le concours de la Fédération suisse du tourisme et le Secrétaire d'Etat à l'économie, a été décerné au Mystery Park d'Interlaken d'Erich von Däniken. Le Chouet'Nid, un «bed and breakfast» construit au sommet d'un arbre au Locle (NE), a reçu le prix spécial du Milestone, «Petit et créatif».

Un nouveau nom pour l'ASDT. L'Association suisse des directeurs du tourisme (ASDT) est morte, vive l'Association suisse managers en tourisme (ASMT). Le nouveau nom a été entériné à l'occasion de l'assemblée générale de l'association qui s'est tenue aux Diablerets (VD).

Novembre

Marché chinois: la Suisse obtient l'ADS. La Suisse a enfin obtenu l'Ap-

proved Destination Status (ADS), un statut qui supprime l'obligation pour les Chinois de disposer d'une autorisation nationale pour se rendre en Suisse. Avec cet ADS, les nuitées hôtelières chinoises en Suisse devraient fortement augmenter.

Une nouvelle classification hôtelière a été acceptée. L'hôtellerie suisse disposera dès 2006 d'un nouveau système de classification de ses établissements. Réunis en assemblée générale le 27 novembre à Olten, les délégués d'hôtellerie suisse ont en effet donné leur aval à un projet novateur à plus d'un titre.

Décembre

Conférence de presse de fin d'année d'hôtellerie suisse. Les prévisions touristiques régionales, élaborées par l'institut BAK Basel Economics et présentées à Berne lors de la conférence de presse de fin d'année d'hôtellerie suisse, ont montré que les perspectives, à moyen terme, sont très favorables pour le canton du Valais.

RMS: la «Journée du ski», c'est fini!

Berne. La «Journée des sports de neige» des Remontées mécaniques suisses (RMS), plus communément appelée la «Journée du ski», n'aura plus lieu à l'avenir. C'est ce qu'a indiqué en début de semaine Felix Maurhofer, le responsable de la communication des RMS.

Organisée pour la seconde année consécutive afin de lancer la saison d'hiver, la «Journée du ski», qui aurait dû avoir lieu le dimanche 14 décembre dans quelque septante domaines skiables de toute la Suisse, n'a

eu que très peu de retombées. Elle n'a en effet pas pu avoir lieu dans toutes les stations initialement prévues. Des conditions météorologiques trop clémentes, notamment plusieurs jours de föhn qui ont fait fondre une grande partie de la neige tombée à fin novembre, ont contraint certaines stations, comme Meiringen, à proposer des activités en trottinette plutôt qu'à ski.

«En outre, il a fait mauvais temps», a ajouté Felix Maurhofer. «Nous sommes ainsi arrivés

à la conclusion que la réussite d'une telle journée était trop dépendante des conditions météo pour qu'elle soit reconduite l'an prochain. Dorénavant, plutôt que de miser sur une journée spécifique, nous axerons nos efforts de promotion en encourageant la relève, notamment au niveau de la compétition. La relève constitue en effet notre capital le plus important et les prochains mois devraient nous permettre d'élaborer un projet qui nous permettra de lui venir en aide.» LM

Nouvelle période administrative

Minotel Suisse. Réunis en assemblée générale extraordinaire, la semaine dernière à Soleure, les membres de Minotel Suisse ont accepté «à l'unanimité» de modifier la période administrative de leur institution. Cette période ira du 1er janvier au 31 décembre au lieu du 1er octobre au 30 septembre. La prochaine assemblée générale ordinaire aura lieu le 28 avril à Interlaken. MH

Projet Sion Wine Valley

Sion Tourisme. La Société des arts et métiers de Sion et environs a remis le 4 décembre au Conseil municipal un rapport comportant différentes réflexions relatives à une nouvelle politique touristique pour la ville de Sion pour 2004-2008.

Ces réflexions consistent notamment à engager la ville de Sion dans la démarche Valais-Excellence ou «tout autre système de qualité». Il en va de même pour l'engagement de la capitale valaisanne dans une candidature suisse à l'or-

ganisation des Jeux olympiques d'hiver «de 2014, voire de 2018».

Enfin, un troisième engagement consiste à valoriser le «patrimoine naturel, culturel et gourmand» de la ville de Sion en créant un projet rassembleur sur cinq ans autour du vin et de la gastronomie, sur le modèle du projet existant de l'Association des encaveurs de Sion». Ce projet dispose d'ores et déjà d'un nom: «Sion Wine Valley, la première ville suisse du vin». LM

ENTRE NOUS

Nouveau responsable pour les annonces

Notre hebdomadaire, hotel+tourismus revue, bénéficiera des services d'un nouveau responsable pour la vente des annonces en la personne



d'Oliver Egloff. Bernois, âgé de 32 ans, Oliver Egloff, qui entrera en fonction le 5 janvier, dispose d'un brevet fédéral de coordinateur de ventes, ainsi que d'une expérience entendue dans le secteur du service extérieur. Il déploiera son activité dans toute la Suisse. Il se chargera également de l'acquisition de nouveaux clients. MH

Contact. E-Mail: oliver.egloff@swiss-hotels.ch. Tél: (031) 370.42.49. Fax: (031) 370.42.23.

LES GENS

Directeur de l'Office du tourisme d'Ovronnaz depuis le mois d'octobre 1999, Jean-Marc Jacquod quittera ses fonctions à la fin du mois d'avril 2004



afin de donner une nouvelle orientation à sa carrière professionnelle. Le nom de la personne qui lui succèdera n'est pas encore connu et le poste fait l'objet d'une mise au concours jusqu'au 3 janvier. LM

A Romont (FR), le plus grand établissement public de la région, «La Poularde», fermé depuis plusieurs mois, a repris toutes ses activités sous la responsabilité de nouveaux gérants, Marc Annen, chef de cuisine, et Doris Schwaighofer. «La Poularde» comprend un motel de 24 chambres, un restaurant, un café avec jardin d'hiver, un carnet et une grande salle – avec au total 700 places de restauration – ainsi qu'un dancing de 170 places. JS

Fabienne Porchet, co-responsable de l'Office du tourisme de Romont depuis 1988, a été nommée responsable du marketing et de l'accueil des visiteurs à la Maison du Gruyère, à Pringy-Gruyères, où elle remplacera Christine Raboud, démissionnaire de ce poste pour des raisons familiales. La nouvelle titulaire partagera ainsi son temps entre l'Office du tourisme de Romont et la fromagerie de démonstration de Pringy-Gruyères. JS

Photo: Ecole Les Roches



PROMOTION

La cérémonie de promotion du «Bachelor of Business Administration (Hospitality)» a honoré 59 étudiants.

ECOLE DES ROCHES

«Cherchez le but commun»

Deux cérémonies de promotion, concernant deux cents étudiants, ont marqué la fin de l'année à l'école hôtelière «Les Roches» à Bluche.

MIROSLAW HALABA

«Dans votre future vie professionnelle, cherchez toujours le but commun, l'adhésion à la même idée et vous verrez la tolérance s'installer», a déclaré la semaine dernière Claudio Casanova, à l'école hôtelière «Les Roches» à Bluche (VS). S'exprimant au nom du comité de l'école et d'hotelleriesuisse, (association avec laquelle l'école est liée depuis 1987), Claudio Casanova s'est adressé aux 129 étudiants qui ont mis un terme à leurs études de trois ans pour l'obtention du «Diplôme de gestion hôtelière de la Société suisse des hôteliers». Ces diplômés seront remis à l'issue d'un dernier stage dans la

branche. Une «bonne partie» de ces étudiants poursuivront leurs études aux Roches pour décrocher un «Bachelor of Business Administration».

Cette cérémonie a permis de distinguer un étudiant anglais particulièrement méritant. Vinod Narayan a en effet été le «meilleur étudiant sur trois ans» avec une moyenne de 5,6 sur 6 et le «meilleur étudiant de 3e année» avec une moyenne de 5,7. La Suisse-esse Caroline Frey a, quant à elle, reçu le prix de «l'étudiante ayant démontré la meilleure attitude» durant ces trois ans d'études aux Roches.

«GRAND SUCCÈS» DU BACHELOR

Deux semaines auparavant, ce sont 82 étudiants qui ont participé à la cérémonie de promotion des programmes «Master of Business Administration» (MBA), «Post-Graduate» et «Bachelor of Business Administration (Hospitality)». Cinquante-neuf étu-

dants, de trente pays, ont suivi ce dernier programme. Mis en place il y a huit ans, il remporte «un très grand succès», indique l'école. En effet, les «effectifs ont plus que décuplé» depuis son introduction. Compte tenu de la demande, ce programme fait l'objet depuis 2002 de deux rentrées par année. Le MBA a été décerné à cinq étudiants et le «Post-Graduate» à dix-huit étudiants.

PERSONNALITÉ CHINOISE HONORÉE

On notera aussi que l'école a remis un «Honorary Degree» à Stephen Hsu, président de la branche hôtelière de l'Association du tourisme et de l'industrie de Pékin, pour sa participation «très active» au développement de l'hôtellerie dans son pays. Stephen Hsu était notamment engagé dans la présentation du dossier de candidature de Pékin pour les Jeux olympiques de 2008.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Des marchés de Noël très lucratifs.

«Le marché de Noël ne nous permet pas seulement de prolonger la saison, il constitue à lui tout seul une nouvelle saison à part entière», relève Charles Denni de l'Office du tourisme de Colmar. Même constat à Mulhouse où les hôtels sont complets et où décembre est devenu un véritable mois touristique. A Cologne aussi, on se félicite d'avoir commercialisé de façon ciblée le marché de Noël à partir de 1995. Aujourd'hui, il attire dix millions de visiteurs dont 7000 à 8000 arrivent en avion. A Zurich, l'office du tourisme relève que l'offre «Dormez deux nuits, payez-en une seule», lancée l'année passée avec 40 hôtels à l'occasion du marché de Noël, a rencontré beaucoup de succès. Page 7

Un espace bien-être à 17 millions de francs au Victoria-Jungfrau.

La Victoria-Jungfrau Palace d'Interlaken a inauguré la semaine passée son tout nouvel espace bien-être «E'spa». Ce dernier est allé de pair avec la rénovation de dix suites de l'hôtel qui ont désormais un accès direct à l'espace bien-être. Celui-ci a été conçu par la spécialiste anglaise Susan Harmsworth, la cliente masculine intéressée par le wellness dans les hôtels ne cesse d'augmenter. Aujourd'hui, elle représente 40% de la clientèle. «Dans deux à trois ans, elle sera aussi importante que la clientèle féminine», estime-t-elle. Page 11

La crise économique aux Etats-Unis a touché aussi les restaurants.

