

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 112 (2004)
Heft: 15-16

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: 21.06.2025

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

Heute mit **114** Stellenangeboten



ALBERTO VONAESCH / Der Direktor von St. Gallen und Ostschweiz Tourismus zu der Neupositionierung der Stadt des Wissens. **SEITE 5**



CHECK-IN-AUTOMATEN / Um Wartezeiten zu verhindern, setzen Hotels in den USA neu auf Computerterminals. **SEITE 6**



hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Erfolg oder Erfolgserlebnis?

MARIETTA DEDUAL

Erfolg haben möchten alle. Sobald dieser Erfolg und der Weg dorthin definiert sein sollen, wird es schwieriger. Jetzt ist mir jemand begegnet, der es sich folgendermassen im Kopf zurechtgelegt hat: «Wichtiger als der Erfolg sind mir Erfolgserlebnisse. So kann ich selbst einem Tag, der an und für sich nicht erfolgreich ist, ein paar Erfolgserlebnisse abringen.» Und oft ist es wirklich so, dass der Erfolg so weit entfernt scheint, dass der Mut fehlt, sich überhaupt auf den Weg dorthin zu machen. Erfolgserlebnisse hingegen – sie können beruflicher oder auch zwischenmenschlicher Natur sein – liegen in überschaubarer Distanz. Auch der bevorstehende 7. Schweizer Ferientag bietet sich für individuelle und kollektive Erfolgserlebnisse an; ein Erfolgserlebnis könnte der geschlossene Auftritt der Branche sein. Gerade jetzt, wo im Parlament das Gerangel um die Höhe des Rahmenkredits für Schweiz Tourismus stattfindet, gilt es, national ein Zeichen zu setzen, auf die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus aufmerksam zu machen und den ewigen Neinsagern überzeugt entgegenzutreten. Ich wünsche Ihnen frohe Ostertage, viel Inspiration und das eine oder andere Erfolgserlebnis am Ferientag. Wir von der htr-Redaktion machen die kommenden Tage eine kurze Pause: Ihre nächste htr erscheint am 22. April.

PROJEKT «FASTFOOD & GESUNDHEIT»

BAG will Fastfood optimieren

Das Bundesamt für Gesundheit BAG will, dass der Fastfood in der Schweiz gesünder wird. Die Frage ist nur, inwieweit die Anbieter dabei mitmachen.

Foto: zvg



■ **GUDRUN SCHLENCZEK**

Fastfood ist zu fett, zu salzig oder zu süss und bietet zu wenig Vitamine und Ballaststoffe, so das Urteil des Bundesamtes für Gesundheit. Den negativen Auswirkungen auf die Ernährung will man nun abhelfen und hat die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE mit einem dreijährigen Projekt beauftragt. Ziel ist die Aufklärung der Konsumenten und eine Verbesserung des Angebots bei den Fastfood-Gastronomen. Die Frage ist nur, wie weit die Fastfood-Anbieter in ihrer Sortimentsgestaltung gehen können und wollen. Im Visier hat man in erster Linie McDonald's als grössten Schweizer Fastfood-Player und als Inbegriff für diese Foodsparte. Bei McDonald's reagiert man grundsätzlich positiv, relativiert aber die gesellschaftliche Bedeutung: Denn lediglich 1 Prozent aller eingenommenen Mahlzeiten der Schweizer Bevölkerung finden überhaupt bei McDonald's statt. **Siehe Seite 13**

DER FASTFOOD SOLL GESÜNDER WERDEN
Die Fastfood-Anbieter sollen mehr Frisches wie Salate anbieten, so ein Projektziel des Bundesamtes für Gesundheit. Damit der Fastfood-Konsument zumindest die Wahl hat. Nun müssen sich BAG und Player wie McDonalds aber erst finden.

HOTELLERIE

Plädoyer fürs Steuerpaket

Christian Rey, Präsident von hotellerieuisse, befürwortet das Steuerpaket klar. Er findet es schade, dass die Tourismuskantone dagegen kämpfen.

Das Steuerpaket des Bundes, das am 16. Mai zur Abstimmung steht, ist umstritten. Die Tourismuskantone befürchten wegen der Neuregelung der Zweitwohnungsbesteuerung Ertragsausfälle in Millionenhöhe. Für Christian Rey, Präsident von hotellerieuisse, ist diese Denkweise zu kurz-

fristig ausgerichtet. Er ist überzeugt, dass das Steuerpaket Wachstum auslöst, das bereits in zwei bis drei Jahren spürbar ist. Durch die Entlastung des Mittelstandes könne mehr Geld in den Konsum fliessen, betont Rey. «Grundsätzlich wird so jeder einzelne Hotellier mehr Geld zur Verfügung haben, um in seinen Betrieb zu investieren.» Und dies sei nötig. Christian Rey stellt der Schweizer Hotellerie im Vergleich zu den Nachbarländern zwar gute Noten aus, beziffert im Interview mit der htr den Investitionsbedarf aber auf 1,5 bis 1,8 Milliarden Franken. **TL Siehe Seite 2**

THURNERSEE-BRANDENBURG

Wurzelpflege im Kernmarkt

Die Region Thunersee startet eine Tourismus-Kooperation mit dem Partner Märkische Schweiz aus der 10-Millionen-Region Berlin-Brandenburg.

«Habitat Domus – gestalten und erleben» (Habitat = Lebensraum, Domus lat. das Haus, die Heimat) heisst die EU-unterstützte, transnationale Kooperation zwischen der Region Thunersee und der Märkischen Schweiz. Es geht – unter anderem – um buchbare wurzelnaher Landschaftspflege:

Ziel der Thuner Seite ist es, Menschen aus dem Grossraum Berlin als Gäste für die Region Thunersee zu gewinnen – und zwar «auf der Basis von sinnstiftenden Arbeitseinsätzen und Erlebnissen in der Kulturlandschaft». Die Nachfrage nach solchen Einsätzen seitens von Schulen, Firmen, Managern sei – auch in der Schweiz – gross. Der deutsche Partner wird vom EU-Programm «Leader Plus» unterstützt, die Thuner Seite hat einen Antrag beim Seco gestellt; «die Vorgespräche sind gut verlaufen», sagte Beat Anneler, Direktor von Thunersee Tourismus. **KJV Siehe Seite 3**

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/9
Hotellerie	10/11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



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

HOTEL INFORMATIK
seit über 18 Jahren

REBAG DATA AG | 8813 Horgen | www.rebag.ch | Tel. +41 1 711 74 10

ERSTKLASSIGER SERVICE.

Scana Lebensmittel AG 8105 Regensdorf
info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

et auf Ihre Gäste.

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

CHECK IN DATA
www.suite8.ch

htr IN KÜRZE

EU-Osterweiterung / Die Slowakei wird häufig als Schweiz Mittel- und Osteuropas bezeichnet. Das noch junge Land will nun aus dem Schatten von Tschechien treten und vor allem den Bergtourismus aktiv selber bewerben. **Seite 4**

Lucern / Die Stadt Lucern möchte langfristig den Gesundheits- und Wellness-Tourismus als Angebot etablieren. Ein grosszügiges Wellness-Angebot und medizinische Spitzendienstleistungen sollen Touristen anlocken. **Seite 9**

Romantik Hotels / Präsident Urs Zurbruggen orteil in diversen europäischen Ländern Handlungsbedarf betreffend Organisation und Strukturen. Kontinuität und qualitatives Wachstum sollen vermehrt die Ziele der Kooperation sein. **Seite 11**

Morschach / Mit der neuen Wellnessanlage will sich der Swiss Holiday Park als Ferienresort für Aktiv-Wellness-Gäste positionieren. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis soll Wellness für alle erschwinglich machen. **Seite 12**

Migros-Gastronomie / Während der Gesamtkonzern ein leichtes Plus von einem Prozent beim Umsatz verzeichnen konnte, schloss die Gastronomiepartie der Migros mit einem klaren Minus ab: Um 4,2 Prozent fiel der Umsatz auf 736 Mio. Franken. **Seite 13**

Fresh Express / Hilcona hat das Potenzial des Impulsmarktes für sich entdeckt und eröffnet Kiosken und Convenience-Stores ein Kühlregal für den Abverkauf der hausgebackenen Convenience-Produkte. «Fresh Express» bietet «ready to eat» und «ready to heat». **Seite 14**

Lehrlings-Serie / In grösseren Abständen werden Lehrlinge der Branche interviewt: Die angehende Gastronomie-Fachassistentin Ursula Müller musste sich einer Knieoperation unterziehen, trotzdem stand der Abbruch der Lehre für sie nie zur Diskussion. **Seite 15**

Gastrozone USA / Starbucks sucht nach neuen Absatz- und Umsatz-Kanälen – nicht zuletzt weil mehrere Fastfoodketten anspruchsvolle Kaffeeangebote lancierten. Mit einer neu gegründeten Tochtergesellschaft soll der Food-Bereich ausgebaut werden. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Bilanz Wintersaison / Die Wintersportorte der Waadtländer und Walliser Alpen registrieren eine zu Ende gehende Wintersaison, die fast so gut war wie die vorangegangene. Mit der Bilanz sind die meisten zufrieden. **CF Seite 1**

Beaujolais / Seit Jahren haben die Beaujolais-Weine ein Imageproblem. Nun versucht die Weinregion mit einem grossen Erneuerungsprogramm in den Rebbergen und Marketingkampagnen, den Ruf des Beaujolais zu verbessern. **CF Seite 5**

Val d'Anniviers / Der Ferienort St-Luc im Walliser Val d'Anniviers setzt auf die Karte Wellness. Mit zwei Wellness-Center-Projekten soll die Tourismussaison verlängert und die Parahotellerie stärker aktiviert werden. **CF Seite 3**

Arvinis / Zur neunten Durchführung der Weinmesse Arvinis in Morges vom 21. bis 26. April haben die Verantwortlichen das Gastland Portugal eingeladen. Portugal ist das am wenigsten bekannte Weinland der EU. **CF Seite 5**

FORUM

Auf den Einsatz kommt es an

PIERRE KELCH*

Alle Berufe entwickeln sich weiter, auch der Kochberuf. Wenn früher ein Informatiker für eine komplizierte Rechnung Stunden brauchte, ist er heute mit der neuen Technik in Sekunden fertig. Beim Kochberuf sieht das nicht anders aus. Viele sagen, dies kann man nicht vergleichen, ich meine aber schon. So wie der Informatiker mit der technischen Entwicklung gehen muss, darf auch der Koch vor der Weiterentwicklung in der Produktionstechnik nicht die Augen verschliessen. Doch was hindert ihn tatsächlich, sich mit dem Einsatz von neuen Produkten aus der Industrie anzufreunden? Ist es Berufsstolz, der Aufwand etwas Neues zu lernen oder die Angst, es falsch zu machen? Ich denke, es spielt von allem etwas mit.



Der Dreh- und Angelpunkt des Erfolgs ist immer das richtige Umsetzen. Nehmen wir die Convenience-Produkte als Beispiel: Wir haben in diesem Bereich sehr gute Produkte, welche jedoch leider häufig falsch eingesetzt werden. Egal ob es sich um frische, trockene oder Tiefkühl-Produkte handelt, das Prinzip ist überall gleich. Ich muss mir vor dem Einsatz überlegen: Was stell ich mit den Produkten überhaupt an? Was will ich damit erreichen? Wo setze ich sie ein? Dafür benötige ich aber das entsprechende Know-how, die richtige Schulung. Wenn man sich nie mit den Produkten befasst, kann man mit diesen auch keinen Erfolg haben.

Ich kann ja auch nicht jemandem, welcher sich noch nie mit Informatik befasste, einen PC vor die Nase knallen und sagen: «So, schau, dies ist viel effizienter und schneller als deine herkömmliche Art zu rechnen.» Er wird wohl kaum überhaupt je zu einem Ergebnis kommen.

Zuerst muss ich ihn ja aufklären, was man alles mit diesem Ding anfangen kann und welcher Einsatz sinnvoll ist. Genauso verhält es sich bei den Convenience-Produkten. Schliesslich überlege ich mir auch zuerst, was ich mit einer Tomate machen möchte oder kann, bevor ich mich dem Zubereiten beginne. Mach ich damit einen Salat, eine Suppe oder ganz einfach ein Tomatenjus? Die gleichen Gedanken, muss ich mir beim Einsatz von Convenience-Produkten machen. Das ist der springende Punkt. Und dies geht nur mit externer Unterstützung, mittels Information, Schulung und der Bereitschaft etwas Neues umzusetzen.

* Advisory Chef Division Tiefkühlprodukte, Glace und Food Services, Nestlé Suisse S.A.

CHRISTIAN REY

«Mehr Geld für den Konsum»

Das Steuerpaket des Bundes bringt wichtige Impulse für die Wirtschaft und damit auch für die Hotellerie: Davon ist Christian Rey (56), Präsident von hotellerieuisse, überzeugt. Er bedauert, dass sich die Tourismuskantone gegen die Vorlage stark machen.

INTERVIEW: THERES LAGLER

Christian Rey, hotellerieuisse empfiehlt das Steuerpaket, das am 16. Mai zur Abstimmung gelangt, zur Annahme. Weshalb?

Wir müssen dieses Steuerpaket akzeptieren. Es bringt mehr Gerechtigkeit – beispielsweise für Ehepaare. Profitieren können aber auch alle anderen, weil den Konsumenten mehr Geld bleibt.

Berechnungen zeigen, dass Familien mit Jahreseinkommen von 80 000 bis 120 000 Franken um eine halbe Milliarde entlastet werden. Sie gehen also davon aus, dass dieses Geld der Hotellerie zu Gute kommt?

Unbedingt. Die konjunkturellen Wirtschaftsmassnahmen zeigen jeweils ein klares Bild: Wenn mehr Geld im Umlauf ist, wird ein Teil gespart, ein Teil investiert, und ein Teil fliesst in den Konsum. Diese Geldzirkulation bringt Wachstum. Grundsätzlich wird so auch jeder einzelne Hotelier mehr Geld zur Verfügung haben, um in seinen Betrieb zu investieren.

«Viele Politiker denken zu kurzfristig.»

Die Tourismuskantone Bern, Graubünden, Wallis und Luzern gehörten aber zu den ersten, die das Steuerpaket bekämpften...

Das ist leider so. Der Bund wälzt viel auf die Kantone ab, und sie wissen nicht, wie sie die wegfallenden Steuern einnehmen kompensieren sollen. Ich bin aber überzeugt, dass es nur eine Frage der Zeit ist. Zwei bis drei Jahre lang wird sich die Situation schwierig gestalten. Danach wird das Wachstum – auch im Wallis oder Berner Oberland – spürbar sein. Viele Politiker denken zu kurzfristig und investieren zu wenig in die Zukunft der Unternehmen. Das ist ein Problem, da der Staat auf die Unternehmen angewiesen ist.

Einzelne Kantone drohen nun sogar damit, die Gelder für die Tourismusförderung zu kürzen. Besteht nicht die Gefahr, dass so ein Nullsummenspiel entsteht?

Das glaube ich nicht. Es ist ja auch nicht Sache der Tourismusförderung, einzelne Hotels zu unterstützen. Die Kantone müssen gute Rahmenbedingungen schaffen und in die öffent-

Foto: zyg



CHRISTIAN REY

Der Präsident von hotellerieuisse betont, dass im Vergleich mit Österreich, Frankreich und Italien die Schweizer Hotellerie gut abschneidet.

lichen Infrastrukturen wie Erschliessungsstrassen und Seilbahnen investieren. Aber es ist klar: Wenn keine gemeinsame Vision für Infrastruktur und Hotellerie vorhanden ist, gibt es auch keinen Tourismus mehr.

hotellerieuisse nimmt zu aktuellen Themen Stellung. Wie wichtig ist diese politische Einflussnahme für den Verband?

Grundsätzlich hat der Verband zwei Betätigungsfelder: Die Dienstleistungen für die Mitglieder und die wirtschaftspolitische Interessenvertretung. Dabei geht es um die Rahmenbedingungen, die sehr wichtig sind und nur politisch gelöst werden können. Aus diesem Grund müssen wir eng mit den Parlamentariern zusammenarbeiten.

Im Moment spricht man von einem Gesundheitschumpfen der Branche. Weniger Hotels bedeuten aber auch weniger Mitglieder. Ist das ein Problem?

Nein. Für den Verband ist die Repräsentativität wichtig. Wir decken 98 Prozent der Übernachtungen in den 5-, 4- und 3-Sterne-Hotels der Schweiz ab. Für mich als Präsident sind aber nicht nur die Übernachtungszahlen, auch die regionale Abdeckung zählt. Deshalb bin ich nicht einverstanden, wenn man sagt, dass

alle kleinen Hotels sterben werden. Das ist nicht gesund für die Schweiz.

Wie beurteilen Sie den Zustand der Hotellerie?

Ich glaube, dass die Probleme vor sechs Jahren erkannt wurden. Seither ist viel passiert, auch wenn wir im Rückstand sind. Es besteht noch ein Investitionsbedarf von 1,5 bis 1,8 Milliarden Franken. Im Vergleich mit Frankreich, Österreich und Italien haben wir aber eine gute Hotellerie. Wir müssen auch einmal das Positive sehen. Die Hotellerie generiert mit

14 Milliarden Franken pro Jahr einen grösseren Umsatz als die Uhrenindustrie, die 11 Milliarden erzielt.

Ihre zweite Amtsperiode als Präsident läuft noch bis ins Jahr 2005 hinein. Welche Ziele haben Sie sich für diesen Zeitraum gesetzt?

Die revidierte Hotelklassifikation muss gut umgesetzt werden. Das Gleiche gilt für die Beherbergungsstatistik. Die Verhandlungen zu den Gesamtarbeitsverträgen mit den neuen Gewerkschaften sind gerade erst angefallen. Hier stellt sich die Frage, ob sie unsere Position verstehen, da sie keinen gastgewerblichen Hintergrund haben. Weiter müssen wir eine Lösung finden, damit unsere kleinen Hotels einfacher an Finanzmittel kommen. Dazu wird eine Mikrokredit-Organisation nötig sein.

«Ich glaube nicht, dass alle kleinen Hotels sterben.»

Und verbandsintern?

Da möchte ich die Qualitätssicherung noch besser verankern. Zudem plane ich, beim Eingang des Hauptsitzes von hotellerieuisse in Bern eine Tafel zu montieren mit der Aufschrift: «Was will der Gast?» So erinnert sich jeder Mitarbeiter, wenn er morgens zur Arbeit kommt, an unsere Hauptaufgabe.

Woher nehmen Sie eigentlich Ihre Motivation?

Ich bin ein positiver Mensch und nehme gerne Einfluss. Wenn ich an den Versammlungen der Regionalverbände bin, treffe ich motivierte Leute mit hohen Erwartungen. Das gibt auch mir Schub. Viele sehen mich als Dampfmaschine, die mit Leidenschaft am Karren zieht.

Stehen Sie 2005 zur Wiederwahl?

Dach an einer ausserordentlichen Generalversammlung gewählt wurde und dadurch die erste Amtsperiode nicht komplett war, ist das noch offen.

Angetippt: Was sagt Christian Rey zu ...

... Olympiakandidatur Zürich 2014? Es wird nur funktionieren, wenn es ein schweizerisches Projekt ist.

... Beherbergungsstatistik? Das wird sich bis 2005 regeln. Es ist vielleicht nicht schlecht, dass nun auch die Kantone und die Branche etwas daran zahlen müssen. Das könnte die Akzeptanz der Statistik stärken.

... EU-Osterweiterung? Sehr wahrscheinlich werden neue, junge Leute zu uns kommen, die im Gastgewerbe und in der Hotellerie arbeiten werden.

... Markt China? Mit dem Erhalt des Approved Destination Status ADS

haben wir einen Erfolg verbucht, jetzt geht es ans Umsetzen.

... ST-Rahmenkredit? Wir brauchen diesen Bundesbeitrag. Schweiz Tourismus muss aber für mehr Transparenz sorgen, um bei den Parlamentariern die Akzeptanz zu erhöhen.

... Gastfreundschaft? Wir haben grosse Verbesserungen gemacht, es bleibt aber noch viel zu tun.

... Persönliche Ferien? Sehr kurz und nicht sehr oft.

... Pferde? Ich bin ein richtiger Pferdeliebhaber und gehörte zum Schweizer Nationalkader der Springreiter. TL

In Verlustzone gerutscht

Hapimag. Die Anbieterin von Ferienwohntourismus meldet für das Jahr 2003 einen Verlust von 4,7 Mio. Franken. Für 2002 war noch ein Gewinn von 1,1 Mio. Franken ausgewiesen worden. Der Umsatz ging im 2003 um 4,6 Prozent auf 204 Mio. Franken zurück. Hapimag begründet den negativen Abschluss mit Unterbelegungen in der Türkei und den USA sowie Mehrausgaben im Zusammenhang mit dem «Übernahmeversuch der Aktien Schreiber». DST

Erwartung übertroffen

Spielbanken. Die Schweizer Spielbankenbranche erzielte im Jahr 2003 einen Bruttospielertrag von 561 Mio. Franken. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr beinahe einer Verdoppelung und übertrifft die Erwartungen der Branche, wie der Schweizer Casino Verband (SCV) mitteilt. Im Jahr 2003 eröffneten mit den Casinos in Montreux, Fribourg, Meyrin, Locarno, Basel und St. Gallen die letzten sechs der insgesamt 21 vom Bundesrat in der ersten Runde konzessionierten Spiel-

banken. Das Casino Arosa musste seine Tore bereits Mitte Jahr wieder schliessen. Die 19 dem SCV angeschlossenen Spielbanken empfingen im vergangenen Jahr über 3 Millionen Besucher und erzielten einen Bruttospielertrag von rund 540 Mio. Franken, davon ca. 388,5 Mio. Franken mit den Glücksspielautomaten und rund 151,5 Mio. Franken mit dem Tischspiel. Die SCV-Mitgliederbetriebe schufen 2100 Arbeitsplätze (Vollzeitstellen). DST

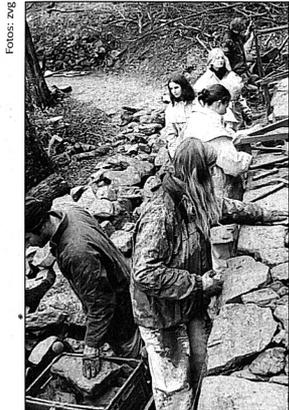
FDP-Politiker im Visier der Justiz

ST-Rahmenkredit. Nach der Indiskretion über die von Bundesrat Christoph Blocher beantragte Subventionskürzung für Schweiz Tourismus hat die Bundesanwaltschaft zwei Walliser FDP-Vertreter befragt. Angetreten mussten der ehemalige Kantonalpräsident Gilbert Tornare sowie der Parteisekretär. Keiner der beiden stehe im Dienste des Bundes und könne deshalb nicht Urheber der Indiskretion sein, empförmte sich die FDP Wallis. TL/lda

Ende von Culinarium

SV Group. Der Schweizer Leader im Contract-Catering hat seine drei in der Schweiz tätigen Konzerngesellschaften SV-Service AG, Culinarium AG und KGS AG zur SV (Schweiz) AG fusioniert. Damit verschwindet der Name «Culinarium» im Schweizer Business Catering. SV-Group hatte einen Teil des früheren UBS-internen Caterers Culinarium im 2000 übernommen und unter dem Namen weitergeführt. Durch die Einführung der Dachmarke SV vereinfacht der

Konzern seine Markenstruktur, und die verschiedenen Erscheinungsbilder von SV-Service, Culinarium und KGS (bisherige Care-Division) verschwinden. Das rote «SV» - statt vormals blaue - ist auch der rote Faden im neuen Markensystem, das den Konzern, die Konzerngesellschaften in den drei Ländern und die vier Geschäftsfelder zielt. Grosses Gewicht bekommt die Hotellerie, als neu eigenes Geschäftsfeld SV Hotel neben SV Business, SV Care und SV Event. GSG



«SINNSTIFTENDES NATURERLEBNIS»

Buchbare Landschaftspflege: Schüler lernen Trockenmauerbau (links), Beat Anneler von Thunersee Tourismus und Ria Sommerschuh, Tourismus-Leiterin Märkische Schweiz, besprechen das Konzept an der ITB 2004 (Mitte). Das Management der Bernischen Kraftwerke baut eine Sichtplattform des Thunersee-Höhenwegs (rechts).



KOOPERATION THUNERSEE-BRANDENBURG

Partner im Millionen-Markt

Die Region Thunersee will die Wurzeln ihres wichtigsten Gästemarkts Deutschland stärken. Mit der Märkischen Schweiz in der 10-Millionen-Region Berlin/Brandenburg kooperiert sie in «Naturerlebnis, Landschaftspflege und gegenseitiger Vermarktung».

entsprechende Unterstützung beim Seco gestellt; dort seien «die Vorgespräche gut verlaufen», sagte Beat Anneler, Direktor von Thunersee Tourismus, gegenüber der htr.

ZIEL IST VERANKERUNG IN BEIDEN REGIONEN

Es geht um Kulturlandschaftspflegeinsätze, Naturerlebnisse, Umwelt-Bildung, die Sanierung zerfallender Gebäude, eine Gebäudebörse und Landschaftspflegevermittlung, eine Wanderausstellung und die gegenseitige Vermarktung der beiden Regionen. Partner beim länderübergreifenden Projekt ist auf Schweizer Seite die Co-Partnerschaft Verein Höhenweg-Thunersee und Thunersee Tourismus, und in Deutschland die LAG (Lokale Arbeitsgruppe) Märkische Schweiz in Brandenburg bei Berlin. Für 2005 ist die Entwicklungs-, Aufbau- und Pilotphase vorgesehen, für 2006 die Auswertungsphase und der Start der Betriebsphase. Angestrebt wird von den Partnern eine gute Akzeptanz und Verankerung in beiden Regionen.

Das Ziel von Thuner Seite ist es, Menschen aus dem Grossraum Berlin als Gäste für die Region Thunersee zu gewinnen. Und dies «auf der Basis von sinnstiftenden Arbeitseinsätzen und Erlebnissen in der Kulturlandschaft». Die Nachfrage nach solchen Einsätzen seitens von Schulen, Firmen, Managern sei – auch in der Schweiz selber – gross. (Ein Beispiel zeigt das Foto vom Outdoor-Einsatz des Managements der Bernischen Kraftwerke BKW am Thunersee-Höhenweg.) Hier sei eine steigende Tendenz festzustellen. Für Thunersee Tourismus geht es gemäss seinem Direktor Beat Anneler im Kontext dieser Kooperation um eine der bedeutendsten Regionen (Berlin/Brandenburg mit etwa 10 Millionen Einwohnern) «in unserem wichtigsten Markt, Deutschland».

PARTNER BRINGEN IHRE SCHWERPUNKTE EIN

Die Berner Regierungsrätin Elisabeth Zöllch hat den Initiatoren attestiert, dass die Region Hohgant-Thunersee diejenige Region im Kanton

Bern mit der höchsten Dichte an Natur- und Landschaftswerten von überregionaler bis nationaler Bedeutung sei. Der Kanton wird sich gemäss der Finanzierungsplanung der transnationalen Kooperation beteiligen.

Die Partner bringen verschiedene Schwerpunkte in das Kooperationsprojekt ein. Damit soll ein gegenseitiger Wissenstransfer gefördert werden. Der Thunersee-Beitrag besteht dabei aus: Konzeption und Management des Angebots «Pflege und Erlebnis» in der Landschaft; Methodik der Landschaftsvermittlung und der begleitenden Umwelt-Bildung; Aufbau des Moduls Landschaftspflege und Vermarktung von typischen Kulturlandschaften im gemeinsamen Internetportal. Die LAG Märkische Schweiz trägt bei: den Aufbau einer internationalen, ländlichen Gebäudebörse mit Website und mit Leitfaden zu Erwerb, Umbau und Nutzung der Gebäude an Deutschen – und Schweizer Beispielen; sowie das Konzept einer Europäischen Wanderausstellung, mit Integration von landwirtschaftlichen Produkten aus den Regionen.

KARL JOSEF VERDING

Die Region Thunersee lanciert mit dem Partner Märkische Schweiz aus der Region Berlin-Brandenburg das transnationale Kooperationsprojekt «Habitat Domus – gestalten und erleben». (Habitat = Lebensraum, Domus lat. das Haus, die Heimat). Das Vorprojekt ist gemacht, zuletzt traf man sich an der ITB 2004 in Berlin. Die Konzeptphase für das Hauptprojekt läuft. Der deutsche Partner wird vom EU-Programm «Leader Plus» unterstützt, die Thuner Seite hat einen Antrag um

KOF-PROGNOSE

Pfad des Wachstums

Gemäss der Frühjahrsprognose der KOF-Experten werden die Umsätze der Hotellerie sowohl mit Schweizer Gästen als auch mit Ausländern zunehmen.

KARL JOSEF VERDING

Die Experten der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) sagen eine positive Veränderung der Konsumausgaben der privaten Haushalte der Schweiz für Restaurants und Hotellerie voraus: Diese sollen im 2004 um 0,8% und im 2005 um 1,6% zunehmen. Die Tourismus-Exporte der Schweiz – also die Umsätze mit ausländischen Gästen – sollen gemäss der KOF-Prognose im 2004 und im 2005 um je 1,8% zunehmen.

Was das grosse wirtschaftliche Umfeld betrifft, so hat die Weltwirtschaft gemäss der KOF-Analyse die Schwächephase des ersten Halbjahres 2003 überwunden und ist wieder auf einen Wachstumspfad zurückgekehrt. Dies gelte in besonderem Masse für die USA, weite Teile Asiens, aber auch für die meisten mittel- und osteuropäischen Länder. In der EU und auf dem lateinamerikanischen Kontinent habe die Aufwärtsbewegung später eingesetzt und sei auch deutlich schwächer gewesen.

«BELEBUNG DER TOURISMUS-EXPORTE»

Vor dem Hintergrund der fortgesetzten Erholung der Weltwirtschaft rechnen die KOF-Experten mit einer weiteren Belebung der Schweizer Warenexporte. Nach einer kurzfristigen Beruhigung dürften gemäss ihrer Prognose die Verlaufsleistungsraten im zweiten Halbjahr 2004 wieder zulegen und 2005 stabil bleiben. Letzteres sei Folge einer sich im nächsten Jahr nicht weiter beschleunigenden Weltkonjunktur und der leicht dämpfenden Effekte der Aufwertung des Schweizer Frankens sowohl gegenüber dem US-Dollar als auch gegenüber dem Euro. Im Prognosezeitraum werden die Ausfuhren von Waren voraussichtlich um 6,4% im 2004 und 6,3% im 2005 zunehmen. Die Dienstleistungsexporte sollen im 2004 mit einer ähnlichen Rate wachsen, im 2005 mit 3,3%. Dabei werden sich die Tourismusexporte um 1,8% beleben, wird vorausgesagt, während die Wachstumsraten der Finanzdienstleistungen sich nach den hohen Zuwachsraten 2003 abschwächen. Die Zunahme der Exporte werde indessen zusammen mit den anziehenden Bauinvestitionen und dem an Fahrt gewinnenden privaten Konsum zu einer weiter steigenden Nachfrage nach Schweizer Produkten führen.



MÄRKISCHE SCHWEIZ

Ein typisches traditionelles Haus in der Märkischen Schweiz: Sie liegt im Herzen Brandenburgs, nur wenige Kilometer von Deutschlands Hauptstadt Berlin.

«RegioPlus» und «LeaderPlus» vereint

Das «Pilotprojekt RegioPlus – LeaderPlus» für einen «landschaftsorientierten, sinnstiftenden Tourismus» der Partner Thunersee und Märkische Schweiz ist auf Thuner Seite ein Folgeprojekt des bestehenden RegioPlus-Projekts «Höhenweg Thunersee». Hier soll das Kooperationsprojekt laufende RegioPlus-Projektbeziehungen in der Region und nach ausserhalb vertiefen und verbessern. Die länderübergreifende Kooperation profitiert vom EU-Programm «LeaderPlus», dessen Schweizer Beitrag hier das Seco übernehmen soll.

Zu den Umsetzungszielen der beiden Partner gehören an erster Stelle: Landschafts- und Kulturpflegeinsätze

ze, kombiniert mit Erlebnis-Angeboten. Regionstypische kulinarische und touristische Erlebnis-Angebote sollen Outdoor-Einsätze von Schülern und Erwachsenen begleiten. Die Pflegeinsätze in der Kulturlandschaft und an Gebäuden werden als buchbare Angebote kombiniert mit einem Rahmenprogramm im landschaftsorientierten Tourismus gestaltet. Beworben werden sie im Internet sowie mit Flyern und weiteren Medien.

Umwelt-Bildungsmaterialien als «Rohstoff für den vorbereitenden und begleitenden Schulunterricht» zu den «sinnstiftenden Pflegeinsätzen» werden für weitere europäische Regionen zur Verfügung stehen. KVJ

Reklame

THE ENGLISH CORNER
EXPERTS IN TRANSLATIONS FOR TOURISM
www.the-english-corner.com, Tel./FAX 052 654 1437

SLOWAKEI

Die Schweiz Ost- und Mitteleuropas

Die Slowakei ist ein junges Land, das erst im vergangenen Jahr sein zehnjähriges Jubiläum gefeiert hat. Jetzt will man aus dem touristischen Schatten der Tschechen treten und alleine aktiv um Gäste werben. Insbesondere der Gebirgstourismus soll gefördert werden.

KATJA HASSENKAMP

Der slowakische Botschafter in Deutschland, Ján Foltin, möchte sein Land touristisch gerne als «Schweiz des Ostens» positionieren, und tatsächlich kann die Slowakei der Schweiz mit stattlichen Gebirgen Konkurrenz machen: Die Hohe Tatra – das kleinste Hochgebirge Europas – klettert immerhin mit der Gerlachovsky štít (Gerlsdorfer Spitze) auf 2654 Meter hinauf und hat im Übrigen Gebirgsbäche und Bergseen parat, die sich für Wassersportaktivitäten anbieten. Hinzu gesellen sich Karst- und Eishöhlen, von denen drei auch zur Speleotherapie genutzt werden, also der Behandlung von Atemwegs-

erkrankungen in Höhlen. Dazu kommen 23 Kurorte und 1472 Mineral- und Thermalquellen, und so kann sich die Slowakei zu Recht Hoffnungen auf eine kontinuierliche Belebung des Wellness- und Gesundheitstourismus machen.

INVESTITIONEN IN DEN WINTERSPORT

Wie die slowakischen Touristiker unterstreichen, hat ihr Land alles zu bieten, nur nicht das Meer. Besonders gut positioniert ist man im Segment Natur-Tourismus mit 12.000 Kilometern ausgeschilderten Wanderwegen, 5800 Kilometern markierten Radwegen und 360 Seen. Neben den Sommeraktivitäten will man auch den Wintersport vermehrt promoten, daher wurden im vergangenen Jahr Gesamtinvestitionen von umgerechnet rund 14,4 Mio. Euro getätigt, um drei neue Sessel- und zehn neue Skilifte zu eröffnen und zusätzliche Beheizungsanlagen zu installieren.

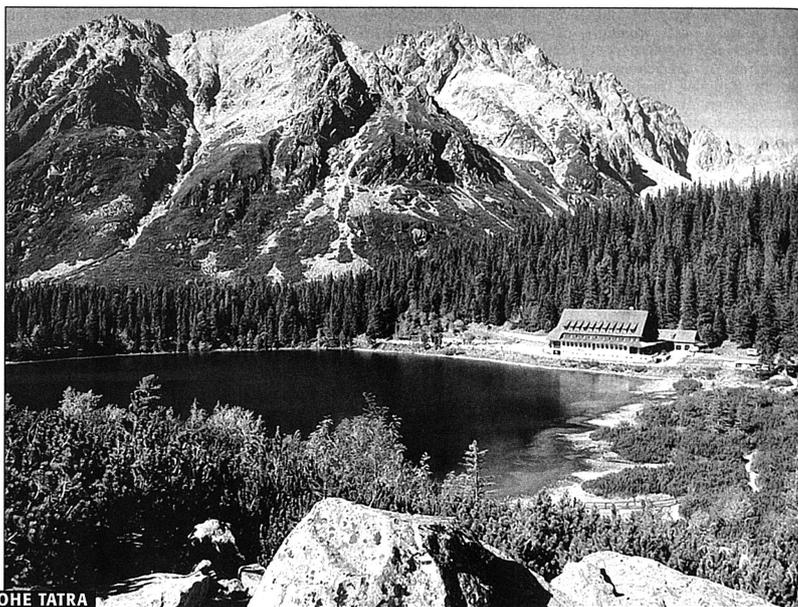
Kuren haben in der Slowakei Tradition, und schon Sissi, Beethoven und Maria-Theresia wussten die Wohltat der slowakischen Quellen zu schätzen. Inzwischen hat man einen Großteil der 23 Kurorte mit den insgesamt 12.200 Betten renoviert, und auch der Bau von Wasserpark-Anlagen wurde in Angriff genommen.

Mit den Strukturfonds der EU soll in Zukunft die Unterkunftsstruktur weiter ausgebaut und vor allem ihre Qualität verbessert werden. Ausserdem will man mit Hilfe der EU die Bahnstrecken wieder aufleben lassen und hofft auch auf eine Verbesserung des Flugangebotes zwischen den wichtigen europäischen Flughäfen und Bratislava.

ÜBERNACHTUNGEN: SCHWEIZ AUF PLATZ 13

Im Jahr 2002 (Zahlen für das Gesamtjahr 2003 liegen noch nicht vor) konnte die Slowakei 1,4 Millionen ausländische Besucher registrieren. Rund ein Viertel der Gäste kam aus den EU-Ländern. Wichtigste Quellmärkte sind und bleiben jedoch vorerst noch die Nachbarländer Tschechien und Polen: Die Tschechische Republik steht mit

Foto: zfg



HOHE TATRA

Der Popradske-Bergsee auf 1500 Meter über Meer ist Teil eines bei Wanderfreunden beliebten Gebiets.

447.962 Besuchern zu Buche und Polen mit 266.911 Gästen; auf Platz drei liegt Deutschland mit 188.733 Gästen.

Betrachtet man die Übernachtungstrends, so belegen die Tschechen Platz eins mit 1,5 Millionen Übernachtungen, gefolgt von den Deutschen mit 1,1 Millionen Übernachtungen. Die Schweiz belegt Platz 13 mit 12.205 Gästen und 30.187 Übernachtungen. Um in Zukunft vermehrt um EU-Gäste und vor allem um deutsche Urlauber zu werben, wurde zum Ende des letzten Jahres eine Tourismusvertretung in Berlin eröffnet.

TAGESAUSFLÜGLER SOLLEN BLEIBEN

Die slowakische Grenzstatistik weist für das vergangene Jahr 19,5

Millionen Ausreisen auf. Davon entfällt allerdings das Gros auf Tagesausflüge vor allem in die Nachbarländer Tschechien, Ungarn und Polen. Die rückläufigen Zahlen gegenüber dem Vorjahr erklären die slowakischen Touristiker mit der sinkenden Kaufkraft der slowakischen Krone gegenüber dem starken Euro. Die slowakischen Touristen suchen, was sie zu Hause nicht haben und optieren daher vorwiegend für Mittelmeerdestinationen. Allen voran Kroatien (34,1%), gefolgt von Italien (12,4%) und Griechenland (11,3%).

