

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 112 (2004)  
**Heft:** 14

## 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 **198** Stellenangeboten



**ROELAND VOS** / Der Europa-Chef von Starwood prüft neue Hotel-Standorte in Lifestyle-Metropolen und Winter-Ferienorten. **SEITE 2**



**ENJOY SWITZERLAND** / Vier Pilotdestinationen setzen die Gastfreundschafts-Initiative von Schweiz Tourismus um. **SEITE 6**



# hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

## Duzen? Siezen? Switchen?

MARIETTA DEDUAL

**Du oder Sie? Ich habe gelesen, das Duzen sei auf dem Rückzug. 43 Prozent der Deutschen überlegen genau, ob sie jemanden duzen wollen oder nicht, vor gut zehn Jahren seien das noch 33 Prozent gewesen. Auch in der Schweiz scheint es, dass das «Sie» wieder an Bedeutung gewinnt.**

**Jede Branche hat ihre Kultur; intern wird – vor allem unter Gleichgestellten – meistens rasch zum Du gefunden. Was intern gilt, darf jedoch nicht zur externen Umgangsform werden. Wer rasch duzt, gilt zwar einerseits als locker, andererseits weiss jeder, dass der Weg zur Kumpanei vom Du her kürzer ist. Schulterklappen lässt sich nun mal schlechter mit dem Sie verbinden als mit dem Du. Peinlich wird es, wenn mit Duzbekanntschafen angegeben wird. Wer es nötig hat, im Gespräch mit Halbsätzen wie etwa «Moritz hat gemeint...» auf prominente Bekanntschaften hinzuweisen, outet sich als Proll.**

**Aber ob Du oder Sie: Ein in Bierlaune angebotenes und vielleicht ungeschicktes Du sollte – auch nachdem der Kater ausgestanden ist – beibehalten werden. Zum Sie zurückkehren zeugt nicht von Klasse. Ebenso wenig Stil hat das Abstrafen: legt jemand nicht das gewünschte Wohlverhalten an den Tag, ist er oder sie wieder Herr oder Frau Sowieso.**

**Ob Du oder Sie: Ich wünsche Ihnen eine schöne Frühlingsswoche.**

**FERIENWOHNUNGSMARKT**

## Gemeinsamer Auftritt gefordert

Die Reka will dem Ferienwohnungsmarkt neuen Schwung verpassen: Zu diesem Zweck hat sie das Projekt «Fewo-Offensive Schweiz» gestartet.

■ **THERES LAGLER**

Reka-Direktor Werner Bernet nimmt kein Blatt vor den Mund: «Die Kleinststrukturen im Ferienwohnungsmarkt der Schweiz sind problematisch, das Qualitätsimage ist veraltet, und die professionelle Vermarktung fehlt.» Abhilfe schaffen will Bernet mit dem Projekt «Fewo-Offensive Schweiz», das vom Bundesprogramm für Innovationen und Zusammenarbeit im Tourismus (Innotour) mit 1,25 Millionen Franken unterstützt wird. Erste Ergebnisse der Marktanalyse präsentiert Werner Bernet am 7. Schweizer Ferientag, der am 19. und 20. April in Bern stattfindet. Doch schon jetzt ist klar, in welche Richtung es gehen soll. Dem Reka-Direktor schwebt insbesondere ein gemeinsamer Internetauftritt der verschiedenen Ferienwohnungsanbieter mit standardisiertem Buchungssystem vor. Er ist überzeugt, dass so mehr Logiernächte generiert werden können.

**Siehe Seite 3**

Foto: zvg



**FERIENDORF HASLIBERG**

«Die Konzentration auf ein Segment lohnt sich», betont Reka-Direktor Werner Bernet. Die Auslastung der Feriendorfer gibt dem Spezialisten für Familienferien Recht. Nichtsdestotrotz ortet er im Ferienwohnungsmarkt Handlungsbedarf.

**INHALT**

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

**EU-ERWEITERUNG**

## Grosses Potenzial

17 Mrd. Euro umfasst heute der Markt des öffentlichen Gastgewerbes und der Gemeinschaftsverpflegung in den am 1. Mai neu zur EU stossenden Ländern. Das ist vergleichsweise noch wenig. Doch die grossen Gasterosysteme bereiten sich auf einen Boom vor. Mit der EU-Erweiterung wird sich auch die Tourismusszene wandeln. Zurzeit werden in den betreffenden Ländern die Hotel- und Verkehrsinfrastrukturen ausgebaut. Dies gilt auch für Slowenien, Zypern und Malta. **DST**

**Siehe Seiten 4 und 5**

**SCHWEIZ TOURISMUS**

## WAK beantragt 230 Mio. Fr.

Die ständerätliche Wirtschaftskommission (WAK) hat am Dienstag beantragt, Schweiz Tourismus (ST) mit 230 Mio. Franken zu subventionieren.

Für Schweiz Tourismus-Direktor Jürg Schmid hat die WAK «ein sehr positives Signal» gesetzt. Der Entscheid, ST in den nächsten fünf Jahren mit 230 Mio. Franken Bundessubventionen zu unterstützen – 46 Mio. im Jahr – fiel mit 6 zu 5 Stimmen knapp aus. Die Mehrheit befand jedoch, der Bundesrat, der nur

200 Mio. Franken gesprochen hatte, solle dort kürzen, wo keine Wertschöpfung entstehe, wie WAK-Präsident Eugen David (CVP/SG) sagte. Die Wachstumsbranche Tourismus jedoch generiere 13 Mrd. Franken im Jahr. Jährlich 1 Mrd. Franken mehr würden dem Bund 330 Mio. an Steuern einbringen. «Die 230 Mio. Franken sind für uns ganz wichtig, um unsere Dienstleistungen halten zu können», sagt Schmid. Ob der Ständerat in der Junisession dem Kommissions-Entscheid folgen wird, ist offen. «Wir haben noch einen langen, schwierigen Weg vor uns», so Schmid. **CK/sda**

**HAPIMAG**

## Putsch wohl vom Tisch

Erleichterung bei Hapimag: Drei von der oppositionellen Aktionärsgruppe zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagene Personen haben sich von den Initianten distanziert und stehen für eine Wahl nicht mehr zur Verfügung. Zu ihnen gehört auch Hannes Imboden, früherer Direktor von Berner Oberland Tourismus. Hapimag-Chef Kurt Scholl geht nun davon aus, dass die Umsturzpläne der Opposition an der Generalversammlung keine Mehrheit finden werden. **DST**

**Siehe Seite 7**

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

**Black, sweet and beauty...**

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

**Ausflugstipps.ch**

Die schönsten Bilder aus der Schweiz. Ist Ihres auch dabei?  
[www.ausflugstipps.ch](http://www.ausflugstipps.ch)

**Miele**  
**Service-Abonnement.**

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

Check-In Data gratuliert dem Hotel Lenkerhof, Lenk zum Gala Spa Award 2004.

Neu: ab Juni 2004 mit **BELLA)ita** die neue schweizerische Wellness-Software.

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

## IN KÜRZE

**EU-Erweiterung** / «Slowenien belebt» – mit diesem Slogan lanciert das Land an der Adria eine Marketingkampagne für Wellness- und Aktivurlaub. Auch das Geschäft mit Kongressen und Incentives wird angekurbelt. **Seite 5**

**VSTM** / Der neue Präsident des Verbands der Schweizer Tourismusmanager und -managerinnen heisst Marco Wyss. Ein Schwerpunkt des neuen Präsidenten liegt auf der Mitsprache und Mitarbeit in der Tourismuspolitik. **Seite 9**

**Zürcher Hoteliers** / Die staatlichen Rahmenbedingungen und die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus waren Hauptthemen an der Generalversammlung der Zürcher Hoteliers mit Gästen aus Politik und Partner-Branchen. **Seite 11**

**Radisson SAS Berlin** / Das neu erstellte Hotel überrascht mit einem 25 Meter hohen Aquarium in der Hotel-Lobby. Seine Zimmer haben entweder Balkon – oder «Meersicht». Wer in Berlin eröffnet, muss etwas Besonderes bieten. **Seite 12**

**Starbucks** / Carl Hauch ist seit November letzten Jahres Starbucks-Manager für Schweiz und Österreich und damit der dritte seit dem Start im 2001. Der rasche Wechsel zeigt, wie schwer wohl der Markt Schweiz und Österreich für Starbucks sein muss. **Seite 13**

**Fleischkonsum** / Eine Studie im Auftrag von Proviant zeigt, dass die Fleischvorlieben ausser Haus sich deutlich von jenen innerhalb der eigenen vier Wände unterscheiden. In 20 Prozent der Ausser-Haus-Mahlzeiten lag im 2003 Rindfleisch auf dem Teller. **Seite 14**

**Gastronomie-Mitarbeiter** / Die Profis sind wieder gefragt. Wurden in der Gastronomie die Quereinsteiger noch vor wenigen Jahren überall mit offenen Armen empfangen, so sind heute bei den Mitarbeitern vermehrt Erfahrung und Effizienz gefragt. **Seite 16**

**Silvio Galizzi** / Der junge Tessiner Spitzenkoch Silvio Galizzi steht im «Al Portone» in Lugano gemeinsam mit seinem Vater Roberto Galizzi am Herd. Der TV-Koch und Buchautor möchte mit seiner Kochkunst auch die «Nachwuchsgourmets» ansprechen. **Seite 17**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**MITT** / Noch nie waren die Schweizer so zahlreich am MITT, der wichtigsten Tourismus-Messe Russlands, vertreten. Mit 135 Ausstellern haben 30 Prozent mehr als 2003 letzte Woche in Moskau für die Schweiz gewonnen. **CF Seite 1**

**Wallis** / Kurt Loretan heisst der neue Direktor des Walliser Hotelier-Vereins. Um die Bedürfnisse seiner Mitglieder in Erfahrung zu bringen, hat ihnen Kurt Loretan kürzlich einen Fragebogen zukommen lassen. **CF Seite 2**

**Conthey** / Prodega will im Herbst in der Industriezone von Conthey bei Sion einen Abholgrossmarkt mit einer Fläche von 4500 Quadratmetern eröffnen. 30.000 Artikel sollen dereinst den «Gastroprofis» angeboten werden. **CF Seite 3**

**Skistar** / Bo Halvardsson, verantwortlich für die Destinationentwicklung, spricht über das Erfolgsgeheimnis des skandinavischen Wintersportanbieters. Er spricht am 13. Mai in Montreux am «Hotel Finance Forum». **CF Seite 5**

## FORUM

## Vom Glück des Gastes

DIETER THOMÄ\*

Immer mehr, so sagen die Psychologen, verlagern sich die Glückshoffnungen der Menschen von der Arbeitswelt auf die Freizeit. Das muss der Hotelbranche und dem Tourismus zu schaffen machen, denn damit werden die Ansprüche, die sich auf die Auszeiten im Urlaub richten, unweigerlich immer höher. Entsprechend bemühen sich die Hoteliers darum, die Ansprüche, welche die Touristen schon im Gepäck mitbringen, optimal zu erfüllen. Man strengt sich an, damit alles bis ins Detail stimmt, und überlegt, welcher zusätzliche Komfort gefragt ist. Was tut man nicht alles für das Glück des Gastes!



Aber Moment mal. Drehen wir den Gedanken um. Hätte man als Gast wirklich das Gefühl, der Traum vom Urlaub werde wahr, wenn alles ganz genau so käme, wie man es von langer Hand beansprucht hat? Der Haken ist doch, dass man dann ein bisschen am Alltag kleben bleibt: nämlich an den Wünschen, die man vorab zuhause entwickelt hat. Man kommt nicht umhin, innerlich zu vergleichen zwischen dem Ist-Zustand des Urlaubs und dem Soll-Zustand, den die Erwartungen vorgeben.

Damit schaufelt der Gast das Grab seines eigenen Glücks: Ihm gelingt es nicht wirklich, den Alltag hinter sich zu lassen. Aber wir wissen doch alle, was das Schönste im Urlaub ist: Wenn man die Mühe verlassen kann, in der man steckt: wenn es so ist, als wäre man in einer ganz anderen Welt.

Die Philosophen nennen dieses Gefühl das Situations-Glück: es ist das Gegenstück zum Befriedigungsglück, bei dem es auf die Erfüllung gesetzter Ansprüche ankommt. Das Glück – zumal das Glück des Gastes – ist bekanntlich ein sperriges Gut; die Suche nach der richtigen Mischung, die dem Glück förderlich ist, nimmt wohl nie ein Ende. Eine glücksförderliche Urlaubswelt sollte aber jedenfalls nicht zu sehr auf die Befriedigung vorgefasster Wünsche ausgerichtet sein. Sie sollte die Gäste in den Bann anderer Erfahrungen ziehen.

Die Kunst besteht darin, dass die Gäste sich unversehens dort wohl fühlen, wo sie nicht zuhause sind. Dieses Ziel erreicht man als Gastgeber nur, wenn man den eigenen Stil, den Charakter der Ferien-Welt nicht verleugnet, sondern ihre Schönheiten und auch ihre Eigenheiten selbstbewusst ins beste Licht setzt.

\*Dieter Thomä ist Professor für Philosophie an der Universität St. Gallen und Autor des Buches «Vom Glück in der Moderne».

## ROELAND VOS

## «Die Preistransparenz nimmt zu»

Der President Europe, Africa & Middle East der Starwood Hotels & Resorts ist interessiert an neuen Standorten in Lifestyle-Metropolen und Winter-sport-Resorts. Die neue, auf 30 Hotels begrenzte Spa-Collection der Dachmarke Starwood spielt eine Hauptrolle.

## INTERVIEW: KARL JOSEF VERDING

■ Welche Rolle spielt Europa im Starwood-Geschäft?  
Wir haben insgesamt 740 Hotels, und jetzt 125 davon in Europa.

■ Wie unterscheidet sich die Segment-Verteilung innerhalb der Starwood-Markenpalette in Europa von derjenigen in Nordamerika?  
Eine Marke, die wir in Europa noch nicht haben, ist das «W». Wir haben versucht, eine geeignete Location zu finden. Es sollte dort sein, wo ein «W»-Hotel nachgefragt wird: in einer Mode- oder Lifestyle-Metropole.

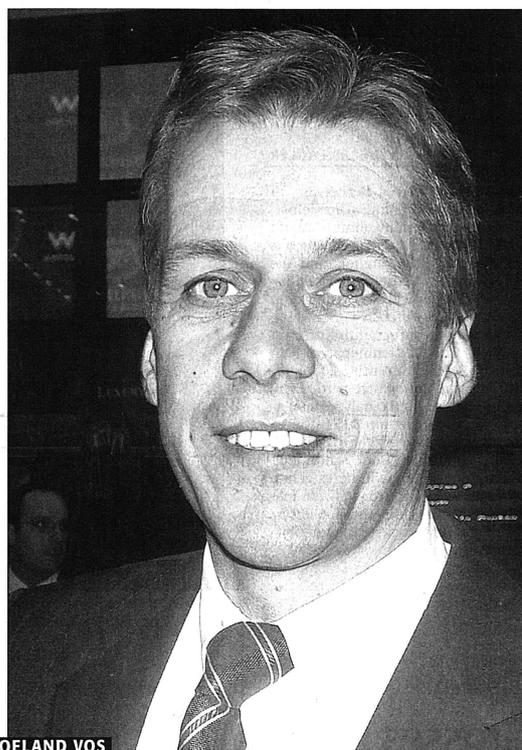
## «Die Hotellerie muss unterscheiden: Will sie Produzent sein – oder Händler?»

■ Ihr Joint-Venture-Partner Arabella hat in der Schweiz die Struktur der Arabella Schweiz AG aufgebaut. Könnten Sie im Rahmen des Joint Ventures auch die Starwood-Luxusmarke Westin oder die «W Hotels» in die Schweiz bringen?  
Man könnte sich das sicherlich vorstellen. Vertraglich ist es nicht ganz so aufgesetzt. Zum Vertrag über die ArabellaSheraton-Gruppe gehören nur die Starwood-Marken «Sheraton» und «The Luxury Collection» und «4 Points by Sheraton». Wenn es irgendwo die Gelegenheit für ein «W Hotel» gibt – das wäre fantastisch, das wollen wir uns sicher ansehen. Und dann mit unserem Partner darüber sprechen, wie wir es machen: zusammen oder alleine. Konkret gibt es momentan diesen Unterschied nicht.

■ Könnten Sie sich Zürich als eine «W»-Stadt vorstellen?  
Sicher. Zürich, Paris, London, Mailand sind Städte, in welche dieser Typ von Hotel gut passen würde. Der Auftritt sollte aber nicht nur für die Marke gut sein, sondern auch fürs Geschäft. Die Lage innerhalb der Stadt ist sehr wichtig. Es muss der «hottest place in town» sein.

■ Was den Verkauf der Hotelzimmer betrifft: Wird der Preistransparenz der Hotellerie durch die Reiseportale im Internet verschärft?  
Es ist ganz klar, dass die Preistransparenz auf dem Internet zunimmt. Die Leute sehen, wo man am billigsten buchen kann. Wir müssen aber in der Hotellerie einen Unterschied machen: Möchten wir gerne Produzenten sein – oder wollen wir Retailer (dt. Händler) sein? Wer ein Retailer sein will, sollte ein Produkt haben, das am besten über einen Retailer-Kanal verkauft wird. Die Hotels der Starwood-Marken sind Luxusprodukte, keine «commodity» (dt. Ware). Das heisst: Es gibt einen Mehrwert für die Kunden, wenn sie via die Hotelmarke buchen. Es ist wichtig, dass wir unseren Kunden einen speziellen Loyalitäts-Vorteil bieten, so dass sie immer in erster Linie die Website Starwood.com oder diejenige unserer Einzelmarken auswählen.

Foto: Karl Josef Verding



ROELAND VOS

Der President for Europe, Africa & Middle East von Starwood ist auch Stellvertretender Beiratsvorsitzender des in der Schweiz aktiven Joint Ventures ArabellaSheraton.

■ Warum gibt Starwood auf seiner Website eine Best-Rates-Garantie für alle seine Hotels?  
Starwoods Best-Rates-Garantie bedeutet: wenn einer unserer Kunden auf unserer Website bucht, bekommt er garantiert den billigsten Preis, den man in dem Moment buchen kann. Ich glaube, das ist ganz wichtig. So kann man ein vertrauenswürdiges und unbelastetes Verhältnis mit dem Kunden haben.

■ Wie verteilt sich das Geschäft bei Starwood zwischen Stadthotellerie und Ferienhotellerie?  
In Europa und dem Mittleren Osten sind es ungefähr 50/50. Es ist natürlich so, dass, wenn man über Rom, Florenz oder Venedig redet, wir dort Stadthotels haben, aber in Wirklichkeit sind dies Freizeit-Destinationen mit den entsprechenden Hotels. Das gilt auch für Städte wie Wien.

## «Eine Best-Rates-Garantie auf der Website ist gut für das Vertrauensverhältnis.»

■ Haben Sie neue Pläne für Berg-Ferienorte in der Schweiz?  
Wir haben über das Joint Venture mit ArabellaSheraton drei Hotels in Davos. Wir sind dort mit den ersten drei Monaten dieses Jahres sehr zufrieden; wir waren besser, als wir vorher angenommen haben. Was die Alpen insgesamt betrifft, glaube ich, dass es sicher für uns Möglichkeiten gibt, mehr zu machen, vor allem im Winterbereich.

■ Wellness-Projekte sollen die Saison in den Berg-Feriengemeinden verlängern, bis hin zum Ganzjahresbetrieb. Welche Rolle spielt das für Sie?  
Etwas ist für uns ganz wichtig: Wir haben mit der Starwood Spa-Collection angefangen (Spa = Abkürzung für lat. Sanitas per aquas, Gesundheit durch Wasser, oder lat. spagere, begiessen). Das hat eigentlich im deutschsprachigen Raum begonnen, in unserer Zusammenarbeit mit ArabellaSheraton. Jetzt haben wir es weltweit gemacht, weil wir sehen, dass es dafür einen ganz wichtigen Markt gibt. Unser Konzept ist ganz neu, wir nennen es «The Seven Pillars (dt. Säulen) of Well-Being»: Beauty, Harmony, Aqua, Vitality, Life Balance, Nature, Nutrition. Die Spas laufen besser, als sogar wir selber es uns gedacht haben.

■ Wie viele Hotels wird es in der Spa-Collection geben?  
In 145 Hotels haben wir Fitness, Wellness, Spa – aber wir haben nur 30 Hotels ausgelesen, die in die Spa-Collection kommen. Die Kollektion mit ihrem «7-Pillars»-Standard bringt unsere besten Hotels dieser Sparte zusammen. Denn der Kunde muss wissen, wovon wir sprechen.

■ Es gibt noch kein Hotel der Spa-Collection in den Alpen. Wäre dies ein wichtiges Element, falls Starwood in den Alpenländern expandiert?  
Ich glaube schon. Denn wenn man die Möglichkeit hat, etwas Neues zu bauen, dann sollte man sich nicht nur auf die Winter- und Sommersaison beschränken, sondern auch in der Zwischensaison etwas bieten können. Eine Spa- bzw. Wellness-Infrastruktur ist gut für das ganze Jahr, genauso wie eine Meeting- oder Convention-Infrastruktur. Ausserdem ist der Rang als Destination ganz wichtig. Mit einem solchen Spa werden Sie an jedem Ort zu einer Destination.

## Zur Person

Der Holländer Roeland Vos ist President für Europe, Africa & Middle East (EAME) der Starwood Hotels & Resorts Worldwide. Er ist der Schirmherr des operativen Geschäfts von 180 Hotels und Resorts in 47 Ländern. Vos wurde im September 2001 in sein Amt berufen. Seine Arbeitsbasis ist das EAME Divisional Office von Starwood in Brüssel. Im Joint Venture Starwoods mit Arabella ist Roeland Vos Stellvertretender Beiratsvorsitzender der ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH. Ab dem Januar 2000 war Vos bereits Europa-Präsident von Starwood, und zuvor, 1998/99, als Senior Vice President der Area Director Italy & Malta der Hotel-Dachmarke. Bei Starwood war er im 1982 als Management Trainee des Sheraton Brussels Hotel & Towers eingetreten. **KV**

Zürich nimmt erste Hürde

**Olympische Winterspiele.** Die Winterympische 2014 könnte in Zürich und den die Kandidatur unterstützenden Kantonen stattfinden. «Zürich 2014» hat vor dem Exekutivrat der Swiss Olympic bestanden und damit die erste Hürde genommen. Gescheitert ist die Kandidatur von Davos und fünf weiteren Bündner Ferienorten. Swiss Olympic hat Zürich allerdings Auflagen gemacht: die Stadt müsse ein klares politisches Bekenntnis für die Spiele abgeben. *DST/sda*

hotelleriessuisse empfiehlt ein Ja

**Steuerpaket.** Die beiden Reform-Vorlagen in den Bereichen Mittelstands-Besteuerung und Sozialversicherungen werden von hotelleriessuisse zur Annahme empfohlen. Zur Erhöhung der Mehrwert-Steuer wurde die Nein-Parole gefasst. Eine Annahme des Steuerpakets unterstütze den Wirtschaftsaufschwung, stärke die Kaufkraft und wirke sich positiv auf die Beschäftigungssituation in der Schweiz aus, begründet hotelleriessuisse ihre Haltung. *DST*

Grosser Verlust

**Genf.** Ein herber Schlag für die Genfer Touristiker: Die Messe «Telecom World 2006» wird nicht mehr in Genf sondern in Hongkong stattfinden. Damit gehen Genf Einnahmen in der Höhe von etwa 250 Mio. Fr. und etwa 150000 Logiernächte verloren. Der Genfer Tourismusdirektor François Bryand zeigt sich enttäuscht: «Ich habe den Eindruck, das Komitee hat die Anstrengungen nicht gewürdigt, die wir unternommen haben, um ein gutes Angebot unterbreiten zu können.» *MH/CK*  
Siehe Seite CF 6

Kantone fürchten um Zuständigkeit

**Vernehmlassung zum Seilbahngesetz.** Mit dem neuen Seilbahngesetz soll die Einheitsbewilligung durch das Bundesamt für Verkehr (BAV) eingeführt werden. Die Kantone beharren aber auf ihrer Zuständigkeit für Kleinluftseilbahnen und Skilifte. Die Seilbahnen Schweiz (SBS) freuen sich, dass im Entwurf zum neuen Seilbahngesetz verschiedene von ihnen vorgeschlagene Lösungsansätze Aufnahme gefunden haben. Der Entwurf sei jedoch im all-

gemeinen «ziemlich unklar». So müsse die Koordination zwischen dem Konzessions- und Bewilligungsverfahren verbessert werden. Zudem erwähne der Entwurf weder die Gültigkeitsdauer der Bewilligung noch das Verfahren oder die Fristen bei Verlängerungen. Ebenfalls nicht erwähnt werde die Möglichkeit, eine vorzeitige Bewilligung zu erhalten, wenn die Betriebsbewilligungsbedingungen erfüllt seien. Die SBS vermisse im übrigen – ähnlich wie der Schweizer Tou-

risminus-Verband (STV) – nähere Bestimmungen zur Seilbahnförderung und in Bezug auf die Ausbildung und Qualifizierung des Personals. Ausserdem seien die Folgen der Klimaveränderung zu berücksichtigen. Das neue Seilbahngesetz dürfe sich in Bezug auf die Hochgebirgsserschliessung nicht negativ auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit auswirken, schreibt der STV. SBS und STV verlangen ferner das Führen einer Seilbahnstatistik durch das BAV. *KJV/sda*

7. SCHWEIZER FERIENTAG

Reka lanciert eine «Fewo-Offensive»

Der Ferienwohnungsmarkt (Fewo) braucht einen Turnaround: Dieser Meinung ist Reka-Direktor Werner Bernet. Er präsentiert deshalb am Schweizer Ferientag das Projekt «Fewo-Offensive Schweiz», das von Innotour mit 1,25 Millionen Franken unterstützt wird.

Foto: Keystone



**FERIENHAUS-IDYLLE VERBIER**  
Wie in Verbier gibt es auch in anderen Schweizer Ferienorten zahlreiche Anbieter von Ferienwohnungen. Das Projekt «Fewo-Offensive Schweiz» soll alle an einen Tisch bringen, um einen gemeinsamen Internetauftritt zu planen.

Theres Lagler

«Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit», hält Werner Bernet, Direktor der Reisekasse Reka, unmissverständlich fest. Er attestiert dem Markt der Ferienwohnungen (Fewo) ein veraltetes Image, das es zu ändern gelte. Zu diesem Zweck hat die Reka das Projekt «Fewo-Offensive Schweiz» gestartet. Die Projektkosten belaufen sich auf insgesamt 2,7 Millionen Franken. Das Bundesprogramm für Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus – Innotour – steuert 1,25 Millionen Franken dazu bei. Werner Bernet betont, dass Projektmanagement und Analyse lediglich 200 000 Franken beanspruchen, das restliche Geld sei für die Umsetzung reserviert.

DAS ZIEL: GEMEINSAMER INTERNET-AUFTRITT

Erste Ergebnisse der Marktanalyse will der Reka-Direktor am 7. Schweizer Ferientag in Bern präsentieren (siehe Box). «Das ist eine ideale Plattform, um die Branche für den Ferienwoh-

nungsmarkt zu sensibilisieren», ist Bernet überzeugt. Er bedauert, dass immer noch viele Touristiker primär an Hotellerie, Bergbahnen und öffentlichen Verkehr denken. Dabei generiere der Fewo-Markt bereits 30 Prozent der Logiernächte. Geht es nach Bernet, sollen es künftig sogar noch mehr

sein. Zielt doch das Projekt «Fewo-Offensive Schweiz» darauf ab, die Schwachpunkte Lobbyarbeit, Qualitätssicherung und Vermarktung deutlich zu verbessern.

So soll beispielsweise der ganze Fewo-Markt internetauglich gemacht werden. Dazu brauche es aber die Zu-

sammenarbeit mit Schweiz Tourismus, mit den Destinationen und den verschiedenen Ferienwohnungsanbietern, betont Bernet. Diese müssten sich dann auf ein standardisiertes Buchungsverfahren festlegen. «Deutsche Tour-Operatoren haben grosses Interesse an der Schweiz, derzeit ist ihnen

der Ferienwohnungsmarkt aber zu stark aufgesplittet.» Um zu untermauern, welche Wirkung ein gemeinsamer Marktauftritt haben kann, nennt Bernet den Swiss Holiday Park in Morschach als Beispiel. Die Reka vermarktet und vermietet die 44 Ferienwohnungen der Anlage seit letztem Dezember. Und: «Wir können schon jetzt sagen, dass wir die bisher erzielten 28 000 Logiernächte im ersten Jahr um 70 Prozent steigern werden», stellt der Reka-Direktor in Aussicht.

EIN MITEINANDER STATT GEGENEINANDER

Am Ferientag präsentiert die Reka ihr Projekt denn auch unter dem Titel «Neue Modelle für mehr Logiernächte». Doch generiert ein professioneller, gemeinsamer Auftritt der Ferienwohnungsanbieter tatsächlich mehr Logiernächte in der Schweiz – oder zieht er sie den Hotels ab? Diese Frage kennt Werner Bernet zur Genüge. «Dieses Feindbild ist falsch», hält er fest. «Die Hotels profitieren letztlich auch von den Ferienwohnungsgästen, die zwei- bis dreimal auswärts essen gehen.» Ein Miteinander statt Gegeneinander sei deshalb gefragt.

Die Reka selber fährt einen klaren Wachstumskurs. Sie konnte ihre Logiernächte nach eigenen Angaben bereits in den Jahren 1995 bis 2003 um insgesamt 40 Prozent steigern. Erklärtes Ziel ist es nun, bis im Jahr 2008 im Ferienwohnungsmarkt um weitere 20 Prozent zu wachsen. In Disentis wird derzeit ein neues Reka-Ferientendorf für 26 Millionen Franken erbaut. Die Eröffnung ist für Juni 2005 geplant.

ALEXANDRA EDEL

Sie ist die Beste in ihrem Fach

Die Gästebetreuung kennt Alexandra Edel aus dem Effeff. Die 25-Jährige ist Anfang Jahr zur besten Empfangsdame der Welt gekürt worden.

der Begriff mit mehr Unterwürfigkeit verknüpft.

Der Schweizer Gastfreundschaft gibt Alexandra Edel grundsätzlich

gute Noten – auch im Vergleich mit ihrem Heimatland Deutschland. Der Auftritt sei in beiden Ländern ziemlich ähnlich. «In Deutschland fehlt aber

die Sprachenvielfalt. Das schätze ich an der Schweiz», betont die 25-Jährige. Der internationale Gast treffe fast immer auf jemanden, der ihm in seiner Muttersprache Auskunft geben könne.

Doch was ist eigentlich das Geheimrezept von Alexandra Edel selber? «Ich arbeite gerne mit Menschen, das ist ein unglaublicher Motivationsfaktor für mich», erzählt die Réceptionniste. Sie versuche im Arbeitsalltag, dem Gast die volle Aufmerksamkeit zu schenken und ihn nicht mit den ersten Informationen zufrieden zu stellen. «Die 5-Sterne-Hotels in der Schweiz bieten alles, den Unterschied kann nur noch die Menschlichkeit der Mitarbeiter ausmachen», begründet Alexandra Edel ihr Engagement. Und nicht einmal eine Reklamation sorgt bei ihr für hochgezogene Augenbrauen: «Das stellt doch eine Herausforderung dar. Das Beste, das einem passieren kann, ist, aus einem reklamierenden Gast einen wiederkehrenden Gast zu machen.»

Foto: ag



**VORBILDLICHER EMPFANG**  
Alexandra Edel vom Hotel Le Mirador Kempinski in Mont-Pèlerin (VD) erhielt Anfang Jahr die Auszeichnung «Best Receptionist International».

Theres Lagler

Haben wir das Dienen verlernt, nie gekannt – oder ist alles nur üble Nachrede? Diese Frage wird an einer Podiumsdiskussion am 7. Schweizer Ferientag in Bern aufgeworfen (siehe Box). Auch Alexandra Edel nimmt daran teil. Die junge Deutsche arbeitet im Hotel Le Mirador Kempinski im waadtländischen Mont-Pèlerin und hat Anfang Jahr den Titel «Best Receptionist International» in die Schweiz geholt. «Ich denke nicht, dass wir das Dienen verlernt haben», findet die Preisträgerin. Sie gibt aber zu bedenken, dass das Wort «Dienen» nicht in allen Kulturkreisen gleich ausgelegt werde. Im asiatischen Raum beispielsweise sei

Das Programm

Der 7. Schweizer Ferientag findet am 19. und 20. April in Bern statt. Es zeichnet sich eine Rekordbeteiligung ab: «Wir kommen im Moment auf 1018 Teilnehmer. Damit haben wir unser Ziel von 1000 Besuchern bereits übertroffen», freut sich Monika Knöpfel, Leiterin Touristische Partnerschaften bei Schweiz Tourismus. Das Programm hat aus aktuellen Gründen eine Änderung erfahren: Statt des zurückgetretenen André Dosé hält Swiss-Verwaltungsrats-Vizepräsident Walter Bosch das Referat «Warum Allianzen und Kooperationen matchentscheidend sind». Bei den praktischen Beispielen macht unter anderen eine Kuhvermieterin von sich reden. Die Anmeldefrist läuft noch bis am 5. April. Wer sich nicht via Internet [www.stnetch.ch](http://www.stnetch.ch) anmelden möchte, kann unter der folgenden Nummer ein Fax-Formular anfordern: 01 288 12 39. TL

Reklame

**THE ENGLISH CORNER**  
EXPERTS IN TRANSLATIONS FOR TOURISM  
[www.the-english-corner.com](http://www.the-english-corner.com), Tel./Fax: 052 654 1437

## GASTGEWERBE NEUE EU-LÄNDER

## «In 10 Jahren ist Osten gleich wichtig»

17 Mrd. Euro umfasst heute der Markt des öffentlichen Gastgewerbes und der Gemeinschaftsverpflegung in den neu zur EU stossenden Ländern. Das ist vergleichsweise noch wenig. Doch die grossen Gastrosysteme bereiten sich auf einen Boom vor.

der Slowakei, Slowenien, Ungarn, Litauen, Lettland, Estland, Zypern und Malta (siehe Grafik). Das ist eigentlich vergleichsweise wenig. So liegt allein in der Schweiz der Ausser-Haus-Konsum gemäss Marketinggold-Studie bei jährlich rund 15 Mia. Franken pro Jahr (ohne Tourismus und Hotellerie).

POLEN UND TSCHECHIEN:  
60 PROZENT DES MARKTES

Wie wenig umsatzstark der gesamte Ausser-Haus-Konsum im Osten ist, zeigen gut die Beispiele Polen und Tschechien: So weist Polen mit seinen 38 Millionen Einwohnern einen Ausser-Haus-Konsum inklusive Hotellerie von 6,5 Mrd. Euro jährlich aus, die Tschechische Republik mit 10,2 Mio. Einwohnern erzielt 3,5 Mrd. Euro pro Jahr. Dabei machen diese beiden Länder noch den Löwenanteil der zehn EU-Kandidaten-Länder aus: 60 Prozent der Hotel- und Restaurations- und GV-Umsätze werden allein in Polen und der Tschechischen Republik realisiert.

Trotz dieser eher bescheidenen Marktbedeutung, machen sich Gastrosysteme und Caterer grosse Hoffnungen: «In 10 Jahren ist Osteuropa für uns mindestens genauso wichtig wie Westeuropa», ist Marcel Jacobs, Chief Executive von Compass Group Nord- und Zentral-Europa, schon heute überzeugt. Schliesslich wächst die Wirtschaft der neuen EU-Länder mit in den letzten Jahren durchschnittlich 4 Prozent auch doppelt so schnell wie jene der bereits zur EU-zählenden Länder.

Compass Group ist in fünf der neu zur EU stossenden Länder bereits präsent (siehe Tabelle). Der wichtigste der Ost-Märkte für Compass ist der stärker industrialisierte tschechische Markt. Der weltweit grösste Contract-Caterer ist dort bereits seit 10 Jahren aktiv: Inzwischen sind 65 Prozent der tschechischen Personalverpflegung an den Business-Caterer outgesourct, der heute in dem Land einen Umsatz von 100 Mio. Euro erzielt.

«DAS OUTSOURCING STEHT  
NOCH SEHR AM ANFANG»

In den meisten anderen osteuropäischen Staaten ist die Personalverpflegung aber noch wenig ausgelagert. «Das Outsourcing steht noch sehr am Anfang», so Jacobs. Er hofft, dass mit den westlichen Firmen, die hier nun Fuss fassen und gewohnt sind, mittels Caterer ihre Mitarbeiter zu verkosten, ebenfalls die lokale Industrie nachzieht. Aber grösster Knackpunkt ist klar das weit niedrigere Einkommen der Bevölkerung. Hier springt McDonald's mit seinem Fastfood-Angebot in eine Lücke: Für den Burger-Brater sind die Tschechische Republik und Polen ebenfalls die beiden heute bedeutendsten Länder der EU-Osterweiterung (siehe Tabelle).

Dass man bereit ist, auch Opfer auf sich zu nehmen, um den Anschluss an diese Zukunftsmärkte nicht zu verpassen, zeigt das Beispiel Compass in Ungarn: Hier führt der Caterer ein für die Gruppe untypisches Objekt, nämlich eine Konditorei inmitten von Budapest (Umsatz 10 Mio. Euro). «Wir wollen hier zeigen, was wir alles können», erklärt Jacobs. Auch wenn dieses Objekt nicht gerade eine Cash-Cow sei.

Foto: zvg

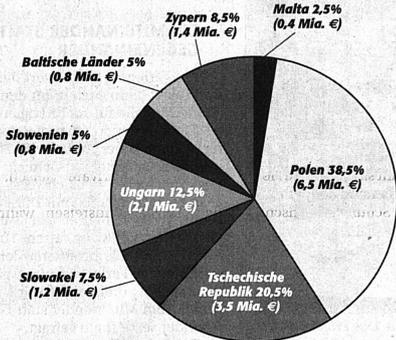


WESTLICHE GASTRO-SYSTEMER IM OSTEN

Bei der nord- und zentraleuropäischen Division von Compass schätzt man das Potenzial von Osteuropa sehr hoch ein. Foto: Eurest-Personalrestaurant in Polen.

## Gesamtmarkt: 17 Milliarden Euro

## Ausserhausmarkt\* der 10 neuen EU-Länder



\*Gemeinschaftsverpflegung, kommerzielles Gastgewerbe (ohne MwSt)

Quelle: Gira Foodservice

## GASTRO-SPARTEN NEUE EU-LÄNDER

## Weniger Fullservice-Gastronomie

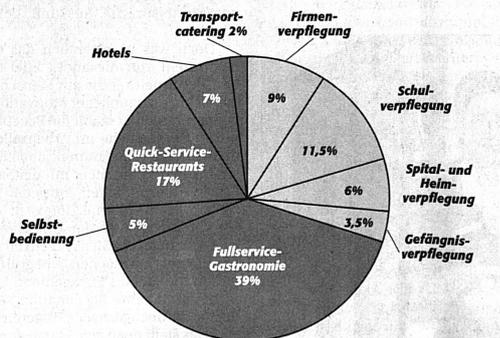
Stark wird der gastgewerbliche Markt der neuen EU-Länder von der Gemeinschaftsverpflegung geprägt. Weniger dominant: Fullservice-Gastronomie.

den Verhältnissen hierzulande. Nur dass gesamthaft der Markt im Verhältnis zur Bevölkerungszahl deutlich kleiner ist (siehe Hauptartikel). Kleiner ist mit 39 Prozent auch der Anteil

der Fullservice-Gastronomie am Gesamtumsatz. Zum Vergleich: In der Schweiz erreicht der Anteil der bedienten Gastronomie am Ausser-Haus-Konsum an die 60 Prozent.

## Stark: Die Gemeinschaftsverpflegung

## Ausserhausmarkt der 10 neuen EU-Länder Gesamtmarkt 17 Mia. €



■ Öffentliche Restauration 70% □ Gemeinschaftsverpflegung 30%

Quelle: Gira Foodservice

## GUDRUN SCHLENCEZK

In den neuen EU-Staaten fällt der Anteil der Gemeinschaftsverpflegung grösser aus als im Westen: Fast ein Drittel des Ausser-Haus-Marktes (inklusive Hotellerieumsatz) entfällt auf die Restauration in Firmen, Schulen, im Gesundheitswesen und in Gefängnissen. Vor allem das niedrige Pro-Kopf-Einkommen bedingt, dass die Bevölkerung auf die subventionierte Verköstigung einer Gemeinschaftsverpflegung angewiesen ist.

Überproportional in der Bedeutung im Vergleich zum Westen auch die Schulverpflegung: Diese macht ganze 11,5 Prozent am gesamten Restaurationskuchen aus und gut ein Drittel der Gemeinschaftsverpflegung. In der Schweiz hält die Schulverpflegung nur zirka 7 Prozent des Gemeinschaftsverpflegungs-Umsatzes. Knapp ein weiteres Drittel des GV-Kuchens fällt auf das Segment «Business & Industrie» in den EU-Kandidaten-Ländern – das ist vergleichbar mit

## Compass im Osten

Land	Compass-Umsätze/Jahr
Tschechische Rep.*	100 Mio. €
Slowenien	14 Mio. €
Polen	13 Mio. €
Slowakei	10 Mio. €
Ungarn	10 Mio. €
Russland	3 Mio. €

\* 65% der Firmenverpflegung bereits an Compass Group outgesourct

## 410-mal McDonald's

Land	Anzahl Outlets Ende 2003
Polen	205 Rest.
Tschechische Rep.	70 Rest.
Ungarn	83 Rest.
Slowenien	17 Rest.
Slowakei	16 Rest.
Estland	7 Rest.
Lettland	6 Rest.
Litauen	6 Rest.

## KONSUMVERHALTEN OSTEUROPA

## Essen gerne ausser Haus

Die Osteuropäer gehen nicht viel weniger ausser Haus essen als die Westeuropäer, zeigt die Gira-Foodservice-Studie: Während im Westen im Durchschnitt jeder Bewohner pro Jahr 128 Essen oder Snacks ausserhalb der eigenen vier Wände konsumiert, sind es im Osten 109 Essen oder Snacks. Der Unterschied liegt viel mehr im Ausgabeverhalten. In den westlichen EU-Ländern kann der Bewohner im Jahr 915 Euro in der Restauration liegen lassen. In den osteuropäischen Ländern fällt dieser Betrag – nicht zuletzt aufgrund des viel kleineren Pro-Kopf-Einkommens – mit 245 Euro im Durchschnitt weit tiefer aus.

Deshalb ist das Verhältnis zwischen West und Ost bei der Anzahl Essensfälle auch enger als beim monetären Volumen des Ausser-Haus-Konsums. Von den insgesamt 55 Milliarden Essens- und Snackfällen in Europa pro Jahr entfallen 85 Prozent auf Westeuropa und 15 Prozent auf Osteuropa. Von den gesamten Ausser-Haus-Konsum-Ausgaben in Europa von 310 Milliarden Euro (ohne MwSt.) kommt der Westen mit einem Anteil von 94,5 Prozent allerdings fast dem Gesamtmarkt gleich. Der osteuropäische Markt vermag gerade mal 5,5 Prozent der insgesamt 17 Milliarden Euro generieren.

In der Folge fällt der Umsatz pro Unit im Osten Europas erwartungs-

gemäss deutlich kleiner aus. Denn vereinigen die gastgewerblichen Betriebe des Ostens auf der einen Seite nur 5,5 Prozent des Umsatzes, so stellen sie aber andererseits 13 Prozent der Outlets der insgesamt rund 2 Millionen europäischen Locations im Segment Gastgewerbe und Gemeinschaftsverpflegung. Im gesamteuropäischen Durchschnitt kommen gemäss Gira Foodservice auf 1000 Einwohner vier Restaurants. GSG

Gira Foodservice:  
weltweite Studien

Die komplette Studie zum Ausser-Haus-Markt der zehn angehenden EU-Länder kann bei Gira Foodservice in Divonne/Frankreich erworben werden. Gira Foodservice hat der htr exklusiv einen Auszug der Studie zur Publikation freigegeben. Gira Foodservice ist im internationalen Foodservice-Business eine bekannte Adresse, wenn es um Strukturdaten der Restauration geht. Aktuell realisiert man auch Studien zum Schweizer und österreichischen Ausser-Haus-Markt. Kontakt: Muriel Regnier, Tel. 0033 450201635; muriel.regnier@girafoodservice.com. GSG

MALTA

## Das Bijou im Mittelmeer

Haben die Malteser bisher mit dem Meer und dem schönen Wetter geworben, so will man jetzt die Angebotspalette erweitern und auf Aktivitäten setzen.

KATJA HASSENKAMP

Malta will weg vom Image der reinen Badeinsel und sich vermehrt im Segment der Wellness- und Aktivferien ansiedeln, ohne dabei seine reichen historischen Zeugnisse zu vernachlässigen. Heute verfügen bereits alle grossen Hotels über einen Wellness- und Beauty-Bereich und wollen zusätzlich auch ihre MICE-Aktivitäten (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) ausbauen. Für Aktivurlauber wurden zusätzliche Wanderwege im Norden von Malta und auf Gozo ausgeschildert und natürlich ist das Angebot für alle Wassersportarten breit gefächert. Geplant sind zwei neue Golfplätze in Verdala und bei Sannat (Gozo).

Ausserdem sind sich die Touristiker bewusst, dass es dringend notwendig ist, die etwas abgelegenen Strassen zu reparieren, wenn man dem steigenden Wunsch der Touristen nach individuellen Touren im Mietwagen gerecht werden will. Zudem will man die Insel endlich als Ganzjahresdestination positionieren und erhofft sich dafür auch vom Beitritt zur Europäischen Union positive Auswirkungen.

### HOTELS, FARMHÄUSER UND GASTFAMILIEN

Die touristische Infrastruktur umfasst neben Hotels und Pensionen auch Farmhäuser, die vor allem auf Gozo angesiedelt sind und in den letzten Jahren renoviert wurden. Sie bieten rund 1000 Betten und liegen weitab von aller Hektik. Ebenfalls typisch für die Inseln sind die rund 1000 Gastfamilien, die Sprachschüler aufnehmen – jährlich kommen zwischen 60000 und 70000 Gäste ins Land, um Englisch zu lernen.

Die Zahl der Gäste war im vergangenen Jahr nahezu stabil und lag bei 1,12 Millionen (2002: 1,13 Mio.). Auf dem wichtigsten Quellmarkt, Grossbritannien, konnte ein Zuwachs auf 495565 Besucher registriert werden (2002: 444335), während Deutschland (125811), Italien (94175) und Frankreich (76384) rückläufige Zahlen ausweisen. Die Schweiz liegt auf Platz 8 mit 22110 Gästen (2002: 20375).