Les Américains ne dépensent plus sans compter dans les restaurants de luxe. Crise économique oblige, ils ont commencé à privilégier des menus moins onéreux qu'il y a quelques années où l'argent était gagné facilement. Du côté, les restaurants huppés qui s'en sortent le mieux actuellement sont ceux qui offrent des prix «doux» et qui proposent de l'eau ou des boissons non alcoolisées plutôt que des vins coûteux. Page 14

MÉLI-MÉLO

Transport à câbles: loi en consultation

La loi sur les installations de transport à câbles est désormais en consultation, a indiqué lundi le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication. Cette consultation, attendue depuis longtemps par les Remontées mécaniques suisses, durera jusqu'au 31 mars. La proposition de loi simplifie notamment les procédures d'autorisation des installations à câbles. MH

IMPRESSUM

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

Editeur: Société suisse des hôteliers
Morbijustrasse 130
Case postale
3001 Berne
Responsable des médias: Christian Hofer
Rédaction: Rédactrice en chef: Manetta Dedual (MD)
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Mirosław Halaba (MH)
Rédacteur: Laurent Mischbauer (LM)
Correspondants: Jean-Jacques Eberhart (JJE), Vevy, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais, Véronique Tanigret (VT), Genève; Isabelle Seydoux (IS), Fribourg.
Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais; Miltosane Dr. Peter Kübler (PK), Editeur; Cheffe d'édition: Iris Strelbel; Abonnements: Nadine Blum, Anna Lisa Casalini; Annonces: Mathias Beyeler, Marc Moser; Publicité: Iris Strelbel (Chef de vente a.), Brigitte Weber; Administration: Marc Moser.
Impression: Buchler Codino AG, Druckzentrum Berne, Tirage: 11'209 Ex. contrôlés REMP 2002, 22'000 Ex. imprimés.
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-
ISSN: 1424-0440

Organe officiel de:
- Verband Schweizer Tourismus Direktoren und Direktoren (VSTD)
- Schweizer Vereinigung diplomierte Tourismusexperten (SOTREX)
- Vereinigung Diplomierte Hoteliers-Restaurateurs SW (VDHR)
- Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter
- Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
- Swiss Partner für den Bautourismus
- Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
- Schweizer Kurhäuser (SKH)
- Swiss International Hotels (SIH)
- Amicale International des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR)

Contacts:
Adresse: Morbijustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (lettres de lecteurs, People, etc.)
Tél: 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: htr@swiss-hotels.ch
Abonnements:
Tél: 031 370 97 93, Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Annonces:
Tél: 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: annonces@swiss-hotels.ch
Publicité:
Tél: 031 370 42 43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: annonces@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Nous declinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

stellen revue marché de l'emploi

htr

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

NEUMARKT

In unser zeitgemässes Zunfthaus mitten in der Altstadt von Zürich suchen wir einen starken,

kreativen Sous-chef w/m
sowie einen

Koch tournant w/m

mit klaren Qualitätsvorstellungen und Freude an einer marktorientierten Küche. Unser vielseitiger und lebhafter Betrieb umfasst ein Restaurant mit 80 Plätzen, 3 Banketträume und eine sehr grosse Gartenwirtschaft.

Sie sollten ein längerfristiges Engagement suchen, mit viel Sinnlichkeit und Präzision kochen und gerne in einem Team Verantwortung übernehmen.

Ein kultivierter menschlicher Umgang ist uns wichtig, dementsprechend sollten Sie eine differenzierte und sozial gebildete Persönlichkeit sein. Wenn Sie sich angesprochen fühlen und eine echte Herausforderung suchen und Sie bereit sind, mit Zimmerstunde zu arbeiten, freut sich Roger Trachsel auf Ihre Bewerbung.

Wirtschaft Neumarkt

Neumarkt 5 CH-8001 Zürich Telefon 01 252 79 59

159459

Im Berner Oberland tätige Gastronomie-Gruppe sucht unternehmerisch denkenden

Geschäftsführer (m/w)

Sind Sie ein stark frontorientierter Gastgeber, haben bereits Erfahrung im Führen eines Gastronomiebetriebes und sind an einer abwechslungsreichen, gästerorientierten Herausforderung interessiert?

Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 159463 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

159463



WE'RE LOOKIN' FOR A GOOD MATE!

Rote Wüste - Ayers Rock - Strände - Krokodile - Freiheit und Abenteuer. Australien - die Traumdestination in Zürich! Für unser boomendes Erlebnis-Restaurant beim Bahnhof Stadelhofen suchen wir eine/n top motivierte/n, engagierte/n

GeschäftsführerIn

Ihre Aufgabe ist es, diesen trendigen Betrieb weiter erfolgreich zu führen und mit ungewöhnlichem Food, Aussie Cocktails und verrückten Ideen unseren Gästen den Outback-Virus zu übertragen und sie nach Downunder zu «entführen». Das wird Ihnen am besten gelingen, wenn Sie Gastgeber aus Leidenschaft sind und dem «Aussie way of life» viele gute Seiten abgewinnen.

Ihr Idealalter liegt zwischen 28 und 35 Jahren. Sie haben einen gut geschnürten Rucksack, in dem u.a. eine gastgewerbliche Ausbildung und Führungserfahrung steckt. Ausserdem sind Sie in der Lage, den Betrieb im Rahmen des bestehenden Konzeptes aktiv und kreativ zu lenken. Eine sympathische und positive Ausstrahlung ist Ihnen eigen und Sie besitzen ein ausgesprochenes Qualitätsdenken. Ein junges, motiviertes Team, fun and a lot to do erwarten Sie.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie einfach Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Outback Company AG, Frau Anita Wiesner, Industriest. 42, 8117 Fällanden, Telefon 01 826 02 30.

159440

BACK & BRAU

Supervisor Restaurant (Chef de Service), weiblich und zwischen 22 und 30 Jahren
(Restaurant 130 SP, Garten 150 SP)

Für diese Position suchen wir kommunikative Persönlichkeit mit einem fundierten Leistungsnachweis. Sie haben Freude, jeden Tag aufs Neue ein junges Mitarbeiter-Team anzuleiten und zu coachen. Wenn Sie Spass am Essen & Trinken haben und eine professionelle Umsetzung Ihre Stärke ist, dann zögern Sie nicht: senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Auf welchen Zeitpunkt wir mit Ihnen rechnen dürfen, können wir gerne zusammen entscheiden. **Andrea Lehmann, Back & Brau Speer, Bahnhofplatz 5 8640 Rapperswil Tel. 0041 (0)55 220 89 99**

159442

KARTAUSE ITTINGEN

Die Kartause Ittingen - ein ehemaliges Kloster - ist ein Baudenkmal von nationaler Bedeutung. Sie betreibt heute einen Gastwirtschaftsbetrieb mit zwei Hotels mit 65 Zimmern und über 20 Schulungsräumen, Restaurant und einem vielseitigen Bankettbereich. Die Kartause Ittingen gehört zu den führenden Tagungs- und Schulungszentren der Schweiz. Neben dem Gastwirtschaftsbetrieb führt sie einen Gutsbetrieb mit Weinbau und Käserei sowie einen Heim und Werkbetrieb. Sie beherbergt das Kunstmuseum des Kantons Thurgau, das Ittinger Museum und das evangelische Begegnungs- und Bildungszentrum «tecum».

Auf Frühjahr 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir als Betriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung einen

Hoteldirektor

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

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

KARTAUSE ITTINGEN

159432

EXCITING CAREER OPPORTUNITY

Fast growing American tour operator is seeking a seasoned travel professional as

TRAVEL PRODUCT BUYER

in Europe (preferably Basel).

Your responsibilities

- ✓ Negotiating and contracting of all services related to our European Riverboats (hotels, ground services, entertainment, lectures)
- ✓ Streamlining existing programs through on-site quality checks
- ✓ Developing new itineraries

What we expect

- ✓ 3-5 years of proven experience in product development, planning, buying and contracting in Europe
- ✓ Destination knowledge in central and Eastern Europe
- ✓ Excellent negotiation skills
- ✓ Ability to communicate and conduct business in German and English
- ✓ Highly motivated, flexible and creative person

What we offer

- ✓ Exciting career opportunity
- ✓ A unique chance to join a very dynamic, profitable, world-wide travel company
- ✓ Competitive salary

Please apply (in English) to:
P.O. Box 524, 6800 Feldkirch, Austria
or
uhel@eon.at

159410

eine saubere Sache

Wir sind ein erfolgreiches Unternehmen der Reinigungsbranche mit zertifizierter Qualitätssicherung nach ISO-Norm 9001 und 14001 und befinden uns weiter auf Expansionskurs.

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

Chef-Gouvernante

in einem *****Hotel auf dem Platz Basel.

Anforderung:

- Ausbildung zur Hotelfachfrau mit Abschluss
- Mehrjährige Berufserfahrung in ähnlicher Stellung
- Ausgewiesene Führungserfahrung
- Gastorientiertes Denken und innovatives Handeln
- Durchsetzungsvermögen und die Fähigkeit auch in heiklen Situationen «klare Köpfe» zu behalten
- Organisatorisches Geschick mit grossem Verantwortungsbewusstsein
- Freude am vernetzten Denken und Teamplaying
- Deutsch-, Englisch- und evtl. Französisch-Kenntnisse
- PC-Kenntnisse MS Office, Fidelity front office sind von Vorteil

Wir bieten:

- Zeitgemässe Entlohnung inkl. aller Sozialleistungen
- Einführungsprogramm
- Unterstützung vor Ort
- Mitsprache bei Personalentscheiden

159406

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

VebeGo Services
Amberg Hospach AG
Brüglingerstrasse 2
4053 Basel
Tel. 061 338 82 22

VEBEGO SERVICES
Amberg Hospach AG
Reinigungen

INHALT: Deutsche Schweiz 3-8 / Svizzera italiana 9 / International 9 / Stellengesuche 10

SOMMAIRE: Suisse romande 8 / Marché international 9 / Demandes d'emploi 10

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

Eine Stelle in Sekundenschnelle

www.gastronet.ch

by **JOBS AND MORE**

Die Zukunft mit Ihnen
in Gastronomie und Hotellerie

Schweizergasse 8, 8001 Zürich
Fon 01 225 80 90

Stellenvermittlung/Kaderberatung

Stänzlergasse 7 / 4051 Basel
Tel. 061 281 95 75



Wir managen Ihre
Zukunft
www.horega.ch

**Der direkte Link
zum Arbeitsmarkt**

Beratung
Selektion
Vermittlung

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

GastroJob

Adecco
HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

Stellenangebote
auf Seite 3.