Die slowakische Regierung ist sich inzwischen der Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft bewusst und hat daher unlängst zusätzliche Mittel zur Verfügung gestellt. Mittelfristig will man versuchen, vor allem die Transitgäste und die Tagesausflügler

zum Bleiben zu veranlassen. Neben einer weiteren Aufwertung der Qualität der Beherbergungsbetriebe und des Dienstleistungsangebotes sollen spezifische Offerten für den Sommerurlaub im Gebirge konzipiert werden; ausserdem soll das Angebot für Abfahrtskifahren weiter modernisiert und ausgebaut werden. In Sachen Gesundheitstourismus will man vermehrt auf Fitness und Wellness setzen, ohne allerdings traditionell bewährte Kuren zu vernachlässigen.

Am 1. Mai 2004 wird die EU zehn neue Länder aufnehmen. In lockerer Folge stellt die hr das touristische Potenzial der acht ehemaligen Ostblockstaaten sowie von Malta und Zypern vor. Mit dem heutigen Beitrag wird die Serie abgeschlossen. Erschienen sind bisher: Ungarn und Polen (19. Februar), Litauen, Estland und Lettland (4. März), Slowenien, Zypern und Malta (1. April).

Facts zur Slowakei

Fläche: 49.035 km²
Einwohnerzahl: 5,4 Millionen (Stand: 2002)
Hauptstadt: Bratislava (447.345 Einwohner)
Bruttoinlandprodukt pro Kopf: 5300 Euro (2003)
Touristische Einnahmen: 764,9 Mio. Euro (2003)
Touristische Ausgaben: 507,2 Mio. Euro (2003)
Bettenkapazität: 123.704 (davon 52.529 in Hotels und Motels; 11.800 in Pensionen, 32.248 in Privatunterkünften und Campings).
Über 50 Prozent liegen im Gebirge.
Wichtigste Zielgebiete: Hohe und Niedrige Tatra, Bratislava, Heilbäder
Welterbestätten der Unesco: Sechs HAS

TSSCHECHIEN

In die Ausbildung des Personals investieren

Auf Grund der Flutkatastrophe waren die Tschechische Republik und ihre Hauptstadt Prag im Jahr 2002 in die Schlagzeilen geraten. Für die Tourismuswirtschaft war das ein harter Schlag, von dem man sich erst langsam erholt. In Kampagnen wird die Attraktivität betont.

KATJA HASSENKAMP

Der tschechische Minister für regionale Entwicklung, Pavel Nemeč, sieht im EU-Beitritt eine Chance für sein Land und unterstreicht, dass von 2004 bis 2006 3 Milliarden tschechische Kronen aus dem europäischen Strukturfonds für die Entwicklung der touristischen Infrastruktur bereitgestellt. Es ist geplant, die Zahl der Hotels noch weiter zu erhöhen, aber man will auch in die Aus- und Fortbildung der Tourismusbeschäftigten investieren, um an die europäischen Standards im Dienstleistungssektor anzuschliessen.

Nach wie vor ist Prag das beliebteste tschechische Reiseziel und so erscheint es den Touristiker nicht

wendig, mit gezielten Kampagnen auch die anderen touristischen Highlights in Szene zu setzen, denn immerhin verfügt die Republik über elf Welterbestätten der Unesco und hat mit dem Riesengebirge und dem Böhmerwald auch weitläufige intakte Naturreserven.

STRASSENNETZ STARK AUSGEBAUT

Inzwischen verfügt Prag über 16 5-Sterne-Establishments mit fast 4000 Zimmern und 81 4-Sterne-Häuser mit über 7000 Zimmern; nahezu alle internationalen Hotelketten zeigen in der tschechischen Hauptstadt Flagge.

Gut ausgestattet sind auch die 29 Kurorte. Die beiden grössten, Karlsbad und Marienbad, konnten inzwischen fast komplett renoviert werden und ziehen neben ostdeutschen Gästen auch immer mehr westdeutsche Besucher an; Karlsbad ist aber auch ein Stelldichein für russische Neureiche, die sich in den grossen Hotelanlagen einmieten.

Der Ausbau des Strassennetzes wurde aktiv vorangetrieben und so sind inzwischen die beiden Autobahnen D5 Prag-Pilsen-Weidhaus/deutsche Grenze und D1 Prag-Brünn-österreichische Grenze fertiggestellt

und die D11 von Prag in Richtung polnische Grenze ist bis Hradec Kralovce ausgebaut. Ausserdem ist seit Ende 2003 auch die Umgehungsstrasse von Pilsen fertig. Seit vergangem Jahr wird Tschechien von verschiedenen Low-Cost-Carriern bedient – Bratislava, Köln, Mailand, Venedig, London, ab dem Frühjahr Glasgow und ab dem Herbst auch Dortmund sind mit Billigfliegern an Prag angebunden.

DEUTSCHE REISEN GERNE NACH TSSCHECHIEN

Im vergangenen Jahr konnten nach Angaben von Czech Tourism 6,7 Millionen ausländische Gäste registriert werden, was ein Plus gegenüber dem Vorjahr von 7 Prozent bedeutet. Damit stieg die Zahl ausländischer Gäste zum ersten Mal seit drei Jahren wieder an. Während die Zahl deutscher Touristen in vielen anderen Ländern rückläufig war, konnten die Tschechen auf ihrem wichtigsten Quellmarkt Deutschland Zuwächse verbuchen. Platz zwei belegt die Slowakei mit 743.000 Ankünften, gefolgt von Grossbritannien mit 496.000 Besuchern; aus der Schweiz wurden 81.000 Gäste registriert.

Die Übernachtungsstatistik weist für die Monate Januar bis einschliess-

lich September 2003 insgesamt 13,1 Millionen ausländische Übernachtungen auf. Die Zahl inländischer Übernachtungen lag im gleichen Zeitraum bei 19,3 Millionen, was ein Plus von 8,2 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres bedeutet.

Für das laufende Jahr rechnen die tschechischen Touristiker mit einem weiteren Ansteigen der Gästezahlen zwischen 8 und 12 Prozent und hoffen, endlich die Zahlen von «vor der Flut» wieder zu erreichen.

REISELUSTIG UND RELATIV HOHES EINKOMMEN

Im vergangenen Jahr reisten rund 36 Millionen Tschechen ins Ausland. Dabei handelt es sich bei dem weitaus grössten Teil um Tagesausflügler, die in die Nachbarländer gereist sind. Genaue Zahlen über die Ausreise von tschechischen Touristen liegen nicht vor. Die Zahl der mit dem Flugzeug verreisenden Tschechen lag bei rund 2 Millionen, was eine Steigerung um 12,6 Prozent gegenüber 2002 bedeutete.

Generell gilt, dass die Tschechen ein reiselustiges Volk sind und im Vergleich zu anderen osteuropäischen EU-Beitrittsländern auch über ein

relativ hohes Einkommen verfügen und dementsprechend auch Mittel zum Reisen haben. Neben den europäischen Hauptstädten sind vor allem Mittelmeerdestinationen gefragt.

Facts zu Tschechien

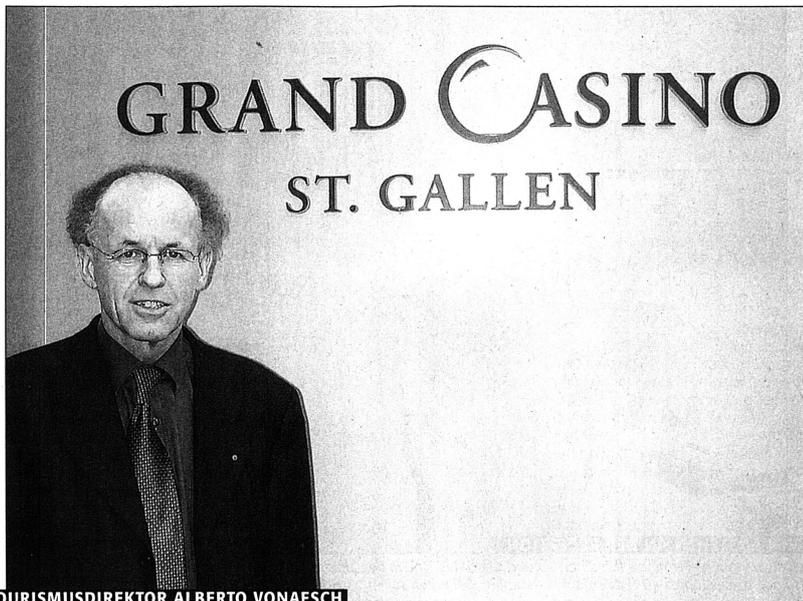
Fläche: 78.864 km²
Einwohnerzahl: 10,3 Mio. (2002)
Hauptstadt: Prag (1,3 Mio. E.)
Bruttoinlandprodukt pro Kopf: 7196 Euro (2002)
Anteil des Tourismus am BIP: 4,2 Prozent
Touristische Deviseneinnahmen: 2003: 3 Mio. Euro
Touristische Devisenausgaben: 2003: 1,5 Mio. Euro
Beschäftigtenzahl im Tourismus: 146.000
Bettenkapazität: 400.000 Betten in 13.000 gewerblichen Betrieben und auf Campingplätzen (2003); davon Hotellerie: 126.000 und Pensionen: 55.000
Wichtigste Zielgebiete: Prag, Kutná Hora, Cesky Krumlov, Heilbäder
Unesco-Welterbestätten: Elf HAS

KONGRESSE UND WEITERBILDUNG

St. Gallen wird zur Stadt des Wissens

St. Gallen soll zur Destination des Wissens und der Bildung werden. Dafür will sie wichtige Kongresse an Land ziehen, die das Image der Stadt stärken. Der erste Coup ist bereits gelungen: Im 2005 findet der World Aging and Generations Congress statt.

Foto: Christine Künzler



TOURISMUSDIREKTOR ALBERTO VONAESCH

Die Mittel, die das Grand Casino in St. Gallen für den Tourismus abwirft, werden in Manpower gesetzt: Alberto Vonaesch hat einen Seminarverantwortlichen eingestellt, der für die Stadt Kongresse generieren soll.

CHRISTINE KÜNZLER

Jetzt, da St. Gallen ein A-Casino und mit dem neuen «Radisson» ein weiteres 4-Sterne-Hotel und zusätzliche Seminar- und Businessräume erhalten hat, kann sich die Stadt neu aussprechen: St. Gallen will sich als Stadt des Wissens und der Bildung positionieren. Die Stadt verfüge ja, so Alberto Vonaesch, Direktor von St. Gallen-Bodensee Tourismus, über eine bekannte Universität. Und zudem über das Unesco-Weltkulturerbe, den Stiftsbezirk: Die Stiftsbibliothek mit ihren Büchern lasse sich gut mit der Hochschule, mit Kongressen, Seminaren und Messen verbinden. «Unsere Strategie ist es nun, uns auf die zwei Themen «Wissen und Weiterbildung sowie «Unesco und Kultur» zu konzentrieren», sagt Vonaesch. Auf diesen beiden Standbeinen soll der St. Galler Tourismus künftig stehen.

DOPPELT SO VIELE BETTEN IM 4-STERNE-BEREICH

Gerade im Bereich Konferenzen, Kongresse und Weiterbildung sieht Vonaesch ein grosses Potenzial. «Die St. Galler Hochschule wird den ganzen Bildungsbereich in den verschiedensten Fachbereichen massiv ausbauen.» Die St. Galler Uni verfügt über 24 Institute, die alle als eigene Unternehmungen geführt werden «und alle im Bereich Weiterbildung etwas anbieten werden». Vonaeschs Ziel ist es, die Seminare und Kurse, die diese Institute anbieten, aber teilweise an externen Orten durchführen, alle nach St. Gallen zu holen.

«Bis anhin bemängelten die Professoren der einzelnen Institute, St. Gallen habe zu wenig – oder zu wenig passende – Hotelzimmer», so Vonaesch. «Das hat sich jetzt aber ge-

ändert: St. Gallen hat mit dem neuen «Radisson» ein attraktives Businesshotel bekommen.» 50 zusätzliche Zimmer wird auch das weitere 4-Sterne-Hotel Einstein bringen. Zudem ist dort ein Kongresszentrum geplant. «Innerhalb dreier Monate haben wir mehr als die Verdoppelung der 4-Sterne-Kapazität», zieht Vonaesch Bilanz (vgl. auch Kasten).

DAS A-CASINO BRINGT GELD FÜR MANPOWER

Das A-Casino – das 22 Prozent mehr Ertrag abwirft, als budgetiert war – hat nicht nur bewirkt, dass sich Radisson für St. Gallen entschieden hat, sondern es bringt dem Tourismusverband auch Geld. 400 000 Franken werden es dieses Jahr sein. «Ab nächstem Jahr erhalten wir jeweils 500 000 Franken», so Vonaesch. Die Mittel müssen für das Marketing eingesetzt werden.

«Als ich vor 14 Jahren die Stelle als Tourismusdirektor antrat, verfügte St. Gallen über ein Budget von 600 000 Franken. Heute sind es 2 Millionen.»

Mit den Mitteln, die das Casino abwirft, investiert St. Gallen-Bodensee Tourismus in einen zusätzlichen Mann: Boris Tschirky hat die Aufgabe, Kongresse und Events zu entwickeln. Seine Stelle ist vorerst auf drei Jahre befristet. Grosse Events, so Vonaesch, steigern den Bekanntheitsgrad der Stadt. Und dies sei das primäre Ziel. St. Gallen-Bodensee Tourismus sei auch bereit, für grosse Kongresse eine Anschubsfinanzierung zu leisten. «Wir machen das nächste Jahr zum ersten Mal beim internationalen Kongress der Schweizer Gesellschaft Viva 50 Plus mit. Wir stellen dafür 120 000 Franken bereit.» Der Kongress ist eine Plattform für verschiedene Altersfragen und wird von der Uni St. Gallen mit einem eigens dafür auf-

gebauten Institut und einem Kompetenzzentrum unterstützt.

DIE ANGEBOTE SOLLEN VERNETZT WERDEN

Einen wesentlichen Punkt sieht Vonaesch grundsätzlich in der Vernetzung der Angebote innerhalb der Destination. Dazu sei ein erster Schritt bereits gemacht worden: Eine Vereinbarung mit der Olma-Messe hält fest, dass alles was mit der Kongressabwicklung, der Reservation und dem Rahmenprogramm zu tun hat, exklusiv über St. Gallen-Bodensee Tourismus läuft. «Wir werden mit den Hoteliers zusammensitzen und erarbeiten, wer was macht im Bereich Rahmenprogramm und Marketing.»

Die Vernetzung dürfte keine allzu grossen Probleme stellen. Seit drei Jahren sind nämlich alle 20 Gemeinden und die 65 Hotels in die Destination eingebunden. «Nun haben wir klare Verhältnisse und keine Trittbrettfahrer mehr», bilanziert Vonaesch. Die neue Destination funktioniere nicht nur gut, sondern bringe auch finanziell eine Erleichterung, weil jetzt die Basisfinanzierung sichergestellt sei (siehe Artikel unten). Und die Zusammenarbeit mit dem Appenzellerland gestalte sich positiv. «Das ist wichtig, denn die touristische Vernetzung ist eng – zum Beispiel im Bereich Bahnen und Schiffe.»

Zu viele Hotelzimmer in St. Gallen?

Die St. Galler Hotelbranche steckt in einer Krise: Das neue «Radisson» habe zwar mehr Betten gebracht, aber dafür herrsche jetzt eine Überkapazität, schreibt das «St. Galler Tagblatt». Zudem seien für dieses Jahr weniger Kongresse geplant. Die durchschnittliche Hotelauslastung liege in St. Gallen noch bei 35 Prozent. Auch die Auslastung des Ende letzten Jahr eröffneten «Radisson» ist mit 47 Prozent 10 Prozent unter den Erwartungen. Urs Majer, Präsident des St. Galler Hoteliersvereins, glaubt, dass nicht alle Hotel das Jahr 2004 überleben werden.

«Für Hotels, die nicht mehr wettbewerbsfähig sind, wird die Situation schwierig», bestätigt Tourismusdirektor Alberto Vonaesch. Zudem sei es unrealistisch zu glauben, ein neues

Business-Hotel erziele im ersten Betriebsjahr, während einer Wirtschaftslaute, auf Anhieb eine genügende Zimmerauslastung.

Nach Ansicht von Vonaesch werden jene kleineren Hotels überleben, «die ein klares Profil haben, in die Erneuerung regelmässig investiert haben und ihre Stammgäste pflegen». Für günstige Übernachtungsmöglichkeiten bestehe nach wie vor eine Nachfrage. Sobald der Wirtschaftsaufschwung in Gang komme und die Förderung des Kongress- und Kulturtourismus Früchte trage, werde sich auch die Hotelauslastung wieder verbessern. «Voraussetzung ist jedoch eine enge Kooperation der Hotelier und eine lokale Vernetzung der Kongressanbieter», so Vonaesch. CK

OSTSCHWEIZ TOURISMUS

Die Plattform bewährt sich als Bindeglied

Ostschweiz Tourismus versteht sich als kantonsübergreifende Plattform und verbindendes Glied zwischen den Ostschweizer Destinationen, Schweiz Tourismus und der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH. Für 2004 stehen 1,1 Mio. Fr. Marketingmittel bereit.

CHRISTINE KÜNZLER

Dem Verband Ostschweiz Tourismus (OST) gehören neun Destinationen an: St. Gallen-Bodensee, Heildland, Toggenburg und Rapperswil Zürichsee als Destinationen im Kanton St. Gallen sowie die Kantone der beiden Appenzel, die Kantone Thurgau, Schaffhausen und Glarus und das Fürstentum Liechtenstein. Für kantonsübergreifende Produkte steuert der Kanton St. Gallen zusätzlich jedes Jahr 100 000 Franken bei. Die Kantone und das Fürstentum Liechtenstein bezahlen einen Mitgliederbeitrag und – je nach Projekt – finanzieren die Desti-

nationen bestimmte gemeinsame Marketingaktivitäten. Für dieses Jahr stehen OST total 1,1 Mio. Franken für das Marketing zur Verfügung.

Die Ostschweiz ist keine Marke, lediglich eine Plattform, präzisiert Hanspeter Mazenauer, Marketingverantwortlicher bei OST. «Die Ostschweiz ist das verbindende Glied.» Diese kantonsübergreifende Plattform ermöglicht den Destinationen, Orten und Leistungsträgern einen wesentlich stärkeren Auftritt. Das Verständnis seitens der Orte und Destinationen, durch Kooperation weiter zu kommen, sei entsprechend gross.

VORTEILE DURCH EINE GESCHÄFTSSTELLE

Die OST-Geschäftsstelle ist jener von St. Gallen-Bodensee angegliedert. 28 Prozent des gesamten Betriebsaufwands stammt von Ostschweiz Tourismus. «Zwei Organisationen an einer Stelle bringen viele Vorteile», zieht Mazenauer Bilanz. So zum Beispiel im Kostenbereich: Das Schalterpersonal in der Tourismusorganisation in St. Gallen gibt Auskunft sowohl über die Stadt St. Gallen, die Desti-

nationen St. Gallen-Bodensee als auch über die Destinationen und Orte der ganzen Ostschweiz.

Zu dem von den Kantonen finanzierten OST-Grundauftrag gehört die Interessensvertretung der Destinationen und Orte gegenüber Schweiz Tourismus und der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH. Das sei deshalb wichtig, weil die Ostschweiz keine starken Destinationen habe. OST koordiniert alle Marketingaktivitäten von ST und informiert seine Partner laufend. Medienanfragen und – mitteilen – laufen ebenfalls über OST.

VIELE DREHT SICH UM NATUR UND KULTUR

Zum Grundauftrag gehören auch Broschüren und das Regio-Info-Center als Anlauf- und Koordinationsstelle. OST muss dafür sorgen, dass die Partner die nationale touristische Datenbank füttern und dass das Internet-Portal auf dem neusten Stand ist.

Die wichtigsten Produkte der Ostschweiz sind die Geschäftsfelder oder Produktlinien mit folgenden Themen: Erlebnis- und Naturtourismus, Seminar- und Tagestourismus, Kultur-

und Städtetourismus, Events sowie Gesundheit und Wellness. «Da machen praktisch alle mit», so Mazenauer. Orte und Destinationen, die andere Themen anbieten wollen, beteiligen

sich an den Marketingaktivitäten von Schweiz Tourismus – auf eigenen Kosten. Zusatzaufträge können beispielsweise Messeauftritte, Roadshows und andere Spezialaktionen sein.

Foto: zgg



INLINESKATING

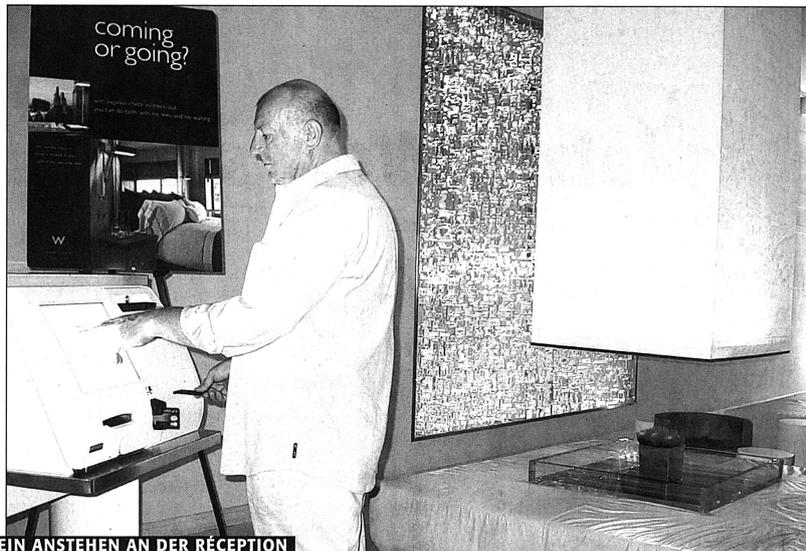
Zusammen mit Velofahren, Mountainbiken und Wandern gehört Inline-Skating zu den wichtigsten Angeboten der Ostschweiz.

TREND AUS DEN USA

Hotels installieren Check-in-Terminals

Luxushotels in Amerika wollen die Zeit ihrer Geschäftsreisenden so wenig wie möglich in Anspruch nehmen und Betriebskosten sparen. Deshalb haben Hilton, Sheraton und die luxuriösen W-Hotels jetzt Computerterminals zum Ein- und Auschecken installiert.

Foto: Taja Keetman



KEIN ANSTEHEN AN DER RÉCEPTION

Selbstbedienungs-Terminals fürs Check-in und Check-out sind in den USA auf dem Vormarsch. Die Starwood-Gruppe will bis Ende dieses Jahres 40 Hotels damit ausstatten. Bei Hilton sollen 23 Hotels einen Automaten erhalten.

■ HARALD WEISS

«Das komplette Check-in dauert nur noch 45 Sekunden», schwärmt Carl Cohen, Vice President für Technologie bei der Starwood-Gruppe, über die neuen Selbstbedienungs-Terminals. Im Herbst 2003 hatte der Konzern, zu dem unter anderen Sheraton, Westin und die W-Boutique-Hotels gehören, im Sheraton-Boston und im W-Hotel am New-Yorker Times Square diese neuen Computer-Terminals probeweise installiert. Mit Absicht hatte sich die Kette für die Testphase diese zwei Häuser ausgesucht, in denen erfahrungsgemäss ein technikbegeistertes Publikum anzutreffen ist. «Diese Terminals sind ganz nach dem Geschmack unserer hippen Gäste», sagte Bradford Wilson, Chef des 509-Zimmer-Hauses «W Times Square», schon nach den ersten Wochen. «Die meisten unserer Gäste kommen aus der Medienszene und wollen immer die neueste Technik nutzen, da passt so ein Terminal perfekt zu unserem Branding.»

BIS ZU 80 CHECK-INS PRO TAG UND AUTOMAT

Auch das «Sheraton» in Boston hat einen technikfreundlichen Kundenstamm. Dessen Gäste gehören meist zum nahe gelegenen Massachusetts Institute of Technology (MIT) oder zur Harvard University. Ihnen war die Bedienung nicht zu kompliziert sondern zu simpel. «Die Gäste verlangten viel mehr Optionen, vor allem beim Check-in», sagt Cohen. Und so wurde der Leistungsumfang erheblich ausgeweitet. Mit Erfolg: Danach wurden die Terminals bei den Gästen der beiden Häuser gut angenommen. «Wir hatten Tage mit 80 Check-ins und 50 Check-outs pro Terminal», berichtet Mark Ricci, Sprecher der Starwood-Gruppe, über die hohe Akzeptanz.

Nachdem jetzt die sechsmonatige Testphase abgeschlossen ist, will Starwood bis Jahresende 40 Hotels mit Terminals ausstatten.

Ausser Starwood hat auch Hilton in Chicago und New York solche Tests gestartet. Falls die Terminals auch hier akzeptiert werden, will man noch in diesem Jahr 23 Häuser damit ausstatten. Dritter im Bunde der Luxushotels, die damit experimentieren, ist die Hyatt-Gruppe, die aber erst im Herbst beginnen will. «Der Damm ist gebrochen», meint Sean Hennessey, Chefberater für das Hotelgewerbe bei PricewaterhouseCoopers, einer Tochtergesellschaft von IBM, die bei Hilton den Test durchführt und auch die spätere Einführung vornehmen soll. Die grossen US-Hotelketten haben schon lange mit solchen Terminals geliebäugelt, um damit den allmorgendlichen Ansturm abzufedern und das Personal einzusparen. Doch sie befürchteten, dass die Gäste mit der Bedienung zu viele Probleme haben könnten und dadurch nur zusätzlicher Ärger und Wartezeiten entstehen würden.

Die Meinungsänderung kam erst, als die Fluggesellschaften damit begannen, an den Flughäfen Check-in-Terminals zu installieren. «Das sind doch dieselben Personen die vorher oder nachher bei uns an der Réception stehen», begründet Conrad Wange-

man, General Manager des 2000-Zimmer-«Hilton» in Manhattan, seinen Sinneswandel. Vorerst aber sollen die Systeme nur eine Option sein. «Wer persönlich beraten werden will oder eine Frage oder ein Problem hat, muss einen kompetenten Ansprechpartner

vorfinden, ohne dass er dafür unnötig lange warten muss», sagt Wangeman.

KURZFRISTIG KEINE GROSSEN EINSPARUNGEN

Ausserdem haben sich die Hotels auf eine Übergangszeit bei der Gäste-Akzeptanz eingestellt. «Wer am Terminal angefangen hat, um selbst das Check-in oder Check-out durchzuführen, darf auf keinen Fall an die Schlange des Frontdesks verwiesen werden», hämmerte Hiltons Vicepräsident Robert Machen seinen Mitarbeitern vor der Inbetriebnahme der ersten sieben Geräte in New York ein. Und damit auch wirklich keiner am Terminal aufgeben muss, hat Hilton einige seiner besten Frontdesk-Mitarbeiter auf die neuen Geräte geschult und sie in unmittelbarer Nähe positioniert, damit alle Fragen und Probleme schnellstmöglich gelöst werden.

Das bedeutet aber, dass sich kurzfristig nur geringe Einsparungen ergeben, denn die Investitionen für diese Terminals sind erheblich. Ein System kostet je nach Funktionsumfang und Softwareintegration zwischen 10 000 und 18 000 Dollar, da sind erhebliche Lohnkosteneinsparungen nötig, bis sich eine Amortisation einstellt. Hinzu kommt eine weiterhin weit verbreitete Skepsis über die Akzeptanz ausserhalb der High-Tech-Welt. «Von den Tekkies abgesehen, wird es keiner nutzen, wenn er nicht dazu gezwungen wird», findet etwa Chris Hartman, Chef von HVS Technology Strategies, einer Beratungsgesellschaft für den Technikeinsatz im Gastgewerbe.

So funktionieren die Check-in-Automaten bei Sheraton

Für das Einchecken muss man eine Reservierung per Kreditkarte getätigt haben. Diese Kreditkarte schiebt man bei der Ankunft in den Automaten ein, worauf auf dem Bildschirm eine individuelle Begrüssung sowie die im System gespeicherte Reservierung angezeigt wird. Der Gast kann jetzt unter den in seiner Kategorie verfügbaren Zimmern eine sehr detaillierte Auswahl treffen, die weit über «Raucher oder Nichtraucher?» hinausgeht. Auch ein Zimmer-Upgrade für einen höheren Preis ist möglich. Sobald der Gast seine Zimmerwahl abgeschlossen hat, gibt das

System den Zimmerschlüssel sowie den Zimmerpass mit den Aufenthaltsdaten und dem vereinbarten Preis aus. Auch eventuell bereits vor der Anreise hinterlegte Nachrichten kann das System anzeigen und auf Wunsch ausdrucken.

Beim Check-out muss man wieder die Kreditkarte einführen, worauf die Rechnung erscheint. Wird diese bestätigt, erfolgt die Abbuchung bei der Kreditkartengesellschaft, und der Gast kann sich die Rechnung entweder ausdrucken oder sie als PDF-Datei an seine E-Mail-Adresse schicken. HW



Anzeige

www.htr-milestone.ch

Ihre Erfolgsgeschichte zählt.
Bewerben Sie sich jetzt!

2004 wird der MILESTONE. TOURISMUSPREIS SCHWEIZ. bereits zum fünften Mal verliehen. Vergeben wird der Preis für Innovation im Tourismus in den Kategorien: «Herausragendes Projekt», «Nachwuchskraft mit aussergewöhnlichen Leistungen» und «Lebenswerk einer Persönlichkeit».

Bewerbungsunterlagen im Internet unter www.htr-milestone.ch oder Telefon 031 370 42 16

Einsendeschluss: ab sofort bis 31. Juli 2004

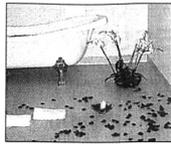
Seco

Staatsekretariat für Wirtschaft
Secretariat d'Etat à l'Economie
Segreteria di Stato dell'economia
Stato Secretariat for Economic Affairs

Schweizer
Tourismus-Verband
Federazione svizzera
Federazione del turismo



ROMANTIK HOTELS /
Präsident Urs Zurbriggen
will Kontinuität und
qualitatives Wachstum
fördern. SEITE 11



SWISS HOLIDAY PARK /
Mit der neuen Wellness-
anlage will sich das Resort
im Bereich Aktiv-Wellness
positionieren. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

UBS OUTLOOK TOURISMUS

Chancen für Erholung sind intakt

Die Kurdirektoren sind laut der jüngsten UBS-Umfrage für das Sommerhalbjahr 2004 «recht optimistisch». Hatte 2003 neben der weltweiten Konjunkturlaute auch der schwache Dollar zu starken Ausfällen der Auslandsgäste geführt und hemmten zusätzlich Sars und der Irak-Krieg die weltweite Reisefreudigkeit, so könnte in diesem Jahr ein gewisser Reise-Nachholbedarf dem Schweizer Tourismus zu einer besseren Auslastung verhelfen.

19 von 47 Ferienorten setzen auf einen Anstieg der Hotelbelegung im Sommerhalbjahr, während sieben Orte von einer tieferen Auslastung ausgehen. Die meisten Regionen rechnen sowohl mit mehr inländischen als auch ausländischen Besuchern.

Im Städtetourismus zeichnete sich bereits im Winterhalbjahr 2003/04 eine Erholung ab. Eine klare Mehrheit der grösseren Schweizer Städte rechnet für den Sommer mit einem belebten Geschäftstourismus und einer höheren Anzahl Seminarveranstaltungen. DST

SCHWEIZ TOURISMUS

FK schlägt 200 Mio. Franken vor

Die Finanzkommission (FK) des Ständerates will Schweiz Tourismus (ST) für die nächsten fünf Jahre aus finanziellen Gründen nur 200 Millionen Franken Bundessubventionen bewilligen.

Mit ihrem Entscheid stellt sich die FK gegen die ständerätliche Wirtschaftskommission (WAK), die sich für 230 Millionen Franken ausgesprochen hatte. Die WAK hatte vergangene Woche mit 6 zu 5 Stimmen beschlossen, den Rahmenkredit um 30 Millionen Franken zu erhöhen, um es ST zu ermöglichen, die wachsenden Märkte China und Indien zu bearbeiten. Mit ihrem Entscheid für 200 Mio. Franken schloss sich die Finanzkommission dem Bundesrat an. Schweiz Tourismus hatte ursprünglich 277 Mio. Franken verlangt. 230 Millionen seien nur schon nötig, damit die Marketingorganisation ihre Dienstleistungen halten könne, begründet ST ihre Forderung. Der Ständerat wird das Geschäft in der Juni-Session behandeln. DST/sda

NATURPÄRKE

Das letzte Wort steht noch aus

Keine Gelder für Naturpärke: mit diesem Entscheid hat der Bundesrat den Bergregionen einen Dämpfer verpasst. Der breiten Kritik im Parlament haben sich inzwischen auch der STV und tourismusnahe Kreise angeschlossen. Nicht nur Optimisten hoffen auf eine Korrektur.

SONJA STALDER

Dominik Siegrist gibt sich zuversichtlich: «Ich gehe davon aus, dass der Entscheid bereits in der Juni-Session korrigiert wird.» Der Geograf zählt das Thema «Pärke» zu seinen Arbeitsschwerpunkten an der Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft in Rapperswil. Deshalb hat er die Reaktionen auf den Naturpark-Entscheid des Bundesrates besonders aufmerksam verfolgt. Dieser hatte Ende Februar die Teilrevision des Natur- und Heimatschutzgesetzes kurzerhand aus der Legislaturplanung gekippt und somit bis 2007 den Geldhahn für neue Naturpärke zugedreht. Sein Argument: die knappen Bundesfinanzen.

«VERPASSTE CHANCE FÜR DEN SANFTEN TOURISMUS»

Inzwischen hat sich im Parlament ein breiter Widerstand formiert. Parlamentarier von links bis rechts fordern den Bundesrat auf, den Entscheid zu überdenken (siehe Box). Aber auch Organisationen wie die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Bergegebiete (SAB) haben sich zu Wort gemeldet. Der SAB-Direktor Thomas Egger spricht von einer «grossen Enttäuschung»: «Der Bundesrat hat einmal mehr die Bergegebiete benachteiligt.» Und Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismusverbands (STV), sieht im Entscheid «eine verpasste Chance, den sanften Tourismus zu fördern». Sie zieht eine Parallele zur Debatte um die Kürzung der Schweiz-Tourismus-Mittel: «Sparen ist schon recht. Der Staat sollte dabei aber nicht vergessen, dass es auch Investitionen braucht.»

Die STV-Direktorin unterstützt deshalb die von Thomas Egger mitinitiierte Petition: Bis Ende Mai sollen 200 Unterschriften von Gemeindepräsidenten gegen den bundesrätlichen Entscheid gesammelt werden. In den ersten zwei Wochen sind bereits 60 Unterschriften eingetroffen. «Nicht nur aus Tourismusorten wie Flims, sondern beispielsweise auch aus der Stadt Lausanne», stellt Egger fest.

Photo: Swiss-Image



NATIONALPARK

Der Schweizerische Nationalpark im Engadin wird jährlich von rund 150 000 Personen besucht. Auf dem Bild ist im Hintergrund das italienische Massiv des Monte Cassa del Ferro (3140 m) zu sehen.

All diese Reaktionen lassen Dominik Siegrist hoffen, dass die Schweiz doch noch zu einer gesetzlichen Grundlage für neue Naturpärke kommen wird. «Solche Pärke sind qualitativ gute Gefässe, um die Zusammenarbeit in den Regionen zu fördern», betont er.

RUND 50 PROJEKTIDEEN IN DER SCHWEIZ

Das Interesse an solchen «Gefässen» ist in vielen Regionen seit zwei, drei Jahren am Wachsen. Siegrist schätzt, dass bereits für 20 bis 30 Projekte Machbarkeitsstudien durchgeführt worden sind. Er selbst hat beispielsweise für den Kanton Obwalden einen solchen Bericht verfasst. Dort will der Regierungsrat demnächst entscheiden, wie es jetzt mit dem Projekt weitergehen soll. Weitere 20 Projekte sind zumindest angedacht.

Klar ist, dass diese Projektideen nicht alle den grossen Reibach bringen würden. «Es braucht eine gute touristische Infrastruktur, zudem müssen die Pärke in die touristische Leistungskette integriert werden», stellt Siegrist fest. Wie Beispiele im Ausland zeigen, können Pärke unter diesen Voraussetzungen aber durchaus gute Zahlen erwirtschaften. Laut Siegrist verzeichnen die Nationalpärke in Österreich eine direkte Wert-

schöpfung von rund 30 Millionen Franken pro Jahr, die Naturpärke werden jedes Jahr von 5 Millionen Gästen besucht. Ähnliche Angaben liegen aus Frankreich und Deutschland vor.

«JEDER FRANKEN MIT DREIFACHER WIRKUNG»

Angesichts solcher Zahlen scheinen die 10 Mio. Franken, die der Bund jährlich investieren müsste, relativ be-

scheiden. «Jeder eingesetzte Franken würde in den betroffenen Gebieten eine dreifache Wirkung erzielen», zeigt sich Thomas Egger überzeugt.

Der Juni-Session sieht der SAB-Direktor etwas weniger optimistisch entgegen als Dominik Siegrist. Aber auch Egger hofft: «Im schlimmsten Fall verlieren wir ein Jahr.» – Nüchtern fügt er an: «Das wird nicht die letzte kalte Dusche des neuen Bundesrates gewesen sein.»

Kritik von links bis rechts

Die Parlamentsdienste sind während der letzten Session mit Vorstössen eingedeckt worden. Im Nationalrat haben gleich drei Fraktionen Einspruch gegen den bundesrätlichen Entscheid erhoben: die Grünen, die Sozialdemokratische und die Christlichdemokratische. Mit dem Bündner Hansjörg Hassler hat sich aber auch ein SVP-Vertreter zu Wort gemeldet.

Im Ständerat hat der Schweiz-Tourismus-Präsident Dick Marty (FDP) eine Motion eingereicht. Theo Maissen – der Präsident der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Bergegebiete – fährt eine doppelte Strategie: Zum einen hat der CVP-Vertreter eine Inter-

pellation vorgelegt, zum anderen will er seinen Einfluss als Mitglied der Legislaturplanungskommission geltend machen. Die Argumentation der verschiedenen Vorstösse ist überraschend einhellig: Sie alle verweisen auf das wirtschaftliche Potenzial solcher Pärke – insbesondere für die Bergregionen.

Bereits im Vernehmlassungsverfahren zur Teilrevision des Natur- und Heimatschutzgesetzes hatte sich eine deutliche Mehrheit der Teilnehmer positiv zum neuen Konzept geäußert. Vorgesehen waren darin drei verschiedene Parktypen: Nationalpärke, regionale Naturpärke sowie eine Art lokaler Wildnispärke. SST

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

Ausflugstipps.ch

Die schönsten Bilder aus der Schweiz. Ist Ihres auch dabei?

www.ausflugstipps.ch

noteljob

Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie

hotellerie suisse

Suchen Sie ... MitarbeiterInnen? eine neue Stelle?