Gesteigert werden konnte die Zahl der Kreuzfahrtpassagiere: 389456 gegenüber 349046 im Jahr 2002. Was den Outgoing-Tourismus betrifft, so reisten nach Hochrechnungen der maltesischen Tourismuszentrale im vergangenen Jahr 174440 Malteser ins Ausland (2002: 156683). Beliebteste Reiseziele waren Grossbritannien, Italien, Frankreich und Österreich.

### Facts zu Malta

**Fläche:** 315,6 km<sup>2</sup>, drei Inseln: Malta, Gozo und Comino (autofrei)  
**Einwohnerzahl:** 385 941 (2002)  
**Hauptstadt:** La Valetta (8000 Einwohner)  
**Bruttoinlandsprodukt pro Kopf:** 10360 Euro (2002)  
**Touristische Einnahmen:** 460,947 Mio. Euro (1./3. Quartal 2003 inkl. Transport)  
**Touristische Ausgaben:** 190,042 Mio. Euro (2003)  
**Beschäftigtenzahl im Tourismus:** 9089 (Hotellerie und Gastwirtschaft) + 2500 bei Air Malta  
**Bettenkapazität:** 41 000 in Hotels und Pensionen  
**Wichtigste Zielgebiete:** La Valetta, Blue Lagoon (Comino), Megalith-Tempel (Gozo)  
**Welterbestätten der Unesco:** drei HAS

SLOWENIEN

# Hotelfachschulen in Planung

«Slowenien belebt» – Mit diesem neuen Slogan lanciert das Land an der Adria eine neue Marketingkampagne. Ihr Ziel: Wellness- und Aktivurlaub zu promoten, die Kultur neu darzustellen und den Kongress- und Incentive-Sektor anzukurbeln.

KATJA HASSENKAMP

«Wir haben 47 Kilometer mehr Meer als Österreich», wird in der slowenischen Fremdenverkehrszentrale in Ljubljana gerne betont, damit ist auch ein Teil der touristischen Marketingstrategie des Landes klar umrissen. Tatsächlich ist Slowenien eine Bergdestination mit kulturellen Highlights in den Städten und einer kleinen «Luxe» auf dem Mittelmeer; man kann mühelos in ein paar Stunden von der Adria ins Gebirge gelangen. Ausserdem liegt hier das weltweit grösste Höhlensystem und das slowenische Karstgebirge war Namenspatte für alle anderen geologisch ähnlich gearteten Regionen.

Nachdem das Land bereits im Jahr 1991 seine Unabhängigkeit erklärt hat, wurde die wirtschaftliche Entwicklung zügig vorangetrieben, und dabei kam dem Ausbau der touristischen Infrastruktur eine besondere Bedeutung zu. Heute steht der Tourismus für 10 Prozent des Bruttoinlandsproduktes.

Mit seinen natürlichen Landschaften – den Julischen Alpen, den zahlreichen Wasserläufen, den weiten Wäldern und dem Küstenstreifen – ist das Land nach Meinung der Touristiker besonders für Aktivurlaub geeignet.

### Facts zu Slowenien

**Fläche:** 20273 km<sup>2</sup>  
**Einwohnerzahl:** 1,9 Mio. (2002)  
**Hauptstadt:** Ljubljana (253 490 Einwohner)  
**Bruttoinlandsprodukt pro Kopf:** 12210 Euro (2003)  
**Touristische Einnahmen:** 1,2 Mrd. Euro (2003)  
**Beschäftigtenzahl im Tourismus:** 52 000  
**Bettenkapazität:** 72 000 (davon 32 000 in Hotels, 30 000 Privatunterkünfte und Camping)  
**Wichtigste Zielgebiete:** Berge, Küste, Heilbäder  
**Welterbestätten der Unesco:** Grotten von Skocjan HAS

ZYPERN

# Mit westeuropäischen Standards

Die Zyprioten setzen grosse Hoffnungen auf Europa, um ihre Insel nach den schwierigen Jahren wieder als attraktive Destination zu positionieren.

KATJA HASSENKAMP

Die drittgrösste Mittelmeerinsel ist seit 1974 zweigeteilt: Im Norden sitzen die Türken und im Süden liegt die Republik Zypern. Mit Blick auf den EU-Beitritt hat sich der internationale Druck auf die Inselpolitiker verstärkt, um noch vor dem 1. Mai 2004 eine gangbare Lösung für die Wiedervereinigung aufzuzeigen. Zurzeit wird auf dem Bürgerstock darüber verhandelt.

Trotz ihres besonderen politischen Status gilt die Insel als sicheres Reiseziel. Was die wirtschaftliche Entwicklung betrifft, so hat der südliche Teil

Photo: zyg



ISTRIEN

Die Gemeinde Piran liegt am äussersten nordwestlichen Teil Istriens. Sie umfasst 43 km<sup>2</sup> mit 17 000 Einwohnern. Neben der überwiegenden slowenischen Bevölkerung lebt in der Gemeinde auch eine starke italienische Minderheit.

Eine Fülle von Heilbädern positioniert Slowenien zudem gut im Wellness- und Gesundheits-Segment und könnte die Destination langfristig zu einer durchaus ernst zu nehmenden Konkurrenz für die Schweiz machen.

### INVESTITIONEN IN HOTELS UND VERKEHR

Derzeit verfügt Slowenien über 72 000 Betten, von denen 32 000 in Hotels stehen. Ein weiterer Ausbau der Kapazitäten ist geplant, und auch die Verkehrsinfrastruktur soll weiter verbessert werden: Wurden von 1994 bis 2003 insgesamt 300 Kilometer Autobahnen und Strassen gebaut, so sollen in diesem Jahr zusätzliche 115 Kilometer in Angriff genommen werden.

Was die Unterkunftsstruktur betrifft, so hat man im vergangenen Jahr die ersten beiden Jugendherbergen in Dutovlje (Karstgebiet) und in der Hauptstadt Ljubljana eröffnet. Aber auch im Luxussegment wird investiert: Das «Grand Hotel Palace» in Portorose wurde komplett renoviert und fungiert jetzt als 5-Sterne-Etablissement; im «Grand Hotel Emona» wurde ein Kongressaal für 1100 Personen eröffnet; in Priskanj und Kranjska wurden 4-Sterne-Häuser eröffnet und in Maribor sind zwei Golfplätze geplant.

Die slowenische Regierung will bis zum Jahr 2010 zusätzliche 1,6 Mrd. Euro in die touristische Infrastruktur investieren und setzt dabei auf Partnerschaften mit privaten Unternehmen. Neben einer Aufstockung der Bettenkapazität und einer Verbesserung des Leistungsangebotes, soll auch in den Dienstleistungssektor investiert werden u. a. durch eine Verbesserung der Ausbildung. Geplant sind mehrere Hotelfachschulen, dabei sind Kooperationen mit Schweizer Schulen erwünscht.

### SCHWEIZ AN 15. STELLE BEIM INCOMING

Seit 1999 kann Slowenien kontinuierlich steigende Besucherzahlen verbuchen. Im vergangenen Jahr wurden 1,4 Millionen ausländische Gäste und 4,2 Millionen Auslandsübernachtungen registriert.

Wichtigster Quellmarkt ist Italien mit 287742 Gästen, vor Deutschland und Österreich; die Schweizer liegen auf Platz 15 mit 22500 Gästen. Die Zahl der inländischen Gäste lag im Jahr 2003 bei 871416 und die Zahl inländischer Übernachtungen bei 3,3 Millionen. Beliebteste Reiseziele der Ausländer sind die Berge (1,2 Mio. Übernachtungen), die Küste (1 Mio. Übernachtungen) und die Heilbäder

(830 000 Übernachtungen); für die Slowenen sind die Heilbäder besonders attraktiv.

### SLOWENEN REISEN AM MEISTEN MIT DEM AUTO

In der Zeit von April bis einschliesslich Dezember 2003 registrierte das Statistikamt Sloweniens 2,7 Millionen private Reisen; im zweiten und dritten Quartal überwogen die Auslandsreisen, während zum Jahresende vor allem slowenische Destinationen gefragt waren. In den Sommermonaten gingen über 60 Prozent der Reisen ins Ausland, vor allem nach Kroatien, Bosnien, Herzegowina und in geringerem Masse nach Italien. Über 80 Prozent der Reisenden fuhrten mit dem Auto und gaben im Schnitt 33,8 Euro pro Tag aus. Zwischen 12 und 13 Prozent der Reisenden haben ihren Urlaub per Internet vorbereitet und nur knapp 20 Prozent der Urlauber buchten bei einem Reisebüro.

Am 1. Mai 2004 wird die EU zehn neue Länder aufnehmen. In lockerer Folge stellt die htr das touristische Potenzial der acht ehemaligen Ostblockstaaten sowie von Malta und Zypern vor. Bisher wurde über Ungarn und Polen (19. Februar) sowie Litauen, Estland und Lettland (4. März) berichtet.

Infrastruktur definiert werden kann – inzwischen wurde sogar die erste thematische Ferienstrasse ausgeschildert: die Route der Aphrodite führt zu allen Orten, die mit der Göttin in Verbindung zu bringen sind.

### Facts zu Zypern

**Fläche:** 9251 km<sup>2</sup> (Süden: 5896 km<sup>2</sup>, Norden: 3355 km<sup>2</sup>)  
**Einwohnerzahl:** 715 000 (Süden: 504 500; Norden 210 500)  
**Hauptstadt:** Levkosía zweigeteilt (Süden: 200 000, Norden: 95 090 Einwohner)  
**Bruttoinlandsprodukt pro Kopf:** 15 218 Euro (Süden)  
**Bettenkapazität:** 105 000  
**Welterbestätten der Unesco:** drei HAS

bereits alle Vorbedingungen für den EU-Beitritt erfüllt und gehört zu den Musterschülern unter den Kandidaten.

Die touristische Infrastruktur entspricht weitgehend westeuropäischen Standards und jahrelang konnten Zuwachsraten registriert werden, da Zypern für die westeuropäischen Quellmärkte eine schnell erreichbare Mittelstreckendestination ist. Im vergangenen Jahr haben die europäischen Veranstalter allerdings zu hohe Preise und ein ungünstiges Preis-Leistungs-Verhältnis bemängelt. Hinzu kamen die ungünstigen internationalen Rahmenbedingungen, und so mussten die Zyprioten rückläufige Ankunfts zahlen hinnehmen: Minus 4,8 Prozent auf 2,3 Millionen Gäste; die Zahl der deutschen Urlauber ging um 25,7 Prozent und die der Schweizer Besucher sogar um 41,9 Prozent auf zurück, während sich der wichtigste Herkunftsmarkt, Grossbritannien stabilisiert hat.

Um die Talfahrt zu bremsen, hat die Cyprus Tourism Organisation (CTO) jetzt einen Strategieplan bis zum Jahr 2010 vorgelegt. Er soll neben den traditionellen Themen Natur und Kultur vermehrt den Aktivurlaub fördern – u. a. sind sechs neue Golfplätze geplant – und auch der Agrotourismus soll mit Hilfe der EU-Fördergelder ausgebaut werden (die Union hat 12 Mio. Euro für dieses Segment bereit gestellt). Zugleich soll das Hotelangebot aufgebessert, und das Strassennetz ausgebaut werden. Man ist sich auch bewusst, dass die Qualität der Serviceleistungen optimiert werden muss, um das Preis-Leistungs-Verhältnis wieder ins Lot zu rücken.

Vom EU-Beitritt erhoffen sich die CTO-Verantwortlichen positive Auswirkungen, da dadurch der Bekanntheitsgrad der Insel zunehmen wird und Zypern eindeutig als europäisches Reiseziel mit einer guten In-

## ENJOY SWITZERLAND

## Über Gastfreundschaft reden und sie leben

Vier Pilotdestinationen sind damit beschäftigt, die Gastfreundschafts-Initiative von Schweiz Tourismus mit konkreten Massnahmen umzusetzen. «Enjoy Switzerland» macht gastorientiertes Denken und Handeln zum Dauerthema – und hat bereits einen Erfolg erzielt.

ROBERT WILDI

Ein Gefühl der totalen Zufriedenheit soll der Feriengast in der Schweiz erleben. Dieses Ziel hat sich Schweiz Tourismus (ST) mit dem im letzten Jahr lancierten Projekt «Enjoy Switzerland» auf die Fahne geschrieben. Eines hat die ST-Initiative bereits nach wenigen Monaten erreicht: Man spricht in der Schweiz vermehrt über die Qualität von erbrachten Dienstleistungen und hinterfragt die eigene Gastfreundschaft kritischer. Das ist ein wichtiger erster Schritt, um Verbesserungen zu erzielen. In den vier Pilotdestinationen von «Enjoy Switzerland» ist man bemüht, die Vorgaben des Projekts konkret umzusetzen.

## GEMEINSAMKEIT BEREITET ALS ERFOLG GEWERTET

Erste Resultate haben Lenzerheide-Valbella, Zermatt, Scuol und Villars-Gryon bereits vorzuweisen. Für Michaela Rossi ist die Bereitschaft von 13 Leistungsträgern, gemeinsam eine solche Kampagne anzugehen, bereits ein Erfolg. Die Scuol-Tourismus-Angestellte und Projektleiterin von «Allegria in Svizra», wie die Initiative im Engadiner Skitort genannt wird, spricht von einer Kettenreaktion. «Durch den grossen Zuspruch sind auch weitere Leistungsträger aufgetrüttelt und sensibilisiert worden», so Rossi. Ein Umdenken sei auch bei Privatpersonen feststellbar. «Ein Einheimischer hat mir gesagt, dass er nun viel besser mit den Gästen umgehen, da Scuol neu das Prädikat «gastfreundlich» innehat.»

## DISKUSSION UM QUALITÄT IST EIN DAUERTHEMA

Ähnliche Erfahrungen macht Yvonne Vogel, Projektleiterin «Enjoy Switzerland» in Lenzerheide/Valbella. «Die Diskussion um Qualität ist zu einem Dauerthema in sämtlichen Verbänden, Gremien und Organisationen geworden», hat sie festgestellt. Allein deshalb werde die Gästebe-

treuung stärker ins Zentrum gerückt und bewusster gelebt. «Organisatorische oder betriebliche Probleme stehen nicht mehr im Vordergrund», so die Projektleiterin. Genau diese Sensibilisierung auf Gästebedürfnisse fördere die Dialogbereitschaft innerhalb der Destination. Auch in Zermatt ist es gelungen, das Zusammengehörigkeitsgefühl der Dienstleister zu steigern. «In unserem elfköpfigen Projektteam sind sämtliche Leistungsträger-Kategorien von Zermatt vertreten», freut sich der «Enjoy Switzerland»-Projektleiter Urs Abgotzpon.

## QUALITÄTSKURSE UNTER DER LEITUNG DES FIF

Gut angelaufen ist «Enjoy Switzerland» auch in Villars-Gryon. Schon zum offiziellen Projektbeginn im Dezember hatten 250 interessierte Personen zusammengefunden. Seither fanden diverse Veranstaltungen statt. Den Mitarbeitenden von Leistungsträgern wurde die Broschüre «Info» verteilt.

Neben der Entwicklung eines neuen Bewusstseins durch Gespräche beinhaltet das ST-Projekt auch eine schulische Komponente. Unter der Leitung des Berner Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) haben in den Pilotdestinationen Qualitäts-Kurse stattgefunden. Diese wurden speziell auf die lokalen Bedürfnisse abgestimmt und mit projektspezifischen Komponenten ergänzt.

## ORTSLEITSYSTEM IN ZERMATT, ...

Neben den gut besuchten Kursen sind in den Destinationen auch bereits konkrete Verbesserungen umgesetzt worden. In Zusammenarbeit mit der Gemeinde, den Bergbahnen und dem Gewerbeverein hat beispielsweise Zermatt Tourismus im Dezember ein neues Ortsleitsystem eingeführt. Dank fünf Hauptwegweisern, die mit dem «Enjoy-Switzerland»-Logo versehen sind, können sich Gäste des Ferienorts nun besser zurechtfinden. Im Zuge des Gastfreundschafts-Projekts beteiligen sich mit den Bergbahnen, dem Tourismusverein sowie dem 3-Sterne-Hotel Biner zudem drei Zermatter Dienstleister am Qualitätsprogramm «Valais Excellence».

In Scuol haben sich Mitglieder aus allen zehn Ferienorten im Unterengadin zu einer Arbeitsgruppe zusammengeschlossen, die sich mit dem «Romanischen Erlebnis» auseinander-

setzt. Ziel ist es, die romanische Eigenart sowie Traditionen für Feriengäste erlebbar und attraktiv zu machen. Mit der Initiative soll eine Brücke zwischen dem authentischen Angebot und interessierten Gästen geschlagen werden.

## ... PARHOTELLERIE-VEREIN IN LENZERHEIDE

Greifbare Ergebnisse aus der «Enjoy-Switzerland»-Kampagne hat auch Lenzerheide-Valbella vorzuweisen. Die regionalen Bergbahnen haben unter dem Motto «Der richtige Umgang mit Kundenreklamationen» ihr Reklamationswesen einheitlich geregelt. Ursprung dieser Aktion war eine Analyse des Ist-Zustandes. Es wurde ein Leitfadensystem erstellt und mittels einer Schulung im Januar dem Kassenspersonal verinnerlicht.

Ein Produkt von «Enjoy Switzerland» ist auch der neue Parahotellerie-Verein «Lenzerheide-Valbella Apartments», mit welchem Kommunikationslücken unter den Ferienwohnungsvermietern geschlossen werden können.

## DEN GUTEN GEIST WEITERENTWICKELN

In den kommenden Wochen und Monaten wollen alle vier Pilotdestinationen den guten Geist von «Enjoy Switzerland» mit diversen Massnahmen, Schulungen und Workshops weiterentwickeln. Die Erkenntnisse aus verschiedenen Analysen, die im Vorfeld gemacht wurden, sollen konkret umgesetzt werden.



GASTFREUNDSCHAFT

Die Qualität der im Tourismus und im Gastgewerbe erbrachten Dienstleistungen soll verbessert werden.

## «Wir Dienstleister der Region rücken näher zusammen»

Die Q-Coach-Kurse in Lenzerheide, Scuol und Zermatt wurden auch von Vertretern aus Organisationen ausserhalb der Tourismusbranche besucht. Das Echo ist gut. Hansruedi Müller sei ein mitreissender Referent, schwärmt Marina Bergamin. Sie führt in Parpan einen Coiffeur- und Kosmetiksalon und hat in Lenzerheide den Q-Coach-Kurs im Rahmen des Projekts «Enjoy Switzerland» besucht. Von den Ausführungen des Leiters des Berner Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) ist Bergamin begeistert. «Er hat uns auf eindrückliche Weise dargelegt, dass in einer Ferienregion sämtliche Dienstleistungsbetriebe im gleichen Boot sitzen.» Ganz ähnlich tönt es in Zermatt, wo dem Q-Coach-Kurs neben diversen Tourismus-Dienstleistern auch Vertreter aus Handel und

Gewerbe beigewohnt haben. Gemäss Urs Abgotzpon von Zermatt Tourismus hat bei den Teilnehmenden aus den unterschiedlichen Branchen ein interessanter Gedankenaustausch stattgefunden, der die Feriendestination Zermatt weiterbringe. Die Präsenz von Hansruedi Müller ist auch im Oberwallis bestens angekommen. Jeder Kontakt mit dem Feriengast ist für dessen Eindruck von der Destination von entscheidender Bedeutung, lautet dessen Kernbotschaft. Diese ist auch vom Scuoler Gemeindepolizisten Robert Köhler, der den Q-Coach-Kurs absolviert hat, grundsätzlich gut aufgenommen worden. Sein einziger Kritikpunkt: «Meiner Ansicht nach hat sich die Schulung zu einseitig nur an den Touristen orientiert.» Als Polizist komme er nur selten mit Feriengästen in Kon-

takt und habe sich vom Kurs mehr generelle Tipps für den Umgang mit Menschen erhofft.

Für Marina Bergamin war der Austausch von Erfahrungen mit anderen Kursteilnehmenden ein entscheidender Punkt. «Ich konnte viel lernen von den Vertretern aus den unterschiedlichen Branchen.» Neben ihr nahm in Lenzerheide beispielsweise auch eine Vertreterin der Bündner Kantonalbank am Kurs teil. Eine grössere Bedeutung als bisher wird Bergamin künftig dem Reklamationsmanagement beimessen. Für die Bündnerin ist das Ziel von «Enjoy Switzerland» klar erreicht worden. Sie ist überzeugt, dass die verschiedenen Dienstleister in der Region näher zusammengedrückt sind. Das Q1 möchte sie nun so rasch als möglich für ihren Betrieb erlangen. ROW

## HANSRUEDI MÜLLER

## «Ferienorte kennen keine Nicht-Touristiker»

Der Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) zieht eine erste Bilanz der Qualitätskurse im Rahmen von «Enjoy Switzerland».

INTERVIEW: ROBERT WILDI

Herr Müller, Sie organisieren in den Pilotdestinationen von «Enjoy Switzerland» spezielle Qualitätskurse. Welche Inhalte werden dort vermittelt?

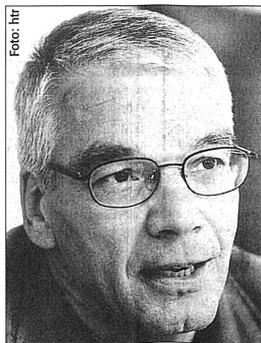
Grundsätzlich werden die Teilnehmenden wie in normalen Q-Coach-Kursen darauf vorbereitet, den eigenen Betrieb zum Q-Gütesiegel I zu führen. Sie lernen also den Umgang mit den vier Q-Management-Instrumenten. Zusätzlich haben wir zwei Q-Enjoy-Spezialmodule eingebaut: In einem ersten Zusatzmodul wird die

durchgehende Dienstleistungskette der Destination unter die Lupe genommen, werden Schwachstellen aufgespürt und daraus Massnahmen abgeleitet. In einem zweiten Motivationsmodul wird gelernt, wie man Mitarbeitende motivieren kann, sich am Q-Entwicklungsprozess zu engagieren.

Haben Sie sich dabei persönlich eingebracht?

Ja. Zusammen mit den bewährten Kursleitern von Gastrosuisse und hotellerieuisse stand ich als «Quasi-Vater» des Qualitäts-Gütesiegel-Programms in den Pilotdestinationen von «Enjoy Switzerland» selbst auch im Einsatz. Es hat nicht nur Spass gemacht – es hat auch gut getan, wieder einmal die touristische Basis hautnah zu spüren. Die Analyse der durchgehenden Dienstleistungsketten vor Ort hat zudem viel Aufschluss über

den zukünftigen Handlungsbedarf gegeben.



Tourismus-Forscher Hansruedi Müller

Wie ist der Kurs bei den Teilnehmenden angekommen?

Das Gesamturteil lag auf einer Skala von 1 als Top-Note bis 5, beispielsweise in Zermatt bei 1,52, in Lenzerheide bei 1,77 und in Scuol bei sogar bei 1,42. Die beiden Zusatzmodule wurden sehr gut aufgenommen. Sie verlängern den Kurs gegenüber dem herkömmlichen Programm um rund 3 Stunden. Ein Vorteil ist sicherlich auch, dass alle Teilnehmenden aus derselben Destination stammen und so entsprechende Netzwerke gefördert sowie Spezialthemen aufgenommen werden konnten.

An den Kursen haben auch Nicht-Tourismus-Organisationen teilgenommen. Müssen diese speziell geschult werden?

Da muss ich eine Gegenfrage stellen: Gibt es in Feriendestinationen Nicht-Touristiker? Alle sind doch vom

Tourismus abhängig, direkt oder indirekt. Die Gäste zahlen ihre Löhne. Natürlich haben auch Personen aus dem Gewerbe, vom Handel oder von der Gemeindeverwaltung teilgenommen. Jedenfalls in Zermatt und Lenzerheide waren es sogar ziemlich viele.

Wie sieht das weitere Kursprogramm im Rahmen von «Enjoy Switzerland» aus?

Vorgesehen war in jeder Pilotdestination ein Impulskurs. Diese waren in Scuol, Lenzerheide und Zermatt sehr erfolgreich. In Villars-Gryon steht er noch bevor. Es liegt nun an den Projektleitern in den Destinationen, den Bedarf an weiteren Kursen zu klären und gegebenenfalls in einem Jahr auch einen Q-Trainer-Kurs zu verlangen. Wir sind gerne bereit, solchen Wünschen zu entsprechen.



**MARCO WYSS** / Er ist zum neuen Präsidenten des Verbands Schweizer Tourismusmanager gewählt worden. SEITE 9



**BERLIN** / Das neu eröffnete Berliner «Radisson» bringt mit einem grossen Aquarium das Meer in die Grosstadt. SEITE 12

**Tourismus  
Hotellerie**

**hotel+tourismus revue**

**MYSTERY PARK**

**Flaute Wintermonate**

Die Aktionäre der Mystery Park AG haben die Herabsetzung des Aktienkapitals um 4 Mio. Franken auf neu 24 Mio. Franken genehmigt. Nach der schwachen Winterperiode hofft die Parkleitung auf steigende Besucherzahlen in den kommenden Monaten.

**DANIEL STAMPFLI**

Mit der einstimmigen Beschlussfassung der 703 an der Generalversammlung vom vergangenen Freitag anwesenden Aktionäre, die 26,56 Prozent des Aktienkapitals vertreten, werden 400'000 Inhaberaktien zum Nennwert von 10 Franken vernichtet. Auch alle anderen Tranktanden wurden durch die Aktionäre genehmigt.

Im ersten Geschäftsjahr hatte der Freizeit- und Erlebnispark einen Reingewinn von 7546 Franken erwirtschaftet (siehe htr vom 11.3.04). 336'325 Personen hatten den Mystery Park besucht. Für das laufende Jahr rechnet die Parkleitung im «Best-case»-Szenario mit 500'000 Besuchern. Die Gewinnschwelle werde bereits bei 300'000 Eintritten überschritten. Damit der Mystery Park im Jahr 2004 500'000 Besucher verzeichnen kann, müssen ab jetzt bis Ende Jahr im Durchschnitt täglich 1647 Eintritte registriert werden, wie Direktor Oswald Zurbrugg vor Medienvertretern erklärte. In den ersten drei Monaten wurden im Schnitt täglich 449 Besucher gezählt. Die Wintermonate seit November 2003 seien insgesamt flau gewesen. Eine Sonderausstellung unter dem Titel «Unsolved mysteries» soll die Besucherfrequenzen in den Monaten November 2004 bis März 2005 wieder ankurbeln.



Das Wahrzeichen des Mystery Parks.

Foto: zvg



**AKTIEN FÜR FERIE**

Hapimag als Ferienwohnrechtsanbieter zählt über 60 Ferien-Residenzen mit rund 5000 Apartments im In- und Ausland (im Bild das Resort in Flims).

**HAPIMAG**

**Opposition verliert Zugpferde**

Rückschlag für die oppositionellen Hapimag-Aktionäre: Drei zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagene Personen stehen ab sofort nicht mehr zur Verfügung. Ebenso haben die Wirtschaftsanwälte der Zürcher Kanzlei Prager Dreifuss ihr Mandat niedergelegt.

**DANIEL STAMPFLI**

«Wegen gewisser Vorkommnisse seitens der deutschen Aktionärsgruppe» habe sich die Kanzlei Prager Dreifuss entschieden, deren Interessen nicht mehr zu vertreten, erklärte Hannes Imboden, welcher sich zusammen mit Dieter Bauer (ex Steigenberger Hotels) und Armin Henzen (ex Mövenpick) für die Generalversammlung vom 7. Mai zur Wahl in den Verwaltungsrat der Baarer Vermittlerin von Ferienwohnräumen zur Verfügung gestellt hatte.

Imboden, bis 2001 Direktor von Berner Oberland Tourismus und heute als Berater im Tourismusgeschäft tätig, war zusammen mit Bauer und Henzen von der Kanzlei Prager Dreifuss – im Auftrag der oppositionellen Hapimag-Aktionäre in Deutschland –

für eine Kandidatur angefragt worden. Nach dem Rückzug der Anwaltskanzlei haben sich die drei entschieden, nicht mehr für eine Wahl in den VR zur Verfügung zu stehen. «Mit grosser Wahrscheinlichkeit ist die Übung nun zum Scheitern verurteilt», beurteilt Hannes Imboden die aktuelle Situation. Von der Kanzlei Prager Dreifuss war keine Stellungnahme zu den Gründen zu erhalten, welche zum Rückzug geführt haben.

**OPPOSITIONSFÜHRER WILL NICHT AUFGEBEN**

Der Deutsche Thomas Schreiber, Präsident der oppositionellen Hapimag-Aktionäre, will nun einen anderen Anwalt beauftragen, seine Interessen wahrzunehmen, wie er auf Anfrage der htr erklärte: «Erst muss ich mich jetzt schlau machen, wie der genaue Sachverhalt ist.» Schreiber selbst sieht keinen Grund, sich zurückzuziehen. Er und Giorgio Gambino wollen offenbar an der Generalversammlung vom 7. Mai weiter für die Anliegen ihrer Aktionärsgruppe kämpfen: «Warum sollte ich mich zurückziehen?» Weitere Personen zur Wahl in den Verwaltungsrat will Schreiber an der Generalversammlung vorschlagen. Schreiber wird immer wieder mit dem in Deutschland wegen Betruges zu viereinhalb Jahren

Gefängnis verurteilten Carsten Beyreuther in Verbindung gebracht.

Bei Hapimag zeigt man sich «erleichtert, dass diese drei honorarigen Kandidaten entschieden haben, sich nicht für die undurchsichtigen Absichten der Aktion Schreiber einzuspannen zu lassen», so eine erste per E-Mail verbreitete Reaktion. «Das Thema ist gegessen», so Kurt Scholl, Vorsitzender der Hapimag-Konzernleitung, gegenüber der htr. Scholl geht davon aus, dass die Umsturzpläne der oppositionellen Aktionärsgruppe an der bevorstehenden Generalversammlung keine Mehrheit finden werden, da in den verbleibenden Wochen noch etliche Aktionäre Thomas Schreiber ihre Stimmrechte wieder entziehen würden.

**HANDLUNGSBEDARF BEI DEN RESERVATIONEN**

Der vor kurzem noch als Verwaltungsratskandidat gehandelte Tourismusprofi Hannes Imboden weist auf «gewisse Unzufriedenheitsfaktoren aus Aktionärskreisen» hin, die beseitigt werden müssten. Einiges müsse verbessert werden, und das Unternehmen müsse flexibler werden und mehr auf die Gästebedürfnisse eingehen. Zu Kritik Anlass gebe zum Beispiel das Reservationsprozedere. Heute müss-

ten die Reservationswünsche elf Monate zum Voraus angemeldet werden. «Das ist nicht sehr kundenfreundlich», so Imboden. Weiter würden seitens von Hapimag die saisonalen Schwankungen bei den Buchungswünschen nicht optimal kanalisiert.

Ein anderes Problem sei die Rücknahme von Aktien durch Hapimag. 24'000 Aktien möchten Aktionäre zurückgeben. Dies sei zurzeit aber nicht möglich, da Hapimag laut Statuten nur maximal 10 Prozent der jährlich neu ausgegebenen Aktien zurücknehmen dürfe. Und auch das im Herbst 2003 initiierte Aktienrückkaufprogramm konnte noch lange nicht alle ausstiegswilligen Aktionäre zufrieden stellen. Trotzdem müssen die verkaufswilligen Aktionäre jedoch pro Aktie und Jahr eine Jahrespauschale von 250 Franken entrichten. Dass die Hapimag-Aktie an Attraktivität verloren habe, drücke sich laut Imboden auch im Aktienkurs aus. Die zu 9100 Franken durch Hapimag ausgegebenen Titel werden auf dem Graumarkt zu deutlich tieferen Kursen gehandelt.

An die Grundidee der Vermittlung von Ferienwohnräumen glaubt Imboden nach wie vor. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat hätten die Anliegen, welche aus Aktionärskreisen an sie herangetragen wurden, zu wenig schnell aufgenommen.

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

**Kostenkontrolle?**  
... mit dem massgeschneiderten Budgetierungs- & Controllingtool von GastroSoft

gastrosoft  
www.gastrosoft.ch

**Oh Pasta mia!**

Conva  
ConvaTech AG  
Gastbergstrasse 46  
8280 Kreuzlingen  
Tel: 071 677 98 85  
Fax: 071 677 98 89  
info@conva.ch  
www.conva.ch

**happy4YOU**

**Investitionsengpass?  
Mit lease&sleep  
flexibel bleiben.**

happy systems™

I wett i hett es happy-Bett.

Tel. 071 387 44 44, www.happy.ch

**hoteljob**

Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie

hotelleriejobsuisse

Suchen Sie ... MitarbeiterInnen? eine neue Stelle?

Telefon 031/370 43 33  
Fax 031/370 43 34  
hoteljob.be@swiss-hotels.ch  
www.hoteljob.ch

FRISCHAUF est. 1908

**BOX SPRING**  
BETTENSYSTEME...

... zertifiziert, 5 Jahre Vollgarantie!

www.boxspringbetten.ch

Made by Frischauf.ch, Heinz Hohl, www.tld.ch



**Ecole Hôtelière de Genève "ES"**  
 ECOLE SUPERIEURE «ES» DE MANAGEMENT  
 RECONNUE PAR LE GOUVERNEMENT SUISSE  
 Une institution de GASTR@SUISSE depuis 1914

**2½ ans diplôme de  
 RESTAURATEUR-HÔTELIER «ES»  
 RESTAURATRICE-HÔTELIÈRE «ES»**

**Début des sessions : fin mars et fin septembre**

Av. de la Paix 12  
 1202 Genève • Suisse  
 Tél. 022 919 24 24  
 Fax 022 919 24 28  
 info@ehg.ch • www.ehg.ch

Become a Leader in the  
 Fastest Growing Industry



**Boston  
 University**

**Diploma Program for Summer 2004!**

Earn a Graduate Diploma in **Hospitality  
 and Tourism Management** this summer.  
 Rigorous, cutting-edge education offered  
 in collaboration with Boston University's  
 world-renowned School of Hospitality  
 Administration.

**BOSTON  
 UNIVERSITY**  
 G L O B A L

**www.bu.edu/global  
 +1 (617) 353-8429**

Boston University is an equal opportunity/affirmative action  
 educational institution and employer.

**HOTELSCHULE LÖTSCHER**  
 Grundlagen zum Erfolg

**Der Réceptionskurs**

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

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

Verlangen Sie bitte unser detailliertes Kursprogramm oder besuchen  
 Sie uns auf unserer Homepage - [www.hotelschule-loetscher.ch](http://www.hotelschule-loetscher.ch)

HOTELSCHULE LÖTSCHER, Farbstasse 1B, 7270 Davos Platz  
 Tel. 081 420 65 26 E-Mail: [info@hotelschule-loetscher.ch](mailto:info@hotelschule-loetscher.ch)

SOUTHBORNE SCHOOL OF  
**ENGLISH**  
 BOURNEMOUTH ENGLAND

**Lernen & Arbeiten  
 für Hotel- & Gastrotypen**

Tel. 031 950 28 27  
[www.best-of-english.ch](http://www.best-of-english.ch)

**Sprachausbildung**  
 Originalpreise - hervorragende Schulen in  
**England USA Kanada Australien  
 Neuseeland Frankreich Italien**  
 Annemarie+Rolf Frischknecht Tel. 01/626 39 58  
[www.sprachausbildung.ch](http://www.sprachausbildung.ch)

**Italienisch in Florenz**

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

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

Scuola Toscana  
 Via dei Benci, 23  
 50122 Firenze/Italia  
 Tel. und Fax 0039/055 244583  
[www.scuola-toscana.de](http://www.scuola-toscana.de)



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisches  
 angewandtes **FRANZÖSISCH**  
**CCIEL**, Negressaue  
 F-79370 CELLES/BELLE  
 Telefon: 0033-5-49-279 275  
 Fax: 0033-5-49-272 179  
 E-Mail: [cciel@mellecom.fr](mailto:cciel@mellecom.fr)  
<http://www.mellecom.fr/cciel>

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

145391/362204

**LIEGENSCHAFTEN**

**HESSER**  
 UNTERNEHMENSBERATUNG  
 FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Wir verkaufen - vermieten  
 oder suchen Ihren neuen Betrieb ...

Haben Sie einen interessanten Betrieb  
 zu verkaufen - zu vermieten?

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

Wir sind auch die Spezialisten  
 für Betriebsanalysen, Marketingkonzepte  
 und haben das Know-how, die Kontakte  
 und gute Ideen.

Sonnenhof 37, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
 055/410'15'57 - 079/422'37'24  
 Fax 055/410'41'06

Für 60 Jahre im Baurecht abzugeben:

**Restaurant «Zum Alten Löwen»  
 mit Gartenwirtschaft**  
 Universitätstrasse 111, Zürich 6 - Oberstrass

Das Restaurant mit der beliebten Gartenwirtschaft unter Kastanienbäumen  
 liegt im Zentrum des Quartiers Oberstrass, direkt angrenzend an den neu  
 entstehenden Quartierplatz.

Das renovationsbedürftige Gebäude gilt als quartierhistorischer Bauzeuge  
 aus dem frühen 19. Jahrhundert und soll durch den Baurechtsnehmer nach  
 denkmalpflegerischen Gesichtspunkten instand gestellt und als Quartier-  
 wirtschaft betrieben werden.

Raumprogramm:  
 - Gaststube mit ca. 80 Sitzplätzen  
 - Gartenwirtschaft mit ca. 200 Sitzplätzen  
 - 2 Untergeschosse (1 für Restaurant-Erweiterung möglich)  
 - 3/2- und 5-Zimmerwohnung, Betriebsbüro und Sitzungszimmer

Interessierte erhalten eine Dokumentation bei  
 Liegenschaftsverwaltung der Stadt Zürich  
 Nicole Bosshardt (01/216 53 01, Fax 01/216 53 57)  
 E-Mail: [nicole.bosshardt@vz.stzh.ch](mailto:nicole.bosshardt@vz.stzh.ch)

**LIEGENSCHAFTENVERWALTUNG  
 DER STADT ZÜRICH**

Beatrice Gasser verkauft  
**IHR HOTEL 3-5 Sterne**  
 gegen Erfolgshonorar  
**GASSER CONSULTING**  
[www.gasserconsulting.com](http://www.gasserconsulting.com)  
 Tel.01 881 24 44 +079 404 76 56

**hoga-portal.ch**  
 die Immobilienbörse für hotel und gastro  
[info@hoga-portal.ch](mailto:info@hoga-portal.ch) • tel. 032 387 42 52

A vendre  
**magnifique restaurant**  
 80 places + terrasse au centre de  
 Crans-Montana, situation de premier  
 ordre, Chiffre d'affaires important.  
 Tél.079/572.62.77

**Gastro Express**

Marktplatz für  
 gastgewerbliche  
 Liegenschaften &  
 Occasionsgeräte

Verbier-Nord  
 Mayens-de-Riddes VS  
 en face du télécabine, à louer

**café-restaurant**  
 120 places avec terrasse 100 places  
 et 5 chambres à louer  
 Libre mai 2004.  
 Tél. 079 445 87 62, Tel. 079 246 81 62

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

**ANZEIGEN**

**URMAX: Ideen**

**Deko  
 von URMAX!**  
 Verkauf - Vermietung - Beratung

**\* 100% WIR**



Oberdorfstrasse 18 - 5722 Gränichen  
 Steinvorstadt 73 - 4051 Basel  
 Zähringerplatz 15 - 8001 Zürich

\*Verkauf [www.urmax.ch](http://www.urmax.ch)

**URMAX**  
 Die Nr.1 in Sachen Deko!

**Vitrines à pâtisserie**  
**Buffets à salades**  
**Buffets froid/chaud**  
**petits déjeuners**  
**FRIGONORM**  
 Lausanne: Tél. 021 625 92 50  
 Bern: Tél. 031 951 23 73



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

**Jede Geste zählt !**

Postfach, 8030 Zürich  
**PK 12-100-2**

**Über Internet und  
 nette Gäste.**

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

**Anzeigenschluss über die Feiertage – Doppelnummern der hotel-tourismus revue**

**Termine für die Ausgaben 15/16 (Doppelnummer Ostern):**  
 Anzeigenschluss Geschäfts- und Liegenschaftsanzeigen: Mittwoch, 31. März 2004, 15 Uhr  
 Anzeigenschluss für die Stellenrevue: Freitag, 2. April 2004, 12 Uhr

**Erscheint am: Donnerstag, 8. April 2004, (Donnerstag, 15. April 2004, Ausfallnummer)**

\*\*\*

**Termine für die Ausgabe 21 (Auffahrt):**  
 Anzeigenschluss Geschäfts- und Liegenschaftsanzeigen: Mittwoch, 12. Mai 2004, 15 Uhr  
 Anzeigenschluss für die Stellenrevue: Freitag, 14. Mai 2004, 12 Uhr

**Erscheint am: Donnerstag, 20. Mai 2004**



## Baustopp in Saas Fee

**Denkpause.** Der Gemeinderat von Saas Fee hat laut «Walliser Bote» beschlossen, ab sofort für 18 Monate einen Baustopp zu verhängen. Davon ausgenommen sind Hotelneubauten, gewerbliche und öffentliche Bauten sowie Umbauten. Diese Massnahme soll Gelegenheit geben zum Innehalten und Nachdenken über die Zukunft des Kurorts. Es gelte, der Frage nachzugehen, wie viele Bettenkapazitäten Saas Fee verträge, um attraktiv zu bleiben. *CK*

## Infostelle geschlossen

**Kanton Glarus.** Der Verein Glarnerland Tourismus (GLT) hat sich an der Delegiertenversammlung in Ennenda aufgelöst. Dies ist die Konsequenz aus dem gescheiterten Zusammenschluss der örtlichen Verkehrsvereine zum Dachverband «GLT neu».

Ziel des Anfang 2003 gestarteten Projekts war die Schaffung von professionellen Vermarktungs- und Führungsstrukturen. Alle Regionen der Destination Glarnerland sollten gemeinsam auftreten, in-

dem sie ihre Marketingaktivitäten zusammenlegen. Weil die Sportbahnen Elm aber ihren Marketingbeitrag nicht erhöhen wollten, wurden die nötigen Mittel von 500 000 Franken nicht erreicht.

Daraufhin beschloss der Glarner Regierungsrat im Januar, das Projekt nicht weiter zu verfolgen und strich sämtliche Beiträge an Glarnerland Tourismus. Jetzt beschloss der Verein GLT, die Infostelle im Bahnhof Glarus zu schliessen und den Verein aufzulösen. *CK/sda*

## Gstaad: Die Fusion ist gelungen

**Bergbahnen:** Die Fusion der Bergbahnen im Saanenland ist beschlossen. Die letzten Generalversammlungen der insgesamt zehn Einzelgesellschaften haben dem Projekt zugestimmt. Die neue Gesellschaft nennt sich «Bergbahnen Destination Gstaad» und umfasst zehn bisherige Betriebe auf dem Territorium von sieben Gemeinden in zwei Kantonen und zwei Sprachregionen.

Die Fusion vollzieht sich aus rechtlichen Gründen in zwei Schritten: zuerst die Ber-

ner Gesellschaften, einige Wochen später die Waadtländer Gesellschaften. Das operative Geschäft der insgesamt zehn einzelnen Bahngesellschaften soll im Mai an die neue Gesellschaft übergehen.

Zum neuen Verwaltungsratspräsidenten wurde Richard Kummrow gewählt. Peter Furger übernimmt die Geschäftsführung. Mit der Fusion entsteht eine der zehn grössten Bergbahngesellschaften der Schweiz mit einem Umsatz von rund 26 Mio. Franken.

Die Bergbahnen Destination Gstaad wollen in den kommenden zehn Jahren rund 70 Mio. Franken investieren. Mehrere alte Anlagen werden durch neue ersetzt, bestehende erneuert. Die Regionsgemeinden und die Kantone Bern und Waadt stellen Mittel von rund 28 Mio. Franken zur Verfügung, die Gemeinde Saanen stellt ca. 39 Mio. Franken. Die Mitarbeitenden der Bahngesellschaften sollen übernehmen, Personalabbau durch Fluktuationen aufgefangen werden. *CK/sda*

### WORKSHOP AM VSTM

## Wer kann was tun?

Was lässt sich tun, um Politiker und Bevölkerung besser für die Anliegen des Tourismus zu sensibilisieren? Judith Renner-Bach, Direktorin Schweizer Tourismusverband, sammelte an der Generalversammlung des Verbands Schweizer Tourismusmanager Ideen.

CHRISTINE KÜNZLER

Sensibilisierung ist zwar noch keine Voraussetzung, um im Tourismus Erfolg zu haben, doch sie würde einiges erleichtern. Judith Renner-Bach, die Direktorin des Schweizer Tourismusverbands, sammelte in ihrem Workshop an der Generalversammlung des Verbands Schweizer Tourismusmanager VSTM (siehe nebenstehenden Artikel) Vorschläge, wie die Sensibilisierung für den Tourismus vertieft werden könnte. Zusammengekommen sind viele Ideen, die nun in einem weiteren Workshop zu den wichtigsten Punkten reduziert werden müssten. Ein Punkt kam klar hinaus: die Zusammenarbeit auf verschiedenen Ebenen und mit verschiedenen Organisationen müsste verbessert werden.

Auf nationaler Ebene regten die Tourismusmanagerinnen und -manager an, qualitativ hochstehende Angebote zu kommunizieren und grundsätzlich weniger zu jammern – Zweites mit Seitenblick auf die touristischen Verbände und Hochschulen. Eine weitere Möglichkeit sei, Tourismusfachleute in das Parlament zu wählen oder Politiker vermehrt in nationalen Veranstaltungen einzubinden. Grundsätzlich sollte das Image in der Gastronomie und Hotellerie verbessert und junge Berufsleute motiviert werden, im Tourismus mitzuarbeiten.

### DIE BEVÖLKERUNG MEHR MITEINBEZIEHEN

Angeregt wurde auch, in den Schulen das Tourismusbewusstsein aufzubauen, indem man dort Gastfreundschaft thematisiert. Auf kantonaler und regionaler Ebene aber liesse sich noch anderes tun – indem man beispielsweise Medien verstärkt informiert und mit Kennzahlen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus transparenter macht. Einige VSTM-Mitglieder schlugen vor, selber aktiv zu politisieren oder zumindest das Lobbying zu verstärken.

