

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 112 (2004)
Heft: 25

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.08.2025

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

Heute mit **125** Stellenangeboten



IWAN RICKENBACHER /
Der Kenner der Politzene gibt Tipps für ein erfolgreiches Lobbying der Tourismusbranche. SEITE 2



VELOLAND SCHWEIZ /
Kantone, Gemeinden und Tourismusorganisationen arbeiten an der Verdichtung des Netzwerks. SEITE 6



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Inhalt vor Form

CHRISTINE KÜNZLER

Er sieht lecker aus, der Salateller: In der Mitte ein Hügel aus Blattsalaten, drumherum drapiert frische Früchte. Das Edelste jedoch sind die lilafarbenen Blumen, die, sozusagen als Krönung, den Blattsalat zieren. Der formal perfekte Teller verspricht – optisch – höchste Qualität. Dann kommt der Kellner – in den Händen einen flachen Brotkorb, zugedeckt mit einer blütenweissen Serviette. Vor meinem geistigen Auge sehe ich drei verschiedene Brotsorten, oder wemns hochkommt, kleine knusprige Brötchen. Elegant hebt der Kellner das Tuch – drunter liegen, säuberlich aneinandergereiht, ein paar Scheiben langweiligen Weissbrots der gleichen Sorte. Na ja, ich schlucke leer und freue mich auf den vielversprechenden Salat.

Um es vorgewezunehmen, auch der Salateller hält nicht, was er verspricht: Die französische Sauce schmeckt nach industriell gefertigter Ware, und der Sellerie-salat sind zweifelsohne mit Konservierungsstoffen angereichert, der Mais – wohl auch die Bohnen – stammen aus der Dose. Immerhin: Früchte und Blumen sind frisch.

In der Gastronomie ist es wie andernorts auch: Leere Versprechungen haben enttäuschte Kunden zur Folge. Weniger ist eben manchmal mehr: bescheidener im Auftritt, dafür überzeugend im Inhalt.

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/9
Hotellerie	10/11/12
Gastronomie/Technik	13/14/15/17
Marktnotizen	16
Die Letzte	18
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund

FUSSBALL-EM

Fussball regiert die Gastroszene

Die laufende Fussball-Europameisterschaft in Portugal bietet den Gastronomen gleichzeitig Spielraum für unternehmerischen Ideenreichtum.

MARTIN J. PETRAS

Die Fernsehübertragungen der Europameisterschaftsspiele aus Portugal mobilisieren zurzeit stark die multi-kulturellen Gefühle hierzulande, und befriedigen ebenso das Bedürfnis nach Gesellschaft – ähnlich wie die Gastronomie. Kein Wunder, dass sich daraus Synergien ergeben. Um sie zu nutzen, wird der Kleinferscher in die Bärecke gestellt, oder es kommt zu einem regelrechten Fussball-Grossereignis, wie in der «Fussballarena» im «Mascotte» am Zürcher Bellevue. Laut Geschäftsführer Alfonso Siegrist werden dort die Spiele auf mehreren Bildschirmen und einer Grossleinwand von bis zu 1000 Personen verfolgt. So wird König Fussball die hiesige Gastronomie bis zum Finale am 4. Juli auch weiterhin beherrschen – ob mit oder ohne die Schweizer Mannschaft.

Siehe Seite 15

Foto: Martin J. Petras



FUSSBALL STEHT IM MITTELPUNKT

Auch in der Carlton-Bar in Zürich sorgt die Übertragung der Fussball-Europameisterschaft für ein Gedränge am Tresen.

JANUAR-MÄRZ

Logiernächte-Rückgang um 1,8%

Die Hotellgiernächte in der Schweiz sind gemäss der neuen Stichprobenerhebung des BFS im ersten Quartal 2004 um 1,8% zurückgegangen.

KARL JOSEF VERDING

Während der Beobachtungsperiode von Januar bis März 2004 verlief gemäss der neuen Erhebung die Logiernächteentwicklung der ausländischen Gäste (-0,1%) insgesamt positiver als jene der Kundschaft aus dem Inland (-3,9%). Die Entwicklung war

im Zeitverlauf aber nicht homogen. Während die Monate Januar (insgesamt -4,1% verglichen mit Januar 2003) und März (-4,6%) von deutlichen Verlusten gekennzeichnet waren, fiel der Monat Februar sehr erfreulich aus (+3,1%): Hier, im Sportferien-Monat, nahmen die Logiernächte von inländischen Gästen demnach um 1,6% ab, während diejenigen der ausländischen Gäste um 7,2% zunahm.

Die neue Stichprobenerhebung ersetzt die monatliche Beherbergungsstatistik des Bundesamts für Statistik BFS, die Ende 2003 aus Budgetgründen aufgehoben wurde.

Die neuen Daten des BFS sagen nichts über die Verteilung nach Stadt- und Ferienhotellerie oder über die einzelnen Auslands-Quellmärkte. Die hier gebotenen Ergebnisse stammen

aus einer Erhebung bei einer Stichprobe von 500 Hotelbetrieben. Wenn eine Finanzierung über Partner gelingt, soll die Hotelstatistik ab Januar 2005 wieder eingeführt werden.

Hotellgiernächte Januar bis März 2004

Veränderung in Prozent gegenüber Periode 2003	Total	Gäste aus dem Ausland	Gäste aus dem Inland
Januar	-4,1	-3,6	-4,5
Februar	3,1	7,2	-1,6
März	-4,6	-3,8	-5,5
Erstes Quartal kumuliert	-1,8	-0,1	-3,9

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

HOTEL INFORMATIK
seit über 18 Jahren

REBAG DATA AG | 8813 Horgen | www.rebag.ch | Tel. +41 7 111 74 10

ERSTKLASSIGER SERVICE.

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

BELLA Vita
die neue schweizerische Wellness-Software.

In guten Häusern zu Hause:
BellaVita von
Check-In Data 01 701 96 96
www.checkindata.com

htw IN KÜRZE

Franchising / Gastro-Franchisingsysteme haben es in der Schweiz nicht einfach. Sogar McDonald's führt anteilmässig weit weniger im Franchise als international. Denn vor Bauchlandungen schützt ein Franchise nicht. **Seite 4**

Lebensqualität / Touristiker, Hoteliers und Wirte sind alle im Lebensqualitätsmarkt tätig. Und Lebensqualität ist das Wertschöpfungsprinzip der Zukunft, sagt eine Trendstudie der deutschen Zukunftsinstitut GmbH. **Seite 5**

Veloreisen / Kantone und Gemeinden investieren kräftig in den Ausbau der touristischen Velowege. Gleichzeitig werden regionale Routen in das Netz von Veloland Schweiz eingebunden. Es entsteht ein attraktives Gesamtangebot. **Seite 6**

Silvia Cafiero / Im vergangenen Jahrzehnt hat Silvia Cafiero a Marca de Donatz das Hotel Al Cacciatore im südbündnerischen Soazza zu einer Topadresse gemacht. 80-jährig hat sie jetzt ihr Juwel einem Pächterpaar übergeben. **Seite 10**

Europas Top-Caterer / Die drei grossen Caterer Europas – Compass Group, Sodexo-Alliance und Ellor – können das laufende Geschäftsjahr optimistischer angehen als das Vorjahr. Gerechnet wird mit einem Umsatzwachstum zwischen 3 und 7 Prozent. **Seite 13**

US-Branchenfachmesse / Trends und Neuheiten: An der alljährlichen «NRA»-Fachmesse der amerikanischen «National Restaurant Association» in Chicago standen vor allem Technik und Franchising im Mittelpunkt des Publikumsinteresses. **Seite 14**

Fussball und Gastronomie / Bei der Lorenzini AG in Bern macht man mehr als der laufenden Fussball-Europameisterschaft. Geschäftsführer Remo Neuhaus hat für dieses Fussballereignis in seinen Lokalen mehr als ein Jahr Vorarbeit geleistet. **Seite 15**

Lebensmittelhygiene / Hygiene im Interesse der Gäste ist ein gemeinsames Anliegen von Gastronomie und Gesundheitsbehörden. Anspruchsvoll für die Gastronomen ist vor allem die im Lebensmittelgesetz verankerte Pflicht zur Selbstkontrolle. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Basel II / Die als Basel II bekannten Eigenmittelvorschriften für Banken, die Ende 2006 in Kraft treten, spielen auch für den Schweizer Tourismus eine grosse Rolle. Die Branche macht sich gleichzeitig Hoffnungen und Sorgen. **CF Seite 1**

Urs Zenhäusern / Für den Direktor von Wallis Tourismus ist der Tourismus eine Berufung. Ein Porträt eines passionierten Managers mit Trainer-Temperament, welches aus seiner Zeit als Coach der Walliser Skimannschaft herrührt. **CF Seite 2**

La Brévine / Claude-Isabelle und Jean-Daniel Oppliger setzen in der «Auberge Au Loup Blanc» in La Brévine (NE) voll und ganz auf heimische Produkte. Dazu gehört auch der Absinth, welcher zu einem Dessert verwendet wird. **CF Seite 3**

Genf / Die Genfer Hotelfachschule hat diese Woche einen neuen Pavillon eingeweiht. Das neue Gebäude wird es der Genfer Ausbildungsstätte ermöglichen, den immer höheren Studentenzahlen gerecht zu werden. **CF Seite 3**

FORUM

Nutzung des weltweiten Wachstums

PETER KELLER*

Die Weltorganisation für Tourismus (WTO) konnte jahrelang ansehnliche Zuwachsraten melden. Inzwischen trat ein Trendbruch ein. «International Tourism: The Great Turning Point» heisst das neue Buch von WTO-Generalsekretär Francesco Frangialli. Tatsächlich brach die internationale Nachfrage zwischen 2001 und 2003 leicht ein. Die unsichere Nachfrage macht die bestehenden strukturellen Ungleichgewichte auf der Angebotsseite sichtbar.



Die Europakommission der WTO, welche kürzlich unter schweizerischem Vorsitz in San Marino und Rimini tagte, befasste sich mit der neuen Situation des Welttourismus. Sie stellte die Frage, ob sich für die traditionellen europäischen Destinationen die aufwändige und kostspielige Bearbeitung entfernter Märkte weiterhin lohnt. Tatsächlich kommen heute die meisten Besucher europäischer Destinationen aus den krisenresistenteren Nah- und Heimmärkten.

Die Kommission stellte fest, dass der grenzüberschreitende Tourismus trotz Einbrüchen den Nachfrageschocks aus dem Umfeld trotzte und dass ein bei weitem noch nicht ausgeschöpftes internationales Wachstumspotenzial besteht. Es macht nach Ansicht der Kommission Sinn, die Vorteile der bekannten, einzigartigen und prestigeträchtigen europäischen Destinationen auf den Weltmärkten konsequent zu nutzen.

Die Schweiz hat einen Wettbewerbsvorteil. Sie verfügt über ein stärker internationalisiertes Marktportfolio als viele europäische Konkurrenten. Der Bundesrat wies deshalb im Zusammenhang mit der Finanzierung von Schweiz Tourismus darauf hin, dass die knappen Bundesmittel noch vermehrt für die Vermarktung von wettbewerbsfähigen Dienstleistungsbündeln auf den Aufbau- und Zukunftsmärkten eingesetzt werden müssen. In diesem Sinne genehmigte er auch das neue Tourismusabkommen mit der Volksrepublik China, welches am 15. Juni 2004 im Lohn zu Kehrsatz vom chinesischen Tourismusminister und Staatssekretär Jean-Daniel Gerber vom Seco im Beisein von Bundespräsident Joseph Deiss unterzeichnet wurde. Es öffnet den zukunftsreichsten chinesischen Tourismusmarkt für die Schweiz.

*Prof. Dr. Peter Keller ist Ressortleiter Tourismus im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco).