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

Miele

Service-Abonnement.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Telefon 056 417 24 62

eco bar

Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:

www.ecobar.ch

Da finden Sie alle Modelle und Preise

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

BRITA
Professional

Innovative und kostensparende Wasserfilter-Systeme für die Gastronomie

www.brita.ch

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
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**Gsell & Partner**

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Sanierung

von Hotels/Restaurants,

100% auf ErfolgsbasisAbsolute Diskretion
ist für uns selbstverständlich.Gsell & Partner - Consulting,
Urs Gsell persönlich.Pilatustrasse 3a & 5 - CH-6003 Luzern
Fon +41 (0)41 220 2000 - Fax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch - www.gsellundpartner.ch**HESSER**UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION**Lago di Lugano****Wir vermieten direkt am Luganer-
see in bekanntem Ferienort ein
gepflegtes Restaurant.****Wenn Sie dieses Angebot interessiert,
erwarten wir gerne Ihre Kontaktaufnahme.**Sonnenhof 37, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06**Beatrice Gasser verkauft
IHR HOTEL 3-5 Sterne
gegen Erfolgshonorar
GASSER CONSULTING
www.gasserconsulting.com
Tel. 01 881 24 44 +079 404 76 56****Embrach**In unmittelbarer Nähe vom Bahnhof
zu verkaufen**Restaurant mit
2 Wohnungen**

Teilweise renoviert.

621 m² Gebäudegrundfläche, Hofraum und
Garten. Restaurantfläche mit Neben-
räumen ca. 192 m². Restaurant mit ca.
60 Plätzen, Gartenwirtschaft mit
ca. 40 Plätzen, Kühlkeller, Gewölbekeller,
10 Gästeparkplätze, 3-Zimmer-Wohnung
im OG (NWF: ca. 78 m²), 3½-Zimmer-Dach-
wohnung (NWF: ca. 83 m²).

Verkaufspreis: Fr. 950 000.-

Weitere Informationen und
Besichtigung: Tel. 01 864 11 20Zu verkaufen in Meggen LU
(steuergünstigste Gemeinde im Kt. Luzern)**Hotel/Restaurant
mit Ladenlokal**an zentraler Geschäftslage. Restaurant mit 47,
Saal mit 30 und Bar mit 9 Plätzen im EG und an-
geschlossener Sonnenterrasse. Ladenlokal
freivermietet (Bäckerei), 6 Doppel- und 1
Vierzimmer, 3½-Zimmer-Wohnung im 2. OG.
Bruttorendite 9,7%. Haben wir Ihr Interesse
geweckt? Verkaufspreis Fr. 1 900 000.-Weitere Auskünfte erhalten Sie unter Chiffre G
025-375721, an Publicitas S.A., Postfach 48,
1752 Villars-s/Glâne 1.

161291/982708

Zu verkaufen im BERGELL

HotelVP Fr. 450 000.-, Tel. 079 276 21 10
Internet: http://hotel.dw-s.ch

161303/429846

Zu Vermieten

Pub im Berner Oberland

Ab dem 1. Dezember 2004

Interessenten melden sich unter Chiffre
161304, hotel + tourismus revue, Post-
fach, 3001 Bern.

161304/429845

Wir suchen für unser ★★★-Hotelbetrieb im Berner Oberland
ein kompetentes und freundliches**Pächterehepaar oder Pächter/in**Die attraktive und zentrale Lage des Betriebes sowie
der gute Bekanntheitsgrad bieten beste Voraussetzungen.Die Infrastruktur umfasst:
50 Gästebetten, 6 Personalzimmer, 2½-Zi-Wohnungen,
100 Restaurations-, 100 Bar und 60 Terrassen-Sitzplätze,
Wellness, grosser Parkplatz, Parkanlage.
Der ganze Betrieb ist in einem Top-Zustand.Ein attraktiver Pachtzins ist Garantie
für ein langfristiges Engagement.Solvente Interessenten mit fundierter Ausbildung
geben wir gerne weitere Auskünfte und erwarten gerne Ihre
schriftliche Bewerbung.

Hoga Treuhand, Rugenparkstrasse 2, 3800 Interlaken.

161347/41874

**Zu vermieten
Gasthaus mit Seeanstoss**Weesen, auf der Sonnenseite am Walensee SG
Historisches Haus mit drei Gaststuben, Kellergewölbe, romantischem Garten
und 9 individuell eingerichteten Zimmern und Wohnung.Schriftliche Bewerbungen erbitten an:
BELCAM AG, Neuackerstrasse 35, 8125 Zollikerberg

161092/39977

Zu vermieten in Kurort im Oberwallis**Restaurant (Dorfbad)**

(ca. 50 Plätze)

Der neuzeitlich im Walliser Stil eingerichtete und gepflegte
Familienbetrieb hat sich bei der Bevölkerung wie bei den Fe-
riengästen gut etabliert.

Betriebsübernahme: 1. Juli 2004

E. Witschard, Unternehmensberatung, CH-3952 Susten

161327/82727

Zu verkaufen, evtl. zu verpachten**Hotel Scopi in 7184 Curaglia GR**

Ab 1. Juni 2004 oder nach Vereinbarung.

Traditionsreiches Haus an der Lukmanierpass-Route. Typisches Familienhotel
mit 30 Gästebetten, einem Saal (40 Pers.), einem Restaurant (30 Pers.)
und einer Arvenstube (16 Pers.), Wirtswohnung.SOLIDA Treuhand AG, A. Schmid, Via Alpsu 70, 7188 Sedrun
Telefon 081 949 22 02, aschmid@solidatreuhand.ch

161279/046551

Sie wollen einen Gastronomie-Betrieb (kein Hotel) der Spitzenklasse erwerben und als Gastgeber
traditionell führen? Sie schätzen es, dass trotz bestem Umsatz ein Ausbaupotenzial be-
steht?**Über die Zukunft eines mit seiner Spezialküche bestbewerteten,
national wie international bekannten Gourmet-Restaurants in
Gemeinde am See (zwischen Zürich und Chur) machen sich die
Eigentümer Gedanken.**Wir sind interessiert am Kontakt zu Personen, die fachlich wie finanziell in der Lage sind, sich
mit diesem Liebhaber-Angebot zu befassen. Der Erwerbspreis liegt bei Fr. 1 800 000.-.Der Charakter des Gebäudes mit der Nähe zum See soll auch Investoren ansprechen, die sich
ein Zusammengehen von Spitzengastronomie und gehobener Wohnen als Wertanlage leisten
können. Eine Projektstudie für die Nutzung der Raumreserven durch 6 Wohnungen liegt vor. Sie
erreichen uns über Chiffre D 172-84824 an Publicitas S.A., Postfach 48, 1752 Villars-s/Glâne 1.

161290/382708

hoga-portal.ch
die immobilienbörse für hotel und gastro
info@hoga-portal.ch • tel. 032 387 42 52**Gastro Express**Marktplatz für
gastgewerbliche
Liegenenschaften &
Occasionsgeräte

www.gastro-express.ch

www.barrouge.ch

Das DoubleMesseeturm Basel, level 31, die Bar mit
Kulturniveau und Panorama-Sicht**Das Original**Artepilage Yverdon-les-Bains, Expo.02
sucht einen neuen StandortDie komplett eingerichtete Bar kann
entweder gemietet oder gekauft wer-
den oder sie wird von uns betrieben
und wir mieten das Terrain.Haben Sie den geeigneten Standort
und Interesse, so freuen wir uns auf
den ersten Kontakt.BarRouge GmbH, c/o Techdata
Eiffingerstrasse 13, PF, 3001 BernTelefon 031 384 07 02
stephane.maye@techdata.net

161311/427120

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Turnaround

von Hotels/Restaurants,

- Reorganisation
- Betriebsbetreuung
- Entwicklung

Absolute Diskretion
ist für uns selbstverständlich.Gsell & Partner - Operation,
Urs Gsell persönlich.Pilatustrasse 3a & 5 - CH-6003 Luzern
Fon +41 (0)41 220 2000 - Fax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch - www.gsellundpartner.ch

Zu verkaufen in Splügen GR

Familien-ExistenzSchöne Liegenschaft mit erstklassig
geführtem Café-Restaurant,
Gästebetten innen 65, Sonnen-
terrasse 42, genügend PP.
Neue zeitgemässe Wirtswohnung
135 m², 5½-Zi, 2 Nasszellen.Interessiert?
Mehr von Roger Walter
Telefon 01 840 37 55

160544/429644

Altershalber zu verkaufen im östli-
chen Berner Oberland**Restaurant**

mit Saal, Bar, Terrasse ca. 300 Plätze

Verkauf inkl. Inventar.
Betriebsbereit.Weitere Informationen erhalten Sie
unter Chiffre 161302, hotel + tourismus
revue, Postfach, 3001 Bern.

161302/429847

Er braucht. Sie hat.**Spende Blut. Rette Leben.****AUS- UND WEITERBILDUNG****GASTRO SUISSE
WEITERBILDUNG****NEU! NEU! NEU! NEU! NEU! NEU! NEU! NEU! NEU! NEU! NEU!****DER WEINBERATER. Kompaktes Weinwissen für GastroProfis.****Ziel** Das neu konzipierte Intensivseminar "DER WEINBERATER" vermittelt in kompakter Form jene Wein-
kompetenz, mit denen ein Gastro-Profi den Ansprüchen der Weinliebhaber von heute gerecht wird.**Termin** Montag, 20. September bis Montag, 4. Oktober 2004

Weitere Termine auf Anfrage oder unter http://www.gastro Suisse.ch

Preis 11 Tage Seminar, inkl. Seminardokumentation sowie
Getränke, Verpflegung und sämtlichen Degustationen.
Fr. 2'750.-**Anmeldung und weitere Informationen**Gastro Suisse Weiterbildung - Blumenfeldstrasse 20 - 8046 Zürich
T 044 377 55 30 - F 044 377 55 92 - E-Mail weiterbildung@gastro Suisse.chIn kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch
anwendbares FRANZÖSISCH
CCIEL, Negressaue
F-79370 CELLES/BELLE
Telefon: 0033-5-49-279.275
Fax: 0033-5-49-272.179
E-Mail: ccielemellecom.fr
http://www.mellecom.fr/cciel

- * Schwerpunkt Hotellerie und allgemeine
- * Intensivkurse für jede Stufe und Alter in familiärer
Landhaus-Atmosphäre
- * inklusive Exkursionsprogramm/Degustation
(Bordeaux, Cognac, Austerlunder etc.)
- * Günstige Langzeitpauschalen in Meeresnähe
- * Menü-Übersetzungen für Hotelbetriebe

145391/362204

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag,
in kleiner Gruppe und Unterbringung
in Einzelzimmern
Total SFR 790.-Fragen Sie uns bezüglich längerer
Kursdauer bzw. spezielle Kurse
für den Tourismus.Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.de

153472/990239

**GASTRO SUISSE
WEITERBILDUNG****DER RÉCEPTIONSKURS
Erste Bausteine für den Start am "Front-Office".****Ziel** Dieses Intensivseminar bietet Ihnen eine praxisorientierte Weiterbildung, die Ihnen
den Start an der Reception erleichtert. Sie werden optimal auf Ihren geplanten Einsatz
an der Hotelreception vorbereitet. Im Anschluss des Seminars erhalten Sie ein Attest.**Dauer** 10 Tage, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr**Daten** Blockseminar, Montag, 3. Mai bis Freitag, 14. Mai 2004
Blockseminar, Montag, 11. Oktober bis Freitag, 22. Oktober 2004**Preis** Fr. 2'650.- inkl. 10 Tage Seminar, Seminarunterlagen, Mittagessen, Seminar-
und Pausenverpflegung.Weitere Informationen unter www.gastro Suisse.ch/weiterbildung
Tel. 01/377 55 30 - Fax 01/377 55 92 - E-Mail: weiterbildung@gastro Suisse.ch**Sprachausbildung**

Originalpreise - hervorragende Schulen in

England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Annemarie Rolf Frischknecht Tel 01/926 39 58
www.sprachausbildung.ch**Über Internet und nette Gäste.****Abonnieren und inserieren:**

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

«Messe der Erlebnisse»

Celebrationpoint'04. Am 30. Juni findet in Zürich die 2. Erlebnismesse «Celebrationpoint '04» statt. Die Messe soll Veranstaltern und Event-Planern die Gelegenheit bieten, sich über Trends und Neuheiten zu informieren. Die Messe mit Rahmenprogramm findet in und um das «ArabellaSheraton Atlantis Hotel Zürich» statt. *KJV*

Infos: Celebrationpoint AG, Ewa Ming, 8006 Zürich, www.celebrationpoint.ch, info@celebrationpoint.ch

Standbein für Südbünden

Bildungstourismus. Die Academia Engiadina in Samedan, der Kurve von St. Moritz und die Ferienregion Engadin wollen mit dem Projekt «Alpenakademie» den Bildungstourismus zu einem Standbein der Region machen. Beabsichtigt ist unter anderem eine bessere Synergienutzung und Infrastruktur-Auslastung bereits bestehender Angebote. Ende April soll ein Gesuch um Unterstützung durch Regio-Plus-Gelder gestellt werden. *KJV*

Südtirol-Winter: +9,2 Prozent

Laut Südtiroler Landesinstitut für Statistik wurde im Februar 2004 ein Anstieg von 16,0% bei den Ankünften und 14,8% bei den Übernachtungen gegenüber Februar 2003 registriert. Die deutschen Gäste verbuchten 45,8% der Logiernächte und erreichten damit ein Plus von 23,1%. Die vorläufigen Daten der Wintersaison 2003/04 (November 2003 bis Februar 2004) zeigen ein Plus von 14,5% bei den Ankünften und 9,2% bei den Logiernächten. *KJV*

5-Länder-Seminar: Faktor Erlebnis

St. Moritz. Das 10. Fünfländer-Seminar für Tourismusmanager aus den fünf angrenzenden Alpenländern (Österreich, Fürstentum Liechtenstein, Deutschland, Schweiz und Südtirol) findet vom Donnerstag, den 22. April bis zum Freitag, den 23. April in St. Moritz statt. Anmeldefrist ist der Donnerstag, der 15. April. Seminarthema ist die «Erlebnisszenierung». In der Ankündigung des veranstaltenden Verbands Schweizer Tourismusmanager (VSTM)

heisst es: «Die bewusste überbetriebliche Erlebnisszenierung, die in den meisten Tourismusdestinationen noch fehlt, kann zu einem wichtigen Erfolgsfaktor werden.» Referenten des Seminars sind unter anderem Professor Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Bern, und Professor Heinz Rico Scherrieb vom Institut für Tourismus- und Freizeitforschung (ITF) der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur.

Träger ist der VSTM in Kooperation mit dem Bundesverband Österreichischer Tourismusmanager, dem Verband Deutscher Kur- und Tourismus-Fachleute und dem Verband der Südtiroler Tourismusdirektoren. Seminar- und Übernachtungsort ist das Hotel Steffani in St. Moritz. Übernachtung: 125 Franken, Seminargebühr 425 Franken. *KJV*

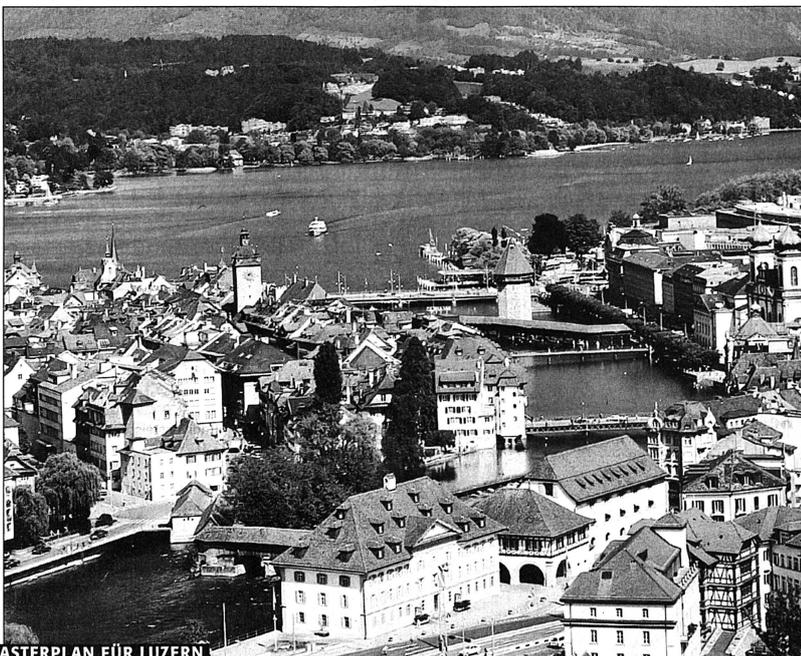
Infos und Anmeldung: Graubünden Ferien, Chur, Tel. direkt 081 254 24 21, E-Mail ebaebler@graubunden.ch

POSITIONIERUNG

Luern setzt voll auf Gesundheit

Die Stadt Luern denkt an ihre touristische Zukunft und möchte langfristig den Gesundheits- und Wellness-Tourismus als Angebot etablieren. Ein grosszuges Wellness-Angebot und medizinische Spitzendienstleistungen sollen Touristen nach Luern locken.

Foto: Swiss-Image



MASTERPLAN FÜR LUERN

Die Stadt Luern will sich ein neues Standbein im Wellness- und Gesundheitstourismus schaffen. Im Zentrum steht dabei die Entwicklung des nichtstaatlichen Gesundheitssektors mit Wellness- und Kurangeboten, Beauty-Centers und Rehabilitation.

DANIEL FURRER

Die Stadt Luern will mittel- bis langfristig ein neues Standbein im Bereich Wellness- und Gesundheitstourismus aufbauen. Im Zentrum steht dabei primär die Entwicklung des Nicht-staatlichen Gesundheitssektors mit den Schwerpunkten Wellness- und Kurangebote, Beauty-Centers, Rehabilitation, Altersresidenzen und private Kliniken. Dies geht aus dem «Masterplan der Stadt Luern – Strategie für die wirtschaftliche Entwicklung» hervor, welcher im Auftrag des Stadtrates von Luern zusammen mit Fachleuten aus Wirtschaft und Politik erarbeitet wurde.

«WELTWEITER ZUKUNFTSMARKT»

Bei der Studie ging es darum, Möglichkeiten aufzuzeigen, wie sich die Stadt Luern mittel- bis langfristig wirtschaftlich positionieren soll. Dabei gelte der Wellness- und Gesundheitssektor weltweit als einer der interessantesten Zukunftsmärkte, schreiben die Autoren und erhoffen sich weit reichende, positive Auswirkungen für die ganze Region. So wird denn auch weiter festgestellt: Der Ausbau in diesem Sektor führe zu einer zusätzlichen Nachfrage in verschiedenen Branchen der Zulieferindustrie. Dadurch entstehe ein Potenzial für Neuanstellungen über die Stadtgrenze hinaus. Es ergäben sich interessante Synergien im Geschäftstourismus oder in der Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern.

«SPITZENMEDIZIN UND NICHT SPRUDELBÄDER»

Die Studie ermittelte für die Stadt Luern insgesamt acht Stossrichtungen, wobei noch zwei weitere Schwerpunkte direkt den Tourismus betreffen. «Einige Leute sind wahrscheinlich enttäuscht, dass nicht «prestigeträchtigere» Industrien wie zum Beispiel High-Tech, Banken oder die Chemie auftauchen. Man muss aber realistisch sehen, dass die Karten in diesen Bereichen bereits verteilt sind», begründet Fridolin Schwitler, Beauftragter für Wirtschaftsfragen der Stadt Luern, die Fokussierung. Zudem werde der Begriff Gesundheitstourismus häufig falsch verstanden. Es gehe Luern nicht darum, in jedem Hotel noch ein Sprudelbad einzubauen, sondern um medizinische Spitzendienstleistungen. «Gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern gibt es

Bevölkerungsschichten, welche sich eine teure medizinische Behandlung durchaus leisten könnten, in ihrem Land ein solches Angebot aber nicht finden. Hier sehen wir ein Potenzial», erläutert Schwitler.

MASTERPLAN MIT LANGFRISTIGER PERSPEKTIVE

Ist die Schweiz nicht gerade im Gesundheitsbereich viel zu teuer? Nein, findet der Wirtschaftsbeauftragte. Es gehe hier um Spitzenmedizin, und die habe überall ihren Preis.

«Zudem haben wir international immer noch ein gutes Renommee betreffend Zuverlässigkeit und Qualität», hebt der Beauftragte für Wirtschaftsfragen der Stadt Luern hervor.

ANALYSE VON POTENZIAL UND WETTBEWERB

Bezüglich des Zeitrahmens weist Schwitler darauf hin, dass dem Masterplan eine langfristige Denkhaltung zu Grunde liegt. Hier werde für die nächsten 30 Jahre geplant.

Vieles brauche Zeit, denn noch sei die Infrastruktur in dem hier für die Zukunft anvisierten Bereich nicht oder kaum vorhanden.

Vorerst berät nun im Mai das Stadtparlament über die Prioritätensetzung der Zukunftsplanung. Genehmigt dieses die vom Stadtrat vorgeschlagenen finanziellen Rahmenbedingungen, wird man im Verlaufe des Sommers das Projekt starten. Zusammen mit Touristikern und Fachleuten aus der Medizinbranche werden dann Marktpotenziale und die Wettbewerbsentwicklung analysiert werden, und es werden Gespräche mit potenziellen Investoren gesucht. Auch die Region als Ganzes soll mit einbezogen werden.

ADELBODEN

An der Budgetierung gehindert

Wegen Blockade der Tourismusförderungsabgabe und Verflechtung mit der Eisbahn kann Adelboden Tourismus kein Budget 2004 vorlegen.

«Die Auflösung der finanziellen Verflechtung zwischen Adelboden Tourismus und der Genossenschaft Schwimmbad/Kunsteisbahn hat jetzt Priorität», erklärte Roland Huber, Direktor von Adelboden Tourismus (AT) und Geschäftsführer der Genossenschaft, an der Mitgliederversammlung von AT. Aufgrund der Verflechtung war AT Ende 2003 finanziell am Limit geraten. Die Details der Lösung sind noch nicht alle klar. Die Gemeinde wäre jedenfalls bereit, so heisst es in der «Berner Zeitung» (BZ), die Parzellen mit dem Bad zu kaufen, den Betrieb allerdings bei der heutigen Genossenschaft oder ihrer Nachfolgeorganisation zu belassen. Entscheiden wird die Gemeindeversammlung Ende April.

EINNAHMEN VON 200 000 FRANKEN VERHINDERT

Hinzu kommt ein weiterer erschwerender Faktor für die Budgetierung von Adelboden Tourismus: «Verhinderer», so wird Adelbodens Tourismusdirektor Roland Huber in der BZ zitiert, haben die Einführung der Tourismusförderungsabgabe auf 2004 mit einer Beschwerde blockiert: «Dies bedeutet, dass uns 200 000 Franken Einnahmen fehlen.» Die Beschwerde wurde in erster Instanz vom Regierungsrat abgewiesen. Ein Weiterzug an den Regierungsrat ist jedoch möglich.

Wegen dieser Unabwägbarkeiten habe der Vorstand den Mitgliedern kein Budget vorgelegt. «Es wäre unseriös, da dies laufend ändert», erklärte Huber der BZ. «Alle können aber beruhigt sein: Wir haben seriöse Zahlen, mit denen wir arbeiten.» *KJV*

Ein Masterplan für die Zukunft Luerns

Der Masterplan der Stadt Luern wurde im Auftrag des Stadtrates von der Beratungsfirma Hanser und Partner AG, Zürich erstellt. Er fokussiert auf die wirtschaftlichen Aspekte der Stadtentwicklung, unter dem Grundgedanken, dass eine gesunde Wirtschaft die Voraussetzung für eine prosperierende Agglomeration Luerns ist. Der Plan zielt auf Massnahmen, die direkt (Verwaltung, gesetzliche Bestimmungen, Investitionsentscheide etc.) oder indirekt (Beteiligung der Stadt an Organisationen, Mitgliedschaft in Verwaltungsräten, Stiftungen etc.) durch die Stadt umzusetzen sind. Sie basieren auf acht Stossrichtungen:

1. Stärkung des heute dominierenden Freizeit- und Ausflugstourismus
 2. Ausbau des Kultur- und Kongress-tourismus
 3. Aufbau eines Standbeins im Bereich Wellness- und Gesundheitstourismus
 4. Nutzen von Marktnischen bei den kommerziellen Dienstleistungen
 5. Attraktivierung des Wohnstandortes
 6. Entwicklung des Gebietes Bahnhof/Tribtschen/Steghof
 7. Verbesserung der Verkehrerschliessung
 8. Verbesserung der Investitionsfähigkeit der Stadt
- Die Vorschläge sind mittel- bis langfristig, wobei besonders in Fragen der Flächennutzung ein Fokus von 20 bis 30 Jahren angewendet wird. *DF*

DIE BRANCHE IST MIT DEN PLÄNEN ZUFRIEDEN

Mario Lütolf, Direktor von Luern Tourismus, ist sehr zufrieden mit dem Verständnis und der Unterstützung, welche der Stadtrat für den Tourismus aufbringt. Ein weiteres Standbein im Bereich Wellness- und Gesundheitstourismus aufzubauen, findet er gut. «Das ist die Zukunft», betont Lütolf. «Wir brauchen ein solches Produkt, um das Image von Luern noch zu verbessern», findet auch Walter Gisler, Direktor des «Grand Hotel National». Auch Clemens Hunziker vom «Schweizerhof» sieht ein Potenzial in diesem Bereich und findet es positiv, dass man sich über solche Dinge überhaupt Gedanken macht.

Reklame

PORZELAN

A passion to inspire



Exklusiv bei



Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

HOTEL WALZENHAUSEN

Outsourcing entlastet von Fixkosten

Das 3-Sterne-Hotel Walzenhausen hat nicht nur seine Beauty-Oase und den Wohlfühlbereich outgesourct, sondern auch sein ganzes Marketing. Bisher mit Erfolg, wie Direktor Erich Dasen festhält. Die zwei «Implants» entlasten den Hotelier von Fixkosten.

habe ihm die einstigen Therapie-räume vermietet», so Dasen. Diese Regelung entlastet Dasen nicht nur vom Risiko, sondern auch von Fixkosten.

Ein zweites «Implant» im «Walzenhausen» ist die Beauty-Oase. Sie wird von einer ehemaligen Mitarbeiterin geführt, die sich dann selbstständig gemacht hat. Drei Tage wöchentlich steht sie – auch sie auf eigene Rechnung – den Hotelgästen zur Verfügung.

GUTE ERFAHRUNGEN MIT DEN «IMPLANTS»

Dasen mache mit den beiden «Implants» gute Erfahrungen. «Erstens gibt es mir die Möglichkeit, professionelle Mitarbeitende ins Haus zu holen, und zweitens sind diese Leute sehr motiviert und engagiert.» Das bestätigt auch die Rückmeldung der Gäste: «Die Gästezufriedenheit ist in den letzten Monaten stark gestiegen.»

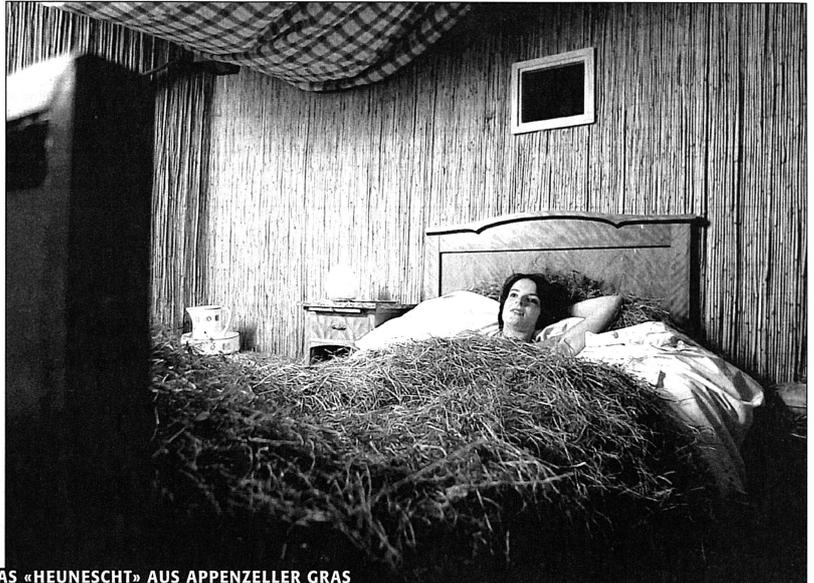
Ausgelagert hat Dasen auch das Marketing: er hat es einer PR-Agentur übergeben. «Sie kreiert mit uns zusammen auch die Produkte.» So bietet das Hotel Walzenhausen verschiedene originelle Packages an, mit denen Dasen seine Auslastung von jetzt 36 Prozent auf 44 Prozent steigern möchte: Zum Beispiel mit einer Nachtwanderung zu magischen Orten, mit dem Besuch eines Winzers oder einer Schnapsbrennerei. Neu ist die «Winzertrolche», die der Leiter des Restaurants, Arthur Nägele, durchführt: Der Gast bekommt einen Patenrebstock, besucht ihn an drei Wochenenden im Jahr, lernt dazu viel über den Wein-

CHRISTINE KÜNZLER

Es ist ein offenes Geheimnis, dass das Hotel Walzenhausen in Walzenhausen – mit seinen 72 Zimmern das zweitgrößte in den Kantonen Appenzell – verkauft werden soll. Doch die Besitzerin, die Ulrich Jüstrich AG, hat die Leitung des Hauses vor neun Monaten Direktor Erich Dasen übertragen. Der Hotelier, der seine Erfahrungen nicht nur in der Schweiz gesammelt hat, sondern auch im Ausland, will das 3-Sterne-Haus neu positionieren. Im Juni 2003, als er das Hotel übernahm, lief nichts mehr, wie er sagt. Das ehemalige Kurhaus verlor nach der Änderung des Krankenversicherungsgesetzes (KVG) 95 Prozent seiner Gäste.

Dasen setzt auch jetzt wieder auf Wohlbefinden – sein Zielpublikum ist anders: angesprochen sind Schweizer Gäste, die ein erholsames Wochenende verbringen wollen. Die Wohlfühlangebote stellt das «Wohlfühl-Vital-Institut» des Österreicher Karl Sapper – auf eigene Rechnung. «Ich

Foto: zvg



DAS «HEUNESCHT» AUS APPENZELER GRAS

Das neueste Angebot, das der Österreicher Karl Sapper für die Gäste des Hotels Walzenhausen bereithält.

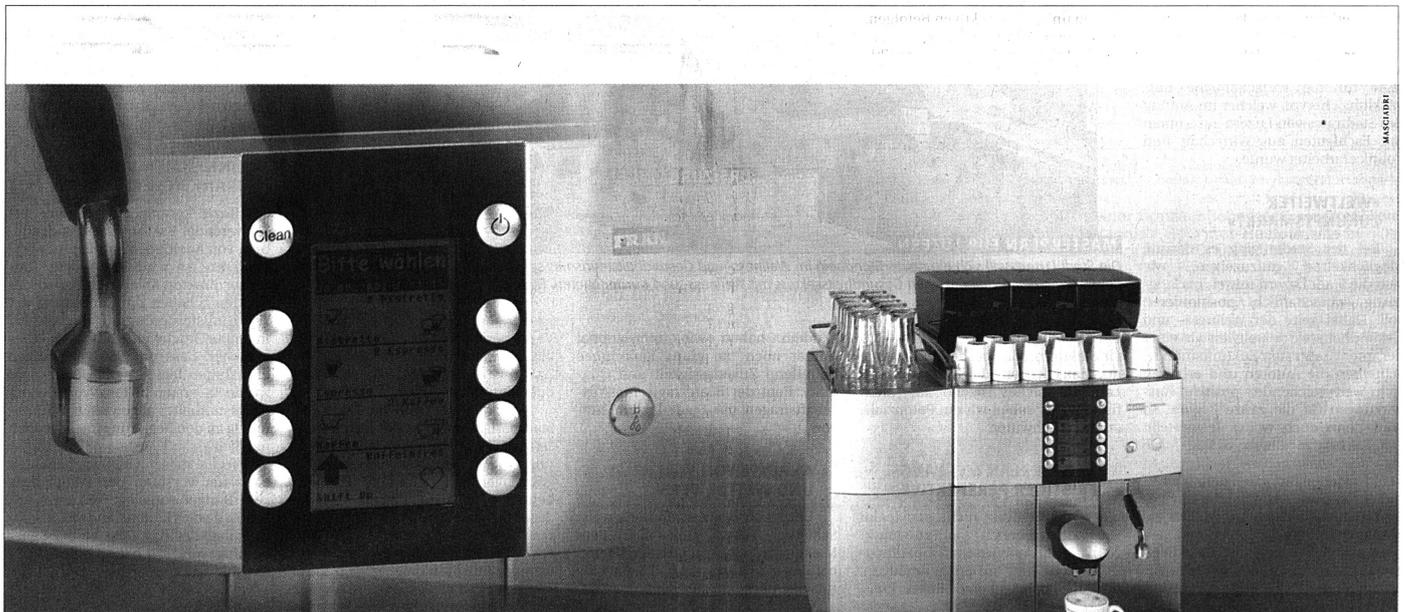
anbau und erhält am Schluss sechs Flaschen «seines» Weins.

Dasen holt seine Gäste auch mit einem All-Inclusive-Angebot, dem Hochzeitspackage. Zurzeit prüft er, ob

All-Inclusive auch im Seminarbereich sinnvoll wäre. Bevor Dasen nach Walzenhausen kam, lancierte er das All-Inclusive-Konzept im «Voyager Beach Resort» in Kenia. Obwohl, wie Ver-

handlungen mit deutschen Tour-Operatoren zeigen, All-Inclusive grundsätzlich gefragt wäre, zögert er: Zwei verschiedene Gästekategorien in einem Haus zu beherbergen, sei schwierig.

Anzeige



BEA Bern, 23.4.–2.5.04, Halle 110, Stand B017

Sinfonia – Spitze in ihrer Klasse.

Franke hat die Spitzenmaschinen für alle Leistungsklassen von 50 bis über 500 Tassen. Zum Beispiel die Sinfonia für Tagesleistungen von 300 bis 500 Tassen und mehr. Zusammen mit dem Franke Milchsystem garantiert sie selbst in Spitzenzeiten höchste Qualität und Kaffeevielfalt auf Knopfdruck – ideal für die Verkehrsgastronomie, im Hotel oder in der Gemeinschaftsverpflegung. Und wie alle Franke Kaffeemaschinen beherrscht sie eines perfekt:

The art of excellent coffeemaking.

Franke Coffee Systems

Franke
Kaffeemaschinen AG
4663 Aarburg
Tel. 062 787 36 07
Fax 062 787 30 10
www.km.franke.ch

FRANKE

Erstmals Hotel in Frankreich

Mövenpick. Am 9. Juli 2004 soll das Mövenpick Dream Castle Hotel im Disneyland-Resort Paris eröffnet werden. Es handelt sich dabei für die Mövenpick Hotels & Resorts um das erste Hotel in Frankreich. Mövenpick unterzeichnete mit den Pächtern des Hotels, der Thomas Cook AG und Detour, einen Management-Vertrag für das 400-Zimmer-Hotel. Der neue Betrieb wird in erster Linie auf deutsche Gäste ausgerichtet sein. *DST*

Erstes Resort in Europa

Four Seasons. In Frankreich, im Hinterland der Côte d'Azur haben Four Seasons Hotels & Resorts ihr erstes europäisches Resort eröffnet. Die Anlage wurde als provenzalisches Dorf konzipiert und verfügt über 111 Suiten. Neben mehreren Restaurants verfügt das Four Seasons Resort Provence auf Terre Blanche über zwei Golfplätze, eine Golfakademie sowie ein Spa- und Fitnesscenter.

Auch in Hawaii erweitert die kanadische Hotelgruppe ihr Portfolio. Sie übernimmt das

Management der beiden Häuser The Manele Bay Hotel und The Lodge auf der Insel Lana'i. Dafür wurde mit Castle & Cooke Resorts, LLC ein Vertrag unterzeichnet. Derzeit betreibt Four Seasons ein Resort auf Maui und eines auf Hualala, dem grössten und westlichsten Atoll der Inselkette. Nach einer umfassenden Renovierung beider Häuser soll The Manele Bay Hotel noch 2004 Mitglied der kanadischen Gesellschaft werden. Der Beitritt von The Lodge ist für 2005 vorgesehen. *DST*

EHL-Alumni-Center

Lausanne. Im Mittelpunkt der ausserordentlichen Generalversammlung der «Association Anciens Ecole hôtelière de Lausanne» (AEHL), die letzten Samstag in Chalet-à-Gobet stattfand, stand die Vorstellung des neuen «EHL Alumni Centers». Das Alumni-Zentrum soll zukünftig unter der Verantwortung der EHL die Dienstleistungen zu Gunsten aller ehemaligen Absolventen der Hotelfachschule Lausanne wie auch der weltweit 4800 AEHL-Mitglieder organisieren. Dazu

gehören Networking-Veranstaltungen, Karriereplanung, Weiterbildung und Geschäftsinformationen.

Der zurücktretende AEHL-Präsident – und zukünftiges Ehrenmitglied – Walter Daubenmeier sprach von einer Lösung, welche die Interessen der EHL und AEHL vereint. Weiter wurde das neu gewählte AEHL-Komitee bestätigt: Jacqueline Baertschi, New York; Kurt Renold, Brüssel; Sam Salvisberg, Stv. Dir. EHL Lausanne sowie Bertrand Willi, Lausanne. *MJP*

Grand Hyatt neu in Mumbai

Indien. Hyatt International hat ein neues Luxushotel im asiatisch-pazifischen Raum, das «Grand Hyatt Mumbai» (Bombay) eröffnet. Es ist das erste Grand Hyatt auf dem Subkontinent. Das Projekt sei als Multi-Entertainment-Komplex angelegt, entworfen vom Architektenteam Lohan Associates aus Chicago, teilte Hyatt mit. Der Hotelbau verfügt über 547 Gästezimmer. Grand Hyatt Mumbai ist das sechste Hyatt-Hotel in Süd-Asien. *DST*

LOGIERNÄCHTE

2003 wieder mehr leere Hotelbetten

65 Millionen Logiernächte, 1,4 Prozent weniger als ein Jahr zuvor, weist das Bundesamt für Statistik (BFS) für das Tourismusjahr 2003 aus. Während die Zahl der inländischen Gäste stabil blieb, waren die Gästezahlen aus den Schlüsselmärkten erneut klar rückläufig.

DANIEL STAMPFLI

«Das Minus von 2003 scheint mässig verglichen mit dem Rückgang um 3,8 Prozent, den die Beherbergungsindustrie 2002 trotz der Landesausstellung erlitten hatte», kommentierte das BFS die Logiernächtezahlen für das Jahr Tourismusjahr 2003. Wie bereits in den vergangenen Jahren zu beobachten gewesen sei, hätten die Hotels und Kurbetriebe (-2,7 Prozent) dem Logiernächterückgang weniger entgegengesetzt können als die Parahotellerie.

Laut der BFS-Statistik konnte letztere 2003 ihr Gesamtergebnis dank dem Plus von 264 000 Logiernächten (+3,9 Prozent) bei den Zelt- und Wohnwagenplätzen sogar stabilisieren. Die Steigerung kompensierte die Abschwächungen in den übrigen Beherbergungsformen der Parahotellerie.

600 000 FEHLENDE DEUTSCHE GÄSTE

Klar rückläufig war in der Berichtsperiode der Zuspruch der Gäste aus den USA (-10,0 Prozent), Japan (-16,9 Prozent) und den Golfstaaten (-14,4 Prozent). Problematischer aus quantitativer Sicht sei gemäss BFS jedoch das starke Ausbleiben der Besucher aus Deutschland, dem weitaus wichtigsten Gästeherkunftsland für den Schweizer Tourismus. 2003 machte der Frequenzrückgang der deutschen Gäste um 4,9 Prozent alleine rund 600 000 der insgesamt 1,05 Millionen eingebüsst aus. Diese Abschwächung vermochten die bescheidenen Steigerungen der Gäste aus den übrigen Nachbarländern nicht zu kompensieren (Frankreich +1,2 Prozent, Italien +1,0 Prozent, Österreich +2,3 Prozent).