Was sich auf nationaler und kantonaler Ebene als sinnvoll erweist, kann auch auf die lokale Ebene transferiert werden. Aber auch die Tourismusorganisationen selber haben Möglichkeiten, die Bevölkerung zu sensibilisieren: Indem sie beispielsweise Tage der offenen Tür durchführen (auch in Hotels, Freizeitparks etc.), die Bevölkerung in Entscheide miteinbeziehen und einen Teil des Marketingbudgets für die Einheimischen investieren (durch Events beispielsweise).

Foto: Christine Künzler



### ANSTOSSEN AUF DIE STABÜBERGABE

Marco Wyss (links) übernimmt von Eddy Peter die Aufgabe, den Verband Schweizer Tourismusmanager als Präsident zu führen.

### VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER

# Marco Wyss ist neuer Präsident

Der Verband der Schweizer Tourismusmanager und -managerinnen wählte an der Generalversammlung einen neuen Präsidenten: Marco Wyss. Der bisherige Präsident, Eddy Peter, hatte noch eine gute Nachricht zu überbringen: Innoutour unterstützt die KV-Reform.

CHRISTINE KÜNZLER

Rund 50 Tourismusdirektorinnen und -direktoren – beziehungsweise -managerinnen und -manager – wählten an der Generalversammlung in Winterthur den Direktor des Heidilands, Marco Wyss, zum neuen Präsidenten ihres Verbands. Er tritt die Nachfolge von Eddy Peter an, Direktor Sion Tourisme, der den Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM) während fünf Jahren geleitet hat.

«Das Interesse am Berufsverband und an der Branche» habe Marco Wyss dazu bewogen, dieses Amt anzunehmen. «Unsere Branche ist aus wirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Sicht sehr wichtig. Und es liegt nun an uns Tourismusmanagern und Tourismusmanagerinnen, das Unsere dazu beizutragen.»

Die Schwerpunkte des neuen Präsidenten sind die Mitsprache und Mitarbeit in der Tourismuspolitik, die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder und deren Mitarbeitenden. Ein grosses Anliegen sei ihm auch die Positionierung des VSTM. «Wir müssen daran arbeiten, dass unser Verband mehr Gewicht bekommt. Er bietet eine Plattform für gleich gesinnte Berufsleute. Ich glaube kaum, dass es anderswo ein

so massgeschneidertes Weiterbildungsangebot gibt wie unsere Managementseminare.» Der VSTM ermöglichte zudem den Austausch von gleichgelagerten Problemen und damit das Finden adäquater Lösungen. Wyss will Sprachbarrieren abbauen und vermehrt Mitglieder aus der Westschweiz und dem Tessin in den Verband holen. «Denn der Verband ist so stark wie seine Mitglieder», hält er fest.

### KOLLEGIALITÄT IST FÜR EDDY PETER PRIORITÄR

In Eddy Peters 5-Jahres-Bilanz steht die «Freundschaft und die kollegiale Verbindung» mit den Verbandsmitgliedern an erster Stelle. «Alle Projekte, die wir angestossen hatten, konnten realisiert werden. So zum Beispiel die heikle KV-Reform.» Ohne grossen Wirbel zu verursachen habe der VSTM in den letzten Jahren viel erreicht. «Am meisten befriedigt hat mich, dass alle immer am gleichen Strick gezogen haben», so Peter. Ein Wermutstropfen bleibt Peter: Das Ansehen des Tourismusdirektors. «Ein Tourismusdirektor muss etwa 40 Berufe ausüben können – und dennoch kommt er immer unter Beschuss. Ich möchte meine Kolleginnen und Kollegen ermutigen, ihre Arbeit trotz fehlender Würdigung weiterzuführen.» Dabei zähle er auch auf seinen Nachfolger Marco Wyss: «Ich hoffe, dass auch er sich einsetzt, wenn Kolleginnen oder Kollegen unter Beschuss geraten.» Das «Miteinander» ist für Peter sehr wichtig – auch im Bereich des VSTM. Deshalb plädiert er für Zusammenarbeit mit anderen Verbänden.

Seinen Drang zum Miteinander haben die VSTM-Mitglieder an ihrem scheidenden Präsidenten offensichtlich geschätzt. Der Solothurner Tourismusdirektor Erich Egli würdigte in

seiner Laudatio Peters «Art, mit Menschen umzugehen. In deiner Funktion als Präsident hast du dich immer sehr stark für jene Kolleginnen und Kollegen eingesetzt, welche an ihrem Ort Probleme mit dem Vorstand, Präsidenten oder mit Hoteliers hatten oder welchen gekündigt wurde». Eddy Peter sei «nie ein Effekthascher und kein Showman gewesen, viel eher ein etwas stillerer Champfer, jemand, der integrierend wirkte und der einen auch seine sensible Art spüren lässt». Solche Gentlemen seien in der Branche selten geworden, so Egli. Bald wird sie um einen weiteren ärmer: Eddy Peter lässt sich Ende Jahr als Tourismusdirektor pensionieren.

### MITTEL AUS DEM INNOTOUR-FONDS

An der letzten Generalversammlung, die Eddy Peter leitete, konnte er mit einer erfreulichen Mitteilung aufwarten: Innoutour hat dem Gesuch um

einen Beitrag an die KV-Revision stattgegeben. Wie hoch der finanzielle Zusatz ist, ist offen. Christina Miller, Geschäftsführerin des VSTM, spricht von einem «happigen Betrag». Sie geht davon aus, dass der Betrag etwa die Hälfte der Kosten decken werde, die der Modell-Lehrgang verursacht hat. Peter rief die Mitglieder eindringlich dazu auf, KV-Lehrlinge in den Tourismusorganisationen zu beschäftigen. Seiner Ansicht nach sollten nur jene Verkehrsbüros mit dem «Q» ausgezeichnet werden, die auch Lehrlinge ausbilden.

Nebst dem Präsidentenwechsel standen auch noch andere Wahlen an: Walter Rösli, der frühere Direktor von Bern Tourismus, hat sein Amt als Seniorenbombardier dem ehemaligen Interlakener Tourismusdirektor Walter Twerdenbold übergeben. Doris Küng, Appenzel Tourismus, und Freddy Miller, Engelberg Tourismus, treten beide aus dem VSTM-Vorstand aus. Eddy Peter verbleibt ein weiteres Jahr als Past-Direktor im Vorstand.

### Weiter wurde an der GV informiert, ...

... dass die Swiss den Vertrag mit dem VSTM verlängert hat, das heisst, die VSTM-Mitglieder können nach wie vor vergünstigt fliegen;  
... dass auch mit den SBB Vergünstigungen ausgehandelt worden sind;  
... dass die VSTM-Mitglieder für 78 Franken eine Kollektivversicherung abschliessen können, die Berufsrisiken deckt (Infos unter [www.vstm.ch](http://www.vstm.ch));  
... dass die Finanzierung für die Beherbergungsstatistik, die ab 1.1.2005 bei allen Beherbergern, die im Beherbergungsregister geführt werden, zu 90 Prozent gesichert ist. Es fehlen noch

die Zusagen der Kantone Zürich, Genf, Uri und Glarus;  
... dass 11 Kantone bereit sind, die Ferienwohnungsklassifikation einzuführen. Laut Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismusverbands, sind die Verantwortlichen daran, einen einheitlichen Prozess zu finden;  
... dass im Herbst 2004 unter der Aufsicht der Tourismusfachschulen ein neuer Lehrgang angeboten wird, der die Tourex-Ausbildung ablöst;  
... dass der VSTM letztes Jahr 79 Mutationen vorzunehmen hatte. *CK*

## Kritik an Hotelurm

**Davos.** Die Stiftung für Landschaftsschutz Schweiz (SL) ist gegen das geplante Hochhaus in Form eines 105 Meter hohen Turms auf der Davoser Schatzalp. Rodungen von 11 000 Quadratmetern seien für touristische Wohnbauten ungewöhnlich gross, schreibt die SL in ihrer Einsprache zur Revision der Ortsplanung Schatzalp. Ausnahmen vom bestehenden Rodungsverbot dürften nur bei übergeordneten Interessen gemacht werden. Zudem passe der Bau nicht in die Landschaft.

Der von den Basler Architekten Herzog und de Meuron entworfene Turm mit Hotel und Eigentumswohnungen wäre so hoch wie das Berner Münster und damit das höchste Gebäu- de Graubündens. SL regt nun an, die Bruttogeschoss-Fläche im Turm zu reduzieren und die Auswirkungen der höheren Förderleistung der Standseilbahn sowie die Reaktivierung des Skigebiets Strela im Zusammenhang mit der Gesamtplanung des Davoser Skigebiets zu untersuchen. *TL/sda*

## Tipps für autofreie Tage

**Langsamverkehr.** Tage, an denen freiwillig auf das Auto verzichtet wird, lohnen sich für Wirtschaft, Tourismus und Volksgesundheit. Aus diesem Grund haben die Stiftung Veloland Schweiz, der Schweizer Tourismus-Verband (STV), die Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz und das Bundesamt für Raumentwicklung einen neuen Ratgeber entwickelt. Er enthält viele Tipps für die Durchführung eines Anlasses und soll die Lust am Mitmachen wecken. Regionale Er-

lebnistage seien ein Bedürfnis, erklärte STV-Direktorin Judith Renner-Bach. Nationalrat Yves Christen, Präsident von Veloland Schweiz, untermauerte dies mit einem Beispiel: So nahmen am ersten SlowUp um den Murtensee im Jahr 2000 rund 25 000 Personen teil, im letzten Sommer wurden an drei Anlässen bereits 100 000 Personen gezählt. Mittelfristig sollen pro Sommer im ganzen Land acht bis zwölf dieser Langsamverkehr-Events stattfinden, wie Christen ausführte. *TL/sda*

## Pilatus-Bahn zufrieden

**Lucern.** Die Pilatus-Bahnen haben im Geschäftsjahr 2003 dem Negativ-Trend im Tourismus getrotzt: Sie konnten den Umsatz um 11 Prozent auf 17,4 Mio. Franken steigern. Der Cashflow nahm sogar um 50 Prozent auf 4 Mio. Franken zu. Der Reingewinn der Pilatus-Bahnen beträgt 0,36 Mio. Franken. Aufgrund dieses Ergebnisses schlägt der Verwaltungsrat den Aktionären der diesjährigen Generalversammlung am 7. April vor, zum vierten Mal in Folge eine Bruttodividende

von 21 Prozent pro Aktie auszusütten. Den Erfolg führen die Pilatus-Bahnen auf zwei Faktoren zurück: Zum einen habe der Jahrhundertssommer für Top-Frequenzen gesorgt, zum andern hätten wieder mehr einheimische Gäste den Luzerner Hausberg besucht. Mittlerweile stammen 70 Prozent der Besucher aus der Schweiz und Europa. Insgesamt beförderten die Pilatus-Bahnen im letzten Jahr 321 457 Personen auf den Autschsberg. *TL/sda*

### BÖRSENBAROMETER

## Terrorängste verunsichern

Die Aktienkurse sind im März aufs Jahrestief gefallen. Die neuen Terroranschläge und eine Verschärfung der Nahost-Krise tragen Schuld daran.

WERNER LEIBACHER

Die Hoffnungen auf einen lauen Frühling an der Börse erwiesen sich als verfrüht. Nach dem Terroranschlag in Madrid nahm die politische Verunsicherung zu. Zusätzlich Nahrung erhielt das Börsenumfeld durch die Zuspitzung der Lage im Nahen Osten nach der Ermordung des Hamas-Gründers Scheich Jassin. Käufe gab es kaum noch an den Börsen, der Dollar musste erneut Terrain preisgeben.

Wie schon früher bei terroristischen Attacken, gehörten die touristischen Werte an den Börsen zu den ersten, die zu leiden hatten. Vor allem die Titel der Airline-Branche hatten grössere Verkäufe und prozentweise Verluste zu verdauen. Frankreich hat den weiteren Verkauf von Air-France-Aktien verschoben, weil das Börsenumfeld als nicht günstig erachtet wird. Wenn von den grossen Airlines die Lufthansa einen Jahresverlust 2003 von 1 Mrd. Euro wegen ausserordentlicher Abschreibungen ankündigen und auf eine Dividende verzichten muss, dann sagt das viel über den «Gesundheitszustand» der Industrie aus.

### DÄMPFER TROTZ BESSERER ZAHLEN: SWISS UND KUONI

Swiss sorgte mit dem Rücktritt von Konzernchef André Dosé für Gesprächsstoff. Von den Zahlen her hat sich eine minimale Besserung ergeben, aber noch muss die Bereitstellung eines Betriebskredits sichergestellt und neu die Topposition besetzt werden. Erstmals seit Jahresbeginn ist die Aktie – zumindest vorübergehend – wieder unter 10 Franken gefallen. Terrain verloren hat Kuoni, obwohl sich das Resultat 2003 durchaus sehen lassen durfte. Aber die neu erwachte Terror-Angst hat fast sofort Verkäufe ausgelöst. Gut gehalten haben sich die schweizerischen Hotelwerte Victoria-Jungfrau und Beau-Rivage. Kaum verändert sind die Aktien Mövenpick; in angespannten politischen Lagen zeigt sich die positive Wirkung eines beherrschenden Grossaktionärs.

Im Ausland haben die amerikanischen Airlines American und Delta Abstriche erfahren. Auch die reisenahen Unternehmungen wie American Express oder Marriott Hotels sind tiefer gehandelt worden. Bei den überwiegend nur knapp gehaltenen Aktien der grossen Hotelketten bildeten Starwood Hotels & Resorts die Ausnahme; sie notieren etwas besser. Nach vielen Wochen des Anstiegs, erlitt auch der Coffee-Shop-Betreiber Starbucks eine Korrektur von fast 10%. Während McDonald's stabil blieb, musste Coca-Cola deutlich zurückkreben. Die Einführung eines neuen, konzerneigen Mineralwassers in Grossbritannien erwies sich als Flop.

### CHRISTIAN HODLER

# «Leasingvertrag: Der Betrieb sollte eine Plus-Minus-Analyse machen»

Aufgeschobener Unterhalt führt bei vielen Hotels dazu, dass sie nicht so hoch klassifiziert sind wie sie sein könnten. Christian Hodler, Stellvertretender Direktor von hotelleriesuisse, äussert sich zu einigen Fragen, die sich bei der Hotel-Klassifizierung ergeben.

### INTERVIEW: MARIETTA DEDUAL

Christian Hodler, was ist bei der Hotelklassifikation besonders schwierig?

In der Schweiz haben wir Häuser, die aus verschiedenen Bauetappen stammen. Oft finden wir im gleichen Haus verschiedene Zimmergrössen, verschiedene Zimmerstile und vor allem verschiedene Renovationsstände. So kann es im gleichen Hotel Zimmer geben, die vor zwei Jahren vollständig renoviert wurden und solche, in denen seit 25 Jahren – vielleicht mit Ausnahme einer Pinselrenovierung – nichts gemacht wurde. Da stellt sich die Frage: Welchem Standard entspricht das Haus... einem 3-Sterne- oder einem 4-Sterne-Hotel?

Das sind nicht die einzigen Probleme...

...Weitere Ungereimtheiten finden wir bei den Serviceleistungen. In der Hauptsaison werden alle Dienstleistungen angeboten, währenddem es in der Nebensaison mit einer verwaisten Réception anfängt und mit dem geschlossenen Hallenbad weitergeht. Auch da stellt sich die Frage: Auf welche Dienstleistungspalette soll oder muss die Klassifikation abstellen?

Gehen wir davon aus, dass der Hotelier die Diskrepanzen sieht und aufrüsten möchte, damit er nicht deklassiert wird. Scheitert der gute Wille nicht oft an den Finanzen?

Das Hauptproblem in der Hotellerie ist der auf total rund zwei Milliarden Franken geschätzte aufgeschobene Unterhalt. Das ist nicht etwas, das die Klassifikation korrigieren kann. Der Unterhalt muss auf jedem Niveau gemacht werden. Man kann höchstens sagen, dass in Fällen von mangelndem Unterhalt die aktuelle Einstufung nicht weitergeführt werden kann. Das führt dazu, dass man Infrastrukturen hat, die auf eine bestimmte Kategorie ausgerichtet, aber in mangelhaftem Zustand sind, so dass es für diese Kategorie nicht mehr reicht. Dadurch entsteht eine unter Umständen verzerrte Situation: Basisarchitektur und Einstufung driften auseinander.

Was hat der Hotelier für Möglichkeiten?

Foto: Gilbert Perrot



CHRISTIAN HODLER

«Wer einen Leasingvertrag abschliesst, muss die betriebswirtschaftliche Rechnung machen.»

Er muss die Investitionen priorisieren: sich auf «need to have» konzentrieren und auf die «nice to have» verzichten. Ich gehe vom Grundsatz aus, dass die «needs» jene sind, die entweder unmittelbar bei Kosteneinsparungen im betrieblichen Ablauf führen oder dem Gast direkt zugute kommen. Ich persönlich priorisiere – und Erfahrungswerte bestätigen es – Investitionen im Zimmerbereich.

Häufig werden als «moderne» Finanzierungsform Leasingverträge angeboten. Ist das die Lösung des Problems?

Leasing kann, bei angespannter Liquidität, eine Lösung sein. Der Hotelbesitzer kann Erneuerungen machen, ohne dass er sofort viel Geld in die Hand nehmen muss. Der Not und teilweise auch einem veränderten Zeitgeist gehorchend, wurden in den letzten fünf bis zehn Jahren viele Güter, die man früher in einem Hotel zwingend gekauft hätte, geleast. Das geht vom Geschirr über die Wäsche, das Mobiliar bis zum neuen Matratzen-Mietkonzept «happy lease and sleep».

Und was ist die Kehrseite der Medaille...?

Wer einen Leasingvertrag abschliesst, muss die betriebswirtschaftliche Rechnung machen und die kurz- und langfristigen Gesichtspunkte genau untersuchen. Aspekte, die berücksichtigt werden müssen, sind zum Beispiel die Fragen «Wie teuer kommt uns das Leasing auf die gesamte Vertragslaufzeit bezogen?» oder «Beeinträchtigt das Leasing bestimmte Entscheidungen (zum Beispiel Kreditverhandlungen mit Banken)? und so weiter.

Leasing muss nicht ein Nachteil sein. Jeder Betrieb sollte eine Plus-Minus-Analyse machen.

## Was Hoteliers zum Thema Leasing meinen – eine Umfrage

**Peter Lustenberger-Meier, Geschäftsführung, Hotel Storchen, Aarau:** «Bei uns ist einzig der Zigaretten-Automat geleast. Ich habe beispielsweise mit unserer Buchhaltungsfirma schon bezüglich Auto-Leasing gesprochen. Die Folge wäre, dass das Leasing in die Bilanzsumme hineingenommen werden müsste. Für den einen oder anderen wäre dies sicherlich positiv. Aber ich glaube, nur dann, wenn im Moment das Kapital nicht vorhanden ist. Ich nehme an, dass derjenige, der bar bezahlt, auch die besten Konditionen aushandelt. Ich selber bin im Allgemeinen jedoch nicht fürs Leasing.»

**Hans Peter Kaiser, Direktor im Hotel Adler, Zürich:** «Wir beziehen unsere Wäsche seit drei Jahren über einen Leasing-Vertrag. So ist es einfacher, den

Wäschebestand je nach Bedarf aufzustocken und man muss nicht selber neu einkaufen gehen. Wäschewaschen sind immer eine grosse Vertrauenssache und das kann man vielfach nicht nachprüfen. Darum ist es umso wichtiger, dass man mit der Wäscherei zufrieden ist. Wir werden wahrscheinlich den Fünfjahresvertrag verlängern, aber unter der Auflage, bessere Qualität bei der Frottéwäsche zu bekommen.»

**Marc Lehmann, Direktor, Golf- und Sporthotel Hof Maran, Arosa:** «Wir haben gar nichts geleast oder gemietet. Wir finden einfach, was wir im Hause haben, solle uns gehören und niemand anderem.»

**Engadiner 4-Sterne-Hotel (wollte nicht genannt werden):** «Wir haben seit kurzem eine grosse Waschmaschi-

ne sowie die Telefonzentrale geleast. Obwohl wir eigentlich gegen das Leasing sind, haben uns die günstigen Konditionen dazu gebracht, uns diese Apparate doch auf diese Art anzuschaffen. Ich sehe den Vorteil darin, dass es weniger das Eigenkapital belastet, sprich, man braucht weniger Fremdkapital. Nachteilig ist, dass es die Erfolgsrechnung dafür etwas mehr belastet.»

**Peter A. Müller, Direktor, Grand Hotel Villa Castagnola, Lugano:** «Die Politik unseres Hotels ist es, weder zu leasen noch zu mieten. Aus meiner Sicht macht ein Leasing nur dann Sinn, wenn ein Produkt, wie beispielsweise in der Technologie, rasch ausgewechselt werden muss, um dem neusten Stand zu entsprechen.» *NPA*

## «ZürichBreak»: Start mit Air Berlin

**Kooperation.** Mit Air Berlin nach Zürich fliegen, zwei oder mehr Nächte buchen und von Mehrwert-Leistungen profitieren: Zürich Tourismus und die Air Berlin investieren je 100 000 Franken in das Marketing der neuen Kampagne «Airlebe Zürich». 43 Museen können gratis besucht werden. Das Benützen der öffentlichen Verkehrsmittel, die kleine Rundfahrt auf dem Zürichsee, der Abstecher auf den Uetliberg und einiges mehr sind ebenfalls inbegriffen.

Was Insider wissen, soll auch dem breiten Publikum bewusst werden: Zürich, die Stadt mit der weltweit höchsten Lebensqualität laut aktueller Studie von Mercer Human Resource Consulting, «ist in», bietet Lifestyle und hat vielen Trendstädten den Rang abgelaufen», wie Zürich Tourismus zum Start der neuen Kampagne unterstrich.

Das «ZürichBreak»-Angebot bietet Übernachtungen in verschiedenen Zürcher Hotels an und ist so konzipiert, dass es

für jedes Budget interessant ist. Sowohl der Flug mit Air Berlin wie auch die Hotelübernachtung sind über das Internet buchbar.

Wer die Sehenswürdigkeiten der Stadt auf einer Führung kennen lernen will, kann diese Stadtführung von Zürich Tourismus für den halben Preis buchen. Auch der Zürcher Zoo kann mit reduziertem Eintritt besucht werden. In mehr als 20 Restaurants wird zu jedem Essen ein Begrüssungsdrink serviert. **KJV**

## Vier neue «Classics»-Mitgliedhotels

**Alpine Classics Private Hotels.** Auf das Sommerhalbjahr 2004 konnte die Hotelgruppe vier Neumitglieder aufnehmen: das Park Hotel Delta in Ascona, geleitet von Adrian Stalder; den Origlio Hotel & Country Club, Origlio, Direktor Bruno Caratschi; das Hotel Forster in Neustift im Stubaital, geleitet von Christoph Gleischer; und das Sporthotel Igls in Igls-Innsbruck unter der Leitung von Stephan Beck.

Die Mitgliederversammlung (MV) der Alpine Classics

im Hotel Waldhaus in Sils-Maria stand unter dem Motto «Work/Life Balance». Nachdenklich stimmte das Publikum die Erkenntnis der Experten, dass nur die Unzufriedenheit über ein Ungleichgewicht der Arbeitsbelastung krank macht, und nicht die Belastung an sich. Unzufriedenheit am Arbeitsplatz sei der Krankmacher Nr. 1 in der Gesellschaft.

Soeben angelaufen ist die Promotion der Alpine Classics mit Kraft Foods, bei der mehr als eine Million Toblerone-

Schachteln das Alpine-Classics-Logo tragen, mit Wettbewerb und Bestellformular für weitere Informationen. Durch den Internet-Support von Achermann Consulting konnte die Besucherfrequenz auf der Website [www.alpineclassics.ch](http://www.alpineclassics.ch) um 20% gesteigert werden.

Seit Februar 2004 ist das neue Partner-Modell des UBS KeyClubs mit nur 32 Bonuspartnern und einem laut Classics-Geschäftsführerin Esther Dysli «enormen Umsatzpotenzial» im Gang. **KJV**

### FINANZIERUNG

## Impulse und Know-how

Am 13. Mai 2004 veranstaltet die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) im Kongresszentrum von Montreux ein Hotel Finance Forum.

### KARL JOSEF VERDING

Hotelkooperationen und die touristische Vernetzung sowie Hotel- und Wellness-Investitionen und neue Finanzierungskonzepte sind die Themen des Hotel Finance Forums vom 13. Mai in Montreux. Es ist die erste, fortan jährlich durchgeführte Veranstaltung dieser Art in einer Tourismusregion der Schweiz, die durch die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) für die Region organisiert wird. Das Forum soll zu einer Netzwerkveranstaltung für die Beherbergungswirtschaft und ihre Leistungspartner werden. Anhand von Best-Practice-Beispielen sollen Impulse und ein praktisch umsetzbares Know-how vermittelt werden.

### ZIELGRUPPEN: VON BANKEN BIS ZU VERKEHRSVEREINEN

Die Zielgruppen des Hotel Finance Forums sind:

- Inhaber und Betreiber von Eigentümerhotels und Beherbergungsbetrieben;
- Betreiber von touristischen Infrastrukturen, wie Transportunternehmungen, Kur- und Heilbäder, Spitäler;
- Banken und andere Finanzierungs-institute;
- Berater, Treuhänder und Rechtsanwälte;
- Architekten, Immobilienspezialisten, Generalunternehmer und Baufirmen;
- Hotel- und Tourismusfachschulen;
- Verkehrsvereine, Tourismusorganisationen und Gemeinden.

Das Zielgebiet des Hotel Finance Forums in Montreux umfasst das Genferseengebiet und das Waadtland, das Wallis sowie Freiburg, Neuenburg, Jura und den Berner Jura und schliesslich das französische Département Haute Savoie. Was die Sprache der Veranstaltung betrifft, so wird in Montreux das Schwergewicht auf Französisch gelegt.

### GLIEDERUNG IN KEYNOTE-REFERATE UND WORKSHOPS

Das Hotel Finance Forum wird in Keynote-Referate und Workshops sowie eine Schlusspräsentation gegliedert. Keynote-Speaker sind unter anderem Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, Christian Rey, Präsident von hotellerieuisse, und Bo Halvardsson, Project Developer bei SkiStar, einem Destination Operator mit Resorts in Schweden und Norwegen. Halvardsson spricht über: «Ski resort – a better business model?»

Für weitere Informationen: Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Gartenstrasse 25, Postfach, 8039 Zürich, Telefon 01 209 16 16 oder 01 209 16 17, zuständige Ansprechpartnerin: Monica Müller ([mmueller@sgh.ch](mailto:mmueller@sgh.ch)).

### ZÜRCHER HOTELIERS

## «Qualität steigert Ertragskraft»

Die Wettbewerbsfähigkeit und die staatlichen Rahmenbedingungen waren Hauptthemen an der GV der Zürcher Hoteliers. In Zusammenarbeit mit allen Organisationen, die am Wirtschaftsstandort Zürich interessiert sind, soll die Vermarktung optimiert werden.

### KARL JOSEF VERDING

Der – für eine neue Amtsperiode gewählte – Präsident der Zürcher Hoteliers, Guglielmo L. Brentel, richtete anlässlich der 124. Generalversammlung des ältesten Hotelier-Vereins der Schweiz vor allem an die Politik klare Worte und verglich die «aktuelle Krise» mit der Zeit nach dem 2. Weltkrieg. Die Probleme der Zürcher Hotellerie seien weniger struktureller als konjunktureller Art. Komme die wirtschaftliche Erholung, würden sich die Hotelbetriebe in der Region Zürich rasch erholen können. Die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz im Tourismus und die staatlichen Rahmenbedingungen für ihn hätten sich indesens nochmals verschlechtert.

### «STANDORTGEBUNDENE EXPORTINDUSTRIE»

Nicht mal mehr die Übernachtungstatistik wolle der Bund für den Tourismus leisten; die ab 2005 angebotene Lösung mit Verrechnung bei der Branche sei «ein Affront», sagte Brentel. Es gelte zu begreifen: «Der Tourismus ist eine standortgebundene Exportindustrie. Als Exportindustrie, die ihr Produkt nur und immer in der teuren Schweiz herstellt, leidet diese Branche wie keine andere unter den ständig neuen Gesetzen und Verordnungen, welche die unternehmerische Freiheit massiv einschränken», erklärte Brentel.

Er betonte indesens, dass die Branche ihren zu geringen Ertragswert zu verbessern habe. Ursachen für den geringen Ertragswert sieht er beim Pro-



Für Vernetzung: Frank Bumann, Direktor von Zürich Tourismus.



Für gleich lange Spiesse: Guglielmo L. Brentel, Präsident der Zürcher Hoteliers.



Will investieren: Kathrin Martelli, Vorsteherin des Hochbaudepartements.

dukt – mit seinen Sach- und Dienstleistungen –, welches schneller und besser den Marktbedürfnissen angepasst werden müsste, damit der entsprechende Preis verlangt werden kann. «Das Produktproblem setzen wir immer an die erste Stelle.» Eine Erhöhung der Ertragskraft könne über einen «Qualitätstourismus» geschehen: «einfacher, aber besser – statt Einfalt der Vielfalt». Ein Kennzahlenvergleich der Zürcher Erfa-Gruppen zeige, dass bei allen Gruppen der RevPAR (Revenue per available room, Umsatz pro verfügbares Zimmer) zurückgegangen sei.

Von 10 433 auf 10 656 nochmals zugenommen hat die Zahl der Zürcher Hotelzimmer im 2003. Die Auslastung sank von 59,2% auf 56%. Die Zahl der Logiernächte nahm gegenüber dem Vorjahr noch einmal um 3,1% ab.

### BETRIEBSKOSTEN ÜBER KONKURRENZNIVEAU

Die Hotel-Betriebskosten müssten «in die Nähe des internationalen Niveaus kommen», betonte Zürichs

Hotelier-Präsident: «Wir brauchen gleich lange Spiesse – aber die Spiesse sind lang, und unsere Hände sind auf dem Rücken zusammengebunden.» Die Politik sei gefordert: mit einem wirksamen Kartellgesetz, geschützten Parallelimporten, und einer preis-senkenden Landwirtschaftspolitik.

### GANZ ZÜRICH «GEMEINSAM AUF GLOBALEN MÄRKTEN»

Die Zürcher Hotellerie sei abhängig von einem gut funktionierenden Flughafen, das heisst: «Die Zürcher Hoteliers fordern von der Politik einen gangbaren Weg mit dem geköpften Nordanflug; ein modernes Kongresszentrum, das den Qualitätsansprüchen einer Wirtschaftsstadt wie Zürich gerecht wird; und schliesslich ein Kultur- und Freizeitangebot, das für Wochenend- und Ferien-reisende attraktiv und buchbar ist.»

Die Zürcher Hoteliers wollen in Zusammenarbeit mit allen Organisationen, die am Wirtschaftsstandort Zürich interessiert sind, die Vermarktung optimieren, damit mehr Geld

investiert werden kann. «Alle Organisationen, die im weiteren Sinn vom Tourismus profitieren, müssen sich gemeinsam und konzentriert den globalen Märkten stellen», betonte der Präsident der Zürcher Hoteliers. Und: «Wer vom Tourismus profitiert, soll ihn unterstützen.» Denn der weitaus grösste Teil der vom Zürcher Tourismus ausgelösten Wertschöpfung von 4,5 Mrd. Franken falle ausserhalb von Tourismus und Hotellerie an.

Christian Rey, Präsident von hotellerieuisse, würdigte in seiner Adresse an die Generalversammlung die Kooperation in der Greater Zurich Area als zukunftsweisendes Modell.

Vor dem Publikum, zu dem auch Nationalratspräsident Max Binder und Stephan Kux, Leiter der kantonalen Wirtschaftsförderung und Europa-delegierter des Kantons Zürich, gehörten, sprach Kathrin Martelli, Vorsteherin des Zürcher Hochbaudepartements, von «Infrastruktur-Investitionen, die auch für den Tourismus wirksam werden». Als Beispiel nannte sie das – noch von Rekursgefahren bedrohte – neue EM-Fussballstadion.

## Für ein Zürcher «Netzwerk des Erfolges»

Frank Bumann, der Direktor von Zürich Tourismus, plädierte vor den Zürcher Hoteliers und ihren Gästen für ein «Netzwerk des Erfolges» über die Branchen hinweg. Im Rahmen der Greater Zurich Area und in Verknüpfung mit der wirtschaftlichen Standortförderung müsse es um den Aufbau einer integrierten Markenpolitik für die Dachmarke Zürich gehen.

In der «Projektküche» von Zürich Tourismus (ZT) werde an einem «standortpolitischen Leitbild mit touristischer Note» gearbeitet, sagte Bumann. Ausserdem entwickle ZT seine Unternehmungs- und Marketing-Strategie 2010. Sie werde in den Bezugsrahmen einer Balanced Score Card

(BSC) gestellt, in enger Zusammenarbeit mit der Kappler Unternehmensberatung in Luzern. Die Unterstützung des BSC-Projekts durch das Innaturprogramm des Seco ist beantragt.

An Öffentlichkeit und Politik richte Bumann die Bitte, «den Tourismus als Erlebnisökonomie breiter anzuschauen». Zwei Drittel der durch den Zürcher Tourismus ausgelösten Wertschöpfung von 4,5 Mrd. Franken würden ausserhalb von Tourismus und Hotellerie geerntet. Aber das Budget von Zürich Tourismus, das 6 Mio. Franken beträgt, werde noch zu 75 Prozent durch den freiwilligen Beitrag der Hoteliers und die kommerzielle Tätigkeit von ZT selber (38%) finanziert. **KJV**

## Kostenvergleich mit Auslandskonkurrenz

Peder Plaz von der BHP Hanser und Partner AG gab an der Generalversammlung einen Ausblick auf die neue Vergleichs-Studie, die sein Unternehmen im Auftrag der Zürcher Hoteliers erarbeitet. Die Rahmenbedingungen und die Kostenfaktoren für die Hotellerie in der Region Zürich werden hier mit denjenigen der österreichischen und der deutschen Konkurrenz verglichen. Die Studie soll dabei hellen, wachstumshemmende Rahmenbedingungen zu beseitigen. Und zeigen, wie Prax betonte: «Was kann die Hotelbranche dazu beitragen, dass Wachstum in der Schweiz stattfindet?» Für den Vergleich mit Österreich und Deutschland werden die Betriebs-

kosten und die Investitionskosten herangezogen, sowie die Immobilienkosten, für deren Ermittlung eigens eine Untersuchung in Zusammenarbeit mit der ETH Zürich angestellt wird. Die Vergleichs-Studie der Zürcher Hotellerie wird im Herbst 2004 veröffentlicht.

Gegenwärtig enthält der Business-Mix der Zürcher Hotellerie etwa drei Viertel Geschäfts-Tourismus und ein Viertel Leisure-Tourismus, wie Prax aufzeigte. Genauer: 10% MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), 26% Firmenbesuche, 18% Logiernächte ausländischer Angestellter, 9% Flugcrews, 5% Kultur und Gesundheit, 27% übrige Individualreisende, und 5% Gruppenreisen. **KJV**

NEUES «RADISSON SAS» IN BERLIN

# Das «Meer» in die Grossstadt gebracht

Wer heute in Berlin ein neues Hotel eröffnet, muss etwas Besonderes bieten. Das neu erstellte Hotel Radisson SAS überrascht mit einem 25 Meter hohen Aquarium in der Hotellobby. Geführt wird das 5-Sterne-Haus vom Schweizer Werner Knechtli.

CHRISTINE KÜNZLER

Der Direktor des neuen «Radisson», Werner Knechtli, hat keine leichte Aufgabe: In Berlin ein 5-Sterne-Haus voll zu kriegen, braucht einiges. Doch der Schweizer ist einerseits Radissonerprobter – bis vor kurzem führte er das «Radisson» in Wien – und andererseits zuversichtlich (vgl. Kasten). Zu 56 Prozent will er das Haus, das im Herzen Berlins steht, in diesem Jahr auslasten; 60 Prozent sollen es im nächsten Jahr werden. Anlocken und binden will er seine Gäste über «guten Service, über das Hotelkonzept und über das Image von Radisson SAS», sagt er. Seine Preispolitik ist klar: «Ich verzichte auf Billigpreise.» Für die Lancierungskampagne stehen Knechtli 250 000 Euro zur Verfügung. Davon hat er unter anderem 5000 Pakete Fischfutter gekauft und verschickt, um auf sein Haus aufmerksam zu machen.

Fischfutter deshalb, weil das 25 Meter hohe Aquarium mit den bunten Zierfischen in türkisfarbigem Wasser

Herzstück des Hotels ist. Der AquaDom, gefüllt mit einer Million Liter Wasser und 50 Tonnen Salz ist das weltweit grösste freistehende zylindrische Aquarium. In seiner Mitte verbirgt der AquaDom einen Lift, der Gäste auf die Aquarium-Plattform bringt.

Um den AquaDom herum angeordnet ist die Réception – in Form von einzelnen Glastischen. In der luftigen Lobby stehen zudem eine Bar und eine Lounge. Das Interieur des Hauses überzeugt durch sein Design, seine Leichtigkeit, Schlichtheit und Farbgebung. Herausragend sind die liebevollen Details und Dekorationselemente.

Eingebettet ist das trendige Berliner «Radisson» im Cityquartier Dom Aquarée, in dem sich die Unterwasserlandschaft «Sea Life Center Berlin», eine überdachte Einkaufspassage, Büros und 72 Luxuswohnungen befinden. Aus der Unterwasserlandschaft hat der Besucher einen direkten Zugang zum Hotel.

## ZIMMER MIT BALKON ODER «MEER»-SICHT

Aus rund 100 der total 427 Zimmern hat der Gast Blick auf das «Meer», sprich auf den AquaDom. 96 Zimmer sind – laut Knechtli sind es die einzigen in Berlin – mit einem Balkon versehen. Von dort sieht man gut auf die Spree – wo bei gutem Wetter das «Radisson»-Schiff anlegt, das die Gäste mit auf die Frühstücksfahrt nimmt. «Frühstück und Stadtrundfahrt in einem – für jene Gäste, die nicht viel Zeit haben», sagt Knechtli. Er geht davon

Foto: zvg



DAS AQUARIUM IN DER HOTELLOBBY

Exotische Fische tummeln sich im türkisfarbenen Wasser des 25 Meter hohen AquaDom. Im Innern des zylindrischen Aquariums führt ein gläserner Lift die Gäste auf die Plattform, wo Events durchgeführt werden.

## Fakten und Zahlen

**Investitionen:** Für das ganze Cityquartier Dom Aquarée hat die Besitzerin, die Deutsche Immobilien Fonds (DIFA), 500 Millionen Euro investiert. Die Kosten für das Hotel können laut der Presseverantwortlichen des Berliner Radisson-Hotels nicht angegeben werden.

**Anzahl Mitarbeitende:** 220 (2500 Bewerbungen hat General-Manager Werner Knechtli erhalten).

**Anzahl Zimmer:** 427, davon 300 Standardzimmer, 105 Businesszimmer, 21 Juniorsuiten, 1 «Nikolai-Suite»  
**Zimmerpreise:** 160 bis 219 Euro (Zimmer), 230 bis 250 Euro (Juniorsuiten), ab 650 Euro (Nikolai-Suite)

**Gastronomie:** A-la-Carte 120 Plätze, Terrasse 100 Plätze, AquaLounge 60 Plätze, Atrium Lobby Bar und Lounge 80 Plätze, Asiatisches Restaurant 85 Plätze

**Konferenzräume:** 5; der grösste fasst 437 Personen

**Wellness:** Pool, Saunen, Solarium, Fitnessraum, Massageräume, Beauty-Abteilung.

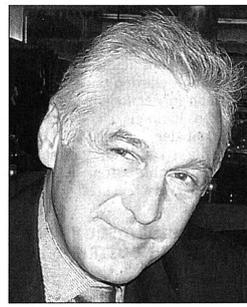
**Interior Design:** Virgile and Stone Associates Ltd. London (Lobby, Restaurants, Bars), BHPS-Architekten, Berlin (Zimmer- und Konferenzbereich), Mahmoudiedesign (Musterzimmer)

**Architekt:** nps. A. Tschoban voss GbR CK

aus, dass seine Gäste je zur Hälfte aus dem Business- und dem Städtereisebereich stammen. «Urban, jünger, dynamisch und individualistisch», so sieht Knechtli seine Gäste.

Im A-la-Carte-Restaurant «HEat» stehen leichte Speisen aus Indien, Italien und Frankreich zur Auswahl. So werden zum Beispiel in der Showküche Gerichte im Tabdoor-Ofen zubereitet. Das «HEat» ist laut Pressemitteilung Berlins erstes «World Fusion Cooking Restaurant». Im «Untergrund» des Hotels ist das zweite Restaurant, die «Noodle Kitchen», in der ostasiatischen Speisen serviert werden. In der Aqua-Lounge werden Sushi angeboten, und in der Cigar-Lounge kann der Gast den Tag ausklingen lassen. Konferenzräume und ein Wellnessbereich runden das Angebot ab.

## General Manager Werner Knechtli

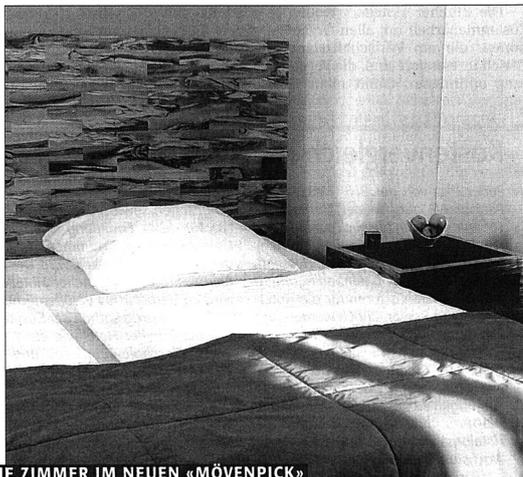


Dass Werner Knechtli 1984 zu «Radisson» kam, war Zufall. Knechtli war Direktor in einem Hotel in Saudi-Arabien und holte bei Kurt Ritter, dem CEO von Radisson SAS, Referenzen ein über einen Koch, den er anzustellen gedachte. Ritter seinerseits kehrte den Spieß um und heuerte Knechtli als General Manager in das 5-Sterne-Radisson in Kuwait. Seitdem ist Knechtli «Radisson» treu geblieben. Seine Stationen nach Kuwait: Kopenhagen, Brüssel, London, Wien und seit August 2004 Berlin. Knechtli wuchs in Schöffland auf, wurde Koch und absolvierte dann die Hotelfachschule Luzern. CK

MÖVENPICK HOTEL BERLIN

# Industrie-Design im historischen Gemäuer

Foto: zvg



DIE ZIMMER IM NEUEN «MÖVENPICK»

Sie tragen die Handschrift der Schweizer Architektin Pia Schmid. An der Gestaltung des neuen «Mövenpick» war auch Architekt Karsten Schmidt-Hoensdorf beteiligt.

Auch Mövenpick hat in Berlin ein neues nicht alltägliches Hotel geöffnet. Das 4-Sterne-plus-Hotel ist in den ehemaligen Siemenshöfen untergebracht.

CHRISTINE KÜNZLER

Wenige Minuten vom Berliner Potsdamer Platz stehen die denkmalgeschützten Siemenshöfe. Dort wird nicht mehr Ware ausgeliefert sondern genächtigt und gespeist: Das Siemens-Verwaltungs- und Ausstellungsgebäude ist in ein Designer-Hotel umgebaut worden, dessen Management Mövenpick übernommen hat. Direktor des neuen 4-Sterne-plus-Hotels mit 243 Zimmern ist Martin Rossmann.

Das neue «Mövenpick» umfasst ein Restaurant, einen Wellnessbereich, zehn Konferenzräumen für bis zu 300 Personen, einen Ballsaal und den 100 Quadratmeter grossen «Siemensaal». Das Design-Hotel, das sich laut Pressemitteilung klar von der üblichen Kettenhotellerie abhebt, ist

sowohl für Business- als auch für Feriengäste konzipiert worden. Für das Interieur des «Fabrikhotels» zeichnen die Schweizer Architektin Pia Schmid und der deutsche Architekt Karsten Schmidt-Hoensdorf verantwortlich.

Durch die Verknüpfung von historischer Hülle mit modernem Innenleben sei es den Architekten gelungen, eine Dramaturgie zu schaffen, die Kontraste und Spannung erzeuge. Pia Schmid spricht von einer «Gratwanderung zwischen einer gewissen Üppigkeit und industriellem Hintergrund». Der Industriecharakter sei durch Materialien wie Glasbausteine und Gussasphalt erhalten worden.

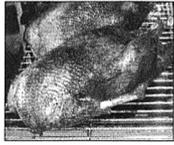
## DIE OASEN IN DER GROSSSTADT

Ein Steg führt den Gast durch Innenhöfe, kleine Oasen mitten in einer Grossstadt. Der «Gastronomiehof» beherbergt das Mövenpick-Restaurant, das bei Kälte oder schlechtem Wetter mit einem Glasdach abgeschlossen wird. Im «Hof der Stille» der durch Steinplatten zwischen schwarzem

Kies begehbar gemacht worden ist, liegen die «Wasserlinsen», die Oberlichter, die Licht in die Wellnessanlage lassen. Im «Hof der Wildnis», versehen mit einer indigoblauen Wand, Kletterpflanzen, Lichtskulpturen und Sitzgelegenheiten, endet der Steg. Neben den Innenhöfen spielt auch die «Anhalterbar» beim Hoteleingang eine zentrale Rolle. Gläserne, beleuchtete Isolatoren von Hochspannungsmasten stützen die Thekenblätter der Bar.

In den Gängen, die zu den Zimmern führen, stehen Gegenstände aus dem Deutschen Technischen Museum. Der Industriecharakter ist auch in den Zimmern dargestellt: Glasbausteine trennen die Badezimmer von den Zimmern ab. Im Zimmer stehen selbstdesignte Möbel aus Olivenholz und in einigen Nasszellen freistehende Designerbadewannen.

«Mövenpick» hat auch den Bezug zur Schweiz hergestellt: In der «Swiss Factory» bekommen die Gäste kulinarische Produkte aus der Schweiz. In der angrenzenden «Wine Factory» stehen Möbel aus der ehemaligen Siemens-Bibliothek.