IWAN RICKENBACHER

«Von den Bauern etwas lernen»

Die Mechanismen im Bundeshaus kennt Iwan Rickenbacher aus dem Effeff. Der ehemalige CVP-Generalsekretär und heutige PR-Berater empfiehlt den Touristiker, mehr politische Ämter anzustreben oder zumindest den Kontakt mit den Ortsparteien zu pflegen.

INTERVIEW: THERES LAGLER

■ Iwan Rickenbacher, Sie gelten als ausgewiesener Politfuchs. Was kann die Tourismusbranche jetzt noch tun, um den Rahmenkredit von 230 Mio. Franken für Schweiz Tourismus (ST) nach dem Ständerat auch im Nationalrat durchzubringen?

Schweiz Tourismus muss jede Gelegenheit wahrnehmen, um im Parlament Fakten und Zahlen über die Bedeutung des Tourismus aus volkswirtschaftlicher Sicht zu betonen. Der Kenntnisstand ist tief.

■ Es bleiben rund 14 Wochen bis zur Herbstsession. Reagieren die Parlamentarier nicht abweisend, wenn sie dauernd «bearbeitet» werden?

Sie reagieren dann negativ, wenn man die gleiche Platte – möglicherweise noch schlecht aufgearbeitet in dicken Papierstößen – immer wieder bringt. Sie reagieren dann gut, wenn man ihnen aufgefrischte Fakten und Kennziffern zur Verfügung stellt, die sie bisher nicht gekannt haben: zum Beispiel über den Abschluss des Winterhalbjahrs oder wichtige Projekte.

«Die Politiker reagieren negativ, wenn man immer die gleiche Platte bringt.»

■ Müssen je nach Partei andere Befindlichkeiten berücksichtigt werden, um ans Ziel zu gelangen?

In dieser Frage scheiden sich die Geister weniger nach Partei- als nach regionaler Zugehörigkeit. Man muss differenzieren zwischen Regionen, die eine hohe Affinität zum Tourismus haben, und Regionen, die diese Affinität noch nicht haben. Hier denke ich beispielsweise an den ganzen Raum Zürich. Ausgehen muss man bei der Lobbyarbeit von jenen Parlamentariern, die schon eine hohe Sensibilität aufweisen. Über sie kann man die Fraktionskollegen einbeziehen.

■ Touristische Vorlagen wurden in letzter Zeit regelmässig zu einer Zitterpartie in den eidgenössischen Räten. Worauf führen Sie das zurück? Man kann von Zitterpartie reden. Es hat aber bei den meisten Vorlagen wie auch beim beschränkten Mehrwertsteuersatz für die Hotellerie im-

Foto: Theres Lagler



IWAN RICKENBACHER

Der Politiker ist überzeugt, dass unermüdliches Lobbying erforderlich ist, um die Rahmenbedingungen für den Schweizer Tourismus zu verbessern.

mer wieder Mehrheiten gegeben. Das ist das Positive. Auf der anderen Seite zeigen die knappen Abstimmungsresultate, dass man die Aufklärungsarbeit nicht abbrechen darf.

■ Sind zu viele verschiedene Organisationen aktiv?

Das ist ein Problem. Es bestehen neben einer gewissen Unübersichtlichkeit auch Unterschiede in den Positionen. Die Interessen von Gastroisuisse sind nicht immer deckungsgleich mit jenen von hotellerieisuisse, die Interessen von Schweiz Tourismus nicht immer mit jenen in den einzelnen Regionen. Es ist in den letzten Jahren zwar gelungen, in zentralen Fragen keine Dissonanzen mehr zu erzeugen. Wenn es aber um Marketingfragen und Standortförderung geht, gehören die touristischen Organisationen nicht zu den Geeintesten.

■ Bei der Landeswerbung hat der Ständerat nun ja verlangt, dass man ST, Präsenz Schweiz und Standort Schweiz stärker zusammenführt...

Diese Stossrichtung ist wichtig und richtig. Es gibt Überschneidungen in den Aufgaben sowie bei der Präsenz im In- und Ausland. Man sollte aber auch hier nicht mit dem Stemmisen dahinter, sondern runde Tische schaffen, an denen die Leute gemein-

sam nach Synergien suchen können. Am guten Willen der meisten professionellen Akteure fehlt es nicht.

■ Wie kann man die Tourismuswirtschaft der Politik näher bringen?

Es geht um eine reine Bewusstseinsfrage. Es gibt nur wenige Schweizer, die wissen, dass der Tourismus in der Schweiz für den Jahr 22 bis 30 Milliarden Franken generiert. Nur wenige wissen, dass dieses Kapital bei uns immer noch stiefmütterlich behandelt wird. Wenn nur ein Bruchteil des Geldes, das für die Landwirtschaft eingesetzt wird, in den Tourismus fliessen würde, wären schon ganz andere Mittel vorhanden.

■ Die Bauern können sich offenbar besser Gehör verschaffen.

Das ist so. Wenn Sie die eidgenössischen, kantonalen und kommunalen Parlamente durchleuchten, werden Sie zur erstaunlichen Feststellung kommen, dass jeder fünfte Parlamentarier bäuerlicher Herkunft ist. Das sind 20 Prozent der Sitze, die notabene eine Bevölkerungsgruppe stellt, deren Anteil an der aktiven Bevölkerung unter 3 Prozent liegt. Das bedeutet, dass sich diese traditionsbewusste Bevölkerung auch überdurchschnittlich am politischen Prozess beteiligt. Sie kann auf sehr viele Sympathie-

träger zurückgreifen. Da müsste man von den Bauern noch etwas lernen.

■ Sollen Hoteliers und Touristiker also politische Ämter anpeilen?

Wenn sie die politischen Ämter nicht selber anstreben können, müssten sie zumindest versuchen, zu den politischen Parteien vor Ort gute Beziehungen zu pflegen.

«Jeder fünfte Parlamentarier ist bäuerlicher Herkunft.»

■ Welchen Bezug haben Sie selber zur Tourismusbranche?

Ich lebe in einer Region, in welcher der Tourismus vor hundert Jahren blühte. Es gab kein Königshaus, dessen Repräsentanten nicht irgendwann in den Raum Vierwaldstättersee pilgerten. Im Verlauf meines Lebens habe ich gesehen, wie der Tourismus teilweise zerfallen ist. Wo ich einen Beitrag leisten kann, um dies zu ändern, tue ich es. So habe ich mitgeprogrammt, für diesen Sommer ein Eventprogramm zum 200-Jahr-Jubiläum von Schillers Wilhelm Tell zu realisieren.

■ Gute Angebote gibt es vielerorts. Schlussendlich setzt aber die Politik die Rahmenbedingungen.

Richtig. Und das geht weit über die direkte Tourismusförderung hinaus. Das geht bis zur Bekämpfung der Hochpreinsel Schweiz. Aber auch der Versuch, die Bilateralen II mit dem Schengen-Abkommen unter Dach zu bringen, gehört dazu. Ein zusätzliches Visum, das eine asiatische Gruppe für die Schweiz einholen muss, weil das Visum für Europa bei uns nicht gilt, kostet mehr als eine Übernachtung mit Frühstück. Also weicht die Gruppe in den Vorarlberg aus. Es gibt unzählige Bedingungen, die verbessert werden müssen, wenn der Schweizer Tourismus gleich lange Spiesse haben soll.

Zur Person

Iwan Rickenbacher begann seine berufliche Karriere 1975 als Direktor des Lehrerseminars des Kantons Schwyz. Nationale Bekanntheit erlangte er in seinem Amt als Generalsekretär der CVP Schweiz, das er von 1988 bis 1992 ausübte. Danach wechselte Rickenbacher als Direktor und Partner zur Berner PR-Agentur Dieter Jäggi, die auf Politlobbying spezialisiert ist. Heute arbeitet der 60-Jährige als selbstständiger PR-Berater in Schwyz. In dieser Funktion unterstützt er punktuell auch die Zürcher Hoteliers. Seit dem Jahr 2000 ist Rickenbacher zudem Honorarprofessor für politische Kommunikation an der Universität Bern. TL

Zweitwohnungs-Boom

Zermatt. Im Ferienort Zermatt boomt der Zweitwohnungsbau. Aber künftig müssen neue Liegenschaften in Zermatt einen Erstwohnungsanteil (ein-jährig bewohnt) von 30 Prozent aufweisen. Dies sieht ein neues Gemeinderesglement vor, das am 20. Juni zur Abstimmung gelangt. Im 2002 und 2003 «entstanden 150 bis 200 neue Wohnungen pro Jahr», erklärt Gemeinderat Mario Julien. Dabei handelte es sich vorwiegend um Ferienwohnungen. Ein Hotelbetreiber generiere fünfmal mehr

Übernachtungen als ein Bett in der Parahotellerie. Auch die Umsatzzahlen der Bergbahnen sind an die Zahl der Hotelbetten gebunden. «Derzeit sind erst 50 bis 55 Prozent der Bauzone von Zermatt überbaut», sagt Gemeinderat Julien.

Wallis-Tourismus-Präsident Jérémie Robyr hält eine Revision des Tourismusgesetzes für unabdingbar, um der Hotellerie unter die Arme zu greifen und den Bauboom in der Parahotellerie in den Griff zu bekommen. *KJV/sda*

«Rien ne va plus» in Zermatt

Casino. Das Casino Zermatt bleibt definitiv geschlossen. Nach erfolglosen Verhandlungen mit potenziellen Investoren und Übernahmepartnern verzichtet der Verwaltungsrat auf die Spielbanken-Konzession. Die Eidg. Spielbankenkommission hat dem seit Ende September 2003 geschlossenen Casino die Konzession am 10. Juni formell entzogen. Zermatt ist nach Arosa das zweite Casino, das innert Jahresfrist auf die Lizenz verzichtet. *DST/sda*

Gutes Tourismusjahr

Graubünden Ferien. Als einzige Schweizer Bergeferienregion konnte Graubünden im Tourismusjahr 2003 mit 2,5% mehr Hotelübernachtungen einen klaren Zuwachs verzeichnen. Dies geht aus dem Jahresbericht 2003 von Graubünden Ferien GRF hervor. Die Tourismus-Marketingorganisation ihrerseits setzte mit der Lancierung der zwei neuen Produktwelten «Die Heimat des Piz Bernina und der 1000 Gipfel» sowie «Quellregion des Rheins» zwei strategische Markierung-

gen. Der WM-Winter sowie ein Jahrhundertssommer haben in der Tourismusstatistik der grössten Ferienregion der Schweiz erfreuliche Spuren hinterlassen. Die Zunahme führt GRF-Direktor Olivier Federspiel insbesondere auf die Logiernächteerhöhung durch Schweizer Gäste (+6,2%) zurück.

Im Rahmen des kantonalen Sparprogramms kürzte der Grosse Rat den Kantonsbeitrag an die Marketingorganisation per 2004 um 500 000 Franken auf 3,8 Mio. Franken. *KJV*

«Grüezi China»

Markt geöffnet. Am Dienstag wurde in Bern anlässlich des Schweiz-Besuchs von Zeng Peiyan, Vize-Premierminister der Volksrepublik China, die Vereinbarung zum «Approved Destination Status» (ADS) unterschrieben. In Gruppen reisende Chinesen müssen jetzt keine staatliche Genehmigung für Reisen in die Schweiz mehr einholen. Schweiz Tourismus rechnet bis 2007 mit 300 000 Logiernächten chinesischer Gäste, bis 2015 mit 800 000, bei durchschnittlichen Tagesausgaben von 450 Franken. *KJV*

BERNER OBERLAND HOTELS

GV mit Biss: Zölch & Co kamen an

Der 1. Tag der Berner Oberländer Hotellerie inklusive GV war ein Erfolg: 115 Gäste holten sich Informationen aus erster Hand zum neuen Tourismusförderungsgesetz des Kantons Bern, zum Thema Politlobbying und zur Kreditvergabe der Banken im Rahmen von «Basel II».