Offres d'emploi
en page 3.



the swiss pyramid

NIESEN

Machen Sie sich selbst ein Weihnachtsgeschenk – einen Spitzenarbeitsplatz auf der Swiss Pyramid!

Wir suchen per 1. März 2004 oder nach Vereinbarung

Bereichsleiter(in) Gastronomie

Niesenbahn AG

mit gastgewerblichem Fähigkeitsausweis

Die Niesenbahn AG ist eine innovative und erfolgreiche touristische Unternehmung. Im Zuge der Neupositionierung haben wir vor drei Jahren ein neues, modernes Berghaus erstellt, welches bei den Gästen und in der Tourismusbranche über eine grosse Anziehungskraft und Bekanntheit verfügt. Für die Niesen-Gastronomie benötigen wir eine neue Leitung. Keine leichte Aufgabe, aber eine hoch interessante, zu der Sie eine Handvoll Fähigkeiten einbringen sollten:

1. Fachlich beste Qualifikation
2. Wille etwas zu bewegen
3. Tatkraft und Einsatzfreude in einem Sommer-Saisonbetrieb
4. Führungsgeschick gegenüber dem Team
5. „Riesig dr Plausch“ an der Rolle als Gastgeber auf der Swiss Pyramid

Nebst dem Geschäftsfeld „Bahn“ ist die Gastronomie unser zweites wichtiges Standbein. Wir wollen unseren Tagesgästen nicht nur eine atemberaubende Aussicht und spektakuläre Bahnfahrt, sondern auch in gastronomischer Hinsicht ein in jeder Beziehung überzeugendes Angebot bieten. Unsere Tagesausflugsgäste geniessen die klassische Berggastronomie, spezielle Zielgruppen wollen wir mittels kulinarischen Gastro-Erlebnissen (Abendfahrten, Gruppenanlässe, individuelle Arrangements, neue Ideen) ansprechen.

Als Bereichsleiter(in) Gastronomie und überzeugende(r) Gastgeber(in) werden Sie gestützt auf unsere Unternehmensstrategie die Gastronomie auf dem Niesen als Vorzeigebetrieb positionieren und weiterentwickeln. Sie sind verantwortlich für das F&B-Angebot, die F&B-Logistik und sämtliche operativen Führungsfragen im Bereich Gastronomie.

Wir bieten Ihnen überdurchschnittliche Arbeitsbedingungen. Ein motiviertes Niesen-Team erwartet Sie!

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung bis 30. Dezember 2003.

Niesenbahn AG
Dr. Daniel Fischer, Präsident des Verwaltungsrates
Brüggbühlstrasse 32h, 3172 Niederwangen
Tel. 031 980 18 18, daniel.fischer@danieffischerpartner.ch

www.niesenbahn.ch

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 73 20

159257

Restaurant Freihof
Bürglen
Gesucht

Alleinköchin

ab 5. Januar 2004 oder nach Über-einkunft. Gutbürgerliches Restaurant. Logis im Haus möglich. Samstag/Sonntag sowie sämtliche Feiertage frei. Für weitere Auskünfte Frau Kline verlangen.
Tel. 071 633 30 80

159202

Sind Sie ab 15. März 2004 oder nach Vereinbarung für unsere Internationalen Hotelfachschule unsere aufgestellte, faire

Gouvernante / Direktionsassistentin (mittleres Kader)

welche für unsere internationalen Studenten die Rolle der „Hausmutter“ (auch an den Wochenenden) übernimmt.

Für diese vertrauensvolle Aufgabe wünschen wir uns eine loyale, pflichtbewusste, belastbare Person mit:

- ✓ MEHRJÄHRIGE BERUFERFAHRUNG
- ✓ FREUDE AM UMGANG MIT JUNGEN LEUTEN
- ✓ DEUTSCH UND ENGLISCH IN WORT UND SCHRIFT

Gerne erklären wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch den genaueren Stellenumfang und was wir Ihnen neben einer schönen Wohnung im Haus bieten können.

Falls Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Chiffre 159407, hotel + tourismusrevue, Postfach, 3001 Bern

159407

Wir sind ein modernes, dynamisches Stadt- und Seminarhotel im Zentrum von Winterthur. Für unser neues Restaurant GLEIS 11 (Eröffnung Sommer 2004) suchen wir per 1. März 2004 oder nach Vereinbarung einen innovativen



Küchenchef w/m



Ihre Aufgabe...

Sie übernehmen die Gesamtleitung der Küche, planen/produzieren ein kulinarisch hochstehendes sowie abwechslungsreiches Angebot, disponieren den Einkauf und erledigen die administrativen Arbeiten. Ihr Verantwortungsgebiet beinhaltet ebenfalls die Einhaltung der Qualitäts-, Hygiene- und Budgetvorgaben. Durch Ihre konzeptionelle, kreative Mitarbeit unterstützen und beraten Sie tatkräftig die Geschäftsleitung.

Ihr Profil...

Mit Ihrem Fähigkeitsausweis als Koch, laufender Aus- & Weiterbildung sowie einigen Jahren Berufserfahrung sind Sie ein versierter Gastropf und Küchenchef. Aufgeschlossen und engagiert führen/schulen/fördern Sie Ihr Team von 8 motivierten Mitarbeitenden und erreichen somit die angestrebten Ziele. Als guter Organisator und Koordinator mit fundierten Administrations- sowie PC Kenntnissen sind für Sie Qualitätsmanagement und unternehmerisches Denken/Handeln eine Selbstverständlichkeit!

Ihre Herausforderung...

Sie haben bei uns die Chance, Ihre Ideen einzubringen und zu verwirklichen. Die künftige Ausrichtung und der Auftritt unseres Hauses bestimmen Sie somit massgeblich mit und profitieren durch Beteiligung an unserem Erfolg!

159361

Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto.
Hotel Wartmann, Rolf Wartmann, Rudolfstrasse 15, 8400 Winterthur, 052 260 07 07.

...unter www.wartmann.ch stellt sich Ihnen unser Unternehmen in der heutigen Form vor.

Ristorante Pizzeria in Wettingen

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung

junge Bardame

(zwischen 20–35 Jahre)
Melden Sie sich unter
Tel. 079 648 54 91

159397

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

Auf Anfang des kommenden Jahres oder später nach Vereinbarung suchen wir eine

Leiterin der Hauswirtschaft

Sie sind in unserem modernen Haus zuständig für die Bereiche Etage, Wäscherei, die Konferenzinfrastruktur und Lagerbewirtschaftung. Die Betreuung der Lehrlinge gehört ebenso zum Aufgabengebiet. Für diese verantwortungreiche Kaderfunktion suchen wir eine selbständige und pflichtbewusste Hotelfachfrau.

Neben überdurchschnittlichen Kader-Anstellungsbedingungen bieten wir Vergünstigungen im Sport-, Freizeit und Weiterbildungsbereich.

Eine Fachausbildung und praktische Berufserfahrungen im Hotelfach sind Grundvoraussetzungen. Sie sind kommunikativ, verfügen über Durchsetzungsvermögen und haben Freude am Führen eines aufgeschlossenen Teams.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an für unverbindliche Auskünfte:

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

159087

Supply Chain Manager Austria & Switzerland (f/m)



Starbucks purchases and roasts high-quality whole bean coffees and sells them along with fresh, rich-brewed, Italian style espresso beverages, a variety of pastries and confections, and coffee-related accessories and equipment - primarily through its company-operated retail stores. The Company's objective is to establish Starbucks as the most recognized and respected brand in the world. In Switzerland and Austria, Starbucks has opened over 20 stores so far and has plans to expand. We are assigned to search for the Supply Chain Manager to be based in Volketswil. S/he reports to the General Manager of the Austrian/Swiss organization.

Your Challenge:

- Manage and work on continuous improvement of all aspects of Supply Chain.
- Provide key input on functional requirements and implement Supply Chain Systems for forecasting, inventory management and order management at all levels.

- Manage supply arrangements, interacting strongly with third-party logistics providers, Starbucks' regional and local suppliers.
- Monitor performance of the supply chain, develop budgets, and ensure timely and accurate information flows within and outside the business.

Your Profile:

- You are a systems oriented, communicative team player with a minimum of 5-8 years' experience in chain food service, foodservice distribution, restaurant operations or catering services.
- Analytical, organized and results-oriented, you are a skilled negotiator with at least 5 years' experience in purchasing of food and non food ingredients.
- You have acquired a solid knowledge of financial planning, accounting, P&L and competitive analysis.
- Fluency in German and English is required. All other languages are additional assets.

Starbucks has a powerful and unique culture and believes passionately in both its products and its people. We are looking for individuals who are adaptable, self-motivated, passionate and creative team players. If this sounds like you, why not bring your talents and skills to Starbucks? The company is growing in dynamic new ways and we recognize that the right people, offering their ideas and expertise, will enable Starbucks to continue its success.

Please send your detailed application in English (including education and work certificates, information about your availability and compensation level) under reference "SbuxSCM" to Korn/Ferry International, Anne Voosen, 61 rue du Rhône, 1204 Geneva or anne.voosen@kornferry.com. Additional questions will be answered on 022 310 2071.

159399

futurestep
A KORN/FERRY COMPANY

Ihr Stellenmarkt
Schweiz

Be the First
to Know

hotel
staff

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

Linthshergasse 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

158859

Gastro
help
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



Tel. 055 462 35 25 • info@gastrohelp.net
www.gastrohelp.net

New Challenge

Personalberatung & Vermittlung

Wünscht Ihnen frohe Festtage
und viel Erfolg fürs Jahr 2004.