**FLEISCHKONSUM** / Eine Proviande-Studie zeigt, dass die Fleischvorlieben der Schweizer ausser Haus ganz anders sind. SEITE 14



**ASCONA** / Die neue «Delta Beach Lounge» liegt am Lago Maggiore und ist Restaurant, Bar und Musik-Club zugleich. SEITE 16

**Gastronomie  
& Technik**

hotel+tourismus revue

CARL HAUCH

## «Wir sind noch jung in der Schweiz»

Carl Hauch ist bereits der dritte Starbucks-Manager für die Schweiz und Österreich innerhalb von nur drei Jahren. Die mutigen Expansionspläne seiner Vorgänger möchte er nicht kommentieren, aber auch von einer reinen Konsolidierung ist bei ihm nicht die Rede.

**INTERVIEW: GUDRUN SCHLENCZEK**

**Herr Hauch, bevor Sie in die Schweiz geholt wurden, waren Sie für Starbucks in Australien zuständig. Ist die Kaffeekultur dort nicht ganz anders als in der Schweiz?**

In Australien kennt man wie in der Schweiz eine hohe Kaffeekultur, die von Italien und Griechenland beeinflusst ist. Auf jeden Fall ist die Kaffeekultur weit höher als in den USA – dort ist die Kaffeekultur immer noch im Entwicklungsstadium.

**Starbucks demonstriert in der Schweiz Kaffeekompetenz, indem zum Beispiel im Store mehrmals am Tage Gratis-Degustationen durchgeführt werden?**

Das ist recht neu für uns und es ist manchmal schwer für die Mitarbeiter, dafür Zeit zu finden, wenn sehr viel los ist im Coffeehouse. Aber wir wollen mit solchen Gratis-Degustationen den Gästen unsere Kaffees näher bringen. Und wir planen auch Kaffeekurse für den Konsumenten in Zukunft.

**Als Starbucks 2001 in der Schweiz das erste Outlet hier am Central in Zürich eröffnete, wollte man jeden Monat einen neuen Shop eröffnen.**

Ich habe diese Absichten gelesen, kann aber zu den Zielen meiner Vorgänger nicht viel sagen. Ich kann nur so viel sagen, dass Starbucks in der Schweiz und in Österreich nun seit letztem Juli eine neue Gesellschaft, mit einem neuen Joint Venture Partner, ist. Wir wollen in erster Linie die Arbeit in den Stores, die wir jetzt haben, gut machen. Denn wir wollen den Schweizer Gästen eine Alternative zur bestehenden Schweizer Kaffeekultur bieten. Konkrete Expansionsziele kann und will ich nicht kommunizieren. Wir sind noch eine junges Unternehmen in der Schweiz und wollen uns hier langfristig im Markt positionieren.

Jeder Markt hat seine Eigenheiten. Ich weiss nicht, auf welchen Grundlagen die anfängliche Einschätzung der damaligen Manager basierte, jeden Monat einen neuen Store zu eröffnen. Wir haben auf jeden Fall nicht einfach das Ziel, eine grosse Anzahl an Stores zu realisieren, wir wollen unseren Gästen primär ein grossartiges Erlebnis in unseren Coffeehouses bieten.

**Starbucks ist also noch in der Einführungsphase in der Schweiz?**

Ja, das denke ich. Wir müssen diese sorgsam gestalten und uns immer wieder mit dem Markt abstimmen.

**Hatte Starbucks den Schweizer Markt überschätzt?**

Jeder Markt hat seine Eigenheiten. Ich weiss nicht, auf welchen Grundlagen die anfängliche Einschätzung der damaligen Manager basierte, jeden Monat einen neuen Store zu eröffnen. Wir haben auf jeden Fall nicht einfach das Ziel, eine grosse Anzahl an Stores zu realisieren, wir wollen unseren Gästen primär ein grossartiges Erlebnis in unseren Coffeehouses bieten.

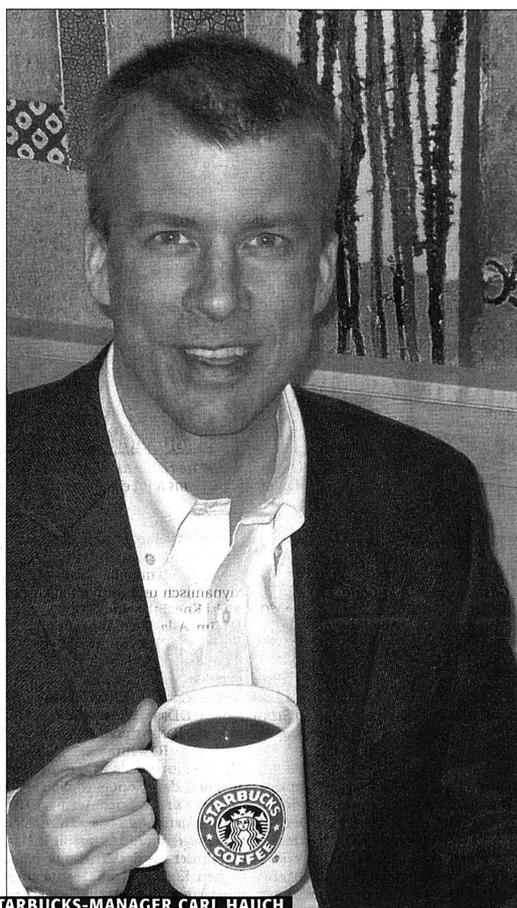
**«Zu den Zielen meiner Vorgänger kann ich nicht viel sagen.»**

**Mit dem Standort Altstetten versuchte Starbucks in der Schweiz bereits sein Glück im Bereich «Neighbourhood» – ohne Erfolg.**

Es gibt dazu zwei Sachen zu sagen: Allgemein will Starbucks auch in Quartier- und so genannten «Neighbourhood»-Standorten präsent sein, oder generell einfach dort, wo Menschen leben und arbeiten. Wir beschäftigen in der Schweiz weitere Standorte in Vorstadt- und Quartierlagen. Wir möchten mit unseren Coffeehouses durchzuführen, zum Ergebnis kamen, dass sich dieser Store nicht wie gewünscht entwickelte. Wir wollen aber trotzdem unbedingt weiterhin an solche Vorstadt- und Quartierlagen.

**Wird Starbucks in der Schweiz noch weitere Standorte schliessen?**

Foto: GSG



**STARBUCKS-MANAGER CARL HAUCH**

Der neue Schweizer Starbucks-Manager knüpft nicht an die Expansionsziele seiner Vorgänger an. Dafür will er künftig beim Food mehr Abwechslung bieten.

Wir müssen, wie jedes vergleichbare Unternehmen, von Zeit zu Zeit unsere Stores immer wieder überprüfen. Wir haben eine Verantwortung unseren Kunden, unseren Mitarbeitern und unseren Aktionären gegenüber.

**Was sagen Sie zu Standorten in kleineren Städten wie Thun? Können die überhaupt profitabel laufen?**

Wir führen Stores, die haben eine sehr hohe Gästefrequenz aufgrund der Lage, andere eine kleinere. Wir legen Wert darauf, auch an weniger hoch frequentierten Standorten zur Kundschaft eine gute Beziehung aufzubauen. Wir stehen zu unserem Standort Thun und möchten den Kunden auch dort das Starbucks-Erlebnis ermöglichen.

**Sie sprechen immer von dem, was Sie dem Kunden bieten wollen. Wie sieht es aber aus mit dem Profit für Starbucks?**

Jedes Unternehmen muss Profit machen. Aber es muss ein Gleichgewicht zwischen Gewinnstreben und Kundenzufriedenheit bestehen. Gewinnstreben hat bei uns nicht die oberste Priorität.

**«Wir wollen in der Schweiz weitere Outlets in Quartierlagen.»**

**Wann möchten Sie in den Westschweizer Markt eintreten? Ihre Vorgänger wollten diesen bereits Anfang 2002 erschliessen.**

Wir sind noch nicht dort, das stimmt. Die Westschweiz ist ein wichtiger Teil des Landes. Wir beabsichtigen, dorthin zu expandieren, das ist klar. Aber ich kann nicht sagen wann.

**Sie sind neu seit November als Starbucks-Chef in der Schweiz: Was möchten Sie verbessern?**

Wir wollen unser Foodprogramm verbessern. Wir müssen unseren Gästen bei den Speisen mehr Abwechslung bieten und innovativer werden. Wir wollen unsere Gäste immer wieder mit neuen Angeboten bei den Kaffeegetränken wie auch im Foodbereich überraschen. Das Essen muss für den Gast genauso gut sein wie unser Kaffee.

**In Österreich hat man letztes Jahr noch von 60 Stores gesprochen, die man in den nächsten fünf Jahren realisieren möchte.**

Ich möchte auch hier keine konkreten Expansionsziele nennen. Der österreichische Markt ist für uns noch jünger. Bis anhin sind wir ja erst im Raum Wien präsent. Der österreichische Kunde hat jedoch eine ähnlich hohe Kaffeekompetenz wie der Schweizer.

**Ist jetzt also auf dem österreichischen und Schweizer Markt erst mal Konsolidierung angesagt?**

Nein. Aber bei uns steht punkto Expansion Qualität vor Quantität.

### Vom Tellerwäscher zum Manager

Carl Hauch nennt die Gastronomie seine Leidenschaft, schon mit 16 Jahren erzielte er als Kellner und Tellerwäscher einen Nebenverdienst. Nach seinem Wirtschaftsstudium am College startete er als General-Manager bei Max's Sport Café in New Jersey. 1994 kam er dann zu Starbucks: Er begann als Store-Manager in New York. 1999 wurde er zum Regional-Director berufen. Letztes Jahr wirkte er in Australien bei Starbucks als Operations-Manager. Seit November 2003 ist er General-Manager für Starbucks Coffee Schweiz und Österreich. Hauch ist gebürtiger Amerikaner, verheiratet und Vater von drei Kindern. GSG

### Starbucks: Europa und Mittlerer Osten

Land	Anzahl Outlets (Stand: 29.3.04)	Joint-Venture-Partner von Starbucks International	Startjahr
England	400	k.A.	1998
Saudiarabien	29	Alshaya	2000
Deutschland	28	Karstadt Quelle	2002
Arabische Emirate	27	Alshaya	2000
Kuwait	24	Alshaya	1999
Spanien	22	Grupo Vips	2002
Griechenland	19	Marinopoulos Brothers SA	2002
Schweiz	15	Marinopoulos Brothers SA	2001
Libanon	10	Alshaya	1999
Österreich	9	Marinopoulos Brothers SA	2001
Türkei	8	Alshaya	2003
Quatar	6	Alshaya	2000
Bahrain	5	Alshaya	2000
Frankreich	3	Grupo Vips	2004
Oman	3	Alshaya	2002
Zypern	1	Marinopoulos Brothers SA	2003
<b>Total</b>	<b>602</b>		

### Schwerer Schweizer Markt

Carl Hauch ist seit November letzten Jahres Starbucks-Manager für die Schweiz und Österreich und damit der dritte nach Marc Salathé und Rita Irriger seit dem Start im 2001. Der rasche Wechsel zeigt, wie schwer wohl der Markt Schweiz und Österreich für Starbucks sein muss.

Das spiegelt sich auch in der inzwischen verhaltenen Expansion: Eröffnete man im ersten Jahr sechs Outlets und im zweiten Jahr sieben, so konnte man letztes Jahr gerade noch zwei Neueröffnungen realisieren und musste bereits den ersten Store wieder schliessen. Gestern öffnete das 16. Schweizer Starbucks-Coffeehouse am Rennweg in Zürich seine Tore.

Neu seit letztem Jahr in der Schweiz auch der Joint-Venture-Part-

ner Marinopoulos Coffee Company S.A., der die ausscheidende Bon appétit Group ablöste. Der griechische Partner – Tochter des Mischkonzerns Marinopoulos mit Sitz in Athen – gibt sich vorsichtiger beim finanziellen Engagement und hält im Gegensatz zu seinem Vorgänger nur noch 50 Prozent an der gemeinsamen Starbucks Coffee Switzerland AG.

Anders sieht die Situation in den kontinental-europäischen Ländern aus, in denen Starbucks im Anschluss an den Start in der Schweiz und Österreich den Markteintritt versuchte: Nach rund anderthalb Jahren zählt man beispielsweise in Griechenland bereits 19 Outlets, in Deutschland sind es nach nur zwei Jahre 28 und in Spanien 22. GSG

## Sandwichwettbewerb

**Délicrance S.A.** Der Spezialist für französische Brote und Backwaren führt dieses Jahr den fünften internationalen Sandwich-Wettbewerb durch. Vierzehn Länder, darunter die Schweiz, Deutschland, Spanien, Schweden, Singapur, Portugal, Libanon, Frankreich, nehmen teil. Bis zum 30. Juni können Kreative ihr Sandwichrezept an Délicrance senden: Das Anmeldeformular gibts unter [www.delicrance.ch](http://www.delicrance.ch). Die fünf Besten treten dann am Schweizer Finale im Rahmen der

Gastronomia in Lausanne gegeneinander an. Der Schweizer Sieger nimmt an der internationalen Ausscheidung in Lyon am 24. Januar 2005 im Rahmen des Salon International de la Restauration, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation SIRHA teil. Eingesetzt werden muss bei der Sandwichkreation ein Brot aus dem Délicrance-Sortiment. Berücksichtigt werden müssen weiter die Bedingungen der Schnellgastronomie: günstiger Preis, schnelle Zubereitung, Essen ohne Besteck. **GSG**

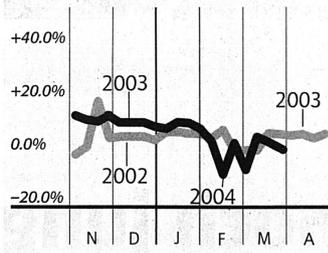
## Wander vertreibt neu für Twinings

**Associated British Food.** Die Wander AG mit Sitz in Bern fusioniert mit der Fritz Walter AG, welche bis anhin die englische Teemarke Twinings in der Schweiz vertrieben hat. Die Fritz Walter AG, die wie Wander eine Tochtergesellschaft der Associated British Food ABF ist, wird in der Berner Firma integriert. Ziel: Schweizer Tee-Geschäft ausbauen. Twinings ist nach Aussagen von ABF Marktleader im hochwertigen Schwarztee-Segment. **GSG**

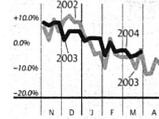
## PRODINDEX 29. 3. BIS 3. 4. 2004

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

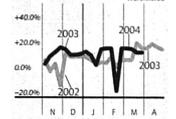
### RINDFLEISCH



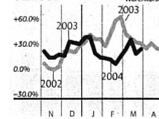
### KALBFLEISCH



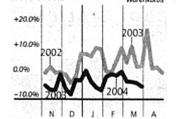
### SCHWEINEFLEISCH



### GEMÜSE



### FRÜCHTE



## FLAISCHKONSUM AUSSER HAUS

# Rind dominiert beim Gastromenu

Allgemein isst der Schweizer Konsument am meisten Schweinefleisch. Jedoch nicht, wenn er ausser Haus speist: Dann wandert viel häufiger Rindfleisch auf den Teller. Besonders stark in dieser eher teuren Produktgruppe: die Schnellverpflegung.

Foto: htr-Archiv



### HOCHSOMMER IST FLEISCHZEIT

Am häufigsten Fleisch konsumieren Schweizer und Schweizerin ausser Haus im Grillmonat Juli. Spitzenprodukt sind dann Charcuteriewaren und Würste. An zweiter Stelle folgt bereits das Rindfleisch. Die Fleischgruppe ist auch allgemein die Nummer eins in der bedienten Gastronomie.

### ■ GUDRUN SCHLENZCEK

In der Gastronomie ist das Fleisch normalerweise noch immer die preis- und umsatzbestimmende Komponente eines Tellergerichts. Gut zu wissen deshalb, was der Konsument wo und wann an Fleischlichem konsumiert. Dem geht der Branchenverband für die Fleischwirtschaft Proviande nun auf den Grund, indem er eine entsprechende Studie regelmässig in Auftrag gibt. Mittels 4000 Telefoninterviews werden bei dieser die Essgewohnheiten ausser Haus der Schweizerinnen und Schweizer erfasst. Kenngrösse ist die Anzahl Essensfälle: Als solcher gilt, wenn innerhalb der nachgefragten Zeit eine Mahlzeit ausser Haus gegessen wurde.

### AM HÄUFIGSTEN AUF DEM TELLER: CHARCUTERIE

Die Ergebnisse zeigen, dass die Fleischvorlieben ausser Haus sich doch deutlich von jenen innerhalb der eigenen vier Wände unterscheiden. Im Gesamtmarkt ist das Schweinefleisch das am meisten konsumierte Fleisch (25,2 Kilo pro Kopf und Jahr), gefolgt von Rindfleisch (10,2 Kilo) und Geflügel (10,1 Kilo). Im Gegensatz dazu lag 2003 in 20 Prozent der ausser Haus konsumierten Mahlzeiten Rindfleisch auf dem Teller, in 16 Prozent Schweinefleisch und in 12 Prozent der

Fälle Geflügel. Am meisten kamen jedoch ausser Haus Charcuterieprodukte auf den Teller (22,4 Prozent). Rechnet man die Würste (6,3%), die streng genommen auch unter «Charcuterie» einzustufen sind, noch dazu, so kann man sagen, dass fast jeder dritte Konsumfall mit Fleisch ausser Haus von einer Wurst oder einem anderen Charcuterieprodukt im letzten Jahr dominiert war. Die Angaben von Proviande konzentrieren sich dabei auf die zuzuordnenden Fleischgruppen: Zu den definierten 3723 Essensfälle der Stichprobe kommen noch 526 Essensfälle mit «anderen» Fleischarten hinzu.

Der hohe Rindfleischkonsum ausser Haus trifft nicht für alle gastro-

nischen Betriebstypen gleichermaßen zu: Nur die Fullservice-Gastronomie verkauft am meisten ihre fleischlichen Tellergerichte mit Rindfleisch, kann man aus der Erhebung schlussfolgern. Bei allen anderen Betriebstypen steht die Charcuterie im Vordergrund.

Das eher kostenintensivere Rindfleisch rangiert bei der Gemeinschaftsverpflegung sogar erst hinter dem Schweinefleisch (siehe Grafik). Erste Bedeutung hat das Rindfleisch erstaunlicherweise auch in der Schnellverpflegung; 30 Prozent der Mahlzeiten mit Fleisch hatten letztes Jahr in der Schnellverpflegungsgastronomie Rindfleisch als Hauptkompo-

nente. Das meiste Fleisch wird insgesamt aber immer noch in der herkömmlichen Gastronomie konsumiert: 56,6 Prozent aller Essensfälle mit Fleisch ausser Haus erfolgen in der klassischen Gastronomie.

### VIEL FLEISCHKONSUM IN DER SCHNELLVERPFLEGUNG

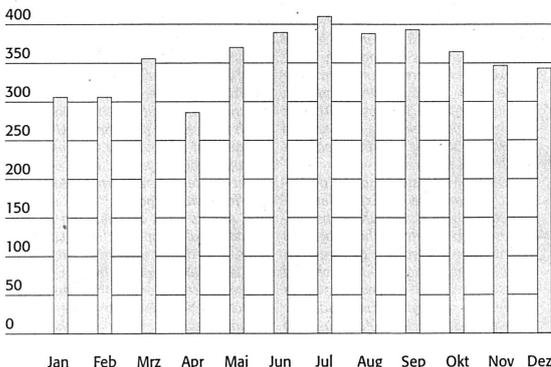
Dagegen erscheint die Schnellverpflegung mit 19 Prozent und die Gemeinschaftsverpflegung mit 13 Prozent aller Essensfälle mit Fleisch ausser Haus recht unbedeutend. Diese beiden Sparten machen aber auch beim Gesamtkonsum nur den kleineren Teil aus: So entfallen auf die

Schnellverpflegung 17 Prozent aller Essensfälle ausser Haus mit und ohne Fleisch (2002; Quelle: Marketinggold). Mit einem Anteil an den Essensfällen mit Fleisch ausser Haus erfolgt in der Schnellverpflegung also sogar überproportional aus.

Aus der Studie geht weiter hervor, dass 2003 besonders zwischen Mai und September gerne auswärts Fleisch gegessen wurde: Spitzenmonat ist der Grillmonat Juli, Spitzenprodukt hier die Charcuterie: Jede vierte Fleisch-Mahlzeit ausser Haus enthielt diese Produktgruppe. Gerade die klassische Gastronomie und die Schnellverpflegung konnten sich im Hochsommer über ein Plus erfreuen.

## Grillmonat Juli ist Fleischmonat

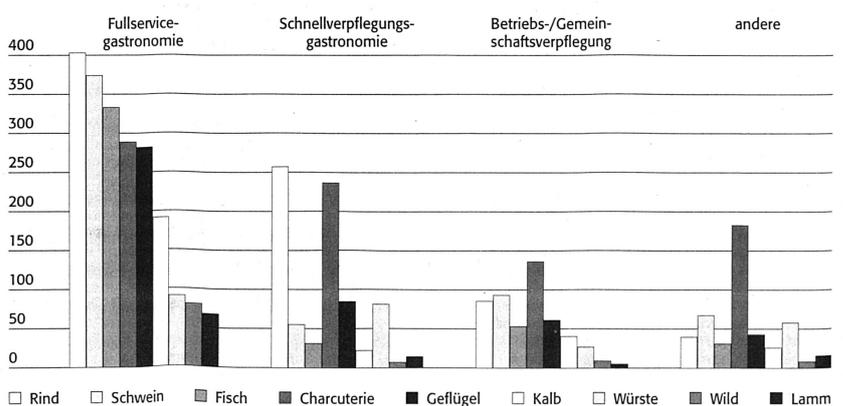
Die Entwicklung des Ausserhauskonsums vom Fleisch im Jahr 2003: Anzahl Essensfälle mit Fleisch ausser Haus



Grafiken: htr / Quelle: Proviande

## In der Schnellverpflegung 30% der Fleischgerichte mit Rind

Wo welches Fleisch ausser Haus 2003 gegessen wurde (Anzahl Essensfälle)





**Food**

**prodega**  
CASH+CARRY

Prodega CC	Tel./Tél.
2504 Biel/Bienne	032 344 68 68
7000 Chur/Coire	081 286 14 14
1023 Crissier	021 633 13 13
8953 Dietikon	01 744 75 75
8600 Dübendorf	01 824 81 81
1762 Givisiez	026 460 83 33
3627 Heimberg	033 439 56 56
6010 Kriens	041 349 69 69
3302 Moosseedorf	031 858 48 88
4623 Neuendorf	062 387 97 97
4133 Pratteln	061 826 29 29
4153 Reinach	061 717 72 72
6343 Rotkreuz	041 799 85 85
5102 Rapperswil	062 889 30 30
8803 Rüschlikon	01 704 65 65
2072 St-Blaise	032 756 22 22

Internet: [www.prodega.ch](http://www.prodega.ch)

**GROWA**  
CASH+CARRY

Growa CC	Tel./Tél.
4512 Bellach	032 644 21 44
3543 Emmenmatt	034 402 30 13
4900 Langenthal	062 919 03 93
3812 Wilderswil	033 826 16 16

Internet: [www.growa.ch](http://www.growa.ch)

**SIE HABEN DIE GÄSTE.**

Wir die Marken.

**Scana**

[www.scanashop.ch](http://www.scanashop.ch), [www.scana.ch](http://www.scana.ch), [info@scana.ch](mailto:info@scana.ch)

**Jilly**  
CAFÉ

ILLYCAFE AG, 8800 Thalwil  
Tel. 01 723 10 20, Fax 01 723 10 21  
[illycafe@illycafe.ch](mailto:illycafe@illycafe.ch), [www.illycafe.ch](http://www.illycafe.ch)

**GEMMA**  
GASTRONOMIE

GEMMA Gastronomie SA  
Route de Denges 22, 1027 Lonay  
Tel. 021 811 30 00  
Fax: 021 811 30 01  
[www.gemma.ch](http://www.gemma.ch)

**HOWEG**  
Ihr Gastronomie-Spezialist - Votre spécialiste de la gastronomie

**Logistikzentrum** 8953 Dietikon  
**Telefon** 01 746 55 55

**Bestellservice**  
Kriens 041 348 07 00  
Chur/Coire 081 286 15 15  
Bussigny 021 633 23 23  
Zermatt 027 967 32 02

Internet: [www.howeg.ch](http://www.howeg.ch)

**111 JAHRE**

Cash+Carry  
**CCA Angehrn**  
Fräulein für Treffs

Engros-Frischmarkt  
Engros-Lebensmittelmarkt  
Engros-Nonfoodmarkt

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

[www.cca-angehrn.ch](http://www.cca-angehrn.ch)  
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:  
0800 ANGEHRN

**hotel + tourismus revue «Marktplatz»**  
erscheint jeden ersten Donnerstag im Monat.  
**BUCHEN SIE JETZT IHR FELD!**  
Telefon 031 370 42 42, [inserte@swisshotels.ch](mailto:inserte@swisshotels.ch)

**Non-Food**

**Rentokil Initial**

Rentokil Initial AG  
Grossächerstrasse 21  
8104 Weiningen  
Telefon 01 752 14 14  
Fax 01 752 14 15

[www.rentokil-initial.ch](http://www.rentokil-initial.ch)

**WIDA Papiere AG**  
Servietten- und Papierwarenfabrik

3000 Bern 5  
[www.wida.ch](http://www.wida.ch)  
[info@wida.ch](mailto:info@wida.ch)  
Tel: 031 381 83 33  
Fax: 031 381 83 83

Ihr Partner für Gastromobiliar

**MAZUVO**  
SWISS

Zülliger AG  
Hardstrasse 12  
8604 Volketswil  
Tel. 01 908 26 26  
[info@mazuvo.ch](mailto:info@mazuvo.ch)  
[www.mazuvo.ch](http://www.mazuvo.ch)

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN  
**schmocker** AG

Dammweg 15  
CH-3800 Interlaken  
Telefon 033 828 38 48  
Telefax 033 828 38 38  
[info@schmocker-ag.ch](mailto:info@schmocker-ag.ch)  
[www.schmocker-ag.ch](http://www.schmocker-ag.ch)

**Strasser** Gastro Innenausbau  
Bar Buffetanlagen  
Hotel Empfangsanlagen

Telefon 033 334 24 24  
[info@strasserlun.ch](mailto:info@strasserlun.ch)  
[www.strasserlun.ch](http://www.strasserlun.ch)

**coolwave ag**

die kühle welt für professionelle kältetechnik

industrie neuhof 4, ch-3422 kirchberg  
tel. 034 445 69 80 / fax 034 445 69 83  
[info@coolwave.ch](mailto:info@coolwave.ch) / [www.coolwave.ch](http://www.coolwave.ch)

**KLAFS**  
Die Wellnesspezialisten

Sauna / Saunarium

**Klafs Saunabau AG**  
Oberneuhofstrasse 11  
CH-6342 Baar  
Telefon 041 760 22 42  
Telefax 041 760 25 35  
[www.klafs.ch](http://www.klafs.ch)  
[baar@klafs.ch](mailto:baar@klafs.ch)

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

**Distrimondo AG**  
Oberebene 57  
5620 Bremgarten

Telefon 056 648 23 00  
Fax 056 648 23 29  
[info@distrimondo.ch](mailto:info@distrimondo.ch)  
[www.distrimondo.ch](http://www.distrimondo.ch)

**HAENNI**  
PROMOTION

**Werbe- und Geschenkartikel**  
Namensschilder mit Stil und Qualität,  
starke Magnete, weltweit millionenfach bewährt

Generalvertretung Schweiz:  
Haenni Promotion  
Chnübri 48, CH-8197 Rafz  
☎ 01 869 41 00, E-Mail: [info@haennipromotion.ch](mailto:info@haennipromotion.ch)  
[www.haennipromotion.ch](http://www.haennipromotion.ch)

**Der Partner**  
für textile Hotel- und Gastronomieausstattung

Tischwäsche · Frottierväsche · Bettwäsche  
Bettwaren · Küchenwäsche · Sondergrößen  
Berufsbekleidung · Einstickungen · Einwebungen

Spürbar Qualität  
**Wäschekrone**

Tel. 0848 - 804100 - [www.waeschekrone.ch](http://www.waeschekrone.ch)

Mit Ungeziefer Kummer?  
Wählt die Profi-Nummer:

**Telefon 0800 777 877**  
[www.cws.com](http://www.cws.com)

**CWS BIO KILL**  
preventive care

Ein Eintrag im  
«Marktplatz»  
bringt Erfolg!



**Revolutionieren Sie  
Ihr Glacegeschäft**

Rufen Sie uns an 071 - 844 85 30



QUEREINSTEIGER ODER PROFIS

# Die Spezialisten sind wieder gefragt

Wie in den übrigen Wirtschaftszweigen zeichnet sich auch in der Gastronomie ein Comeback der Experten und Spezialisten ab. Wurde der Quereinsteiger noch vor wenigen Jahren als Bereicherung betrachtet, ist heute wieder Erfahrung und Effizienz gefragt.

FRANZISKA RICHARD

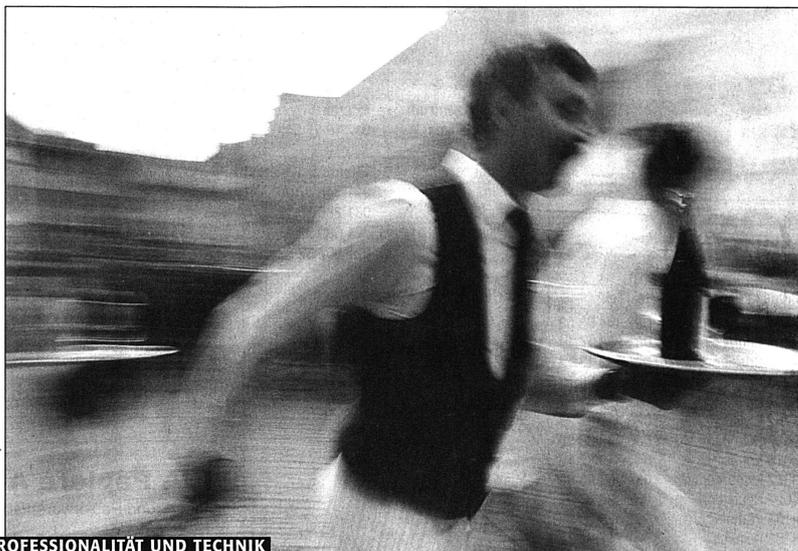
Wo stünde die Gastronomie heute ohne die Quereinsteiger? Nicht alle hören es gerne, doch sie haben exotische Küchen eingeführt, neuzeitliche Gästebedürfnisse erkannt und gemäss Losang Barshee auch bei den Wirten und Wirtinnen zur «Entkrampfung der geistigen Blockade» beigetragen. Auch er, ein altgedienter, von der Pike auf gelernter Gastronom, spricht von einer Bereicherung, die ihm sein Quereinsteigerteam während den 80er- und frühen 90er-Jahren beschert hätten. Dennoch: Heute arbeitet Losang Barshee in seiner neuen Dumppling-Bar in Basel wieder am liebsten mit gelernten Fachkräften oder zumindest Gastronomie-erprobten Mitarbeitern. «Das Interesse an Quereinsteigern ist signifikant zurückgegangen», sagt Yvonne Hirsbrunner, Geschäftsleitungsmitglied der Stellenvermittlung und Kaderberatung Horega Select in

Basel. Das gilt sowohl im Kaderbereich wie auch bei den ausführenden Tätigkeiten. Auch Claudine Schaub von Adecco Hotel & Event kann dies bestätigen. Zwar existiere das Interesse an der Gastronomie bei branchenfremden Kandidaten. Doch Vorrang hätten derzeit die ausgebildeten Fachkräfte. «In rezessiven Zeiten nimmt die Risikobereitschaft im Personalengagement ab», begründet Hirsbrunner diesen Trend. Auch seien aufgrund des Personalabbaus die Strukturen in vielen Betrieben nicht mehr gewährleistet, um Quereinsteiger in ein Team einzubetten und sie in der Anfangsphase zu begleiten. Mit dem steigenden Kostendruck werden Erfahrung und Effizienz und auf Kaderebene auch betriebswirtschaftliche Kenntnisse wieder höher gewertet.

## TREND ZUR SPEZIALISIERUNG

Der Trend zur Spezialisierung zeichnet sich gemäss Thomas Schwarb, Leiter Personalmanagement an der Fachhochschule Solothurn, auch in der übrigen Wirtschaft ab: «Die Experimentierbereitschaft hat stark abgenommen und die Vorstellungen einer idealen Karriere sind heute wieder sehr eng gefasst», was auch auf den wachsenden Druck der Personalverantwortlichen zurückzuführen sei. Gemäss Schwarb gründet die Tendenz zur Spezialisierung auch in der Professionalisierung des ge-

Foto: Andreas Messerli



## PROFESSIONALITÄT UND TECHNIK

Mit dem steigenden Kostendruck werden Erfahrung und Effizienz und auf der Kaderebene auch betriebswirtschaftliche Kenntnisse wieder höher bewertet.

samen Bildungswesens (Fachhochschulen). Doch die zugunsten der Qualität eingeführten Standards bergen gemäss Schwarb die Gefahr, dass Kreativität verloren geht und ein Team aus gleich gelagerten Mitarbeitern bestehe. Schwarb: «In der Hochkonjunktur ist man gezwungen, sich auch mit den «Exoten» auseinander zu setzen – und macht nicht selten positive Erfahrungen.» Solche kennt auch Philipp Fink, Geschäftsführer des Hotels Royal in Basel. Im Vordergrund stehe nicht der Background, sondern die Person, meint er.

## HANDWERK KONTRA PASSION?

Die Zusammenarbeit mit Quereinsteigern (im Besonderen im Service) funktioniert nicht zuletzt deshalb gut, weil sie oft lediglich Teilzeit arbeiten würden und nicht den enormen körperlichen und psychischen Belastungen ausgesetzt seien wie die «Berufskellner». Gute Erfahrungen macht

Fink mit dem Mix von Gelernten und Ungelernten.

Hier das Handwerk, dort die Passion? In den 90er-Jahren zog man in Lokalen den handwerklich zwar versierten, aber angeblich altgedienten Berufskellnern die lockeren, selbstbewussteren Quereinsteiger vor, die studierten oder in etablierten Berufen tätig waren und angeblich mit mehr Freude und Talent ihre Gastgeberrolle – oftmals in Teilzeit – übernehmen.

Gemäss dem Journalisten Michael Marti bekommen gerade diese im sonstigen Leben privilegierten Leute Probleme mit der Dienstleistungsrolle, wie sein in der «NZZ am Sonntag» erschienenen Feature «Bitte, bitte ein Bier!» zeigt, das vom arroganten Verhalten von Servicepersonal in Zürcher Szenenlokalen handelt: Eigentlich wollte Marti nur ein Bier. Doch das vergebliche Warten am Tresen, wo er lediglich harte Blicke ermet, lässt ihm Zeit für eine Analyse, dass die «In-Belegschaft der Dienstleistung missbraucht, weil sie darin den sozialen

Unterschied von Knecht und Herr ausmacht. Diese Verweigerungshaltung ist falsch: Einen Dienst zu leisten, ist nicht mehr als eine zeitlich beschränkte Aufgabe, mitnichten eine Rolle fürs Leben.» Diesbezüglich sind Berufsleute besser gestützt. Es gehört heute zu den zentralen Aufgaben in der Ausbildung, sie für die Dienstleistung zu sensibilisieren. Losang Barshee spricht in diesem Zusammenhang auch von der «Effizienz der Bewegungen» bei Berufsleuten, die sich am ausgeprägtesten in der Küche zeigt.

Selbst um in der Gastgeberrolle wirklich überzeugen zu können, um belastbar und stressfrei arbeiten zu können, seien gut eingespielte Handgriffe und Bewegungen unabdingbar. Der unerfahrene Kellner sei – mit Ausnahmen – oftmals so sehr mit dem Handwerklichen beschäftigt, dass er keinen Blickkontakt zu seinen Gästen habe. Doch Barshee relativiert: Dem Quereinsteiger keine Chance mehr zu geben, sei so falsch und gefährlich wie seine Verklärung vor einigen Jahren.

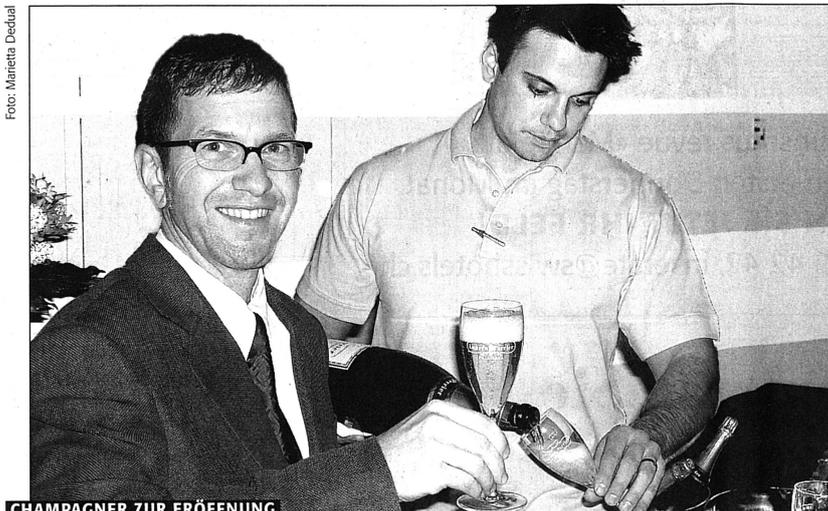
## Gastgewerbe: Steigende Lehrlingszahlen

Die Tendenz zur Professionalisierung äussert sich in der steigenden Zahl der Lehrlinge im Gastgewerbe. Gemäss Hotel & Gastro Formation stagnieren die Lehrverhältnisse zwar seit 2001, doch die Berücksichtigung einer längeren Zeitspanne zeigt einen Anstieg. Im Jahr 2000 befanden sich mit insgesamt 8202 Lehrlingen (Quelle: Hotel & Gastro Formation) beinahe doppelt so viele Jugendliche in einer gastgewerblichen Lehre als noch 1992. Der Anstieg ist umso stärker zu werten, als die Geburtenraten dieser Jahrgänge tief sind. Begründung: Viele Jugendliche können ihre Wunschberufe nicht lernen und weichen auf die Gastronomie

aus. Wachsende Zahlen verzeichnen vor allem die Berufe Koch/Köchin und Servicefachangestellte/r, während Hotelfachassistent/in stagniert. Gemeinsam betreiben hotellerieuisse und GastroSuisse ein Nachwuchsmarketing: Präsenz auf Berufswahlmessen, Durchführung von Berufsorientierungen in Zusammenarbeit mit den kantonalen/regionalen Berufsberatungen und Schulen, Abgabe von Informationsmaterial, auch auf dem Internet ([www.berufe-gastgewerbe.ch](http://www.berufe-gastgewerbe.ch)) und kostenlose Lehrstellenvermittlung. Überdies ist GastroSuisse mit einer kostenlosen Lehrmeisterfortbildung aktiv. FR

ASCONA

# «Das Hotel Delta hat jetzt Seeanschluss»



## CHAMPAGNER ZUR ERÖFFNUNG

Hoteldirektor Adrian Stalder (links) und Simon Brogle, Geschäftsführer der «Delta Beach Lounge», hoffen, dass die Lounge Einheimische, Hotelgäste und Touristen ansprechen wird.

«Die neue Delta Beach Lounge ist Restaurant, Bar und Musikclub zugleich», sagt Adrian Stalder, Direktor des Hotels Delta in Ascona.

MARIETTA DEDUAL

Fünf Fahrminuten vom Hotel entfernt, am Strand des Lago Maggiore, befindet sich die neue Location des Hotels Delta: die «Beach Lounge». «Jetzt können wir unseren Gästen sagen, dass wir Seeanschluss haben», schmünzelt Direktor Adrian Stalder. Die Lounge befindet sich im ehemaligen Kursaal von Locarno; das Gebäude im Bauhaus-Stil und die Terrasse wurden von Grund auf renoviert, im Inneren setzt nun der Hauptraum mit einer Deckenhöhe von 5 Metern und einer Kuppel aus Glas Akzente.

In die neue Lounge hat die Asconer Besitzerin Barbara Ambrosoli 1 Million Franken investiert. Die Lounge soll, so Stalder, zu einem legeren, aber gehobenen Treffpunkt werden und nicht nur Hotelgästen,

sondern auch den Einheimischen und Touristen offen stehen. Die Gäste erwartet eine leichte, mediterrane Küche. Zum Gesamtkonzept gehört auch, dass die Gäste des Hotels Delta die Möglichkeit haben, ihre Halbpension im Hotel oder in der Lounge zu geniessen. Vom Hotel zur Lounge fährt ein Shuttle-Bus oder der Gast kann sich auf eines der Velos des Hotels Delta setzen.

## DELTA ALS HOTEL FÜR FAMILIEN POSITIONIEREN

Adrian Stalder, seit Mai 2003 Direktor des «Delta», will das 5-Sterne-Haus als Hotel für Familien positionieren. Und da die Hotelgruppe «Small Luxury Hotels of the World» (SLH) vor allem auf den amerikanischen und asiatischen Markt ausgerichtet war (und nach dem 11. September 2001 keine guten Markchancen hatte), hat Stalder seine Mitgliedschaften neu aufgegleist. Bei den SLH und auch bei den Swiss International Hotels macht das «Delta» nicht mehr mit; neu ist es Mitglied der «Alpine Classics Private Hotels» und – wie bisher – bei den Swiss Golf Hotels.

Foto: Marietta Dedual

«AL PORTONE», LUGANO

# Die Zwei-Generationen-Spitzenküche

Seit drei Generationen gehört die Gastronomie zum Alltag der Familie Galizzi. Zwei davon, Vater Roberto und Sohn Silvio Galizzi, stehen gemeinsam am Herd des renommierten Restaurants Al Portone in Lugano. Beide schätzen die Zusammenarbeit.

Auslanderfahrungen in New York und Puerto Rico in die heimische Küche im Restaurant «Al Portone» in Lugano zurückkehrte, um bei Spitzenkoch und Vater Roberto Galizzi als Souschef einzusteuern.

«Heute ergänzen wir uns glänzend», so Silvio Galizzi, der längst auch selber zur Tessiner Kochelite gehört. Seine Kochkunst demonstriert er nicht nur im «Al Portone», sondern genauso in Koch-Fernsehsendungen der italienischsprachigen Schweiz.

«Geschmack ist für mich wichtiger als die Präsentation der Gerichte», betont der 35-jährige Silvio Galizzi, dessen Kochstil irgendwo zwischen der Nouvelle Cuisine und einer Tessiner Naturküche angesiedelt ist, und die sich aufs Wesentliche konzentriert: Beste, und wo immer möglich, Tessiner Produkte.

Eine schöne und vor allem gute Tessiner Feinschmecker-Küche, die verständlich bleibt, und mit 80 Rezepten und 200 Fotos auch zum Nachkochen anregen soll.

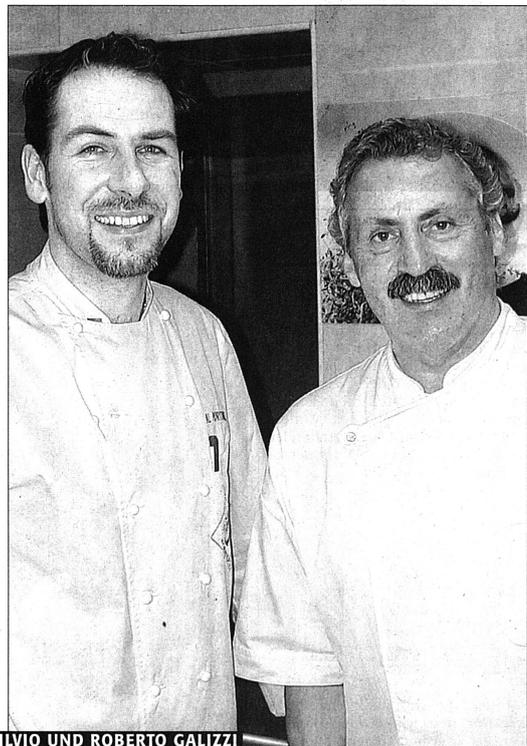
## EIN KAPITEL DER TESSINER GASTRONOMIE

Bereits seit den Vierzigerjahren des letzten Jahrhunderts ist der Name Galizzi ein Begriff in der Schweizer Gastronomie. Wirkten doch damals die Brüder Bruno und Efreim Galizzi hierzulande in renommierten Häusern als Maitres d'Hotel. Nach dem Krieg zog es Bruno Galizzi nach Deutschland, um mit seinem «Da Bruno» das erste italienische Restaurant in Frankfurt zu eröffnen. Doch der Name Galizzi sollte der Schweizer Gastronomie erhalten bleiben.

Als Bruno Galizzis Sohn Roberto und seine Frau Doris in den Siebzigerjahren von Biel ins Tessin umzogen, ahnte wohl noch niemand, dass daraus ein interessantes Kapitel der Tessiner Gastronomie entstehen sollte.

Zu Bekanntheit brachte es die Familie Galizzi zuerst im Restaurant des Sportzentrums «Cincillà» in Ponte Capriasca in der Nähe von Lugano, und einige Jahre später im Restaurant «Al Portone» in Lugano gar zu internationalem Ruhm und Ehren. Und auch nach rund zwei Jahrzehnten zählt das heute mit 17 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnete Lokal zu den Fixpunkten der Tessiner Gourmet-Gastronomie. Heute garantieren Vater und Sohn Galizzi im «Al Portone» gemeinsam für hochstehende Tessiner Spitzenküche – und für die Fortführung der Familientradition.

Foto: Martin J. Petras

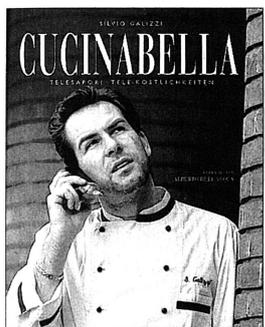


SILVIO UND ROBERTO GALIZZI

Im Restaurant «Al Portone» in Lugano sorgen Vater und Sohn gemeinsam für Tessiner Spitzenküche.

### MARTIN J. PETRAS

«Früher war die Zusammenarbeit mit meinem Vater nicht immer einfach», sagt Silvio Galizzi vielsagend schmunzelnd. Er meint damit die Zeit vor zehn Jahren, als er nach der Lehre und



CucinaBella, 224 Seiten, 78 Franken, ISBN 88-8191-152-3, Gastronomie & Tourisme, Fontana Edizioni SA

### TV-KOCH UND BUCHAUTOR

Ein «Generationenproblem» sieht Silvio Galizzi doch: Er bedauert, dass es eher wenige Junge unter den Stammgästen des «Al Portone» gibt. Es ist eins seiner Ziele, vermehrt auch die jüngeren Gourmets mit seiner modernen Kochkunst anzusprechen. Silvio Galizzi sieht sich als ein «Handwerker-Koch», er sucht Gradlinigkeit, keine Extravaganzen und Tricks. Er hat besonderen Spass daran, in Gerichten die Erinnerungen an seine Kindheit wachzurufen, «zwischen Pfannen und Töpfen und zwischen selbst gemachter Pasta der Grossmutter», wie er sagt.