Das Tief nach der Expo.02 sei im Jahr 2003 in allen drei betroffenen Regionen zu spüren gewesen, so das BFS weiter. Nachdem die Tourismusregion Freiburg-Neuenburg-Jura 2002 ihr Logiernächtevolumen um 1,5 Prozent hatte steigern können, verlor sie ein Jahr später wieder 14,0 Prozent. Im Mittelland und im Kanton Waadt überstiegen die Verluste des Jahres 2003 die Gewinne des Vorjahres sogar deutlich. Insgesamt vermochten jedoch die guten Ergebnisse vor allem Graubündens (+3,5 Prozent), des Berner Oberlandes (+2,1 Prozent) und des Wallis (+1,6 Prozent) die Talfahrt nach dem Expo.02-Hoch zu bremsen.

URS ZURBRIGGEN, ROMANTIK HOTELS

Wachstum nicht Zufall überlassen

Urs Zurbruggen, Präsident der Romantik Hotels & Restaurants international und Schweiz, ortet in diversen europäischen Ländern Handlungsbedarf betreffend Organisation und Strukturen. Kontinuität und qualitatives Wachstum sollen vermehrt die Ziele der Kooperation sein.

INTERVIEW: DANIEL STAMPFLI

Kürzlich führten die Romantik Hotels in Strassburg ihre Jahresversammlung durch. Dabei wurde auch über eine neue Vision diskutiert. Wie sieht diese denn aus?

Es herrscht eine grosse Diskrepanz zwischen den vorgegebenen Werten und dem effektiven Befolgen. Mit unserer Vision wollen wir unsere Mitglieder vermehrt dazu sensibilisieren, ihr Geschäftsleben noch stärker nach unserem Leitbild auszurichten.

Einzelne Länder Ihrer Gruppe wie zum Beispiel Schweden oder Deutschland stehen vor einem Umstrukturierungsprozess. Was läuft in diesen Ländern nicht rund?

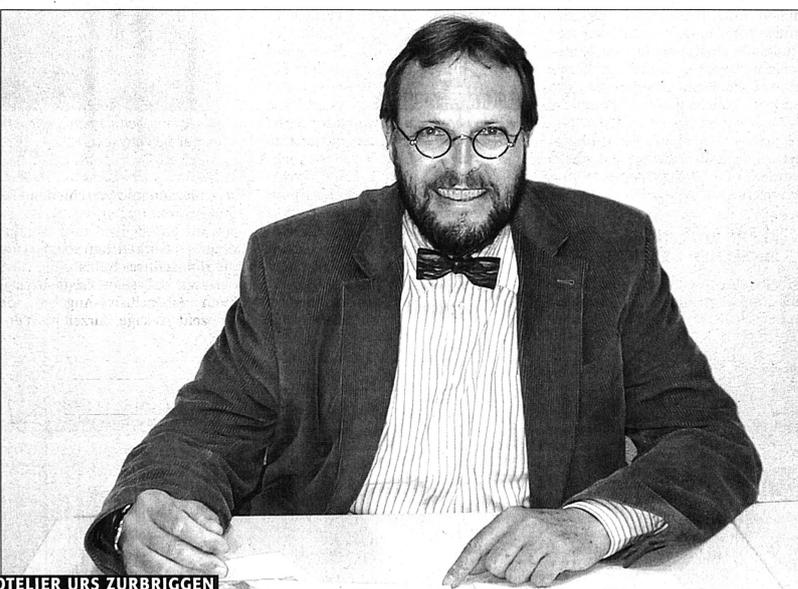
Die Strukturen sind nicht mehr zeitgemäss ausgestaltet. Ein grosser Teil der administrativen Arbeit wird noch auf freiwilliger und unentgeltlicher Basis geleistet. Ehrenämter wollen aber immer weniger Hoteliers übernehmen. In einzelnen Ländern haben in den vergangenen neun Jahren die Präsidenten bis zu vier Mal gewechselt. Mit jedem Wechsel wurde wieder eine neue Richtung eingeschlagen. Skandinavien beispielsweise hatte vor neun Jahren 25 Mitglieder, heute sind es nur noch acht. In Deutschland ging die systematische Ausrichtung verloren. Zum Teil wurden Hotels aufgenommen, die mit der Romantik-Philosophie nichts zu tun haben.

«Erbsenzähler sind bei uns fehl am Platz.»

Wie wollen Sie dies konkret ändern?

Wir dürfen das Wachstum nicht mehr dem Zufall überlassen. Die Idee ist, dass wir in den betreffenden Ländern eine professionelle Geschäftsstelle einrichten. Die umfangreichen Arbeiten, wie Administration oder Akquisition von Neumitgliedern sollen nicht mehr der Präsident oder Vizepräsident verrichten. Dies soll vielmehr gegen Bezahlung an eine externe Stelle übertragen werden. Damit wollen wir sicherstellen, dass auch bei einem Präsidentenwechsel die Kontinuität gewahrt bleibt.

Foto: Daniel Stampfli



HOTELIER URS ZURBRIGGEN

«Wir Romantiker dürfen keine Zahlenmenschen sein. Viele Hoteliers, die bei der Kooperation der Romantik Hotels dabei sind, tun dies ganz einfach aus Freude.»

In der Schweiz hat sich die Organisation für ein qualitatives Wachstum ausgesprochen. Wie soll das vor sich gehen?

Wir müssen nicht grösser, sondern besser werden. Es ist durchaus auch möglich, dass wir uns von Betrieben trennen, sofern deren Qualität nicht mehr stimmt. Wir müssen in Zukunft noch stärker darauf achten, dass wir nur gute und zu uns passende Betriebe aufnehmen.

Den Romantik Hotels gehören private Klein- und Mittelbetriebe an. Die Diskussion um die kritische Grösse in der Hotellerie betrifft doch genau diese Hotelkategorie.

Wir Romantiker dürfen keine Zahlenmenschen sein. Erbsenzähler sind bei uns fehl am Platz. Viele die bei uns mitmachen, tun dies ganz einfach aus Freude. Um erfolgreich zu sein, sind neben den Zahlen in unserer Branche auch noch andere

Faktoren wie die Pflege des Gastes entscheidend.

Aber unter dem Strich muss ein positives Ergebnis resultieren.

Ja, sicher. Die Betriebe, welche unserer Gruppierung angehören, funktionieren in der Regel. Obwohl in den vergangenen Jahren in der Schweiz kein Betrieb Konkurs machte, gibt es selbstverständlich keine Garantie. International verliessen zwei Betriebe die Organisation, weil sie ihren finanziellen Verpflichtungen nicht mehr nachkamen.

Kürzlich wurde der Romantik-Wellness-Guide lanciert – mit den Kategorien Wellness Plus, Wellness und Wellness Light. Die Bezeichnung Wellness Plus führten die Alpine Classic Hotels als Qualitätsmarke bereits 2001 ein. Es zeigt doch nicht gerade von viel Phantasie, eine bestehende Marke zu übernehmen.

Die Alpine Classic Hotels führen Wellness Plus als Qualitätsmarke. Wir hingegen benutzen diesen Begriff als interne Abgrenzung gegenüber unseren beiden anderen Kategorien Wellness und Wellness Light. Wir wollten auf keinen Fall den Alpine Classic Hotels auf die Füsse treten.

Wellness, Wellness Plus, Wellness Light und «gewöhnliche» Romantik Hotels: ist das nicht des Guten zu viel? Der Gast weiss bei einem derartigen Gemischwarenladen doch nicht mehr, wofür der Begriff Romantik Hotels steht.

Die Lancierung der Wellness-Kategorien zeigt doch, dass Romantik eine fortschrittliche Kooperation ist und die neuen Trends aufnimmt. Mit unserem Wellness-Angebot decken wir ein Kundenbedürfnis ab. Wir überlegen uns allerdings, das Handling der diversen Romantik-Führer zu vereinfachen.

Drei neue Schweizer Mitgliedshotels

Das Hotel Margna in Sils GR, das Seehotel Sonne in Küsnacht ZH und das Hotel Bella-Tola in St-Luc VS sind soeben neu als Mitglieder in den Reihen der Romantik Hotels & Restaurants aufgenommen worden. In der Schweiz zählt die Kooperation nun 24 Mitglieder. In zwölf europäischen Ländern zählt Romantik Hotels insgesamt 188 Mitgliedbetriebe. Dazu zählen romantische Destinationen von Schweden bis Italien, von Ungarn bis Portugal. Der Grundstein zur Kooperation der

Romantik Hotels & Restaurants wurde im Jahr 1972 mit acht Privathotels gelegt. Gastlichkeit der besonderen Art, ist das Motto der Vereinigung. Alle Romantik Hotels sollen die Besonderheit der Umgebung widerspiegeln.

Hotels, die sich um eine Aufnahme in die Kooperation bewerben, müssen sich einem strengen Prüfungsverfahren unterziehen. Beim Audit müssen 85 Prozent der Kriterien erfüllt sein. Mitglieder haben eine Eintrittsgebühr sowie Jahresbeiträge zu entrichten. *DST*

Zur Person

Urs Zurbruggen (50), Absolvent der Hotelfachschule Luzern und des Unternehmerseminars SHV, führt seit 1974 das Romantik Hotel Beau-Site in Saas-Fee. Zurbruggen ist Präsident der Romantik Hotels Schweiz und amtiert seit April 2001 auch als Vorsitzender des internationalen Präsidiums und des internationalen Beirats. Weiter ist der Walliser Vize-Präsident der Stiftung «Saas ist Heimat» und Projektleiter des Historischen Archivs Saastal. *DST*

SWISS HOLIDAY PARK

Wellness-Ferien für jedes Budget

Mit der neuen Wellnessanlage will sich der Swiss Holiday Park in Morschach als Ferienresort für Aktiv-Wellness-Gäste positionieren. Ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis soll Wellness für alle erschwinglich machen. Auch für jene Gäste, die in den Gruppenunterkünften nächtigen.

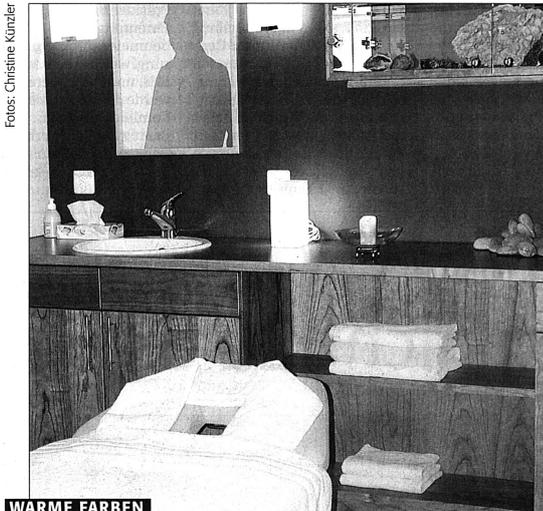
Fotos: Christine Künzler

CHRISTINE KÜNZLER

Für den Verwaltungsratspräsidenten des Swiss Holiday Parks in Morschach, Walter Trösch, sei es «eine spannende Herausforderung», die verschiedenen Gästesegmente unter einen Hut zu bringen. Die neu eröffnete Wellnessanlage soll sowohl Familien und Seminargäste als auch Junge und Ältere, die ein lebendiges Umfeld suchen, ansprechen. Zudem seien die Preise so angesetzt, dass in Morschach Wellnessferien für jedes Budget gebucht werden können. Im Swiss Holiday Park können die Gäste im 4-Sterne-Hotel, in Ferienwohnungen, die neu über die Reka vertrieben werden, oder in Gruppenunterkünften nächtigen.

KLARE ABTRENNUNG DER EINZELNEN BEREICHE

Allen Gästesegmenten ein passendes Umfeld zu bieten, ist eine Grat-

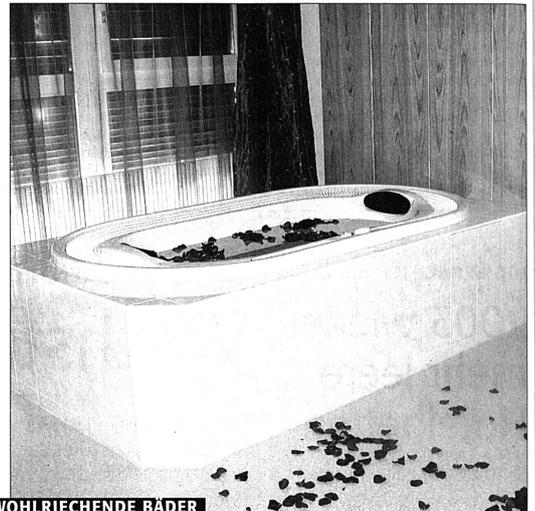


WARMER FARBEN

Der neu eröffnete Wellnessbereich ist in warmen Farben gehalten und mit sanfter Musik untermalt. In einer solchen Ambiance lässt sich gut sein.

wanderung. So sind denn die einzelnen Bereiche klar abgetrennt. «Zum Teil auch durch die Hintergrundmusik», so Trösch. So versetzt denn die Meditationsmusik in der in warmen Farben gehaltenen Wellnessanlage den Gast in Ruhe und Entspannung. Ker-

zen, Blumen und verschiedene Bäder und Anwendungen (vgl. Kasten) sorgen für Sinnlichkeit und Wohlbefinden. Auf der gleichen Etage ist auch die römisch-irische Therme, wo Kinder – wie im Wellnessbereich – keinen Zutritt haben.



WOHLRIECHENDE BÄDER

Im Wellnessbereich Swiss Holiday Parks lässt sich baden wie Cleopatra. Aber auch andere Bäder mit wohlriechenden Essenzen sind im Angebot.

Eine Etage tiefer indes ist die Hintergrundmusik lauter und es geht turbulent zu und her, da wird gekgelt, gespielt, geklettert und geturnt. Im Fitnessstudio, das mit dem Qualitätslabel «QualiTop» ausgezeichnet ist, sorgen Instruktoren dafür, dass die Geräte so genutzt werden, dass der Gast optimal trainieren kann. Im Erlebnisbad, eine Etage über dem Wellnessbereich, sind Spass und Spiel für Kinder und ihre Eltern angesagt. Eine grosse Saunawelt lädt zudem zum Schwitzen ein. Im Sommer wird im Freien Tennis und Minigolf gespielt.

Der Swiss Holiday Park bietet auch verschiedene Seminarräume. Das heisst, auch diese Gäste müssen sich dort wohl fühlen können. Für Trösch, der sich am österreichischen Wellnessdorf Serfaus orientiert, bedeutet Wellness eben nicht nur «sich in eine Badewanne zu setzen, sondern auch Dinge tun zu können, die man zuhause nicht machen kann». Alle Anlagen stehen auch externen Gästen offen.

Trösch demnächst ein Kindererlebnispark sowie eine Golf-Driving-Ränge mit Golfplatz realisiert werden. Zudem soll der Wellnessbereich noch erweitert werden. Zur Diskussion stehen zum Beispiel eine Ayurveda-Abteilung oder ein ärztliches Zentrum im Bereich Alternativmedizin. Für Isabelle Roth hat der Swiss Holiday Park «unbeschränkte Möglichkeiten».

Sicher ist für sie, dass das Hotel im Swiss Holiday Park kein Wellnesshotel im klassischen Sinn sein soll. «Das könnten wir auch nicht, denn der nur Ruhe suchende Gast würde sich hier nicht wohl fühlen.» Angesprochen werden sollen aktive Schweizer Gäste, die ein etwas anderes Wellness-Hotel möchten. Eine Zusammenarbeit besteht beispielsweise auch mit der Sportschule Magglingen.

Swiss Holiday Park

Der Swiss Holiday Park umfasst 640 Betten, davon 250 im 4-Sterne-Hotel, 250 in den 44 Wohnungen und 140 in der Gruppenunterkunft. Die Ferienwohnungen laufen seit Dezember 2003 über den Reservationskanal der Reka. Für die Gästebetreuung und Reinigung der Wohnungen ist die Swiss Holiday Park AG zuständig. Der Reka-Gast kann auch Halbpension buchen und die Wellness- und Sportangebote nutzen. Den Gästen stehen vier Restaurants zur Verfügung, unter anderem ein asiatisches.

Im Swiss Holiday Park arbeiten 130 Festangestellte und verschiedene Aushilfen. Isabelle Roth amtiert seit fünf Jahren als Vizedirektorin im Swiss Holiday Park, Walter Trösch ist seit zwei Jahren Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats. Die beiden sind für die Leitung verantwortlich. CK

AUSLASTUNG AUF 100 000 LOGIERNÄCHTE STEIGERN

10 Fachleute sowie verschiedene Teilzeitangestellte und Aushilfen sind in der neuen Wellnessabteilung tätig. Kosmetikbehandlungen werden bereits seit letztem November angeboten – und dies mit viel Erfolg, wie Isabelle Roth, Vizedirektorin des Swiss Holiday Parks, sagt. «Unser Ziel ist es, die Auslastung des Swiss Holiday Parks in diesem Jahr auf 100 000 Logiernächte zu steigern», so Walter Trösch. Das sind rund 30 000 mehr als 2003. Dafür soll noch einiges investiert werden. Unter anderem auch im Hotel. Die Schwyzer Kantonalbank, die 2002 die Aktien des 1982 vom Bauunternehmer Meinrad Camenzind erstellten Swiss Holiday Parks übernommen hatte, investiert 6 Mio. Franken, die auf verschiedene Projekte verteilt werden. Neben der neuen Wellnessanlage sollen laut

Die Wellnessangebote in Morschach

Bäder mit wohlriechenden Essenzen, wohltuende Gesichtspflege und andere Beauty-Anwendungen sowie verschiedene Massagen: Das kann Frau und Mann im neuen Wellnessbereich im Swiss Holiday Park buchen. Entspannung pur bietet die Wasser-Shiatsu im warmen Sole-Bad.

Ein paar Preisbeispiele: Gesichtspflege, auf den Hauttyp abgestimmt: Fr. 95.–; Shi-Tao-Ganzkörperbehandlung Fr. 125.–; Aroma-Öelbad Fr. 42.–; Cleopatrabad Fr. 72.–; Haslauer Nachtkerzenölbad (Soft-Pack) Fr. 79.–; Was-

ser-Shiatsu (60 Min.) Fr. 100.–; Massage La Stone Fr. 144.–.

Es werden auch verschiedene Packages angeboten. Ein externer Gast kann beispielsweise einen Verwöhntag buchen mit freiem Eintritt in alle Bereiche und einer Bürstenmassage für Fr. 78.–. Packages inklusive einer Übernachtung gibt es für Fr. 250.–, mit zwei Übernachtungen ab Fr. 290.–. Gäste, die nicht im Hotel selber schlafen, können verschiedene Wellnesspackages buchen, deren Anwendungen sich über mehrere Tage erstrecken. CK

Anzeige

Rindschulter -Braten
dräsiert
Stück zu ca. 1,5 kg
11⁹⁰ kg
SCHWEIZER FLEISCH
VANDE SUISSE

Excellency Reibkäse Schweiz
dräsiert
9⁹⁰ kg

Ditzler Tips + Cuts Grünspargeln
tiefgekühlt
Karton zu 5 kg
4⁶⁹ kg
DITZLER

Bacardi Breezer Orange Berry Citrus
(24 x 27,5 cl)
27,5 cl
5,6 % Vol.
1⁹⁰

Feeling Handtuch V-Falz
1-lagig
hellblau
9⁹⁰
Pack zu 2000 Stück

Knorr Aromat (5 kg)
8⁵⁵ kg

Aktionen gültig vom 13.4.2004 bis 16.4.2004
Alle Angebote exklusive MwSt

Holen bringt's!

CASH+CARRY
prodega

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



LEHRLINGS-SERIE /
Wie erlebt die angehende
Gastronomie-Fach-
assistentin Ursula Müller
ihre Ausbildungszeit? SEITE 15



GASTROSZENE USA /
Starbucks gründet eine
Tochtergesellschaft,
um den Food-Service
auszubauen. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

MIGROS

Gastronomie rückläufig

Während der Detailhandel der Migros leicht zulegen konnte, musste man bei der Gastronomie eine Umsatzeinbusse hinnehmen.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Der Migros-Gesamtkonzern konnte letztes Jahr ein leichtes Plus von einem Prozent beim Umsatz verzeichnen. Nicht so die Gastronomieparte, diese schloss mit einem klaren Minus ab: Um 4,2 Prozent fiel der Umsatz des orangenen Riesen in der Restauration auf 736 Mio. Franken – inklusive Gourmessa. Wobei das Umsatzminus durch die Restaurants selbst bedingt wurde, der Gourmessa-Umsatz ist seit Jahren mit um die 300 Mio. Franken mehr oder weniger stabil. Damit lag der Gastro-Umsatz immerhin leicht über jenem vor der Expo, mit 725 Mio. Franken im 2000.

Doch es wäre mehr zu erwarten gewesen. Schliesslich hat der Detailhändler das Angebot in seinen Restaurants weiter ausgebaut und in den letzten Jahren sukzessive neue Restaurants eröffnet. In den vergangenen drei Jahren kamen über 15 neue Standorte dazu. Ende 2003 zählte man bereits 232 Migros-Restaurants.

Die Migros erzielte gesamthaft mit 20,013 Mia. Franken einen leicht höheren Umsatz als im Vorjahr (+1 %). Der Konzern hat 2003 operativ besser gearbeitet und das Betriebsergebnis auf 484 Mio CHF (+7,3 %) steigern können. Erfolgreich entwickelte sich auch das Unternehmensergebnis auf 372 Millionen Franken (+109 %).

Um den Gastro-Handel zu optimieren will man gemäss Recherchen der «Sonntags-Zeitung» nun mit der Bon-appétit-Tochter Howeg zusammenspannen – in Sachen Logistik.

CUP&CINO

Konkurs in der Schweiz

Am einzigen Schweizer Standort des deutschen Coffeehouse-Systems «Cup & Cino» in Bern hängt der Konkurszettel. Nachdem ein Interesse wieder abgeprungen war, musste die Schweizer Betreiberin des Standorts und Franchisenehmerin bei Cup & Cino, die Nelson Inns AG, Insolvenz anmelden. Für Marco Wickart, der bis Ende Jahr als CFO der Nelson Inns AG agierte und nun Geschäftsführer der neuen Nelson-Pub-Gesellschaft Nemag AG in Küssnacht ist, kommt das nicht überraschend: Der Standort sei nicht optimal und dafür die Miete seines Erachtens zu hoch. Aber auch das Cup & Cino-Konzept hätte seines dazu beigetragen: «Die Franchisegebühren sind zu hoch und das Konzept nicht ausgereift.» Zudem schlage das bediente System bei den Kosten zu stark zu Buche. «Man rechnet meist zu optimistisch», erklärt der Finanzspezialist. Die Nemag AG selbst wäre an dem Standort in der Berner Gerbergasse nicht uninteressiert, doch die Möglichkeit käme fünf Monate zu früh. Zur Zeit ist man nämlich mit der «inneren Reinigung» der von der Nelson Inns AG übernommenen neun Pubs beschäftigt. GSG

FASTFOOD UND GESUNDHEIT

Fastfood soll gesünder werden

Klassisches Fastfood ist zu fett, zu salzig oder zu süss und bietet zu wenig Vitamine und Ballaststoffe. Die negativen Auswirkungen des Fastfoods will das Bundesamt für Gesundheit nun abschwächen und hat ein entsprechendes Projekt in Auftrag gegeben.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Dass es so wie bisher mit dem Fastfood nicht weitergehen kann, hat man beim Branchenprimus McDonald's längst gemerkt. Immer wieder stand der Burger-Brater international am Ernährungs-Pranger. Man hat darauf reagiert und in England letztes Jahr beispielsweise Früchte ins Angebot integriert, in Deutschland mit Bio-Milch geprübelt und offeriert inzwischen allgemein dem Gast Nährwertberechnungen der McDonald's-Meals im Internet. Ab Mai dieses Jahres wird McDonald's Schweiz eine ganze Reihe von neuen, meist auf Salaten basierenden, Menus anbieten. Denn Fastfood muss ja nicht unbedingt ungesund sein. Schnell und convenient in einer Hand lässt sich genauso eine Frucht oder ein Vollkornsandwich konsumieren.

Auf mehr Ausgewogenheit beim Fastfood-Konsum zielen nun die Bemühungen der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE ab. «Fastfood & Gesundheit» nennt sich das dieses Jahr gestartete Projekt der SGE (vormals Schweizerische Vereinigung für Ernährung SVE). Auftraggeber ist das Bundesamt für Gesundheit.

STANDARD-KINDERTELLER IST NICHT IMMER BESSER

Unter «Fastfood» verstehen BAG und SGE hierbei «Schnellgerichte, die verzehrbereit gekauft, meist vor Ort oder unterwegs verzehrt werden und unausgewogen zusammengesetzt sind: sehr fett-, salz- und/oder zuckerhaltig, geringer Anteil an Nahrungsfasern, Vitaminen, Mineralstoffen». Zudem sind die Portionen oftmals zu gross. Die ernährungsphysiologischen Kriterien treffen aber streng genommen nicht nur auf klassisches Fastfood wie einen «Big Mac» zu. Auch ein Schnitzel-Pommes-frites-Gericht oder der Standard-Kinderteller in der Handelsgastronomie aus Nuggets und Pommes frites bietet dem Konsumenten keine optimale Zusammensetzung der Nährstoffe.

Studien zum Thema gesucht

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE sucht für ihren State-of-the-Art-Bericht zum Thema «Fastfood & Gesundheit» (siehe Hauptartikel) noch Studien wie Projektberichte, Diplomarbeiten oder Dissertationen. Wer solches hat, wird gebeten, sich an die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, Fachbereich Ernährungswissenschaften, Effingerstrasse 2, Postfach 8333, 3001 Bern zu wenden oder ein E-Mail an p.muehleman@sgs-ssn.ch zu senden. GSG

Foto: zsg



DAS FASTFOOD-ANGEBOT WIRD AUSGEWOGENER

Das Bundesamt für Gesundheit will das Fastfood gesünder gestalten. Der Zeitpunkt ist gut gewählt: So integriert beispielsweise McDonald's zunehmend Frisches ins Angebot. Die Schweizer können sich ab Mai auf neue Salatteller freuen.

«Der klassische Kinderteller der Gastronomie ist nicht immer ausgewogener zusammengesetzt als typisches Fastfood», urteilt Pascale Mühlemann, Verantwortliche für das Projekt bei der SGE. Besser sähe es schon wieder bei Nudeln mit Pouletbrust und Gemüse aus. Trotzdem konzentriere man sich bei dem Projekt auf Fastfood. «In der klassischen Gastronomie ist die Angebotspalette breiter und man findet praktisch immer auch ausgewogene Menuangebote.»

«WIR WOLLEN FASTFOOD NICHT VERBIETEN»

«Wir wollen das klassische Fastfood nicht verbieten», stellt die Projektleiterin von «Fastfood & Gesundheit» aber klar. Es gehe schlicht um eine Optimierung respektive Ergänzung des bestehenden Angebots und um eine erhöhte Verfügbarkeit gesunder Kost sowie auch um ein optimales Einbetten des Fastfood-Konsums in eine gesunde Ernährung. «Es ist ein Fakt, dass viele junge Leute Fastfood mögen», weiss Mühlemann. «Einmal die Woche ist eine typische Fastfood-Mahlzeit auch kein Problem – wenn sie in eine sonst ausgewogenen Ernährung integriert ist.»

Auf drei Jahre ist das Projekt «Fastfood & Gesundheit» des BAG angelegt. Im Rahmen eines Leistungsauftrages, mit einem Budget im ersten Jahr von 200 000 Franken, wurde die SGE vom BAG zur Durchführung beauftragt. Dieses Jahr geht es erst mal um eine Bestandsaufnahme des Fastfood-Marktes in der Schweiz. Dafür sammelt die SGE gegenwärtig aktiv Daten (siehe Kasten). Weiter wird am 18. Juni dieses Jahres die von der SGE und dem BAG gemeinsam organisierte Nationale Fachtagung* ins Thema einleiten.

Im zweiten Jahr plant man dann auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse Wissensvermittlung durch Info-schüren und Events. Ziel ist bei der typischen Fastfood-Kundschaft, den

15- bis 34-jährigen, die Kenntnisse punkto gesunder Ernährung zu vermehren und ein Bewusstsein für sie zu entwickeln, die dann langfristig in eine Verhaltensänderung bei den Fastfood-Konsumenten münden soll. «Wichtig ist uns, dass gesundes Essen und Trinken bei den Jungen ein positives Image erhalten. Die Info-schüren und Events müssen deshalb unbedingt trendig und attraktiv gestaltet sein», so Mühlemann.

Nägel mit Köpfen will man dann im dritten Projektjahr, also 2006 machen. Man möchte nämlich bei den Fastfood-Anbietern selbst das Angebot ernährungsphysiologisch optimieren respektive erweitern.

«WIR HOFFEN, DASS VIELE ANBIETER MITMACHEN»

Angedacht sind zum Beispiel eine Ergänzung mit Früchten oder mehr Wahlmöglichkeit bei Salaten. Damit der Gast zumindest die Möglichkeit habe, sein Menu ausgewogener zu gestalten und gesundheitlich aufzuwerten, erklärt Pascale Mühlemann. Aber auch die klassischen Fastfood-Menus an sich könnten optimiert

werden. «Eine gute Salatsauce muss keine Kalorienbombe sein», ist die Ernährungsexpertin überzeugt.

Weiteres Ziel ist, dass die Fastfood-Restaurants sich auch bei der Aufklärung beteiligen. «Insbesondere darüber, wie sich Fastfood in eine ausgewogene Ernährung einbetten lässt», lässt Esther Camenzind, Projektverantwortliche seitens des Auftraggebers BAG, verlauten. «Das Ziel unseres Projektes besteht darin, mit der Gastronomie, insbesondere mit Fastfood-Anbietern zusammenzuarbeiten und gemeinsam nach Lösungen zu suchen», so Camenzind weiter. Die Rede ist von Kooperationsprojekten mit Fastfood-Anbietern. «Wir hoffen, dass möglichst viele Fastfood-Anbieter auf den Zug aufspringen», formuliert Mühlemann von der SGE. Und setzt auch gerade die Grenzen des Projektes selbst: «Die Frage ist, wie weit die Fastfood-Anbieter in ihrer Produktwahl und Sortimentsgestaltung gehen wollen und können.»

* Nationale Fachtagung «Fast Food & Gesundheit», Freitag, 18. Juni 2004, 10.00 bis 17.00 Uhr, Kultur Casino Bern; Infos: Telefon 031 385 00 00; info@sgs-ssn.ch; www.sgs-ssn.ch

Fastfood nicht überbewerten

Beim grössten Schweizer Fastfood-Anbieter stossen die Bemühungen des BAG und der SGE auf positives Echo: «Wir sind zuversichtlich, dass auf der Basis der Studienergebnisse für alle Beteiligten neue Erkenntnisse entstehen können, auf denen aufbauend auch ein Kooperationsprogramm möglich ist, lautet die offizielle Stellungnahme seitens McDonald's. Allerdings lobt man das Projekt «Fastfood & Gesundheit» noch nicht zu viel. «Wir begrüßen die Studie, sofern sie die zu untersuchenden Fragen objektiv angeht und tatsächlich auch die für unsere Gesellschaft relevanten Fragen

beantwortet», stellt Werner Mäder, Mediensprecher McDonald's Schweiz, klar. Mäder betont weiter, dass man die Auswirkungen des Fastfoods auf den allgemeinen Gesundheitszustand der Schweizer nicht überbewerten darf. «Nicht einmal ein Prozent aller eingenommenen Essen der Schweizer Bevölkerung finden bei McDonald's statt.» Auch scheint die Empfehlung seitens der SGE, nicht mehr als einmal pro Woche eine klassische Fastfood-Mahlzeit zu speisen, eigentlich die Realität. «Nur sehr wenige essen deutlich mehr als einmal pro Woche bei uns», weiss Mäder. GSG

ZAGG 2004 schon fast ausgebucht

ZAGG 2004. Die 13. Zentralschweizerische Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie ZAGG findet vom 26. bis 30. September 2004 in den Ausstellungshallen auf der Allmend Luzern statt. Die ZAGG stösst auf gutes Echo in der Lieferantenbranche: Bereits über 90 Prozent der Ausstellungsfläche ist ausgebucht. Auch die Publikumszahlen seien in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen, so Fritz Arnet, Medienverantwortlicher der

ZAGG. Das Organisationskomitee für die ZAGG-Messe stellen Roland Bösch, Standchef, Heiri Distel, Rahmenprogramm, Beat Schmidli, Finanzen und Fritz Arnet, PR/Medien. Der Sitz des Sekretariates befindet sich neu in Ballwil.

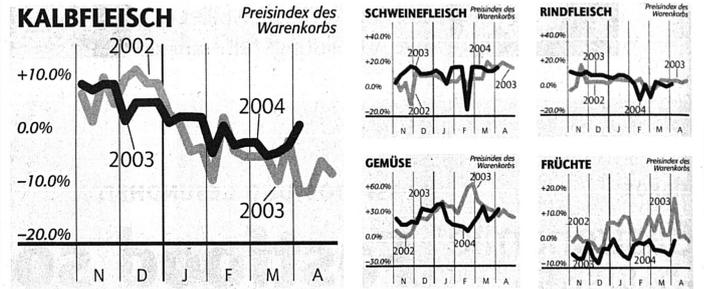
Die 13. ZAGG nimmt den Trend zur Schweizer Qualität auf und widmet die gesamte Ausstellung dem Thema Schweizer Küche. Speziell: Eine TV-Direktübertragung aus der Küche des Inseleospitals in Bern ins ZAGG-Forum soll dem Be-

sucher einen praktischen Einblick in den Alltag einer Spitalküche geben.

Ein wichtiger Bestandteil des Rahmenprogramms ist wieder die internationale Kochkunst-Ausstellung, die in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Kochverband ausgetragen wird. Als Auszeichnung werden Gold-, Silber- und Bronzemedailles mit Diplom, sowie die Gesamtpreise der ZAGG für den besten Einzelaussteller, das beste Team und das beste Schaustück. GSG

PRODINDEX 5. 4. BIS 10. 4. 2004

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodego



HILCONA

Steile Karriere mit viel Frische

Die Hilcona AG nennt sich selbst den führenden Frische-Convenience-Anbieter im deutschsprachigen Raum. Das war nicht immer so. Hervorgegangen ist die Gruppe mit heute fünf Gesellschaften aus der ehemaligen Scana-Konservenfabrik.

GUDRUN SCHLENZCEK

Der heute führende Anbieter im Bereich Frische-Convenience im deutschsprachigen Raum hat eine steile Karriere hinter sich. In den letzten drei Jahren konnte Hilcona mit Sitz im liechtensteinischen Schaan den Gruppenumsatz um knapp 20 Prozent auf 304 Mio. Franken im Jahr 2003 steigern. Jährlich produziert die Firma rund 60 Mio. Kilo Lebensmittel, davon 20 Mio. Frischpizzen und 8 Mio. tagesfrische Sandwichs. 62 Prozent des Umsatzes entfielen 2003 auf Frische-Convenience.

VON DER KONSERVENFABRIK ZUM FRISCHE-ANBIETER

Der Anteil an Fertiggerichten, die keine Tiefkühl- oder Konservenware sind, war bei Hilcona nicht immer so hoch. Anfang der Neunzigerjahre machte die haltbare Convenience (Konserven) noch 67 Prozent des Umsatzes aus. Heute steuert dieser Bereich lediglich 25 Prozent des Umsatzes bei und macht somit bei Hilcona inzwischen den kleineren Teil des Umsatzes aus. Die Verhältnisse zwischen frischer und haltbarer Convenience haben sich gemäss den allgemeinen Verbrauchergewohnheiten innerhalb von gut zehn Jahren bei der Liechtensteiner Firma also genau umgekehrt. Weitere 13 Prozent des Hilcona-Umsatzes entfielen letztes Jahr auf Tiefkühl-Convenience.

Dabei liegen die Wurzeln der Firma in den Dosenwaren: 1935 gründete Toni Hilti die Scana Konservenfabrik in Schaan. Bereits 1973 wurde die Firma in Hilcona AG (steht für Hilti-Convenience-Nahrungsmittel) umbenannt. Hilcona ist ein Familienunternehmen und wird heute von den Söhnen des Gründers, Ekkehard und Jürgen Hilti geleitet.

71 PROZENT DES UMSATZES NOCH IM INLAND

Inzwischen zählen zur Hilcona-Gruppe folgende Tochterfirmen: Hilcona AG in Schaan, Hilcona Gourmet SA in Orbe, Hilcona Fresh Express in Lupfig, Hilcona Feinkost GmbH in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart, Hilcona France SA, Montélimar. Das Inlandgeschäft (Schweiz und Liechtenstein) bestreitet 71 Prozent des Umsatzes, der Export – vor allem nach Deutschland – 29 Prozent.

FRESH EXPRESS

Menu vom Kiosk von nebenan

Klassische Gastrozulieferer gehen mit ihrer Marke zunehmend direkt an den Point-of-Sale. Der jüngste Coup stammt von Hilcona. Der Leader im Bereich Frische-Convenience stellt Kiosken und Convenience-Stores Kühlregale mit den eigenen Produkten in den Shop.

GUDRUN SCHLENZCEK

War der so genannte Impulsmarkt früher bestimmt durch einen mittels äusserer Impulse bedingten Gelegenheitskauf, so ist er heute weitgehend zielgerichtet: Der Konsument sucht seinen Imbiss oder seinen schnellen Einkauf für zu Hause regelrecht in einschlägigen Betrieben, beim Bäcker, Metzger, Convenience-Store oder Tankstellenshop. Diese Betriebstypen haben in den letzten Jahren kräftig an Beliebtheit gewonnen, wie eine Studie der McKinsey & Company Inc. in Deutschland zeigt: Der Anteil der Essensfälle in Imbissbetrieben, beim Bäcker und Metzger und in Fastfood-lokalen am gesamten Ausser-Haus-Konsum hat sich von 19,2 Prozent im 1991 auf fast 40 Prozent im 2002 verdoppelt. In erster Linie auf Kosten der klassischen Gastronomie, deren Anteil im selben Zeitraum um 18 Prozent auf 50 Prozent sank.

Die Zulieferindustrie schaut nicht einfach zu, sondern macht sich das Impulskaufverhalten zu Nutze. Seit einiger Zeit stolpert man an Tankstellenshops über Abverkaufsregale der Grossbäcker wie Hiestand, Romer's oder DéliFrance.