■ THERES LAGLER

«Tourismus geht uns alle an»: Mit diesen Worten unterstrich Volkswirtschaftsministerin Elisabeth Zölch an der Tagung des Hotelier-Vereins Berner Oberland in Thun die Bedeutung der Branche. «Acht Prozent des kantonalen Bruttoinlandsprodukts werden im Tourismus erwirtschaftet und jeder zehnte Arbeitsplatz ist direkt oder indirekt davon abhängig», führte die Regierungsrätin weiter aus.

Trotzdem brachte sie den Hoteliers nicht nur gute Nachrichten mit: Die geringe Kapazitätsauslastung und starke saisonale Abhängigkeit erlaube keine einzelbetriebliche Hotelförderung mehr. Geht es nach Elisabeth Zölch, soll künftig die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit alleine dafür zuständig sein. «Im Gegenzug entziehen wir den Betrieben aber kein Geld mehr. Die kantonale Hotelabgabe soll im neuen Tourismusentwicklungsgesetz abgeschafft werden.» Die Vorlage geht schon bald in die Vernehmlassung.

«POLITIK IST AUF FACHLEUTE ANGEWIESEN»

Eine ideale Gelegenheit, um Einfluss zu nehmen. «Die politische Entscheidungsfindung in unserem Milizsystem ist darauf angewiesen, dass Fachleute die relevanten Daten liefern», betonte denn auch Kommunikationsberater Iwan Rickenbacher (siehe auch Interview auf Seite 2) in seinem Referat. Es sei wichtig, die Debatten mitzuverfolgen und auf die Entscheide der Parlamentarier zu reagieren. «Sie können beispielsweise einem Grossrat eine Karte schreiben und darin für die Unterstützung danken oder bei einem Negativentscheid für einen Termin anfragen», schlug er vor.

Im Anschluss gab Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, Einblick in die Geheimnisse des «Smart Selling», und Thomas Allemann, Leiter des wirtschaftspolitischen Dienstes von hotelleriesuisse, erläuterte die Auswirkungen von «Basel II» auf die Kreditvergabe der Banken. Insbesondere UBS und CS hätten schon komplett umgestellt, deshalb seien keine radikalen Veränderungen zu befürchten. Bei den statutarischen Geschäften der Generalversammlung wurde Beat Anneler geehrt: Er ist seit 25 Jahren Geschäftsführer des Hotelier-Vereins Berner Oberland.

SEGAFREDO BASEL

Streit um das Café-Inventar

Das erste Schweizer Segafredo-Outlet in Basel ist wieder zu. Jetzt streiten sich die ehemalige Franchisenehmerin und die Vermieterin, was mit dem Inventar geschehen soll. Da alles das Corporate Design der Cafékette spiegelt, ist eine Umnutzung ausgeschlossen.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Mit seinem ersten Schweizer Outlet erlebte der italienische Röster erstmal einen Flop. Genau in dem Jahr, in dem weitere Segafredo-Cafés folgen sollen. Bereits kürzlich eröffnet wurde ein Café in Aubonne, das nächste folgt am 7. Juli am Flughafen in Zürich, dann weitere in Zürich, Yverdon und im Tessin. Wenig Glück hatte man jedoch mit dem Pilot in Basel. Genau nach zwei Jahren wurde der Franchisevertrag auf Ende April wieder gekündigt. Nun ist die rund 30 Quadratmeter grosse Segafredo-Bar im Hotel Euler am Bahnhofplatz in Basel geschlossen. Möglich war dies aufgrund kurzfristiger Verträge, kündbar jeweils auf Ende Vertragsjahr.

Problem bleibt allerdings die Ablösung des Inventars. Streiten tun sich hier nicht Franchisenehmer und Franchisegeber, sondern die Vermieterin Hotel Euler AG, Basel, und die Europäische Bahnservice EBS AG als Franchisenehmerin. Es geht um die gesamte Einrichtung der Bar im Segafredo-Outlet, die von der Vermieterin übernommen werden soll. Diese kann mit der Hardware des Lokals jedoch nicht mehr viel anfangen, ausser das Outlet würde wieder als Segafredo-Bar genützt werden.

GRUND: ZU HOHER MIETPREIS VEREINBART

«Alles was dem Corporate Design von Segafredo entspricht, muss entfernt werden», erklärt Peter Schörgenhofer, verantwortlich bei Segafredo für das Franchising unter anderem in der Schweiz. Noch haben sich die Parteien nicht gefunden. Der Franchisegeber selbst will damit nicht viel zu tun haben. «Das ist das Problem von Franchisenehmer und Vermieter», so Schörgenhofer. Seitens Segafredo würde man ganz gerne das Lokal weiterführen. «Zuvor muss aber erst die alte Sache bereinigt werden», so Peter Schörgenhofer. Investiert hatte die EBS damals beim Start in Basel für die Segafredo-Einrichtung rund 90 000 Franken, hinzu kamen noch um die 30 000 Franken für diverse Installationen und die Toiletten.

Den Grund für den Misserfolg am Basler Bahnhofplatz ortet Diana Salsi, Personal- und Legal-Managerin bei der EBS AG, zum einen in den sehr hohen Mietkosten. Die zwischen Franchisenehmerin und Vermieterin vereinbarte Miete betrug gemäss Auskunft der EBS 8000 Franken pro Monat – alles inklusive –, für ein Lokal mit weniger als 20

Photo: zvg



GESCHLOSSENE SEGAFREDO-BAR: KEINER WILL MEHR DIE EINRICHTUNG

Die Regale im Segafredo-Pilot in Basel sind leer. Der Franchisevertrag wurde Ende April gekündigt. Nun sind sich Vermieterin und Franchisenehmerin uneinig, was mit dem Inventar geschehen soll. Den Franchisegeber interessiert das Problem nicht.

Sitzplätzen innen und gut 20 Sitzplätzen auf der Terrasse. Dazu kamen die neue Konkurrenz am Bahnhof sowie ein schlechtes Wintergeschäft.

NICHT ZUFRIEDEN MIT DEM FRANCHISEGEBER

Zufrieden war man bei der EBS auch nicht unbedingt mit dem Fran-

chisegeber Segafredo. «Wir hatten uns mehr vorgestellt», so Salsi. Die Lehren daraus hat die Bahngesellschaft, die für die SBB die Schlaf- und Liegewagen betreibt, gezogen: «In dieser Form ist Gastronomie kein Thema mehr für uns.»

Auf der Schiene betreibt die seit 1995 bestehende EBS auch Gastronomie rund um den Schlaf- und Liege-

wagenservice. Allerdings ist nicht das Catering das Rentable an dem Geschäft, so Salsi, sondern der Pauschal-auftrag der SBB. Anstelle der öffentlichen Gastronomie sucht sich die EBS jetzt nun ein anderes Standbein – den Handel mit importierten italienischen Nahrungsmitteln und Getränken. Bis Ende Jahr will man dafür eine Tochterfirma gründen.

Anzeige



Assemblée des délégués d'hotelleriesuisse 2004

Un grand merci au comité d'organisation placé sous la direction de Michel Riba pour l'organisation et la réalisation sans faille de notre Assemblée des délégués du 7 au 9 juin 2004 à Neuchâtel ainsi qu'aux sponsors pour leur contribution en nature et leur soutien financier.

hotelleriesuisse

Dr Christian Rey
Président

Delegiertenversammlung hotelleriesuisse 2004

Herzlichen Dank dem Organisationskomitee, unter der Leitung von Michel Riba, für die tadellose Organisation und Durchführung unserer Delegiertenversammlung vom 7.-9. Juni 2004 in Neuchâtel sowie den Sponsoren für ihre Unterstützung mit Naturalien und finanziellen Mitteln.

Dr Christoph Juen
Directeur

GASTRO-FRANCHISING

Viele Bauchlandungen in der Schweiz

Gastro-Franchisesysteme haben es in der Schweiz nicht einfach. Sogar McDonald's führt anteilmässig weit weniger im Franchise als international.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Mit Franchise kann ein Systemer grundsätzlich schneller wachsen und profitabler wirtschaften als mit einem Filialnetz. Vor Bauchlandungen schützt ein Franchise dagegen nicht. Hilfreich ist sicher ein maximaler Systematisierungs- und Convenience-grad, wie es McDonald's mit Erfolg vorlebt. Was passieren kann, wenn das System zu kompliziert ist, zeigt deutlich das Beispiel Nannini. Der Coffee-shop-Systemer wurde mit dem nationalen Franchisenehmer Globus nicht glücklich. Die Warenhauskette führte die Betriebe nicht so, wie man sich das bei Nannini vorstellte, vor allem die Personalkosten waren zu hoch.

«Wo wir zwei Leute eingesetzt hätten, waren vielleicht vier Leute im Einsatz», erklärt Guido Stuffer, Franchiseverantwortlicher im deutschsprachigen Raum. «Nachdem wir die Franchisebetriebe selber betrieben haben, konnten wir die Kosten teilweise um 25 Prozent reduzieren.»

■ GLOBUS DACHTE NICHT WIE EIN FAMILIENBETRIEB

Künftig hält Stuffer deshalb eher nach lokalen Franchisenehmern Ausschau, «die wie ein Familienbetrieb denken». Das brauche es, um einen Franchisebetrieb zum Laufen zu bringen, da müsse der Betriebsleiter in der Anfangsphase halt auch mal einen 12-Stunden-Tag hinnehmen.

Bei Nannini hat man aber noch mehr gelernt. Das Konzept erwies sich mit der Food-Produktion vor Ort als kompliziert. Nun bezieht man die Backwaren und Patisserie sowie die bis 17 Nudel- und Reisgerichte fertig als Tiefkühlware aus Italien. Seinen Fokus richtet das italienische Kaffeehaus nun auf Deutschland, drei Fran-

Foto: ZVG



DAS GASTRO-FRANCHISING HARTZ

Der Primus unter den Schweizer Gastro-Franchisegebern ist McDonald's mit heute 142 Outlets. Aber nur 40 Prozent sind wirkliche Franchisebetriebe.

chisebetriebe zählt man inzwischen dort. In der Schweiz realisierte man elf in nur anderthalb Jahren. Nach dem Steifflug kam der Absturz. Heute sind es noch drei Outlets, drei davon in

Eigenregie. Während die meisten bestehenden Franchisekonzepte in der Schweiz maximal 10 Standorte vorweisen können, erfreut sich McDonald's heute 142 Outlets. Beim Primus

unter den Schweizer Gastro-Franchisegebern unterliegt allerdings der grössere Teil der Outlets gar nicht dem Franchisesystem: 63 Betriebe werden von McDonald's Schweiz selbst geführt, 21 Betriebe von Joint-Partnern und 58 als Franchisebetriebe. Damit liegt der Franchiseanteil in der Schweiz bei 40 Prozent und fällt im internationalen Vergleich der Gruppe (rund 70 Prozent der Betriebe) vergleichsweise niedrig aus. Ein Franchising hierzulande scheint also auch dem Burger-Brater schwerer zu fallen. Expandieren will man jedoch weiter mit drei bis vier Neueröffnungen pro Jahr.