Gabriela Weber
Telefon 01/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
www.newchallenge.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hotellerie
suisse

Hoteljob Personalberatung
Kornbühlstrasse 130 Telefon 031 370 43 33
Postfach, CH-3001 Bern Telefon 031 370 43 34
www.hoteljob.ch e-mail: hoteljob.be@swiss-hotels.ch

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch



Réceptionist/in

Für ein internationales Hotel in Basel suchen wir eine kommunikative und verantwortungsbewusste Persönlichkeit. Sie bringen Berufserfahrung an der Réception mit, beherrschen das Arbeiten mit dem Computer und haben gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch. In Ihrem vielseitigen Aufgabenbereich arbeiten Sie selbstständig und betreuen Gäste aus der ganzen Welt. Weitere Informationen über diese Stelle gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch.
Basel, Julia Schulze 061 264 60 40

Réceptionist/in

Für ein bekanntes Vier-Sterne-Hotel in Zürich suchen wir eine freundliche Persönlichkeit mit guten Umgangsformen. Es macht Ihnen Spass alle Aufgaben von Check-in und Check-out, über die Korrespondenz und Reservationen bis hin zur Gästebetreuung zu erledigen. Sie haben eine langjährige Erfahrung an der Réception, Fidello ist für Sie ein Kinderspiel, und Sie sprechen Deutsch, Englisch und Französisch. Dann freue ich mich heute schon auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Carmen Thaddey 01 297 79 79

Night Auditor

Für ein Fünf-Sterne-Hotel ausserhalb Zürich suchen wir per Januar einen Night Auditor. Sie haben mindestens zwei Jahre in einer vergleichbaren Position in der Schweiz gearbeitet, sprechen flüssend Deutsch und Englisch und sind eine absolut vertrauenswürdige Person mit Top-Referenzen. Sie wissen, wie man in heiklen Situationen reagiert, und die Wünsche der Gäste sind für Sie stets oberstes Gebot. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.
Zürich, Claudine Schaub 01 297 79 79

Commis Pâtissier / Koch w/m

Für einen renommierten Gastronomiebetrieb mit einer Küche auf höchstem Niveau in der Nähe von Zürich suchen wir einen jungen, kreativen und flexiblen Koch oder Konditor/Confiseur, der bereits Erfahrung als Pâtissier mitbringt. An dieser interessanten Stelle haben Sie die Möglichkeit, eigene süsse, kreative und frische Ideen umzusetzen. Ein tolles, junges Team wird Sie dabei tatkräftig unterstützen. Melden Sie sich heute noch bei mir, ich freue mich darauf.
Zürich, Martin Meyer 01 297 79 79

Silvesteraushilfen

Bar/Service/Küche/Promotionen
 Sie haben noch nichts vor in der Silvesternacht. Da haben wir eine tolle Idee für Sie! Für viele spannende Silvesteranlässe und -partys in und um Zürich suchen wir aufgestellte, kompetente Mitarbeiter/innen für Bar und Service, Küche und Hostessen/Promoter. Rufen Sie mich heute noch an; ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.
Zürich, Sandra Furrer 01 297 79 79

Einloggen!
 3739 offene Stellen,
 2863 tolle Kandidaten
 per Mausclick.
 www.adecco.ch

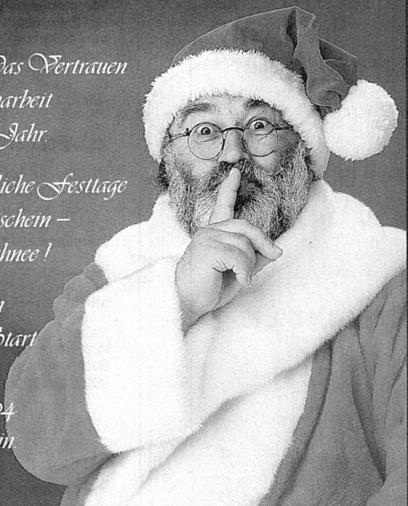
- Langstrasse 11, 8026 Zürich
Telefon 01 297 79 79
zuerich.hotelevent@adecco.ch
- Streitgasse 20, 4010 Basel
Telefon 061 264 60 40
basel.hotelevent@adecco.ch
- Marktstrasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031 310 10 10
bern.hotelevent@adecco.ch
- Grabenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081 258 30 75
chur.hotelevent@adecco.ch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

Making people
 successful in a changing world

*Wir danken allen für das Vertrauen
 und die gute Zusammenarbeit
 im zu Ende gehenden Jahr.*

*Gemessen Sie gemütliche Festtage
 bei heiligem Kerzenschein –
 und hoffentlich viel Schnee!*

*Wir wünschen Ihnen
 einen schwungvollen Start
 ins Neue Jahr
 und werden auch im 2004
 stets gern für Sie da sein.*



GASTHOF BÄREN LYSS,
 Bernstrasse 1, 3250 Lyss
 In unserem Landgasthof mit vielseitigem
 Küchenangebot haben wir die Stelle als
SOUS-CHEF
 zu besetzen.

Sie helfen unseren erfolgreichen Betrieb zu führen, Unterstützung und Stellvertretung des Chefs, Umsetzung der Menüplanung und des Hygienekonzeptes. Führung der Mitarbeiter und Mithilfe bei der Lehrlingsausbildung. Sind Sie jung, einsatzfreudig, motiviert und wollen einen wichtigen Schritt in Ihrer Zukunftsplanung unternehmen? Gleichzeitig ist die Stelle eines

Jungkoch

zu besetzen.
 Eintrittstermin nach Vereinbarung.
 Werner Schirmer freut sich über Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf, Tel. 032 384 1329.

Verwirklichen Sie kulinarische Träume im Tessin!



Richten Sie Ihre schriftliche
 Bewerbung an:
 RAMADA-TREFF
 Hotel La Palma au Lac****
 Herr Roland Mattmann
 Viale Verbano 29
 CH-6602 Locarno-Muralto
 Telefon +41 (0)91 735 36 36

Für unser beliebtes **** Top-
 hotel direkt am Lago Maggiore,
 mit internationaler sowie italie-
 nischer Küche, suchen wir per
 1. März 2004 oder nach Verein-
 barung in Jahresstelle einen

Küchenchef

Sie bringen langjährige Erfahrung in der gehobenen Küche mit und es macht Ihnen Spass, mit einem eingespielten Team die bekannte «La Palma»-Küche auf hohem Niveau weiterzuführen, sei es für die Hotelgäste, das à-la-carte Restaurant oder Bankette bis zu 400 Personen.

Lidostrasse 5
 6006 Luzern
 www.verkehrshaus.ch

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. Nebst zusätzlichen Attraktionen wie das IMAX Filmtheater, das Planetarium, die Swissarena oder der Fesselballon Hiflyer bietet es auch diverse Räumlichkeiten für Konferenzen und Tagungen sowie attraktive Verpflegungsmöglichkeiten mitten im Ausstellungsgelände.

In unser Team Conference Center suchen wir auf 1. Februar 2004 oder nach Vereinbarung eine kontaktfreudige Persönlichkeit als

BERATER/IN CONFERENCE CENTER (80-100%)

Ihre Aufgaben
 Sie beraten unsere Kunden am Telefon und persönlich vor Ort, koordinieren und organisieren Tagungen und Anlässe, erledigen das Offert- und Bestätigungswesen, überwachen die Durchführung der Anlässe und erstellen Rechnungen.

Ihr Profil
 Sie sind kommunikativ, teamorientiert, flexibel und belastbar, arbeiten gerne selbstständig, haben eine kaufmännische Grundausbildung sowie gute PC-Kenntnisse (Fidello von Vorteil) und besitzen Fremdsprachkenntnisse (französisch, englisch, evt. italienisch).

Interessiert Sie diese Stelle in einzigartiger Umgebung?
 Schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: Verkehrshaus der Schweiz, Frau Renate Büche, Lidostrasse 5, 6006 Luzern



Electrolux

Der Mensch ist es, der Träume und Visionen zu Wirklichkeiten macht! Auf ihn bauen wir!

Wir sind ein internationaler Konzern, weltweit vertreten und in der Schweiz ein führendes Unternehmen in der Haushaltsgeräte-Branche. An unserem Hauptsitz in Zürich suchen wir zur Unterstützung von unserem Leiter Fachberatung per sofort eine/n engagierte/n und motivierte/n

AssistentIn Fachberatung

Sie koordinieren die Einsätze unserer FachberaterInnen an Messen und Events und beraten telefonisch unsere Kundschaft bei der Anwendung unserer Produkte, somit sind Sie ein/e wichtige/r Image-TrägerIn unserer Firma. Ihre Kollegen im Aussendienst schätzen Sie als kompetente Ansprechperson. Ihr silsicheres Deutsch bringen Sie in Korrespondenz mit den Kochberaterinnen und unseren Kunden zum Ausdruck.

Sie verfügen über Erfahrung im Gastronomie-/Hauswirtschaftsbereich oder sind mit Leib und Seele «leidenschaftliche/r» Koch/Köchin. Sie haben ein Flair für Kochen/Backen/Waschen, können sich durchsetzen und bewahren auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf. Ihre kaufmännische Ausbildung haben Sie erfolgreich abgeschlossen und sind gewohnt, Ihre Aufgaben engagiert und selbstständig zu erledigen. Zudem verständigen Sie sich sicher mit unseren Kunden in Deutsch und Französisch und es fällt Ihnen leicht, Ihre sehr guten MS Office-Kenntnisse im Alltag anzuwenden. Humor und Ethik sind für Sie nicht nur Schlagwörter, sondern Werte, zu denen Sie stehen. Sind Sie zudem dienstleistungsorientiert, ein Organisationstalent und mindestens 30 Jahre alt? Dann sollten wir uns kennenlernen.

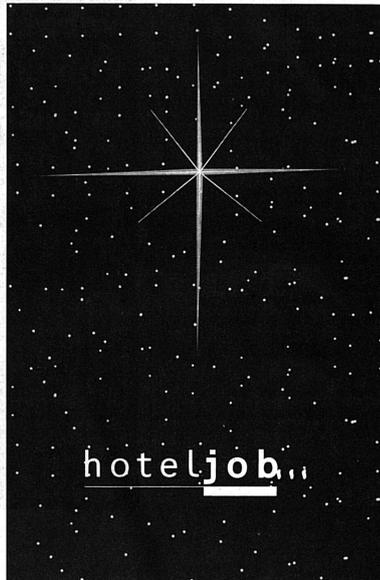
Wollen Sie mit uns neue Wege gehen und diese Chance wahrnehmen? Wir, das ist eine Firma mit modernen Strukturen und Anstellungsinhalten in der menschliche Werte wichtig sind, ein Team, welches Sie in Ihrer neuen Tätigkeit unterstützt und Menschen, die auf Sie warten. Schreiben Sie uns, wir freuen uns darauf!