Auch an die «Nachwuchsgourmets» richtet er sein letztes Jahr erschienenen Kochbuch «CucinaBella»:

## LESEBAR

### Osterie d'Italia 2004/05

Italiens schönste Gasthäuser mit ausführlicher Bewertung von über 1700 Osterien, typischen Restaurants und Trattorien von Südtirol bis Sizilien.



Der umfassende Reisebegleiter beinhaltet Hinweise zu Einkaufs- und Übernachtungsmöglichkeiten, lokalen Sehenswürdigkeiten sowie Adressen ausgesuchter Vinotheken. MJP

838 Seiten, ISBN 3-7742-6367-1, 50,20 Franken, Hallwag

### Vini d'Italia 2004

Die 17. Ausgabe des Italien-Weinführers von «Gambero Rosso» und «Slow Food», der «Bibel» der italienischen Weine umfasst 14 208 Weine von ins-



gesamt 1937 Produzenten, darunter 254 Weine mit der bekannten Dreigliedrauszeichnung. Für diesen Weinführer wurden mehr als 25 000 Weine in Blindproben verkostet – die Hälfte davon steht in diesem Buch. MJP

864 Seiten, ISBN 3-7742-6356-6, 50,20 Franken, Hallwag

### Das grosse Buch der Gewürze

Ein farbig illustrierter Führer, der die Geheimnisse der gebräuchlichen und weniger bekannten Gewürze, von Ingwer und Zimt bis zu Schrauben-



baumblättern und Paradieskörnern, lüftet. Aufgeführt sind 45 Gewürze in Wort und Bild, mit Angaben zu Herkunft, Geschichte und Anbau, Geruch und Geschmack sowie kulinarischer, medizinischer und anderer Verwendung. Das Buch enthält die 45 bekanntesten Gewürzmischungen aus aller Welt, wie Sambal Oelek, Curry oder Garam Masala. Ebenso Tipps zur richtigen Zubereitung und Aufbewahrung der Gewürze. Ein Buch zum Nachschlagen, Lesen und Entdecken mit 100 verlockenden Rezepten zum Ausprobieren. MJP

160 Seiten, ISBN 3-85502-989-X, 56 Franken, AT-Verlag

### Fantastische Salate

Salate haben sich in der modernen, leichten Küche zu den heimlichen Stars entwickelt. In diesem Buch werden 80 Rezepte für fantastische Salate



vorgestellt, die für jeden Geschmack und für jede Gelegenheit etwas bieten. Mit 150 Fotos, die Anregungen vermitteln, neben den klassischen Salaten wie Caesars Salad auch einmal etwas Exotisches auszuprobieren. So wird beispielsweise aus einem schlichten Tomatensalat mit Miso ein perfektes Entree für ein asiatisches Menü, oder ein warmer Kürbissalat kann an kalten Herbsttagen durchaus als ein wunderbares Hauptgericht dienen. MJP

160 Seiten, ISBN 3-88472-611-0, 42 Franken, Christian Verlag

### Die jüdische Küche

Der Leser entdeckt eine neue kulinarische Welt, die ebenso international wie faszinierend ist. Das vorliegende Buch vermittelt eine ganz eigene



Entdeckungsreise durch die Kochtöpfe von jüdischen Gemeinden auf allen fünf Kontinenten. Die Autorin Clarissa Hyman besammelte 110 Hausfrauen-Rezepte, testete und modernisierte sie leicht, ohne den Geist der Originale zu verändern. Weiter erklärt das reich illustrierte Buch die Speisevorschriften für koscheres Essen wie auch die jüdischen Feiertage, die den Speiseplan stark bestimmen. Jüdisch kochen bedeutet viel mehr, als nur etwas Essbares auf den Tisch zu bringen, denn für Juden ist das Essen nie nur körperliche, sondern immer auch geistige Nahrung. MJP

160 Seiten, ISBN 3-88472-611-0, 42 Franken, Christian Verlag

### Wachsen im gesättigten Markt

Jedes Unternehmen will wachsen. Aber wie ist Wachstum in der Food-Branche möglich – in einer Businesskultur, in der neue Umsätze seit Jahren



scheinbar nur noch via Preiskampf und Mergers zustande kommen? Antworten auf diese Frage suchen Lars Feldmann vom Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) in Rüschlikon und Thomas Bratsch von der Marketing- und Kommunikationsfirma idfs in Wädenswil. Die Autoren zeigen im vorliegenden Buch neue Wachstumsperspektiven auf und erläutern, wie es mit «Stomach Competence» gelingt,

Kundenbedürfnisse zu kennen und Lösungen anzubieten. Ausgehend von den prinzipiellen Wachstumsmöglichkeiten von Food-Unternehmen analysieren sie die wichtigsten Megatrends, welche das Kundenverhalten bestimmen, und erörtern ihre Bedeutung für die Branche. MJP

238 Seiten, ISBN 3-87150-829-2, 52 Euro, Deutscher Fachverlag

### Management in Hotellerie und Gastronomie

6. überarbeitete und erweiterte Auflage. Im Zeitalter von Change-Management und Internet sind Hotellerie und Gastronomie vom ständigen Wechsel



betroffen. Was heute als Zusatznutzen begeistern kann, wird unter Umständen morgen bereits als Standard vorausgesetzt. Das Management-Buch vermittelt in verständlicher Sprache alle relevanten betriebswirtschaftlichen Problemstellungen und Lösungsmodelle aus den Bereichen Food & Beverage-Management, Front- und Back-Office, ergänzt durch Grafiken, Gedankenflusspläne sowie zahlreiche Fallbeispiele aus der Praxis. Diese aktualisierte Auflage wurde um zeitgemässe Themen aus den Bereichen Controlling, Marketing und Qualitätsmanagement erweitert. MJP

652 Seiten, ISBN 3-87150-839-X, 99 Franken, Deutscher Fachverlag

## Der Wettbewerb läuft



**Milestone.** Die beiden ersten Bewerbungen für den Tourismuspreis Schweiz 2005 sind bereits eingereicht worden: Sie sind ersichtlich auf der Homepage [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch). Die Redaktion der hotel+tourismus revue rechnet in den nächsten Wochen mit vielen weiteren Projekten aus den Bereichen Transport & Verkehr, Beherbergung & Verpflegung, Freizeit-Aktivitäten, Unternehmen & Organisationen. Für alle Informationen bitte ebenfalls die Website konsultieren. **PK**

## Rauchverbot in Pubs

**Irland.** In Irland trat Europas strengstes Rauchverbotsgesetz in Kraft. Das Rauchverbot gilt für Restaurants, Kneipen, Discos, Büros und Fabriken – und sogar auf Fischkuttern sind Zigaretten künftig untersagt. Am schwersten dürfte die Umstellung auf das rauchfreie Zeitalter den Besuchern von Irlands rund zehntausend Pubs fallen. Die bislang zumeist verqualmten Kneipen spielen im Sozialleben der Insel eine zentrale Rolle. Kneipiers, die nicht entschlossen gegen Raucher

vorgehen, drohen nun Strafen von bis zu 3000 Euro sowie der Entzug ihrer Lizenz. «Rauchdetektive» sollen künftig Gesetzesbrecher an die Behörden melden. Bürger können über eine Telefon-Hotline Verstöße bekannt geben. In Irland, wo jeder vierte der 3,9 Millionen Einwohner raucht, starben bislang jedes Jahr 7000 Menschen an nikotinbedingten Krankheiten. Das Verbot soll jedes Jahr das Leben von mindestens 150 Passivrauchern retten. **GSG/sda**

## Neue Packages

**Chur.** Die Churer Hoteliers haben zusammen mit der Freizeit Graubünden AG vier neue Packages geschmürt: «Golf-Stadt» (6 Golfplätze stehen zur Auswahl); «Gourmet-Stadt» (Essen in Gastronomiebetrieben, kombiniert mit Wein-Erlebnissen); «Kultur-Stadt» (mit dem neuen Churer-Kultur-Pass), «Bahn-Stadt» (Rhätische Bahn, Bernina- & Glacier-Express, Rheinschlucht, Arosa-Express). Die Packages sollen als Türöffner im Verkauf dienen und haben verschiedene Kooperationen ausgelöst. **CK**

## ZITAT DER WOCHE

**«In zehn Jahren ist Osteuropa für uns mindestens genauso wichtig wie Westeuropa.»**

Marcel Jacobs, Chief Executive von Compass Group Nord- und Zentral-Europa. *Siehe Seiten 4 und 5*

## PEOPLE

**Alexandre Cresta** verliess Ende März das Hotel Crowne Plaza in Genf. Er war dort seit 15 Jahren als Director of Marketing & Sales tätig. Cresta stellt sich einer neuen beruflichen Herausforderung bei der gleichen Muttergesellschaft: Er wird Stellvertretender Generaldirektor bei InterContinental in Dubai. **GSG**



Der aus der Schweiz stammende **Peter C. Borer**, derzeit als Group General Manager Asia und General Manager des «The Peninsula Hongkong» tätig, wurde zum Chief Operating Officer der Peninsula Hotels und Direktor der Hongkong and Shanghai Hotels (HSH) ernannt. Er nimmt die neue Position in der Hongkonger Unternehmenszentrale am 15. April auf. **KJV**

Der Schweizer Hotelier **Arno Thöny** wird ab Mai 2004 das kürzlich renovierte Carlton Hotel in Singapur als Resident Manager übernehmen. **CK**



**Oliver Stoldt** verlässt nach einem Jahr das Lindner Grand Hotel Beau Rivage in Interlaken auf Ende Mai. Aus «persönlichen Gründen», wie er sagt. Seine nächste berufliche Station ist noch nicht bestimmt. Er prüft drei Projekte, sei aber für weitere Angebote offen. **CK**

**Jörg Böni**, seit sieben Jahren Gastgeber im Hotel-Restaurant Grischuna in Flims Waldhaus, übernimmt per 1. April 2004 zusätzlich das Parkhotel Waldau in Rorschach. Das bisherige Direktionspaar des Parkhotel Waldau, **Alexandra und Roland End**, zeichnet neu verantwortlich für das Hotel Restaurant Weisses Rössli in Staad bei Rorschach. **CK**



**Sympathieträger.** Der Bündner Music-Star Mario Pacchioli wird erster Botschafter der neuen Regionenmarke «graubünden». Am Rande einer Autogrammstunde der 10 Music-Star-Finalisten in Chur besiegelte Mario (links) diese Partnerschaft mit dem Graubünden-Ferien-Kommunikationsschef Gieri Spescha (rechts). Mario wird unter anderem das neue Capricorn-Logo Graubündens in die Schweiz hinaustragen. Für Graubünden-Ferien-Direktor Olivier Federspiel ist die Partnerschaft ein Idealfall: «Mario vereint die Werte der Marke geradezu exemplarisch: Er ist sympathisch, kreativ, zielstrebig und vor allem ungekünstelt und echt.» **CK**

## ST. MORITZ

# Rekordpreis für ein Hotel-Plakat

Der Preis, der an einer Londoner Auktion für ein Plakat des «Palace Hotels» in St. Moritz aus dem Jahre 1920 gezahlt wurde, gleicht einem Weltrekord.

### ■ GUDRUN SCHLENCZEK

Das Londoner Auktionshaus Christie's hat an einer Plakatauktion in London für ein St.-Moritz-Plakat den höchsten Preis erzielt, der je an einer Auktion für ein Winterplakat bezahlt wurde. Der Käufer, ein Grieche, erhielt den Zuschlag für Emil Cardinaux' Plakat «Palace Hotel, St. Moritz» (Abbildung) aus dem Jahre 1920 für 23 900 Pfund, umgerechnet sind das 56 300 Franken. Während gewöhnliche Leute Post-



karten kauften, ersteigerten sich die betuchten Wintersportler für ein paar Tausender ein historisches Poster, heisst es in der entsprechenden Pressemitteilung des St. Moritzer Verkehrsvereins.

St. Moritz hat immer wieder herausragende Künstler mit der Gestaltung von Plakaten beauftragt. Diese Tradition geht über 100 Jahre zurück und hat die Gemeindeväter inspiriert, im neuen Parkhaus entlang der Galerie von «Badrutts Palace Hotel» hinunter zum See eine «St. Moritz Design Gallery» zu planen, in der ab kommendem Dezember regelmässig hochwertige Plakat-Ausstellungen stattfinden sollen. Bei der Eröffnung sollen als erstes gut 30 ausgewählte St.-Moritz-Plakate gezeigt werden – aus der Zeit zwischen 1895 und 2004.

## GLOSSE

# Basel a mim Nil

### HANSPETER GSELL\*

*Seit Tutanchamun – von seinen Freunden auch Thüt genannt – den Nil gegen den Rhein, seine Mehrzimmer-Pyramide gegen eine Mansarde im Antiken-Museum und den pharaonischen Bootssklaven gegen einen Fährmaa eingetauscht hat, tut sich seltsames im Tal der Basler Könige. Das ägyptische Mumienfieber grassiert nämlich grässlich und führt zu irrationalen*



*Verhalten, seltsamen Taten und in manchen Fällen zu Hautkrankheiten. Denn nur so lässt sich wohl erklären, dass erwachsene Basler anlässlich der Fernsehsendung «Wetten, dass...» nur in einem Ganzkörperverband aus Toilettenpapier auftreten konnten. Vom Morgestraich direkt zum Mumienstrich!*

*Freund Thüt, und natürlich vor allem sein güldenes Schmuckkästchen, garantiert auch der Basler Gastronomie kreative Fieberschübe. Man orientiert sich dabei kaum an historischen Tatsachen und wechselt schon mal Asterix und Obelix mit Romeo und Julia.*

*Im Pub gibts ägyptisches Hieroglyphen-Bier im Tonkrug und die Pizzeria tischt den Parm-ench-san im Mosekörbchen auf. Aus dem Nostrano wird plötzlich eine Nofrete, aus dem Boccacino ein Amphörchen. Die Serviertrichter heisst jetzt Cleopatra, trägt Henna und bewegt sich erst nach Erhalt eines Bakschisch. Auch mancher Abdul serviert jetzt als Caesar im Legionärs-Jupe Pyramiden-Steaks, Löwenbändigersalat und gebratene Sphinx-Tauben. Hoffentlich erfährt Ben Hur nichts davon. Seine Rache wäre fürchterlich!*

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

## IMPRESSUM

### htr hotel+tourismus revue

Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Gegründet 1892

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

**Leitung Medien:**  
Christian Santschi

**Redaktion:**  
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)  
Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH)

**Hotellerie und Tourismus:** Christine Kündler (CK),  
Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfli (DST),  
Dr. Karl Josef Verding (KV)

**Gastronomie/Technik:**  
Martin J. Petras (MJP), Gudrun Schlencke-Gasser (GSG)

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

**Milestone:** Dr. Peter Kühler (PK)

**Produktion:** Roland Geber (RG), Gilbert Penrot (GPE)

**Layout:** Roland Geber (RG), Gilbert Penrot (GPE)

**Korrektur:** Paul Le Grand

**Korrespondenten:** Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Loh (GL), Tessin; Heribert Pluttscher (HP), Wien; Maria Putz-Williams (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Sonja Stalder (SST), Bern; Georg Uebenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wilda (RW), Zürich

**Verlag:**  
Verlagsleitung: Iris Strehel  
Abonnemente: Sabine Rothacher  
Stellensinerte: Marc Moser  
Geschäftsanzeigen: Oliver Eloff (Anzeigenleiter)  
Innendienst: Marc Moser

**Druck:**  
Büchler Grafno AG,  
Druckzentrum Bern

**Auflage:**  
11'209 Ex. WEMF-belegubigt 2002,  
20'000 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 (TOUREX)  
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH)  
– Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter  
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)  
– Swiss Partner für den Bustourismus  
– Verband Schweizer Bäderkurorte (VSB)  
– Schweizer Kurhäuser (VSK)  
– Swiss International Hotels (SIH)  
– Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR)

### Kontakte:

**Adresse:**  
Morbijustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern.  
**Redaktion:** (Leserbriefe, People, usw.)  
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,  
E-Mail: [htr@swisshotels.ch](mailto:htr@swisshotels.ch)  
**Abonnemente:**  
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,  
E-Mail: [abo@swisshotels.ch](mailto:abo@swisshotels.ch)  
**Stellensinerte:**  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: [inserate@swisshotels.ch](mailto:inserate@swisshotels.ch)  
**Geschäftsanzeigen:**  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: [inserate@swisshotels.ch](mailto:inserate@swisshotels.ch)  
Internet: [www.swisshotels.ch](http://www.swisshotels.ch)  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



**KURT LORETAN** / Le nouveau directeur de l'Association hôtelière du Valais entend faire du bureau cantonal un centre de compétence. **PAGE 2**



**BO HALVARDSSON** / Orateur au «Hotel Finance Forum», Bo Halvardsson parle du développement des destinations. **PAGE 5**

**Cahier  
français**

**hotel+tourismus revue**

MITT

## Record d'exposants

Jamais les Suisses n'avaient été aussi nombreux au MITT, le plus important salon touristique de Russie qui a eu lieu la semaine passée à Moscou.

**LAURENT MISSBAUER**

«Le stand de Suisse Tourisme au MITT n'avait jamais été aussi grand que cette année. Nous avons en effet 135 exposants, c'est 30% de plus que lors du précédent record de 2003.» Tels ont été quelques-uns des propos tenus par Federico Sommaruga, responsable du marché russe chez Suisse Tourisme.

Le nombre toujours plus élevé de partenaires helvétiques intéressés par le MITT s'explique par le fait que le marché russe prend toujours plus d'importance. «De 210 000 en 2002, les nuitées hôtelières générées l'an passé en Suisse par la clientèle russe se sont élevées à 240 000. Pour 2004, nous avons bon espoir de dépasser largement le quart de million de nuitées russes», a ajouté Federico Sommaruga.

### UN INTÉRÊT AUSSI POUR LA BELLE SAISON

Attirés jusqu'ici avant tout par les vacances d'hiver – qu'ils prennent lors du nouvel an orthodoxe qui coïncide dans les hôtels suisses avec le creux de janvier –, les Russes s'intéressent désormais aussi à la belle saison, de mai à octobre, où ils allient la découverte du pays à la visite des villes et aux séjours de remise en forme. «Au MITT, Suisse Tourisme a ainsi accueilli pour la première fois Bâle Tourisme, présent avec trois hôtels, et le «product management wellness» de Suisse Tourisme», a relevé Federico Sommaruga.

### DE L'INTÉRÊT POUR LE GOLF À CRANS-MONTANA

Crans-Montana Tourisme était également présent au MITT avec trois hôtels, dont le Crans-Ambassador qui accueille depuis longtemps une clientèle russe intéressée par les cures Phytotherm. «L'intérêt pour l'éte, notamment pour le golf, a été cette année plus important que par le passé», a déclaré Walter Loser, le directeur de Crans-Montana Tourisme.

Même constat auprès de Guy Chanel, responsable des ventes et du marketing de Villars Tourisme: «Nos écoles internationales attirent beaucoup de Russes et ceux-ci sont toujours plus nombreux à rester chez nous en été ou à y revenir pour assister à des manifestations comme le Montreux Jazz Festival».

MANAGERS EN TOURISME

# Mieux positionner l'association

Renforcer la présence de l'association dans le paysage touristique suisse. Tel est l'un des objectifs du nouveau président de l'Association suisse des managers en tourisme (ASMT), Marco Wyss, qui a remplacé, la semaine dernière, le directeur de Sion Tourisme, Eddy Peter.

**MIROSLAW HALABA**

La branche touristique suisse est en pleine transformation. L'Association suisse des managers en tourisme (ASMT) ne veut pas manquer cette occasion pour adopter un profil plus marqué. Ce sera la tâche du nouveau président de l'Association suisse des managers en tourisme (ASMT), Marco Wyss, nommé lors de l'assemblée générale qui s'est tenue la semaine dernière à Winterthour. Directeur depuis octobre 2000 de la région touristique Heidiland, Marco Wyss n'aura probablement pas de peine à se pencher sur les divers dossiers qui l'attendent à l'ASMT. Outre une formation à l'École de tourisme de Lucerne, il est en effet diplômé de l'École hôtelière de Lucerne et possède un bon bagage de connaissances pratiques acquises dans l'hôtellerie, comme, par exemple, celles de directeur F&B au Parkhotel Kurhaus à Saint-Moritz.

### UN RÔLE CLÉ DANS LA FORMATION

Marco Wyss a plusieurs objectifs pour son association. Globalement, il souhaite qu'elle prenne davantage d'influence sur le plan de la politique touristique. «Il est nécessaire que nous puissions prendre part aux processus de décision et participer aux projets

Photo: Miroslaw Halaba



### PASSAGE DE TÉMOIN

Marco Wyss (à g.), le nouveau président de l'ASMT, en conversation avec Eddy Peter, le président sortant, souhaite que son association prenne davantage part au processus de décision en cours dans la branche.

touristiques», dit-il. Ceci sous-entend, notamment, une augmentation du nombre de membres et une large répartition géographique de ceux-ci. Marco Wyss attache cependant aussi beaucoup d'importance à la question de la formation. L'association, estime-t-il, peut jouer un rôle clé dans la mise en place des nouvelles filières de formation, notamment dans l'élaboration des programmes.

Dans le même ordre d'idées, l'association devra continuer à tenir compte de l'évolution de la profession. Une des adaptations au change-

ment a été, l'an passé, la transformation du nom de l'association, le terme de manager ayant remplacé celui de directeur. «Le responsable touristique doit désormais avoir des qualités de gestionnaire d'entreprise», indique Marco Wyss.

Le nouveau directeur n'entend pas apporter de modification au fonctionnement de l'association. Il souhaiterait cependant valoriser encore les séminaires qui sont organisés chaque année par l'association. «Grâce à ces séminaires, les membres ont une occasion unique de suivre une formation continue taillée sur mesure», conclut Marco Wyss.

été marquée par une ouverture de l'association à des directeurs dont les moyens de travail sont plus modestes que les membres habituels. Pour Eddy Peter, cette catégorie «junior» n'a pas encore rencontré le succès espéré.

A l'heure du passage de témoin, Eddy Peter se dit inquiet du profil trop peu marqué que la profession de manager en tourisme revêt parfois. Un des défis de l'association sera, pour lui, de mettre cette activité davantage en valeur. Il estime, par ailleurs, qu'il conviendrait d'inciter les entreprises à former davantage d'apprentis.

## La statistique hôtelière financée à 90%

L'Assemblée générale de l'Association suisse des managers en tourisme (ASMT) a permis aux quelque 45 membres et invités présents de recevoir des informations sur les thèmes d'actualité. Directrice de la Fédération suisse du tourisme, Judith Renner-Bach a ainsi indiqué que le financement de la nouvelle statistique hôtelière était assuré à 90%. La semaine dernière, quatre cantons ne s'étaient pas encore prononcés: Zurich, Genève, Uri et Glaris. Judith Renner-Bach a invité les membres de l'association à

faire du lobbying auprès de leurs parlementaires afin que Suisse Tourisme puisse obtenir un crédit-cadre d'au moins 230 millions de francs. On a appris aussi que la préparation aux examens d'expert en tourisme, nouvelle formule, devrait débuter en septembre en allemand et en 2005 en français. L'an passé, l'ASMT a enregistré 70 mutations de membres. Jeudi dernier, elle comptait 184 membres, dont 91 membres actifs et 8 membres junior. La prochaine assemblée générale aura lieu en 2005 à Lugano. MH

### DE NOMBREUSES RÉALISATIONS

La période de cinq ans vécue par son prédécesseur, Eddy Peter, le directeur de Sion Tourisme, à la tête de l'ASMT, a parfaitement reflété les transformations de la branche. Parmi les principales réalisations, le président sortant – au demeurant, chaleureusement remercié pour son activité et sa cordialité – cite l'élaboration d'un contrat de travail-type pour les directeurs d'office du tourisme, la reconnaissance fédérale de la filière d'apprentissage «tourisme» et une enquête sur les salaires. Cette période a aussi

## Eric Liechti réélu

Directeur de l'Office du tourisme des Diablerets, Eric Liechti a été réélu pour deux ans au comité de l'Association suisse des managers en tourisme (ASMT), dont il est le seul représentant romand.

Durant son mandat précédent, il s'est chargé du dossier de la réforme de la formation commerciale de base. Il apprécie sa présence au comité de l'ASMT. «C'est une très bonne expérience qui me permet de sortir du contexte régional dans lequel j'évolue habituellement», dit-il. MH

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

### LOGICIEL MIRUS

NOUVEAU: planification du personnel, contrôle du travail simplifié.

Une planification du personnel simple et efficace! Notre nouveau logiciel vous permet de créer en un clin d'œil des tableaux de service et de reporter le temps de présence effectif sur le décompte de salaire en appuyant simplement sur une touche. Vous avez ainsi un contrôle parfait du temps de travail, y compris du travail de nuit et des heures supplémentaires. Profitez vous aussi du savoir-faire du leader du marché!

**MIRUS**  
Software

Parce que votre temps est trop précieux pour le perdre à des brouilleries administratives.

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

### DIVINEMENT BON.

«Linge de cuisine  
et tabliers répondant  
à toutes les exigences»



Tissage de Toiles Berne SA

Téléphone: +41 (0)31 340 85 85 www.tbwbern.ch  
Fax: +41 (0)31 340 85 01 info@tbwbern.ch



Scana Alimentation SA 1032 Romanel s/Lausanne  
info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

**Micros**

Restaurant-Vinothèque-Club Louis, Lausanne

Chez eux chez les meilleurs:  
systèmes de caisses Micros de

**CHECK IN DATA**

Check-In Data 021 632 91 00.

## «Les Roches» s'implante en Chine

**Canton du Valais.** L'Ecole hôtelière SSH Les Roches, à Bluche, à proximité de Crans-Montana, aura une antenne chinoise, dès cet automne, à Fengxian, une localité située au sud de Shanghai.

Dénommée «Les Roches Jin Jiang International Hotel Management College», cette antenne est le fruit d'une collaboration avec Jin Jiang, «un des plus importants groupes hôteliers chinois», a annoncé vendredi le groupe Sylvan dont l'Ecole hôtelière SSH Les

Roches est membre. Le groupe Sylvan, propriétaire, entre autres, de l'Ecole hôtelière de Glion (VD), précise que Jin Jiang dispose actuellement de 133 hôtels en Chine et qu'il prévoit d'en avoir 300 d'ici cinq ans.

La nouvelle école «Les Roches Jin Jiang International Hotel Management College» accueillera 500 étudiants au cours des trois prochaines années. Ces derniers y suivront pendant deux ans une formation pratique et théorique sur les différents aspects des mé-

tiers du tourisme. Après deux années d'étude en Chine, ils pourront prolonger leur cursus en Suisse et y obtenir le diplôme de la SSH, après un an, ou le «Bachelor of business administration», après deux ans.

On relèvera que les Jeux olympiques de Pékin en 2008 et l'Exposition universelle de 2010 à Shanghai iront de pair avec une forte augmentation de la capacité hôtelière en Chine. D'ici 2013, l'industrie hôtelière chinoise devrait créer 11 millions de nouveaux emplois. LM

## Le Chalet des Colombettes vendu

**Canton de Fribourg.** La société d'exploitation d'Espace Gruyère a racheté le Chalet des Colombettes, à Vuadens. Sous la pression des banques, la Fondation propriétaire de cet établissement public, siège de l'Association Joseph Bovet qui regroupe 6000 Fribourgeois de l'extérieur, l'a vendu pour une somme voisinant le million de francs.

Le Chalet des Colombettes fait partie de l'infrastructure touristique de la Gruyère, avec son café-restaurant, sa grande

salle, ses salles de séminaires, sa petite boutique et ses douze chambres. Cette acquisition par Espace Gruyère, où la Ville de Bulle, cité suisse des goûts et terroirs est très fortement engagée, apparaît non seulement comme la volonté de préserver l'intérêt régional, mais comme le résultat d'une politique de complémentarité, de recherche de synergie et de marketing en concordance parfaite avec les buts du centre.

En précisant que cette opération correspond à un projet

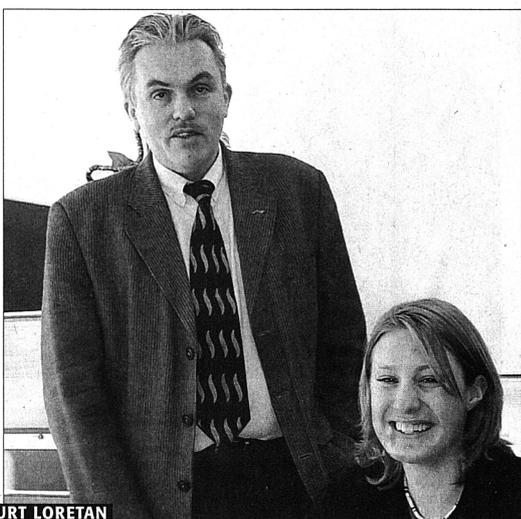
de développement comme un autre, le risque n'étant pas considéré comme plus grand que le développement d'un nouveau salon. Béat Kunz, directeur d'Espace Gruyère, traduit bien ce sentiment: «L'opération procède du même état d'esprit qui anime, cinq ans après sa création, les responsables de notre centre de rencontre, élément de la dynamique économique-touristique régionale et vecteur de mise en valeur des produits des terroirs.» JS

KURT LORETAN

# «Définir les besoins de nos hôteliers»

Kurt Loretan est le nouveau directeur de l'association hôtelière du Valais. Il entend faire du bureau cantonal un vrai centre de compétence à la disposition des hôteliers. Pour définir les besoins des 500 membres, il leur a récemment envoyé un questionnaire.

Photo: Danielle Emery Mayor



KURT LORETAN

Le nouveau directeur de l'Association hôtelière du Valais (ici avec Stefanie Praz, une de ses collaboratrices), veut donner une nouvelle énergie au bureau cantonal.

DANIELLE EMERY MAYOR

Quelles sont les tâches du bureau cantonal de l'Association hôtelière du Valais? Quel rôle doit jouer son responsable? Ces deux questions, Kurt Loretan se les est posées peu de temps après son entrée en fonction. «Ce bureau doit, selon moi, être un relais pour que les hôteliers trouvent ce dont ils ont besoin. Mais quels sont leurs besoins?»

### METTRE SUR PIED UN CENTRE DE COMPÉTENCES

Pour savoir comment les hôteliers valaisans voient l'avenir de leur organisme faïtler, le nouveau directeur a récemment envoyé un questionnaire aux 500 membres de l'Association hôtelière du Valais. Une fois les réponses

connues, Kurt Loretan se propose de réorganiser son bureau, de mieux le valoriser.

Bien sûr, lorsqu'il a décidé de reprendre le poste d'Eric Biseix, parti à la retraite, il avait déjà des idées. Issu de

la base – il a lui-même été hôtelier à Loèche-les-Bains – Kurt Loretan connaît bien les problèmes rencontrés par ses confrères. Et comme de plus il est bilingue, il a un bon contact tant avec le haut que le bas du canton. «C'est important car les problèmes ne sont pas toujours les mêmes.»

Dans l'esprit de Kurt Loretan, le bureau cantonal devrait fonctionner comme un centre de compétences. Dans la Maison du Valais où il se trouve, il y a aussi la Chambre valaisanne du commerce, avec le secrétariat de l'association des remontées mécaniques valaisannes, Valais Tourisme et le Centre de compétence financière (CCF SA, ancien Sodeval). Un lieu idéal pour créer des synergies et réunir des services en faveur du tourisme et de l'hôtellerie.

### UN BUREAU POUR LES STATISTIQUES

Dans son questionnaire, Kurt Loretan pose carrément la question: serait-il possible d'imaginer une collaboration avec ces organisations, avec peut-être aussi Gastrovalais, pour tout ce qui touche aux tâches administratives? Qui dit centre de compétences dit également mise à disposition de données sur la profession. Kurt Loretan imagine que le bureau central recueillerait les statistiques importantes

pour l'hôtellerie. C'est pourquoi il a demandé aux hôteliers s'ils étaient prêts à mettre à disposition leurs chiffres-clés afin d'établir des statistiques cantonales et de les analyser. «Tout est imaginable pour notre bureau, même d'installer ici une centrale de réservation pour l'hôtellerie valaisanne.»

### «IL FAUT QUE LES HÔTELS SE REGROUPENT»

Pour l'heure, Kurt Loretan prend en route un projet de l'association qui lui tient à cœur: le regroupement d'hôtels. Une trentaine d'établissements travaillent à ce projet. Il s'agit pour eux d'instaurer des collaborations dans différents secteurs, gestion d'entreprise, achats, moyens de transport, par exemple. «Les hôteliers doivent comprendre qu'aujourd'hui il faut se regrouper, sinon on est foutu!» Mais il sait que l'hôtelier est un individualiste. «Ça prendra du temps... Les remontées mécaniques, elles aussi, ont dû passer par le regroupement.»

Les premiers résultats de ces collaborations devraient vraisemblablement être déjà présentés cet automne. S'ils sont concluants, ils devraient donner l'exemple. «Le but, c'est de travailler ensemble afin d'augmenter le rendement de chacun», conclut Kurt Loretan.

HÔTEL-RESTAURANT «LE VAISSEAU», LE PETIT-CORTAILLOD (NE)

# «Pour réussir, il faut privilégier le dialogue»

L'Hôtel-Restaurant «Le Vaisseau», qui fête cette année son 90e anniversaire, possède la particularité d'appartenir à la même famille depuis quatre générations.

VALÉRIE MARCHAND

La famille Ducommun a su traverser les périodes houleuses de l'hôtellerie-restauration sans jamais abandonner le navire. C'est tout d'abord, Georges-Albert Ducommun, qui, le 1er mars 1914, a pris les rennes de l'Hôtel-Restaurant «Le Vaisseau» du Petit-Cortaillod (NE). Sa situation calme, en bordure du lac, avait toutes les chances d'attirer les clients.

Ensuite, c'est Georges Ducommun, grand-père du propriétaire et tenancier actuel, qui a pris la relève et qui s'est attelé à développer l'affaire. Cependant, il décéda en 1952 sans avoir pu réaliser les travaux d'agrandissement qu'il avait projetés. Son fils, Georges Ducommun s'est appliqué à poursuivre ce but. Parallèlement, il s'est occupé d'une exploitation viticole, qui existe toujours, même si le vin est maintenant vinifié par une coopérative, faute de temps. C'est en 1986 que les travaux ont été achevés. Deux

nouveaux bâtiments ont ainsi complété l'établissement principal avec, en tout, 22 lits doubles, une terrasse couverte et deux salles de conférences d'une centaine de places.

Georges Ducommun est toutefois décédé à son tour sans avoir pu voir la conception finale de son projet. Son fils, Georges-Albert Ducommun, actuel propriétaire et tenancier de cet hôtel-restaurant trois étoiles, s'est occupé de la gestion de l'affaire familiale à partir de 1974, une fois sa formation achevée à l'Ecole hôtelière de Genève. Georges-Albert Ducommun est aujourd'hui père de quatre enfants: Elvina, Amélia, Mélissa, employée de commerce qui a récemment terminé son certificat de capacité de cafetier-restaureur et hôtelier, ainsi que Michael, cuisinier, actuellement à l'armée.

### UNE RÉCOMPENSE: LE SÉSAME DE L'ACCUEIL

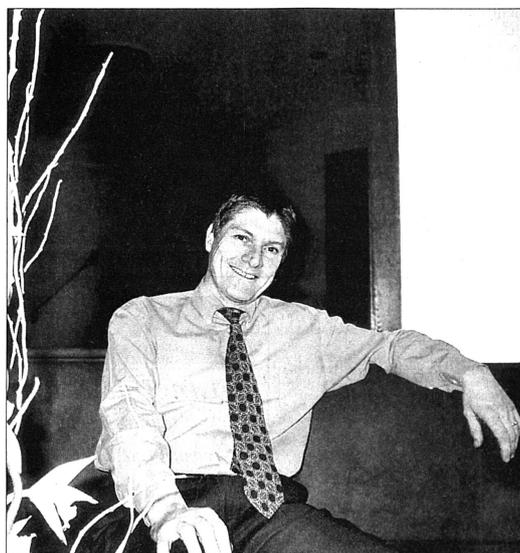
La famille a reçu en 2000 le Sésame de l'accueil à Gastronomica, le salon international de l'alimentation, de la restauration et de l'hôtellerie, à Lausanne. Alors comment fait-on dans ce métier pour assurer la pérennité et le succès? «Il ne faut jamais obliger ses enfants à entrer dans une branche qui

ne les intéresse pas. Si mes enfants souhaitent poursuivre ce métier, je les soutiendrai. S'ils désirent changer d'orientation, je les comprendrai», précise Georges-Albert Ducommun qui mise aussi sur une atmosphère sereine dans son établissement. Ce dernier est fermé deux jours par semaine, sauf en été. Ce qui permet à chacun de se reposer et d'améliorer sa qualité de vie. De plus, le tenancier ne doit ainsi s'occuper que d'une seule équipe.

### PAS DE CONTINUITÉ SANS PERSÉVÉRANCE

Ce n'est que pendant l'été que des saisonniers sont engagés pour compléter le groupe actuel. «Lors de périodes économiquement délicates, nous diminuons les charges, notamment en supprimant du personnel», explique Georges-Albert Ducommun. Mais, la clef de la réussite, «c'est avant tout de privilégier le dialogue», souligne-t-il. Ceci afin de préserver une bonne ambiance. Une bonne ambiance que, souvent, la clientèle ressent. «Il faut aussi savoir travailler avec sérieux et être prêt à effectuer beaucoup d'heures par semaine. Sans persévérance, ce défi n'aurait pas été possible», conclut-il.

Photo: Valérie Marchand



GEORGES-ALBERT DUCOMMUN

Le propriétaire et tenancier de l'Hôtel-Restaurant Le Vaisseau du Petit-Cortaillod, à proximité de Neuchâtel, est le quatrième Ducommun à la tête du «Vaisseau».

## Une nouvelle «Fleur du Lac»

**Canton de Vaud.** Claudia et Jean-Max Bonvin Krumm ont inauguré vendredi dernier, l'Hôtel La Fleur du Lac, à Morges (VD). Durant l'hiver, les 30 chambres, les salles de conférence et de banquets ont en effet été entièrement rénovées. Toutes les chambres ont par ailleurs été équipées d'une nouvelle salle de bains. Elles sont toutes pourvues d'un balcon orienté sur le lac et dotées d'un accès direct à Internet.

De même, tous les espaces publics ont été rafraîchis et leur

décoration a été modifiée. Entre 400 000 et 500 000 francs ont été investis dans ces travaux par la société anonyme propriétaire, entièrement en mains de la famille Bonvin.

L'établissement comprend encore un restaurant gastronomique («La Fleur du Lac»), le café «Le Bistrot» et un piano-bar. Depuis le mois de février, la direction des cuisines a été confiée au chef Jean-Louis Vosgien, créateur de l'École de cuisine provençale pour le compte du renommé Château

de Berne, à Lorgues, en France, qui a également dirigé les brigades de La Ferme de Mougins et du Mas du Langoustier à Porquerolles, tous deux également en France.

L'objectif de Jean-Louis Vosgien est de redonner au restaurant quelques lettres de noblesse dans la région. «Il s'agit d'en faire une table incontournable, sans pour autant viser immédiatement une mention dans les grands guides», précise celui qui, par le passé, a déjà été «étoilé» au Michelin. *JJE*

## Pour plus de places non-fumeur

**Restauration vaudoise.** La section vaudoise du Centre d'information pour la prévention du tabagisme (CIPRET-Vaud) a lancé ces jours le second volet de sa campagne de sensibilisation destinée à augmenter le nombre de places non-fumeur dans les établissements publics vaudois. Entrée en vigueur début 2003, la nouvelle loi vaudoise sur les auberges et les débits de boissons indique que l'exploitant doit prendre, «dans la mesure du possible», des mesures afin que

le client puisse consommer sans être incommodé par la fumée du tabac. Il y a un an, le CIPRET avait sensibilisé les restaurateurs à cette démarche en collaboration avec Gastrovaud et la police du commerce.

Aujourd'hui, sous le slogan «Faire le pas», elle invite la presse à traiter ce sujet et les clients à aborder ce dernier avec les restaurateurs. Responsable de ce projet, Anne-Catherine Merz ne peut pas encore quantifier les résultats obtenus jusqu'ici, mais elle constate qu'il y

a une forte polarisation entre ceux qui souhaitent un changement (consommateurs ou restaurateurs) et ceux qui optent pour le statu quo.

Anne-Catherine Merz fait remarquer, qu'au niveau international, la tendance aux espaces publics sans fumée se renforce en s'accélération et est donc d'avis que la Suisse devra aussi s'adapter. Elle souligne que les hôtes scandinaves, anglais ou venant d'outre-Atlantique sont habitués à avoir des restaurants sans fumée. *MH*

### SWISS GOLF HOTELS

## Collaboration avec ST

VZP, la société qui chapeaute les Swiss Golf Hotels, élabore avec Suisse Tourisme (ST) une stratégie afin de mieux vendre le tourisme de golf en Suisse.

### LAURENT MISSBAUER

La présentation, la semaine passée, du guide 2004 des Swiss Golf Hotels (SGH) est allée de pair avec l'annonce d'une collaboration entre Suisse Tourisme et la société Victor Zindel & Partner (VZP), qui chapeaute les SGH: «VZP intensifie sa collaboration avec Suisse Tourisme et lance le projet Swiss Golf. Il s'agit d'une stratégie de marketing afin de positionner la Suisse en tant que destination de golf. Des actions marginales seront déjà organisées cette année avec les Swiss Golf Hotels, les régions et les clubs de golf intéressés, mais le projet Swiss Golf ne sera réalisé qu'en 2005», a relevé Karin Vest, responsable du produit Swiss Golf Hotels au sein de VZP.



Le Golf de la Gruyère, à Pont-la-Ville, figure sur la couverture de l'édition 2004 du guide des Swiss Golf Hotels.

Au niveau des établissements membres des Swiss Golf Hotels, il y a eu un certain nombre de changements. Le groupement compte désormais 42 hôtels – dont sept en Suisse romande\* – contre 47 en 2003. Six nouveaux hôtels ont été acceptés cette année: le Monte Rosa et le Rifflalp à Zermatt, le Quadratscha à Samedan (GR), le Waldhotel Bellevue à Davos (GR), le Seminarhotel Sempachersee à Nottwil (LU) et l'Albergo Gardenia à Caslano-Lugano.

Enfin, on relèvera que la Suisse romande est particulièrement à l'honneur cette année au sein des Swiss Golf Hotels. La couverture du guide 2004 représente une vue du Golf de la Gruyère et la finale du «Swiss Golf Hotels Challenge 2004» aura lieu le 17 septembre au golf de Lavaux à Puidoux.

\* Le Mont-Paisible et le Lindner Golfhotel Rhodana à Crans-Montana, le Vieux-Manoir à Morat-Meyriez (FR), le Palafitte à Neuchâtel, l'Hôtel-Restaurant du Golf de la Gruyère à Pont-la-Ville (FR), l'Hôtel du Signal à Chexbres (VD) et le Grand Hôtel des Bains à Yverdon.

### MARCHÉ DE GROS À L'EMPORTER

# Prodega s'implante en Valais

Prodega construit un magasin de 4500 m<sup>2</sup> dans la zone commerciale de Conthey. Dès le 4 octobre, le leader suisse du marché de gros à l'emporter – appelé aussi «cash & carry» – proposera 30 000 articles aux professionnels de la restauration et au commerce de détail.

### GENEVIÈVE ZUBER

C'est à Conthey, à proximité de Sion dans le pôle commercial du Valais central, où se multiplient les magasins et les grandes surfaces, que la société Prodega, membre de Bon appétit Group, a choisi de s'installer. Il s'agit du dix-septième marché de Prodega en Suisse et du cinquième en Suisse romande, après Crissier-Lausanne, Givisiez-Fribourg, Bienne ainsi que St-Blaise-Neuchâtel.

### LE NOUVEAU CENTRE COMBLERA UNE LACUNE

Le marché de gros à l'emporter se lance donc à la conquête du Valais ou, plutôt, vient servir chez eux des professionnels valaisans nombreux (plusieurs centaines selon la direction) à se rendre à Crissier pour effectuer leurs achats. «Le Valais est l'une des premières régions gastronomiques mondiales et un centre touristique de haut niveau. Cela nous a motivés à nous mettre au service du secteur car, dans ce canton, il n'y avait pas encore d'offre spécifique de ce type», selon le directeur-général du groupe, Hans-Peter Gilgen.

Autrement dit, les études de marché réalisées par Prodega montrent que le potentiel de clients est suffisant pour réaliser, lors du premier exercice d'exploitation déjà, 25 millions de francs de chiffre d'affaires. «Un résultat que nous devons atteindre pour sortir des chiffres rouges et être viable», précise encore Hans-Peter Gilgen.

### DIX-HUIT MILLIONS DE FRANCS D'INVESTISSEMENT

La réalisation de la succursale de Conthey représente un investissement de 18 millions de francs. Elle occupera une trentaine de collaborateurs sous la houlette du directeur, André Lagger, qui travaillait jusqu'à présent dans l'hôtellerie en Suisse allemande.

Comme dans ses autres marchés dans toute la Suisse, Prodega proposera une très large panoplie d'articles alimentaires et non alimentaires, en fait tout ce qu'il faut à un hôtel, un restaurant, un hôpital ou à un commerce de détail pour «tourner»: vaisselle, meubles, appareils, literie, linge, vêtements de travail, denrées alimentaires...

Les produits frais occuperont une surface de 1200 m<sup>2</sup>. «Ce sera l'une de nos grandes forces», précise Hans-

Photo: Geneviève Zuber



**SUR LE CHANTIER DU FUTUR PRODEGA DE CONTHEY**

De g. à dr.: Xavier Lagger, directeur de la succursale valaisanne de Prodega, Walter Fankhauser et Hans-Peter Gilgen, respectivement responsable des ventes et directeur-général de Prodega, et Jean-Pierre Penon, président de Conthey.

Peter Gilgen. «Nous comptons bien offrir les meilleurs produits du terroir valaisan, les fruits et les légumes, mais également les fromages, les vins de même que la charcuterie comme les saucisses et la viande séchée du Valais...»