Die Blütezeit des Gastro-Franchising in der Schweiz scheint zumindest vorbei: Mitte der Neunzigerjahre schossen kleine und mittlere Systemer wie Pilze aus dem Boden. Viele sind, zumindest als expansives Franchisesystem, wieder verschwunden: Back & Brau, Crazy Cow, Rösty Factory u.a. Die Rösty Factory AG zählte zu Spitzenzeiten bis 10 Betriebe, die entlegensten waren in den USA und auf Teneriffa zu finden. Das Konzept war dabei gar nicht als Franchisekonzept lanciert worden. «Ich hatte das Konzept eigentlich nur für meinen Betrieb entwickelt», blickt der ehemalige Geschäftsführer der Rösty Factory AG, Thomas Addor, zurück. «Ich hatte zu wenig Zeit, um mich um das Franchisesystem zu kümmern und habe

auch zu wenig in das Franchisesystem investiert.» Immerhin ergaben sich für den Hotelier aus Lausanne auch keine Verluste. «Ich habe null Investitionen gehabt.»

FRANCHISESYSTEM AUF EIS BEI SPETTACOLO

Auch Segafredo musste den ersten Schweizer Franchisebetrieb wieder schliessen (siehe Seite 3). Manches Unternehmen lässt heute vom Franchise deshalb erst mal lieber die Finger. Zum Beispiel die Valora AG mit Spettacolo. Während man im Juli bereits das 21. Outlet in Eigenregie hierzulande eröffnet wird, ist das intensiv vorangetriebene Franchisesystem erst mal «stand by».

Der Hauptgrund, warum gerade in der Schweiz ein Franchising so schwer fällt, scheinen in erster Linie die Kosten zu sein, die relativ hochstehende Schweizer Gastronomie und sicher die überdurchschnittliche Restaurandichte. «In der Schweiz gastronomisch tätig zu sein ist unbestritten kostenintensiver als im Ausland. Es ist nicht einfach, geeignete und dazu zahlbare Standorte zu finden», weiss der Geschäftsführer der Sam's & Han Holding AG Wolfgang Mock. Und: «Ausländische Systeme haben teilweise Mühe, unserem Standard gerecht zu werden.»

Schweizer Gastro-Franchisesysteme

Franchisegeber	Anzahl Betriebe ¹	Franchise-fee	Einstiegsgebühr	Investition
	CH	internat.		
McDonald's	142	30 000 ²	k. A.	k. A.
Sam's, Han & Nelson	22	23	5%	35 000 Fr.
Burger King	4	11 200 ²	10%	40 000 US\$
Nordsee ³	4	40	k. A.	k. A.
Nannini	3	28	5%	20 000 €
Segafredo ²	1	320	4%	20 000 € ab 70 000
				1500 €/m ²

¹) Stand Anfang Juni 04; ²) Segafredo stellt Kaffeemaschine und Mühle *) 70 % Franchisebetriebe; *) 90% Franchisebetriebe; ³) Franchising nur ausserhalb von Deutschland und Österreich. Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit; nicht aufgeführt: Pizza Hut mit 8 Betrieben in der Schweiz.

Quelle: htr

FRANCHISE-BERATERIN VERONIKA BELLONE

«Ein Franchisegeber ist laufend gefordert»

Franchising ist kein Persilschein für Unternehmenswachstum. Besonders in der Schweiz. Tipps von der Franchise-Frau Veronika Bellone.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

«Franchising erfolgt oftmals hüftschussmässig», kritisiert Veronika Bellone, Geschäftsführerin der Bellone Syncon Franchise Beratung GmbH mit Sitz in Zug. Die Schweizer Franchisespezialistin, die unter anderem ein Franchise-Handbuch herausgegeben hat, weiss auch warum und gibt einige wichtige Gründe an: Die Franchisenzentrale wächst nicht ausreichend mit, der Aufwand, vor allem der zeitliche Betreuungsaufwand, wird unterschätzt, die kritische Grösse nicht erreicht.

«Manch einer musste schon wieder seine Sachen packen, weil er über drei bis vier Betriebe nicht hinaus kam.» Dass Marktgrösse und Branche besonders schwierig für einen Franchise-Aufbau in der Schweiz sind, weiss auch Bellone. «Ich halte ein Gastro-Franchising in der Schweiz für schwierig, weil es nur wenige Standorte mit ausreichender Frequenz gibt.» Die kritische Grösse für ein Franchisesystem liegt gemäss Bellone bei rund sieben

Betrieben – allerdings ist das vom jeweiligen Konzept abhängig, ob es eine Snack-Bar oder ein bedientes Restaurant-Konzept ist. Sieben Betriebe ist jedoch die durchschnittliche Anzahl an Franchisepartnern in der Schweiz über alle Branchen hinweg.

WENN EINE FILIALE LÄUFT, KLAPPT DAS FRANCHISE

Das ist aber nicht die Startgrösse für ein Franchisesystem. «Ein eigener und ein gut funktionierender Filialbetrieb reichen», so Bellone. «Wenn es mit dem Filialleiter schon gut klappt,

dann ist das Kind aus der Taufe gebohen.» Und dann, ist Bellone überzeugt, steht bei richtiger Betreuung dem Erfolg nichts mehr im Wege. «Der Franchisenehmer macht nämlich im Durchschnitt 20 bis 30 Prozent mehr Umsatz als der Filialleiter.»

Für Bellone ist das der wichtigste Aspekt, der für das System Franchising spricht. «Mit Franchise wächst ein Unternehmen schneller, wird grösser und Ressourcen können besser ausgeschöpft werden. Nicht dank des Fremdkapitals via Franchisenehmer, sondern dank der Motivation desselben und der Standardisierung der Erfolgsfaktoren.»

Der Franchisenehmer arbeitet selbstverantwortlich und erlebt dadurch einen positiven Erfolgsdruck. Für den Franchisenehmer selbst bietet das Franchisesystem einen schnelleren Einstieg ins Unternehmertum. Bei einer Investitionssumme von 200 000 bis 300 000 Franken sollte der Break-even nach rund anderthalb Jahren erreicht sein, so der Richtwert.

FRANCHISING NICHT EINFACHER ALS EIGENREGIE

«Als Einzelkämpfer braucht man oft fünf Jahre, bis man in den schwarzen Zahlen ist – wenn man es überhaupt schafft und nicht zu den fast 90% Existenzgründern gehört, die in

den ersten fünf Jahren scheitern», hält Bellone dem entgegen. Und wer habe bei dem heute sich so schnell wandelnden Markt schon noch fünf Jahre Zeit, um ein Unternehmen tragfähig zu machen.

Damit der Erfolg sich auch einstellt, muss ein Franchisegeber dem Franchisenehmer laufende Betreuung, ein systematisiertes System und eine praktische Checkliste bis zur Stunde der Eröffnung bieten. Und den Franchisenehmer nicht mit systemspezifischen aber nicht marktrechten Einkaufskonditionen knebeln.

«Viele glauben, ein Franchise-System sei einfacher als das Betreiben in Eigenregie. Dem ist nicht so.» Mit mindestens einer Viertelmillion Franken müsste man für den Aufbau einer Franchiseorganisation rechnen, ohne die Eigenleistung bei der Entwicklung.

Gerade die Kontinuität in der Betreuung falle vielen schwer. «Meistens wird am Anfang viel kommuniziert. Der Franchisegeber ist aber laufend gefordert.» Gemäss Bellone soll der Franchisegeber den Pool der Nehmer als Marktforschungstool nützen. «Franchisegeber entfernen sich häufig zu sehr vom Markt.»

Foto: ZVG



Veronika Bellone: «Gastro-Franchising in der Schweiz ist schwierig.»

Fakten für den Franchisegeber

Richtwerte und Tipps für den Franchisegeber:

- Startbedingung: mindestens ein eigener Betrieb und ein gut laufender Filialbetrieb
- Der Franchisebetrieb macht 20 bis 30 Prozent mehr Umsatz als der Filialbetrieb.
- Kritische Grösse: ca. 7 Betriebe (vom Konzept abhängig)
- Break-even: Bei einer Investitionssumme zwischen 200 000 und 300 000 Franken nach 1,5 Jahren
- Franchise-Royalties (für Beratung, Controlling, Benchmark etc.) fallen je

nach Dimension der Betreuung sehr unterschiedlich aus: häufig sind im Handel und der Gastronomie Gebühren von 4 bis 8 Prozent vom Umsatz und in Dienstleistungsbereichen 5 bis 15 Prozent.

- Franchise-Fee (für Marketing, Werbung): 1 bis 4 Prozent vom Umsatz
- sinnvoll: degressive Franchise-Fee
- Investition für den Aufbau eines Franchisesystems: mindestens 0,25 Mio. Franken

Weitere Infos: www.bellone-syncon.ch; www.franchiseportal.ch

IBK-INPUT 2004

«Das will ich nun ändern»

Lebensqualität ist auch Teil des Themas «Ganzheitliche Gesundheit», zu welchem der Arzt Rüdiger Dahlke und Beat Krippendorf in Interlaken referierten. Die Teilnehmenden haben gelernt, wie sie ihre Lebensqualität fördern können. Vier sagen, was für sie wichtig ist.

CHRISTINE KÜNZLER



Willy Keller, SV-Service AG: «Meine Erwartungen an das Seminar sind erfüllt worden. In meinen Alltag nehme ich mit, dass nicht nur der Beruf wichtig ist in meinem Leben. Auch meine Gesundheit ist mir sehr viel Wert. Das ist mir jetzt wieder bewusst geworden. Es trifft schon zu, dass wir Männer immer alles schnell machen wollen. Das will ich nun ändern.»



Romilda Manferdini, Aare Seeland Mobil AG: «Ich bin sehr beeindruckt von dem, was ich da gehört habe. Es hilft mir, die Dinge im Privat- und Berufsleben von einer anderen Seite zu betrachten. Weil man tagsüber immer funktionieren muss, fehlt die Zeit, sich Gedanken über Zwischenmenschliches und Gefühle zu machen. Ich werde mir ab jetzt zwischendurch eine Pause gönnen und einfach nachdenken.»



Jo Müller, Hotel Vieux Manoir, Murten: «Für mich ist die ganzheitliche Gesundheit im Management und in der Hotellerie ein Thema. Rüdiger Dahlke ist die Kapazität in diesem Bereich. Es ist die Wiederholung, die Bestätigung, dass die Lebensqualität im Mittelpunkt stehen soll – und zwar nicht erst ab 50. Leider denkt man meist erst ab 55 daran.»



Christian Lienhard, Hotel Hof Weissbad, Weissbad: «Ich habe meine Frau zum Seminar mitgebracht, so dass wir beide auch für uns persönlich profitieren können. Wir wissen jetzt, dass alles auf der Lebensqualität aufbaut. Alles was wir künftig für unsere Gäste machen werden, wird sich am Markt Lebensqualität orientieren.»

Foto: Keystone



FITNESS ERHÖHT DIE LEBENSQUALITÄT

... vor allem dann, wenn die Instruktorin dem Gast Tipps mitgibt, wie sie oder er die Lebensqualität auch zuhause steigern kann.

TRENDSTUDIE

Die Gäste kaufen Lebensqualität

Touristiker, Hoteliers und Wirte sind alle im Lebensqualitätsmarkt tätig. Und Lebensqualität ist das Wertschöpfungsprinzip der Zukunft, sagt eine Trendstudie der deutschen Zukunfts-institut GmbH. Immaterielle Werte werden wichtiger, materielle unwichtiger.

CHRISTINE KÜNZLER

Die materiellen Bedürfnisse der Menschen in den Wachstumsländern sind abgedeckt – immer mehr Menschen erkennen, dass mehr Konsum nicht zu mehr Lebensqualität führt. Ganz im Gegenteil: Oft ist weniger mehr. Das hat eine Sättigungsfalle für

die Wirtschaft zur Folge, die noch immer auf den Bedürfnissen und Wünschen der Menschen aufbaut. Die Trendstudie von Andreas Giger, die an der deutschen Zukunfts-institut GmbH verfasst worden ist, zeigt Auswege aus der Falle: immaterielle Werte gegen materielle Werte eintauschen. Touristiker können Werte wie Sicherheit, Verlässlichkeit, Schönheit, Qualität, Gesundheit, Seelenheil, Sinn und Lebensfreude «produzieren» und verkaufen.