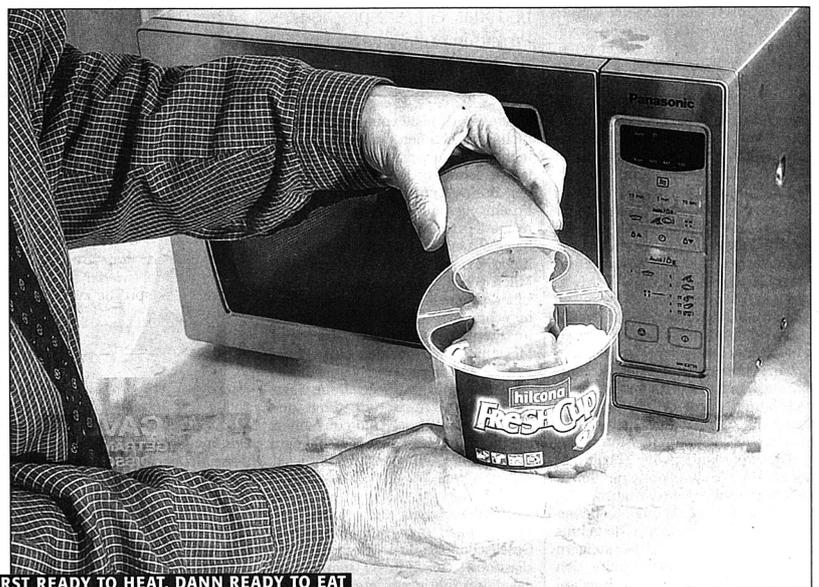
VON «READY TO EAT» BIS «READY TO HEAT»

Aber nicht nur Backwaren eignen sich. Frische-Convenience, wie man sie bereits aus den Kühlregalen des Lebensmittel-Einzelhandels kennt, paart sich nun ebenfalls am Kiosk neben die Zeitungen. Hilcona ist die Firma, die dieses Potenzial für sich entdeckt hat und interessierten Kiosken oder Convenience-Stores ein Kühlregal für den Abverkauf der haus-eigenen Convenience-Produkte stellt. «Fresh Express» heisst die Lösung, genauso wie die Marktorganisation des Liechtensteiner Herstellers, die um die Frische-Logistik besorgt ist.

Unter 200 Frisch-Convenience-Produkten hat der Wiederverkäufer die Wahl: Zwischen Sandwiches in vier Preiskategorien, Salaten und Fertiggerichten. Unterschieden wird nach «ready to eat» und «ready to heat». Die erste Produktgruppe ist für den Sofort- oder Unterwegskonsum gedacht. Letztere vor allem als «Home-use»-Produkt.

Erhitzt werden kann aber auch in der Mikrowelle am Point-of-Sale selbst – und fertig ist das warme Ein-biss-Zwei-Komponenten-Menü. Damit eignet sich die neue Hilcona-Lösung genauso für die Gemeinschaftsver-

Foto: zvg



ERST READY TO HEAT, DANN READY TO EAT

Die Pasta im neuen Zweikammerbecher zum Erhitzen von Hilcona gibts jetzt am Automaten oder im Hilcona-Kühlregal am Kiosk zu kaufen. Damit sucht der Leader im Bereich Frische-Convenience eine Antwort auf die neuen Konsumgewohnheiten.

pflege, wie zum Beispiel für Cafeterien in der Betriebsverpflegung.

Hilcona, hat sich vor allem punkto Verpackung bei Fresh Express Neues ausgedacht. Ganz innovativ daher kommt der so genannte «Fresh Cup»: Ein kühlfrisches Pastaprodukt im Zwei-Kammer-Knickbecher aus Pasta plus Sauce. Das Zwei-Komponenten-Pasta-Gericht lässt sich in der Verpackung in zwei Minuten in der Mikrowelle erhitzen. Den Fresh Cup gibt es in der Single-Portionsgrösse (250 g respektive 290 g) in vier Variationen: Tortellini alla Panna, Gnocci Pomodoro Verdura, Tortellini Parmigiano Rosso, Fusilli Alfredo.

«DIE KONSUMTRENDS ZWINGEN UNS DAZU»

Mit Fresh Express tritt der Liechtensteiner Convenience-Produzent mit seiner Marke direkt an den Endkonsumenten heran. Der Ausbau des Snack- und Home-Delivery-Marktes macht den Gastro-Lieferanten damit auch zum Konkurrenten seiner eigenen Gastronomie-Kunden.

Doch der Kommunikations-Verantwortliche bei Hilcona in Schaan, Markus Weisskopf, erläutert: «Hilcona Fresh Express entspricht lediglich einem allgemeinen Konsumtrend, dem wir folgen.» Und da sei jetzt höchste Zeit: «Die Zulieferer des Impulsmarktes im Frische-Bereich sind sich erst am finden.» Da heisst es, den Zug nicht zu verpassen. Schliesslich geht es in der Schweiz um 10 000 Convenience-Verkaufsstellen. Derzeit sind zirka 35 solcher Fresh-Express-Verkaufsvitrinen im Einsatz. Hilcona will die Anzahl bis Ende Jahr mehr als ver-

doppeln. Deshalb hat Hilcona auch auf Anfang Jahr die Tochter Fresh Express mit Sitz im aargauischen Lupfig gegründet. Fresh Express ist aus Johnny's Best hervorgegangen.

An Johnny's Best hat Hilcona bereits vor zwei Jahren die Mehrheitsbeteiligung übernommen und nun, mit der hundertprozentigen Übernahme, die Firma in die neu gegründete Hilcona-Marktorganisation Fresh Express integriert.

KAUM EINE GEFAHR FÜR DIE GASTRONOMIE

Die Sandwiches werden aber nicht in Lupfig, sondern in Orbe im Frischpizzawerk Hilcona Gourmet SA hergestellt. Die Sandwichproduktion in Orbe wurde 2002 in Betrieb genommen und stösst heute jährlich 8 Millionen Sandwichs aus. Die Sandwichs mit dem Hilcona-Brand findet man aller-

dings nicht nur in den Hilcona-Kühlregalen am Kiosk und an Tankstellen, sondern ebenso in den Automaten der Selecta. Denn Hilcona fungiert seit letztem Jahr als Exklusiv-Lieferant im Bereich Frische-Convenience für den Leader im Vending-Segment.

Doch die Konkurrenz für die Gastronomie aufgrund solcher «Ready-to-eat»- und «Ready-to-heat»-Promotionen ist nicht zu überzubewerten: Der gesamte Sandwichmarkt in der Schweiz wird heute auf 280 Mio. Franken pro Jahr geschätzt. Das ist fast vernachlässigbar bei einem gesamten Ausser-Haus-Konsum – gemäss Marketinggold-Studie – von um die 16 Mia. Franken (entspricht zirka dem Gastro-Kuchen). Der Total-Umsatz mit Frische-Convenience (Fertiggerichte, die keine Tiefkühl- oder Konservenware sind) in der Schweiz wird bei Hilcona wiederum auf um die 400 Mio. Franken geschätzt.

Kühlregal als Verkaufsförderer

Das Hilcona-Unternehmen Fresh Express in Lupfig ist ein Frische-Logistiker: Das Ausfahren der Ware, ein Sortiment von 200 Frisch-Convenience-Produkten, erfolgt täglich national mit hauseigenen Kühlfahrzeugen. Ein mehrsprachiges Call-Center nimmt sieben Tage pro Woche Bestellungen entgegen. Der Wiederverkäufer wird mit Verkaufsfördermitteln am Point-of-Sale unterstützt. Zum Beispiel mit dem Kühlregal.

Der Einsatz eines solchen Kühl-schranks wird über eine Rückver-

gütung finanziert. Wenn der Shopbetreiber pro Tag rund 50 Sandwichs oder einfach Produkte aus dem Fresh-Express-Sortiment verkauft, dann ist die Kühlvitrine in spätestens 2 Jahren amortisiert.

Die Einkaufspreise der Sandwichs liegen zwischen 3 und 5 Franken, je nach Sorte. Hilcona kommuniziert Verkaufs-Richtpreise und unterteilt die Sandwichs in vier Kategorien: Favorite, Classic, Extra und Special. Damit sowohl dem Händler als auch dem Konsumenten die Wahl leichter fällt. GSG

AUSBILDUNG

«Es wird schon alles wieder gut»

Wie erleben die Lehrlinge des Gastgewerbes ihre Lehrzeit? Die angehende Gastronomie-Fachassistentin Ursula Müller musste sich einer Knieoperation unterziehen. Trotz starker Schmerzen stand für sie der Abbruch der Lehre nie zur Diskussion.

Foto: Hedwig Schaffer



ANGEHENDE GASTRONOMIE-FACHASSISTENTIN

Nach ihrer Knie-Operation freut sich Ursula Müller auf das Wiedersehen mit ihren Arbeitskolleginnen und -kollegen.

HEDWIG SCHAFFER

«Die Krücken sind meine treuen Begleiter. Zum Glück nicht mehr für lange Zeit. Bald werde ich sie in eine Ecke stellen und wieder im Worbener Seminarhotel Worbenbad arbeiten können. Mein operiertes Knie schmerzt zwar noch, und in den ersten Tagen nach der Operation war ich auch seelisch fast am Ende.

Lehrlinge

Doch nun freue ich mich auf das Wiedersehen mit meinen Arbeitskolleginnen und -kollegen. Seit mehr als zwei Monaten bin ich nun wegen dieser Kniegeschichte arbeitsunfähig. Ich hatte dabei stets ein schlechtes Gewissen, denn mir war sehr bewusst,

dass ja die anderen für mich einspringen mussten. Und ich machte mir natürlich öfter auch Vorwürfe,

obwohl mich Frau Bühler, meine Chefin, immer wieder tröstete und mir sagte, es spreche zwar für mich,

dass ich mir solche Gedanken mache, doch es sei ja nicht meine Schuld, dass ich aussetzen müsse.»

Anzeige

CAVE
GETRÄNKE
BOISSONS

NON-FOOD

Sortimentsvielfalt
Assortiment diversifié

HOWEG
leur Gastronomie-Spezialist - Votre spécialiste de la gastronomie

Reservatstrasse 1
8953 Dietikon
Tel. 01 746 55 55
Fax 01 746 55 56
www.howeg.ch

FOOD

TK-PRODUKTE
PRODUITS
SURGÉLÉS

FRISCH-PRODUKTE
PRODUITS
FRAIS

«Als ich am 1. August 2003 mein zweites Lehrjahr als Gastronomie-Fachassistentin startete, wusste ich nicht, was mich erwartete. An diesem Tag hatte sich meine Situation positiv verändert. Ich war nicht mehr der Unterstift: Mein Arbeitgeber, Herr Sardi, hatte gleich drei neue Lehrtöchter eingestellt. Ich konnte diesen Girls zeigen und erklären, was ich in meinem ersten Lehrjahr gelernt hatte. Gleichzeitig wurde mir mehr Eigenverantwortung übertragen: In ruhigeren Zeiten war ich oft sogar allein im Service tätig. Die Arbeit gefiel mir immer besser – ich durfte auch beraten, verkaufen und kassieren. Die Kombination Service und Hauswirtschaft ist für mich ideal: Zu 70 Prozent arbeite ich während der Lehre in den Restaurants und zu 30 Prozent auf der Etage. Am Service gefällt mir vor allem der Kontakt mit der Kundschaft – an der Hauswirtschaft die geregelte Arbeitszeit.»

«Alles ging nach Plan. Doch im letzten November spürte ich erstmals, dass mit meinem Knie etwas nicht mehr in Ordnung war: Ich hatte auf einmal Beschwerden, wenn ich Treppen stieg oder schwerere Lasten trug. Richtig schlimm wurde mein Zustand an Silvester 2003: Diesen strengen Einsatz konnte ich nur noch dank Schmerztabletten bewältigen.

In den darauf folgenden drei Tagen konnte ich meine Arbeit fast nur noch humpelnd erledigen. Dabei erwiesen sich die mit mir zusammen arbeitenden Angestellten als sehr rücksichtsvoll. Und die Chefin liess mich jeweils sogar früher als vorgesehen nach Hause gehen, damit ich die Füsse hoch lagern konnte. Anschliessend hatte ich eine Woche Ferien. Doch statt abzuklingen, verschlimmerten sich die Schmerzen sogar noch.»

«Nun begann meine Odyssee von Arzt zu Arzt. Offenbar war es schwierig, eine Diagnose zu stellen. Erst hiess es, ich hätte eine Entzündung. Schmerzen im Hüftgelenk kamen dazu, und ich erhielt Krücken. Ich konsultierte einen Physiotherapeuten – das Knie wurde geröntgt. Danach

diagnostizierte ein Orthopäde einen angerissenen Meniskus. Während der Operation stellte sich jedoch heraus, dass der Meniskus intakt war, während eine Schleimhautfalte und ein kleiner Knorpel die Schmerzen verursachten. Wieso das passieren konnte, weiss ich nicht. Die Ärzte meinen, ich hätte wahrscheinlich einen harten Schlag gegen das Knie erhalten. Doch ich kann mich mit dem besten Willen nicht an etwas Derartiges erinnern.»

«Wichtig ist für mich nur, dass ich während dieser Leidensgeschichte nie – auch nicht eine Sekunde lang – an einen Abbruch meiner Lehre dachte, obwohl ich bei der Arbeit viel laufen und stehen muss. Und jetzt, wo ich das Ganze bald hinter mir habe, bin ich froh, dass ich wenigstens in der Schule nichts verpasste: Ausser am Operationstag konnte ich sie immer besuchen. Und ich habe die unfreiwillige Freizeit genutzt, um mich auf die theoretische Autofahrprüfung vorzubereiten. Bislang holten mich meine Eltern jeweils mit ihrem Auto ab, wenn ich Spätdienst hatte und kein Bus mehr zwischen meinem Arbeitsort Worben und meinem Wohnort Ipsach verkehrte. Sobald ich das Permis habe, werden mir die Eltern das Auto für solche Fahrten überlassen.»

«Neu werde ich in Zukunft auch im Frühdienst eingesetzt. Dieser Dienst dauert von 6 Uhr früh bis um 15 Uhr. Wechselnde Dienstzeiten sind für mich kein Problem: Ich zähle mich je nach Bedarf zu den Morgenmenschen oder zu den Nachtaktiven.

Schwieriger ist meine unregelmässige Arbeitszeit allerdings für meinen Freund: Als Sanitärinstallateur ist er an einen geregelten Rhythmus gewöhnt, und es stört ihn vor allem, wenn ich an Wochenenden arbeiten muss. Genau aus diesem Grund ist unsere Freundschaft schon einmal in die Brüche gegangen. Doch jetzt, wo wir wieder zueinander gefunden haben, habe ich ihm erklärt, dass er sich mit meiner Arbeitszeit abfinden muss. Die Lehre geht vor, und er weiss es.»

«Meine Chefin hat sich die ganze Zeit um mich gekümmert. Sie hat mir oft telefoniert, und wenn sie merkte, dass ich bedrückt war, schickte sie mir anschliessend ein SMS mit den tröstenden Worten: «Es wird schon alles wieder gut.» Froh bin ich auch, dass ich die ausgefallene Lehrzeit nicht nachholen muss. Dies wäre nur nach einer Abwesenheit von mindestens sechs Monaten der Fall.

Viel Interessantes steht mir jetzt noch bevor: Ich träume nach wie vor davon, eine Zeitlang in der Réception eingesetzt zu werden – auch um den Computer bedienen zu lernen. Auch was meine Zukunftspläne betrifft, hat sich nichts geändert: Nach der Lehre möchte ich einen Auslandsaufenthalt einschalten oder in einem touristischen Ort eine Saisonstelle annehmen. Und nach wie vor träume ich davon, eine Zeitlang in einem Ferienort als Animatorin zu arbeiten – Kinder zu betreuen und abends in einer Tanzshow mitzuwirken. Denn ich liebe Kinder und tanze fürs Leben gern.»

Lehre-Begleitung

Die Htr interviewt in grösseren Zeitabständen einen Lehrling und eine Lehrtöchter der Branche und protokolliert die Antworten in deren gesprochenen, lebendigen Sprache. Für die Arbeitgeber dürfte ein Blick in die Welt und das Wesen von motivierten jungen Leuten interessant sein. HS

Weinmacher & Küchenchefs

Zürich,
Wirtshaus Neumarkt, Neumarkt 5.

27.4.: Degustation von 15 - 19.30 Uhr.
27.4.: Diner ab 19.30 Uhr.

Veranstalter: Gomes Weine AG, Basel,
René Zimmermann, Wirtshaus Neumarkt.
Aus der Küche: ein portugiesisches Menü
vom Neumarkt und Cédric Blanc/Portugal.
Aus dem Keller: Weine aus Portugal.
Preis: pro Person Fr. 80.00, inkl. Wein.
Anmeldung: für das Diner bis 22.4.04:
Wirtshaus Neumarkt, Tel. 01 252 79 39.

6.5.: Seminar. Mit Hans Bättig, Luzern.
Portugiesische Rebsorten und Weintypen.
Von 19 - 21 Uhr. Pro Person Fr. 60.00.

17.5.: Seminar. Mit Stefan Keller.
Von jung zu alt: die Reifung des Weines.
Von 19 - 21 Uhr. Pro Person Fr. 60.00.

24.5.: Seminar.
Portwein und Käse und Dessert.
Mit Susanne Plüss und Eric von Burg.
Von 19 - 21 Uhr. Pro Person Fr. 60.00.

Basel,
Restaurant eo ipso, Dornacherstr. 192.

28.4.: Degustation von 15 - 20 Uhr.

29.4.: Degustation von 15 - 19 Uhr.

29.4.: Diner ab 19.30 Uhr.

In der Küche: eo ipso, Andreas Schür-
Mann vom Restaurant Schürmann's,
Dominic Lambelet vom Restaurant
Gundeldingerhof sowie Cédric Blanc.
Aus dem Keller: Weine aus Portugal.
Preis: pro Person Fr. 80.00, inkl. Wein.
Anmeldung: für das Diner bis 22.4.04:
Restaurant eo ipso, Tel. 061 333 14 90.

Anwesend aus Portugal: Quinta do Portal,
Quinta do Côtto, Quinta da Casa Amarela,
Quinta do Crasto, Luis Pato, Quinta de
Pancas, J.M. da Fonseca, Herdade do
Esporão, Quinta do Mouro, J.P. Ramos.
Aus Spanien: Celler Coop. de Capçanes.
Aus Frankreich: Château de la Cour.

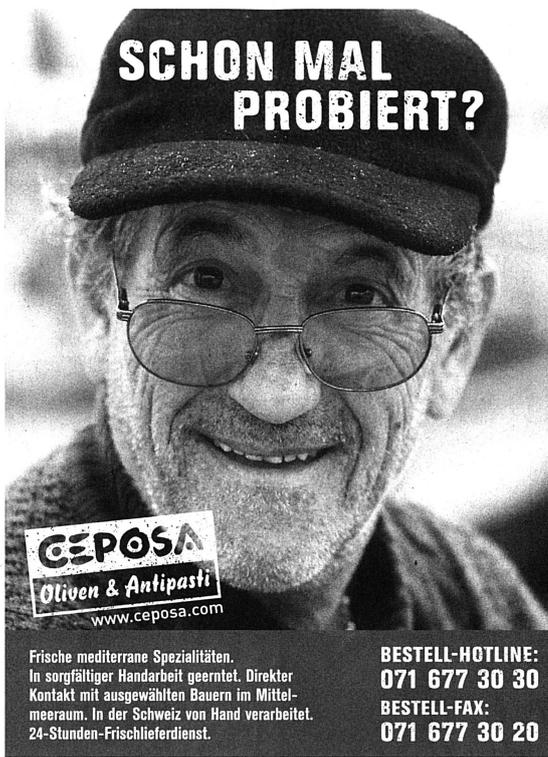
Anmeldung zu den Degustationen
Mit Anmeldung Eintritt frei, ohne Fr.
30.00. Bis 22.4.04 bei Gomes Weine AG.

Anmeldung zu den Seminaren
Bis 28.4.04 bei Gomes Weine AG.

Gomes Weine AG

Spalenring 150, 4002 Basel
Tel. 061 303 04 50, Fax 061 303 04 54
www.gomes-weine.ch

SCHON MAL PROBIERT?



CEPOSA
Oliven & Antipasti
www.ceposa.com

Frische mediterrane Spezialitäten.
In sorgfältiger Handarbeit geerntet. Direkter
Kontakt mit ausgewählten Bauern im Mittel-
meerraum. In der Schweiz von Hand verarbeitet.
24-Stunden-Frischlieferservice.

BESTELL-HOTLINE:
071 677 30 30

BESTELL-FAX:
071 677 30 20

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhren

ab Fr. 598.-
rechnende Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- inkl. MwSt.
Stets rev. Occ. mit Garantie.

Jäggi+Co., Uhrenanlagen
Lyss: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61
www.jaeggi-co.ch

160525/030280

Zu verkaufen

Piano-Disc Mod PDS-128 electro Schönes Flügelklavier, weiss

spielt von allein mit Yamaha-Disketten
«Die günstigste Unterhaltung im Res-
taurant, an der Bar oder in der Halle».
Kann auch als normaler Flügel benutzt
werden.

Neuwert Fr. 24.000.-/
Verkaufspreis Fr. 9000.- (+Transport)

Hotel Elite Biel
Jean-Claude Bondolfi,
Telefon 032 328 77 77

161326/4936

www.boxspringbetten.ch

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

CAENG
POLSTERMÖBEL

Polstermöbel

Objektbestellungen

Sitzpolster

Matratzen



DER HOTEL-EINRICHTER

Im Zentrum 14

9542 Münchwilen

Tel. 071 966 20 22

www.moebel-caveng.ch

Restaurationen von:

Stühlen/Eckbänken

Polstermöbel

GOLF HOTEL VERBIER

(anc. Grand-Combin)

Cessation d'activité

Grande vente de liquidation

Tout matériel d'hôtellerie et de restauration.
Matériel de cuisine, frigos, fours, passe-plats,
robot Anliker.
Mobilier divers: lits, armoires, chaises, fauteuils,
divans, etc. Luminaires, mobilier de salles de
bains, appareils sanitaires. Central téléphonique
avec 34 postes (Open phone DETEWE).
Sauna, hammam, matériel de fitness.
Armoires à skis. Machines et matériel
de buanderie, lingerie. App. Jeronimo.
Bar et accessoires. Salons Saporiti.
Argenterie, verrerie. Portes de chambres
en massif. Porte-fenêtres balcons Kiefer.
Divers meubles et tapis anciens.
Objets de décoration et collections.
Meubles de jardin. Salle de conférence équipée.
Appartements privés complètement aménagés
avec cuisine Salle d'eau, jacuzzi, douches
et robinetterie Rolex.
Tout, absolument tout est à vendre!

Portes ouvertes les 16, 17 et 18 avril.
Enlèvement des objets du 27 avril au 1er mai.
Visites dès le 1er avril et sur rendez-vous.

Pour tout contact:
Jacques Bessard à Verbier,
Golf Hotel, Tél. 027 771 65 15,
Fax 027 771 14 88

161276/35718

Über Internet und nette Gäste.

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

Anzeigenschluss über die Feiertage – Doppelnummern der hotel+tourismus revue

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



Branchenfachbücher

Online-Fachbuchshop. Die Betreiber der Internet-Site www.buchundgast.de versprechen lern- und informationsinteressierten Branchenfachleuten «alles, was für die Gastronomie lesens- und wissenswert ist».

Im Sortiment enthalten sind Fachbücher von Architektur über Personalplanung bis hin zum Zimmerservice. Ob Lehrling, Koch oder Hoteldirektor, im grössten deutschen Online-Fachbuchshop sollen alle Branchenpersonen das für

ihre Bedürfnisse passende Buch finden können: Neben aktuellen Neuerscheinungen und bewährter Fachliteratur legt das Team von buchundgast.de besonderen Wert auf Publikationen, die anderswo nur schwer erhältlich sind. So sind die Bände der Interhoga-Schriftenreihe über den Buchhandel normalerweise nicht zu bekommen – ebenso wie viele andere in kleinen Verlagen erschienene Praxis-Bücher. *MJP*

www.buchundgast.de

Gastgewerbe-Fachmesse

München. Bayerns neue Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, die Hoga München, findet vom kommenden 25. bis 28. April statt. Rund 400 Aussteller informieren auf 35 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche über ihre Produkte und Neuheiten. Ins Messegesehen eingebunden wird ein vielfältiges Rahmenprogramm mit Wettbewerben, Sonder-schauen, Vorträgen und Podiumsdiskussionen. *MJP*

«Chancen – in Beruf und Arbeit»

Gastgewerbe-Berufe. Küchenchef oder lieber Food & Beverage Manager? Welche Tätigkeiten gibt es im Bereich Facility Management? Wie nach einer Weiterbildung den gewünschten Job finden? Je qualifizierter die Weiterbildung, desto besser die Aussichten: «Gastronomie und Hauswirtschaft/Facility Management» ist das zweite Heft der neu erschienenen 32-teiligen Heftreihe «Chancen in Beruf und Arbeit». Es bietet den Berufsleuten dieser Branchen pro-

fessionelle Informationen über Berufe, Funktionen und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Weiter zeigt es auf, weshalb es im Gastgewerbe innovative Profis braucht und weshalb die Subbranche Hauswirtschaft/Facility Management vermehrt auf gut ausgebildete Berufsleute angewiesen ist.

Erklärt werden im Heft (40 Seiten, Format A4, 15 Franken) des Schweizerischen Verbandes für Berufsberatung (SVB-ASOSP) die Entwicklungstendenzen der Berufsbranche und

deren Positionierung im wirtschaftlichen Umfeld mit Hinweisen auf den Arbeitsmarkt.

Einen weiteren inhaltlichen Schwerpunkt bilden Laufbahnbeispiele aus der Praxis, die die unterschiedlichen Facetten von Berufswegen aufzeigen, wie auch die Weiterbildungsmöglichkeiten: Tabellarische Darstellung von Ausbildungswegen mit Kursen und Lehrgängen, Abschlüssen, Adressen sowie Internet-Links. *MJP*

Informationen: www.chancen.ch

WÄDENSWIL

International Olive Congress

An der Hochschule Wädenswil fand der «3. International Olive Congress» statt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand der «International Olive Oil Award 2004». Zwei Olivenöle wurden mit der «Goldenen» und zwanzig mit der «Silbernen Olive» ausgezeichnet.

MARTIN J. PETRAS

Produzenten, Importeure und Einzelhändler aus acht verschiedenen Ländern hatten zum «International Olive Oil Award 2004» an der Hochschule Wädenswil insgesamt 104 Olivenöle «Extra Vergine» zur Beurteilung eingereicht, 20 mehr als im Vorjahr.

Geschult nach den Vorgaben des «International Olive Oil Council» (IOOC) degustierten die Olivenöl-Experten der Hochschule Wädenswil (HSW) die Proben und nahmen «objektive sensorische Beurteilung natürlicher Olivenöle der Ernte 2003/04» vor.

GOLDENE UND SILBERNE OLIVEN VERLIEHEN

Mit dem Prädikat «Goldene Olive» wurden zwei Olivenöle ausgezeichnet: «L'Olio d'Oliva di Benardo», Giovanni & Ezo Di Benardo, Ribera/1 sowie «Chiarello», Azienda Agricola Pietro Cirrincione, Baucina/1 ausgezeichnet. Weitere zwanzig Olivenöle erhielten die Auszeichnung «Silberne Olive». Die prämierten Produzenten erhielten ein Zertifikat sowie die Berechtigung zum Druck von Etiketten mit dem entsprechenden Logo. Die 104 eingereichten Olivenöle, von denen 101 der Güteklasse «Extra Vergine» zugeordnet waren, verteilten sich auf insgesamt acht Nationen; die wichtigsten Teilnehmerländer waren Italien (60,6%), Griechenland (23,1%) und Spanien (11,5%).

TRANSPARENT AUF DEM OLIVENÖLMARKT

Die Olivenöl-Prämierung kürzlich fand im Rahmen des «3rd International Olive Oil Congress» statt, einer Veranstaltung welche in diesem Jahr «Olivenöl – Produktion und Konsumation» thematisierte. Der jährliche Anlass zu Fragestellungen rund um Oliven und Olivenöl dient Experten und interessierten Konsumenten als Diskussions- und Informationsplattform. Das Ziel der Bewertungen sind Transparenz auf dem Olivenölmarkt und die nachhaltige Qualitätsverbesserung der Olivenöle «Extra Vergine». Gleichzeitig sollen die Veranstaltungen einen repräsentativen Überblick über die Qualität des Olivenölangebotes auf dem Schweizerischen und dem EU-Markt bieten.

www.oliveoilaward.ch

GASTROSZENE USA, STARBUCKS

Neue Tochtergesellschaft soll Food-Service ausbauen

Starbucks sucht neue gastronomische Absatz- und Umsatzkanäle. Nachdem immer mehr amerikanische Fastfood-Ketten mit anspruchsvollen Kaffeeangeboten dem Kaffee-Konzern aus Seattle Konkurrenz machen, will man jetzt selbst den Food-Bereich erweitern.

HARALD WEISS

Starbucks schloss den Februar 2004 als einen der besten Monate in der Firmengeschichte ab. Um 23 Prozent höher war der Monatsumsatz gegenüber dem Februar 2003 ausgefallen. Zwar ging davon ein grosser Teil auf die vielen Neueröffnungen zurück, doch auch der Umsatz mit den bestehenden Coffeeshops konnte um stolze 13 Prozent gesteigert werden.

Doch Starbucks-Chef Howard Schultz warnte die New-Yorker Analysten vor zu viel Euphorie: «Diese rasante Umsatzentwicklung ist auf Dauer nicht zu halten», schrieb er in seiner Stellungnahme zu dem Monatsergebnis. Schultz hat viele Gründe für eine derart eindeutige Umsatzwarnung. Einer davon ist der zunehmende Konkurrenzdruck, vor allem von den Fastfood-Ketten. Selbst McDonald's und jüngst auch die bislang im Low-End-Segment angesiedelten Dunkin Donuts haben der weltweit grössten Coffeehop-Kette mit anspruchsvollen Espresso- und Cappuccino-Angeboten den Kampf angesagt.

BIS ANNHIN GERINGES SPEISEANGEBOT

Das Speiseangebot in den weltweit 7000 Starbucks-Shops war bislang

Foto: Inaja Keetmann



BALD MIT ERWEITERTEM FOOD-ANGEBOT?

Starbucks gründete eine neue Tochtergesellschaft für Food-Service, die Produkte und Dienstleistungen im Food-Segment entwickeln soll.

sehr gering. Beispielsweise gibt es in den 5000 US-Shops nur eine magere Auswahl von meist ausgetrockneten Kuchenteilen und abgepackten Sandwichs. «Ich hole mir immer ein frisches Sandwich nebenan bei «Pick a Bagel» und trinke dann bei Starbucks meinen Cappuccino dazu», sagt Erica Sanders, die sich täglich im «Starbucks» am Broadway auf ihre Probe vorbereitet. So machen es viele Amerikaner.

PIZZA-VERPACKUNGEN AUF DEN TISCHEN

Häufig liegen auf den «Starbucks»-Tischen mehr zurückgebliebene Hamburger- und Pizza-Verpackungen herum als Starbucks-Kaffeebecher. Das scheint inzwischen nicht nur die Gäste zu stören, sondern ist auch dem Starbucks-Management ein Dorn im Auge geworden. So wurde am Hauptstandort Seattle eine neue Tochtergesellschaft für Food-Service gegründet, die neue Produkte und Dienstleistungen im Food-Segment entwickeln soll. Auf der Liste stehen Catering-Angebote für Universitäten, Hotels, Motels, Büros und Cafeterias wo man bereits mit der Starbucks-Marke ein gutes Image hat.

«Wir haben verschiedene Massnahmen getroffen, damit unsere Geschäftskunden gemeinsam mit uns ihren Umsatz steigern können», sagt John Culver, Chef des Starbucks-Foodservice-Bereichs. Dazu gehört

zunächst ein besserer Service und eine bessere Qualität bei den bestehenden Produkten, also vor allem Gebäck, Sandwich und Salate. «Unsere Mitarbeiter wurden neu geschult, damit die Qualität der Produkte und der Service unseren hohen Ansprüchen gerecht wird», bestätigt Culver die notwendigen Massnahmen.

Marketingmässig baut das neue Programm auf dem bereits bestehenden Kaffee-Service auf, der in den USA unter dem Label «We proudly brew...» bekannt ist. Bei diesem vor allem von Firmen-Cafeterias genutzten Dienst liefert Starbucks verschiedene Kaffeesorten, die in das Hauptangebot integriert werden.

VORLÄUFIG NOCH KEINE VERÄNDERUNGEN

Damit gibt es vorläufig noch keine Änderungen im Speiseangebot der einzelnen Coffeeshops. So wird auch das Broadway-Sternchen Erica Sanders weiterhin das Sandwich woanders einkaufen, bevor sie sich zu Starbucks begibt. Doch amerikanische Fastfood-Experten meinen, dass sich das schon bald ändern könnte.

«Auf Dauer kann Starbucks die zunehmende Konkurrenz von den Sandwichketten nur durch eine massive Gegenoffensive abwehren», sagte Peter McCabe, F&B-Consultant in Atlanta. Damit meint er die Ausweitung des Food-Angebotes in den Coffee-

shops und eine deutliche Umsatzsteigerung auf diesem Gebiet, denn im vorigen Geschäftsjahr betrug der Umsatzanteil im Food-Segment nur magere 12 Prozent. «Da steckt noch verdammt viel Entwicklungspotenzial drin», ergänzt McCabe seine Einschätzung.

IMMENSE INVESTITIONEN WÄREN NOTWENDIG

Doch nicht alle Marktexperten teilen die Ansicht von McCabe. Vor allem die New-Yorker Analysten sind skeptisch. «Die Investitionen in die Betriebe für ein anspruchsvolles Sandwichangebot oder gar warme Speisen wären immens», sagt Neal Cohen, Analyst bei Thomas Weisel & Partners, «es ist eben einfacher in einem Hamburger-Grillbetrieb eine Espressomaschine aufzustellen als umgekehrt». Damit spielt er auf die jüngsten Bestrebungen der Fastfood-Kette Subway an, die ihr Angebot mit anspruchsvollen Espresso ergänzen will und dafür eigens in der Schweiz hochwertige Espressomaschinen der Weltord hat.

Cohen geht sogar noch einen Schritt weiter: «Bei einer derart gravierenden Angebotsvergrößerung müsste Starbucks das Prinzip der Filialbetriebe endgültig zugunsten eines Franchisekonzeptes umstellen, dafür aber sehe ich vorläufig keine Mehrheit bei den Aktionären.»

«Le Boucher Corpaato» in Zürich



Zürich. Der malende «Fleisch-Botschafter» aus Fribourg, «Le Boucher Corpaato», stellt seine Werke von April bis Ende September im Restaurant Au Premier im 1. Stock des Hauptbahnhofs Zürich aus. Der Metzgermeister, Koch und Künstler Corpaato begann 1984 zu malen. Seine Werke wurden bereits an zahlreichen Ausstellungen in aller Welt präsentiert. Anlässlich der Eröffnungs-Vernissage: Martin Candrian, Candrian Catering AG, mit «Boucher Corpaato». **MJP**

Werbeauftraggeber des Jahres

Rothrist. Die Getränkeherstellerin Rivella AG ist zum «Werbeauftraggeber des Jahres 2004» in der Kategorie Food gewählt worden. Im Rahmen einer Studie der «Handelszeitung» und der «Media Research Group» wurde der Preis kürzlich im Restaurant «Lake Side» in Zürich übergeben. Die Studie basiert auf Interviews mit rund 200 Kommunikations-Experten sowie mit über 50 Schweizer Werbe- und Medienagenturen. **MJP**

Brand im Hotel Büel

St. Antonien. Der Brand des Hotels Büel in St. Antonien GR in der Nacht vom Sonntag auf den Montag hat Schäden von rund 1 Mio. Fr. verursacht. Verletzt wurde niemand. Die Brandursache dürfte laut Mitteilung der Kantonspolizei auf einen Defekt im Elektrobereich zurückzuführen sein. Im Hotel, das vorübergehend geschlossen und zum Verkauf ausgeschrieben war, hielten sich lediglich die Wirtsleute und zwei Angestellte auf. **CKsda**

ZITAT DER WOCHE

«Eine gute Frage ist der beste Anstoss zu mehr Kreativität.»

Michael Hahn, (*1944) deutscher Werbekaufmann und «Hobby-Philosoph».

PEOPLE



Daniel Tüscher wurde zum ersten Geschäftsführer von Aletsch Marketing gewählt. Tüscher arbeitete unter anderem als Direktor der USA Rice Federation und als CEO der Switzerland Cheese Marketing AG und war damit 15 Jahre im Gemeinschaftsmarketing tätig. Daniel Tüscher wird seine neue Stelle am 1. Mai antreten. **DST**

Patrick Candrian, 32, Sohn des Unternehmensleiters **Martin Candrian**, ist per 1. April 2004 als neues Mitglied in die Geschäftsleitung der Candrian Catering AG in Zürich eingetreten. Nach einer Einführungszeit wird er schrittweise Verantwortung im operativen Bereich übernehmen. Patrick Candrian hat ein Wirtschaftsstudium an der Universität Zürich abgeschlossen und nach einem Zweitstudium an der Cornell University in New York mit dem Master in Management of Hospitality promoviert. **MJP**

Juck Egli, Tourismusfachmann HF und dipl. Betriebsökonom HF, wird per 1. Juni neuer Marketingleiter des Schweizerischen Freilichtmuseums Ballenberg. Egli tritt die Nachfolge von **Doris Kohler** an, die nach 10-jähriger Tätigkeit per Mitte April den Ballenberg verlässt, um sich nach einer Auszeit beruflich neu zu orientieren. **DST**

Heinz Krähenbühl, 42, ist neuer Food & Beverage-Direktor des Mövenpick Hotels Zürich-Airport. Der gelernte Koch und Absolvent der Hotelfachschule Luzern verfügt über langjährige Auslandsfahrung. Krähenbühl kam 2002 zu Mövenpick und erlebte die Neueröffnung des Mövenpick & Resort Hotel Beirut, wo er auch zuletzt als Executive Assistant Manager tätig war. **MJP**

Thierry Soret, 40, kocht nun am Herd des 478-jährigen Traditionsbetriebes Hotel-Restaurant Bären in Twann. Der renommierte Betrieb am linken Bielseeufer ist Mitglied der Schweizerischen Gilde etablierter Köche sowie der Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch. **MJP**

Foto: Martin J. Petras



Gourmet Bike Ride. Der St. Moritzer Kurdirektor **Hanspeter Danuser** (wird links im Bild vom Weinhändler **A. Jean-Paul Hausmann** mit «Cool Sparkling St. Moritz» gestärkt) sowie **Engadiner Spitzenköche** waren mit dem Mountainbike durch Zürich unterwegs, um in die St. Moritzer Sommersaison 2004 zu starten, und das Bike- und Ferienprogramm sowie die Engadiner Gourmet-Gastronomie zu präsentieren. Anschliessend wurden beim Apéro im Zürcher Hotel Central gemeinsam 75 Jahre mit drei St. Moritzer Kurdirektoren gefeiert, vorgestellt wurde der neue Bergkäse «Bio Engadin» und informiert über Graubünden als Gastland am bevorstehenden «Zürcher Sechseläuten». Die sportlichen Engadiner Kochgrößen **Daniel Bumann**, «Chesa Pirani»; **Roland Jähri**, «Jöhris's Talvo»; **Eduard Hitzberger**, «Hotel Paradies»; **Rudolf Wanninger**, «Piz Umbrail» und **Lothar Molitor**, «The Carlton Hotel» gaben dazu Kostproben ihrer Kochkunst. **MJP**

ASCONA

Award fürs «Giardino»

Der «Senses Wellness Award» in der Kategorie «Best City & Country Resort» ging dieses Jahr an das «Albergo Giardino» in Ascona. Die Übergabe fand vergangenen Samstag statt – nach dem Victoria Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken ist dies das zweite Mal, dass ein Hotel in der Schweiz diesen Preis erhält. Der Award ist ein Gütesiegel für die internationale Luxushotellerie, die im Marktsegment Wellness verstärkt expandiert. Das «Giardino» erhalte diesen Award, so **Peggy E. Fürst**, Chefredaktorin von «Senses» – der internationalen Wellness-Guide, weil es den Service und die Angebote im Wellness-Bereich perfekt auf die Bedürfnisse des Gastes abgestimmt habe. **MD**

Foto: Maïreeta Dedual



AUSGEZEICHNET

Peggy E. Fürst-Mahne, Chefredaktorin des Wellness-Guides «Senses», überreicht **Franz Reichhoff**, Direktor des «Albergo Giardino» in Ascona, den Award.