### RÉSERVÉ EXCLUSIVEMENT AUX PROFESSIONNELS

Contrairement à Magro, par exemple, qui appartient aussi à Bon appétit Group, il faudra montrer patte blanche pour acheter au Prodega de Conthey: seuls les professionnels de l'hôtellerie-restauration et du commerce de détail sont en effet habilités à s'approvisionner dans ce type de «cash & carry».

Plus précisément, les clients vont de la boutique de kebab à l'hôtel cinq étoiles et, pour 72%, ce sont des restaurateurs. «Dans nos marchés de gros, ils dépendent en moyenne 520 francs par passage, alors que dans les autres commerces, accessibles à tout un chacun, la dépense moyenne s'élève à 28 francs.»

Quant aux prix pratiqués par Prodega, Hans-Peter Gilgen assure que la corbeille de marchandises y est globalement de 10 à 20% meilleur marché que dans le commerce de détail. Prodega, pour exprimer sa spécificité, se définit aussi comme un économat géant, à disposition des clients, ouvert dès 7h30 et jusqu'à 20h00 le soir; des professionnels, explique encore la direction, qui ne sont de ce fait plus obligés de constituer leurs propres stocks.

## FORMATION

Hotel & Gastro formation by Hotel & Centre Unico Centre-Editeur Hotel-Barthelme

### PLANIFIEZ VOTRE FORMATION AVEC NOUS !

### BREVET FEDERAL

- de chef / fe en restauration
- de cuisinier / ère en hôtellerie et restauration
- d'intendant / te en hôtellerie et restauration
- de chef / fe d'accueil et d'administration

SEANCE D'INFORMATION  
MERCREDI 12 MAI 2004 A 15H00

au Centre professionnel de GastroVaud  
Av. Général Guisan 42a, 1009 Pully

Inscription à la séance au 021/ 804 85 30

Pour tout renseignement complémentaire, nous restons à votre entière disposition

Hotel & Gastro formation, siège romand  
Route des Pressoirs 8  
1027 Lonay

Tél: 021/804 85 30 fax: 021/804 85 38 email : morges@hotelgastro.ch

# Commande d'abonnement



La revue spécialisée de l'hôtellerie, de la gastronomie, du tourisme et des loisirs.

Détacher ici 

## Oui, je souhaite commander:

- Abonnement d'essai:**  
10 numéros de l'hôtel+tourismus revue pour seulement Fr. 25.-  
(Vous économisez Fr. 18.-)
- Abonnement pour un an:**  
49 numéros de l'hôtel+tourismus revue pour seulement Fr. 145.-  
(Nous vous offrons un bon d'achat d'Exlibris d'une valeur de Fr. 20.-)

En renvoyant le coupon tout de suite, vous participerez automatiquement au tirage au sort mensuel de 5 bons d'achat d'Exlibris d'une valeur de Fr. 100.-

- Je veux seulement participer au tirage au sort.

### Conditions de participation:

Les employés d'hôtellerie suisse ne sont pas autorisés à participer.  
Tout recours juridique est exclu et aucune correspondance ne sera échangée.  
Le(la) gagnant(e) sera tiré(e) au sort à la fin du mois.

### A renvoyer:

hôtellerie suisse, Abo-Service, Industriestrasse 37, CH-3178 Böisingen,  
Téléphone 031 740 97 93, E-Mail: abo@swisshotels.ch

Nom: \_\_\_\_\_  
Prénom: \_\_\_\_\_  
Société: \_\_\_\_\_  
Rue/no: \_\_\_\_\_  
NPA/Lieu: \_\_\_\_\_  
Téléphone (journée): \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_

## Chablais Tourisme: un cri d'alarme

**Monthey.** C'est un constat alarmant qui a été présenté, lundi, aux actionnaires de Chablais-Tourisme réuni en assemblée générale: en quatre ans, la région du Chablais valaisan et des Portes du Soleil a perdu un quart de sa capacité hôtelière.

Conséquence, si le taux d'occupation se renforce de 4%, le total des nuitées chute de 17%. «Cette évolution signifie que nous perdons notre philosophie hôtelière. Or la valeur ajoutée du secteur est de quatre

à cinq fois plus élevée que dans la parahôtellerie», a regretté Enrique Caballero, le directeur de Chablais Tourisme.

La situation est d'autant plus alarmante que Chablais Tourisme a atteint une belle «vitesse de croisière» au cours de ses cinq ans d'activités. Chiffres à l'appui, au bilan de l'exercice 2003, tous les indicateurs sont au vert: un site Internet qui a été très fréquenté et qui a été caractérisé par un taux de concrétisation en constante progression (une

offre sur trois se traduit par une réservation), une centrale de réservation qui a été qualifiée de performante (765 000 francs de chiffre d'affaires) et des nuitées qui se sont avérées en hausse de 2,8% par rapport à l'exercice précédent.

Malheureusement, tous ces indicateurs favorables n'empêchent pas le cri d'alarme. Ce d'autant plus qu'Enrique Caballero s'avoue «un peu désarmé» à l'heure de convaincre les partenaires de corriger et d'améliorer la situation. **JJE**

## Des navettes-autos pour cet hiver

**Canton du Valais.** Le trafic «porte-autos» sous le tunnel ferroviaire du Simplon sera réintroduit, en principe, le 12 décembre prochain. Ce service entre Brigue et Iselle (Italie) avait été supprimé par Berne en 1992 pour des raisons financières.

L'Etat du Valais et la province Verbano Cusio Ossola ont signé fin mars un accord sur sa réintroduction. Les investissements nécessaires s'élèvent à près de 2,5 millions de francs, dont 1,5 million à la charge du

Valais. Le projet prévoit 11 paires de navettes-autos par jour.

Interventions parlementaires, pétitions à Crans-Montana où les touristes italiens sont nombreux: le Valais n'a cessé de réclamer cette réintroduction. Finalement le canton a pris lui-même l'initiative de cette remise en service, approuvée en mars par le parlement. «Nous n'avons cessé de nous battre pour cet objet», explique Yvan Aymon, de Valais Tourisme. «En 1992, les nuitées

italiennes s'élevaient encore à 336 000. En 1996, elles avaient chuté à 60 000, à cause de la fermeture de la navette-autos sur-tout.»

L'alternative, soit le passage du col à 2000 mètres est en effet souvent difficile voire impossible en hiver. Depuis lors, les nuitées se sont plus ou moins rétablies, au prix d'une importante campagne de promotion dans le bassin milanais. «Cette réouverture sera un argument de promotion de poids», se réjouit Yvan Aymon. **GZ**

### JOURNÉES SANS VOITURES

## Le soutien a été étendu

Appréciées par le public suisse, bonnes pour le tourisme, les journées sans voitures, bénéficient désormais d'un soutien étendu.

**MIROSLAW HALABA**

Les journées sans voitures ont de beaux jours devant elles. Le succès rencontré par les manifestations «SlowUp», notamment, a incité l'Office fédéral du développement territorial, la Fondation «La Suisse à vélo», la Fédération suisse du tourisme (FST) et Promotion Santé Suisse à s'associer pour apporter leur soutien aux journées sans voiture organisées sur un plan local ou régional et orientées sur les loisirs.



Les journées sans voitures permettent à des localités de se profiler.

Cette démarche a été appuyée par l'élaboration d'une brochure\* destinée aux organisateurs et présentée la semaine dernière à Berne. Ces journées constituent une variante adoucie à l'introduction généralisée de dimanches sans voitures dont le principe a été rejeté par le peuple.

Les journées sans voitures sont intéressantes pour le tourisme. Elles permettent à ceux qui les fréquentent de découvrir des régions orientées sur le tourisme journalier. Elles permettent à des localités de se profiler. Elles font profiter l'économie locale et peuvent générer des visites ultérieures.

Pour la FST, ces arguments sont suffisants pour qu'elle y apporte sa caution. Sa directrice, Judith Renner-Bach n'a toutefois pas manqué de rappeler, la semaine dernière, que «le tourisme dépend d'une infrastructure de transports «attractive et performante» qui englobe le rail, la route et les voies destinées à la locomotion douce. «Nous ne pouvons pas oublier que 60 à 70% des déplacements touristiques se font toujours en voiture», a-t-elle dit. D'où l'engagement de la branche pour une cohabitation de la route et du rail.

\* Commande: [www.bbl.admin.ch/bundespublikationen](http://www.bbl.admin.ch/bundespublikationen), Art.-Nr. 812.033.f (d.i).

### BO HALVARDSSON, SKISTAR

## L'importance du service aux hôtes

Le groupe scandinave Skistar est l'un des plus grands d'Europe à être spécialisé dans le tourisme hivernal. Orateur le 13 mai à l'«Hotel Finance Forum» de Montreux, Bo Halvardsson, responsable du développement des destinations, explique les recettes du succès de Skistar.

**INTERVIEW: MARIETTA DEDUAL\***

**■ Bo Halvardsson, le groupe Skistar dispose de 25 000 lits qui sont occupés à 90% de Noël au 1er mai. Que faites-vous de mieux que les autres?**

Nous avons un concept fixe car beaucoup de choses jouent un rôle. Evoquons par exemple les écoles de ski avec leurs 72 000 élèves. Chez Skistar, nous prenons beaucoup de temps pour l'entourage de nos hôtes. Or nombreux sont ceux qui estiment que la tâche la plus importante d'un moniteur de ski est d'enseigner la technique du ski à ses élèves. Nous ne sommes pas de cet avis. Apprendre à skier n'est que la deuxième chose la plus importante. La première, c'est que les moniteurs arrivent à convaincre leurs élèves que, la prochaine fois qu'ils iront skier, ils se rendront dans une destination Skistar. C'est en tout cas ce que les enfants doivent dire à leurs parents.

**■ Et ça marche?**

Les élèves de nos écoles de ski savent que, la prochaine fois, ils s'entraîneront à un niveau supérieur et que leur moniteur de ski, par exemple, s'appelle Martin. Et, à la fin des vacances, en rendant les clés, ils réserveront déjà pour l'année prochaine. C'est le cas de 60% de nos clients.

**«Si nos moniteurs font bien leur travail, nous gagnons 300 000 nouveaux hôtes l'hiver suivant.»**

**■ Et les moniteurs de ski jouent-ils le jeu sans problème?**

Naturellement. L'activité centrale de Skistar va bien au-delà de l'exploitation des remontées mécaniques. Skistar détient aussi les écoles de ski, les magasins de location des équipements de ski, ainsi que les appartements et les maisons de vacances. D'un point de vue statistique, chaque élève de nos écoles de ski vit avec 3,7 personnes. Si nos moniteurs font bien leur travail et que les élèves le disent à la maison, nous gagnons, encore avant l'été, 300 000 nouveaux hôtes pour l'hiver suivant.

Photo: Marietta Dedual



**BO HALVARDSSON**

«Notre objectif est que 70% des réservations se fassent avant les premières chutes de neige», relève le responsable du développement des destinations de Skistar.

**■ En Suède, dans la station de Sälen qui compte 27 000 lits, vous vous trouvez en position dominante avec vos 15 000 lits. Cela pose-t-il des problèmes avec vos concurrents?**

Nos concurrents offrent des produits de niche que nous ne possédons pas dans notre offre.

**■ Le 13 mai, vous parlerez à Montreux dans le cadre de l'«Hotel Finance**

**Forum» de la Société suisse de crédit hôtelier. Quel sera votre message?**

J'évoquerai que le problème principal de notre branche est qu'il est trop difficile de nous atteindre. Aujourd'hui, le touriste s'assied devant son ordinateur et constate que, pour 300 francs, il réserve avec un seul click, passe chez H&M s'acheter un maillot de bain pour 25 francs et c'est terminé.

Décollage et bon week-end! Un autre exemple: le touriste moderne cherche une destination d'hiver sur le net. Il va bien trouver un lit, mais il n'a pas la possibilité de le réserver en temps réel. Il fait donc une réservation et attend la réponse. Aujourd'hui, cela ne va plus! Et en outre, on ne peut souvent même pas réserver par Internet, on reçoit de l'office du tourisme une liste de dix-sept numéros de téléphone... et on se décide pour Malaga! Skistar agit autrement et mieux. Nous avons commencé en 1999 à développer le système de vente «Ski On-line» qui permet de réserver sur Internet, en temps réel, le logement, l'abonnement de ski, les cours de ski et la location de l'équipement de ski. Le client reçoit une confirmation en quinze secondes. Et s'il est déjà venu chez nous, Skistar sait déjà quelles sont les chaussures et les skis qu'il avait utilisés. Il peut alors à nouveau les réserver. C'est cela le service aux hôtes!

**«A Sälen, 33% de nos clients réservent déjà leurs vacances sur Internet.»**

**■ Combien de vos clients réservent-ils déjà sur Internet?**

A Sälen, par exemple, ils sont 33% et, dans deux ans, ce sera plus de la moitié. Un grand nombre de clients réservent toutefois déjà en rendant les clés pour l'année suivante. L'objectif de Skistar est que 70% des réservations se fassent avant les premières chutes de neige. Cette année, à Sälen, on en était déjà à 73%. En règle générale, les hôtes paient 20% de la facture immédiatement, 60% deux mois avant le début des vacances et le reste 30 jours avant le début des vacances. Au moment de voyager, ils ont à nouveau le porte-monnaie bien garni.

\* La traduction du texte a été assurée par la Société suisse de crédit hôtelier (SCH).

## Bo Halvardsson à l'«Hotel Finance Forum SCH» de Montreux

Lors de l'«Hotel Finance Forum» de la Société suisse de crédit hôtelier (SCH) qui se tiendra à Montreux le 13 mai, Bo Halvardsson, responsable du développement des destinations du groupe scandinave Skistar, présentera le modèle commercial de son entreprise. Celle-ci, cotée en bourse, a réalisé l'an passé un chiffre d'affaires d'environ 166 millions de francs et un bénéfice après amortissements d'environ 29 millions de francs.

Les thèmes qui seront traités à l'occasion de ce séminaire concerneront principalement la coopération hôtelière et la mise en réseau touristique, les investissements dans l'hôtellerie et

dans les équipements de bien-être, ainsi que des nouveaux concepts de financement. Parmi les orateurs qui s'exprimeront à Montreux, on relèvera notamment Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, et Christian Rey, le président d'hotelleriesuisse. Après les interventions des orateurs, plusieurs sujets feront l'objet d'ateliers. Parmi eux, on relève notamment «La planification hôtelière», «Hôtels et remontées mécaniques: stratégies communes à l'exemple de Disentis», «Le benchmark de destination».

Le séminaire «Hotel Finance Forum», qui durera toute la journée, est organisé par la Société suisse de crédit

hôtelière. La finance d'inscription s'élève à 150 francs. On relèvera encore que le but de ce forum est de faire connaître, avec des modèles réels, l'économie de l'hébergement et les partenaires de la chaîne touristique qui participent à la valeur ajoutée comme les installations de transports touristiques ou les organisations de marketing. Ce forum, dont le patronage médiatique est assuré par notre hebdomadaire, vise aussi à renforcer les compétences dans le domaine du financement et de la coopération. **MD**

Pour toute information, prière de consulter [www.sgh.ch](http://www.sgh.ch) ou d'appeler le 01 209 16 16.

## EHL: création de l'«Alumni Centre»

**AEHL/EHL.** Lors de l'assemblée générale extraordinaire qui s'est déroulée samedi au Chalet-à-Gobet (VD), l'association Anciens Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) a ratifié le nouveau comité élu par correspondance. Celui-ci comprend désormais Jacqueline Baertschi (New York), Eric Favre (Mont-Pèlerin), Kurt Renold (Bruxelles), Samuel Salvisberg (dir. adj. de l'EHL) et Bertrand Willi (Lausanne). Cette rencontre a été marquée par la présentation du nouvel «Alumni

Centre» de l'EHL, salué par Walter Daubenmeier, président sortant de l'AEHL (nommé par ailleurs président d'honneur), comme «une solution permettant de concilier à la fois la raison d'être de l'EHL et les objectifs des Anciens.» Désormais, sur la base d'un contrat de mandat, l'EHL assume l'entière responsabilité des services en faveur de tous les Alumni et non seulement des 4800 membres AEHL.

L'EHL, définie par son directeur général Ruud Reuland

comme la première école d'éducation et de management pour le secteur de l'accueil, renforce ainsi les relations et le dialogue entre les étudiants, la faculté et la profession. Totallement incorporé à l'EHL, l'«Alumni Centre», dont le budget 2004 est de 650 000 francs, offrira, sous la responsabilité de Chris Norton, de nombreux services: animation du réseau, développement de carrière, formation continue, informations commerciales, rôle d'ambassadeur. JS

## Remontées mécaniques: fusion acceptée

**Saanen (BE).** La branche des remontées mécaniques suisses poursuit sa restructuration. La semaine dernière, à Saanen (BE), dix sociétés de la branche, des cantons de Berne et de Vaud, ont accepté de fusionner et de former l'entité «Remontées mécaniques Destination Gstaad SA». Celle-ci sera présidée par Richard Kummrov, directeur de la société Montreux-Oberland bernois. MH

## Deux «oui», un «non»

**hotelleriesuisse.** Association faitière de la branche hôtelière, hotelleriesuisse recommande d'approuver les deux projets de réforme dans les domaines de l'imposition de la classe moyenne et des assurances sociales qui seront mis en votation le week-end du 16 mai. Elle propose, en revanche, de refuser l'augmentation de la TVA.

Une acceptation de la réforme de l'imposition (paquet fiscal) permettrait de soutenir la reprise économique, de renforcer le pouvoir d'achat et d'exer-

cer un effet positif sur la situation de l'emploi, estime hotelleriesuisse. Et d'ajouter que cela permettrait aussi d'abaisser la quote-part de l'Etat et de diminuer les charges de la classe moyenne.

Pour ce qui est de la TVA, hotelleriesuisse se dit favorable à une hausse du taux pour le financement de l'assurance invalidité, mais pas pour celle de l'AVS. Mais, comme il est impossible de séparer les deux objets, elle suggère de refuser tout le projet. MH

### TELECOM

## «Efforts mal honorés»

Grande déception pour le tourisme d'affaires helvétique: le salon Telecom quittera probablement Genève pour se tenir en 2006 à Hongkong.

C'est un nouveau revers que Genève et le tourisme d'affaires helvétique doivent enregistrer. Après le départ du salon EIBTM, qui se tiendra cette année à Barcelone, c'est la manifestation phare de l'Union internationale des télécommunications (UIT), Telecom, qui quittera probablement la Cité de Calvin après l'avoir fréquentée depuis 1971. Mardi, le comité des exposants a en effet décidé de recommander au secrétaire général de l'UIT, Yoshio Utsumi, d'organiser l'édition 2006 à Hongkong. Pour Genève et sa région, c'est un manque à gagner estimé à 250 millions de francs qu'il faudra supporter, dont quelque 150 000 nuitées.

### UNE TRÈS BON DOSSIER GENEVOIS

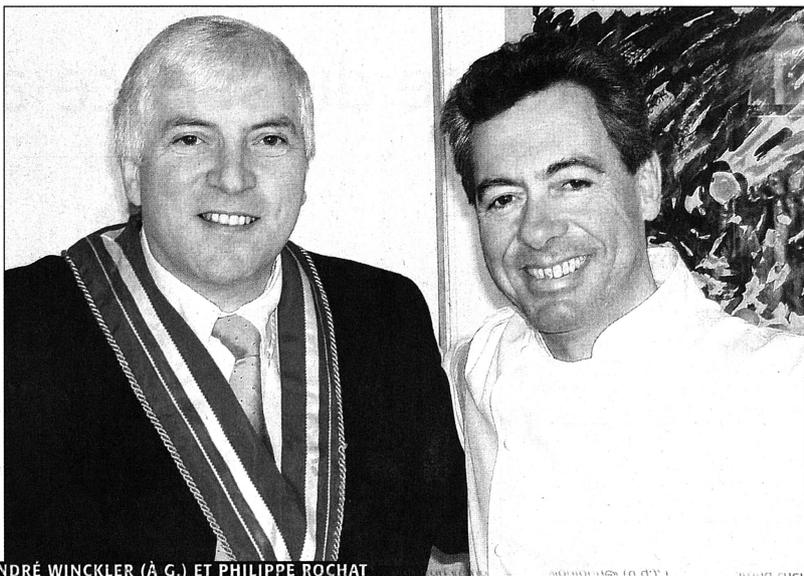
«C'est très regrettable, car j'ai l'impression que le comité n'a pas mis en valeur les efforts que nous avons consentis ces dernières années pour soigner notre offre», a indiqué le directeur de Genève Tourisme, François Bryand. Le dossier genevois s'est, en effet, avéré très bon, mais ce sont principalement des considérations de marché – l'attrait du marché asiatique et chinois, en particulier – qui ont fait pencher la balance, a expliqué à la Radio romande, le chancelier genevois Robert Hensler. La responsable du SCIB auprès de Suisse Tourisme, Barbara Albrecht, déplore également cette décision: «Nous nous sommes battus pendant plusieurs années pour conserver cette manifestation à Genève». MH

### SUISSE TOURISME

## 230 millions proposés

Une première étape positive a été franchie mardi dans la question du renouvellement du crédit-cadre de Suisse Tourisme (ST) pour la période 2005-2009. Par six voix contre cinq, la Commission de l'économie et des redevances du Conseil aux Etats a en effet proposé d'octroyer 230 millions, soit 30 millions de plus que le Conseil fédéral. La commission a estimé que les mesures d'économie doivent être prises dans les domaines où il n'y a pas de valeur ajoutée. Or, le tourisme est une branche en croissance. Les fonds supplémentaires permettraient à ST d'être actif sur les marchés prometteurs que sont notamment la Chine et l'Inde, a encore souligné la commission. Le Conseil des Etats devrait prononcer sur ce crédit durant sa session d'été. MH/ats

Photo: Laurent Missbauer



ANDRÉ WINCKLER (À G.) ET PHILIPPE ROCHAT

Pour le président du jury du Grand-Prix de littérature gastronomique du «Club Prosper Montagné» (à g.), le livre du grand chef de Crissier a été distingué «non pas parce que son auteur s'appelle Philippe Rochat, mais bien parce qu'il est le meilleur».

### GRAND-PRIX DE LITTÉRATURE GASTRONOMIQUE

## «La qualité nécessite une rigueur qui n'est pas à la portée de tous»

A l'occasion de la remise, la semaine passée, du Grand-Prix de littérature gastronomique 2003 à Philippe Rochat pour son livre «Flaveurs», André Winckler, président du jury, a rappelé que les bons livres gastronomiques nécessitent un travail sérieux et rigoureux.

### INTERVIEW: LAURENT MISSBAUER

■ Les écrits culinaires sont aujourd'hui en vogue, mais comment séparer le bon grain de l'ivraie?

C'est toute la difficulté d'un jury comme le nôtre de faire ressortir un ouvrage du peloton. Un livre susceptible de remporter le Grand-Prix de littérature gastronomique nécessite en effet un travail sérieux et rigoureux qui n'est pas à la portée de tout le monde. Certes, l'évolution de la technique permet aujourd'hui de disposer de magnifiques planches en couleur, mais un beau livre n'est pas forcément un bon livre. Pour nous, il est primordial que l'ouvrage soit de qualité et qu'il apporte un message. Or certains livres culinaires ne sont souvent qu'une simple juxtaposition de recettes.

■ Ce n'est pas le cas de «Flaveurs» de Philippe Rochat.

Effectivement, son livre est bien fait de A jusqu'à Z et un des messages qu'il véhicule est que la grande cuisine n'est pas obligatoirement compliquée.

La simplicité a toujours été la marque des plus grands. D'ailleurs, Philippe Rochat ne mélange jamais plus de trois saveurs et c'est justement dans la simplicité que s'illustre son génie.

■ Les livres gastronomiques se sont-ils améliorés ces derniers temps?

Oui, au sommet de la production, ils se sont considérablement améliorés et cela provient avant tout des efforts de certains éditeurs, comme Pierre-Marcel Favre qui a publié le livre de Philippe Rochat. Toute cette littérature de qualité n'existerait en effet pas sans le force de tels éditeurs. D'un autre côté, force est de constater que tout le monde peut écrire des livres aujourd'hui. Nombre d'entre eux sont d'ailleurs publiés à compte d'auteur et la qualité n'est pas toujours au rendez-vous.

■ Est-ce facile de distinguer chaque année un lauréat pour le

Grand-Prix de littérature gastronomique?

Oui et non. Cette fois-ci, beaucoup vont penser que le jury a eu la tâche facile en choisissant Philippe Rochat que même les Français – et là je songe au journal «Le Monde» – considèrent aujourd'hui comme le meilleur cuisinier du monde. Je peux cependant vous assurer que nous n'avons pas distingué le livre de Philippe Rochat les yeux fermés. Nous l'avons en effet comparé aux autres ouvrages retenus, comme celui de Judith Baumann ou encore celui sur le patrimoine culinaire valaisan. Et si le jury a décidé à l'unanimité d'attribuer le prix 2003 au livre de Philippe Rochat, ce n'est pas parce que l'auteur s'appelle Philippe Rochat, mais bien parce que son livre est le meilleur. A l'opposé, si le jury est de l'avis qu'aucun livre sélectionné ne mérite d'être distingué, le prix peut ne pas être décerné. Depuis 1983, cela ne s'est cependant jamais produit.

### Les 20 ans du Grand-Prix de littérature

Le Grand-Prix de littérature gastronomique est organisé depuis 20 ans par le «Club Prosper Montagné-Académie suisse des gastronomes». Le premier lauréat, en 1983, avait été Frédy Girardet pour son livre «La cuisine spontanée». Depuis, la liste des lauréats comporte aussi bien de grands chefs que des journalistes et des associations. Une vingtaine d'ouvrages sont sélectionnés chaque année par le journaliste André Winckler, président du

jury depuis 1999. Une sélection finale d'une demi-douzaine de livres est ensuite soumise aux cinq membres du jury qui élisent le lauréat. Pour 2003 – la distinction est remise chaque fois lors du printemps suivant –, c'est Philippe Rochat, le grand chef de Crissier, qui a été distingué. Son livre «Flaveurs», auquel ont collaboré le journaliste Véronique Zbinden et le photographe Pierre-Michel Delessert, a été publié aux Editions Favre à Lausanne. LM

### LES GENS

**Edgard Bovier**, qui a dirigé jusqu'à l'année passée et cela pendant quatorze ans les cuisines de l'Ermitage, à Küsnacht (ZH), un établissement distingué par 17 points sur 20 au Gault-Millau et par une étoile Michelin, sera le nouveau chef des cuisines du Lausanne Palace et prendra le relais d'Eric Redolat au restaurant gastronomique «La Table du Palace». Outre ce restaurant, le Lausanne Palace comporte la Brasserie du Grand-Chêne et un restaurant «méditerranéen», le «Côté Jardin», où Jean-Jacques Gauer, le directeur général de l'hôtel, et Edgar Bovier présenteront leur concept de cuisine le 15 avril. De son côté, Eric Redolat devrait reprendre un établissement à Genève. PT

### D'UNE LANGUE À L'AUTRE

**Dans dix ans, la restauration aura comblé son retard à l'Est.** Les pays de l'Est de l'Europe qui entreront tout prochainement dans l'Union européenne possèdent encore passablement de retard sur le reste de l'Europe en matière de restauration. Ce retard sera cependant comblé d'ici dix ans, prophétisent les experts. La Pologne, par exemple, dispose déjà de 205 restaurants McDonald's. Page 4

**Accueil suisse: déjà des résultats positifs.** Les quatre destinations qui prennent part au projet d'amélioration de l'accueil «Accueil suisse» (Villars, Zermatt, Lenzerheide et Scuol), ont déjà enregistré des résultats positifs. Ce projet, lancé par Suisse Tourisme, a ainsi amélioré la signalisation touristique à Zermatt. A Villars, les collaborateurs de différents prestataires de services ont reçu la brochure de sensibilisation «Info+». Page 6

### IMPRESSUM

#### htr hotel + tourisme revue

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

Editeur: Société suisse des hôtels

Morbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Responsable des médias: Christian Sattmich.

Redaction:

Rédactrice en chef: Manetta Dédual (MD)

Responsable H&B (MH)

Rédacteur Laurent Missbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethenaz (JJE), Véry, Danielle

Emery Mayer (DEM), Valais; José Seydoux (JS), Fribourg;

Véronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne;

Geneviève Zuber (GZ), Vaud.

Edition:

Chef de d'édition: Ines Strabel

Abonnement: Sabine Rothacher

Annotations: Marc Mosser

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente),

Administration: Marc Mosser

Impression:

Bücher Grafia AG, Druckzentrum Berne

Tirage: 11 200 ex. compris REMP 2002, 20 000 ex. imprimés

Prix de vente: (TVA incluse)

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

ISSN: 1424-0440

Contacts:

Adresse: Morbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

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

Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,

E-Mail: htr@swisshotels.ch

Abonnements:

Tél. 031 740 97 95, Fax 031 740 97 76,

E-Mail: abo@swisshotels.ch

Annonces:

Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: inserats@swisshotels.ch

Publicité:

Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: inserats@swisshotels.ch

Internet: www.swisshotels.ch

# stellen revue marché de l'emploi

NR. 14 / 1. APRIL / 1 AVRIL 2004



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

hotel+tourismus revue

## Marrriott. HOTELS & RESORTS

MARRIOTT INTERNATIONAL IST EINES DER ERFOLGREICHSTEN UNTERNEHMEN IM BEHERBERGUNGS- UND DIENSTLEISTUNGS-BEREICH MIT MEHR ALS 2.400 HOTELS IN 65 LÄNDERN UND ETWA 150.000 MITARBEITERN FÜHREND IN DER BRANCHE. ZUM KONZERN GEHÖREN 18 VERSCHIEDENE PRODUKTLINIEN; DAVON SIND IN EUROPA DIE MARKEN MARRIOTT HOTELS, RESORTS & SUITES, RENAISSANCE HOTELS, COURTYARD BY MARRIOTT SOWIE RAMADA INTERNATIONAL HOTELS UND RESORTS VERTRETEN. FINDEN SIE DEN EINSTIEG IN EINE STARK EXPANDIERENDE HOTELKETTE, DIE IHNEN DIE TÜREN ZU EINER INTERNATIONALEN KARRIERE ÖFFNET. FIRST CLASS WIRD BEI UNS SOWOHL DEM GAST ALS AUCH UNSEREN MITARBEITERN GEGENÜBER GROSSGESCHRIEBEN.

Per sofort oder nach Übereinkunft suchen wir einen

### Director of Finance (m/w)

mit Berufserfahrung in einem internationalen Umfeld.

Ihr klassisches Aufgabenspektrum umfasst alle Facetten eines modernen, finanzwirtschaftlich orientierten Führungssystems mit Finanz- und Betriebsbuchhaltung. Dabei verstehen Sie sich als betriebswirtschaftlicher Navigator, der durch professionelle, konzeptionelle und operative Arbeit ein gefragter Partner der Führungskräfte und der externen Stellen ist. Sie sind eine starke Persönlichkeit, welche ihre Laufbahn als Betriebsökonom, als Buchhalter mit Fachausweis oder vergleichbarer Bildung begonnen hat und verfügen zudem über sehr gute Englischkenntnisse.

Haben Sie Interesse, bei einer der größten und weiterhin expandierenden Hotelgruppe weltweit Karriere zu machen? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an unsere Personalchefin, Frau S. Eichenberger.

Zürich Marriott Hotel  
Neumühlequai 42  
CH-8035 Zürich  
Tel.: 0041 1 360 74 20  
Fax: 0041 1 360 73 03

ZÜRICH  
**Marrriott**  
HOTEL

181241



### Eine Herausforderung für engagierte Gastgeber

Am historischen Münsterhof, mitten in der Stadt Zürich gelegen, verpachtet die Eigentümerin, die Zunft zur Waag, per Juli 2004

## das Zunfthaus zur Waag

Der traditionsreiche Betrieb, dessen Ursprung ins Jahr 1287 zurückgeht, verfügt über einen Zunftsaal für 100–120 Personen, eine Zunfstube für 50–75 Personen sowie ein Restaurant mit 40 Plätzen. Während der Sommermonate kann vor dem Haus eine Terrasse mit ca. 30 Plätzen betrieben werden.

Einem selbständigen, eigenverantwortlichen Pächter mit ausgeprägten unternehmerischen Fähigkeiten bietet sich die Möglichkeit, ein traditionsreiches Haus weiterzuentwickeln. Zukünftige Wirtsleute haben die Möglichkeit, an der Ausrichtung des Hauses mitzuwirken. Für eine erfolgreiche Führung des Betriebs erachten wir Erfahrungen im Bankettbereich und damit verbunden Kontakte zur Wirtschaft und zur Tourismus- sowie Reisebranche als wichtig.

Der gesamte Gastronomiebereich sowie die Fassade werden während der Sommermonate renoviert und erneuert. Die Wiedereröffnung ist im Oktober geplant.

Sind Sie interessiert? Dann schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen zusammen mit Ihren ersten Konzeptüberlegungen an die Zunft zur Waag, Postfach 74, 8124 Maur.

Allfällige Rückfragen zum Bewerbungsprozess richten Sie bitte per E-Mail an zunfthaus@waag.ch. Weitere Informationen zum Zunfthaus finden Sie auf dem Internet unter [www.waag.ch](http://www.waag.ch)

181233

Kelly Services (Schweiz) AG ist auf die Vermittlung von Temporär- und Dauerstellen spezialisiert. Weltweit ist das Unternehmen in 27 Ländern mit über 2200 Filialen vertreten. In der Schweiz zählt das Unternehmen über 33 Filialen und Spezialabteilungen.

Für Kelly Catering, unserer Fachabteilung für die Suche und Vermittlung von Profis aus der Gastronomie, suchen wir für unsere Filiale im Herzen von Zürich eine/n

## Personalberater/in

Sie rekrutieren Kandidaten und Kandidatinnen, führen Interviews und tätigen die nötigen Abklärungen. Indem Sie Personalverantwortliche bei der Mitarbeitersuche entlasten, betreuen Sie bestehende Kunden und bauen neue Kundenbeziehungen auf.

Ihre offene Persönlichkeit sowie Ihr verkäuferisches Flair unterstützen Sie bei täglichen Beratungsgesprächen und Verhandlungen mit Kunden und Stellensuchenden.

Sie, zwischen 25 und 40 Jahren

- verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung und einige Jahre Berufserfahrung in der Gastronomie und/oder über den Abschluss einer Hotelfachschule
- haben verkäuferisches Flair
- kommunizieren sicher und klar
- denken und handeln betriebswirtschaftlich
- bringen eine grosse Portion Freude und Neugierde mit

An Ihrem neuen Arbeitsplatz

- fungieren Sie als echter Dienstleister
- akquirieren Sie potentielle Neukundinnen und betreuen den bestehenden Kundenstamm
- beweisen Sie Fingerspitzengefühl bei den Interviews mit Kandidatinnen
- sind drive und Engagement gefordert
- erwartet Sie ein hochmotiviertes, hilfsbereites Team

Wenn Sie Überdurchschnittliches leisten möchten, auch in hektischen Zeiten ein belastbarer Teamplayer sind und eine lebhaft, interessante Tätigkeit schätzen, sollten wir uns unbedingt kennen lernen.

Eine solide Einführung mit permanenter Weiterbildung in einem leistungsorientierten Umfeld sowie die Unterstützung unseres gesamten Teams begleiten Sie beim Einstieg in diese Tätigkeit.

Sind Sie voller Energie und Tatendrang und wollen die spannende Herausforderung in Zürich unbedingt annehmen, dann senden Sie Ihre Bewerbung an Vital Bigler, Kelly Services (Schweiz) AG, Löwenstrasse 29, 8023 Zürich oder per E-Mail an: [vital.bigler@kellyservices.ch](mailto:vital.bigler@kellyservices.ch)

161246/m

**KELLY MEHR ALS EIN JOB!**

CATERING

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

INHALT: Deutsche Schweiz 3–11 / Svizzera italiana 12 / International 12 / Stellengesuche 12

SOMMAIRE: Suisse romande 11 / Marché international 12 / Demandes d'emploi 12

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

**AG**  
ACTIVE GASTRO ENG  
Gastro-Profis aufgepasst!  
[www.activegastro.ch](http://www.activegastro.ch)  
Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

LUZERN  
HOTELS  
Der Online-Stellenmarkt  
der Luzerner Hotellerie  
[www.luzern-hotels.ch](http://www.luzern-hotels.ch)

Stellenvermittlung/Kaderberatung  
Stänzlergasse 7 / 4051 Basel  
Tel. 061 281 95 75  
  
Surfen Sie  
Zum Erfolg mit uns  
[www.horega.ch](http://www.horega.ch)

Der direkte Link  
zum Arbeitsmarkt  
Beratung  
Selektion  
Vermittlung  
info@gastrojob.ch  
[www.gastrojob.ch](http://www.gastrojob.ch)  
Luzern: 041 418 23 33  
Zürich: 01 280 03 40  
**GastroJob**

**Adecco**  
HOTEL & EVENT  
  
Stellenangebote Seite 3.  
Offres d'emplois page 3.  
[www.adecco.ch](http://www.adecco.ch)  
Making people  
successful



HOREGA  
SELECT

Im Auftrag eines der führenden \*\*\*\*Hotels in der Stadt Luzern suchen wir eine führungstarke Persönlichkeit mit charismatischer Ausstrahlung als

**Front Office Manager**  
(Dame oder Herr)

Das Haus befindet sich an einer ausgezeichneten Citylage und verfügt mit über 150 Zimmern über ein grosses Bettenangebot.

Wir suchen für diese Schlüsselposition eine/n kompetente/n Bewerber/in mit ausgeprägten Führungseigenschaften, fundierter Berufserfahrung als Chef de Réception (oder Stv. Position in grossen Häusern) vorzugsweise in der Stadthotellerie.

Sie führen ein Team von 9 Mitarbeitern, zeichnen verantwortlich für den gesamten Bereich des Front Office in einem lebhaften Stadthotel und bringen wenn möglich Erfahrung im Yield Management mit. Sprachen: D/E evtl. F., Eintritt: Frühjahr 2004.

Gerne geben wir Ihnen in einem ersten Gespräch nähere Angaben zu dieser spannenden Aufgabe.

Bitte senden Sie Ihre kompletten Unterlagen an die Beauftragte:

**HoreGa Select AG Kaderberatung**  
Yvonne Hirsbrunner  
Stänzlergasse 7, 4051 Basel  
info@horega.ch / www.horega.ch

**Sie sind nicht einfach ein Wirt,  
sondern ein Gastgeber?**

Wir, das WÄDI-BRAU-HUUS in Wädenswil, bieten Ihnen die Möglichkeit, unser lebhaftes Gasthaus selbstständig zu führen. Verwirklichen Sie mit uns Ihre eigenen Ideen; dafür steht Ihnen ein gutes, motiviertes Team zur Seite – und auf Ihre Stellvertreterin können Sie sich 100%ig verlassen. Ihre Arbeitszeit teilen Sie selber ein. Sie geniessen 5 Wochen lang Ihre Ferien. Eine Erfolgsbeteiligung wartet auf Sie – monatlich und Ende Jahr. Zusätzlich können Sie sich intern weiterbilden. Natürlich verpflegen Sie sich kostenlos im Haus und auch Ihre Angehörigen profitieren von zusätzlichen Leistungen. Übrigens: Ihr Lohn wird aussergewöhnlich fair sein.

Sie sind dafür bereit, mit Herzblut bei der Sache zu sein. Als UnternehmerIn denken Sie betriebswirtschaftlich, budgetieren, organisieren, planen selbstständig und handeln gewinnorientiert. Als GastgeberIn motivieren Sie mit Ihren guten Deutsch-Kenntnissen Ihr Team und kommunizieren fröhlich mit Ihren Gästen. Man fühlt sich wohl bei Ihnen. Vielleicht bringen Sie auch eine Ausbildung als Koch mit? Sie sind zwischen 30 und 50 Jahre alt und können am 15. Mai 2004 beginnen?

**Dann bewerben Sie sich noch heute.**

Ich, Christian Weber, möchte Sie kennen lernen. Am besten schicken Sie mir rasch Ihre vollständige Bewerbungs-Mappe an: WÄDI-BRAU-HUUS, Herr Christian P. Weber, Stenacherstrasse 105, 8804 Au-Wädenswil.

Wünschen Sie weitere Informationen? Rufen Sie mich an. 01 782 66 55 oder 01 782 66 53. Oder besuchen Sie uns im Internet unter [www.waedenswil.ch](http://www.waedenswil.ch)

Das WÄDI-BRAU-HUUS freut sich auf Sie.

**Hotel Bern**

Zeughausgasse 9, CH-3011 Bern

Für unseren hektischen Stadtbetrieb suchen wir per 15. April 2004 oder nach Übereinkunft in Jahresstelle einen

**Commis de cuisine**

Sind Sie «schwungvoll, kreativ und herzlich», dann sind Sie genau die richtige Person zur Ergänzung unseres jungen Küchen-Teams!

Emil Bolli, eidg. dipl. Küchenchef, freut sich auf Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

PS: Virtuell heissen wir Sie heute schon ganz herzlich willkommen: [www.hotelbern.ch](http://www.hotelbern.ch)

HOTEL BERN, Herr Peter Schiltknecht  
Zeughausgasse 9, 3011 Bern

**Hotel Continental**

Zeughausgasse 27, CH-3011 Bern

# Mitgestalten in einem innovativen Gastronomie-Betrieb

tibits steht für hochstehende, genussvolle, vegetarische Schnellgastronomie und begeistert in Bern, Winterthur und Zürich ein bunt gemischtes Publikum. Wir suchen per sofort zur Verstärkung des Führungsteams in Winterthur und Zürich einen/eine

**stv. GeschäftsführerIn** (Teilzeit und Vollzeit).

Als stv. GeschäftsführerIn bringen Sie Berufs- und Führungserfahrung, vorzugsweise aus dem Gastronomiebereich, mit. Sie denken vernetzt, qualitätsorientiert und Sie lieben den Umgang mit verschiedenen Menschen. Wir bieten Ihnen eine vielseitige, interessante und stark frontorientierte neue Herausforderung.

Ebenfalls suchen wir für unser tibits in Bern und Zürich einen/eine zusätzlichen

**Chef de partie/SchichtführerIn**

Sie verfügen idealerweise über eine Kochlehre und/oder berufs- und fachliche Führungserfahrung in der Produktion. Als Teamplayer motivieren und unterstützen Sie ein bestehendes junges, internationales Produktionsteam.

Neugierig und interessiert? Mehr Informationen über die offenen Stellen finden Sie auf unserer Website ([www.tibits.ch](http://www.tibits.ch)) oder kontaktieren Sie unsere Leiterin Personal, Teresa Eichholzer, tibits AG, Sihlstrasse 28, 8001 Zürich, Telefon 043 344 72 24, [teresa@tibits.ch](mailto:teresa@tibits.ch)

# LIVING LA VIDA LAGO

Die Sommersaison 2004 am ungewöhnlichen Ende des Zürichsees steht vor der Tür. Wir suchen eine Handvoll Serviceprofis, die trotz schönster Seelage nicht ins Rudern kommen.

Als Teil des unglaublichsten Teams und im schönsten Hotel am Zürichsee könnte Dein Berufsleben schon morgen (wieder) Spass machen. Wer's ganz genau wissen will, bestellt zuerst mal unsere Broschüre oder spricht mit Primo, unserem Betriebsleiter.

E-Mail: [primo.delea@alporto.com](mailto:primo.delea@alporto.com)

al porto

al porto  
Hafenstrasse 4  
CH-8853 Lachen  
Telefon (0)55 451 73 73  
Telefax (0)55 451 73 74  
[www.alporto.com](http://www.alporto.com)

\*\*\*\* DESIGNHOTEL  
RISTORANTE  
TRATTORIA & BAR  
LAGO LOUNGE  
SEMINARE  
BANKETTE

**Culinarium**  
RESTAURANTS & CATERING

Das CREDIT SUISSE Communication Center ist ein aussergewöhnliches und stilvolles Seminarhotel mit Ambiance. Wir verfügen über 40 Hotelzimmer und 7 Seminarräumlichkeiten, eine Eventhalle bis 200 Personen, ein Restaurant bis 70 Personen und eine Bar. Mitten im Grünen und doch in Stadtnähe pflegen wir die «Gastrophilie» mit dem Charme und der Persönlichkeit unserer Mitarbeitenden. Für dieses nicht alltägliche Seminarzentrum suchen wir per 1. Mai 2004 oder nach Vereinbarung eine/n

**Stv. Restaurantleiter/in**  
exakt – effizient – flexibel

Diese Begriffe sind uns sehr wichtig – Ihnen auch?

Mit Eleganz und Herzlichkeit beraten und verwöhnen Sie unsere anspruchsvollen, internationalen Gäste. Sie unterstützen unseren Restaurantleiter und gewährleisten einen reibungslosen Ablauf bei seiner Abwesenheit.

Diese Aufgabe erfordert nebst Führungsaufgabe in Kaderposition, gute Umgangsformen und Sprachkenntnisse in D/E/F, eine hohe Belastbarkeit, eine schnelle Auffassungsgabe und Flexibilität. Zudem sind Sie PC-gewandt und verfügen über gute Weinkenntnisse. Idealerweise haben Sie eine Hotelfachschule absolviert und sind zwischen 25 und 35 Jahre jung.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und anspruchsvolle Tätigkeit, 5 Wochen Ferien und überdurchschnittliche Sozialleistungen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

CREDIT SUISSE Communication Center  
Herr Martin Stöckli oder Frau Rita Windhorst  
Bockenweg 4, 8810 Horgen  
Tel. 01 727 55 55  
E-Mail: [martin.stoekli@credit-suisse.com](mailto:martin.stoekli@credit-suisse.com)  
E-Mail: [rita.windhorst@credit-suisse.com](mailto:rita.windhorst@credit-suisse.com)  
[www.cscc.ch](http://www.cscc.ch)

Culinarium AG – ein Unternehmen der SV-Group



Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für die

**SKI- & HOTEL RONALP AG**  
UND  
BÜRCHEN TOURISMUS

eine kompetente Persönlichkeit als

**UNTERNEHMENSLEITER(IN)**

Ihre Hauptaufgabe

- Führung der Unternehmung

Ihr Anforderungsprofil

Sie sind eine initiative und belastbare Persönlichkeit, sprachgewandt, haben Freude am Organisieren und verfügen über fundierte Kenntnisse in den Bereichen:

- ✓ Personalführung
- ✓ Marketing
- ✓ Finanzen

Sie sind praxisorientiert, kontaktfreudig und suchen eine neue Herausforderung.

Wir bieten

Sie erwartet eine vielseitige Tätigkeit mit Kompetenz sowie Verantwortung und finden in einem motivierten Team die notwendige Unterstützung. Ihre Anstellungsbedingungen orientieren sich an der Arbeitsplatzbeschreibung der obenerwähnten Unternehmung.