Tourismusedirektoren, Hoteliers und Wirte tragen zur Lebensqualität des Gasts bei, indem sie bestehende Angebote mit einzelnen Elementen anreichern. Ein Beispiel: Der Wirt kann Wissen vermitteln, indem er dem Gast erklärt, von wo das Fleisch oder das Gemüse kommt – oder wie man das kocht. Zudem kann er dem Gast die Qual der Wahl abnehmen, indem

er ihm ein Menu empfiehlt, das auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist. Wichtig ist, dass der Gastronom auch den Kundenkontakt pflegt und Verlässlichkeit anbietet, indem er beispielsweise beanstandete Speisen sofort ersetzt.

LEBENSQUALITÄTSMÄRKTE SIND PROFITABEL

Die Lebensqualitätsmärkte sind laut Giger die wirklich profitablen Märkte der Zukunft. Schon jetzt erzeuge die Wertewirtschaft, so die Studie, einen grossen Teil aller Wertschöpfung. Nur passiere das weitgehend unbewusst, so dass die Potenziale in der Wertewirtschaft unentdeckt blieben. Anders gesagt: Im Wertschöpfungsprinzip Werte stecken noch ungeahnte Wachstumspotenziale – die es zu nutzen gilt.

Eine Umfrage, die in der Trendstudie publiziert ist, zeigt, in welchen (Geschäfts-)Bereichen vor allem Werte ausschlaggebend sind. Die grösste Rolle spielen Werte erwartungsgemäss bei der Wahl des Lebenspartners, der Lebenspartnerin und bei der Wahl guter Freunde. Doch auch bei der Entscheidung für ein Ferienziel nehmen Werte eine wichtige Position ein.

Lebensqualität, ein Wert, der sich gut als Leitlinie für die Lebensgestaltung eignet, liegt im Trend, das zeigt eine weitere Umfrage in Deutschland, Österreich und der Schweiz (siehe Grafik). Für 47 Prozent der Befragten ist Lebensqualität ein zentrales Thema. Die grosse Mehrheit der Befragten geht davon aus, dass sie für ihre Lebensqualität selber verantwortlich sind oder mindestens so viel Verantwortung tragen wie die Aussenwelt.

DIENT IHR ANGEBOT DER LEBENSQUALITÄT?

Konsumentinnen und Konsumenten werden also immer mehr prüfen, ob das Angebot, das ihnen vorgelegt wird, ihre Lebensqualität verbessert oder vermindert. So sind beispielsweise Angebote, die der Gesundheit dienen, Erfolg versprechend. Gefragt sind also Produkte und Angebote, die das seelische und körperliche Wohlbefinden fördern, Wissen vermitteln

(beispielsweise Kurse und Workshops), Qualität bringen, das Leben angenehmer und leichter machen, Stress verhindern und das Beziehungsnetz vergrössern. Auch hier können bestehende Packages erweitert werden: Wenn der Wellnessgast in seinen Ferien lernt, wie er auch zuhause sein Wohlbefinden steigern kann, dann bedeutet das für ihn Lebensqualität. Und wenn es auch nur darum geht, dass das Massageöl, das ihm so bekommt, auch an seine Wohnadresse geliefert wird.

Doch es gilt zu beachten: Lebensqualität ist subjektiv und bedeutet für jede und jeden etwas anderes. Was aber nicht heisst, dass die Anbieter nicht auch ihre eigene Auffassung von Lebensqualität nutzen können. Lebensqualität ist in jedem Fall eng an Zufriedenheit gekoppelt. Das heisst, meist ist Qualität wichtiger als Quantität.

VERMEIDEN SIE DIE LEBENSQUALITÄTS-KILLER

Für die Anbieter ist zunehmend wichtiger, Lebensqualitäts-Killer möglichst zu vermeiden: Die Gäste mögen es gar nicht, wenn man sie nicht ernst nimmt, wenn ihr Geld mehr zählt als ihre Werte; sie wollen, dass man ihre Zeit nicht übermässig beansprucht – denn Zeit gehört für sehr viele zur Lebensqualität. Zudem sucht der Gast nicht nur für einzelne Aspekte – sondern für ein ganzes Bündel – Hilfestellungen, wie er seine Lebensqualität fördern kann.

Wertschöpfungspotenziale werden also vor allem jene Unternehmer haben, die flexibel und in der Lage sind, auf individuelle Bedürfnisse zugeschnittene Gesamtpakete zu liefern. Zum Beispiel: Die Tourismusorganisation schnürt Pakete, die auch die Anfahrt – inklusive Anfahrtszeiten und Tickets, die Übernachtungen, Freizeitvorschläge usw. enthalten. Gefragt ist in jedem Fall eine hochgradige Individualisierung: Die Mitarbeitenden an der Front können durch den direkten Kundenkontakt die persönlichen Bedürfnisse des Gasts erfahren.

Die Trendstudie «Lebensqualitätsmärkte» von der Zukunfts-institut GmbH in Kelkheim ist erhältlich unter Telefon 0049 6174/9613-0 oder info@zukunfts-institut.de

Hitliste der Werte (Befragung 2003)

Rang	% «heiss»	Tendenz	Wert
1	83%	↗	Eigenverantwortung
2	79%	↑	Lebensqualität
3	78%	→	Lebensfreude
4	75%	→	Liebe
5	74%	↘	Lebenssinn
6	70%	→	Freundschaft
7	70%	↘	Gerechtigkeit
8	67%	↑	Echtheit
9	66%	↑	Gesundheit
10	64%	→	Lernen
11	64%	↘	Leben
12	63%	↘	Weisheit
13	62%	↘	Gefühle
14	62%	↘	Wahrheit
15	62%	↑	Zufriedenheit
16	59%	↑	Freiheit
17	58%	→	Soziale Verantwortung
18	56%	↘	Phantasie
19	55%	→	Mitgefühl (compassion)
20	55%	→	Optimismus
21	55%	↘	Selbstbestimmung
22	53%	↑	Wohlbefinden
23	52%	↑	Werte
24	50%	→	Reife
25	48%	→	Ethik
26	46%	↑	Einfachheit
27	45%	↓	Intelligenz
28	41%	↑	Arbeit
29	41%	↑	Richtiges Mass
30	40%	↓	Selbstverwirklichung

Quelle: www.zukunfts-institut.de

NETZWERK

Veloland boomt und baut weiter aus

Kantone und Gemeinden investieren kräftig in den Ausbau der touristischen Velowege. Gleichzeitig werden regionale Routen in das Netz von Veloland Schweiz eingebunden. Durch die Massnahmen wird ein attraktives Gesamtangebot geschaffen.

Foto: Swiss-Image



VELOROUTEN MIT ALPENPANORAMEN

Veloland Schweiz – Alpenpanorama-Route 4 entlang den Voralpen, eine anspruchsvolle Route mit Ausblicken auf das Hochgebirge: Appenzeller Landschaft bei Gonten.

ROBERT WILDI

Auf dem Streckennetz des Velolands Schweiz mit neun nationalen sowie unzähligen regionalen Routen spulen Velotouristen jährlich 130 Millionen Kilometer ab und bringen dem Schweizer Tourismus einen Umsatz von 170 Mio. Franken. Tendenz steigend. Aktive Erholung wird bei immer mehr Konsumenten gross geschrieben. Eine Mischung aus geistiger Entspannung und körperlicher Betätigung ist heutzutage für viele die ideale Ferienformel. Das Velo vereint diese beiden Wohlfühlkomponenten. Velofahren ist trendy. Davon profitiert neben der Volksgesundheit auch der Verbund Veloland Schweiz.

GEMEINSAMER AUFTRIIT EINES INTEGRIERTEN NETZES

Bei der Stiftung Veloland Schweiz, die ihren Sitz beim Schweizerischen Tourismus-Verband (STV) in Bern hat, nimmt man diesen Erfolg zum Anlass, das Angebot stetig zu erweitern. Der STV ist Mitglied der Stiftung und engagiert sich deshalb aktiv bei der Ausgestaltung von neuen Projekten des Velolands. Das zurzeit mit höchster Priorität angestrebte Ziel ist die schrittweise Integration von regionalen Routen ins Gesamtangebot von Veloland Schweiz bis zum Jahr 2008. «Wir wollen mit einer neuen Beschilderung der regionalen Routen das Erschei-

nungsbild auf dem nationalen Netz vereinheitlichen», kündigt Martin Gutub von der Geschäftsstelle Veloland Schweiz an. Das heisst konkret, dass die Kantone diese Aufgabe übernehmen werden. Ziel ist es, in vier Jahren ein nationales Netz von 8000 Streckenkilometern mit einheitlicher Signalisation präsentieren zu können.

BAUBOOM IN DER BODENSEEREGION

Neben dem Ausbau auf nationaler Ebene haben auch Kantone und Gemeinden das Veloland im letzten Jahr mit Investitionen von mehr als 3 Millionen Franken gefördert. Verbessert wurden vor allem Sicherheit und Komfort auf 14 bestehenden Routen in den Kantonen Wallis, Graubünden,

St. Gallen, Luzern, Appenzell, Jura, Bern und Fribourg. Auch dieses Jahr stehen weitere Verbesserungen an. An sämtlichen neun nationalen Velorouten sind bauliche Massnahmen geplant. Das bestätigt Martin Utiger vom Velobüro Olten, welches mit einem ganzen Team für die Projektleitung beim Veloland Schweiz verantwortlich ist.

Die rascheste Entwicklung ist in der Ostschweiz feststellbar, wo der Velotourismus eine ganz besondere Bedeutung einnimmt (siehe den zweispaltigen Artikel). «Im Raum Bodensee kommen auch dieses Jahr namhafte Investitionssummen zusammen, die dem geplanten Bau von drei neuen Routen zum Durchbruch verhelfen sollen», kündigt Utiger an. Der Grund dafür liegt auf der Hand:

Dem Bodensee entlang tummeln sich mittlerweile so viele Velofahrer, dass die Dichte durch den Bau von neuen Wegen gelockert werden muss. Ausserdem muss auch an die Fussgänger gedacht werden, die ebenfalls ihren Platz brauchen.

800 HOTELS SIND PARTNER VON VELOLAND SCHWEIZ

Die Schaffung von neuen Kapazitäten für Velofahrer liegt natürlich auch im Interesse der rund 800 Hotel-Partnerbetriebe von Veloland Schweiz. Sie stehen entlang der neun nationalen Routen und profitieren von der wachsenden Masse der Velofahrer. Für einen Jahresbeitrag von einigen hundert Franken können sie von den Veloland-Marketingleistun-

gen profitieren und erhalten entsprechende Fahnen und Aufkleber.

UMFRAGEN BELEGEN ÜBERNACHTUNGS-EFFEKT

Die entsprechende Wirkung wird nicht verfehlt. Gemäss einer von Veloland im Frühling 2002 durchgeführten Vollerhebung bei 713 der Gastbetriebe, gewinnt das Übernachtungsgeschäft mit den Velofahrern an Bedeutung. Bei einem Drittel der befragten Hotels lag der Gästeanteil mit Zweirad bei über 10 Prozent. Der Wert ist seit der ersten Befragung im Jahr 1998 deutlich gestiegen: «Für 2003 liegen uns keine konkreten Zahlen vor», sagt Martin Utiger. Der tolle Sommer habe aber fast sicher zu einer weiteren Steigerung geführt, ist er überzeugt.

VELOTELS

Eine gute Saison-Perspektive

Die in der Marketing-Verbindung Velotel zusammengesetzten Hoteliers rechnen mit ähnlich vielen Buchungen wie im heissen Vorsommer.