Electrolux AG, Herr Dominique Ulrich, Badenerstr. 587, 8048 Zürich, Tel. 01-405 80 85 dominique.ulrich@electrolux.ch / www.electrolux.ch

The Electrolux Group. The world's No.1 choice.

AG
ACTIVE GASTRO ENG
Weihnachten
Zeit für Überraschungen
www.activegastro.ch
Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

Trend
Hotel
Eichwilt
Qualität heisst heute auch wieder flexible
Einsatzbereitschaft, Motivation,
Unternehmereinstellung, Disziplin und Wille.
Helfen Sie uns,
qualitätsorientiert zu bleiben?
Seminarassistentin
mit **Fidelioerfahrung**
Chef de rang à la carte /
Servicemitarbeiterin
Chef de Partie
Gardemanger/Frontcooking
Hauswirtschaftsassistentin/HOFA
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Kontakt:
8105 Zürich-Regensdorf, 01 / 870 88 88
E-Mail: gloor@trend-hotel.ch



...dankt für
die gute Zusammenarbeit
und wünscht Ihnen
sowie Ihrem Team
hohe Festtage und
viel Erfolg
im neuen Jahr.

hotellerie
suisse
hoteljob Personalberatung
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33, Fax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch, hoteljob.be@swiss-hotels.ch

Ihr Ausflugsziel am Weg der Schweiz
Grill- und Fischspezialitäten
RESTAURANT SEEGARTEN
RESERVATION: 078 370 11 05
6466 Isleten
Sous-Chef w/m
Jungkoch/Commis de Cuisine w/m
Auf kommende Sommersaison März bis Oktober 2004 suchen wir noch eine oder einen aufgestellten Sous-Chef und Jungkoch. Die in einem jungen Team Arbeiten möchten. Der Arbeitsbereich wäre der Saucierposten und die Zubereitung der Fische.
Das Haus ist direkt am Vierwaldstättersee. Bietet viele Sportmöglichkeiten wie:
Surfen, Schwimmen, Klettern, Biken usw.
Wir bieten Ihnen in einem lebhaften Umfeld ein sehr gutes Arbeitsklima.
Wir freuen uns auf Ihr Telefon oder Ihre Bewerbung.
Restaurant Seegarten, Michael und Sandra Grob
6466 Bauen/Isleten, URI, Telefon 041 878 11 05
www.seegarten-isleten.ch / seegarten.isleten@bluewin.ch

Kantonsspital
Münsterlingen
Spital Thurgau AG

Wir bieten Ihnen einen interessanten und lebhaften Arbeitsplatz in unserer modernen Küche (Kalte Linie) am Platz Münsterlingen (Patienten-, Veranstaltungs- und Mitarbeiterverpflegung des Kantonsspitals und der Psychiatrischen Dienste) an. Wir suchen nach Vereinbarung eine/einen

Diätköchin/Diätkoch

(Arbeitspensum 70-100%)

und eine/einen

Köchin/Koch

(Arbeitspensum 100%)

Profil Neben einem erfolgreichen Lehrabschluss als Diätkoch/Koch verfügen Sie über einige Jahre Berufserfahrung. Sie haben ein organisatorisches Flair, arbeiten effizient, sind flexibel, kunden- und ergebnisorientiert.

Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Christoph Lisser, Leiter Küche, Telefon 071 686 43 08.

Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie an: Kantonsspital Münsterlingen, Personaldienst, Postfach, 8596 Münsterlingen.

Das Kantonsspital Münsterlingen ist ein Unternehmen der Spital Thurgau AG. Unsere Spitäler und Kliniken zeichnen sich durch ein umfassendes Gesundheitsangebot aus. Fortschrittliche Arbeitsbedingungen, hohe Professionalität und interdisziplinäres Denken prägen unsere Unternehmenskultur.



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

Für unser asiatisches Restaurant (Silk Road) und A-la-carte-Restaurant (Panorama) suchen wir eine/n

asiatische/n Servicefachangestellte/n

Für diese Position stellen wir uns eine kontaktfreudige, verkaufsorientierte und teamfähige Persönlichkeit vor. Sie sind asiatischer Abstammung, verfügen über eine entsprechende Ausbildung sowie gute Englisch- und Deutschkenntnisse.

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

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

SWISS HOLIDAY PARK
Immer ein Erlebnis

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

PARK HYATT ZURICH

**INVITE APPLICATIONS FOR
DIRECTOR OF SALES**

Located on Beethoven Strasse, in the city's prestigious financial and commercial district, Park Hyatt Zurich will be a modern and stylish hotel combining ultra-modern architectural design with cutting edge technology.

QUALIFICATIONS:

The Director of Sales will be a Swiss national who may either be currently working in Switzerland, or wishing to return to Switzerland after an international assignment. The successful candidate will demonstrate the following characteristics:

- Minimum 3 to 5 years experience as a Director of Sales in a luxury hotel with international clientele
- Good presentation
- Infectious enthusiasm for quality
- Ability to work well under pressure
- Good understanding of the distribution channels of all customer segments
- Ability to lead and motivate a sales team
- Good analytical skills

- Ability to be a decision maker
- Disciplined, accurate and thorough
- Good business acumen with thorough understanding of business planning
- Experienced in handling group, meeting and function requests
- Working knowledge of Revenue Management
- Good understanding of marketing communications and public relations
- Strong administrative and organisational skills
- Mother tongue should be Swiss German or German
- Ability to clearly communicate both verbally and in writing in French and English
- Computer literate

Starting date for this position is expected between March and April 2004. Salary and benefits package will be commensurate with experience.

Please send your resume in hard copy including a recent photograph to:

Alain Schauder
Vice-President - Human Resources
Hyatt International (Europe, Africa & Middle East) Ltd
World Trade Centre, Av. de Gratta-Paille 2
1000 Lausanne 30, Switzerland



www.zurich.park.hyatt.com



SEEHOTEL WALDSTÄTTERHOF BRUNNEN
-VIDIZIYLLSHOF-

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

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

Chef de Réception

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

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

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

SEEHOTEL WALDSTÄTTERHOF
 Aloys von Reding, Direktor
 6440 Brunnen

Tel. +41 41 825 06 06 Fax +41 41 825 06 00 www.waldstaetterhof.ch
 159111



Grüezi, Welcome, Bienvenu,
 Benvenuto, Yokoso Irashaimase...

Macht Ihnen der Kontakt mit Gästen aus aller Welt Spass?
 dann sind Sie die/der Richtige für uns als

Front Office Mitarbeiter/In

im vierköpfigem Empfangsteam des kleinsten/«persönlichsten»
 4-Sterne Hotels Airport am Zürcher Flughafen.

Do you speak english und ein bisschen Französisch – dann haben Sie es sicherlich leichter bei uns. Sie sollten auch bereits etwas Berufserfahrung am Empfang mitbringen. Sie zaubern unseren Gästen durch Ihre Freundlichkeit ein Lächeln auf's Gesicht.

Wir sind ein junges Team und setzen alles daran, unsere Gäste mit Spitzenleistungen und viel Herz zu begeistern.

Helfen Sie uns dabei! Rufen Sie uns an, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.
 Wir freuen uns auf Sie...

Best Western Hotel Airport, Oberhausstr. 30,
 8152 Glattbrugg
 www.hotel-airport.ch, Tel. 01 809 47 47

(Ihre Kontaktperson - Marcel Wohlgemuth, Gastgeber)
 159393

abakus-job-search

«Rechnen Sie mit uns!»

Chef de Partie

für ein Seminarhotel in der Region Balsthal;
 Verantwortung und Freude Garantiert!
 Voraussetzung: Du kannst kochen!!!

Chef de Partie

für Saisonstellen in Graubünden;
 Party pur mit viel Verantwortung

Chef de Partie

für Jahresstellen in Chur
 Chef de Partie / Sous-chef
 für den arbeiten kein Fremdwort ist.

Für Unterkunft und Verpflegung ist in den meisten Fällen gesorgt.

Wir helfen Dir eine Stelle nach Deinen Vorstellungen zu finden. Du musst uns nur Deine Unterlagen schicken.

abakus-job-search-GmbH

Herr Stephan Ineichen
 Alexanderstr. 8, 7000 Chur
 Tel. +41 (0) 81 254 38 38
 info@ajs-chur.ch, www.ajs-chur.ch

159451

**Regional Food Manager (f/m)
 District Manager (f/m)**



Starbucks purchases and roasts high-quality whole bean coffees and sells them along with fresh, rich-brewed, Italian style espresso beverages, a variety of pastries and confections, and coffee-related accessories and equipment - primarily through its company-operated retail stores. The Company's objective is to establish Starbucks as the most recognized and respected brand in the world. In Switzerland and Austria, Starbucks has opened over 20 stores so far and has plans to expand. We are assigned to recruit for the following positions, based in Volketswil:

Regional Food Manager

Your Challenge:

- Reporting to the General Manager of the Austrian/Swiss organization, contribute to Starbucks' success by developing and managing the implementation and profitability of distinctive, high quality food products.
- Work closely with the Supply Chain Manager and Store Managers on the planning, development, rollout and execution of all food category programs, initiatives and products.
- Provide implementation and technical support to the field teams to ensure the successful rollout of all food products and programs.
- Participate in the training of field teams on the food business, in areas such as order management, business metrics, merchandising, suggestive selling, food safety and sanitation.

Your Profile:

- You are a creative, resourceful team player with a minimum of 5 years experience in chain food service, foodservice distribution, restaurant operations or catering services.

- Excellent communicator, you are experienced in developing and managing the rollout of high quality food products and in implementing training programs.
- You have acquired a solid knowledge of financial planning, accounting, P&L and competitive analysis.
- Fluency in German and English is required. All other languages are additional assets.

District Manager

Your Challenge:

- Reporting to the Operations Manager, contribute to Starbucks' success by leading store operations within an assigned district to create and maintain the Starbucks experience for customers and partners.
- Develop store management talent, oversee workforce, make management staffing decisions, ensure customer satisfaction and product quality.
- Manage financial performance, as well as safety and security.