Ihr nächster Schritt

Sie senden Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Referenzen, Zeugnissen und Foto bis spätestens 15. April 2004 an die folgende Adresse:

Borter : Meichtry AG  
Management – & Marketing Support  
Haus der Wirtschaft  
Kehrstrasse 12  
3904 Naters

**RéceptionistIn 60%**

Wir suchen per 1. Mai 2004 eine charmante und flexible Persönlichkeit für die Réception unseres Hotel Seehof (Arbeitspensum 60%).

Bewerbungen bitte schriftlich an:  
**Hotel Seehof**, Carolin Wegmann  
Seehofstrasse 11, 8008 Zürich

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

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

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

**Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.**

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

**Adecco**  
HOTEL & EVENT



Temporär-, Dauer- und Kaderstellen

**Sales Manager**

Sie wissen wie für ein Luxushotel im Grossraum Zürich hochklassige Angebote vermarktet werden müssen. Neben ausgewiesener Erfahrung in der Hotellerie/Tourismus sowie fundierten Kenntnissen im Marketing- und Sales-Bereich gehören Kommunikationsfähigkeit und professionelles Auftreten zu Ihren Stärken. Sprechen Sie flüssig deutsch und englisch, haben Sie Freude an internationalen Gästen, freuen Sie sich neue Kunden zu akquirieren sowie die bestehende Kundschaft weiterhin zu betreuen und sind Sie bereit zu reisen? Dann freue ich mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Claudine Schaub 01 297 79 79  
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

**Sous chef**

Einem ambitionierten Berufsmann zwischen 25 und 35 Jahren bietet sich in diesem Hotelbetrieb in Zürich die Chance, seine Karriere weiter auszubauen. Sie unterstützen den Küchenchef in allen Belangen der Organisation, der Planung sowie der Mitarbeiterführung und arbeiten natürlich auch aktiv mit. Sie bringen viel Freude, Ideen und Motivation mit und haben Ihre Laufbahn bis heute stets erfolgreich verfolgt. Ich freue mich auf Ihren Anruf.

Carmen Thaddey 01 297 79 79  
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

**Chef de partie / Commis**

**Olten / Solothurn**  
Für zwei Neueröffnungen von Gourmetrestaurants in den Regionen Olten und Solothurn suchen wir per Anfang Mai oder nach Vereinbarung je einen ehrgeizigen, ambitionierten Chef de partie. Sie brennen darauf, Ihre kreativen Ideen umzusetzen und auch bei der Menügestaltung mitzuwirken. Eine dieser beiden Stellen könnte nun die richtige Chance für Sie sein. Gern erzähle ich Ihnen bei einem persönlichen Gespräch mehr darüber und freue mich auf Ihre Bewerbung.

Patrick Kübli 031 310 10 10  
Marktgasse 32 | 3000 Bern 7 | bern.hotelevent@adecco.ch

**Commis / Chef de partie**

**Gardemanger-Pâtissier**  
Sie sind ganz heiss auf kalte Speisen und kreieren mit Leidenschaft süsse Verführungen. Für einen Spitzenbetrieb in der Agglomeration von Zürich suchen wir einen gelernten Koch mit guter Pâtisserie-Erfahrung. Sie haben frische Ideen, sind flexibel, kreativ, belastbar und voller Tatendrang. Wenn Ihnen zudem ein gutes Team sowie angenehme Arbeitsbedingungen wichtig sind, dann ist das die richtige Stelle für Sie. Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Martin Meyer 01 297 79 79  
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

**Koch / Jungkoch**

Für ein schönes, im Toggenburg gelegenes Drei-Sterne-Hotel suchen wir per Anfang Mai einen jungen, motivierten Berufsmann. Wenn Sie Ihren Beruf mit viel Begeisterung und persönlichem Engagement ausüben sind Sie der Richtige für diese mittelgrosse Küchenbrigade. Es erwarten Sie ein gutes Umfeld, ein Top-Küchenchef und Unterkunft im Haus. Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen, kann ich Ihnen diesen Betrieb wirklich empfehlen, Ich mich auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

Urs Kläger 071 228 33 43  
Poststrasse 15 | 9001 St. Gallen | st.gallen.hotelevent@adecco.ch

**Lebensmittel-Jongleur**

Für einen fruchtigen Betrieb bei der Autobahnauffahrt in der Nähe von Scherz suchen wir per sofort eine versierte Gestalt, die neben dem Eier kochen auch flüssend Gurken entkernen kann. Sie bringen langjährige Erfahrung im Zähneputzen mit und liegen am liebsten gern lang im Bett. Ich freue mich auf Ihr Postit.

Bunny Langohr 01 297 79 79  
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

Streitgasse 20 | 4010 Basel | 061 264 60 40  
Grabenstrasse 40 | 7000 Chur | 081 258 30 75  
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | 041 419 77 66

Bd. Jaques-Dalcroze 7 | 1204 Genève | 022 718 44 77  
Petit Chêne 38 | 1001 Lausanne | 021 343 40 00  
Rue des Terreaux 7 | 2001 Neuchâtel | 032 722 68 88  
Viale S. Francini 30 | 6901 Lugano | 091 910 20 30

www.adecco.ch Making people successful in a changing world

persönlich@adecco!

Die einmalige Chance für den prägenden ersten Eindruck

Wer kennt sie nicht, die Nervosität der tausend Gedanken vor dem Vorstellungsgespräch. Wie überzeuge ich mit dem legendären ersten Eindruck? Welches sind die entscheidenden Einflüsse für einen positiven Ausgang des Gesprächs?

Das Vorstellungsgespräch steht kurz bevor, der Schweiß läuft den Rücken herunter und die Hände sind feucht, die Nervosität erlaubt keinen klaren Gedanken. Jede Minute erhöht die eigene Ohnmacht um das tausendfache.

Gibt es eine Zauberformel? Nein, denn der Erfolg liegt in der gezielten und überlegten Vorbereitung genau dieses einen wichtigen Gesprächs!

Folgende goldenen Regeln sind zu beachten:

- 1 | Sie haben sich über die Unternehmung sehr genau informiert: zum Beispiel Zeitungsarchive konsultiert, im Internet geschaut, Freunde und Bekannte befragt, die Unternehmung oder eine Geschäftsstelle davon selbst besucht und getestet.
- 2 | Sie haben sich zehn Fragen notiert, die Sie dem Gesprächspartner stellen möchten und die Sie wirklich interessieren.
- 3 | Sie haben einen Schreibblock, einen Kugelschreiber und Ihre Agenda dabei.
- 4 | Sie notieren sich während des Gesprächs Fragen, die Sie im Anschluss stellen möchten.
- 5 | Sie wählen Ihre Kleidung entsprechend der Position und dem Unternehmen, für die Sie sich beworben haben. Am besten erfahren Sie das bei Ihren

Recherchen in Punkt 1. Allgemein gilt: Es wurde noch nie jemand nicht angestellt, weil er zu gut angezogen war!

- 6 | Egal welche Kleidung gewählt wird gilt grundsätzlich: gepflegt, frisch gewaschen und gebügelt.
- 7 | Die Schuhe sind neueren Datums, sie sind geputzt und glänzen.
- 8 | Die persönliche Hygiene ist sehr wichtig. Vor allem sollten Sie frisch geduscht sein, die Haare sind frisiert, Haar aus der Nase entfernt, Fingernägel geschnitten und sauber, Herren frisch rasiert, Damen mit dezentem Make-up und keinem auffälligen Schmuck.
- 9 | Sprechen Sie klar, deutlich und nicht zu schnell.
- 10 | Begrüssen und verabschieden Sie Ihren Gesprächspartner und alle Personen, die Ihnen vorgestellt werden mit Namen und bedanken Sie sich für das Gespräch und die Ihnen gewidmete Zeit.
- 11 | Schenken Sie Ihrem Gegenüber ein Lächeln bei der Begrüssung – es verbindet und schafft Vertrauen.

Nervosität entsteht meist in unerwarteten und überraschenden Situationen, in die wir uns selbst manövrieren, weil wir nicht genug Informationen gesammelt haben. Eine sorgfältige und frühzeitige Vorbereitung gibt Ihnen das nötige Wissen, Selbstvertrauen und Sicherheit um sich im Gespräch auf den Inhalt konzentrieren zu können und somit als kompetenter Bewerber aufzutreten.

Versuchen Sie es das nächste Mal. Viel Glück und viel Erfolg.



Das **GOLF-RESTAURANT** (an 4. Stelle gemäss Golfhüter-Bilanz 2003) am Fusse der Rigi mit traumhafter Ambiente und Sicht auf das Bergpanorama liegt im Herzen der Schweiz. Wir bieten unseren Gästen – Golfer und Nicht-Golfer – eine umfangreiche Auswahl an internationalen A-la-carte- und Bankettgerichten, Kästlichkeiten für den kleinen Hunger, eine grosse Palette von Pastagerichten sowie ein ausserlesenes Süssspeisenangebot an.

Für die Sommersaison 2004 suchen wir

**Kreativen JUNGKoch**  
(CH, A, D)

Eintritt: per sofort oder nach Vereinbarung. Arbeitsbewilligung und Unterkunft wird durch uns organisiert.

**Gastfreundliche SERVICEFACHMITARBEITERIN**  
(CH, A, D)

Eintritt: per sofort oder nach Vereinbarung. Arbeitsbewilligung und Unterkunft wird durch uns organisiert.

Sie sind jung, motiviert und schätzen Teamarbeit in lockerer und ungezwungener Club-Atmosphäre. Wir bieten Ihnen leistungsbezogene Entlohnung und ein tolles Arbeitsklima – da wo der Gast immer im Mittelpunkt steht.

Ihr Bewerbungsschreiben mit Foto senden oder mailen Sie bitte an Herr H. FRANZ oder rufen Sie an Tel.-Nr. ++41 41 850 48 41, damit wir Ihnen das GOLF-RESTAURANT persönlich vorstellen können.

Heimo FRANZ  
GOLF-RESTAURANT  
KÜSSNACHT AM RIGI  
Grossarn  
CH-6403 Küssnacht am Rigi  
Tel.-Nr. ++41 41 850 48 41  
E-Mail: golf-restaurant@gmx.ch



Für unseren lebhaften, interessanten, vielfältigen Hotel- und Restaurationsbetrieb mit 27 Zimmern, 2 Restaurants, Tagungs- und Banketträumlichkeiten suchen wir einen bestausgewiesenen, jüngeren, innovativen und kreativen

**Küchenchef/in**

**Berufliche Voraussetzungen:**  
– Kochausbildung, Berufspraxis  
– Weiterbildung, Erfahrung als Küchenchef in gehobener Gastronomie, Lehrlingsausbildner

**Ihre Stärken:**  
– Führung, Menüplanung und Organisation, Einkauf, phantasievolle Zubereitung der Frischprodukte, Kalkulation, Hygiene- und Qualitätskontrolle, Belastbarkeit.

Wenn Sie die Voraussetzungen, die nötigen Erfahrungen und das Interesse haben, Ihr Können in einem renommierten, traditionsreichen und doch modernen Haus einzubringen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung mit den vollständigen Unterlagen.

Wir freuen uns auf Ihre baldige Bewerbung.

Urs und Ruth Ming-Odermatt  
**HOTEL WYSSES RÖSSLI**  
Hauptplatz 3  
6430 Schwyz  
Tel. 041 811 19 22  
www.roessli-schwyz.ch

Are you a people person, enjoy responsibility and like to smile? We are looking for the following motivated persons:

**Betriebsassistent(in) Receptionist(in)**

(Jobs can be combined for interested partners!)

Come join our small team to help run our 28 room B&B, 20 mins from Interlaken. If your english is excellent, have some basic german skills, and willing to do some hands-on work, contact us!

We would love to hear from you.  
www.staubach.com  
+41 (0)33 855 54 54

# SUNNE

Unsere 300-jährige Tradition hindert uns nicht daran modern zu arbeiten, professionell aufzutreten, den Gast willkommen zu heissen und..... Gastfreundschaft zu zelebrieren.

Das aussergewöhnliche Viersternhotel Sonne besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant, Sunnegalerie mit bedienter Terrasse, Gaststube und Selbstbedienungs-Sunnegarten, 4 Bankett- und Konferenzräume mit bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Ab Juni 2004 suchen wir die verkaufstalentierte und administrativ starke

## BANKETT-KOORDINATORIN

Sie sind die geborene Verkäuferin, den Umgang mit Gästen und Kunden schätzen Sie und die dazugehörige Administration erledigen Sie genau und speditiv.

Wir bieten Ihnen eine flache Hierarchie, ein modernes Bankettcomputersystem und die Möglichkeit etwas zu bewegen. Sind Sie dabei? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen per Post oder e-mail an:

### SEEHOTEL SONNE KÜSNACHT

Persönlich/Vertraulich René Grütter & Catherine Julien  
Seestrasse 120, 8700 Küsnacht, Telefon 01 914 18 18  
e-mail: c.julien@sonne.ch, www.sonne.ch

161258



Herzlich Willkommen im  
Hotel Le Vieux Manoir au Lac  
Relais & Chateaux Hotel

Wollten Sie nicht schon immer in einem idyllischen Landhaus in der Mitte der Schweiz im Herzen der Natur arbeiten und zu einem hochmotivierten Team gehören?

Für unsere einzigartige Gastronomie mit 33-Zimmer-Hotel und einer modernen, französisch-küche ist die Stelle des

## 1. Maître d'Hotel

neu zu besetzen.

Sind Sie der Mann, die Frau, die mit uns die neue  
«Le Vieux Manoir» Vision umsetzt?

Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen u. das persönliche Gespräch.  
Josef Müller-Schmid, Hotelier



LE VIEUX MANOIR AU LAC

CH-3280 Meyriez-Murten, Tel. 026 678 61 61  
www.vieuxmanoir.ch welcome@vieuxmanoir.ch



Ein Hotel des **FBM** Ferienvereins

## Sommersaison am Fusse von Eiger – Mönch und Jungfrau?

Für die kommende Sommersaison (29. Mai bis 17. Oktober 2004) suchen wir motivierte Teammitglieder die mit uns am gleichen Strick ziehen und mithelfen, unsere Gäste zu verwöhnen.

- Rezeption – **RezeptionsmitarbeiterIn** D/F/E  
Küche – **Chef de partie**  
– **Commis de cuisine**  
Service – **ServicemitarbeiterIn** D/E  
für unser A-la-carte-Restaurant

Unser neu renoviertes Club-Hotel, mit moderner Infrastruktur, verfügt über 120 Zimmer, ein öffentliches Speiserestaurant, eine Cafeteria, eine Bar mit Lobby sowie einen attraktiven Wellnessbereich mit Solbad von welchem auch unsere Mitarbeiter kostenlos profitieren können.

Haben Sie Freude an Ihrem Beruf und möchten Sie zu unserem Team dazugehören – dann sind Sie genau die Person die wir suchen. Senden Sie uns noch heute Ihre Bewerbungsunterlagen, damit wir uns so schnell wie möglich kennen lernen.

### Club-Hotel Victoria-Lauberhorn

Pascal Anthamatten, Direktor  
CH-3823 Wengen  
Telefon 033 856 29 29, Fax 033 856 29 19

161234

Kempinski  
Grand Hôtel des Bains  
ST. MORITZ



## GaultMillau Hotel des Monats

- jetzt erst recht ...

Wir suchen ab kommender Sommersaison eine **motivierte, innovative, junge oder jung gebliebene**

## leitende Hausdame

Nebst der Gästebetreuung sind Sie zusammen mit einem jungen und aufgestellten Team verantwortlich für die Gewährleistung des Gästeservices und der Sauberkeit im ganzen Haus.

Haben Sie eine entsprechende Ausbildung absolviert und auch schon Erfahrung in der gehobenen Luxus-Hotellerie gesammelt? Besitzen Sie gleichzeitig eine grosse Portion Organisationstalent, übernehmen gerne Verantwortung und freuen sich darauf, ein Team zu führen?

Dann sollten wir uns raschmöglichst kennen lernen. –  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Zur Beantwortung erster Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Die kompletten Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto) senden Sie bitte an unten stehende Adresse.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter  
[www.kempinski-jobs.de](http://www.kempinski-jobs.de)

Kempinski Grand Hôtel des Bains  
Ursula Scherrer  
CH-7500 St. Moritz • Switzerland  
Tel: +41 81 838 30 41 • Fax: +41 81 838 30 29  
E-Mail: [ursula.scherrer@kempinski.com](mailto:ursula.scherrer@kempinski.com) • [www.kempinski.com](http://www.kempinski.com)

161249

hotel  
bahnhof  
Ausserberg

Für unseren Familienbetrieb mit eigenem Weinberg und Gemüsegarten im Wallis suchen wir noch folgende Verstärkung für unser Team:

**Koch/Köchin**  
Anfangs Mai oder nach Absprache  
Sie arbeiten gerne selbständig und haben Freude an einer kreativen, marktorientierten Küche.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf  
Alexandra Donaldson Leigener ☎027 946 2259

[www.hotel-bahnhof.com](http://www.hotel-bahnhof.com) [welcome@hotel-bahnhof.com](mailto:welcome@hotel-bahnhof.com)

161204

XII  
Apostel

## Chef de partie

[www.12apostel.ch](http://www.12apostel.ch) (über uns / jobs)

oder  
Telefon 01 252 52 12  
Philipp S. Aegler

Restaurant XII Apostel  
Seefeldstrasse 5  
8008 Zürich

161238



zürich  
downtown switzerland

## Haben Sie Lust auf was Neues

und suchen zudem eine interessante Stelle in Zürich? Wenn ja, dann sollten Sie uns rasch Ihre Bewerbung schicken. Per Mai 2004 suche ich für die Unterstützung unseres Teams eine/n aufgestellte/n

### Servicemitarbeiter/in

für unser trendiges American Restaurant Biscayne. Freiheit, Freude, Harmonie; diese Grundsätze wollen wir leben und so unsere Gäste verwöhnen. Wir haben hochgesteckte Ziele und Sie helfen uns bei deren Umsetzung. Vertrauen und Transparenz sind nicht nur Lippenbekenntnisse, sondern gelebte Führungsgrundsätze. Sie bringen bereits solide Erfahrung im Gastgewerbe mit und verlieren auch in einem hektischen Umfeld nie den Überblick.

Wir bieten verschiedene interne Weiterbildungsmöglichkeiten in einem expandierenden Hotelkonzern (Accor) mit derzeit über 4000 Hotels weltweit. Kommen Sie nach Downtown Switzerland; wir warten auf Sie.

Rolf Tinner  
rolf@ibiszurich.ch  
Direktor

Hotel IBIS  
Zürichstrasse 105  
CH-8134 Zürich-Adliswil  
+41 1 711 85 85  
[www.ibiszurich.ch](http://www.ibiszurich.ch)

161255

Dorint

HOTEL BLÜEMLISALP  
BEATENBERG

Dorint Hotel Blüemlisalp – das 4-Jahreszeiten-Hotel im Berner Oberland, wo Natur und Ferien Freunde sind. Unserem internationalen Gästekreis stehen 130 Appartements mit 300 Betten, mehrere Restaurants sowie Bankett- und Konferenzräume zur Verfügung.

Wir suchen auf April/Mai oder nach Vereinbarung in Jahresstellung

## Oberkellner/Restaurantleiter

Für unseren zukünftigen Gastgeber sind Mitarbeiterführung, Planung und Organisation, Improvisationsvermögen, Flexibilität und Teamwork keine Fremdwörter. Deutsche, französische und englische Sprachkenntnisse sind Voraussetzung.

Heinz Briner steht Ihnen für weitere Fragen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Dorint Hotel Blüemlisalp  
3803 Beatenberg  
Telefon 033 841 41 11

161051

## Lindner Hotels & Alpenthermie LEUKERBAD

Faszination –  
für Körper, Geist und Sinne.

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

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

Rezeptionist (m/w)  
Stellvertretender Restaurantleiter (m/w)  
Commis de bar (m/w)

Suchen Sie eine Stelle in der Ihre Fachkompetenz gefragt ist?

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

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

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

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

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

Lindner Hotels & Alpenthermie Leukerbad  
Andrea Kuonen  
Human Resources  
Dorfplatz 1  
CH-3954 Leukerbad  
[Andrea.kuonen@lindnerhotels.ch](mailto:Andrea.kuonen@lindnerhotels.ch)  
[www.lindnerhotels.ch](http://www.lindnerhotels.ch)

161266

meielis Hotel Restaurant  
Begegnung mit **ALP**  
Aussicht ...

Arbeitsplätze mit Aussicht!  
Persönliche und fachliche Entwicklung!

Möchten Sie zum Wohl unserer Gäste beitragen?

## Servicemitarbeiter/innen

(ab sofort)

## Jungkoch (ab Juni)

Wenn Sie Menschen mögen und Ihre Gaben in einem lebhaften, christlichen Betrieb einsetzen möchten erhalten Sie weitere Informationen von Thomas Bettler.

Wir freuen uns auf Sie!  
Tel. 033 847 13 41, 3706 Leissigen am Thunersee

149614



Eine wunderschöne Aussichtslage über den Zürichsee, 26 moderne Hotelzimmer; Seminar- und Bankettmöglichkeiten; 2 Restaurants; Bar; Kegelbahn und ein junges eingespieltes Team warten auf Sie.

Damit sich unser Kreis schliesst, suchen wir per 1. Mai 2004 oder nach Vereinbarung eine

## 2. Gouvernante

Sie haben die Ausbildung als Hotelfachassistentin abgeschlossen, organisieren mit Geschick, schätzen selbständiges Arbeiten und haben auch sonst viel Freude und Spass an Ihrem Beruf, dann sind Sie bei uns am richtigen Ort.

Weitere Informationen über uns und unser Hotel erfahren Sie, wenn Sie sich bei uns melden! Unsere Gouvernante Frau Angelica Schütz freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

BELVOIR RÜSCHLIKON, Hotel - Restaurants  
Säumerstrasse 37, 8803 Rüslikon  
Tel. 01 704 64 64, <http://www.belvoirhotel.ch>  
E-Mail: [info@belvoirhotel.ch](mailto:info@belvoirhotel.ch)

161185

Per 1. Mai oder nach Vereinbarung gesucht:

## kompetente(r), junge(r) Servicefachangestellte(r)

in wunderschönem, heimeligen Restaurant am rechten Zürichseeufer (10 Min von Zürich).

Hohe Anforderung an Service und Freundlichkeit. Restaurant innen 40 Plätze, im Garten 100 Plätze. Montag und Dienstag immer frei, Zimmerstunde. Auto von Vorteil.

Welche junge Person freut sich mit mir im Service die Gäste glücklich zu machen und auf hohem Niveau auch noch Freude am Beruf zu haben!

Ich freue mich auf Ihren Anruf:

Tel. 079 283 87 20 oder Bewerbung mit Foto an:  
Restaurant Pflugstein, Jeannine Meili, Pflugsteinstr. 71,  
8703 Erlenbach

161182



Wengen – Mürren

## LAUTERBRUNNENTAL

Ihr neuer Arbeitsplatz – 72 Wasserfälle, die schönsten Seen und Berge soweit das Auge reicht und ein Naturparadies für Wanderer, Biker, Flyer, Jumper und Genieser!



### Nur 15 Minuten ab Interlaken – ein Katzensprung!

Für die Sommersaison oder in Jahresstelle suchen wir per Mai/Juni oder nach Übereinkunft

\*\*\*

**– Service-Mitarbeiterinnen oder Kellner**  
Deutschsprachig, Englischkenntnisse erwünscht

**– Service-Aushilfe ab sofort**

vielseitiger Arbeitsbereich mit Schichtbetrieb

**– Zimmermädchen**

zur Verstärkung Bereich Etage/Lingerie

\*\*\*

Mit Ihrer gesunden und positiven Einstellung machen Sie aus unserer Crew ein

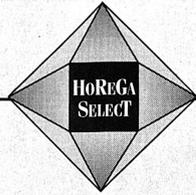
**DREAM-TEAM!**

Interessiert? Dann senden Sie uns doch Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen oder schauen Sie sich unseren Familienbetrieb aus der Nähe an.

Kontaktadresse:  
Familie P. von Allmen  
Hotel/Restaurant Schützen AG  
Dorfstrasse

CH-3822 Lauterbrunnen, Tel. 033 855 30 26  
Bern Oberland/Schweiz  
E-Mail: [bewerbung@hotelschuetzen.com](mailto:bewerbung@hotelschuetzen.com)

161214



### Interessante Karrierestellen!

Wir suchen eine absolut kompetente, charismatische Führungspersönlichkeit mit nachweisbar erfolgreichem Leistungsausweis in Leaderpositionen in ähnlichen anspruchsvollen Gastrobetrieben.

#### Direktionsassistent/in/Stv. Direktion

(Mitglied der Geschäftsleitung)

> Für ein renommiertes \*\*\*\*Hotel in der Westschweiz suchen wir eine/n kompetente/n, gepflegte/n Bewerber/in als Stellvertretung der Direktion in den Bereichen Front Office/F&B/Administration und Gästebetreuung. Wir stellen uns eine/n überaus engagierte/n Bewerber/in vor mit Lehrabschluss und Weiterbildung Hotelfachschule, fundierter Berufs- und Führungserfahrung sowie guten Kenntnissen vor allem in den Bereichen Réception, Organisation sowie F&B/Seminar/Bankett. Sprachen: D/F in Wort und Schrift perfekt, sehr gute Englischkenntnisse. Diese Kaderstelle bietet eine aussergewöhnliche Chance, sich in einer Stellvertreter-Position mit allen Bereichen einer Hotelführung zu profilieren.

#### Sales Manager/in

> In dieser Position vertreten Sie eine der schönsten Hotelanlagen, die es in der Schweiz gibt. Es handelt sich um eine neu geschaffene Position zur Unterstützung der Salesdirektion. Sie betreuen und akquirieren Key Accounts und eine High Class Clientèle für die Deutschschweiz und Süddeutschland. Erfahrung im Hotelsales ist absolut Voraussetzung. D/E, evtl. F. Charismatische, gepflegte Persönlichkeit, Alter bis max. 40 Jahre.

#### Küchenchef

Raum Zürich-Winterthur.

> Für einen komplexen Gastronomiebetrieb mit Bankettmöglichkeiten, einem lebhaften Tagesrestaurant und diversen Events suchen wir einen belastbaren, kreativen Küchenchef, welcher seine Küche auf regionale und saisonale Angebote ausrichten will. Sie führen eine mittlere Brigade, zeichnen sich durch grosse Belastbarkeit, gepaart mit Schnelligkeit, aber auch durch solide Banketterfahrung aus.

#### Bankett-Assistent/F&B-Assistent

> Für 2 renommierte \*\*\*\*Hotels in der Region Biel-Neuenburg sowie in Basel, interessierter, jüngerer und dynamischer Bewerber mit Ausbildung in der Gastronomie/Hotellerie – evtl. Abgänger der Hotelfachschule – mit Erfahrung in der Bankett/Seminarabteilung, welcher seine Karriere in diesen Bereichen ankurbeln und vorantreiben will. Hauptaufgaben: Empfang, Betreuung der Seminare und Bankette von A-Z (kein Verkauf), Koordination und Kommunikation mit Küche und Service, Mise-en-place/Vorbereitungen usw. sowie Ablösung Chef de Service. Sprachen: D/F sehr gut in Wort und Schrift, gute Englischkenntnisse, EDV-vertraut.

#### Generalgouvernante

> Top 5\* -Luxushotel in Graubünden, Jahresstelle, fundierte Berufs- und Führungserfahrung in der 5\* -Luxushotellerie, sehr gute Sprachkenntnisse D/I/E, unternehmerisches Denken, gekoppelt mit jugendlicher Spritzigkeit und Ideenreichtum. Eine absolute Spitzenposition in einem Tophaus.

Alle unsere weiteren Stellenangebote finden Sie unter:  
[www.horega.ch](http://www.horega.ch)

#### HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7 4051 Basel  
Tel. 061 281 95 91/Fax 061 281 75 45  
[info@horega.ch](mailto:info@horega.ch) / [www.horega.ch](http://www.horega.ch)

161187

Hof de Planis, das Tagungszentrum im sonnigen Prättigau (35 Betten) sucht ab 1. August 2004 in Jahresstelle

### Koch (w/m) oder Person mit entsprechender Erfahrung

In einem gut eingeführten Betrieb erwartet Sie eine selbstständige Tätigkeit. Mit frischen (Bio-)Produkten aus der Region überraschen Sie unsere Gäste mit vielseitiger Vollwertküche. Über die Küche hinaus haben Sie Freude am Kontakt zu unseren Kunden und sind bereit, wenn nötig in Haus und Garten mitzuwirken. Bei Eignung Stellvertretung des Leiterpaares erwünscht. Es erwartet Sie ein Tagesarbeitsplatz mit Lebensqualität in einem kleinen Team, das Wert auf eine gute Zusammenarbeit legt.

Bewerbungen an den neuen Leiter Ch. Müri, Bachstr. 23, 5600 Lenzburg, Tel. 079 448 15 76.

161231



Wie steht Ihr zu einer Erfahrung in der farbenfrohen Welt des Tourismus?

Wollt Ihr eine Wintersaison im Herzen des herrlichen Walliser Skigebiets der «Valle» (~400 km Piste) verbringen? In einem jungen, dynamischen und sportlichen Team arbeiten? In einem jungen, dynamischen und sportlichen Team arbeiten? Schickt uns eure Bewerbung!  
Neige Aventure sorgt für allfällige Arbeitsbewilligungen.

1. Ski- oder Snowboard-Lehrer während der Hochsaison (Aushilfe)
2. Sekretärin / Rezeptionistin
3. Barmaid/Barman
4. Servierdame oder Serveur
5. Sportartikel-Verkäuferin

Für Detailinformationen besuchen Sie unsere Homepage: [www.neige-aventure.ch](http://www.neige-aventure.ch)

161184



Für die Urlaubsqualität ist nicht die technische Einrichtung oder Lage eines Hotels, sondern das Umfeld entscheidend!

Um dieses Umfeld unseren internationalen Gästen weiterhin bieten zu können, freuen wir uns auf aussagekräftige Bewerbungen von Ihnen, von talentierten und motivierten Berufsleuten!

Verstärkung brauchen wir im Sommer 2004:

**Im kreativen Küchenteam:**

### Chef de partie Küchenpraktikantin

**Im freundlichen Réceptionsteam:**

### RéceptionistIn mit Erfahrung Réceptionspraktikantin mit Computer-Kenntnissen

Gerne gibt Ihnen Raphaëla Vollmer nähere Informationen.

#### PARKHOTEL BEAU-SITE ZERMATT

Franz Schwegler-Dossetto  
Tel. 0041 (0)27 966 68 68  
Fax 0041 (0)27 966 68 69  
E-Mail: [info@parkhotel-beausite.ch](mailto:info@parkhotel-beausite.ch)  
[www.parkhotel-beausite.ch](http://www.parkhotel-beausite.ch)

161181



Internationale Gäste schätzen Stil und Komfort, persönliche Atmosphäre, Service und die exzellente Küche unseres traditionsreichen 4-Sterne-Hauses.

Auf die kommende Sommer- und Wintersaison suchen wir: Für verantwortungsvolle Mitarbeit in Reception und Restaurant eine(n) jüngere(n) Absolventen/-in einer Hotelfachschule als

#### Betriebsassistent/-in

Für unsere weithin bekannte Küche

### Chef de partie tournant m/w

und für unser à la carte Restaurant mit Gartenterrasse

### Servicefachmitarbeiter/-in

Wir bieten angenehmes Betriebsklima in einem jungen Mitarbeiterteam, gute Bezahlung, Kost und Logis im Haus und einen vielseitigen Aufgabenbereich.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an Herrn Gabriels.

[www.hotelengiadina.ch](http://www.hotelengiadina.ch)

Posthotel Engiadina 7524 Zuoz,  
Tel.: 081-8541021 Fax: 0041/081-8543303

## hoteljob

### AUSZUG AUS UNSEREM AKTUELLEN STELLENANGEBOT

#### Kanton Bern (Oberland)

Für unseren Auftraggeber oberhalb des Thunersees suchen wir per sofort eine/n interessierte/n

#### Commis de cuisine

Die Küchenbrigade mit ca. 10 Personen verwöhnt ihre Gäste mit einem marktfrischen und mediterranen Angebot.

#### Kanton Thurgau

Eine gut bürgerliche Wirtschaft in einem grösseren Ort sucht ab April in Jahresstelle eine motivierte und kreative Persönlichkeit, welche bereit ist, die Verantwortung als

#### Entremetier

zu übernehmen.

#### Kanton Bern

Suchen Sie ab April oder nach Vereinbarung eine spannende Saisonstelle am Bielersee als

#### Commis de cuisine?

In diesem gemütlichen renommierten Familienhotel, mitten in den Rebbergen, finden Sie die passende Antwort.

SIND SIE INTERESSIERT? GERNE ERWARTEN WIR IHRE KOMPLETTEN BEWERBUNGSUNTERLAGEN AN UNTEN STEHENDE ADRESSE, Z.Hd. Frau Denise Moser.

161248



Schweizer Hotelier-Verein  
hoteljob Personalberatung und Stellenvermittlung  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern  
Telefon 031 370 43 33, Telefax 031 370 43 34  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch), [hoteljob.be@swiss-hotels.ch](mailto:hoteljob.be@swiss-hotels.ch)



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



## GRAND HOTEL PARK GSTAAD ★★★★★

Das Grand Hotel Park ist ein \*\*\*\*\*Luxushotel mit 99 Zimmern, 2 Restaurants, 1 Grill und einem umfangreichen Wellnessangebot.

Für die kommende Sommersaison ab Mitte Juni 2004 suchen wir Mitarbeiter in folgenden Bereichen:

### BAR Barman

Sie sind sprachgewandt (F/D/E) und haben Berufserfahrung in der \*\*\*\*\*Hotellerie.

### KÜCHE

#### Chef Saucier/Junior Sous-Chef

Ab 1. 6. 2004, kann bei Eignung zur Jahresstelle werden

#### Demi-chef de Partie, Commis de Cuisine

Haben Sie Freude an Ihrem Beruf, verwöhnen Sie gerne unsere internationalen, anspruchsvollen Gäste und freuen sich auf eine interessante Sommersaison im Berner Oberland?

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

**Grand Hotel Park AG**  
Frau S. Rölli, Human Resources  
CH-3780 Gstaad  
Tel. +41 33 748 98 00  
Direktw. +41 33 748 98 35  
E-Mail: s.roelli@grandhotelpark.ch



Swiss Deluxe Hotels



161282

## EIN GUTES TEAM VERSPRECHEN ALLE, ABER NICHT MIT SEESICHT



Nr.1 | WIRD MAN NICHT ZUFÄLLIG



EDEN | ROC

### DAS BESTE FERIENHOTEL DER SCHWEIZ 2002/03 & 2004

(Bewertung des Wirtschafts-Magazin BILANZ)

Mit unserem Team begeistern wir unsere internationalen Gäste mit spritzig verpacktem Glamour und modernem Schick. Möchten Sie wissen wie?

Ab "Mitte April" oder nach Vereinbarung sind folgende Stellen zu besetzen:

#### RÉCEPTION:

**Receptionistin** (D, F, E.)

**Night audit** (Ganzjahresstelle)

EDEN BAR

**2. Chef De Bar** (Ganzjahresstelle)

In einem persönlichem Gespräch erfahren Sie mehr über unser EDEN ROC. Mit Interesse sehen wir Ihren vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto entgegen.

161268



HOTEL EDEN ROC

Claudia Bischofberger – Leiterin Human Resources

Via Albarella 16, CH – 6612 Ascona

Tel. +41 (0)91 785 71 71 • Fax +41 (0)91 785 71 43

www.edenroc.ch • team@edenroc.ch

A member of  
The Leading Small Hotels  
of the World

GANZJÄHRIG | GEÖFFNET



Swiss Deluxe Hotels

Das Carlton Hotel \*\*\*\*\* gehört zu den Swiss-Deluxe-Hotels und verfügt über 105 Zimmer mit 180 Betten, Restaurant Romanoff und À-la-carte-Restaurant Tschinè, Festsaal Empire, Carlton Bar, Fitness, Wellness, Beauty sowie Konferenz- und Bankettmöglichkeiten runden das Angebot ab.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir noch folgende flexible und motivierte Persönlichkeiten für die kommende

**Sommersaison 2004:**  
(ca. 11. Juni bis ca. 26. September 2004)

STILVOLLE MODERNE,  
VIELFÄLTIGES  
AMBIENTE,  
BEWÄHRTE TRADITION



Loge  
Nachtconcièrg

Restaurant Romanoff  
Demi-chef de rang

Beauty  
Kosmetikerin

THE



CARLTON HOTEL  
ST. MORITZ

The Carlton Hotel St. Moritz  
Anuschka Starkloff, Human Resources  
7500 St. Moritz  
Tel. 081 836 70 00, Fax 081 836 70 01  
Internet: www.carlton-stmoritz.ch  
E-Mail: personal@carlton-stmoritz.ch

Interessiert?  
Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto. Gerne erzählen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch mehr über Ihre neue Herausforderung sowie über die Philosophie unseres Hauses.

161199 m

SWITZERLAND



Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

# EXPRESS-Stellenvermittlung

**031 370 42 79**

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

## Service de placement express

Eine Dienstleistung von

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
8374	Chef de partie	26	CH	sofort	D/E/F/I	4-5*	Hotel/ZH
8375	Alleinkoch		CH	Mai	D/F		Seeland
8386	Hilfskoch	47	DE	C	sofort	D/E	ZH
8387	Kü'chef/Sous-chef	38	DE	B	sofort	D/E	AG/ZH/BS/BL
8393	Kü'chef/Alleinkoch	41	AT	B	sofort	D/E	ZH/AG
8398	Koch	29	CH	sofort	D/E		Bern+Umgeb.
8400	Jungkoch/w	24	CH	Mai	D/F		Basel
8402	Hilfsköchin	27	CH	Mai	D	ZH/AG	
8405	Commis de cuisine	20	CH	n. Ver.	D	ZH	
8409	Küchenchef	35	CH	sofort	D	ZH	
8410	Commis de cuisine	21	CH	Mai	D/E	SG	
8412	Köchin	41	CH	Mai	D/E		
8413	Hilfskoch	29	SK	B	sofort	D	Bern
8416	Pâtissière	31	DE	L-EG	sofort	D	zus.m.8417
8417	Pâtissier	31	DE	L-EG	sofort	D	zus.m.8416
8418	Koch	51	CH	Mai	D/E/F/I		Bergrestaurant
8419	Koch	31	FR	L	Mai/n. Ver.	D/F/I	BE-Oberl./VS
8420	Alleinkoch	45	AT	B	Mai	D/F	Vierwaldstättersee

**Service/service**

1	2	3	4	5	6	7	8
8373	Sefa	25	CH	sofort	D/E/F/I	ZH	
8376	Barmann/Chef d. réc.	58	CH	n. Ver.	D/E/F/I	BE/LU/BS/ZH/ZG/AG	
8380	Chef de service/w	22	CH	sofort	D/E/F	TG/ZH/SH	

1	2	3	4	5	6	7	8
8383	Sefa	25	DE	L	n. Ver.	D/E/F	3*-5*-Hotel
8388	Chef de rang	30	CH	April	D/E	5*-Hotel/Deutsch-CH	
8391	Service/w	37	CH	n. Ver.	D/F	Zentral-CH	
8392	Barman	37	AT	L	Mai	D/E	Deutsch-CH
8394	Chef de service	60	CH	sofort	D/E/F/I	Zürich	
8399	Kellner	50	PT	C	sofort	D/E/I	Bern
8401	Chef de service	41	DE	L-EG	n. Ver.	D/E	3-5*-Hotel/BE/ZH/LU
8404	Service/w	36	FR	G-EG	Mai	D/E/F/I	LU
8406	Chef de rang	32	FR	G	sofort	D/E/F	GE
8407	Service/w	27	DE	L	sofort	D/E	SO
8415	Banketmitarbeiterin	25	DE	B	n. Ver.	D/E/I	zus.m.8414/SH
8421	Service/w	22	CH	Mai	D/E	ZH	

**Hauswirtschaft/ménage**

1	2	3	4	5	6	7	8
8371	Allrounderin	28	CH	April	D/E/F		BE/SO
8372	Zimmerfrau	53	BA	C	n. Ver.	D	
8377	Gouvernante	38	HR	C	sofort	D/F	Seeland
8379	Hilfskraft/w	32	IT	A	sofort	I	
8382	Hofa	21	CH	Mai	D/E/F		BE/SO/AG
8384	Nachtportier	28	DE	L-EG	Mai	D/E	
8385	Gouvernante	46	CH	sofort	D/E/F		ZH/BE
8403	Gouvernante	24	CH	n. Ver.	D/E/F/I		TG/ZH
8411	Gouvernante	24	CH	sofort	D/F/I		BE
8414	Chauffeur	28	PT	B	n. Ver.	D/E/I	zus.m.8415/SH
8422	Küchenhilfe	31	IT	C	sofort	D/I	GR/VS/BE/ZH/SG/BS/LU
8423	Hotelfloristin	23	CH	n. Ver.	D/E		

**Administration/administration**

1	2	3	4	5	6	7	8
8378	Réceptionist	32	IT	B	sofort	D/E/F/I	LU
8381	Aide du patron	62	CH	sofort	D/F		LU
8389	Chef de réception	44	AT	C	n. Ver.	D/E/F/I	3-4*-Hotel
8390	Réceptionist	26	IT	G	sofort	D/E/I	GR/TI
8395	Direktionsassistentin	38	CH	Mai	D/E/F/I		GR
8396	Réceptionist	35	CH	sofort	D/E/F		
8397	Personalassistentin	25	CH	sofort	D/E/F		ZH
8408	Réceptionist	23	ES	L-EG	n. Ver.	D/E/F	

- 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?**

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

**CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?**

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

## Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: \_\_\_\_\_ Eintrittsdatum / Date d'entrée: \_\_\_\_\_

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: \_\_\_\_\_ Jahresstelle / Place à l'année  Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: \_\_\_\_\_ Bevorzugte Region / Région souhaitée: \_\_\_\_\_

Name / Nom: \_\_\_\_\_ Vorname / Prénom: \_\_\_\_\_

Strasse / Rue: \_\_\_\_\_ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum / Date de naissance: \_\_\_\_\_ Nationalität / Nationalité: \_\_\_\_\_

Telefon privat / No de téléphone privé: \_\_\_\_\_ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: \_\_\_\_\_

Bemerkungen / Remarques: \_\_\_\_\_

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: \_\_\_\_\_

Deutsch / Allemand: \_\_\_\_\_ Französisch / Français: \_\_\_\_\_ Italienisch / Italien: \_\_\_\_\_ Englisch / Anglais: \_\_\_\_\_  
 (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: \_\_\_\_\_  
 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 der 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.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:  
**hoteljob.be@swiss-hotels.ch / Schweizer Hotelier-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern**

## SHL

SCHWEIZERISCHE HOTELFACHSCHULE LUZERN

Die Schweizerische Hotelfachschule Luzern ist eine führende Management- und Restaurationsfachschule für Hotellerie, Restauration und Gemeinschaftsverpflegung. Sie bereitet ihre Absolventinnen und Absolventen durch ein praxisorientiertes Diplomstudium auf anspruchsvolle Führungsaufgaben vor.

Ab **September 2004** suchen wir für das Kadersemester Betriebswirtschaft zur Unterstützung der Fachleitung Personalmanagement

## Dozent/Dozentin Personaladministration/Lohnwesen

Das Pensum umfasst 4-6 Wochenlektionen in der Zeit von September bis April.

Für diesen Lehrauftrag sehen wir eine engagierte und selbstständige Persönlichkeit, die folgende Erwartungen erfüllt:

- Erfahrung in gastgewerblicher Personaladministration
- Diplom als Personalfachfrau/-mann oder vergleichbaren Abschluss
- Freude an der Ausbildung junger Erwachsener

Wir bieten:

- ein modernes, attraktives Arbeitsumfeld in einem kleinen, engagierten Team
- bestehende Unterrichtsunterlagen und Scripts
- zeitgemässes Stundenhonorar mit grosszügigen Sozialleistungen

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:

Schweizerische Hotelfachschule Luzern  
Kurt Imhof, Direktor  
Adligenswilerstrasse 22, Postfach 4870  
6002 Luzern  
Telefon: 041 417 33 33 / www.shl.ch

161183

## Grindelwald



Hotel Restaurant  
**KIRCHBÜHL**



Für unser persönlich geführtes Erstklasshotel, mit dem bekannten Restaurant «La Marmite» (Guide bleu, Gilde, Chaine des Rotisseurs) an schönster Lage in Grindelwald, suchen wir auf Anfang Sommersaison motivierte, dynamische und freundliche Mitarbeiter:

**Réceptionistin** D, E, F, Hotelerfahrung

**Servicefachangestellte/r**  
**Bardame** (Hotelbar u. Stübeli)

**Chef de partie** (alle Bereiche)

**Tourant**  
**Commis de cuisine**

**2. Gouvernante**  
**Küchenbursche**  
**Zimmermädchen**

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

**Hotel Restaurant KIRCHBÜHL\*\*\*\***  
Herr Christian Brawand  
3818 Grindelwald

www.kirchbuehl.ch  
E-Mail: christian.brawand@kirchbuehl.ch



161115

Als total renoviertes Business-Hotel mit internationalen Gästen, 3 Restaurants unter einem Dach, 2 Boulevard-Cafés und flexiblem Saalangebot bis 250 Personen, bieten wir Ihnen ein abwechslungsreiches, interessantes berufliches Umfeld mit persönlicher Note.

Per 1. Juni 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir

## Réceptions-Praktikantin

Wir bieten Ihnen einen modernen, abwechslungsreichen Ausbildungsplatz. Sie werden auf modernster EDV und dem Hotelprogramm FIDELIO eingeführt. Wenn Sie Qualität und Selbstständigkeit schätzen und Ihnen echte Gastfreundschaft und Freundlichkeit wichtig sind, dann sind Sie bei uns am richtigen Ort.

Interessiert? Ein motiviertes und kreatives Team freut sich auf Sie!

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.



## Hotel Zofingen

Restaurants · Säle · Konferenzzimmer  
P. und B. Langenegger · CH-4800 Zofingen  
Tel. 062 7 450 300 · Fax 062 7 450 399  
E-Mail: info@hotel-zofingen.ch  
www.hotel-zofingen.ch  
**7 Tage offen**

161191



Als grösstes Hotel im Ort mit optimaler Infrastruktur für Ferien und Tagungen bieten wir qualifizierten Personen anspruchsvolle Tätigkeiten in einer einmaligen Umgebung. Und wir wollen in den nächsten Jahren einiges verändern. Haben Sie Interesse an einer aktiven Mitarbeit? Nach Vereinbarung suchen wir je eine/n

## Sous chef Chef de service Servicefachangestellte

Weitere Auskünfte erteilen wir Ihnen gerne telefonisch oder per Email.