GLOSSE

Die Rache

HANSPETER GSELL*

Schon immer wollte der berühmte **Kunstkocher Kari K.** die **Vinitaly** in Verona besuchen. Er missgönnt mir nämlich die jährlichen Besuche dieser Weinmesse schon lange von Herzen. Nachdem er kürzlich wieder seine Gäste mit lampigen Spargeln, schlechter Sauce und lauwarmem Wein beleidigt hatte, kombinierte ich das Unnütze mit dem Angenehmen.



Noch glaubte er an ein erholsames Wochenende, als wir die Messehallen betreten. Doch bereits nach dem vierzigsten Glas beklagte sich Kari über irritierte Zahnhäse, angesäuerten Zahnschmelz und bröckelnde Kronen.

Die nächsten Weine überlebte er zwar, konnte sich jedoch ab km 8,4 nur noch kriechend fortbewegen. Seine Haare standen wild zu Berg, die Nase glänzte unföhlich und die angeschmurgelte Zunge hing leblos zwischen den blauen Lippen. Ich liess mich von diesem Aussehen jedoch nicht beeindrucken, dachte an seine lampigen Spargeln und verdonnerte ihm zu weiteren 32 Grappas. Als sich Kari anschliessend über Magenbrennen, Leberkoliken und Wandernieren beklagte, nannte ich ihn eine Memme, packte ihn auf einen Gepäckwagen und schob ihn weiter. Beim Brunello di Montalcino DOCG 2000 Riserva von **Andrea Cortonesi** war dann Schluss. Kari fiel wie ein Mehlsack zu Boden und verabschiedete sich lautlos und ohne das kleinste Wimpernzucken in die Bewusstlosigkeit. Ich packte ihn daraufhin in den Kofferraum, passierte die Grenze ohne Probleme und deponierte ihn in einem abgemagerten Weizenfeld. Seine Spargeln waren heute übrigens wirklich viel besser.

* 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

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

Gegründet 1892

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Mönchstrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien: Christian Santschi

Redaktion: Chefredaktorin: Manetta Dedual (MD)
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH)

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

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

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

Milestone: Dr. Peter Kühler (PK)

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

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

Korrektur: Paul Le Grand

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Lob (GL), Tessin; Heribert Purtscher (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Sonja Stalder (SS), Bern; Georg Oberhaud (GO), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wild (ROW), Zürich

Verlag: Verlagsleitung: Iris Strehel
Abonnemente: Sabine Rothacher
Stellensinister: Marc Moser
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter)
Innendruck: Marc Moser

Druck: Büchler Grafico AG,
Druckzentrum Bern

Auflage: 11'157 Ex. WEMF-beglaubigt 2002,
20'000 Ex. Vertriebsauflage

Verkaufpreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4,30, Jahresabonnement Fr. 145,-
ISSN: 1424-0440

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

Kontakte:

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

Abonnemente:
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Stellensinister:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch

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



SUISSE TOURISME /
La Journée suisse des vacances a enregistré un nombre record d'inscriptions. **PAGE 2**



CHRISTIAN REY / Le président d'hotelleriesuisse voit dans le paquet fiscal des retombées positives pour l'hôtellerie. **PAGE 3**

Cahier français

hotel+tourismus revue

VACANCES DE PÂQUES

L'incertitude est de mise

La neige, tombée à fin mars, devrait garantir un enneigement susceptible d'attirer les skieurs à Pâques. L'incertitude prédomine toutefois.

■ **LAURENT MISSBAUER**

«Pâques s'annonce assez bien, mais tout dépendra des conditions météorologiques. Ce sont elles qui inciteront ou non notre clientèle à venir skier. Nous avons en effet remarqué que nos hôtes se décidaient de plus en plus au dernier moment. Ce qui est certain, c'est que la neige, tombée en abondance au mois de mars nous permet de disposer d'excellentes conditions d'enneigement», remarque Patrick Henry, le directeur de Villars Tourisme.

DE NOMBREUSES ANIMATIONS À VERBIER

Afin d'attirer du monde à Pâques, mais également juste après, Verbier a mis sur pied de nombreuses manifestations: «Contrairement aux autres stations qui fermeront leurs remontées le 18 avril, nous resterons ouverts jusqu'au 25 avril. Différents événements, dont la finale de la Coupe du monde de kilomètre lancé et la Patrouille des glaciers, contribueront à animer la station.

Il en ira de même pour une grande manifestation qui se déroulera sur quatre jours, du 22 au 25 avril, et qui s'appellera «Ultime session». «Cette manifestation, organisée pour la deuxième année consécutive pour clore la saison d'hiver de façon festive, comprendra des animations telles qu'un «waterslide», du golf sur neige et du volley sur neige», relève Pierre-Yves Déléze, le responsable de la communication de Verbier Tourisme.

DES RÉSERVATIONS DE DERNIÈRE MINUTE

Sans grandes manifestations pour attirer les skieurs, c'est cependant l'incertitude qui prédomine: «A Pâques, ce sont avant tout les propriétaires d'appartements qui montent. Encore faut-il cependant que les conditions météorologiques soient bonnes», estime Sébastien Epiney, le directeur de Nendaz Tourisme.

Même constat à Sierre-Anniviers Tourisme: «Nous avons déjà des réservations pour Pâques et, de l'avis de nos partenaires, les échos sont bons. Beaucoup ne réserveront cependant qu'à la dernière minute», conclut Vincent Bornet, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme.

BILAN DE LA SAISON HIVERNALE

L'hiver 2003-2004 a été presque aussi bon que celui de l'an passé

Même si la plupart des stations des Alpes vaudoises et valaisannes ne fermeront leurs pistes de ski que le 18 avril, l'heure est déjà au bilan. Celui de l'hiver écoulé a été presque aussi bon que le précédent. Il a, en tout cas, laissé poindre plusieurs satisfactions.

■ **LAURENT MISSBAUER**

«Cet hiver peut assurément être qualifié de très satisfaisant. Il n'a certes pas été aussi bon que celui de l'an passé car la reprise économique tarde à se manifester, mais les conditions d'enneigement ont vraiment été excellentes.» Ces propos, tenus par Pierre-Yves Déléze, le responsable de la communication de Verbier Tourisme, résument bien la façon dont la saison hivernale écoulée a été perçue par les différents responsables d'offices de tourisme que nous avons interrogés.

«LE DEUXIÈME MEILLEUR HIVER DEPUIS DIX ANS»

Dans les Alpes vaudoises, Patrick Henry, le directeur de Villars Tourisme, confirme en effet lui aussi que l'hiver écoulé a bénéficié de «très bonnes» conditions d'enneigement: «Le millésime 2003-2004 a été qualifié d'excellent par l'Ecole suisse de ski. Les remontées mécaniques ont même enregistré cet hiver leur deuxième meilleur résultat de ces dix dernières années. Seul l'hiver précédent, qui avait bénéficié de conditions météorologiques encore meilleures, a été supérieur.»

Quant au taux d'occupation dans les hôtels, Patrick Henry le détaille comme suit: «Faible en décembre, bon en janvier, très fort en février et à nouveau bon en mars.» La très forte fréquentation du mois de février a d'ailleurs été constatée par tous les responsables d'offices de tourisme que nous avons contactés. Le fait que les vacances de neige des Valais soient tombées cette année en concomitance avec les vacances de carnaval des Valaisans et des Fribourgeois n'y a pas été étranger.

Vincent Bornet, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme, a relevé lui aussi que février avait été très bien fréquenté. Le moins bon équilibre des vacances de neige dans plusieurs

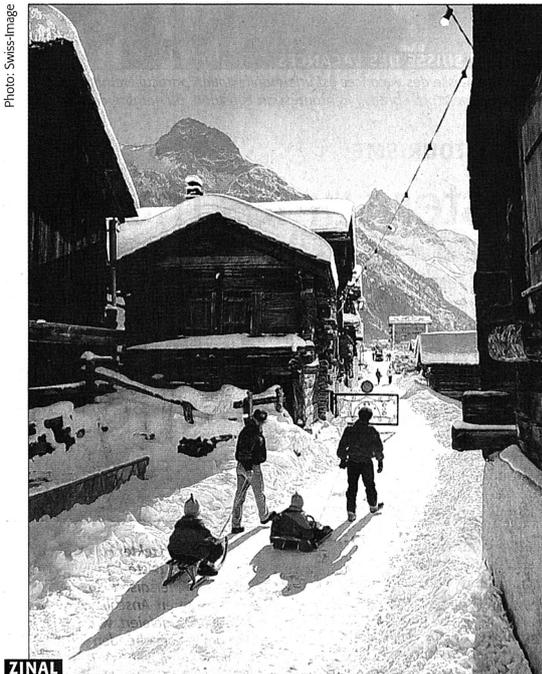


Photo: Swiss-Image
ZINAL
«L'hiver écoulé a été bon», a relevé Vincent Bornet, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme, l'organisme qui regroupe plusieurs stations annivardiennes, dont Zinal.

cantons romands s'est toutefois traduit par un nombre de nuitées inférieur à celui de l'an passé. «Janvier a

permettra peut-être de compenser quelque peu la perte engendrée par le mauvais étalement des vacances.»

L'optimisme est aussi de mise chez Sébastien Epiney, le directeur de Nendaz Tourisme: «En janvier et en février, nous avons enregistré de bons taux d'occupation, en progression de 1% à 2%. Sur l'ensemble de l'hiver, il sera cependant difficile de faire mieux que l'année passée qui avait été exceptionnelle avec une progression de 7%.»

LES RAQUETTES À NEIGE ONT ÉTÉ TRÈS EN VOGUE

«L'Leysin aussi, c'est l'adjectif «bon» qui est le plus souvent utilisé pour qualifier le bilan de la saison d'hiver. Thierry Jeanningros, le directeur de l'office du tourisme, évoque lui aussi les résultats des remontées mécaniques pour étayer ses propos: «L'hiver a été bon. J'en veux pour preuve le bon exercice réalisé par les remontées mécaniques. Tous les chiffres ne sont pas encore connus, mais les conditions météorologiques ont été très bonnes même si certains week-ends ont été quelque peu maussades.»

«Nous devrions ainsi faire presque aussi bien que l'hiver passé. Ce qui est nouveau, c'est l'engouement suscité par les raquettes à neige. Jamais elles n'avaient rencontré autant de succès», a ajouté Thierry Jeanningros. Une autre tendance est l'arrivée de skieurs, en provenance de Londres ou d'Amsterdam, qui sont attirés par les tarifs des compagnies à bas prix comme Easyjet. A ce sujet, on relèvera que l'orateur de l'assemblée générale de Leysin Tourisme, le 23 avril sera Jean-Marc Thévenaz, le directeur d'Easyjet pour la Suisse.

Déjà des signaux positifs pour la prochaine saison estivale

«L'été s'annonce bien. Nous escomptons une augmentation des nuitées de 2%», relève Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme. Les premiers échos recueillis pour la parahôtellerie vont en tout cas dans ce sens. «Une parahôtellerie qui est très importante chez nous. Interhome, par exemple, dispose de 1500 objets en Valais dont 400 à Nendaz», ajoute-t-il.

Comme plusieurs de ses collègues, Sébastien Epiney aimerait disposer de davantage d'indices détaillés pour l'été: «Nous nous basons sur l'encais-

sement des taxes de séjour, mais pour les propriétaires qui paient un forfait global pour 30 jours, nous ne savons pas s'ils séjournent chez nous 30, 40 ou 20 jours. Un autre indice provient des cartes de promenades. L'été passé, leur vente a augmenté de 15%. En ira-t-il de même cette année? Il est encore trop tôt pour le dire. Il convient aussi de préciser que les fortes augmentations enregistrées l'été dernier ont été influencées par un temps exceptionnellement chaud et par le fait que de nombreux Suisses avaient passé en 2002

leurs week-ends à l'Expo.02 plutôt qu'à la montagne.

«Malgré cela, je suis confiant. Les tours-opérateurs avec lesquels nous travaillons parlent d'une sensible augmentation de la demande pour l'été, surtout pour la randonnée», remarque Vincent Bornet, le directeur de Sierre-Anniviers Tourisme. Même constat chez Patrick Henry, le directeur de Villars Tourisme: «Nous avons déjà des signaux positifs et si la canicule sera à nouveau au rendez-vous, ils le seront encore davantage», conclut-il. **LM**

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne • REDACTION: tél.: 031 370 42 16, fax: 031 370 42 24, e-mail: ht@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 brouilles administratives.
MIRUS Software AG - Mattenstrasse 10 - 7270 Davos
Téléphone 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.ch

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

Rue des Terraux 10
Case postale
1000 Lausanne 9
Tél. 02 1/320 28 76
Fax 02 1/320 02 64
hoteljob.vd@swiss-hotels.ch

Gastroconsult
FOURNIER POUR L'HOTELLERIE ET LA RESTAURATION

Nous vous offrons un Service 5★

Conseils fiscaux et en gestion, fiduciaire, service des estimations, solutions informatiques

- ★ compétence
- ★ professionnalisme
- ★ discrétion
- ★ flexibilité
- ★ efficacité

Gastroconsult SA
Téléphone 0844 88 44 24
www.gastroconsult.ch

happy YOU

Problème d'investissement? **Restez flexible avec lease&sleep.**

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit-happy.

Tél. 071 387 44 44, www.happy.ch

La coupe filante pour des légumes taillés à la perfection!

www.gaufrettes.ch
Brunner SA, 1000 Lausanne

7E JOURNÉE DES VACANCES

Nombre record de participants

C'est avec un nombre record de participants que se déroulera lundi 19 et mardi 20 avril, à Berne, la Journée suisse des vacances.

MIROSLAW HALABA

La Journée suisse des vacances, dont ce sera la 7e édition, tiendra, cette année aussi, son rôle de manifestation phare du tourisme réceptif helvétique. Plus d'un millier de personnes – 1018, début avril, auxquelles s'ajouteront les inscriptions tardives – goûteront au programme concocté par Suisse Tourisme et qui sera présenté lundi 19 au mardi 20 avril à l'Hôtel Allegro à Berne. L'an passé, à Zurich, ils étaient 986 – prestataires touristiques, représentants des médias et collaborateurs de Suisse Tourisme – à se livrer à cet exercice. L'édition 2004 sera, à quelques détails près, organisée sur le schéma des années précédentes avec une première journée consacrée principalement aux informations de Suisse Tourisme et placée sous le thème «Smart Selling» et une deuxième à des thématiques pratiques traitées dans le cadre de trois forums. Le tout sera agrémenté d'exposés (celui de la conseillère fédérale Micheline Calmy-Rey, notamment), d'un panel et d'une soirée conviviale.

RENDEZ-VOUS À LAUSANNE EN 2005

Une petite nouveauté a été introduite à l'issue de la manifestation avec une heure réservée pour la visite des stands des partenaires et de Suisse Tourisme. Cette visite précèdera le traditionnel «Key Partner Meeting», au cours duquel les représentants des régions rencontreront individuellement ceux de Suisse Tourisme. L'assemblée générale de Suisse Tourisme est prévue, quant à elle, lundi matin dans les mêmes locaux que la «Journée».

On notera d'ores et déjà que la 8e Journée suisse des vacances aura lieu du 21 au 22 avril 2005 à Lausanne où se déroulera aussi, à partir du 24 avril et jusqu'au 27, le Swiss Travel Mart.

Photo: Mirosław Halaba



JOURNÉE SUISSE DES VACANCES

La Journée suisse des vacances est une manifestation particulièrement prisée par les professionnels de la branche. On en veut notamment pour preuve la progression constante du nombre de participants.

SUISSE TOURISME

Rester sur les marchés étrangers

Pour les responsables touristiques romands, Suisse Tourisme doit s'efforcer, en cas de révision du budget, de conserver sa présence à l'étranger.

MIROSLAW HALABA

Le crédit-cadre de Suisse Tourisme (ST) pour la période 2005-2009 ne figure pas au programme de la Journée suisse des vacances, mais, par l'enjeu qu'il représente, il sera présent dans bien des conversations. Si le Parlement ne suit pas la proposition de la Commission de l'économie du Conseil des Etats d'octroyer 230 millions de francs au lieu des 200 millions souhaités par le Conseil fédéral, ST devra redimensionner son offre de prestations. Où devra-t-il couper? Difficile de le dire, mais en tout cas pas – ou le moins possible – dans les dépenses liées à la présence de ST à l'étranger. C'est ce que souhaitent les responsables touristiques de Suisse romande

LE RÔLE CLÉ DES ANTENNES EXTÉRIEURES

François Bryand, le directeur de Genève Tourisme, partage cet avis: «Certes, nous pouvons mener certaines opérations ponctuelles seuls ou avec nos partenaires de la Lake Geneva Region, mais pas toutes.» Il craint qu'une réduction de la présence de Suisse Tourisme ait pour effet d'inciter les régions à se profiler individuellement, ce qui serait mauvais pour l'image globale du tourisme suisse. Il regretterait, par ailleurs, que la future campagne en faveur des villes, prévue pour 2005, passe à la trappe. «Nous nous sommes, en effet, battus pen-

dant des années pour la promotion des villes», dit-il. Directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud, Charles-André Ramseier ne cache pas sa colère face à cette proposition d'économie qu'il appelle «un dérapage». Pour lui aussi, il convient de travailler sur tous les marchés, mais en particulier sur les marchés émergents, car ceux-ci sont «extrêmement prometteurs». Son homologue de Valais Tourisme, Urs Zenhäusern milite, quant à lui, pour le maintien des bureaux de ST à l'étranger. Ces antennes apportent un soutien logistique appréciable aux régions, notamment lors d'actions de promotion et en terme d'analyse de marchés. Directeur de Sion Tourisme et président sortant de l'Association suisse des managers en tourisme, Eddy Peter cite une autre activité que ST devrait s'efforcer de maintenir malgré les coupes budgétaires, à savoir: l'accueil des médias. Des économies pourraient, en revanche, être faites, à son avis, dans la production des prospectus, compte tenu de l'usage croissant d'Internet.

AVIS DES PARTICIPANTS

Un rendez-vous très apprécié

La Journée suisse des vacances est une manifestation particulièrement prisée pour son programme et les échanges qu'elle permet.

MIROSLAW HALABA

Malgré des agendas très chargés, la Journée suisse des vacances est un rendez-vous très apprécié par les professionnels de la branche. Preuve en est le nombre, sans cesse croissant, de participants. Son programme varié et son côté convivial expliquent son succès. «Nous serons en force à Berne. Tous les offices du tourisme du canton seront représentés. C'est de la formation continue», indique Charles-André Ramseier, directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV). La délégation vaudoise comptera une quarantaine de personnes, toutes activités confondues. Pour le directeur de Genève Tourisme, François Bryand, l'avantage premier de la Journée des vacances réside dans le rôle d'interface qu'elle joue entre les gens de Suisse Tourisme et les vendeurs de Genève. «Un interface entre leur stratégie et nos plans d'action», dit-il.

UN SATISFECIT POUR LE «KEY PARTNER MEETING»

Comme ses collègues que nous avons interrogés, Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme, considère que le programme de la «Journée», sa durée, et sa date au calendrier correspondent parfaitement à ses besoins. Un satisfecit est cependant accordé au «Key Partner Meeting», rencontres individuelles des responsables de marché avec les représentants des régions qui se tiennent à l'issue de la Journée des vacances. «Ces rencontres sont très importantes pour planifier nos activités», indique Urs Zenhäusern, directeur de Valais Tourisme. «Nous profiterons de cette occasion pour obtenir des informations sur l'évolution de certains segments», déclare Charles-André Ramseier, un chaud partisan aussi de ce «meeting».

Annonce

www.htr-milestone.ch



Votre succès compte.
Inscrivez-vous maintenant!

En 2004, le MILESTONE. PRIX DU TOURISME SUISSE, en est déjà à sa cinquième édition. Le prix récompense l'innovation dans le tourisme dans les catégories: «Projet remarquable», «Promotion de la relève» et «Œuvre d'une personnalité».

La documentation de candidature se trouve dans l'internet sur www.htr-milestone.ch ou peut être commandée au 031 370 42 16

Délai d'envoi: à partir de maintenant et jusqu'au 31 juillet 2004

Swissakademie für Wirtschaft
Sekretariat des Bundes für Wirtschaft
Segreteria di Stato dell'Economia
State Secretariat for Economic Affairs

seco

Schweizer
Tourismus-Verband
Fédération suisse
Federazione svizzera
du tourisme del turismo

Hébergement: recul modéré en 03

Berne. En termes de nuitées, l'année touristique 2003 n'aura finalement pas été trop mauvaise pour le tourisme helvétique. En effet, ce sont, au total, 65 millions de nuitées qui ont été enregistrées par les divers secteurs de l'hébergement, ce qui représente un recul de 0,9 million de nuitées ou de 1,4%, a indiqué la semaine dernière l'Office fédéral de la statistique (OFS). Cette baisse est considérée comme «modérée», si on la compare à celle de 3,8% relevée en 2002 et, cela, malgré l'Ex-

po.02. La demande indigène a atteint 36,4 millions de nuitées (+0,4%) et la demande étrangère 28,6 millions (-3,5%).
On note, dans le détail, que la parahôtellerie est restée stable avec 32,9 millions de nuitées (-0,1%), grâce à une progression de 3,9% à 7,1 millions de nuitées du secteur des campings et du caravaning. Conformément à la tendance observée depuis quelques années, l'hôtellerie et les établissements de cure ont en revanche bien moins résisté que

la parahôtellerie. L'hôtellerie a enregistré 31,2 millions de nuitées (-2,3%) et les établissements de cure 0,9 million (-13,5%).
On relèvera que la région touristique Fribourg-Neuchâtel-Jura a senti le trou laissé par l'Expo.02. Les nuitées ont reculé de 14% à 1,8 million. La baisse de la demande étrangère a notamment été marquée par une diminution de 4,9% à 11,5 millions de nuitées de la clientèle allemande ou de 0,6 million. **MH**

La vente du Beau-Rivage bientôt finalisée

Neuchâtel. L'Hôtel Beau-Rivage, à Neuchâtel, sera bel et bien vendu à Yves Piaget, le président de Piaget International. Annoncée en début d'année, la vente de l'hôtel était assortie à la prise de connaissance le 31 mars d'un audit. Celui-ci a été positif et la vente de l'hôtel devrait être bientôt finalisée. Max Meyer, directeur de l'hôtel depuis 1989, quittera ses fonctions le 30 juin. **LM**

«Vieux Chalet» nouveau

Canton de Fribourg. L'Hôtel-Restaurant Vieux Chalet, à Crésuz, dans la vallée grüérienne de la Jogne, entre dans le giron de l'Hôtel Cailler. Le quatre-étoiles de Charmey, que dirige Stéphane Schlaeppy, en assume désormais l'exploitation dans le cadre de la société de management Fedhorest SA.
Propriété de la société Vieux Chalet SA, l'établissement de Crésuz, qui accueillait déjà la clientèle de l'Hôtel Cailler dans le cadre de soirées d'animations pour la clientèle des sémi-

naires, va ainsi trouver les structures et les synergies qui lui faisaient défaut. Haut-lieu du tourisme grüérien et de la cuisine régionale, drainant une importante clientèle de la Suisse et de l'étranger, le «Vieux Chalet» jouera à fond la carte terroir.
Diverses rénovations ont été apportées à ses locaux: café-restaurant (70 couverts), salles de banquets (180 places) et terrasse (80 sièges). Ses six chambres seront également réaménagées. **JS**

VAL D'ANNIVIERS (VS)

Saint-Luc se lance dans le wellness

La station anniviarde mise sur le wellness avec deux projets de centre afin de rallonger les saisons touristiques et dynamiser sa parahôtellerie.

GENEVIÈVE ZUBER

En Annivières, il n'y a pas de véritable centre de bien-être. «Un manque, car ces centres sont de plus en plus considérés comme faisant partie des équipements touristiques de base», relève Christian Salamin, président de Saint-Luc. La station a donc décidé d'occuper ce créneau avec deux projets complémentaires.

LE GRAND-HÔTEL BELLA-TOLA INNOVE

Le projet le plus avancé émane du Grand-Hôtel Bella-Tola, qui inaugurera l'hiver prochain un centre de wellness de 200 mètres carrés avec piscine, sauna, bains vapeurs, grotte de glace, etc. Les travaux d'agrandissement, d'un demi-million de francs, démarrent dans quelques jours: il s'agit de restituer au bâtiment historique sa veranda originelle, panoramique et orientée plein sud.

«Il n'y aura pas de soins cosmétiques. Nous voulons un centre de détente sympa, authentique, naturel, en phase avec le paysage exceptionnel. L'autre projet, le centre de wellness public, se fera d'ailleurs dans le même esprit», explique le directeur de l'hôtel, Claude Buchs, qui est aussi président de la Société de développement de St-Luc.

UN SECOND CENTRE À L'HORIZON 2006-2007

Massivement approuvé lors de l'assemblée primaire, ce deuxième centre, de 300 mètres carrés, devrait être opérationnel au tournant 2006-2007. La construction est prévue sur un terrain communal situé sur le bas du village. La commune touche cette année 2,4 millions de francs sur le retour de concession de la Nazivence, la rivière du val d'Annivières. Avec cet apport, elle veut réaliser un projet de développement autour de l'eau. D'où cette idée de centre de wellness, divisé entre 1,5 et 2 millions de francs, qui devrait être financé grâce à un capital-actions de 600 000 à 800 000 francs, un crédit LIM (déjà assuré) et la banque.

La commune investira 400 000 francs dans le capital-action; pour le reste, elle va chercher des actionnaires et espère les trouver au sein des meilleurs touristiques de la région, pour un développement du projet maîtrisé et au service du tourisme. Le business plan a fait l'objet d'un travail de diplôme à la Haute Ecole valaisanne, «ce qui a permis aux miliciens que nous sommes d'avoir un bon dégrossissage du projet», précise Christian Salamin.

CHRISTIAN REY

Plaidoyer pour le paquet fiscal

S'il était accepté, le paquet fiscal qui sera mis en votation populaire le 16 mai, aurait des effets positifs pour le tourisme et l'hôtellerie. C'est un des avis que le président d'hôtellerie-suisse, Christian Rey a exprimé dans une interview* qu'il a accordée à notre hebdomadaire.

MIROSLAW HALABA

Objet clé des prochaines votations fédérales, le paquet fiscal, qui prévoit des réductions d'impôts, séduit l'hôtellerie-suisse et son président qui y voit des effets positifs pour l'hôtellerie et le tourisme. S'exprimant dans l'interview qu'il nous a accordée, Christian Rey indique que les baisses d'impôts prévues auront notamment pour effet d'accroître l'argent en circulation et, partant, les investissements. «En principe, chaque hôtelier aura ainsi davantage de fonds à disposition pour investir dans son entreprise», dit-il. Il regrette toutefois que les cantons touristiques, tels que Berne, les Grisons, le Valais et Lucerne, aient été les premiers à s'engager contre le paquet fiscal. Il se dit cependant convaincu qu'après deux ou trois années difficiles la situation se détendra et que la croissance sera perceptible. «Fixés sur le court terme, de nombreux politiciens ne s'investissent pas suffisamment pour l'avenir des entreprises», estime Christian Rey.

L'IMPORTANCE D'UNE BONNE REPRÉSENTATION

La branche hôtelière est en phase de restructuration, ce qui se traduit, en particulier, par une diminution du nombre d'établissements et, par conséquent aussi, par une réduction

Photo: Miroslaw Halaba



CHRISTIAN REY

Le président d'hôtellerie-suisse estime que de nombreux politiciens ont le regard trop fixé sur le court terme et ne s'investissent pas suffisamment pour l'avenir des entreprises.

du nombre de membres pour l'hôtellerie-suisse. Est-ce un problème? Non, répond clairement Christian Rey. «Nos membres génèrent 98% des nuitées dans les hôtels de cinq, de quatre et de trois étoiles. Mais, ce qui compte pour nous, en plus des nuitées, c'est la couverture régionale qu'ils assurent avec ces établissements. Je ne partage donc pas l'avis de ceux qui prétendent que tous les petits hôtels sont appelés à disparaître. Ce ne serait, d'ailleurs, pas sain pour la Suisse», dit-il.

Le président d'hôtellerie-suisse reconnaît que la branche a toujours un besoin en investissements estimé

entre 1,5 et 1,8 milliard de francs. «Ce pendant, le problème du renouvellement des infrastructures a été identifié il y a six ans. Depuis lors bien des projets ont été réalisés, si bien qu'en comparaison avec la France, l'Autriche et l'Italie, nous avons une bonne hôtellerie», déclare Christian Rey.

CLASSIFICATION ET AUTRES DOSSIERS EN COURS

Christian Rey terminera son deuxième mandat de trois ans en 2005. La question d'un troisième mandat «est encore ouverte», dit-il. Pour

l'heure, il s'occupe de divers dossiers en cours. Il cite notamment la mise en place de la classification hôtelière révisée et de la nouvelle statistique hôtelière, ainsi que les négociations sur la convention collective de travail avec de nouveaux partenaires sociaux. Une question se pose ici. «Ces nouveaux partenaires, qui n'ont pas de passé dans le secteur de la restauration et de l'hôtellerie, comprendront-ils notre position?», se demande Christian Rey.

* L'interview complète, réalisée par Theres Lagler, figure en page 2 du Cahier allemand.

LA «SCHWEIZ AKADEMIE» DE SUISSE TOURISME

Le semestre d'été débutera le 3 mai

Les cours, que Suisse Tourisme dispense depuis douze mois à l'enseigne de la «Schweiz Akademie», ont connu un tel succès qu'ils seront reconduits.

LAURENT MISSBAUER

C'est une façon originale que Suisse Tourisme a trouvée afin de faire connaître les atouts touristiques helvétiques aux agents de voyages allemands. Comme ces derniers n'ont souvent pas beaucoup de temps pour participer à des séminaires d'information, Suisse Tourisme, en profitant du phénomène du «e-learning», a lancé, il

ya douze mois, des cours sur Internet. Ceux-ci, dispensés sur deux semestres, ont rencontré un tel succès – 2000 agents de voyages y ont participé – qu'ils seront reconduits non seulement cet été mais également en 2005.

Le prochain semestre d'été débutera le 3 mai et se terminera le 31 août. Pendant ce laps de temps, les futurs «académiciens» suivront sur Internet un séminaire sur la Suisse en général, puis sept séminaires sur le Valais, le canton de Vaud, le canton de Fribourg, la région de la Jungfrau, les Grisons, le Tessin et les transports publics. Les huit séminaires consistent en des questionnaires à choix multiple et le premier «académicien» qui aura répondu correctement à toutes les ques-

tions se verra offrir un voyage en Suisse pour deux personnes.

Les meilleurs «académiciens» – ceux qui auront répondu correctement – à une majorité de questions – recevront le titre de «Schweizer-Experte», titre qu'ils pourront afficher sous la forme d'un autocollant sur la vitrine de leur agence de voyages. En outre, ils participeront à un tirage au sort de dix voyages en Suisse pour deux personnes.

Le meilleur «académicien» du semestre d'hiver a été Frieder Dolenz, de Mönchengladbach. Il a reçu son prix le mois dernier, lors du salon international du tourisme ITB de Berlin, des mains de Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme.



Frieder Dolenz a été le meilleur «académicien» du semestre d'hiver.

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'hôtelièresuisse 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:

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

Nom: _____

Prénom: _____

Société: _____

Rue/no: _____

NPA/Lieu: _____

Téléphone (journée): _____

E-Mail: _____

ARVINIS À MORGES

Le Portugal en vedette

Pour sa neuvième édition, du mercredi 21 au lundi 26 avril, le salon Arvinis, à Morges, accueillera le Portugal. Le plus méconnu des pays viticoles de l'Union européenne.

PIERRE THOMAS

Sur 4600 m², Arvinis, qui se tiendra à Morges du 21 au 26 avril, est d'abord une foire, avec ses 155 stands de marchands, romands, suisses ou étrangers. Elle vise 18 000 visiteurs, «mais pas plus, pour éviter l'engorgement de 1999, où il n'était plus possible de déguster», explique son fondateur et président, Philippe Fehlmann.

En ouvrant le lundi, Arvinis espère toujours drainer un important public de professionnels de la restauration et de l'hôtellerie. En plus du côté commercial de l'exposition, à deux pas de la gare CFF, des dégustations ont lieu chaque jour, sous la direction du sommelier et consultant Eric Duret. A noter, le jeudi 22 avril, une «verticale» de Dézaley, sur plusieurs millésimes, le samedi 24, le passage en revue du millésime 1990 ou le lundi 26, une dégustation de cabernet franc.

UN PARTENAIRE ÉCONOMIQUE MODESTE

Mais le stand vedette reste le Portugal, représenté en Suisse par un nouveau directeur, arrivé à Zurich il y a quelques mois, Gonçalo Homem de Mello. Le pays, qui accueille l'Eurofoot cet été, entend se laisser découvrir, notamment sous l'angle de l'œnotourisme. Classée au patrimoine mondial, la Vallée du Douro se prête idéalement au séjour et à la dégustation.

Avec 730 000 litres de porto, 2,3 millions de litres de vin rouge et 341 000 de blanc, soit 2% des importations suisses de vins en 2003, le Portugal reste un partenaire économique modeste. Raisons de plus pour que les Suisses découvrent ses vins, dit-on à Arvinis, qui a programmé des dégustations le vendredi 23 et le samedi 24 avril. L'exposition est ouverte de 16 h à 22 h, sauf le samedi et dimanche, dès 10 h.

www.arvinis.com

MÉLI-MÉLO

Le plus vaudois des fribourgeois

Non seulement le canton de Fribourg «abrite» des vignes dans le Vully et à Cheyres, mais il dispose d'un domaine de 15,5 hectares à Lavaux, le Domaine des Faverges. Ce domaine dépendait longtemps des abbayes d'Hauterive et d'Humilimont. En 2003, qui fut un millésime exceptionnel, le domaine a produit 885 hl de Faverges blanc - du chasselas -, 155 hl d'Ogoz et 195 hl de Faverges rouge, un assemblage de gamay, pinot noir, gamaret et garanoir. Si ces vins servent aux apéritifs officiels des autorités fribourgeoises, ils sont en vente au public, tant à Fribourg qu'au domaine, le samedi matin. *PT*

NOTA BENE

Prochaine page «Bon à boire». La rubrique «Bon à boire» paraît tous les 2e jeudis de chaque mois. La prochaine parution est donc agendée au jeudi 13 mai 2004. *MH*

VINS FRANÇAIS

Le beaujolais veut redresser la tête en rénovant son vignoble

Produit à deux pas de Lyon et de la Suisse romande, le beaujolais est en crise. Mais il veut redresser la tête, grâce à un vaste programme de rénovation de son vignoble. L'entreprise promet d'être de longue haleine. Prise de température sur place.

PIERRE THOMAS

«Rendez-vous en Beaujolais»: la manifestation, la semaine dernière, était une première, appelée à se renouveler tous les deux ans. Elle a eu le mérite de faire sortir les vignerons de leurs caves... Car un vigneron seul dans sa cave, ça peut déprimer. Ceux du Beaujolais en savent quelque chose. S'il faut illustrer la crise, il suffit de citer les importations en Suisse: en cinq ans, de 1998 à 2002, les quantités ont été divisées par deux (de 13 millions à 7 millions de litres).

LA SUISSE, EST LE DEUXIÈME MARCHÉ

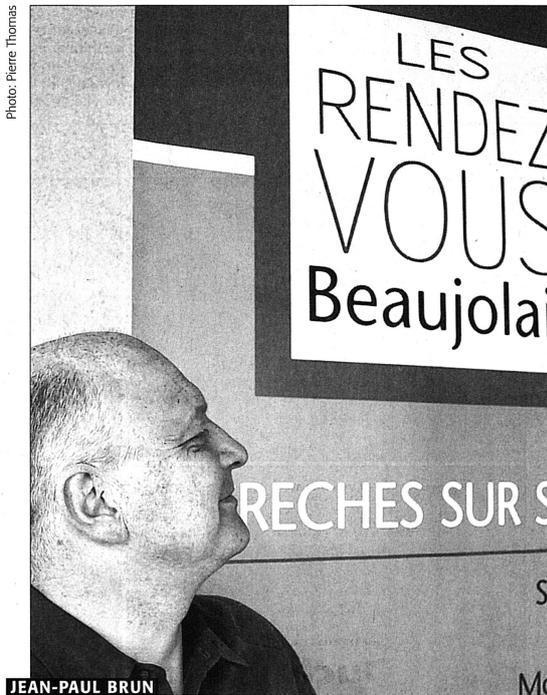
La moitié du beaujolais est bue hors France. Avec l'Allemagne, la Suisse reste pourtant un bastion commercial (26% et 17% de l'export, en 2001). Ce sont, du reste, les Suisses allemandiques qui sont le plus friands de beaujolais, à rebours de la consommation des autres vins français que les Romands préfèrent.

La structure du beaujolais est particulière: 83% du vin est écoulé par une centaine de négociants, dont les dix plus importants représentent 70% du volume. Les coopératives livrent au négoce, de sorte que la vente directe par les vignerons ne représente que 17% du volume.

LA CRISE CONTRE LE PLAISIR

Négociant, le président de l'Union interprofessionnelle des vins du Beaujolais, Michel Bosse-Platière affiche le sourire: «Nous sortons les premiers de la crise. Le beaujolais a des atouts: il est coloré, concentré et fruité. On peut dire qu'il occupera un marché de niche. Mais une grande niche: le vin de plaisir!»

Depuis 2000, le beaujolais a connu trois millésimes particuliers. En 2001,



JEAN-PAUL BRUN

«Il faudra, peut-être, une génération au Beaujolais pour se recrédibiliser», affirme ce vigneron et négociant.

la crise économique a conduit les producteurs à éliminer par distillation plus de 11,5 millions de litres de vin.

En 2002, des vendanges sous la pluie ont obligé à trier les raisins pourris. Et en 2003, le Beaujolais, comme toute

l'Europe, a connu la sécheresse et la canicule, abaissant la récolte à 85 millions de litres (contre 135 en année normale).

MISER SUR UNE SEULE COULEUR

Le Beaujolais, qui distingue le générique des «villages» et des dix crus, ne mise que sur une couleur, le rouge, et sur un seul cépage, le gamay. La vinification en grappes entières a conduit les producteurs à remettre au goût du jour le «Beaujolais nouveau», ou primeur, à fin novembre déjà.

Dès 1970 et jusqu'au milieu des années 1990, la formule a «carburé à fond»: plus de la moitié du beaujolais s'attachait au quatre coins du monde dans sa forme «primeur» (lire l'encadré).