Foto: ZRG



LANDGASTHOF MIT VIEL SPORT

Der Landgasthof Bären in Madiswil beim Nationalen Sportzentrum Hutwil gehört zu der auf Fahrrad-Reisende fokussierten Marketing-Verbindung Velotel.

ROBERT WILDI

Blauer Himmel und strahlende Sonne: Die Wetterbedingungen im letzten Sommer begünstigten den ohnehin boomenden Velotourismus nachhaltig. Das spürten auch die meisten der über 100 Velotels – einem Marketingverbund, der nicht mit dem Veloland Schweiz verknüpft ist. Viele konnten das Jahr mit Rekordbuchungsständen bei den Zweiradfahrern abschliessen. Ihr Guide «Bike & Sleep» ist für 2004 um 30 Seiten dicker geworden.

Velotels haben eine gewisse Infrastruktur für Velofahrer, wie Abstellraum und Reparaturservice. Sie liegen in der Regel entlang von ausgeschilderten Velorouten. Da diverse Streckenführungen über die Landesgrenzen gehen, gehören der Vereinigung heute auch fünf italienische sowie zwei österreichische Hotels an.

BEUCHT WIRD OFT ERST BEIM LOSFAHREN

Für 2004 sind die Aussichten gut. «Nach dem Super-Sommer 2003 erfolgen die Buchungen der Velofahrer auch dieses Jahr bereits recht zahlreich», sagt der ehemalige Skirennfahrer Bruno Kern, der in Schönried im Saanenland ein nach ihm benanntes

Velotel führt. Zwar habe die Saison erst begonnen und es sei noch schwierig, Prognosen abzugeben. «Der vielversprechende Beginn lässt allerdings auf ein gutes Jahr hoffen», so Kern. Auf einen starken Herbst setzt Kurt Burger, Direktor des Velotels Bären in Rupperswil. «Da das Frühlinnwetter nicht ideal war, können wir bei den Velotouristen in den kommenden Monaten bestimmt noch zulegen.»

Buchungen von Velotouristen erfolgen in den allermeisten Fällen sehr kurzfristig. So wird häufig am Morgen beim Losfahren entschieden, wo man am Abend einkehren will. «Dadurch lässt sich das Geschäft nur schwer planen», sagt Ursula Heim vom Velotel

Bad Horn im thurgauischen Horn. Nach leichten Rückgängen bei den Buchungen im Vorjahr spürt sie dieses Jahr wieder eine gesteigerte Nachfrage. Neben den Velogästen, die auf ihrem Weg zufällig in Horn Rast machen, generiert das Velotel Bad Horn auch Buchungen aus der Zusammenarbeit mit Reisebüros in Deutschland und Österreich. – Neu dem Verbund der Velotels beigetreten ist auf dieses Jahr das Congress Hotel in Olten. «Unsere ausgezeichnete Lage in der Nähe verschiedener Velorouten hat uns zu diesem Schritt bewegt», begründet Direktorin Esther Mattenberger. In den letzten Jahren kehrten immer wieder Velofahrer hier ein.

REGIONEN

Velo-Mekka Ostschweiz

Veloreisen sind für den Thurgau das wichtigste Segment des Tourismusgeschäfts. Auch die Region Schaffhausen bewirbt und fördert das Velogeschäft.

ROBERT WILDI

«Thurgau, das Velo-Ferienland am Bodensee». Ein Blick auf die Homepage von Thurgau Tourismus fördert schnell zu Tage, welches Gäste-segment von Ostschweizern am heftigsten umworben wird. Tourismus-Direktorin Patricia Grubel doppelt nach: «Velotourismus ist für den Thurgau nicht nur wichtig, sondern ganz klar das bedeutendste Segment unseres Geschäfts.» Konkrete Zahlen werden von Thurgau Tourismus allerdings nicht erhoben.

Die Botschaft hat gleichwohl alle Leistungsträger in der Region erreicht. Die meisten Hotels haben einen Velokeller eingerichtet und heissen Gäste auf dem Zweirad jederzeit willkommen. Viele Thurgauer Hotels generieren so ein einträgliches Zusatzgeschäft. So zum Beispiel das Seehotel Kronenhof in Berlingen, welches unter der Woche Kongresse veranstaltet und am Wochenende spezielle Packages für Velofahrer anbietet. «Der Thurgau wird als Velokanton wahrgenommen», sagt Patricia Grubel. Entsprechend werden laufend Investitionen für die Verbesserung der Routen und Infrastrukturen getätigt (siehe Hauptartikel).

Ähnlich ist die Situation in Schaffhausen. Der Velotourismus hat auch

dort eine lange Tradition. «Am beliebtesten ist die Nationalroute Nummer 2 dem Rhein entlang», sagt Tourismusdirektor Hans Wespi. Die Velotouristen schätzt er als Gästegruppe, die der Region eine hohe Wertschöpfung bringt. «Entgegen der landläufigen Meinung kommen sehr viele Velotouristen aus gebildeten Kreisen und haben eine entsprechend hohe Kaufkraft.»

«90 PROZENT UNSERER GÄSTE SIND VELOFAHRER»

Von den Hoteliers und weiteren Leistungsträgern im Raum Schaffhausen hört Wespi, dass das Geschäft mit Velofahrern stetig wächst. Verschiedene Hoteliers generieren fast ihr ganzes Einkommen aus diesem Segment. Zum Beispiel der Landgasthof Hirschen in Ramsen: «90 Prozent unserer Gäste sind Velofahrer», sagt Direktor Wolfgang Neidhardt. Er hat vor sieben Jahren begonnen, dieses Geschäft aufzubauen.

Die Hälfte der Buchungen des Landgasthofs Hirschen kommt heute übers Internet rein, weil das Hotel bereits über zahlreiche Stammkunden verfügt. Natürlich profitiere er auch davon, dass die ganze Tourismusregion das Velogeschäft aktiv werbe und fördere. Dennoch möchte er auch eine Kritik äussern: «Es wäre wünschenswert, wenn in Schaffhausen alle touristischen Leistungsträger bei der Entwicklung des Velo-Angebots enger miteinander kooperieren würden.» Heute wurste noch immer jeder für sich, was sowohl eine einheitliche Angebots- wie auch Preispolitik verunmögliche.



HOTELLERIESUISSE / Neben den statutarischen Geschäften kam an der DV auch das Gesellige nicht zu kurz. Einige Eindrücke. SEITE 11



KRONENHOF / Das Grand Hotel in Pontresina wird ausgebaut und bildet Synergien mit dem Kulm Hotel St. Moritz. SEITE 12

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

LANDESWERBUNG

Idee «Haus der Schweiz» ist lanciert

Gibt es bei Schweiz Tourismus, Präsenz Schweiz und Standort Schweiz Synergiepotenziale? Diese Frage möchte der Ständerat prüfen lassen.

■ **THERES LAGLER**

Fast zwei Stunden hat der Ständerat letzte Woche über Schweiz Tourismus debattiert und den Rahmenkredit für die Jahre 2005 bis 2009 auf 230 Mio. Franken festgesetzt (siehe htr 24). Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus (ST), verfolgte die Diskussion von der Zuschauertribüne aus und stellte im Anschluss erfreut fest: «Die Aufgabe der nationalen Landeswerbung wurde von keiner Partei bestritten.» Die Parlamentarier waren sich aber noch in einem anderen Punkt einig: Diskussionslos überwies sie ein Postulat, das den Bundesrat beauftragt, die Synergien von ST, Präsenz Schweiz und Standort Schweiz, die alle im Bereich Landeswerbung tätig sind, auszuloten und die Kräfte zu bündeln.

■ **GEMEINSAMKEITEN UND UNTERSCHIEDE**

Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismus-Vereins (STV), stellt sich hinter diese Forderung, macht aber eine Bedingung: «Wenn wir diesen Weg einschlagen, muss bei den weiteren Arbeiten der Tourismus den Lead übernehmen, weil er der grösste Bereich ist.» Die STV-Direktorin könnte sich ein «Haus der Schweiz» vorstellen, in dem alle Fäden zusammenlaufen. Und auch Jürg Schmid wehrt nicht ab: «ST, Präsenz Schweiz und Standort Schweiz haben alle unterschiedliche Zielgruppen, setzen aber ähnliche Instrumente wie Internet-Auftritt, Messen und Broschüren ein. Hier könnten Synergiepotenziale liegen.»

■ **WAS BLEIBT: DIE SVP ALS UNSICHERHEITSFaktor**

Dem pflichtet Johannes Matyassy, Chef von Präsenz Schweiz, bei. Er würde allerdings die Osec, Pro Helvetia und Swiss Olympic in die Überlegungen miteinbeziehen. Genau das verlangt die SVP-Fraktion in einem Communiqué und schiebt gleich nach, dass sie ST nur einen Rahmenkredit von 200 Mio. bewilligen wolle. «Ich gehe davon aus, dass dieser Antrag in der Herbstsession im Nationalrat gestellt wird», sagt Judith Renner-Bach.

KLEINSTÄDTE

Logiernächte massiv rückläufig

Unter der Konjunktur- und Gästeflaute der letzten Jahre haben besonders kleinere Städte mit hohem Anteil an Geschäftstouristen gelitten. Ihre Hotels waren schlecht ausgelastet. Eine Umfrage zeigt: Für das laufende Jahr besteht Hoffnung auf Besserung.

■ **ROBERT WILDI**

Rückläufiges Bettenangebot, immer weniger Gäste: Die touristische Entwicklung in Thun ist alarmierend. Im vergangenen Jahr hat die Stadt noch rund 83 000 Logiernächte generieren können. Das sind über 3500 oder 4 Prozent weniger als 2002. Weniger Übernachtungen wurden in Thun letztmals 1986 gezählt. Die Rekordzahl von 107 000 Logiernächten aus dem Jahr 1990 liegt weit zurück.

Laut dem Thuner Tourismusdirektor Beat Anneler ist Thun heute in der Kategorie der Zweit- und Drittdestinationen anzusiedeln und sei viel weniger bekannt als beispielsweise das nahe gelegene Interlaken. Er beklagt fehlende finanzielle Mittel, um die Stadt vor allem im Ausland besser zu bewerben. Der Rückgang bei den Logiernächten ist nämlich nur auf die fehlenden ausländischen Gäste zurückzuführen, aus der Schweiz resultierte ein leichtes Plus.

■ **SCHAFFHAUSEN: PREISNACHTTEIL**

Anneler steht mit seinen Problemen bei weitem nicht allein da. Zahlreiche Schweizer Städte mit einer ähnlichen Grösse beklagen einen markanten Gästeschwund. So zum Beispiel Schaffhausen, das gemäss Tourismusdirektor Hans Wespi im letzten Jahr sogar ein Minus von 10 Prozent Logiernächten einnehmen musste. Dafür gibt es einige Gründe. «Wir hatten wegen Sars und Irak-Krieg drastische Rückgänge von Gästen aus Fernost und den USA», so Wespi. Im Winter hat Schaffhausen die Zurückhaltung im Geschäftstourismus gespürt. Wespi: «Es kommen weniger Gruppen und die Aufenthalte sind kürzer geworden.»

Ungenügend sei auch hier das Werbebudget, wo zurzeit 300 000 Franken fehlten. Verärgert ist Wespi auch über die unzähligen Einsparungen von Umweltorganisationen, die touristische Projekte oft verhindern. Nicht zuletzt hat Schaffhausen wegen seiner Grenzlage zu Deutschland auch ein Preisproblem. «Wieso soll ein Gast

Foto: Swiss-Image



WENIGER GÄSTE IN THUN

Im letzten Jahr verlor Thun 4 Prozent Logiernächte. Dies weil weniger ausländische Gäste kamen.

bei uns schlafen, wenn er ein paar Kilometer weiter für viel weniger Geld logieren kann», so Wespi.