Your Profile:

- You are a customer-service oriented team player with at least 5 years experience in multi unit operations in the retail or restaurant industry.
- You have strong organization and planning skills as well as demonstrated leadership competencies acquired in a complex, fast-paced environment.
- You have acquired knowledge of business processes and system development and are experienced in analyzing financial reports.
- Fluency in German and English is required.

Starbucks has a powerful and unique culture and believes passionately in both its products and its people. We are looking for individuals who are adaptable, self-motivated, passionate and creative team players. If this sounds like you, why not bring your talents and skills to Starbucks? The company is growing in dynamic new ways and we recognize that the right people, offering their ideas and expertise, will enable Starbucks to continue its success.

Please send your detailed application in English (including education and work certificates, information about your availability and compensation level) under reference "SbuxRFM" or "SbuxDM" to Korn/Ferry International, Anne Voosen, 61 rue du Rhône, 1204 Geneva or anne.voosen@kornferry.com. Additional questions will be answered on 022 310 2071.

159400



An executive recruitment consultancy from Korn/Ferry International

Ochsen Zug

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

Chef de service (w/m)

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

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

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

156503

Helfen Sie uns mit, unsere Vision zu verwirklichen?

Wir haben per sofort folgende Stellen zu besetzen:

- **Chef de Service, m oder w:**
 Wir suchen eine belastbare, erfahrene und teamfähige Kaderpersonlichkeit mit hoher Leistungsbereitschaft für unser motiviertes, junges Team.
- **Chef de Rang:**
 Wir suchen eine motivierte, teamfähige und versierte Fachkraft für unseren gepflegten à-la-carte-Service.
- **Entremétier:**
 Wir suchen eine kreative, selbständige, exakt arbeitende Person als Ergänzung in unser leistungsfähiges Küchenteam, welches eine hochstehende, exquisite Küche pflegt. Wir bieten ein attraktives Arbeitsumfeld in einer „Art Gallery“, einer Küche, in der Sie sich entfalten können.
- **Service-Aushilfen:**
 Für unseren lebhaften Restaurationsbetrieb suchen wir flinke, selbständige, flexibel einsetzbare Service-Aushilfen für Buffet, à-la-carte und Bankette.

Für alle unsere Mitarbeitenden stehen sehr schöne Personalunterkünfte zur Verfügung: Zimmer, Studios, Wohnung bis hin zum Einfamilienhaus der Top-Klasse.

Bitte stellen Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen zu oder informieren Sie sich vorab über unseren Betrieb unter:
 www.gastro-duerrenroth.ch

Wir freuen uns auf Sie!

Gastro-Zentrum Dürrenroth GmbH
 3465 Dürrenroth

Tel. 062 959 00 88 / Fax: 062 959 01 22
 e-mail: info@gastro-duerrenroth.ch

159360



Familie Zimmermann-Birrer
 Restaurant Müll
 Müllrain 1
 CH-5243 Mülligen

Nach einem fantastischen Um- und Ausbau dieser stilvollen Alten Mühle in einen erstklassigen Restaurationsbetrieb mit hohem Niveau in der Küche wie im Servicebereich, brauchen wir Verstärkung!

Wir sind:

- anders als die Andern
- hoch motiviert, nur das Beste zu geben
- innovativ
- Perfektionisten und dem Gast aus Leidenschaft verfallen!

Darum suchen wir per 1. 1. 2004

jugen Chef de Partie w/m

und
 eine/einen bestens ausgewiesenen

Servicefachmitarbeiter

Was bieten wir Ihnen?

- Verwirklichung der Ideen und Kreativität
- Geregelte Arbeitszeiten
- Mo./Di. Ruhetag
- Unterkünfte vorhanden und vieles andere mehr!

Zögern Sie nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen:
 Tel. 056 225 11 54, Fax 056 225 20 58
 info@muelli-muelligen.ch / www.muelli-muelligen.ch

158929



Nous sommes un hôtel **** supérieur avec 105 chambres, un restaurant à la carte, un piano-bar, un café-terrace au bord de la piscine ainsi que diverses salles de séminaires et banquets jusqu'à 180 personnes. L'établissement est directement relié au Centre Thermal d'Yverdon-les-Bains et à ses Espaces de bien-être.

Nous recherchons pour le 1^{er} février 2004, pour un poste à l'année, une

1^{ère} réceptionniste

Vous bénéficiez de quelques années d'expérience et vous parlez couramment le français, l'allemand et l'anglais. Nous attendons vos offres accompagnées des documents usuels et d'une photo à :

GRAND HOTEL DES BAINS - Service du personnel - Avenue des Bains 22
 1401 Yverdon-les-Bains - Tél. : 024 424 64 64 - Fax : 024 424 64 65

www.grandhotelyverdon.ch

159433



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Für die Grand Hotels Bad Ragaz suchen wir per Anfang bis Mitte März 2004

Stv. Hauswirtschaftsleiterin für das Grand Hotel Quellenhof*****

In dieser Funktion unterstützen Sie die Hauswirtschaftsleiterin in den täglichen, operativen und administrativen Arbeiten und sind verantwortlich für die reibungslosen Abläufe auf der Etage (106 Zimmer), in den öffentlichen Bereichen und in der Wäscherei. Auch wirken Sie aktiv bei der Führung eines grösseren Teams und der Lehrlingsbetreuung mit.

Sie haben bereits Erfahrungen gesammelt in der 4*- oder 5*-Hotellerie und kennen die Ansprüche einer internationalen, gehobenen Kundschaft (Swiss Deluxe- oder "Leading Hotels of the World"-Erfahrung von Vorteil). Sie sprechen einwandfrei Deutsch und gut Englisch (weitere Fremdsprachen von Vorteil).

Hotelfachassistentin als Anfangsgouvernante für das Grand Hotel Hof Ragaz****

Sie haben eine abgeschlossene Berufsbildung, sprechen gut Deutsch (zusätzliche Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil), sind aufgestellt, flexibel und belastbar und suchen eine neue oder evtl. eine erste berufliche Herausforderung (4*- oder 5*-Erfahrung von Vorteil).

Als motivierte und positiv eingestellte Person mit guten Umgangsformen fühlen Sie sich wohl in einem grösseren Team und möchten gerne in einem lebhaften Unternehmen eine abwechslungsreiche Tätigkeit ausüben. Wenn Sie zudem ein gutes Betriebsklima und einen modernen Arbeitsplatz zu schätzen wissen, dann sollten Sie unbedingt Kontakt mit uns aufnehmen. Unterkunfts- und Freizeitmöglichkeiten sowie ein vielseitiges Freizeitangebot stehen Ihnen hier in Bad Ragaz zur Verfügung.

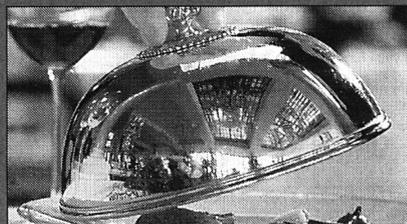
Fühlen Sie sich angesprochen? Dann schreiben Sie uns!

Cornelia Stoll, Personalbereichsleiterin, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung und beantwortet gerne erste Fragen.
(Telefon direkt 081 303 27 22.)



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

159465



Willkommen

Suchen Sie eine neue HERAUSFORDERUNG?

Wir bieten Ihnen die GELEGENHEIT dazu im bestem BILANZ-Business-Hotel der Schweiz (Juli 2003)!

Verstärken Sie unser Team als

ServicemitarbeiterIn

ab sofort und nach Vereinbarung.

Sie sind GastgeberIn aus Leidenschaft und suchen eine interessante Tätigkeit in einem jungen, motivierten Team?

Wir freuen uns sehr, Sie kennen zu lernen.

Anja Landert, Leiterin Human Resources, wartet gespannt auf Ihre Bewerbung.



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

159445



EIN GUTES TEAM VERSPRECHEN ALLE, ABER NICHT MIT SEESICHT



Nr. 1 | WIRD MAN NICHT ZUFÄLLIG

Mit unserem Team begeistern wir unsere internationalen Gäste mit spritzig verpacktem Glamour und modernem Schick.

Möchten Sie wissen wie?

Wir suchen folgende Verstärkung für unser Team:

Restaurant EDEN ROC mit 14 Punkten GaultMillau
CHEF ENTREMETIER
CHEF SAUCIER
CHEF GARDEMANGER (ab 15. März 2004)

EDEN BAR
BARMAN (W/M)

LINGERIE
LINGERIEGOVERNANTE (ab 01. März 2004)
(mit Nähkenntnissen)

In einem persönlichen Gespräch erfahren Sie mehr über unser EDEN ROC. Mit Interesse sehen wir Ihren vollständigen Bewerbungsunterlagen entgegen.



Hotel EDEN ROC
Claudia Bischofberger - Leiterin Human Resources
Via Albarella 16, CH - 6612 Ascona
Tel. +41 091 785 71 71 • Fax +41 091 785 71 43
www.edenroc.ch • team@edenroc.ch

159446

A member of
The Leading Small Hotels
of the World

GANZJÄHRIG | GEÖFFNET



Votre référence pour l'avenir

Nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir un

DIRECTEUR DE LA RESTAURATION

Au bénéfice d'une formation hôtelière et d'une expérience réussie dans un poste similaire (niveau international un atout), vous assumerez l'entière responsabilité du département de la restauration tant au niveau opérationnel qu'administratif.

D'excellente présentation, chaleureux, enthousiaste, efficace et persuasif, vous privilégiez les relations humaines et vous serez apprécié pour votre esprit d'équipe, vos qualités de rigueur, d'organisation et de communication.

De langue maternelle française, vous maîtrisez parfaitement l'anglais et l'allemand.