POUR UNE «CULTURE RAISONNÉE»

Aujourd'hui, les producteurs insistent sur le travail à la vigne, en favorisant la «culture raisonnée» (équivalent à la «production intégrée» suisse) et misent à nouveau sur les crus, en abaissant les rendements (entre 58 et 56 hl/ha). Un plan de 22 millions d'euros (environ 33 millions de francs suisses) a, du reste, été mis en place l'an dernier.

Pour une des vedettes locales, Jean-Paul Brun, le chemin est encore long. «La région s'est discréditée. Seuls les vrais vignerons lui redonneront du crédit. Quand on jugera leurs vins à l'aveugle, sans préjugés, ils reviendront au premier rang. Mais il va falloir beaucoup travailler. C'est une question d'une génération, peut-être...», explique-t-il.

Un bien mauvais procès qui n'est, de loin, pas encore terminé

Coup de tonnerre en été 2002: le mensuel Lyon-Mag donnait la parole à François Mauss, le fondateur du Grand jury européen de dégustation.

Celui-ci accusait les producteurs de beaujolais d'avoir «voulu faire du fric à tout prix» en étant «tout à fait conscients de commercialiser un vin de merde». Piqués au vif, 56 syndicats viticoles ouvraient une procédure civile.

En janvier 2003, le tribunal jugeait qu'il y avait «dénigrement d'un produit

de consommation, d'une marque, renommé Lyon-Mag donnait la parole à François Mauss, le fondateur du Grand jury européen de dégustation. Celui-ci accusait les producteurs de beaujolais d'avoir «voulu faire du fric à tout prix» en étant «tout à fait conscients de commercialiser un vin de merde». Piqués au vif, 56 syndicats viticoles ouvraient une procédure civile.

En janvier 2003, le tribunal jugeait qu'il y avait «dénigrement d'un produit de consommation, d'une marque, renommé Lyon-Mag donnait la parole à François Mauss, le fondateur du Grand jury européen de dégustation. Celui-ci accusait les producteurs de beaujolais d'avoir «voulu faire du fric à tout prix» en étant «tout à fait conscients de commercialiser un vin de merde». Piqués au vif, 56 syndicats viticoles ouvraient une procédure civile.

appel, n'a pas encore été exécuté. Le dossier est en cassation.

«Nous ne demanderons jamais le règlement de ces sommes. Nous en avons marre de cette affaire que nous trainons comme un boulet», assure le président Michel Bosse-Platière.

Encore faut-il que le journal lyonnais et tous les syndicats signent une convention pour stopper la machine judiciaire. Cela ne paraît pas acquis, et le soufflé n'est, de loin, pas retombé... *PT*

INTERPROFESSION SUISSE DU VIN

L'Observateur du vin est paru

L'Interprofession suisse du vin a publié, en mars, son premier bulletin d'information trimestriel intitulé «L'Observateur du vin».

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Depuis le début de cette année, l'Interprofession suisse du vin a développé une structure professionnelle, avec notamment l'engagement d'un directeur à plein temps, Jürg Bussmann, et le regroupement de ses bureaux à Berne. Toujours en janvier, elle lançait également sa propre agence de marketing, Swiss Wine Communication, chargée d'appliquer sa stratégie de promotion aux niveaux national et international. Poursuivant cette volonté de meilleure visibilité, elle vient de

PAS D'«INONDATION» DE SPÉCIALITÉS ÉTRANGÈRES

Au sommaire de ce premier numéro, des chiffres, histoire de tordre le coup aux rumeurs sur le marché du vin, insiste Philippe Varone, président de l'Interprofession dans son éditorial, «Le vin (enfin) clair». Ainsi, les chiffres le démontrent clairement, il n'y a pas d'«inondation» de spécialités

chiliennes et hongroises. Ainsi encore, il est faux de croire que les bouteilles suisses, plus chères, peinent à trouver preneur, leur prix moyen se situe un franc au-dessus de la moyenne des vins étrangers.

Tout aussi fautive l'affirmation qui veut que la Suisse exporte de la piquette au litre alors que d'autres pays n'exportent que leurs spécialités les plus flatteuses, là aussi, les chiffres le démontrent.

UN DOCUMENT «TRÈS STATISTIQUE»

Pour le reste, cet «Observateur du vin» se veut très statistique. Chaque numéro présentera le «Swiss Wine Index», reflet de l'évolution des prix sur trois ans.

Chapitre analyse, ce sont les ventes qui sont décortiquées ainsi que, par

turnus, les prix et volumes des régions: Valais en mars, Vaud pour le numéro de juin, la Suisse alémanique et le Tessin en septembre et, enfin, Genève et les Trois-Lacs pour décembre.

Enfin, dans chaque numéro, une page sera consacrée à un sujet plus spécifique: impact d'une action de promotion sur la consommation, influence des grands distributeurs, par exemple. Pour ce premier numéro, l'étude porte sur la consommation des vins indigènes et étrangers. Elle ne reflète malheureusement que le marché de détail. Les tendances n'en restent pas moins marquantes sur les habitudes de consommation et la gamme de prix.

La lettre d'information est disponible auprès de l'ISV, Zeughausgasse 16, 3001 Berne. Elle est également disponible en ligne, sur le site de l'ISV: www.swisswine.ch.

Le concours a démarré

Milestone 2004. Le concours pour la remise du Prix du tourisme suisse «Milestone» 2004 a démarré. Les deux premières candidatures ont déjà été reçues. Le concours, dont on peut lire les détails sur le site www.htr-milestone.ch, entend récompenser les projets touristiques les plus novateurs dans le domaine des transports, de l'hébergement, des activités de loisirs et de l'organisation d'entreprise. La remise des distinctions aura lieu le 2 novembre à Berne. **MH**



Crédit pour ST: vent contraire

Berne. On le savait: le renouvellement du crédit-cadre pour Suisse Tourisme (ST) sera un objet très débattu et il sera difficile d'inciter les parlementaires à offrir plus que les 200 millions prévus par le Conseil fédéral. Ainsi, la semaine dernière et contrairement à la Commission de l'économie du Conseil des Etats qui a plaidé pour 230 millions, la Commission des finances de ce même conseil, a proposé d'allouer 200 millions de francs. **MH**

Formation hôtelière: stand primé

Reconvilier (BE). Distinction pour les responsables du marketing de l'hôtellerie suisse et de Gastrosuisse. En effet, le stand d'information, qu'ils ont tenu du 23 au 27 mars au Salon de la formation professionnelle à Reconvilier, dans le Jura bernois, a reçu le 2e prix du concours «des meilleurs stands». Le premier prix est, quant à lui, revenu au stand des gestionnaires en économie familiale. Un des critères de sélection était l'accueil et l'interactivité du stand. **MH**



LES GENS



Max Meyer, directeur de l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel depuis le 1er avril 1996, quittera ses fonctions le 30 juin. Natif de Neuchâtel et diplômé de l'École hôtelière de Lausanne, il a débuté sa carrière au sein de la chaîne hôtelière Intercontinental, à Genève, puis à Dubaï, avant de rejoindre le groupe Hyatt, à Montreux, tout d'abord, et ensuite à New-York. De retour en Suisse, il a participé à l'ouverture de l'Hôtel Mövenpick Radisson de Genève. Il a dirigé par la suite, pendant quatre ans, le Centre international de Gilon avant de prendre la direction de l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel. **LM**

Gianni Di Marco (photo) quittera la direction de l'Office du tourisme de Château-d'Éclex le 30 juin. Il avait suc-



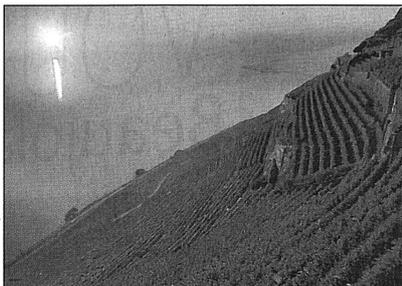
cédé à **Philippe Sublet** en février 2003. Le communiqué du comité de l'office du tourisme précise que celui-ci a été amené «à se séparer de son directeur» en invoquant «les vives tensions apparues, ainsi que certaines divergences concernant l'administration d'un office local.» Il note aussi «un déficit au niveau des tâches de proximité et de la gestion de l'office au quotidien.» Ce même comité précise qu'il se réunira après Pâques pour définir un nouveau cahier des charges pour le poste. Il devrait recenser la fonction sur des tâches d'animation locale. **JJE**

Afin de donner une nouvelle orientation à sa carrière professionnelle, **Nicole Hungerkamp** (37 ans), diplô-



mée de l'École hôtelière de Lausanne (EHL), a récemment quitté la direction de la Clinique La Prairie à Montreux où elle était en charge, depuis l'été 2000, des relations avec la clientèle, du marketing et des départements hôteliers. Auparavant, elle avait occupé pendant six ans le poste de directrice des ventes et marketing du Beau-Rivage Palace à Lausanne-Ouchy. **LM**

Photos: Swiss-Image



UNESCO

Les vignobles en terrasses du Lavaux et les châteaux de Sion (en haut) pourraient bientôt rejoindre la région d'Aletsch-Bietschhorn-Junfrau et les châteaux de Bellinzona (en bas) au patrimoine mondial de l'Unesco.

PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

Le Lavaux et Sion rejoindront-ils Aletsch et Bellinzona à l'Unesco?

L'inscription d'un site au patrimoine mondial de l'Unesco est un atout touristique indéniable. Certains verraient ainsi d'un bon œil que les vignobles en terrasses du Lavaux, mais aussi Sion ou Fribourg rejoignent bientôt les six sites* suisses qui y figurent déjà.

LAURENT MISSBAUER

La récente remise, le 26 mars, du certificat de patrimoine mondial de l'Unesco au Monte San Giorgio, au Tessin, est venue rappeler à point nommé que le nombre de sites suisses inscrits à l'Unesco n'était guère figé. Après la région d'Aletsch, il y a deux ans, et le Monte San Giorgio, le mois passé, d'autres sites helvétiques pourraient être bientôt admis.

Comme l'a relevé un récent séminaire, organisé dans le cadre du salon international du tourisme ITB de Berlin, le simple fait de figurer sur la liste de l'Unesco garantit une notoriété non négligeable au niveau touristique. Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, l'a d'ailleurs souligné à Berlin et les six sites suisses du patrimoine mondial ont une place de choix sur www.MySwitzerland.com.

Sur ce site Internet, on peut notamment lire que «la convention de l'Unesco est l'instrument le plus important sur le plan international pour assurer la sauvegarde des biens culturels et naturels qui ont une valeur

universelle exceptionnelle.» Les sites ne peuvent en effet être inscrits que s'ils répondent aux critères définis dans la convention et qui sont le caractère unique, ainsi que l'authenticité pour les biens culturels et l'intégrité pour les biens naturels.

Des critères que les vignobles en terrasses du Lavaux remplissent parfaitement selon le conseiller national vaudois Joseph Zysiadis. Celui-ci a d'ailleurs déposé en mars une motion cosignée par 54 parlementaires demandant au Conseil fédéral de prendre les mesures nécessaires pour inscrire les vignobles de Lavaux au patrimoine mondial de l'Unesco. Selon lui, «les terrasses du Lavaux ont une fonction touristique capitale et la Suisse doit s'inspirer des démarches analogues conduites en France, en Espagne, au Portugal et en Grèce pour mener bien cette inscription.»

S'inspirer de démarches analogues est également un souhait qui a été

récemment émis dans les milieux touristiques valaisans. Ceux-ci verraient d'un bon œil les châteaux de Sion rejoindre ceux de Bellinzona au patrimoine mondial de l'Unesco. «Une telle candidature, qui ne peut être que bénéfique pour le tourisme séduisant, requiert cependant une procédure politique au niveau de la commune. Personnellement, j'y suis entièrement favorable», explique Eddy Peter, le directeur de Sion Tourisme.

Même constat au niveau de Nicolas Zapf, le directeur de Fribourg Tourisme. Il convient toutefois de constater qu'une procédure politique (lire ci-dessous) a déjà été entamée à Fribourg, désireuse d'imiter Berne dont la vieille-ville figure depuis longtemps au patrimoine mondial de l'Unesco.

* 1. Le couvent de Münstair (GR); 2. La vieille-ville de Berne; 3. Les châteaux de Bellinzona; 4. La bibliothèque du couvent de St-Gall; 5. La région d'Aletsch-Bietschhorn-Junfrau; 6. Le Monte San Giorgio (TI).

Fribourg a un projet déjà bien avancé

Par rapport à Lavaux ou à Sion, force est de constater que la candidature de Fribourg au patrimoine mondial de l'Unesco est déjà bien avancée. Le dépôt du projet à l'Office fédéral de la culture a en effet été approuvé en mars par le Conseil communal de la ville de Fribourg.

En cas de feu vert de la part de la Confédération, Dominique de Buman, le syndic de la ville de Fribourg, s'attend à des retombées médiatiques

et touristiques «très intéressantes pour la capitale fribourgeoise. Dans le cas contraire, les efforts n'auront pas été vains. Les démarches effectuées pour inscrire la vieille-ville de Fribourg au patrimoine mondial de l'Unesco pourront en effet être utilisées pour enrichir les guides touristiques ainsi que d'autres publications, en particulier les recherches historiques qui seront menées en vue du 850e anniversaire de la ville en 2007. **LM**

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Des bornes de «check-in» dans les hôtels de luxe aux Etats-Unis. De plus en plus d'hôtels de luxe américains entendent épargner le précieux temps de leur clientèle d'affaires. A cet effet, ils ont installé des bornes qui permettent de s'enregistrer à l'arrivée ou de régler la facture lors du départ en perdant le moins de temps possible. «Quarante-cinq secondes suffisent», se réjouit Carl Cohen, de la chaîne Starwood qui regroupe notamment les hôtels Sheraton et Westin. Après une première période d'essais de six mois, Starwood entend équiper 40 de ses hôtels avec un tel système. La chaîne Hilton entend en faire de même dans 23 de ses hôtels. **Page 6**

Lucerne mise sur le wellness. A Lucerne, le tourisme devrait profiter ces prochaines années d'une volonté de revalorisation du wellness et des services hospitaliers de pointe. Tels sont deux points sur lesquels la promotion économique de la ville entend miser à l'avenir. Tant Mario Lütolf, le directeur de Lucerne Tourisme, que Walter Gisler, le directeur de l'Hôtel National, se sont prononcés favorablement à l'égard de cette stratégie qui devrait dorénavant accorder davantage de place au tourisme de remise en forme. **Page 9**

Interview d'Urs Zurbriggen, le président des Romantik Hotels. Le Valaisan Urs Zurbriggen est à la fois président des Romantik Hotels d'Europe et de Suisse. Si la chaîne qu'il préside a perdu plusieurs hôtels en Scandinavie – leur nombre est passé de 25 à 9 en moins de dix ans –, elle en a en revanche trois de plus en Suisse. Parmi eux, le Grand Hôtel Bella-Tola à St-Luc (VS). En tout, les Romantik Hotels regroupent 188 établissements dans douze pays. En Suisse, leur nombre s'élève à 24. **Page 11**

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers

Montbéliarde 130, case postale, 3001 Berne

Responsable des médias: Christian Santschi

Rédaction: Rédacteur en chef: Manetta Dedial (MD)

Responsable du Cahier Français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halabala (MH)

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethève (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayer (DEM), Valais; José Sordano (JS), Fribourg;

Veronique Tarling (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne;

Genevieve Zuber (GZ), Valais.

Chiefs d'édition: Iris Strabel

Abonnements: Sabine Rothacher

Annances: Marc Moser

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente)

Administration: Marc Moser

Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne

Tirage: 11'157 Ex. contrôlés REMP 2002, 20'000 Ex. imprimés

Prix de vente: (TVA incl.)

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

ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Montbéliarde 130, case postale, 3001 Berne.

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

Tél: 051 370 42 16, Fax: 051 370 42 24,

E-Mail: tr@swiss-hotels.ch

Abonnements: Tél: 051 740 97 35, Fax: 051 740 97 76,

E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Annances: Tél: 051 370 42 42, Fax: 051 370 42 23,

E-Mail: annonces@swiss-hotels.ch

Publicité: Tél: 051 370 42 42, Fax: 051 370 42 23,

E-Mail: marketing@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.ch

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

NH Hoteles, sucht für das NH Luzern**** ab sofort oder nach Vereinbarung eine/einen:

Supervisor Front Office

Diese Position umfasst folgende Kernaufgaben:

- Operative Leitung des Front Office Team
- Check-in, Check-out und Betreuung der Hotelgäste
- Reservations- und Rechnungskontrolle
- Korrespondenz in deutscher, französischer und englischer Sprache
- Einarbeiten neuer Mitarbeiter

Sie verfügen über eine solide theoretische und praktische Grundausbildung (HF-Abgänger erwünscht), haben bereits Front-/Administrations-Erfahrung, verfügen über gute Fremdsprachenkenntnisse in Wort und Schrift (D/E/F), sind kontaktfreudig/kommunikativ, haben eine sympathische Ausstrahlung und sind ein Teamplayer? Sie bezeichnen sich als zuverlässig & verantwortungsbewusst, verfügen über gute Kenntnisse Bereich PC (MS Office Packet), bezeichnen sich als selbständig, belastbar und motiviert und bringen Einsatzfreude und Flexibilität mit?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

NH LUZERN
Lars Widmer
Operations Manager
Friedenstrasse 8
6004 Luzern
t. 041 418 31 01 – f. 041 418 31 05
l.widmer@nh-hotels.com
www.nh-hotels.com

PART OF
THE NH WORLD

161349



Infolge Pensionierung unseres langjährigen Leiters Gastronomie
suchen wir per Sommer 2004 einen

Bereichsleiter Gastronomie

Stellenprofil:
Mehrere Gastronomiebetriebe mit Bedienung und Self mit einem Team von bis zu 35 Mitarbeitern. Die saisonal ausgerichteten Betriebe befinden sich an unterschiedlichen Standorten im Ski- und Wandergebiet Corvatsch/Engadin.

Anforderungen:
Als frontorientierter Gastro-Profi besitzen Sie fundierte Kenntnisse und Erfahrung im Gastronomiebereich, sind eine innovative und dynamische Persönlichkeit und behalten die Übersicht auch in hektischen Situationen. Nebst Deutsch, Italienisch und Englisch sind weitere Fremdsprachen von Vorteil.

Wir bieten:
Abwechslungsreiche und ausbaufähige Jahresstelle in einem lebhaften Umfeld. Es erwarten Sie eine interessante Arbeit und ein motiviertes Team. Zeitgemässe erfolgsorientierte Entlohnung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an die:
(Gerne informiert Sie unser
Geschäftsleiter Herr Andreas Venzin)

ENGADIN

LUFTSEILBAHN CORVATSCH AG

CH-7513 Silvaplana | Tel. 081 838 73 73 | e-mail. info@corvatsch.ch

161340

Zur Führung eines

Restaurants

(Talebene Oberwallis)

suchen wir ab sofort für einen Kunden

eine/n junge/n, dynamische/n, kreative/n und innovative/n

Mieter/in

Sie sind: – verantwortungsbewusst, flexibel und belastbar
– ein Organisations- und Präsentationstalent
– evtl. gelernter Koch/Köchin

Sie haben: – eine fundierte Ausbildung im Restaurations- oder Hotelfach
– das Wirtepatent
– mehrjährige Erfahrung im Gastgewerbe
– Freude an kreativer, selbständiger Arbeit und am Umgang mit Kunden

Sie suchen: – eine neue Herausforderung

Wir bieten: – ein gut gehendes Restaurant in zentraler Lage
– interessante Mietbedingungen
– eine Liegenschaft die folgende Räume umfasst:
» Restaurant
» Speisesaal
» Sitzungszimmer
» Grosse Gartenwirtschaft

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an:

Steiner & Pfaffen Treuhand AG
Oberer Saltinadamm 4
3902 Brig-Glis

info@steiner-pfaffen.ch

161335

Hotel Terrace Engelberg

Sie fehlen uns!

Unser ****-Hotel - es ist mit seinen 168 Zimmern das grösste am Ort - bietet Ihnen als

Front Office Manager

eine abwechslungsreiche Herausforderung in einem jungen, dynamischen Team.

Als sprachgewandte, führungserfahrene Persönlichkeit (m/w) mit guten Hogatex-Kenntnissen führen Sie das lebhafteste Front Office zusammen mit ihrem Team selbständig und kompetent.

Interessiert? - Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen (CV, Foto, Zeugnisse) oder informieren Sie sich persönlich bei Kordula Tanner, Leiterin Personal.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Titlis Rotair & Hotel Terrace
Postfach 88, 6391 Engelberg
Tel. +41 (0)41 639 50 53
www.terrace.ch / www.titlis.ch
ktanner@titlis.ch
161087

HOTEL LAUDINELLA

KULTUR KONGRESSE FERIEEN
CH-7500 St. Moritz

Die Laudinella St. Moritz ist mit 300 Betten und 7 Sälen und einer Wellness-Abteilung das grösste Hotel unique im Engadin.

Wichtiger Bestandteil des Angebots sind die vielfältigen kulturellen Veranstaltungen und Kursprogramme. Der gastronomische Bereich ist mit 6 Restaurationsbetrieben vollständig neu gestaltet.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung:

Chef Pâtissier

zur Führung eines kleinen Teams und zur Produktion der Desserts für 6 neu erstellte Restaurationsbetriebe

Réceptionist/in

mit KV-Diplom, EDV-Kenntnissen (FIDELIO-System), mehrsprachig D/E/I

Bitte richten Sie Ihre handgeschriebene Bewerbung an:
Hotel Laudinella, Agnese Bronzini, 7500 St. Moritz
Telefon +41 (0)81 836 06 04 | Fax +41 (0)81 836 06 05
Mail staff@laudinella.ch

161292

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

www.gastrouisse-jobservice.ch

Sellen in jedem Bereich
– für jede Funktion
– zu jeder Jahreszeit

Gastrouisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35
Fax 01 371 55 90
E-Mail: jobservice@gastrouisse.ch

LUZERN HOTELS

Der Online-Stellenmarkt
der Luzerner Hotellerie
www.luzern-hotels.ch

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

**Surfen Sie
Zum Erfolg mit uns
www.horega.ch**

www.gastrojob.ch
Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

Zürich 079 779 53 79 Luzern 041 418 23 33
info@gastrojob.ch

Adecco HOTEL & EVENT

Stellenangebote Seite 3.
Offres d'emplois page 3.
www.adecco.ch

Making people successful



Die über 900 Mitarbeitenden der elvetino Bahngastronomie verwöhnen die Reisenden jeden Tag in 500 Zügen und machen die Bahnreise zum Erlebnis.

Für unseren Hauptsitz in Zürich (beim Hauptbahnhof) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/-in Railbar

In dieser sehr anspruchsvollen Funktion sind Sie verantwortlich für die Führung des Geschäftsbereichs Railbar mit täglich rund 120 verkehrenden Railbar-Touren. Sie führen 8 direkt Ihnen unterstellte Kadermitarbeiter und 250 Mitarbeiter, sind verantwortlich für die Einhaltung der Budgets und die Umsetzung der definierten Jahresziele. Sie planen das Dienstleistungsangebot in den Zügen (Touren und Angebot) und sind verantwortlich für das Tagesgeschäft.

Damit Sie diese Herausforderung erfolgreich anpacken können, verfügen Sie über eine abgeschlossene Ausbildung (vorzugsweise im Gastgewerbe oder in der Lebensmittelbranche), haben mehrjährige Berufs- und Führungserfahrung. Zudem besitzen Sie sehr gute Anwenderkenntnisse der MS-Office-Programme und gute Französischkenntnisse.

Sind Sie eine belastbare, pflichtbewusste und vor allem selbständige Person? Zählen Führung, Zuverlässigkeit, Durchsetzungsvermögen zu Ihren Stärken?

Wir bieten nebst einer abwechslungsreichen Tätigkeit eine den Anforderungen entsprechende Entlohnung und gute Sozialleistungen.

elvetino AG
Rosetta Haas
Limmatstrasse 23 8005 Zürich
Tel +41 (0)512 22 93 46 Fax +41 (0)512 22 93 44
rosetta.haas@elvetino.ch www.elvetino.ch

161328



Traditionsreiche Schweizer Hotelunternehmung mit gehobenen Stadt- und Businesshotels in Zürich, Basel und Lausanne sucht zum baldmöglichsten Eintritt für das Hotel St. Gotthard in Zürich einen

Leiter Administration (m/w)

Ihr Verantwortungsbereich:

- Gesamter finanzieller Bereich des Hotels (Finanzstatus, Tagesabschlüsse, Kostenkontrolle, Night Auditing)
- Debitoren- und Kreditorenbewirtschaftung
- Archivierung
- Personalwesen

Ihr Profil:

- Fachmann für Finanz- und Rechnungswesen oder Fachausweis Treuhänder
- Erfahrung im Personalwesen
- Deutsch/Englisch

Wir bieten Ihnen eine verantwortungsvolle Tätigkeit und einen schönen Arbeitsplatz im Herzen von Zürich. Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto und Gehaltsvorstellung an:

Manz Privacy Hotels Switzerland AG
Direktionssekretariat
c/o Hotel St. Gotthard
Bahnhofstrasse 87
8023 Zürich



161330



Erfahrung als Küchenchef/In und Freude an einer lebhaften À-la-carte-Küche machen Sie zu unserem/unserer idealen

Küchenchef/In

Sie sind zuständig für die Organisation und Führung der gesamten Küche. Sie sind verantwortlich für die Produktion von täglich frischen Produkten, für die Menü- u. Speisekartenplanung welche saisonale Akzente setzt. Betriebshygiene und das Lebensmittelgesetz haben für Sie einen hohen Stellenwert. Sie verfügen über eine breite praktische Erfahrung im Bankettwesen. Zusammen mit Ihrer Küchenbrigade setzen Sie Akzente bei der Umsetzung von qualitativ hoch stehenden gastronomischen Leistungen. Sie freuen sich, Ideen einzubringen und umzusetzen sowie verfolgen Sie mit Interesse die kulinarischen Trends.

Sie sind ein/e erfahrene/r Küchenchef/in und bringen viel Freude an der Arbeit sowie an der Mitarbeiterführung mit. Das engagierte Rebstock-Team freut sich auf eine verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die sich mit diesem interessanten und vielfältigen Arbeitsplatz identifizieren kann. (Stellenantritt nach Vereinbarung)

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an das Hotel Rebstock, Christian Moser, St.-Leodegar-Strasse 3, 6006 Luzern. (www.hereweare.ch)

161338



GRAND CIRCLE CRUISE LINE

DO YOU STRIVE FOR EXCELLENCE? WE DO!

Grand Circle Cruise Line is one of the fastest growing River Cruise companies, operating a fleet of thirteen 4' and 5' ships on the Rhine, Main, Danube, Seine and Rhone sailing with American passengers only.

As per now we are looking for the ideal candidate for the position:

HUMAN RESOURCES MANAGER HOSPITALITY

Main Responsibilities:

- Crew Scheduling
- Recruitment of Hospitality Crew
- Administration: Visa, files, salary preparation, contracts, insurances, references etc.

The HR Manager is working in Basel office as first contact person for all HR related issues on board of the ships. He/She supports the Hotel Managers in recruiting and maintaining the Hospitality Crew in co-operation with crew agencies and a pool of relief staff.

The HR Manager prepares all salary related information for the monthly payroll, which is done by an external department. He/She is issuing contracts and ensuring all crewmembers have a valid visa.

Requirements:

The ideal candidate is 25 to 35 years old, has a hospitality background (Hotel School) and gained relevant experience in hotel operations. The candidate has a well-structured working attitude. He/She is committed to Human Resources matters and can manage different issues in a clear and provident way. The ideal candidate is reliable, a good communicator and has a sense of urgency. Fluent English and German is a requirement.

If you are interested in this exciting career opportunity, then send your complete application (including photo) to:

GRAND CIRCLE CRUISE LINE
Dorothee Lindeman, P.O. Box
CH-4001 Basel
Phone: 0041 61 260 26 60
Fax: 0041 61 260 26 00
Mail: diindeman@gct.com

161307

TOURISMUS



Der Verein Rapperswil Zürichsee Tourismus ist nun bereits vier Jahre alt. Das geografische Gebiet dieser Tourismusregion erstreckt sich entlang der beiden Zürichseeufer von Zollikon respektive Kilchberg in Richtung Linthebene, weiter zum Walensee bis hoch zur Sonnenstube Amden.

Wir suchen per 1. Juni 2004 oder nach Vereinbarung eine initiative und engagierte

Assistent/in der Leiterin (100%)

Ihre Aufgaben und Verantwortlichkeiten:

- Abwicklung täglicher Gästeanfragen
- Betreuung des Reservationssystem Desklime mit aktiver Kontaktpflege zu den Hoteliers
- Betreuung des Internetauftritts www.zuerichsee.ch
- Erledigung verschiedener administrativer Arbeiten
- Mitgestaltung bei verschiedenen Publikationen
- Mitarbeit bei der Entwicklung, Lancierung und/oder Durchführung von regionalen und überregionalen Events

Ihr Profil und Ihre Stärken:

- Sie verfügen über einen Abschluss einer Tourismusfachschule oder eine kaufmännische Grundausbildung mit Abschluss einer Marketingausbildung.
- Sie bringen berufliche Erfahrung aus der Tourismusbranche mit (Desklime-Kenntnisse von Vorteil)
- Sie haben keine Hemmungen, neue Ideen einzubringen und mit entsprechendem Durchsetzungsvermögen umzusetzen
- Sie besitzen Sozial- und Verhandlungskompetenz sowie Organisationsflair

Die Tätigkeit bei Rapperswil Zürichsee Tourismus lässt einen breiten, kreativen Spielraum in einem motivierten jungen Team zu. Sie sind ca. 30 Jahre jung, bringen nebst Kreativität auch Eigeninitiative und Humor mit.

Wir freuen uns auf Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen bis spätestens 17. April 2004.



161287

KMU-Beratung-Kriech · Unternehmensberatung in Organisations- und Personalfragen

Postfach 21 · 9203 Niedervil · Telefon 071 393 56 76 · Fax 071 393 56 88

E-Mail: info@kmuk.ch · Weitere attraktive Stellen unter: www.kmuk.ch

Gesucht per 15. 4. oder 1. 5. 2004

Chef de partie/ Sous-chef

in lebhaften À-la-carte- und Bankettbetrieb mit angegliedertem Catering- und Partyservice.

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung, arbeiten selbständig und können sich in ein bestehendes Konzept rasch integrieren.

Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:

Hotel-Rest. Enge AG
3280 Murten
Herr Ehrsam
Tel. 026 670 41 36
info@hotel-enge.ch

161284



BERNER OBERLAND

Hotel-Restaurant Gletscherschlucht Grindelwald

Auf die kommende Sommersaison suchen wir

einen versierten Koch (w/m)

der/die in unserem Team selbständig und zuverlässig arbeitet, erfahren und belastbar ist.

Frau Ruth Meier freut sich auf Ihren Anruf unter Tel. 033 853 60 50
Hotel-Restaurant Gletscherschlucht
www.gletscherschlucht.ch
gletscherschlucht@bluewin.ch

161285

Wir, ein junges Gastro-Unternehmen, suchen für unsere Neueröffnung in Zug, direkt am See, eine/n

Chef de Service/Betriebsassistenten/-in

mit Eintritt nach Vereinbarung.

Haben Sie Lust, mit uns zusammen, in einem jungen Team etwas aufzubauen und zu bewegen? Sind Führungsqualität, Belastbarkeit, Eigeninitiative und Teamgeist keine Fremdwörter für Sie? Wenn Sie ebenfalls mit der italienischen Sprache vertraut sind und Sie sich angesprochen fühlen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto!

Valentino Gastronomie AG, Alpenstrasse 14, 6300 Zug
Judith Alder, Tel. 041 725 29 03, j.alder@valentino-gastronomia.ch

161284

Vom Nachtportier bis zum Sales Manager.

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



hoteljob

Ihre Stellenvermittlung



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

Personalberatung
Telefon 031 370 42 23
Telefax 031 370 42 24
e-mail: hoteljob.be@swissnet.ch



GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO



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

New Challenge

Personalberatung & Vermittlung

Für Kader- und Fachstellen in bestausgewiesene Hotel- und Gastronomie-Betriebe.

Gabriela Weber
Telefon 01/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch



Betriebsassistent/in

Für zwei Betriebe – im Raum Aargau und in Schaffhausen – suchen wir Betriebsassistenten. Sie haben eine Servicelehre/Hotelfachschule abgeschlossen oder Erfahrung in der Gastronomie, sind frontorientiert und haben Freude an einer vielseitigen und selbstständigen Tätigkeit (Service kombiniert mit Administration). Sie beherrschen Word und Excel und sind bereit mit Zimmerstunde zu arbeiten. Melden Sie sich noch heute bei mir, ich freue mich darauf.

Carmen Thaddey 01 297 79 79
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

Köche

«Gesucht werden Köche zwar überall, melden aber können sie sich bei uns zentral»

Traditionell, mediterran, Nouvelle Cuisine oder Auerhahn. Frisch aus der Lehre, mit wenig, mit mehr oder mit viel Erfahrung. Wir suchen flexible, kreative und unermüdete Berufsleute. Herr Koch und Frau Koch finden bei uns die attraktivsten Angebote auf dem Markt – sei es in der Stadt, am See, auf dem Berg, nur für die Sommersaison oder als Jahresstelle. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

Stefan von Däniken 01 297 79 79
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

Chef pâtissier / Garde manger w/m

Für ein Vier-Sterne-Kur- und Ferienhotel im Appenzellerland suchen wir einen kreativen und ideenreichen Koch der bereits Erfahrung als Chef oder Commis pâtissier / Garde manger mitbringt. In dieser interessanten Position haben Sie die Chance, Ihre eigenen Ideen umzusetzen und den Posten selbstständig zu führen. Eine tolle Herausforderung in einem mittelgrossen, motivierten Team erwartet Sie. Arbeitsantritt ist per sofort oder nach Vereinbarung möglich. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Bettina Kellenberger 071 228 33 43
Poststrasse 15 | 9001 St. Gallen | st.gallen.hotelevent@adecco.ch

Chef de partie / Commis de cuisine

Restaurant Da Veraguth, Sagogn GR
Sie sind jung, motiviert, aufgestellt und bringen bereits Erfahrung in der gehobenen Küche mit? Möchten Sie zudem in einem kleinen Team arbeiten, eigene Ideen einbringen und Verantwortung übernehmen? Dann haben wir die richtige Stelle für Sie – klein, aber feil! Für das Restaurant Da Veraguth in der Nähe von Flims-Laxa suchen wir einen ambitionierten Koch. Fixe Freitage, ein gut eingerichteter Arbeitsplatz und ein eingespieltes Team erwarten Sie hier. Haben Sie Lust auf eine Sommersaison mit der Möglichkeit auf Verlängerung für den Winter? Ich freue mich auf Ihren Anruf.

Anita Burren 041 419 77 66
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | luzern.hotelevent@adecco.ch

Koch/Servicefachangestellter

Doppelfunktion | Für einen englischen Zug
Wir suchen eine junge, lebensfrohe sowie kreative und standfeste Persönlichkeit aus der Gastronomie mit Erfahrung im Service sowie in der Küche. Auf abwechslungsreichen Reisen mit einem alten, englischen Zug verwöhnen Sie die Gäste kulinarisch – hinter dem Herd sowie an der Front im Service – während ruhigen und turbulenten Fahrten. Sie sind äusserst flexibel und geniessen es, in fremden Städten und Ländern zu übernachten oder einen entspannten Nachmittag zu verbringen. Ich freue mich auf Ihre «zügige» Bewerbung.

Martin Meyer 01 297 79 79
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

Streitgasse 20 | 4010 Basel | 061 264 60 40
Marktgasse 32 | 3000 Bern 7 | 031 310 10 10
Grabenstrasse 40 | 7000 Chur | 081 258 30 75
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

Service. Solutions. Success...

ECOLAB ist ein europaweit operierendes Unternehmen als Spezialist für die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb von Produkten und Systemen für professionelle Reinigung und Hygiene. ECOLAB handelt verantwortungsbewusst, umweltbewusst und kundenorientiert. Um unsere Marktführerschaft weiter auszubauen, suchen wir zur Unterstützung der regionalen Verkaufsmannschaft eine dynamische Persönlichkeit.

- 3.4 Milliarden Euro Unternehmen
- 20.000 Mitarbeiter/innen weltweit
- Einer der Marktführer in institutioneller und industrieller Hygiene weltweit

Sie, als unser neuer

JUNIOR ACCOUNT MANAGER FÜR DIE REGION ZÜRICH

begeistern unsere potentiellen Gastronomiekunden durch Ihre Kompetenz und Überzeugungskraft. Nach der umfassenden Einarbeitungszeit unterstützen Sie unsere Gebietsleiter im Verkauf moderner technischer Geräteeinrichtungen und Verbrauchsgüter. Durch Ihre Persönlichkeit und Ihr Verkaufstalent tragen Sie einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg bei.

Als dynamische, ehrgeizige und erfolgsorientierte Persönlichkeit sind Sie «der Verkaufscrack» schlechthin. Kenntnisse der Gastronomieszene sind von Vorteil.

Sie organisieren sich selbstständig und kompetent ab eigenem Home-office. Als smarter Junior Account Manager steht Ihnen das entsprechende Fahrzeug zur Verfügung. Unsere Fachspezialisten sowie der Verkaufsleiter unterstützen Sie dabei, Ihren Erfolg zu realisieren.

Wollen Sie mit einem motivierten Team Ihre Zukunft gestalten und Ihre Entwicklungsmöglichkeiten nutzen? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto bis **23. April 04** an nebenstehende Adresse z.Hd. Frau **Monica Egli** od. per E-Mail an monica.egli@ecolab.com mit dem Vermerk JAM.

Ecoblab GmbH
Human Resources
Kriegackerstrasse 91
4132 Muttenz



...and you!

www.ecolab.com

161308

Wellness- & Spa-Hotel
ERMITAGE GOLF
3778 Gstaad-Schönried

Für uns bedeutet WELLNESS mee(h)r! Wellness im Wellness- & Spa-Hotel ERMITAGE-GOLF heisst sich WOHL fühlen, ENT-spannen, innere RUHE finden.

Wenn Sie Sympathie für dieses Lebensgefühl hegen und als Gastgeber unseren Gästen vermitteln können, dann suchen wir gerade Sie als

CHEF DE SERVICE

WIR SIND
das ****-Wellness- & Spa-Hotel für den Individual-Gast, mit 67 Zimmern und Suiten, 3 Restaurants, einem grosszügigen Wellness-Angebot (Hallen-, Frei-Erlebnis-Solbad 35 °C, Saunapark, Beauty und Bäderabteilung «Vitalität»), Beach-Volley, Tennisplätzen und Squashhalle.

WIR BIETEN

- Jahresvertrag
- 5-Tage-Woche
- Fachliche und persönliche Weiterbildung
- Mitgestaltung bei der Verbesserung unserer Serviceleistungen
- Mitentscheidung bei der Angebotsgestaltung
- Freie Benützung unseres Wellness-Angebotes, Beach-Volley und Squashhalle
- Der Verantwortung entsprechendes Salär
- Grosses Kultur- und Sportangebot in der Region

SIE HABEN

- Freude am Umgang mit anspruchsvollen und internationalen Individual-Gästen (keine Gruppen)
- Freude an der aktiven MIT-Arbeit im Service
- Schnelle Auffassungsgabe bei der Überwachung der Serviceabläufe in unseren verschiedenen Restaurants
- Flair für die Detailpflege
- Erfahrung in der Mitarbeiterführung und -schulung
- Fähigkeit, Ihre Mitarbeiter zu motivieren
- Sehr gute Sprachkenntnisse in D/F/E
- Bereitschaft zu einem längerfristigen Engagement

Interessiert – dann wollen wir Sie persönlich kennen lernen und Ihnen unser persönlich geführtes Wellness- & Spa-Hotel in Gstaad-Schönried vorstellen.