Obschon auch Zug im letzten Jahr 9 Prozent weniger Logiernächte verbuchte, ist die Situation nicht mit Schaffhausen zu vergleichen. «Der Grund für unseren Rückgang liegt in der Schliessung von zwei Hotels zu Beginn des letzten Jahres», sagt Tourismusdirektorin Cornelia Zahner. Die Logiernächte sind in Zug aber seit einigen Jahren rückläufig. Die Stadt wurde von der Konjunkturflaute empfindlich getroffen, da 80 Prozent der Logiernächte im Business-Bereich anzusiedeln sind. Geeignete Massnahmen gegen die Rückgänge sind eine verbesserte Preispolitik der Hoteliers mit speziellen Weekend-Tarifen.

■ **FÜR SOLOTHURN IST EIN SCHUB IN SICHT**

Keine Probleme mit der Auslastung an den Wochenenden hat Solothurn. Dennoch wollen immer mehr Gäste nur für einen Tag kommen und nicht übernachten, sagt Tourismusdirektor Erich Egli. Nach einem Einbruch bei den Logiernächten von 10 Prozent im Expo-Jahr 2002 hat sich der Wert im letzten Jahr nicht verbessert. Auch heuer scheint sich der Trend, die Aare-Stadt vor allem als Tagestourist zu bereisen, fortzusetzen.

Die Hälfte des Hotelgeschäfts wird in Solothurn mit Geschäftsreisenden gemacht. «Hier haben wir in den letzten Jahren einige Verluste hinnehmen müssen, weil viele lokale Firmen ihr Budget zurückgefahren haben», sagt Egli. Die Talsohle scheint inzwischen durchschritten und es mehren sich die Anzeichen, dass es wieder aufwärts geht. Einen gewaltigen Schub könnte in Solothurn die geplante Seminarwoche auslösen, die der Stadt viele zusätzliche Betten bringen würde. Der Entscheid über die definitive Realisierung ist noch nicht gefällt.

■ **HOFFNUNG AUF BESSERUNG IM 2004**

Trotz der beunruhigenden Zahlen geben sich die Tourismusverantwortlichen zuversichtlich. Eine Besserung scheint sich abzuzeichnen. In Thun etwa stellt Beat Anneler immer mehr Anzeichen fest. «Auch bei den Übernachtungszahlen verzeichnen wir gegenwärtig ein Plus von 4,5 Prozent.» Besserung ist auch in Zug in Sicht. «Seit Februar und März dieses Jahres erhalten wir wieder deutlich mehr Anfragen von Touristen», sagt Cornelia Zahner. Auch der Geschäftstourismus sei im Aufwind. Vom boomenden Velotourismus versprechen sich Solothurn und Schaffhausen eine Verbesserung der Zahlen gegenüber

dem Vorjahr. Ob es ein wirklich gutes Jahr wird, hängt jedoch vom Wetter ab.

■ **CHUR UND SION: WACHSTUM UND INVESTITIONEN**

Von den Sorgen der übrigen Schweizer Kleinstädte ist in Chur indes nur wenig zu spüren. Dort haben die Logiernächte im vergangenen Jahr um rund 2 Prozent zugenommen, nachdem schon 2002 sehr gute Zahlen gebracht hatte. «Wir profitieren von unserer Lage in den Bergen», sagt Tourismusdirektor Peter Laube. Ganz wesentlich für den Erfolg von Chur sei auch der Glacier-Express. «Gruppen aus aller Welt machen bei uns in Chur einen Zwischenhalt», so Laube.

Zufrieden mit der touristischen Entwicklung der letzten Jahre ist auch Sion. Obschon die Hotels im letzten Jahr leicht weniger Übernachtungen zählten, ist die Gesamtzahl der Logiernächte dank der Parahotellerie gestiegen. Die Ski-Weltcuprennen in Veysonnaz oder die Tour de Romandie brachten der Stadt zusätzliche Gäste. Die lokale Hotellerie hat gemäss Tourismusdirektor Eddy Peter namhafte Investitionen getätigt. So hat beispielsweise das Hotels Ibis ein ganz neues Restaurant eröffnet. Für das laufende Jahr ist Peter optimistisch. Die aktuellen Buchungsstände verheissen für Sion ein weiteres Wachstum.

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

ZETAG AG
Gastro Textilien
Von Experten für Experten
ZETAG AG
Textilwerk Somrial
9213 Hauptwil, Postfach 28
Tel 071 424 62-50, Fax -51
www.zetagtextiles.ch

noteljob
Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie
Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?
Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@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
Eco-bar AG
5621 Zuffikon
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 & RESTAURATIONWir 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.

Kauf & Verkauf

von Hotels/Restaurants,

100% auf ErfolgsbasisAbsolute Diskretion
ist für uns selbstverständlich.Gsell & Partner - Consulting,
Urs Gsell persönlich.Pilatusstrasse 3a & 5 - CH-6003 Luzern
Fon +41 (0)41 220 2000 - Fax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch - www.gsellundpartner.ch**Saas-Fee, die Perle der Alpen**

Zu verkaufen

3-Sterne-HotelBetrieb in einwandfreiem Zustand
mit 40 Gästebetten und
integrierter Wohnung.Interessenten melden sich
schriftlich unter Chiffre 161746,
hotel + tourismus revue,
Postfach, 3001 Bern.

161746/428077

Zu verkaufen von Schweizer Paar
In Betrieb stehender, wunderschöner
Komplex mit**Albergo, Restaurant und Bar**direkt am Jonischer Meer. Ganzjahres-
oder Saisonbetrieb.http://www.salabianca.it
Tel. 0039 099 972 82 80

162214/428008



Bahnhofplatz 4

Zu vermieten, eventuell zu verkaufen

Restaurant Viktoria

2 Restaurants: 40 bzw. 60 Plätze plus Bar

Befindet sich im Shopping-Center Viktoria.
Auch als Geschäftslokalität bestens geeignet.Walter Brantschen, Besitzer
Restaurant Viktoria, 3920 Zermatt
Telefon 027 966 28 66, Fax 027 966 28 65

162234/42760

**DAVOS
KLOSTERS
mountains**Per 1. November 2004 verpachten wir im
Winter- und Sommersportgebiet Parsenn,
an der Talabfahrt nach Klosters, die**Berghäuser
Serneuser Schwendi**

Wir bieten Ihnen:

2 nebeneinander liegende Berghäuser
mit bedienten Restaurants, grosser
Sonnenterrasse Innen- und Aussenbars
Unterkunft mit Doppelzimmer
und MatratzenlagerInteressenten melden sich bei
Davos Klosters Bergbahnen AG
Promenade 157, 7260 Davos Dorf**parsenn**
DAVOS KLOSTERS

Wir kaufen Ihr

Hotel/Restaurant

(auch Problemfälle)

Seriöse Abwicklung, 100% Diskretion.

Kontakt: S&B Immobilien Hohenrain AG
Tel. 041 910 61 01/079 542 58 14

162087/430090

Stadt SchlierenZu verkaufen oder zu verpachten
Per 1. Mai 2005 in Parpan**Ferien-, Sport- und
Seminarhaus „Geissboden“**Infolge Neuorientierung verkauft (ev. verpachtet) die
Stadt Schlieren das 1979 für schulische Belegungen
erstelltes Ferienhaus. Das Haus liegt ca. 10 Gehminuten
vom Zentrum Parpan entfernt. Die weiteren Eckdaten:Grundstücksfläche: 17'000 m²

Bettenzahl: 111

Betrieb: ganzes Jahr durch Schulen, Vereine, Firmen

Infrastruktur: grosse Küche etc. vorhanden

Betriebsleitung: Wohnung vorhanden

Jahresumsatz: Fr. 340'000.- bis Fr. 380'000.-

Wenn Sie motivierte/r Gastgewerblere oder Hotelier
sind, mit dem nötigen Know-how in Betriebsführung,
wenn Sie innovativ sind und trotzdem auf dem Boden
der Realität bleiben, dann rufen Sie uns an.Auskunft und Besichtigung durch:
Stadtverwaltung Schlieren, Bereich Liegenschaften
Tel. 01 738 15 90 / 079 414 39 23
Mail: liegenschaften @schlieren.zh.chZu vermieten nach Vereinbarung an bester Geschäftsfläche
(Bahnhofstrasse) in Zermatt**Geschäftslokal**Zur Zeit genutzt als Tea-Room mit 88 Sitzplätzen auf 158 m²
im ersten Stock, Bäckerei/Konditorei auf 52 m² im Erd-
geschoss, Keller 20 m² und Backstube/Lagerraum in unmittel-
barer Nähe auf 160 m².

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Für weitere Auskünfte:

Vikuna Treuhand AG

Herr Richard Stucky, Bahnhofstrasse 4A, 3900 Brig

Tel.: +41 27 922 49 22, info@vikuna.ch, www.vikuna.ch

A louer en Gruyère

**Hôtel/Restaurant
de caractère**magnifique terrasse ombragée, café,
restaurant avec grande salle à manger,
12 chambres
appartement de service
Loyer raisonnable.

Leduc sa - 026 422 32 06

16228/429872

AUS- UND WEITERBILDUNG**Pro Target**

Schweizerische Reisefachschule

Eine solide **Kaderausbildung** gehört in jede **Karriereplanung!**
Kursbeginn 2004: 07. August 04

- Höheres Wirtschaftsdiplom Pro Target (für alle Branchen)
- Eidg. Fachausweis Reisefachmann / Reisefachfrau

Pro Target Schweizerische Reisefachschule, Aarau
Tel. 062 825 00 69 Fax 062 825 00 68
www.reisefachschule.ch schweiz.reisefachschule@protarget.ch**GASTRO SUISSE
WEITERBILDUNG**

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.gastrouisse.ch>Preis 11 Tage Seminar, inkl. Seminar dokumentation sowie
Getränke, Verpflegung und sämtlichen Degustationen.
Fr. 2'750.-Anmeldung und weitere Informationen
GastroSuisse Weiterbildung - Blumenfeldstrasse 20 - 8046 Zürich
T 044 377 55 30 - F 044 377 55 92 - E-Mail weiterbildung@gastrouisse.ch**ozeania**

info@ozeania.ch surf tel: www.ozeania.ch

**Backpacking & Englisch Lernen**Kombinieren Sie Ihre Backpacking-Reise
mit einem Sprachaufenthalt...Die Prüfungen hinter sich und das Studium
abgeschlossen... nun steht auf der Agenda
Ausbrechen, Ausfliegen, Horizonte erweitern.
Eine Reise nach Ozeanien ist ideal dafür!Wir geben Ihnen Insider Backpacking-Tipps
und Tricks übers Reisen durch die Länder
Ozeanien. Wir sagen Ihnen, wo Sie ihr Eng-
lisch aufbessern und aktiv anwenden können.Sprachreisen Australien Neuseeland -
am besten mit ozeaniaOzeania Reisehaus Tel. 056 484 20 20
5442 Fislisbach Fax 056 484 20 21**Sprachausbildung**Originalpreise - hervorragende Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Anemarie+Rolf Frischknecht Tel 01926 39 58
www.sprachausbildung.ch

Wieso
nicht an bester Lage Ihre
Vorstellungen realisieren

in Büren a.d. Aare
Altstadthaus mit Restaurant

Preis auf Anfrage

zwei Wohnungen mit total 240m²
- ausbaufähig in Hotelzimmer

Restaurant mit Bar und Terrasse
50 Sitzplätze innen
30 Sitzplätze aussen
Küche komplett eingerichtet
gepflegte Infrastruktur

031 360 80 80
bern@immotion.ch

In Reiden verkaufen wir im Auftrag

**Schulungszentrum
mit Wohntrakt**
Baujahr 1850/1975

an leicht erhöhter Lage
Ideal für Schönheitsklinik,
Wellnesshotel, Reha-Zentrum,
Schulungszentrum, Ferienlager, Heim,
Bürogemeinschaft.
Grundstück 5000 m²

Wenn Sie sich für dieses einmalige
Objekt interessieren wenden Sie sich
an unseren Herrn Pius Schmid

GELWERBE-TREUHAND
Eichwaldstr. 13, 6002 Luzern, Tel. 041-319 93 78
plus.schmid@gewerbe-treuhand.ch

Ihr Partner für Ihre Immobilien

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Wir mieten
Hotels & Restaurants.