**andere.ch**

Ideen - Projekte - Konzepte

andere.ch Grundgasse 14 CH 9500 Wil +41 (0)71 910 08 70 info@andere.ch

161247

## VIKTORIA

Schweizer- und CH-6353 Weggis  
spanisches  
Spezialitätenrestaurant

Wir suchen ab 1. April 2004 oder nach Vereinbarung eine/n teamfähige/n und aufgeschlossene/n

**Serviceangestellte / -n**

für unser schweizer und spanisches Spezialitätenrestaurant am Vierwaldstättersee.

Gute Deutsch und Englisch Kenntnisse sind erwünscht. Interessiert?

Hotel Viktoria  
Frau Daniela Schroeder  
Rigistrasse 2  
6353 Weggis

Tel. 0041 41 390 11 28  
info@viktoria-weggis.ch

161270

## Dorint

HOTEL BLÜEMLISALP  
BEATENBERG

Dorint Hotel Blüemlisalp – das 4-Jahreszeiten-Hotel im Berner Oberland, wo Natur und Ferien Freunde sind. Unserem internationalen Gästekreis stehen 130 Appartements mit 300 Betten, mehrere Restaurants sowie Bankett- und Konferenzräume zur Verfügung.

Wir suchen ab Mai/Juni 2004 einen gastorientierten

## FRONT OFFICE MANAGER (m/w)

Unser zukünftiger Abteilungsleiter sollte mehrjährige Hotel-Empfangserfahrung mitbringen. Wir arbeiten mit FIDELIO, Tars. Sie besitzen sehr gute IT-Kenntnisse, sind sprachgewandt und selbstständiges Arbeiten gewohnt. Ihrem Réceptionsteam gehen Sie als Vorbild voran und sind eine fröhliche und teamorientierte Persönlichkeit.

Heinz Briner steht Ihnen für weitere Fragen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche und vollständige Bewerbung.

Telefon 033 841 41 11  
E-Mail: heinz.briner@dorint.ch  
3803 Beatenberg

161250

**Pizzeria-Ristorante  
SAN MARCO**  
Marktstrasse 21 / Seequai  
8640 Rapperswil  
Tel. 055 211 2224

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung für die Sommersaison 2004 qualifizierten und teamfähigen

## Pizzaiolo/ Hilfspizzaiolo / Hilfskoch und Küchenhilfe

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder rufen Sie einfach an, Hr. Pillar oder Hr. Nedec verlangen.

161222

## Unser Team sucht SIE ☺

Die Geschäfte laufen hervorragend. Um unsere Top-Dienstleistung auch weiterhin bieten zu können, brauchen wir qualifizierte Verstärkung.

## Servicefachmitarbeiter m/w sowie gelernte Hofa/Gafa

Fragen oder die schriftliche Bewerbung bitte direkt an Herrn Harry Baumann richten. Wir freuen uns auf Sie!  
Tel. 01 935 11 54.

Landgasthof Adler, Binzikerstrasse 80,  
8627 Grüningen (10 Auto-Min. von  
Zürich), www.adler-grueningen.ch

161244

## STEIGENBERGER

GSTAAD - SAANEN

Teamgeist, Motivation, Verantwortung und Herzlichkeit sind für uns keine Schlagworte, sondern einfach unsere Art Dienstleistung zu leben!

Wir sind ein dynamisches Chalet-Hotel mit 230 Betten, zwei Restaurants, Hallenbar und diversen Konferenzmöglichkeiten. Die herrliche Bergwelt des Saanenlandes, die unzählige Freizeitmöglichkeiten bietet, rundet das Bild ab.

Sie sprechen D/E und evtl. F und möchten Erfahrungen in einem jungen erfolgreichen Team sammeln?

Dann **BEWERBEN WIR UNS UM SIE** als

## NIGHT AUDITOR!

Wenn Sie da arbeiten möchten, wo andere Urlaub machen, sind Sie bei uns richtig!

Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen, Monika Fencz, Auf der Halten, 3792 Saanen, Telefon 033 748 64 64, Telefax 033 748 64 66  
E-Mail: gstaad@steigenberger.ch, www.gstaad-saanen.steigenberger.ch

## STEIGENBERGER

HOTELS & RESORTS

mit Schweizer Betrieben in  
Davos • Gstaad-Saanen • Zürich

161253

Wir betreiben ein gehobenes und bekanntes Restaurant in der Stadt Zürich. Zur langfristigen Verstärkung unserer Brigade suchen wir eine Persönlichkeit als:

## 1. Chef de Service

- Sie sind ein ausgewiesener und versierter Fachmann und haben den Serviceberuf von Grund auf gelernt.
- Sie verfügen über die notwendige Erfahrung aus mindestens einer langjährigen Führungsposition in der traditionellen Gastronomie.
- Ihre Stärke liegt auch in der Aus- und Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter.
- Neben Deutsch sprechen Sie mindestens Englisch und Französisch.
- Sie lieben den Umgang mit anspruchsvoller, internationaler Kundschaft.

Was wir Ihnen nebst einer selbständigen und verantwortungsvollen Kaderposition in einem angenehmen Arbeitsklima offerieren, erklären wir Ihnen gerne bei einem persönlichen Gespräch. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto unter Chiffre 161227 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

161227

## Universitäre Psychiatrische Dienste Bern (UPD) Direktion Dienste und Betriebe

Die UPD Bern sind eine führende Institution im Gesundheitswesen des Kantons Bern. In unseren Restaurationen werden täglich zahlreiche Mitarbeitende, Gäste und Patienten am Buffet bedient. Verschiedene Anlässe, zum Teil auch abends, bieten unseren Mitarbeitenden in der Restauration Abwechslung im Arbeitsalltag.

Wegen Krankheit einer Mitarbeiterin suchen wir zur Unterstützung unseres erfahrenen Teams per 1. Mai 2004 eine / einen

## Mitarbeiterin / Mitarbeiter Restaurationen BG 100%

Diese Stelle ist befristet bis 31. Oktober 2004 mit der Möglichkeit zu einer eventuellen späteren Festanstellung.

Sie haben eine Ausbildung als Servicefachfrau/-mann absolviert, bringen idealerweise Erfahrung in der Gemeinschaftsverpflegung mit und verfügen über ein hohes Mass an Sozialkompetenz und Freude am Gästekontakt.

Ihr Arbeitseinsatz erfolgt in geregeltem Wechsel, erfordert jedoch Flexibilität.

Wir bieten Ihnen ein interessantes und vielseitiges Aufgabengebiet an einem modernen Arbeitsplatz in schöner Umgebung. Die Anstellung erfolgt nach kantonalen Richtlinien.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne: Bernhard Schuster, Leiter Verpflegung, Tel. 031 930 93 58, e-mail [bernhard.schuster@gef.be.ch](mailto:bernhard.schuster@gef.be.ch) Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie bitte an: **Universitäre Psychiatrische Dienste Bern (UPD), Personaladministration, Bolligenstrasse 111, 3000 Bern 60**

161203



**Persönliche Begegnungen**  
*offiziell herzlich!*

liegen Ihnen am Herzen?

Dann sind Sie bei uns richtig. Unser Team hat Spass an der Arbeit und sucht Sie auf den 1. Mai 04 oder nach Vereinbarung:

Service  
**Servicefachangestellter**

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Saisonstelle in einem Wohlfühl-Hotel am Thunersee. Gastfreundschaft, Herzlichkeit und Berufung sind Eigenschaften die wir lieben. Schweizerdeutsch wird vorausgesetzt.

Auf Ihre Bewerbung mit Passfoto freuen wir uns.

160489

**Parkhotel Gunten**  
 Parkhotel · CH-3654 Gunten  
 Telefon 0041 (0)33 252 88 52  
 Fax 0041 (0)33 252 88 88  
 e-mail: info@parkhotel-gunten.ch  
 internet: www.parkhotel-gunten.ch

**DAVOS · LENZERHEIDE / VALBELLA**

*Top Saisonstellen für Sie – rufen Sie an*

Receptionistinnen ★ Receptionistin-Praktikantin  
 ServicemitarbeiterInnen ★ Koch und Jungkoch



**PANORAMA**  
 ★ ★ ★ H O T E L S ★ ★ ★

PANORAMA ★★★  
 7077 LENZERHEIDE/VALBELLA  
 Tel. 081 384 01 01

PANORAMA ★★★  
 7270 DAVOS  
 Tel. 081 413 23 73

161273

<http://www.panoramahotels.com>

**KLINIK SCHLOSS MAMMERN**

Akutsptial für Innere Medizin  
 mit integrierter Rehabilitation

Im grossen Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen,  
 125 Betten und 200 Mitarbeiter

Für die Betreuung unserer Patienten im Speisesaal, in der Cafeteria, im Etagenservice und im Garten, suchen wir zur Verstärkung unserer 25-köpfigen Service-Brigade per sofort oder nach Vereinbarung einen

**Chef de rang (w/m)**  
 100%-Pensum

Könnten Sie sich vorstellen, in einer der führenden Kliniken mit privater Trägerschaft zum Wohle der Patienten tätig zu sein und sich in einem traditionellen Ambiente wohlfühlen? Dann lesen Sie weiter...

**Was erwarten wir?**  
 Sehr gute fachliche Kenntnisse für den professionellen und reibungslosen Serviceablauf bei bis zu 20 Gästen, eine gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen. Eine abgeschlossene Berufsbildung als Servicefachangestellte/r oder eine ähnliche Ausbildung oder mehrere Jahre an Berufserfahrung sind ebenfalls eine Voraussetzung. Alter bis max. 35 Jahre.

**Was bieten wir?**  
 Angenehme Arbeitsbedingungen mit 42-Stunden-Woche (Abenddienst bis spätestens 21.30h) und fortschrittliches Personalmanagement. Frei wählbare Unterkunft (Zimmer oder Wohnung) ca. 5 Min. ausserhalb des Klinikareals direkt am See und vieles mehr, was für uns eine Selbstverständlichkeit ist.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Passfoto, Zeugnissen.

**KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG**  
 Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin  
 CH-8265 Mammern (Bodensee) TG, Tel. 052 742 11 11  
 fvs@klinik-schloss-mammern.ch  
 www.klinik-schloss-mammern.ch

**THE SWISS LEADING HOSPITALS**

161186

**Alpenblick**

Hotel-Restaurant Alpenblick

CH-3812 Wilderswil-Interlaken  
 Tel. 033 828 35 50, Fax 033 828 35 51  
 Internet: www.hotel-alpenblick.ch  
 E-Mail: info@hotel-alpenblick.ch

**Lust auf eine neue Herausforderung!**

Sie möchten Ihre Motivation und Energie in einem kleinen, dynamischen und qualitätsbewussten Team einsetzen und gleichzeitig in einer herrlichen Region leben?

In unserem Hotel und Restaurant werden folgende interessante Stellen frei:

**Küche:**

- **Chef de Partie/Souschef (m/w)** mit Erfahrung in der gastronomischen Küche
- **Servicefachangestellte/r** für à-la-carte- und Gourmet-Restaurant mit Weinkennnissen

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen und erzählen Ihnen gerne, was wir alles zu bieten haben.

161271

**FRANZISKANER**  
 HOTEL BAR RESTAURANT

Wir suchen auf April oder nach Vereinbarung eine/n

**SERVICEFACH-ANGESTELLTE/N**

Unser engagiertes Team freut sich auf einen berufserfahrenen, gäste- und qualitätsorientierten Mitarbeiter, der sich vorstellen könnte auch zusätzliche Verantwortung mit entsprechenden Kompetenzen zu übernehmen. Wenn Sie flexibel und ca. 25 bis 35 Jahre jung sind, wartet auf Sie ein attraktiver Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Zürich.

Weitere Informationen:  
 Frau Reichenbach, Tel. 01 250 53 00

Hotel Franziskaner  
 Niederdorfstrasse 1, 8001 Zürich  
 www.hotel-franziskaner.ch  
 service@hotel-franziskaner.ch

161206

**Restaurant Alpenblick**  
 Passwang

Gesucht

**Koch/Köchin**

Möchten Sie unser familiäres Team per **1. April 04** (oder nach Vereinbarung) ergänzen?

Wenn Sie Freude haben an einem kameradschaftlichen Arbeitsumfeld in einem familiären Betrieb und arbeiten im Team Ihnen Spass macht, wenn Sie verantwortungsbewusst und stressbeständig sind und die Gastronomie Ihr Herz höher schlagen lässt, dann melden Sie sich doch bei uns.

**Restaurant Alpenblick/Passwang**  
 M. Halbeisen-Jeker, 4719 Ramiswil/ Mümliswil, Tel. 062 391 33 13, Fax 062 391 20 04, E-Mail: info@alpenblick.ch  
 www.alpenblick.ch

161189

**UTO KULM**  
 Top of Zurich ★ ★ ★ ★

**Top of Zurich!**  
 Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich wie unser Betrieb ist auch die Mitarbeiterarbeit an

**RECEPTION/EMPfang (m/w)**

Wir wünschen uns eine flexible Persönlichkeit mit Freude am Umgang mit Gästen. Zudem ist es unerlässlich, dass Sie gute PC-Kenntnisse und Erfahrung an der Reception mitbringen. Sie sind ein Organisations-Talent mit Freude an einem lebhaften Betrieb, dann rufen Sie **Ria Liem** an. Eintritt nach Vereinbarung.

Zur Erweiterung unserer Teams suchen wir ausserdem

**SERVICEMITARBEITER (m)**

Wenn Sie gerne Gäste verwöhnen, selbständiges Arbeiten gewöhnt sind und in hektischen Situationen die Nerven nicht verlieren sowie ein gutes Arbeitsklima schätzen, dann rufen Sie noch heute **Anja Beivi** an. Eintritt: ab Mai 2004.

Eine überdurchschnittliche Entlohnung und trotzdem eine geregelte Arbeits- und Freizeit sind für uns selbstverständlich.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Ausländer nur mit Bewilligung B oder C. Für Deutsche und Österreicher die noch nie in der Schweiz gearbeitet haben, kann eine Bewilligung besorgt werden.

Hotel-Restaurant UTO KULM  
 Telefon: 01 457 86 86  
 Internet: www.utokulm.ch

8143 Uetliberg  
 Fax: 01 457 86 99  
 e-mail: utokulm@utoetliberg.ch

161265

Für Sommersaison vom 1.5.-31.10.04 suchen wir in unseren Familienbetrieb

**Koch w/m**

Das Berggasthaus Marmorbruch ist mit dem Auto erreichbar. Sind Sie selbständiges Arbeiten gewöhnt? Fühlen Sie sich angesprochen, so freuen wir uns auf Ihren Anruf.

Anita und Wali Meyer  
 Berggasthaus Marmorbruch  
 3818 Grindelwald  
 Tel. 033 853 13 18 oder 079 310 30 89  
 www.marmorbruch.ch

160747

**Restaurant Falken Neuheim (bei Zug)**

Wir sind ein kleines und junges Team und suchen für unsere 14-Punkte-Küche auf den Sommer 2004

**einen Chef de Partie und einen Commis de Cuisine**

Öffnungszeiten: Mittwoch-Sonntag

Nach Wunsch Personalstudio im Haus.

Schriftliche Bewerbung an:  
 Peter Doswald, Hinterburgstr. 1  
 6345 Neuheim, 041 756 05 40

161198

**Lenzerheide Valbella**  
 SPORTS UNLIMITED

**mitarbeiten - mitgestalten**

Hotel 1. Klasse sucht zur Ergänzung des Teams für die Sommersaison 2004 mit der Möglichkeit für die folgende Wintersaison:

**Réception:**  
**Réceptionsssekretärin**  
 Eintritt Anfang April 2004 oder nach Vereinbarung, interessanter Aufgabenbereich

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an: Herrn Th. Vogt, persönlich.

**Hotel VALBELLA INN**  
 CH-7077 Valbella-Lenzerheide  
 Telefon 081 384 36 36 www.valbellainn.ch  
 Telefax 081 384 40 04 hotel@valbellainn.ch  
 Familie Th. und R. Vogt, Direktion

160276

**Wir wollen nur die Besten!**

Unser Team sucht Sie als Verstärkung! Ab sofort oder nach Absprache powern Sie im 17er-Team für unser frisches, pfliffiges Restaurant im Zentrum von Bern.

- Sie sind Profi auf Ihrem Gebiet und wollen gefordert und gefördert werden.
- Sie behalten Ihre Ruhe und den Überblick auch wenns mal richtig abgeht und etwas länger dauert.
- Ihre Muttersprache ist Deutsch oder Sie sprechen diese perfekt.
- Sie wünschen sich ein Klima ganz nach dem Motto: Die Gäste haben den Genuss, die Mitarbeiter den Spass!

**Commis de cuisine (m/w)** sind Sie à-la-carte-tauglich, flexibel, kreativ und freuen sich wenn der Küchendrucker fast pausenlos rattert...

**Servicefachmitarbeiter (m/w)** verfügen Sie über eine gewaltige Portion Humor und haben das gewisse Funkein in den Augen.

Packen Sie Ihre Chance und erleben Sie Gastronomie auf eine ungewohnt gut gelaunte Art.

Ihrer Bewerbung mit Foto fiebern wir gespannt entgegen!

Ralf & Nicole Jansen  
 Restaubistrobar gut gelaunt  
 Schauplatzstrasse 22  
 3011 Bern  
 www.gutgelaunt.ch

161205

**Die meisten Karrieren beginnen mit einem Anruf!**

**RAMADA** **RAMADA-TREFF** **encore**

Senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an:  
 Anja Ullmann  
 Verkaufsleiterin  
 RAMADA-TREFF (Schweiz)  
 c/o RAMADA PLAZA Basel  
 Hotel & Conference Center  
 Messeplatz 12  
 CH-4058 Basel  
 Telefon +41 (0)61 560 44 13  
 Telefax +41 (0)61 560 44 08  
 Internet www.ramada-treff.ch

Die RAMADA, RAMADA-TREFF und TREFF Hotels sind über 70 x in Deutschland und in der Schweiz vertreten. Unsere Hotels der 3- bis 4-Sterne Kategorie befinden sich am Puls der Zeit – mitten in der City – oder in reizvollen Landschaften – immer verkehrsgünstig gelegen. In der Schweiz verfügt die Ramada-Treff Hotelgruppe derzeit über 9 Häuser in Basel, Biel, Gené, Adelboden, Engelberg und Locarno.

Nach Vereinbarung suchen wir eine/einen

**Verkaufsrepräsentanten Businessbereich (w/m)**

Sie sind kommunikativ, sprachbegabt (D, EF Wort und Schrift, 1 von Vorteil) und verfügen über einschlägige Erfahrung als Verkaufsrepräsentant in der Schweizer Hotellerie (vorzugsweise Kettenhotellerie). Sie überzeugen mit Ihrem stilreichen Auftreten, Verhandlungsgeschick und Argumentationssicherheit. Mit Ihrer charmanten und zugleich kompetenten Art pflegen Sie die bestehenden Kontakte und akquirieren neue Kunden im Bereich MICE.

Sie sind an einer längerfristigen Stelle interessiert, reisen gerne, sind flexibel und mindestens 28 Jahre jung. Ihr Arbeitsstandort befindet sich im Messeturm Basel. Frau Anja Ullmann freut sich sehr über diese selbständige und verantwortungsvolle Position in einem persönlichen Gespräch.

161269

**HOTEL EUROPA**  
 ST. MORITZ

Wir sind ein renommiertes \*\*\*\*Hotel mit 200 Betten und überraschend vielen Möglichkeiten. Für die kommende Sommersaison 2004 suchen wir einen

**SOUS-CHEF**

Sie verfügen bereits über einschlägige Erfahrung als Sous-Chef und sind es gewohnt den Küchenchef in dessen Abwesenheit bestens zu vertreten sowie auch in stressigen Situationen den Überblick zu behalten? Darüber hinaus arbeiten Sie wirtschaftlich, kreativ und qualitätsbewusst?

Wir bieten eine interessante Tätigkeit mit der Aufstiegschance zum Küchenchef ab Wintersaison 2004/2005.

Senden Sie Ihre kompletten Unterlagen mit Foto an:

**HOTEL EUROPA ST. MORITZ**  
 Frau Knapf, Personalchefin  
 7512 Champfer  
 Tel. +41 81 839 55 55 – Fax +41 81 839 55 57  
 www.hotel-europa.ch – E-Mail: personal@hotel-europa.ch

161262

## Grindelwald



## BERGHAUS BORT

In unserem lebhaften Berghaus Bort im Firstgebiet mit Restauration und Übernachtungsmöglichkeiten suchen wir für die kommende Sommersaison freundliche und motivierte Mitarbeiter:

### Küchenbursche Buffet- und Zimmermädchen

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

**Berghaus Bort**  
Familie Christian Brawand  
3818 Grindelwald  
[www.berghaus-bort.ch](http://www.berghaus-bort.ch)  
E-Mail: [christian.brawand@kirchbuehl.ch](mailto:christian.brawand@kirchbuehl.ch)

161116



Hotel Beau Rivage Weggis

Möchten Sie mit uns, während der kommenden Sommersaison, unsere anspruchsvollen Gäste verwöhnen?

Für unser direkt am Vierwaldstättersee gelegenes \*\*\*\*Sternen-Ferienhotel suchen wir zur Zusammenarbeit mit unserem Küchenchef Herr Carsten Radke (13 Pkte. G&M) und Verstärkung der 9-Mann/Frau-Brigade einen fachlich ausgewiesenen und zuverlässigen

### Chef Saucier m/w

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen, um einen Termin für ein Vorstellungsgespräch vereinbaren zu können. Der Eintritt kann Ende April/Anfang Mai erfolgen.

**Hotel Beau-Rivage**  
6353 Weggis am Vierwaldstättersee  
Dorly und Urs-Peter Geering  
Telefon 041 392 79 00  
[info@beaurivage-weggis.ch](mailto:info@beaurivage-weggis.ch)  
[www.beaurivage-weggis.ch](http://www.beaurivage-weggis.ch)

Mitglied von *Selection Suisse*  
Verbindung führender  
Vierstern-Hotels im Familienbesitz

161240

## Romantik-Hotel

## Chesa Grischuna

7250 Klosters

Für unser originelles Bündner Kleinhotel mit À-la-carte-Restaurant, marktorientierter Küche und internationalen Gästen suchen wir für die Sommersaison (Ende Juni bis Mitte Oktober 2004) folgende Mitarbeiter:

Küche:  
**Chef de partie Saucier  
Entremetier**

Restaurant:  
**Praktikant(in)**  
mit guten Sprachkenntnissen

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Barbara Rios-Guler und  
Marianne Hunziker  
**Romantik-Hotel Chesa Grischuna**  
7250 Klosters  
Tel. 081 422 22 22  
E-Mail: [hotel@chesagrischuna.ch](mailto:hotel@chesagrischuna.ch)  
[www.chesagrischuna.ch](http://www.chesagrischuna.ch)



161228

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung

### Servicefachangestellte

in Jahresstelle oder mindestens bis 10.1.2005.

Guter Verdienst, Kost und Logis im Hause.

Wir bitten um schriftliche Bewerbung.

Hotel Gasthof Bären  
3804 Habkern  
7 km von Interlaken entfernt  
Tel. 033 843 11 82  
[www.baeren.net](http://www.baeren.net) [info@baeren.net](mailto:info@baeren.net)

161237



Restaurant Landhaus  
Taberne Alsacienne  
Schwarzenburgerstr. 134  
3097 Liebefeld  
Tel. 031 971 07 58  
Fax 031 972 02 49

Landhaus Taberne Alsacienne  
Schwarzenburgerstrasse 134 3097 Liebefeld/Bern

Wünschen Sie eine Stelle, wo Ihre Fachkompetenz gefragt ist? Haben Sie Lust auf eine neue Herausforderung in speziellem Ambiente? Ist für Sie die gepflegte Gastlichkeit kein Muss, sondern eine Motivation die Sie täglich beflügelt?

Per 1. Mai 2004 suchen wir

### Chef de partie/ Chef Kleine Küche

Wir stellen uns eine motivierte junge und innovative Fachkraft vor, die mit viel Liebe und Kreativität kocht. Sie sind bereit, etwas zu bewegen und Verantwortung zu übernehmen. Zudem sind Sie an einer abwechslungsreichen Tätigkeit interessiert und haben Freude daran, Ihr Fachwissen unserem Berufsnachwuchs weiterzugeben.

Ebenfalls suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

### Commis de cuisine

für unser À-la-carte-Restaurant (17 Punkte im Gault-Millau).

Auf Ihre telefonische oder schriftliche Kontaktnahme freuen sich Herr Adi Röthlisberger und Herr Toni Müller, Küchenchef.

161101

Hotel ☆☆☆

## NATIONAL

Davos

HERZLICH WILLKOMMEN... ..sagt man bei uns!

Wir suchen ab 1. Juni 2004 oder nach Übereinkunft noch folgende freundliche und erfahrene Mitarbeiter

**Küche:** **Chef Saucier/Sous-chef**  
der Sprung für einen gut ausgebildeten  
Chef de Partie

**Service:** **Servicefachangestellte(r)**

Wir heissen Sie in unserem schönen Erstklasshotel heute schon herzlich willkommen.

Nun liegt es an Ihnen – wir erwarten Ihren Lebenslauf mit Foto und Zeugniskopien.

Familie R. & A. Bochmann  
**HOTEL NATIONAL, 7270 DAVOS-PLATZ**  
Telefon 081 413 60 46, Fax 081 413 16 50  
[www.national-davos.ch](http://www.national-davos.ch)

161264

## Hotel-Restaurant BERNERHOF Kandersteg

CH - 3718 Kandersteg • Berner Oberland

Wir sind ein führendes, familiäres \*\*\*-Ferien- und Seminar-Hotel (75 Betten) mit gepflegtem Restaurant und bekannt vorzüglicher Küche im Herzen vom Sommer- und Winterferienort Kandersteg.

Ab kommender Sommersaison (Saison- oder Jahresstelle) suchen wir eine(n) qualifizierte(n)

161056

### Servicefachangestellte(n)

Falls Sie in einem jungen, motivierten Team mitarbeiten möchten, senden Sie uns bitte die üblichen Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie für weitere Auskünfte an.

**Hotel Bernerhof**  
C. & G. Lehmann, Propr.  
3718 Kandersteg  
Tel. 033 675 88 75  
[hotel@bernerhof.ch](mailto:hotel@bernerhof.ch)  
[www.bernerhof.ch](http://www.bernerhof.ch)

**SWISS**  
**QUALITY HOTELS®**  
INTERNATIONAL



life &amp; business in Luzern

Das \*\*\*-Individual- und Seminarhotel beim Bahnhof Luzern 92 Zimmer, Tagungs- und Banketträume für bis zu 260 Gäste  
Ristoranti Locanda Ticinese – Bellini - Giardino

Wir benötigen Verstärkung für unser Küchenteam und suchen nach Vereinbarung qualifizierten und motivierten

### Chef de partie m/w

Wir kochen im à la carte- und Bankettbereich marktfrisch, leicht und kreativ nach der Italienischen Küche. Beste Umgebung, sich beruflich weiter zu entfalten. Jahresstelle.

Für unser Ristorante BELLINI suchen wir nach Vereinbarung

### Servicefach-Mitarbeiter/In

mit Erfahrung und Freude am Verkauf unserer feinen Gerichte und Weine. Deutsche Muttersprache oder sehr gute Deutschkenntnisse. Jahresstelle.

Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen an  
Hotel Continental-Park, Gabriele Pedrazzetti (Hr.)  
Murbacherstr. 4, 6002 Luzern, Tel. 041 / 228 90 50  
[www.continental.ch](http://www.continental.ch) / [hotel@continental.ch](mailto:hotel@continental.ch)

161263



Für den kommenden Sommer suchen wir für unser Unique Öko Hotel

**engagierte Persönlichkeiten**  
für folgende Stellen

### Koch

Interesse an Vollwert und Naturküche  
Liebe zum Produkt

### Servicemitarbeiter/in

Freude an Dienen  
Gastgeber/in mit Herz

Sollten für Sie diese Begriffe keine Fremdwörter sein, freue ich mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Bewerbungsunterlagen mit Foto an  
**Alfred Kral**

Öko-Hotel Ucliva  
7158 Waltensburg/Vuorz  
Tel. 081 941 22 42  
[www.ucliva.ch](http://www.ucliva.ch) / [info@ucliva.ch](mailto:info@ucliva.ch)

161261



Ein Hotel des Ferienvereins

**Crans - Montana Wallis**

Für unser modern eingerichtetes Ferien-Sporthotel mit Hotelbar, Cafeteria, Pergola und Wellness-Zentrum suchen wir für die kommende Sommersaison vom 1. Juni bis 15. Oktober 2004 oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter:

**Réceptionist/in CH (D/F)**  
**Réceptionpraktikantin CH**  
**Servicemitarbeiter/in**  
**Barmaid, D/F (auch Anfängerin)**  
**Jungkoch**

Sie sind eine sympathische und freundliche Persönlichkeit, arbeiten gerne in einer familiären Atmosphäre, und das Wohl der Gäste liegt Ihnen ganz besonders am Herzen.  
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

### Club-Hotel Valaisia

Urs Häfliger Direktor  
3963 Crans-Montana  
Telefon 027 481 26 12 Telefax 027 481 26 60  
[uhaefliger@gmx.ch](mailto:uhaefliger@gmx.ch) [www.ferienverein.ch](http://www.ferienverein.ch)

161239

## HOSTELLERIE LINDENHOF

HAUS IM GRÜNEN - 3855 BRIENZ AM SEE

Das 3-Stern-Erlebnis-Hotel am schönen Brienzsee mit 80 Betten, 2 Restaurants, grosse Seeterrasse, ideale Bankett- und Seminarräumlichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Dies alles in ruhiger, grosszügiger, grüner Umgebung, .....für Gäste, die das Besondere suchen!

Für die kommende Sommersaison suchen wir für unser Team noch folgende, junge und aufgestellte Mitglieder:

**Servicefachangestellte** (Mitte April und Mai)  
die/der unsere grossen Stammgästeküchen während einer langen Sommersaison aufs Feinste verwöhnen möchte.  
**Jungkoch** (Mitte-April)  
welcher/aus unserer marktfrischen Kanderküche - von gepflegt bis gewägt - Gericht herborzaubert, die man nicht überall gemessen kann.  
**Zimmerdamen** (Ab Mai und Juni)  
die unsere schönen Frühstückszimmer liebevoll herrichten, um den Gästen ein wirkliches Erlebnis zu bieten.

Tönt interessant, oder nicht? Wenn Sie Lust haben in unserem jungen, motivierten Team mitzuwirken, dann senden Sie uns Ihre Unterlagen oder greifen für weitere Fragen zum Telefon: Herr Imhof oder Frau Borm geben Ihnen gerne Auskunft.

Tel: 033-952 90 30 / [info@hotel-lindenhof.ch](mailto:info@hotel-lindenhof.ch)  
[www.hotel-lindenhof.ch](http://www.hotel-lindenhof.ch)

161133

**Kochendörfer's  
HOTEL ALBRIS**  
PONTRESINA

Für unser familiär geführtes Ferienhotel im Herzen des Engadins suchen wir auf die kommende Sommersaison eine(n)

**Chef de Service für unser Halbpensions-Restaurant**  
Haben Sie Interesse an dieser Stelle? Dann rufen Sie uns doch einfach an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Fam. O. Kochendörfer  
Kochendörfer's Hotel Albris  
7504 Pontresina  
Tel. 081 838 80 40, Fax 081 838 80 50  
E-Mail: hotel@albris.ch  
Internet: www.albris.ch

161180

Restaurant St. Cassian  
7083 Lantsch/Lenz  
Wir suchen ab Mitte Mai bis Ende Oktober 2004  
**Koch oder Köchin  
Servicemitarbeiterin**  
Über Ihren Anruf freut sich Ruth Meyer  
Telefon 081 384 14 57.

161254

**HOTEL  
DU MONT-BLANC AU LAC**



Hôtel du Mont-Blanc au Lac  
situé au bord du lac Léman dans la  
ville pittoresque de Morges  
cherche pour entrée à convenir  
**chef de rang confirmé(e)**

et pour la saison d'été:  
**serveurs/serveuses  
cuisinier**

Madame ou Monsieur Pontet se  
réjouissent de votre appel au  
021 804 87 51 ou l'envoi de votre  
dossier complet avec photo.

Hôtel du Mont-Blanc au Lac  
1110 Morges  
www.hotel-mont-blanc.ch  
spontet@hispeed.ch

161251

Restaurant-Pizzeria  
Schützenstube  
Vordere Hauptgasse 34  
4800 Zofingen

Wir suchen per sofort oder nach Verein-  
barung eine/n

**Jungkoch  
Servicefachangestellte**

nur mit Bewilligung B oder C.

Sie sind gepflegt, zuverlässig, freundlich  
und aufgestellt.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Be-  
werbung. Tel. 062 751 93 77 (11-14 oder  
18-23 Uhr), Herrn Antonazzo verlangen.

159954

**HOF MARAN**  
Arosa ★★★★★-Golf- und -Sporthotel

Ab den bevorstehenden Sommermonaten (ca. 9. Juni bis  
14. September 2004) haben Sie bei uns die Möglichkeit,  
Ihre fundierten Berufserfahrungen einzusetzen und zu er-  
weitern. Unser gepflegtes 4\*-Hotel mit 110 Betten, Spezi-  
alitätenrestaurants und schöner Sonnenterrasse liegt  
auf einem Sonnenplateau inmitten des imposanten  
Alpen-Bergkranzes von Arosa.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir noch folgende  
Mitarbeiter/innen welche Freundlichkeit ganz GROSS  
schreiben.

**Service** **Chef de Service  
Servicemitarbeiter/in  
Buffetmitarbeiter**

**Küche** **Chef de parties  
(Entremetier und Gardemanger)  
Commis de partie**

Marc Lehmann freut sich auf Ihre Bewerbung mit Foto  
und gibt Ihnen gerne auch telefonische Auskünfte  
über den vielseitigen Betrieb.

Golf- & Sporthotel Hof Maran  
Postfach 274  
7050 Arosa  
Telefon 081 378 51 51  
Fax 081 378 51 00  
www.hofmaran.ch  
hofmaran@arosa.ch



161260

**HOTEL SCHWEIZERHOF**

Für die Sommersaison 2004 suchen wir ab dem 20. Mai 2004 noch  
folgende junge und motivierte Mitarbeiter/innen

**Chef de partie  
Chef de rang D/E/F**

**Service-  
mitarbeiter/in D/E/F**  
(für unser A-la-carte-Restaurant)

Haben Sie Lust eine Sommersaison und eventuell eine Wintersaison  
in Zermatt zu verbringen? Dann sind Sie bei uns genau richtig und  
wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf,  
Referenzen und Foto:

Seiler Hotel Schweizerhof \*\*\*\*\*  
Personalbüro, Josianne Zeiter, CH-3920 Zermatt  
Tel. 027 966 87 56 Fax: 027 966 87 57  
E-Mail: jz@seiler-zermatt.ch  
Webseite: www.zermatt.ch/schweizerhof

161243



\*\*\*\*  
**HOTEL MONTPELIER VERBIER**

(16 GM)  
cherche pour la saison d'été  
(15. 6. 2004-30. 9. 2004)

**Stagiaire de réception  
Chef de partie  
Commis de cuisine  
Stagiaire de cuisine  
Serveurs/Serveuses  
Femmes de chambre/lingères**

**Restaurant «LE HAMEAU» Verbier**  
(13 GM)

cherche pour la saison d'été  
(1. 7. 2004-10. 9. 2004)

**Chef de partie  
Commis de cuisine  
Serveurs/Serveuses**

Veuillez adresser votre offre écrite avec curriculum  
vitae, copies de certificats et photo à l'adresse suivante:

Hôtel Montpelier Verbier ou  
Restaurant «Le Hameau» Verbier  
Jürg Bruppacher  
CH-1936 Verbier/Suisse  
Fax ++41 27 771 61 58

160917



Gesucht

**Serviertochter  
und Koch**

Bitte melden Sie sich bei:  
Herrn Paszti, Kreuzgasse 4  
3280 Murten, Tel. 026 670 21 22

161201



Gesucht für Restaurant Stadthaus  
Unterseen/Interlaken  
(ab sofort zur Wiedereröffnung!)

=> **Alleinkoch**  
mit Erfahrung (CH)  
(selbständig, flexibel, kreativ, belast-  
bar)

Für mehr Infos unter  
Natal-Nr.: 079 255 34 18 (Hr. Y. Krauer)  
Untere Gasse 2, 3800 Unterseen

161195



Silence-Hotel Arvenbuel auf der  
Sonnenterrasse Amden über dem Walensee.

Für die kommende Sommersaison vom  
1. Mai bis ca. 15. November 2004 suchen wir

**Sous Chef (m)  
Servicefachangestellte m/w  
Zimmermädchen**

(Ausländer nur mit sehr guten Deutschkenntnissen)  
Sind Sie flexibel, belastbar und an  
selbständiges Arbeiten gewohnt, dann freuen wir uns  
auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Fam. Rüedi, Silence-Hotel Arvenbuel  
8873 Amden  
Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01  
Montag Ruhetag

161100

**Anzeigenschluss über die Feiertage  
Doppelnummern der hotel+tourismus revue**

**Termine für die Ausgaben 15/16 (Doppelnummer Ostern):**

Anzeigenschluss Geschäfts- und Liegenschaftsanzeigen: Mittwoch, 31. März 2004, 15 Uhr  
Anzeigenschluss für die Stellenrevue: Freitag, 2. April 2004, 12 Uhr

**Erscheint am: Donnerstag, 8. April 2004**

**Donnerstag, 15. April 2004, Ausfallnummer**

\*\*\*

**Termine für die Ausgabe 21 (Auffahrt):**

Anzeigenschluss Geschäfts- und Liegenschaftsanzeigen: Mittwoch, 12. Mai 2004, 15 Uhr  
Anzeigenschluss für die Stellenrevue: Freitag, 14. Mai 2004, 12 Uhr

**Erscheint am: Donnerstag, 20. Mai 2004**

\*\*\*

**Termine für die Ausgabe 22/23 (Doppelnummer Pfingsten):**

Anzeigenschluss Geschäfts- und Liegenschaftsanzeigen: Mittwoch, 19. Mai 2004, 12 Uhr  
Anzeigenschluss für die Stellenrevue: Montag, 24. Mai 2004, 15 Uhr

**Erscheint am: Donnerstag, 27. Mai 2004**

**Donnerstag, 3. Juni 2004, Ausfallnummer**



Möchten Sie gerne für einen Spezial-Veranstalter mit wunderschönen Hotelanlagen am Ind.Ozean in **KENYA** für längere Zeit tätig sein ????

Wir suchen unabhängige, aufgestellte und sehr engagierte Mitarbeiter & Mitarbeiterinnen als



- **HOTEL-MANAGER (auch Paare)**  
mit ausgewiesener Ausbildung und Erfahrung in Gastronomie und Hotellerie, Führungsqualitäten & ausgezeichnete Englisch-Kenntnisse
- **TOURIST-OFFICERINNEN**  
Sympatische & engagierte jüngere Damen mit selbsticherem Auftreten und nettem Erscheinungsbild für Gästebetreuung und Reception. Fließend Deutsch/Englisch & Franz. Bedingung

Langjährige Vertragsmöglichkeiten. Eintritt zwischen Mai & Juni 04  
Bewerbungen mit Lebenslauf in D & E. Zeugniskopien sowie Passbild & Ganzfoto erbeten an

EFAR CONSULTING AG /Hr. A.F.Reichert  
Baslerstr. 275 4123 ALLSCHWIL/Basel

### ÜBERSETZUNGEN

Fachliche Übersetzung von Bewerbungsunterlagen für das Hotel und Gaststättengewerbe Sektor. IMMER mit Kostenvoranschlag.  
WIPS TRANSLATIONS Walhofstrasse 43 CH - 4310 Rheinfelden  
info@wips.ch www.wips.ch Phone: +41 (0)61 422 06 57

Einmalige USA-Gelegenheit für motivierte

### Jungköche

(Mindestalter 21 Jahre)

Schweizer Restaurant im Winter-Resort Beaver Creek, Colorado, bietet Stellen für mehrere Köche per November 2004 an (18 Monate Verpflichtung).

Bewerbungen richten Sie an:  
Herr R. Kuster, Heimelweg 2  
6370 Stans  
E-Mail: swissstubi@aol.com

## SVIZZERA ITALIANA

### HOTEL BELLEVUE (Minotel Bellevue) CH-6565 San Bernardino (Graubünden-Südschweiz)

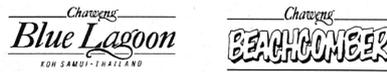
Wir sind ein Familienbetrieb und suchen auf nächste Sommersaison folgende Mitarbeiter:

- **Service-Mitarbeiterin**  
für A-la-carte- und Pensions-Gäste (ab 1.6. bis ca. 10.10.04).
- **Service-Mitarbeiterin**  
(auch Praktikantin) für die Zeit von ca. 20.6.04 bis 20.9.04.
- **Commis de cuisine**  
ab 29.5.04.

Unterlagen senden Sie bitte an Hotel Bellevue, Fam. Wellig  
6565 San Bernardino, Tel. 091 832 11 26, bellevue@ticino.com  
www.bellevue-sanbernardino.ch

## IMAGE

www.gastro-s.ch  
gastro S Haus Howald GmbH  
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8  
6080 Laufenburg  
Tel. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44  
E-Mail: jobs@gastro-s.ch



Zwei führende Schweizer Hotels auf Koh Samui suchen folgenden Mitarbeiter/in

### RESIDENT MANAGER/IN

Mit Erfahrung in ähnlicher Stellung E/D/F/L. Arbeitsbeginn per 1. Juli 2004 oder nach Übereinkunft.

Eine Top-Kaderposition für eine Persönlichkeit mit grossem Engagement. Wenn Sie diese aussergewöhnliche Stelle anspricht und Sie gerne auf einer paradisiischen Palmeninsel im Golf von Thailand arbeiten möchten, bitten wir Sie, Ihre komplette Bewerbung mit C.V. und Foto an folgende Adresse zu senden:

Frau Susanne Bütkofer, Mühlemattstr. 16, 3007 Bern

Website: www.bluelagoonhotel.com

Traditionelles, renommiertes Gourmet-Restaurant («Best of Ireland»-ausgezeichnet), Guide Michelin, 56 Plätze, kleine Cocktail-Bar und Privat-Essraum, in malerischen Städtchen an der Südküste Irlands, 20 Min. von Cork City und internationalem Flughafen, sucht für das Jahr 2004, ab 25. April, gut motivierte und ausgewiesene Fachkräfte. Das Restaurant ist nur abends geöffnet. Angenehmes Arbeitsklima mit Familienatmosphäre. Gute Gelegenheit, um die Englischkenntnisse zu verbessern und berufliche Erfahrung zu sammeln. Herrliche Natur für Sport aller Art und reger Betrieb im Ort.

### Chef de partie

für unsere renommierte Küche mit viel kreativer Freiheit. Abgeschlossene Lehre und Erfahrung in renommierten Gourmet-Betrieben mit A-la-carte-Service.

### 2 Servicefachangestellte

jung, versiert, mit Englischgrundkenntnissen.

Besitzer wird sich mit den Bewerbern telefonisch nach dem 15. 4. in Verbindung setzen!

Angebote unter Chiffre 152878 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

### Gastro Express



Stellen suchen  
Stellen anbieten  
Kostenlos

www.gastro-express.ch

## STELLENGESUCHE

### Kreativer Bäcker-Konditor

mit 4 Jahren Berufserfahrung in der Hotelpatisserie und wohnhaft in Lungern sucht Wirkungskreis im Kanton Obwalden, Nidwalden, Luzern oder im Berner Oberland.  
Telefon 078 71500 39

### Restaurateur/Chef (CH)

- fundierte Aus- und Weiterbildung  
- praxisorientierte Berufserfahrung im In- und Ausland  
empfiehlt sich für:

### Chef, F & B Mgr/Direktor/ Geschäftsführer

- neue Konzepte (westl. und asiatisch)  
- hands-on & turn-around management

Kontaktname: n.h.d.sa@bluewin.ch  
oder Tel. 022 347 45 86 (abends)

## New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

Viele Wege führen ans Ziel...einer könnte bei meinen Kunden beginnen.

Dort wo Gastronomie und Dienstleistung einen Namen hat, warten Chancen, die Sie herausfordern und weiterbringen:

In verschiedenen Betriebskonzepten im Raum Zürich und Umgebung sind folgende Stellen offen:

**Restaurant Leiter**  
**Bankett Administration**  
**Junior/Chef de Service**  
**Küchen-Chef/Verantwortlicher**  
(1x Alleinkoch & 1x kleinere Brigade; ZG,LU)

**In kreative, gehobene a la carte-Küchen:**  
**Sous-chef**  
**Chef de Partie**  
**Koch/Demi-chef**

Interessiert? Dann rufen sie mich an oder senden Sie mir Ihre Bewerbung zu:

New Challenge

Gabriela Weber  
Seestrasse 160  
8002 Zürich

Tel. 01/201 24 66  
Fax 01/202 58 68  
www.newchallenge.ch

### DOMINO GASTRO



Ihr Personal-Prof

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

### In Jahres- + Saisonstellen

### Küche/Service/Réception

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	033 823 32 32
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	055 415 52 85
Romandie, Lausanne	055 415 52 85

www.dominogastro.ch  
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

### 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 convenire,

### Governante ai piani

(impiego annuale)

con esperienza nel posto richiesto, senso di responsabilità, 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

## IMPRESSUM

### ht 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 Hoteller-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern  
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
Monbijustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23  
Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi  
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel  
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser  
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch

### Anzeigenstarif (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

### Termin:

- Ausgabe	Nr. 15/16 2004	Nr. 17/2004	Nr. 18/2004	Nr. 19/2004
- Erscheint	8. 4. 2004	22. 4. 2004	29. 4. 2004	6. 4. 2004
- Anzeigenschluss	2. 4. 2004 (12 Uhr)	19. 4. 2004	26. 4. 2004	3. 4. 2004
- Wiederholungen	2. 4. 2004 (12 Uhr)	19. 4. 2004	26. 4. 2004	3. 4. 2004

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 20'000 Ex. Versand / Expedition, 11 209 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.