Si vous vous êtes reconnu dans ce profil, nous vous invitons à nous envoyer votre dossier complet avec photo à:

Madame Marie-Laure Stauffacher, Directrice
des Ressources humaines, Pl. du Port 17-19
1006 Lausanne, Fax 021 613 33 20
e-mail: ml.stauffacher@brp.ch

159394

BEAU-RIVAGE PALACE
LAUSANNE-OUCHY - TEL. 021 613 33 33

The Leading Hotels of the World

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

Service de placement express

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

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
7981	Commis de cuisine	22	CH	sofort	D/E/F/	Deutsch-CH/TI	
7982	Küchenchef	32	CH	sofort	D/F	Bern/Thun/Interlaken	
7987	Kü'chef/Sous-chef	36	BE	B-EG	sofort	D/E/F/	BE/VD/ZH
8000	Küchenchef/w	54	FR	C	sofort	D/E/F/	
8005	Koch	57	CH	sofort	D/F/	Ost-CH/GR/zus.m.8004	
8010	Pizzaiolo	47	CH	sofort	D	Zürich	
8013	Hilfskoch	19	PT	L-EG	sofort	D/E	SG/ZH/GL
8014	Kü'chef/Koch	37	CH	Jan.	D/E/F/	ZH/Rest.	
8018	Küchenchef	31	FR	L-EG	Jan.	D/E/F/	zus.m.8017

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
7980	Sefa	18	CH	sofort	D/E/F/	Inner-CH	
7984	Kellner	55	CH	sofort	D/E/F/	OW/NW/LU/BE	
7988	Maitre d'hôtel	35	IT	B-EG	sofort	D/E/F/	VD/GE/NE/Basel
7990	Service/Buffer/w	41	CH	sofort	D/F/	Zürich	
7991	Service/Bar	28	SK	L-22	Jan.	D	Zürich+Umgeb.
7992	Service/w	35	CH	sofort	D	ZH-Oberland	
7994	Service/Buffer/w	22	PT	L-EG	sofort	D/E/F/	LU/BE/zus.m. 7993
7998	Service/w	45	CH	sofort	D/E/F/	GR/BE-Oberland	
7999	Chef de rang	35	IT	L-EG	sofort	D/E/F/	BE/FR/VD/LU/GR
8001	Kellner	33	DE	L-EG	sofort	D/E	SG/GR
8004	Buffetdame	57	CH	sofort	D/	Ost-CHGR/zus.m. 8005	
8007	Service/w	24	CH	sofort	D/E/F/	Engadin	
8008	Kellner	25	CH	n. Ver.	D	GR/SG/SZ/ZH	
8011	stv. Chef de service	35	AT	L-EG	Jan.	D/E/F/	ZH/LU/SG/FL
8015	Chef de service	48	IT	C	Jan.	D/F/	Zürich
8016	Sefa	19	CH	Jan.	D/F/	SO/Mittelland/SA+SO frei	
8017	Sefa/Chef de rang	20	CH	Jan.	D/E/F/	zus.m. 8018	
8019	Kellner	29	EG	B	Jan.	D/E	Bern/BE-Oberland

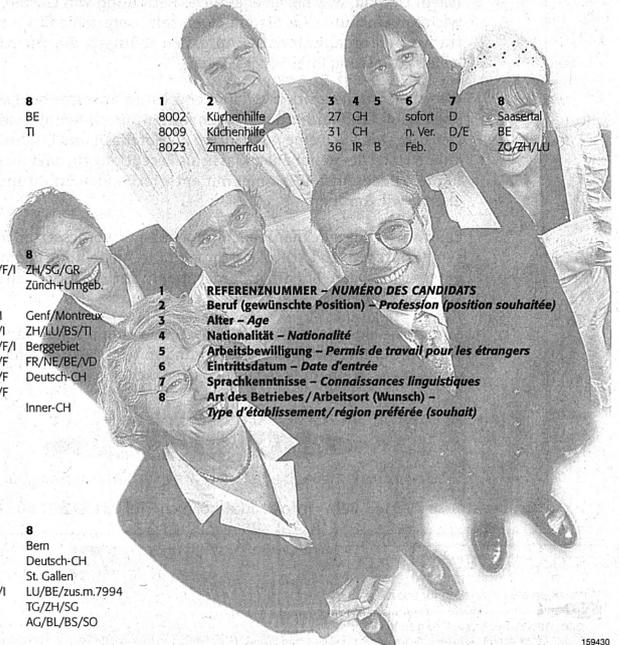
Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
7978	Réceptionistin	20	AT	L-EG	sofort	D/E/F/	ZH/SG/GR
7983	Betriebsleiter	40	CH	sofort	D/E	Zürich+Umgeb.	
7985	Réceptionistin	27	DE	B-EG	sofort	D/E	
7989	Réceptionistin	24	TN	B-EG	sofort	E/F/	Genf/Montreux
7997	Front Office Manager	33	DE	B-EG	sofort	D/E/	ZH/LU/BS/TI
8003	Réceptionistin	32	CH	sofort	D/E/F/	Bergebiet	
8020	Réceptionistin	21	CH	Jan.	D/E/F/	FR/NE/BE/VD	
8021	Réceptionistin	28	CH	Jan.	D/E/F/	Deutsch-CH	
8024	Geschäftsführer	43	CH	Feb.	D/E/F/		
8025	Geschäftsführerin	35	CH	Feb.	D	Inner-CH	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
7977	Zimmerfrau/Hofa	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/	LU/BE/zus.m.7994
7995	Gouvernante	23	CH	Jan.	D/E	TG/ZH/SG	
7996	Hofa	18	CH	Jan.	D	AG/BL/BS/SO	

1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
 3 Alter - Age
 4 Nationalität - Nationalité
 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
 6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)



SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den 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: _____ Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____ Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____ Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____ Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____
 (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

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

1. _____

2. _____

3. _____

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

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

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

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

VERTRAUENSPOSITION FÜR ENGAGIERTE, GEREIFTE, DISKRETE, AUFGESTELLTE PERSÖNLICHKEIT, 40-50 JAHRE JUNG

Für den Firmeninhaber einer namhaften Unternehmung im Raum Bern suchen wir eine dienstleistungsorientierte

PRIVATSEKRETÄRIN

Das Aufgabengebiet wird durch die weit verzweigten Interessen des Vorgesetzten stark geprägt. Sie erledigen private Korrespondenz in deutscher, französischer und englischer Sprache, führen den Terminkalender, sind Ansprechpartnerin am Telefon und übernehmen verschiedene Koordinationsaufgaben in seinem privaten und geschäftlichen Umfeld, wie z.B. gelegentliche Betreuung von Gästen, tätigen wichtige Einkäufe usw. Sie erledigen sehr unterschiedliche administrative und organisatorische Aufgaben selbstständig zur wirkungsvollen Entlastung Ihres Vorgesetzten.

Diese Vertrauensposition verlangt eine kaufmännische oder ebenbürtige Ausbildung verbunden mit sehr guten Sprach-Kenntnissen D/F/E. Denkbar sind auch eine Ausbildung im Hotelfach und Erfahrungen in einem Hotel der gehobenen Klasse als Receptionistin oder als Gouvernante. Wiedereinsteigerinnen mit entsprechenden Erfahrungen sind ebenso willkommen.

Es erwartet Sie ein menschlich angenehmer Vorgesetzter in einem sympathischen und stilvollen Umfeld. Die Anstellungsbedingungen entsprechen den hohen Anforderungen der Position. Teilzeit von 50 - 80 % möglich.

Suchen Sie eine nicht alltägliche, neue Herausforderung? Dann freuen wir uns auf Ihre komplette Bewerbung mit Foto. Wir erzählen Ihnen gerne mehr in einem persönlichen Gespräch.

**RUDOLF KOCH
CONSULTING**

Unternehmensberatung Personalmanagement

Grubenstrasse 7 · 3123 Belp · info@rudolfkoch.ch · Tel 031 812 01 60 · Fax 031 812 01 62

159464

HOTEL RESTAURANT EICHBERG

Familien Mahler und Wengenmaier
Eichberg 38
5707 Seengen
Tel.: 062 777 33 33
Fax: 062 777 23 31
www.eichberg.com
jobs@eichberg.com



Zur Verstärkung unserer jungen motivierten Crew suchen wir per Mitte Februar 04 oder nach Vereinbarung professionelle Teamplayer. Unser lebhafter Betrieb mit à la carte-Restaurant, Banketträumen, Panorama-Terrasse, Caterings, Seminaren und Kurhotel liegt im schönen Aargauer Seetal über dem Hallwilersee. Wir pflegen einen neuzeitlichen Kochstil mit Bio-Produkten, welche mit einem gepflegten Stil serviert werden.

Wir bieten Ihnen:

Abwechslungsreiches und angenehmes Arbeitsumfeld in einem jungen motivierten Team mit Weiterbildungsmöglichkeiten.
Zeitgemässe faire Entlohnung und Bedingungen nach L-GAV.

Ab Mitte Februar 04:

- **Servicefachangestellte/r**
- **Serviceaushilfen m/f für Wochenende**

Sie bringen mit:

Abgeschlossene Berufsausbildung oder Service-Erfahrung
Freude am Servieren und Verkaufstalent

- **Chef de partie m/f**
- **Commis de cuisine m/f**

Sie bringen mit:

Abgeschlossene Kochlehre und 1-3 Jahre Berufserfahrung
Kreativität, Zuverlässigkeit und Belastbarkeit
Kochen ist Ihre Leidenschaft und Sie haben Freude am Verarbeiten von Frischprodukten.

Wir freuen uns, wenn wir Sie kennen lernen dürfen!

Richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder Mail mit Foto bitte direkt an Frau Käthi Mahler,
Hotel Restaurant Eichberg, 5707 Seengen, jobs@eichberg.com

159435

GASTHOF SUR ALTEN KANZLEI

Wir suchen als Ergänzung für unseren lebhaften Betrieb ab Mitte Januar 2004 oder nach Übereinkunft folgende Mitarbeiter als Jahrestelle:

Koch/Köchin

Jungskoch

Servicearbeiter/in

Hausangestellte

für Zimmer, Lingerie und Buffet

Wir bieten gute Entlohnung und geregelte Arbeitszeiten. Zimmer im Hause möglich.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an H. und H. Jochum.

159382

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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

htr

hoteljob



Joyeuses Fêtes
de
fin d'année

159384

Société suisse des hôteliers

Bureau de placement
Rue des Terraux 10 Telephone 021 320 28 76
CP, CH-1000 Lausanne 9 Telefax 021 320 02 64



Akademie

.....MENSCHEN BILDEN UND ENTWICKELN

Die Frey Akademie bietet dazu verschiedene Dienstleistungen aus den Bereichen Bildung und Personalentwicklung an. Wir suchen als Verstärkung unseres Teams eine

Mitarbeiterin in der Administration (70%)

als wichtige Ansprechperson für unsere Kunden.