Wellness- & Spa-Hotel ERMITAGE-GOLF
CH-3778 Gstaad-Schönried
Tel.: ++41 (0) 33 748 60 60
Fax: ++41 (0) 33 748 60 67
www.ermitagegolf.ch
stefan.walliser@ermitagegolf.ch

161291

GSTAAD SCHÖNRIED
WINE & GOLF HOTELS
ALPINE CLASSICS
PRIVATE HOTELS

ROMANTIK HOTEL BEAU-SITE
CH-3906 Saas-Fee

Lieben Sie Berge, frische Luft, sinnvolle Freizeitgestaltung und arbeiten Sie gerne in einem jungen Team? Dann sind Sie bei uns richtig.
In Mitten einer bezaubernden Ferienlandschaft befindet sich unser renommiertes Ferienhotel mit 88 Betten. Der gastronomische Bereich umfasst drei Restaurants mit vielseitigem Speiseangebot und für das vitale Wohlbefinden steht ein attraktives Wellness-Center zur Verfügung.
Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab 1. Juni 2004 noch folgende Mitarbeiter/innen in Saison- oder Jahresstellung:

Chef de Réception (m/w)
mit mehrjähriger Berufserfahrung, ausgewiesenen Führungsqualitäten und sehr guten Fremdsprachenkenntnissen D,E,F

1. Réceptionist (m/w)
mit Hotelerfahrung und Fremdsprachenkenntnissen D,E,F

Praktikant Réception und Hotelbar (m/w)

Wir wünschen uns Mitarbeiter, die Freude am Umgang mit Gästen haben und verantwortungsbewusst arbeiten. Auf Ihre Bewerbung (auch E-Mail möglich) freuen wir uns und falls Sie noch Fragen haben, rufen Sie uns einfach an.

Romantik Hotel Beau-Site
Famille Zurbiggen-Roosli
CH-3906 Saas-Fee
Tel. 027 - 958 1560
Fax 027 - 958 1565
info@beausite.org
www.beausite.org

161290

ROMANTIK HOTELS & RESTAURANTS INTERNATIONAL

BAHNHOF BUFFET ZÜRICH

Innovation und Tradition unter einem Dach.
Unser Unternehmen bietet ein vielfältiges Gastronomieangebot im HB Zürich: Restaurants, Bars, Verkaufsstände, Catering-Service sowie Konferenz- und Banketträume machen uns zum grössten Bahnhofbuffet Europas.

Für unser mediterranes Spezialitäten-Restaurant Da Capo suchen wir auf den 1. Mai zur Ergänzung der Küchenbrigade eine/n

Commis de Cuisine (m/w)

Haben Sie eine abgeschlossene Köchlehre? Lassen Sie sich gerne von der klassischen italienischen Gastronomie inspirieren? Sind Sie qualitätsbewusst und das Arbeiten in einem kleinen, gut geführten Team macht Ihnen Spass? Dann sollten Sie keinen Moment zögern, uns Ihre Bewerbung zukommen zu lassen. Jann Hess oder Peter Lauer erzählen Ihnen dann bei einem persönlichen Gespräch mehr über diese spannende Aufgabe in einem lebhaften Betrieb im Herzen von Zürich. Wir sind gespannt auf Sie!

Candrian Catering AG
Restaurants Bahnhofbuffet Zürich
Postfach, 8023 Zürich
Tel. ++41/1/217 15 38, Fax ++41/1/217 15 09
e-mail: jhess@bahnhofbuffet.ch
www.bahnhofbuffet.ch

161305



Lehr- und Arbeitswerkstätte
für Menschen mit
Behinderungen
Zwysigstrasse 28
9000 St. Gallen
www.valida-sg.ch

Die VALIDA ist eine Produktionswerkstätte, die Menschen mit Behinderungen Arbeitsplätze in 8 verschiedenen Arbeitsbereichen anbietet. Unser **Küchenteam** verpflegt täglich pro Hauptmahlzeit durchschnittlich 180 Personen mit saisonalen Speisen. Für unseren Verpflegungsbereich suchen wir per 1. Juni oder nach Vereinbarung eine(n)

Abteilungsleiter/in Küche (100%)

Unregelmässige Arbeitszeit: geteilte Dienste mit Frühdienst und Wochenenddienst (jede 3. Woche)

Ihre hauptsächlichen Aufgaben sind

- Fachliche, administrative und organisatorische Leitung der Küche sowie die personelle Führung der 2 Gruppenleiter/innen
- Begleiten, Fördern und Anleiten von Menschen mit Behinderungen zusammen im Team mit den Gruppenleiter/innen
- Verantwortung für die Menüplanung und die Menüzubereitung auch für spezielle Mahlzeiten der Bewohner/innen und Diäten
- Selbständiger Einkauf (innerhalb des vorgegebenen Budgets) und Lagerbewirtschaftung der Lebensmittel inkl. Getränke
- Umsetzung und Einhaltung des Lebensmittelgesetzes und des Hygienekonzeptes

Sie erfüllen folgende Voraussetzungen

- abgeschlossene Ausbildung als Koch bzw. Köchin mit entsprechender Weiterbildung in der Diätküche
- Praxiserfahrung im gesamten Bereich der Verpflegung, vorzugsweise in einem vergleichbaren Betrieb
- Freude und Motivation im Umgang von Menschen mit Behinderungen. Eine agogische Weiterbildung ist von Vorteil.
- Führungserfahrung in einer vergleichbaren Position
- Fähigkeit zur interdisziplinären Zusammenarbeit mit den anderen Abteilungen der Ökonomie und dem Wohnbereich
- gute EDV-Anwenderkenntnisse (MS Office)

Wenn Sie Freude an diesem interessanten, vielseitigen und anspruchsvollen Arbeitsfeld haben und die Übernahme der entsprechenden Verantwortung für Sie eine spannende Herausforderung bedeutet, dann richten Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an den Personaldienst, Frau E. Waser, Zwysigstrasse 28, 9000 St. Gallen.

161333

Wir suchen zur Ergänzung in unser Küchen-Team nach Vereinbarung motivierte Mitarbeiter/innen

Gardemanger

mit Flair auch für die Pâtisserie
sowie

Saucier mit Souschef-Funktionen

mit Sensibilität für Qualität und Kreativität

Ist Kochen Ihre Leidenschaft? Sind Sie kreativ und sensibler für Qualität? Arbeiten Sie gerne selbstständig? Führen Sie Ihren «Posten» verantwortungsbewusst?

Wir verfügen über zwei neuzeitliche, gastfreundliche Restaurationsbetriebe und streben Spitzenleistungen bei Speis und Trank an. Vom einfachen Tellergericht bis zum exquisiten Diner im A-la-carte-Restaurant sowie in den verschiedenen Banketträumen – und Gartenrestaurant.

Wir sind bestrebt die Cuisine naturelle und inspirativ täglich saisonal umzusetzen.

Möchten Sie gerne in einem jungen aufgeschlossenen Team arbeiten und mehr über Ihren zukünftigen Arbeitsplatz wissen? Wir sind stadtnah und doch auf dem Lande.

Senden Sie uns bitte Ihre Unterlagen oder rufen Sie uns an.

Rita Essig, Tel. 01 830 58 22, **Wirtschaft zum Doktorhaus, 8304 Wallisellen und Vivendi Restaurant-Bar, Opfikon/Glattbrugg**

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

161344



Ein Hotel des **FFV** 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
uhaefli@mx.ch www.ferienverein.ch

161239

037-245334K



Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams

Service-Tournant und Housekeeping-Tournant

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

*Profil Sie haben eine entsprechende Ausbildung (evtl. GAFA oder HOFA), deutsche Muttersprache, sind jung, teamfähig, belastbar, besitzen eine rasche Auffassungsgabe und haben ein gepflegtes Aussehen.
Auskünfte Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Stalder, Tel. 032 681 34 34, gerne zur Verfügung.*

Bewerbung Ihre schriftliche Bewerbung mit allen erforderlichen Unterlagen richten Sie bitte zu Händen Frau Ursula Stalder.

PARK FORUM WYLIIHOF

Wylühof 43 beim Golf • 4542 Luterbach-Solothurn • Telefon 032 681 34 34
Fax 032 681 34 35 • parkforum@wylühof.ch • www.parkforum-wylühof.ch

161299

Hotel & Terme Vals

Das Hotel mit der einzigartigen Terme.

Unsere Konkurrenten und die Presse behaupten, wir hätten es einfach: Schliesslich haben wir wohl das berühmteste Bad Europas, sind eines der grössten Hotels der Schweiz und haben eine traumhafte Bergwelt ringsherum. Von der Qualität unserer Küche ganz zu schweigen. Wir denken, so unrecht haben die nicht.

Wir suchen folgende Mitarbeiter:

Im Roten Saal und in der Blauen Halle:
Servicemitarbeiter/in
Buffetmitarbeiter/in

In der Küche:
Chef de partie
Saladier

In der Terme:
Disponent/in

Auf der Etage:
Zimmerfrau
Portier

Haben Sie Lust, sich auf neue Dinge einzulassen in einem Unternehmen, das mit Erfolg neue Wege geht? Die Saison beginnt am 10. Juni 2004 und dauert bis 28. März 2005. Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit einem Foto. Wenn Sie Vals noch nicht kennen, schicken wir Ihnen gerne Informationen und Prospekte.

Wir freuen uns auf Sie.
Sonja Dietrich
Therme Vals, 7132 Vals
Telefon 081 926 89 92
Fax 081 926 80 00

DAVOS • LENZERHEIDE / VALBELLA

Herzlich Willkommen in unserem Team, welches höchste Gastfreundlichkeit durch Lebensfreude ausstrahlt.

Für die Sommersaison bieten wir noch folgende Top Saisonstellen an:

Receptionistinnen ★ Receptionistin-Praktikantin
ServicemitarbeiterInnen ★ Koch und Jungkoch



PANORAMA
HOTEL

Mit Spannung erwartet Ralph-Marc Diebold Ihren Anruf 004181 413 2373

PANORAMA ★★
7077 LENZERHEIDE/VALBELLA

PANORAMA ★★
7270 DAVOS

<http://www.panoramahotels.com>

161273



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 Berufsausbildung 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
fv@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

161196

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 «schwingvoll, 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

HOTEL BERN, Herr Peter Schiltknecht
Zeughausgasse 9, 3011 Bern

161242

Hotel Continental

Zeughausgasse 27, CH-3011 Bern



Unser moderner Familienbetrieb mit ausgeprägtem Fischspezialitätenrestaurant direkt am Hallwilersee sucht auf **Anfang Mai** motivierte und erfahrene Mitarbeiter als

CHEF DE PARTIE

Wir wünschen uns belastbare und flexible Mitarbeiter mit guten Fachkenntnissen, die gerne in einem jungen und aufgestellten Team arbeiten.

Sind Sie interessiert? So rufen Sie mich an, oder senden Sie Ihre Unterlagen an:

Seehotel Delphin

z. Hd. Herrn Claude Fischer

5616 Meisterschwanden

www.hotel-delphin.ch

Tel. 056 676 66 80

161329

Hotel Ristorante Pizzeria Stella del lago
Cocktail Bar Riviera
Schoren 45, 3653 Oberhofen
direkt am Thunersee in Oberhofen:

Lieben Sie das Gastgewerbe und suchen eine neue Herausforderung?

Unsere Gäste geniessen die schöne Aussicht am See, fühlen sich wie in den Ferien und lassen sich gerne kulinarisch verwöhnen....

Für unseren neu renovierten Betrieb suchen wir zur Wiedereröffnung per 1. Mai 2004 oder nach Vereinbarung

Hotelmanager/in

der/die mit Herz und Seele Gastgeber/in ist und die italienische Kultur kennt, liebt und lebt!
Wir bieten einer erfahrenen Persönlichkeit die Möglichkeit, einen leibhaften Betrieb mit ca. 25 Angestellten weitgehend selbständig zu führen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir folgende qualifizierte und einsetzfreudige Mitarbeiter welche die deutsche Sprache beherrschen:

Stv. Geschäftsführer/Chef de Service

mit der Bereitschaft zur Führung der Service-Brigade, Verantwortung für die Hygiene zu übernehmen sowie den/die Geschäftsführer/in tatkräftig zu unterstützen.

Serviceangestellte/Serviceaushilfe

Haben Sie Freude am Beruf und bleiben Sie auch in hektischen Zeiten charmant, dann erwartet Sie eine interessante und abwechslungsreiche Jahresstelle.

Barmaid/Barman

sind Sie eine erfahrene Persönlichkeit mit Kreativität beim Mixen von Cocktails und beherrschen zudem den Umgang mit Whisky.

Küchenchef

mit fundierten Kenntnissen der italienischen Küche sowie mehrjähriger Berufserfahrung.

Koch/Hilfskoch

routiniert in der italienischen Küche, belastbar, flexibel und teamorientiert.

Pizzaiolo (Holzofenerfahrung)

der überzeugte Pizzaprofi mit Freude am Beruf.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Auskünfte erteilen Ihnen Herr I. Jemini oder Herr D. Zehnder, Tel. 031 310 06 66 Jemini Ristorante AG, Stella del lago, Schauplatzgasse 26, 3011 Bern 161337



SERVICEFACHANGESTELLTE

Wir sind ein junges Team und führen am Stadtrand von Luzern ein familiäres Kleinhotel mit einem Fisch- und Spezialitätenrestaurant.

Zur Erweiterung unserer Brigade suchen wir ab März/April 2004 eine Fachkraft im Service.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an:

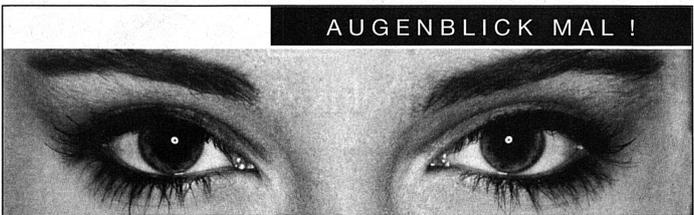
Frau Sandra Stofer 041 377 11 35
oder bewerben Sie sich schriftlich an Familie Stofer
Hotel Balm, 6045 Meggen 160790

Hotel Alpbach*
Meiringen, Berner Oberland**

Für unser Gourmetrestaurant und Ferienhotel suchen wir für die kommende Sommersaison oder in Jahresstelle ab 1. Mai 2004

eine Servicemitarbeiterin

Bewerbungen an...
Herrn Jean Claude Gerber
Hotel Alpbach, 3860 Meiringen
Tel. 033 971 18 31
www.alpbach.ch info@alpbach.ch 161346



AUGENBLICK MAL!

**ACCOUNT-MANAGER
SCHWEIZ
für unser zentrales Verkaufsbüro**

Sie sind die richtige Person, wenn Sie über eine abgeschlossene Berufsausbildung in der Hotellerie sowie einen Hotelfachschulabschluss verfügen. Zudem werden mind. 2 Jahre Erfahrung im Hotel Sales (mit eigenem Kundenstamm) vorausgesetzt.

Ferner sind Sie zwischen 25 und 30 Jahre alt, bringen grosses Organisationsgeschick mit und scheuen sich nicht, Einsatzbereitschaft zu zeigen.

Wir freuen uns, Sie in einem persönlichen Gespräch näher kennen zu lernen.

Eintritt: per sofort.

ArabellaSheraton betreibt in der Schweiz folgende Hotels:

- In Davos:** ArabellaSheraton Hotel Seehof
ArabellaSheraton Hotel Derby
Arabella Sheraton Hotel Waldhüs
- In Vitznau:** ArabellaSheraton Vitznauerhof
- In Zürich:** ArabellaSheraton Atlantis Hotel
ArabellaSheraton Neues Schloss
- In Genf:** Hotel Präsident Wilson

Ferner trägt das zentrale Verkaufsbüro in Zürich die Verantwortung für die Betreuung der Kunden der Starwood Hotels & Resorts.

Bitte senden Sie uns Ihre aussagekräftige Bewerbung digital per E-Mail, inkl. Foto und Gehaltsvorstellungen an:
E-Mail: fritz.grunder@arabellasheraton.com

Verkaufs- und Marketingdirektion Schweiz
z. Hd. Fritz Grunder 161309
Stockerstrasse 11, CH-8002 Zürich
Tel.: +41/43 344 33 00, Fax: +41/43 344 33 04



Wir bieten Ihnen verantwortungsvolle Positionen in einem jungen Team, beste Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten und vieles mehr.

Ein Joint Venture der Schörghuber Unternehmensgruppe und Starwood Hotels & Resorts



Für die Sommersaison ab Anfang Juni bis Oktober 2004 (Verlängerung für die Wintersaison möglich) suchen wir

**Chef de partie/
Entremetier
Jungkoch
Servicemitarbeiterin**

Unser persönlich geführtes Ferienhotel mit gepflegter A-la-carte-Restaurations befindet sich im Herzen der Ferienregion Lenzerheide-Valbella und wir verwöhnen unsere internationale Kundschaft mit einer marktfrischen neuzeitlichen Küche.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

Hotel Collina
Frau R. Stalder-Bergamin
7078 Lenzerheide
Tel. 081 384 18 17
www.hotelcollina.ch 161336

Hotel Alpenruh***

Für unser gemütliches 3-Sterne Hotel in Mürren im Berner Oberland suchen wir ab 1. Mai 2004

**- Jungkoch-
- Servicemitarbeiter/in -**

für Hotel Alpenruh / Rest. Taverne

Wir sind ein junges Team mit der Ambition, eine spitzen Küche mit einem gepflegten Service anzubieten.

Das Hotel Alpenruh ist ein drei Sterne Betrieb im autofreien Mürren, in einem Dorf mit viel Charme, idyllisch gelegen gegenüber dem Dreigestirn Eiger, Mönch und Jungfrau im Berner Oberland. Zum Hotel gehören ebenfalls das rustikale Restaurant Taverne, direkt in der Bahnhofstrasse Mürren sowie das gemütliche Bergrestaurant Allmendhubel, auf 1907 m, mit einem atemberaubenden Panorama!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Hotel Alpenruh, 3825 Mürren
Tel: 033 856 88 00 / Fax: 033 856 88 88
alpenruh@schillthorn.ch
www.schillthorn.ch (click Hotel) 161289

**HOTEL
PARADIES**

Für das beste Viersternhotel in der Schweiz, inmitten der herrlichen Bergwelt des Engadins, mit 25 exklusiven Zimmern, einem Gourmet-Restaurant, ausgezeichnet mit 2 Michelin-Sternen und 18 Punkten im Gault Millau, einer gemütlichen Engadiner Stüva, einem gepflegten A-la-carte-Restaurant und einer anspruchsvollen Hotelbar suchen wir ab 17. Mai 2004 oder nach Vereinbarung folgende hochmotivierte Mitarbeiter:

speziell für unser 2-Sterne-Restaurant
«La Bellezza»

**Gardemanger
Commis Pâtissier**

mit Erfahrung in der Spitzengastronomie und Freude am Umgang mit Frischprodukten

für unser Restaurant «Bellavista»
und die Engadiner Stube «Stüva Paradis»

**Saucier
Entremetier**

mit Erfahrung in gehobener Gastronomie

Ein harmonisches Arbeitsklima und ein toller Teamgeist warten auf Sie. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild oder auf Ihren neugierigen Anruf.

Eduard und Waltraud Hitzberger
HOTEL HAUS PARADIES
CH-7551 Ftan
Tel. 0041 81 861 08 08
Fax 0041 81 861 08 09
www.relaischateaux.ch/paradies
E-Mail: info@hotelhausparadies.ch 161306

Hotel Arlos



Wir suchen auf Juni 2004

Sous-chef/Saucier

mit Berufserfahrung.

Sind Sie kontaktfreudig, kompetent, flexibel, verantwortungsvoll und belastbar?

Wenn Sie Ihren Beruf lieben und uns mithelfen wollen, die Gäste zu verwöhnen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Wir bieten Ihnen eine interessante, auch langfristig gedachte Position. Eventuelle Pachtübernahme zu einem späteren Zeitpunkt möglich.

Monika Tschalär
Hotel Arlos
7460 Savognin
Telefon 081 684 17 74



GRAND CIRCLE CRUISE LINE

Grand Circle Cruise Line ist ein erfolgreiches amerikanisches Unternehmen im Bereich Flusskreuzfahrt. Zu unserer Flotte zählen 13 First-Class-Schiffe mit aussergewöhnlich hohem Qualitätsstandard.

Infolge weiterer Expansion, suchen wir zur tatkräftigen Unterstützung eine/n

**Mitarbeiter/in
für den Bereich Operations im Office Basel**

Sie sind für die termingerechte Fertigstellung und Weiterleitung aller Passagierinformationen an unsere Reiseleiter zuständig und stehen in regelmässigem Kontakt mit unseren Vertragspartnern. Ihr Idealalter liegt bei 22 bis 35 Jahren.

Sie kümmern sich selbstständig um kurzfristige Reiseprogrammänderungen, stellen den Informationsfluss zu den verschiedenen Stellen sicher und unterstützen die Reiseleiter täglich mit Rat und Tat.

Verfügen Sie über gute PC-Kenntnisse, arbeiten selbstständig, können stilischer in Deutsch und Englisch kommunizieren, sind qualitätsorientiert und können gut organisieren?

Wenn Sie gerne in einem dynamische und zukunftsorientierten Team arbeiten möchten, freuen wir uns darauf, Sie kennenzulernen. Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen in englischer Sprache mit Foto an:

Grand Circle Cruise Line GmbH
Regula Flückiger
Postfach
4001 Basel
Tel. 061 260 26 60
Fax. 061 260 26 00
e-mail: rfluecki@gct.com 161285



Stellenangebote **SwissDeluxeHotels.com** Marché de l'emploi
Committed to quality and individuality



**TSCHUGGEN GRAND HOTEL
AROSA**

Das Tschuggen Grand Hotel in Arosa gehört zu den führenden Schweizer Luxushäusern und ist ein Mitglied der Leading Hotels of the World.

Ab 1. Juli oder nach Vereinbarung suchen wir SIE als unsere/n

Personalleiter/in in Jahresstelle

Sie haben eine abgeschlossene Hotelfachschule oder eine gleichwertige Ausbildung und Erfahrung in der gehobenen Hotellerie. Für die vielseitige Tätigkeit sind Sprachkenntnisse in D/F/E wichtige Voraussetzungen (Italienisch von Vorteil).

Als kommunikative und belastbare Persönlichkeit wissen Sie mit Menschen aus unterschiedlichsten Kulturen umzugehen. Neben Ihren Hauptaufgaben im Personalwesen, sind Sie für die Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung zuständig. Während der Wintersaison übernehmen Sie zusätzliche Verantwortung im Tagesgeschehen.

Wir bieten Ihnen eine vielseitige, attraktive Stellung in einem jungen, motivierten Team, das sich hohe Ziele steckt. Sie haben die Chance, bei der kontinuierlichen Entwicklung des Produktes aktiv mitzuwirken.

In einem persönlichen Gespräch werden wir Ihnen mehr über die Philosophie des Tschuggen Grand Hotels erzählen und Ihnen unser Haus vorstellen.

Tschuggen Grand Hotel
Urs Bircher, Direktor, CH-7050 Arosa
Telefon +41 (0) 81/ 378 99 99 Fax +41 (0)81/378 99 90
Internet: www.tschuggen.ch E-Mail: team@tschuggen.ch



161300



DER KULTUR GEWIDMET

CHEF DE PARTIE (M/W)
«Jasperküche» ab sofort

COMMIS DE CUISINE (M/W)
ab sofort

CHEF DE RANG (M/W)
Restaurant «Jasper» ab Mai,
mit Berufserfahrung
nach der Ausbildung

LEITER/IN STEWARDING
Unter der Leitung des F & B Assistenten sind Sie verantwortlich für die Führung und Koordination der Bereiche Buffet, Economat, Office und Reinigung.

Wir bieten einen Arbeitsplatz in einem renommierten Haus, an Toplage.

Frau Susy Bernasconi freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Zeugniskopien und Foto.

DAS FÜHRENDE 5-STERNHOTEL
AM VERWALDSTÄTTERSEE:
3 RESTAURANTS, BAR,
KONFERENZRÄUME,
168 ZIMMER

**PALACE
LUZERN**

Hotels of the world

6002 LUZERN · HALDENSTRASSE 10 · PERSONALBÜRO TEL. 041 416 10 04
s.bernasconi@palace-luzern.ch · www.palace-luzern.ch

AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEM BESITZ:
VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA · INTERLAKEN

161342

WELCOME

TO ONE OF EUROPE'S TOP RESORT HOTELS



**EIN AUSSERGEWÖHNLICHES HOTEL
BIETET EINZIGARTIGE CHANCEN!**

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Sommersaison 2004 noch folgende qualifizierte und motivierte Mitarbeiter, die bereits erste Erfahrungen in der Luxushotellerie gesammelt haben:

**Réceptionist/in
Concierge Tournant
Telefonist/in
Aide Economat**

Um den Ansprüchen unserer internationalen Gäste gerecht zu werden, setzen wir bei unseren Mitarbeitern fließende Deutsch-, Französisch- und Englischkenntnisse voraus (jede weitere Sprache von Vorteil).

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto).



**PALACE HOTEL
GSTAAD**

Barbara Hefel, Personalchefin, CH-3790 Gstaad
Tel. +41 33 748 50 00, Fax +41 33 748 50 01
hr@palace.ch www.palace.ch



161293

DEUTSCHE SCHWEIZ



Wir sind ein modernes ****-Ferienhotel mit 58 Doppelzimmern im Herzen von Adelboden.

Sie sind eine aufgestellte und zupackende Person, auf der Suche nach einer neuen Herausforderung?

Dann sind Sie vielleicht schon bald unsere neue/r

Chefln de réception

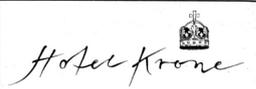
Fidelio 7,12 heisst unser Front-Office-System. Sesam unser Back-Office-System.

Eintritt für diese Jahresstelle wäre schon bald, oder nach Vereinbarung.

Wir würden uns über Ihre Unterlagen freuen:

arena hotel steinmattli ****
Rudolf + Anita Hauri
3715 Adelboden
Tel. 033 673 39 39, Fax 033 673 38 39
www.arena-steinmattli.ch

150096



Etwas anders als die andern sind wir schon! (Nicht nur, dass unser kleines Hotel bereits seit 13 Generationen von derselben Familie geführt wird.) Unsere 7 Küchenkünstler suchen noch einen Mitspieler. Wenn Sie gerne mit Frischprodukten Herausragendes kreieren (16 Punkte GM, Jeunes Restaurateurs d'Europe) und gute Ideen in die Tat umsetzen, haben wir eine tolle Aufgabe für Sie:

**Chef de partie
Jungkoch**

Wichtig ist Ihre Motivation und das Interesse für den neuen Job. Unsere Küche ist weltumspannend! Wir freuen uns, Ihnen als Gast bei einem Essen unseren Betrieb persönlich vorzustellen und Sie für unser Familienunternehmen zu begeistern.

Familie Huber, Hotel Krone
www.krone-sihlbrugg.ch
8816 Sihlbrugg
(20 Min. von Zürich und Luzern)
01 729 83 33 (Thomas verlangen)

161288

GASTHAUS ADELBODEN



6422 Steinen-Schwyz

Ruth und Franz Wiget und ihr Team wünschen sich folgende Mitarbeiter

**Chef de Partie
Commis de Cuisine**

Die Freude an gepflegter Gastlichkeit haben, von einer kreativen Küche träumen, (17 Gault-Millau-Punkte, 1 Michelin-Stern) und motiviert sind, den hohen Ansprüchen unserer Gäste gerecht zu werden.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und stehen für weitere Auskünfte gerne zur Verfügung.



Ruth und Franz Wiget
Restaurant Adelboden
6422 Steinen
Tel. 041/ 832 12 42
So. und Mo. Ruhetag



161332



Hotel Restaurant
ARVENBÜEL
Amden

Silence-Hotel Arvenbüel auf der Sonnenterrasse Amden über dem Walensee.

Für die kommende Sommersaison vom 1. Mai bis ca. 15. November 2004 suchen wir

**Sous Chef (m)
Servicefachgestellte m/w
Zimmermädchen**

(Ausländer nur mit sehr guten Deutschkenntnissen)
Sind Sie flexibel, belastbar und an selbständiges Arbeiten gewöhnt, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Fam. Rüedi, Silence-Hotel Arvenbüel
8873 Amden
Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01
Montag Ruhetag

161100

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

EXPRESS-Stellenvermittlung

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Eine Dienstleistung von

hoteljob

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

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
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	Hilfssköchin	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	Hilfssköchin	29	SK	B	sofort	D	Bern
8416	Pâtissière	31	DE	LEG	sofort	D	zus.m.8417
8417	Pâtissier	31	DE	LEG	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
8424	Köchin	36	CH	n. Ver.	D/E/I		LU/ZH/ZG
8429	Küchenchef	53	CH		sofort	D/E/F/I	Chur+Umgeb.
8430	Hilfssköchin	20	DE	LEG	sofort	D/E	BE/FR
8432	Küchenchef/Alleinkoch	38	IT	LEG	sofort	D/F/I	
8433	Chef de partie/Sous-chef	37	DE	LEG	sofort	D/E	SG
8435	Köchin/Pâtissière	44	CH	Mai	D	NW	
8439	Küchenchef	33	AT	B	Juli	D	SG/TG/ZH
8441	Küchenchef/Sous-chef	38	CH	Juni	D/E/F	GR	
8445	Demi-chef de partie	23	DE	LEG	Juni	D/E	zus.m.8446/3-4*Hotel/Zürich+Umgeb.
8447	Küchenchef	47	CH	April/n. Ver.	F/I		LU/TI

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
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		
8444	Gouvernante	51	CH	Juni	D/E		SO/BE/ZH
8448	Küchenhilfe	29	EO	B-EG	Juni	F/I	ZH

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
8395	Direktionsassistentin	38	CH	Mai	D/E/F/I		GR
8396	Réceptionistin	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	
8426	Réceptionist	33	DE/GR	L-EG	sofort	D/E/F	
8428	Night Auditor	56	DE	B	sofort	D/E/F	
8434	Anfangsrezept/w	25	CH	n. Ver.	D/E/F		ZH/SG/BE/VS
8436	Réceptionist	61	CH		sofort	D/E/F/I	GR
8438	F&O-Manager/Ass.	25	DE	L-EG	Juni	D/E	4-5*Hotel
8440	Direktionsassistentin	34	CH	Juni/n. Ver.	D/E/F		BE/Seeland

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
8394	Chef de service	60	CH		sofort	D/E/F/I	Zürich

- REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
- Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- Alter - Age
- Nationalität - Nationalité
- Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- Eintrittsdatum - Date d'entrée
- Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE?

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

1. _____
 2. _____
 3. _____

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

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe 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

SVIZZERA ITALIANA

HOTEL SERPIANO



Renommiertes 3*** Ferien- und Wellnesshotel im Tessin, der Sonnenstube der Schweiz, sucht per sofort oder nach Vereinbarung fachkundiges Personal als:

• Chef de Service

Die unsere Gäste kompetent und mit viel Begeisterung betreuen.

Wenn Sie Freude am Umgang mit Gästen haben, belastbar sind und die italienische Sprache lernen oder auffrischen wollen, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Serpiano – 6867 Serpiano
091 986 20 00 www.serpiano.ch

Herr Pagano oder Herr Schmid freuen sich auf Ihre Bewerbung.

150934

Hotel Distelboden
CH-6068 Melchsee-Frutt
Zentralschweiz
Telefon 0041/41 669 12 66
Telefax 0041/41 669 13 77
www.distelboden.ch
info@distelboden.ch

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die kommende Sommersaison (Anfang Juni bis Mitte Oktober 04)

Serviceangestellte/Kellner

Köche
Chef de partie
Commis de cuisine

Guter Verdienst, Kost u. Logies im Hause.

Rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen.
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Fam. R. u. H. Steiger
Hotel Distelboden
6068 Melchsee-Frutt
Tel. 0041 / 41 669 12 66

161296



Ecole Hôtelière de Genève "ES"

ECOLE SUPERIEURE «ES» DE MANAGEMENT

Dans le cadre de notre agrandissement,
nous recherchons pour compléter notre équipe

1 PROFESSEUR
DE GESTION HOTELIERE/RESTAURATION
ET MARKETING

Professionnel de haut niveau, diplômé d'une Ecole Hôtelière
Avec une expérience de 5 ans minimum de préférence
internationale et une maîtrise de l'informatique.
Une première expérience de la formation d'adultes serait un atout.

Vous avez entre 35 et 45 ans
le contact avec la jeune génération vous passionne
le défi de former de futurs cadres vous motive.

Nous vous offrons un travail varié, dans un cadre agréable,
au sein d'une école à dimension internationale, proche des milieux
professionnels et dispensant un enseignement personnalisé.

Suisse ou permis valable.

Merci d'adresser vos offres à M. O.R. Sykora, directeur.

161064

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



INTERNATIONAL

Kanada - Ontario

Gesucht Juni bis Ende September 2004
in abgelegenes Buschresort
unter CH-Führung

Jungkoch/Jungköchin

mit abgeschlossener Beruflehre
Bist Du unter 30 Jahre, Allrounder/In,
flexibel, kreativ und offen für Neues?
Englisch-Kennntnis von Vorteil, dann
sende bitte Deine Bewerbung an:
CAT, Postfach 336, 8730 Uznach
Telefon: +41 79 693 61 18
E-Mail: info@namaste-vision.ch

161297

Resident-Manager
auf den Malediven

Haben Sie Erfahrung im Hotel-Management, vorzugsweise im Ausland, und möchten Sie Ihren Ehrgeiz und Ihre Fähigkeiten im Tauchparadies Malediven unter Beweis stellen? Wenn Sie zudem fließend Englisch, Französisch und Deutsch sprechen und über gute EDV-Kenntnisse verfügen, dann sind Sie bei uns genau richtig!

Wir suchen per 1. September 2004 einen Resident-Manager für unser neu renoviertes 3½-Sterne- und 65-Betten Ressort auf Helengeli, Malediven.

Fühlen Sie sich angesprochen und sind zwischen 30 und 45 Jahre jung? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Manta Reisen AG, Herr Marcel Bürgin, Treichlerstrasse 10, 8032 Zürich.

Herr Bürgin gibt Ihnen auch gerne weitere Auskünfte unter Tel. 01 268 24 24 oder marcel.buegin@manta.ch

161286

STELLEN-
GESUCHE

Suchen Sie eine Geschäftsführung oder Ihre Nachfolgerstellung für Ihr kleines (ca. 20 Zimmer), spezielles Hotel / Hotel Garni im Kanton Zürich oder Aargau?

Hotelbegeisterte
Fachfrau

sucht das persönlich geführte Haus, das sie mit Liebe zum Detail und Aufmerksamkeit weiterführen kann.

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 161343 an hotel+tourismusrevue, Postfach, 3001 Bern.

161343

Wirtin mit Erfahrung stellt sich gerne zur Verfügung für

Frei- und Ferienablösungen
sowie Buchhaltungen

in der ganzen Schweiz.
Chiffre L 158-740308 an Publicitas S.A., Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1

161298

STELLENGESUCHE

Ich (42), Jurist mit ökonomischer Zusatzausbildung und ehemaliger Chef de Service suche eine

Kaderposition in der
Gastronomie/Hotellerie

Ich freue mich über Ihre Kontaktaufnahme unter lvankrimpen@bluewin.ch

161310

Cercasi per subito o da convenire

Assistente d'Albergo
(ev. anche a tempo parziale)**Cameriera**

per orario diurno, con buone conoscenze lingue nazionali

Cuoco indipendente

Inviare curriculum a: Computa S. A.
Via S. Maria 68, 8596 GORDOLA
E-Mail: computa@bluewin.ch
Tel. 091 730 95 85, lu-ve ore ufficio

161331

STELLENVERMITTLUNG

DOMINO GASTRO



No Personal-Profi

- Für Stellensuche kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen**Küche/Service/Réception**

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	033 823 32 32
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 83
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 823 32 32
Wallis, Zermatt	055 415 52 85
Romandie, Lausanne	055 415 52 85

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09
134930/401646

Gastro Express



Stellen suchen

Stellen anbieten

Kostenlos

www.gastro-express.ch

www.gastro.ch Tel. 081 382 21 57

PERSONALVERMITTLUNGEN

Tel. 079 475 11 33 www.adsjob.com
Qualifiziertes Personal aus Österreich

«Ambitionen»

Personalekrutierung und -beratung seit 1990.

Betriebsassistent/in

→ **Ausflughotellerie**
Schwerpunkt Büro, Mithilfe im Service;
D/F E von Vorteil;
Eintritt ab sofort

1. Réceptionist/in

→ **4* Erlebnishotellerie;**
ähnliche Funktion wie Chef/in de Réception;
3 Mitarbeiter/innen unterstellt; Sprachen D/E/F;
Eintritt 05/06/2004

Chef/in de Service

→ **4* Familienhotellerie;**
À-la-carte-Restaurant mit ca. 45 Plätzen,
gehobenes Niveau; Ablöse Maître d'Hotel;
Führung von ca. 2-3 Mitarbeiter/innen;
Eintritt ab 06/2004

Küchenchef/in

→ **3* Familienhotellerie;**
qualitätsbewusste, kreative Küche,
À-la-carte/HP gemischt, ausschliesslich
Frischprodukte;
Brigade 3-4 Mann/Frau; Einkauf,
Dienstpläne und Speisekarten erstellen,
Verantwortung für einen reibungslosen Küchenablauf;
Eintritt 05/2004

Chef/in de Partie

→ **4* Erlebnishotellerie**
13 G&M; insgesamt ca. 120 Plätze,
à-la-carte und Menüs; gehobene Küche,
Brigade ca. 9 Mann/Frau; Posten Saucier;
Eintritt ab sofort

1. Gouvernante

→ **5* Ferienhotellerie;**
Führung von ca. 50-60 Mitarbeiter/Innen;
Sprachen; D/E/I/Port.; Jahresstelle;
Eintritt ab sofort

Weitere Angebote für die Sommersaison 2004

auf allen Positionen in der ganzen Schweiz
«Rufen Sie uns an wir freuen uns Sie
kennen zu lernen»

gastro S



gastro S Haus Howald GmbH
XL-Zentrum/Bahnhofstr. 8, 5080 Laufenburg
Tel. 062 869 40 40 / Fax 062 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-S.ch

161345

www.gastro-S.ch

IMPRESSUM

htr hotel+tourismusrevue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Mondjoustasse 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 Strelbel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: insertat@swiss-hotels.ch

Anzeigenart (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe	Nr. 17/2004	Nr. 18/2004	Nr. 19/2004	Nr. 20/2004
– Erscheint	22. 4. 2004	29. 4. 2004	6. 5. 2004	13. 5. 2004
– Anzeigenschluss	19. 4. 2004	26. 4. 2004	3. 5. 2004	10. 5. 2004
– Wiederholungen	19. 4. 2004	26. 4. 2004	3. 5. 2004	10. 5. 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.