Ihr Aufgabenbereich:

- Mitbetreuung des Sekretariats:
für unsere Studiengänge und für Projekte

Was wir von Ihnen erwarten:

- abgeschlossene Berufsbildung, selbstständige Arbeitsweise, aktives Mitdenken, dienstleistungsorientiert
- Freude an der Durchführung von administrativen Abläufen (Kopieren, Telefondienst, Kundeneingang, Schriftverkehr, Organisation von kleineren Anlässen)
- Grundkenntnisse in Französisch sind wünschenswert
- gute PC-Anwenderkenntnisse (Word, Excel, Power Point)

Vielleicht stimmt Ihr berufliches Profil mit unseren Anforderungen überein. Dies würde uns freuen. Anstellungsbeginn wäre per 1. Februar 2004 oder nach Vereinbarung. Senden Sie doch einfach Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto bis 5. Januar 2004 an:

Frey Akademie, z. H. Frau Gertrud Hess, Riedlistrasse 15a, 8006 Zürich

159453



AU SAUVAGE
ROMANTIC - HOTEL
RESTAURANT - BAR D'HÔTEL
Dominique Zosso
Planche-Supérieure 12
CH-1700 Fribourg
Tel. 026 347 92 60
Fax 026 347 92 61
www.hotel-sauvage.ch

Wir suchen für unser exklusives Speiserestaurant mit 35 Plätzen (GM) in Jahrestelle ab Januar/Februar

- **eine Commis de cuisine/ Chef de partie m/w**
- **eine Servicefachangestellte D/F**

• Sonntag und Montag Ruhetag.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an Herrn Zosso.

159358



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

Zur Ergänzung unserer Servicebrigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Chef de Service

Wir stellen uns eine kommunikative und frontorientierte Persönlichkeit vor, die unserem jungen Team kompetent vorsteht.

Sie sind ein Organisationstalent, verkaufsorientiert, führungsstark, verfügen über eine grosse Fachkompetenz und haben Deutsch als Muttersprache.

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

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

159052

SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

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

GRAND HOTEL DES BAINS YVERDON-LES-BAINS

Nous sommes un hôtel **** supérieur avec 105 chambres, un restaurant à la carte, un piano-bar, un café-terrasse au bord de la piscine ainsi que diverses salles de séminaires et banquets jusqu'à 180 personnes. L'établissement est directement relié au Centre Thermal d'Yverdon-les-Bains et à ses Espaces de bien-être.

Nous recherchons de suite ou à convenir, pour un poste à l'année, dans notre équipe du service.

chef de rang serveur

Vous bénéficiez de quelques années d'expérience, vous êtes flexibles et motivés et vous parlez le français, l'allemand et l'anglais. Nous attendons vos offres accompagnées des documents usuels et d'une photo à :

GRAND HOTEL DES BAINS - Monsieur Chervet
Avenue des Bains 22 - 1401 Yverdon-les-Bains
Tel. : 024 424 64 64 - Fax: 024 424 64 65

www.grandhotelyverdon.ch

159434

Grand Hotel Villa Castagnola



Lugano

Il Grand Hotel Villa Castagnola, rinomato albergo 5 stelle, ricco di tradizione e prestigio, situato sulle sponde del lago di Lugano conta 95 camere e suite, il ristorante gastronomico «Le Relais» con terrazza nel parco, sale banchetti e sale conferenze. Per completare il nostro team giovane e dinamico cerchiamo, per subito o data da venire,

2° Maître d'hôtel
(impiego annuale)

con esperienza nel posto richiesto, senso di responsabilità, buona conoscenza delle lingue, spirito d'iniziativa, simpatia ed entusiasmo nell'offrire alla nostra esigente clientela un servizio accurato e personalizzato.

Aspettiamo la vostra candidatura completa di C.V., foto e copie dei certificati:

P. A. Müller, Dir.
Grand Hôtel Villa Castagnola au Lac V. le Castagnola 31 - 6906 Lugano
Tel. 091 973 25 55

HOTEL SERPIANO

Renommiertes 3*** Ferien- und Wellnesshotel im Tessin, der Sonnenstube der Schweiz, sucht von März bis November 2004 oder nach Vereinbarung fachkundiges Personal als:

- **Sales Assistent**
Sprachgewandt (D/I), Flair für Sales, gepflegte & freundliche Erscheinung, Fidelity-Kenntnisse;
- **RéceptionsmitarbeiterInnen**
- **RéceptionspraktikantInnen**

die unsere Gäste kompetent und mit viel Begeisterung betreuen;

- **Koch/Köchin**
Überraschen Sie unsere anspruchsvollen Gästen mit Ihrer fundierten Kenntnissen einer kreativen Küche;
- **Servicepersonal**
Freundlich, gepflegt, sprachgewandt, optimaler Verkäufer und Teamgeist ist für Sie selbstverständlich;
- **SportanimateurIn**
- **Krankenschwester**
- **Seilbahnmitarbeiter**

Wenn Sie Freude am Umgang mit Gästen haben, belastbar sind und die italienische Sprache lernen oder auffrischen wollen, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an

Hotel Serpiano - 6867 Serpiano
091 986 20 00 www.serpiano.ch

Herr Pagano oder Herr Schmid freuen sich auf Ihre Bewerbung.

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 Sassa da Grüm
«Unique»
6575 San Nazzaro
091 785 21 71
www.sassdagruem.ch

Viersterne-Hotel mit 164 Zimmern in Tallinn, Estland, sucht per sofort oder nach Vereinbarung

Executive-Chef

Der eine Brigade von ca. 30 Leuten führen kann und die Verantwortung über ein Restaurant mit 200 Plätzen, ein Café mit 45 Plätzen und ein Restaurant mit ca. 150 Plätzen, das noch zu eröffnen ist (2005), übernehmen will. Für jemanden, der älter als 28 Jahre ist und nach einer neuen Herausforderung sucht.

Jimmy Schibler, General Manager,
Grand Hotel Tallinn****, Toompuiestee 27,
10149 Tallinn, Estonia

tel +372 66 77 132
fax +372 66 77 135
e-mail jimmy.schibler@grandhotel.ee
www.grandhotel.ee

Pizzaiolo e
Cameriere diplomatico

cercono lavoro, Tel. 039 824 98 3075/039 349 53 1521

For over 10 years, Win Sin has defined the art of fine chocolate making by selecting only the most superb ingredients. Win Sin applies the same devotion to selecting and developing the best people. Our company has been awarded the status of one of Singapore's top 500 SME (small, medium enterprise) for years 2003/04, and is HACCP and ISO 9001 certified.

We are looking for a **Chef Chocolatier** with minimum 3 years' experience in chocolate/pralines production. Candidate must be able to speak/write English. Position is for a 2- year contract in Singapore.

An attractive expatriate package awaits the suitable candidate. More details will be available to shortlisted candidates.

To apply, please email resume stating current & expected salary to **hr-dept@win-sin.com**

htr

Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

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

Ein grosses Dankeschön unseren Leserinnen und Lesern sowie unseren Inserenten für ihre Treue und ihr Vertrauen.

Die hotel + tourismus revue wünscht Ihnen einen guten Rutsch ins neue Jahr!

PARK HOTEL

OBERHOFEN AM THURNERSEE/SCHWEIZ

Wir suchen für unsere Lehrtochter im 1. Lehrjahr eine
Lehrstelle als Koch zur Lehrfortsetzung
ab Anfang Januar 2004.

Auf Grund der Betriebschliessung suchen wir für unsere Kochlehrtochter eine Stelle zur Lehrfortsetzung in einem etablierten Betrieb.

Merlyn (16) ist eine aufgeweckte und begeisterungsfähige junge Frau kubanischer Herkunft – Bewilligung C. Sie spricht fließend „Bärdütsch“ und kommt aus geordneten Familienverhältnissen. Sie bevorzugt die Region Thunersee respektive die Stadt Bern, damit sie bei den Eltern in Thun übernachten kann.

Interessenten melden sich bitte im Parkhotel Oberhofen bei Theo Indermaur, Direktor 033 244 91 91, oder direkt bei Merlyn Cardo 079 207 42 64.

Parkhotel Oberhofen, Friedbühlweg 36, CH-3653 Oberhofen am Thunersee/Schweiz
Telefon +41 33 244 91 91, Telefax +41 33 244 91 81
E-Mail info@parkhoteloberhofen.ch - www.parkhoteloberhofen.ch
Hospitality in Geneva: Hôtel Bel'Espérance, rue de la Vallée 1, téléphone 022 818 37 37

Schweizer Küchenchef

zurzeit in ungekündigter Stelle in 5*-Hotel im Ausland sucht im kommenden Jahr 2004 neue Herausforderung als Küchenchef / F&B / Geschäftsführer in der Schweiz oder Ausland, flexibel und offen in der Art des Betriebes, 34 Jahre, Sprachen: D/E/F/S.

Für erste Kontaktaufnahme:
wonderlust@ehoteller.com

159429

48-jähriger Koch sucht:

neuen Wirkungskreis

Als gelernter Koch mit selbstständiger Betriebsführung von mehreren Jahren suche ich eine neue Aufgabe.

Gerne erwarte ich Ihr Angebot unter **TEL. 078 733 49 37**.

159462

Junge Servicefachangestellte mit abgeschlossener Berufslehre und 4-monatiger Küchenführung sucht ab sofort oder nach Vereinbarung

eine Stelle im Service oder Buffet.

Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Tel. 079 730 51 43

159409

IMAGE

gastro www.gastro-s.ch
gastro S Haus Howald
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

DOMINO GASTRO



Ihr Personal-Proof

- 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

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

htr

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
134930/401646

PERSONALVERMITTLUNGEN

Der direkte Link zu den Bewerbern
www.adsjob.com/www.gastroa.ch
Tel. 081 882 21 57 / 079 475 11 33, Fax 081 382 21 56
PERSONALREKRUTIERUNG IN SEKUNDENSCHNELLE

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**

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: Irit Strelbi
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Matthias Beyeler
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page:	Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres	Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi:	Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi:	Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet	Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe	Nr. 1/2/2004	Nr. 3/2004	Nr. 4/2004	Nr. 5/2004
- Erscheint	8. 1., 2004	15. 1., 2004	22. 1., 2004	29. 1., 2004
- Anzeigenschluss	5. 1., 2004	12. 1., 2004	19. 1., 2004	26. 1., 2004
- Wiederholungen	5. 1., 2004	12. 1., 2004	19. 1., 2004	26. 1., 2004

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwendet 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.