Langfristig. Fair.
Absolute Diskretion
ist für uns selbstverständlich.

Gsell & Partner - Consulting,
Urs Gsell persönlich.

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

Gelegenheit Laax, Goms VS: Zu verkaufen
altes Walliserhaus
ehemals Restaurant, 2 Wohnungen
mit Carnotzet, Atelier und Landkeller.
Schätzung Fr. 1'000'000.-, VP: Fr. 385'000.-,
Tel. 027 924 85 85/079 448 27 79

Zu verkaufen 15 Minuten von Basel an
Toplage renommierter

Landgasthof
aus dem 17. Jahrhundert

total neu saniert mit viel Ambiente.
Restaurant, Sälli à la carte, Saal
geeignet für Anlässe aller Art, gepfl.
Gartenwirtschaft mit 60 Plätzen und
Parkplatz mit 30 Plätzen.

VP Fr. 1'750'000.-,
inkl. Betriebseinrichtungen.

Anfragen unter Chiffre Z 003-392966,
an Publicitas S.A., Postfach 48,
1752 Villars-s/Glâne 1.

162134/382708

Zu kaufen gesucht:

**** und *****-Hotels
(80 bis 120 Betten)

Zürich, Tessin,
Vierwaldstättersee

Unterlagen an:
A.C.M. Gastro Service
Hardgutstrasse 18,
8048 Zürich
Tel./Fax 01 492 31 83

161995/38451

12 Prozent mehr Passagiere

Schiffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV). Das Unternehmen hat mit über 2,4 Mio. Fahrgästen seine Frequenzen gegenüber 2002 um 12,1% steigern können. Das ist laut Pressemitteilung das beste Resultat seit dem Jubiläumsjahr 1991. Die Schiffahrtsgesellschaft generierte einen Verkehrsertrag von 19,37 Mio. Fr. (+9,9%). Dem Betriebsertrag von 25,89 Mio. Fr. stand ein Betriebsaufwand von 25,33 Mio. Fr. gegenüber (+6,2%). Der Cashflow beläuft sich auf 2,92

Mio. Fr. (+44,3%). Insgesamt hat das Unternehmen letztes Jahr 2,35 Mio. Fr. investiert. Im Rahmen des Projekts «SGV-Fit» werden die Strukturen und Betriebsabläufe des Unternehmens kritisch durchleuchtet. Laut Direktor Martin Bütikofer, für den das letzte sein erstes Geschäftsjahr ist, wird in der Anfangsphase die Aufbau- und Ablauforganisation geprüft und nach Optimierungspotenzial untersucht. Es gehe beim Projekt um die Zukunftssicherung der Unterneh-

mung und die längerfristige Erhaltung der Arbeitsplätze. «Neben der Stärkung der Gesamtunternehmung werden auch im Bereich der interdisziplinären Zusammenarbeit neue Wege beschritten», sagt Bütikofer. Die SGV hat sich ein originelles Fussball-EM-Angebot ausgedacht für jene, die nicht Fussballfans sind: Abendfahrten – immer dann, wenn die Schweizer spielen – mit Pop-Balladen und den vier Kurzhörspielen «Tell Me». CK

Wander-Ideen für die Zukunft

Fortbildung. Weg mit den roten Wandersocken: Am 1. und 2. Juli 2004 findet in den Park-Hotels Waldhaus in Flims die Trend- und Fachtagung «Swiss Alpine Walking – Revival des Wanderns» statt. Im Mittelpunkt stehen neue Angebote wie Nordic Walking oder Kulinari-Tracks, die den Gast von heute und morgen ansprechen. Die Pilotdestinationen Alpenarena, Pontresina, Gstaad, Saas-Fee, Appenzellerland und Engelberg-Titlis berichten von ihren ersten Erfahrungen.

Viele Inputs verspricht aber auch die Ideenbörse mit praktischen Beispielen: Eduardo Zwysig von Gstaad Tourismus zum Beispiel stellt die Wanderangebote «Smart Mountain Walking» vor und Roland Huber, Tourismusdirektor von Adelboden, referiert über die Vernetzung von Walking und Wellness. Für die Trend- und Fachtagung sind schon relativ viele Anmeldungen eingegangen. Es sind aber noch Plätze frei. Die Teilnahmegebühr für den ersten Veranstaltungstag

beträgt 490 Franken. Wer das neue Angebot «Smart Mountain Walking» gerne 1:1 selber ausprobieren möchte, kann zusätzlich den zweiten Veranstaltungstag buchen. Die Kosten dafür betragen 250 Franken. Anmeldeschluss ist der 25. Juni. Die hotel-tourismus revue ist Medienpartner der Tagung. TL

Infos: «Swiss Alpine Walking», Maria Schmid, Kappler Management AG, Postfach, 6000 Luzern, www.kappler-management.ch

MARKETING

«Markendendenken für Erfolg entscheidend»

Rund 40 Journalisten aus dem deutschsprachigen Raum Europas trafen sich im Berner Oberland zu einem Wander-Weekend, um die Schweiz zu erleben – und anschliessend darüber zu berichten. Eingeladen hatten die Firma Lowa und die Jungfraubahnen.

■ **MARIETTA DEDUAL**

Sie sind oft in der ganzen Welt unterwegs und schreiben für bekannte Magazine wie «Berge», «draussen», «Trekker's World», «Ski Austria» und so weiter. Doch zum traditionellen Presse-Wander-Weekend, das jeweils von der Firma Lowa und Kooperationspartnern veranstaltet wird, strömen sie aus allen Richtungen in die Schweiz.

Wer touristische Presseanlässe organisiert, weiss, wie schwierig es ist, eine breite Schar Journalisten zusammenzutrommeln. Immer wieder erlebt man auf den Redaktionen, dass nachgehakt wird, ob nicht doch noch jemand zur Information kommen könne oder gar, dass ein Anlass mangels Presseinteresse abgesagt wird. Woher denn der grosse Aufmarsch bei der Firma Lowa, deren Kerngeschäft die Herstellung von Wander- und Trekking-schuhen ist? Werner Riethmann, geschäftsführender Gesellschafter, zum Erfolg «seiner» Pressekonferenzen: «Vermutlich weil wir ein super Rahmenprogramm haben». (Programm-punkte waren eine Fahrt zum Jungfraujoch, eine Wanderung zur Mönchs-jochhütte, ein Abend auf dem «Harder Kulm», wo das Interlaken Löschzug-Chörl für Stimmung sorgte usw.) Ausserdem mag eine Rolle spielen, dass die Journalisten im Outdoorbereich auch die Möglichkeit erhalten, die verschiedenen Materialien zu prüfen.

Obwohl der Firmensitz in Deutschland ist, findet der Anlass regelmässig in der Schweiz statt. Nicht nur, weil Werner Riethmann Schweizer ist, sondern auch, weil die Schweiz «unheimlich schön und auch unser stärkster Exportmarkt ist». Ausserdem schwappe gerade die Nordic-Walking-Welle über die Schweiz (siehe hr vom 20. Mai). «Nordic Walking ist für jeden Stockhersteller ein Riesengeschäft», sagt Riethmann, «und logischerweise, wenn so Willen sind, macht man auch spezifische Schuhe

dafür.» Die Firma hat auch mit dem neuen Verband SNO (www.swissnordicfitness.info) eine Ausrüstervereinbarung unterzeichnet. Ebenfalls sind die Test-hotels – der Gast kann unentgeltlich Wanderschuhe testen – für diese Sport-art ausgerüstet worden. Lowa-Testcenter findet man im «Bermerhof», Gstaad, «Ferienart», Saas Fee, «Post», Samnaun, «Europa», St. Moritz und neu im Hotel Ritter Victoria in Kandersteg.

GEZIELT NEUE KUNDEN ANSPRECHEN

Mitorganisator des Anlasses waren die Jungfraubahnen. Für Urs Kessler, Leiter Marketing und Betrieb, sind diese Journalisten wichtige Multiplikatoren. «Die Publikationen richten sich an unser Zielpublikum.» Wir wollen so ganz gezielt neue Kunden ansprechen und die Marke «Jungfraujoch – top of Europe» bekannt machen.

Kessler weist darauf hin, dass man heute einerseits einen grossen Wettbewerbsdruck und ein viel grösseres Angebot habe, «andererseits sind die Logiernächte seit 1990/91 um rund 10 Prozent zurückgegangen. Das heisst, dass die touristischen Marken markant an Bedeutung gewinnen werden.» Doch was Marken anbelange, seien wir im Tourismus noch klar im Hintertreffen, das Markendendenken habe – im Vergleich zur Konsumgüter-industrie – nicht stattgefunden. Eine starke Marke sei in den Köpfen der Konsumenten, der potenziellen Kunden präsent. Das entscheide vielfach, ob eine Marke gekauft werde oder nicht. «Gerade für das Jungfraujoch wird es in Zukunft entscheidend sein, dass wir eine starke Marke sind. Nur so können wir unsere Preise durchsetzen. Eine Gruppe bezahlt für die oft gebuchte Reise Lauterbrunnen-Jungfraujoch-Grindelwald Grund 124 Franken pro Person.» Der Kunde müsse kommen und sagen: «Ich will aufs Jungfraujoch.» Dieses Kundendenken trägt dazu bei, die Abhängigkeiten vom Zwischenhandel, das heisst von den Reisebüros, zu minimieren.

85 PROZENT DER GÄSTE SIND ERSTGÄSTE

Die Marktforschung hat gezeigt, dass 85 Prozent der Gäste des Jungfraujochs Erstbesucher sind. Urs Kessler interpretiert: «Wenn wir in Zukunft unsere Zielsetzungen erreichen wollen (600 000 Gäste pro Jahr), brauchen wir eine sehr starke Distribution. Unsere Zielsetzung muss sein, jedes Jahr eine halbe Million neue Besucher weltweit generieren zu können.» Sie müssten zudem weiterhin eine gute Grundauslastung haben. «Über 50 Prozent unserer Kunden sind bereits in einem Reiseprogramm; sie kommen, weil sie in einem Programm das Jungfraujoch – top of Europe mitegebucht haben.» Weil sie täglich eine starke Grundauslastung hätten, seien sie auch nicht so wetterabhängig wie andere Ausflugsziele. Und abschliessend: «Zum Beispiel hatten wir im Mai 48 000 Personen mit Gruppen (1300 Gruppen). Das ist eine tolle Grundauslastung.»

Foto: Regina Frech



IN NOSTALGISCHER STIMMUNG ...

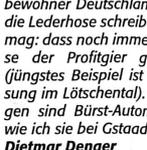
... vor dem «Eiger Ambassador Express»: Werner Riethmann, geschäftsführender Gesellschafter von Lowa, Urs Wirz, Zugführer, Urs Kessler, Leiter Marketing und Betrieb und Mitglied der Geschäftsleitung Jungfraubahnen, und René Urfer, Lowa Schweiz.

Was sie mögen und was sie nicht mögen



«Zauberhafte Landschaften wie aus Kindermärchenräumen. Eine erfrischende Fähigkeit der Menschen zur Selbstironie. Ich mag den kreativen Umgang mit den Traditionen: Das würde ich so manch griesgrämigem Bergbewohner Deutschlands gern mal auf die Lederhose schreiben. Was ich nicht mag: dass nach immer kleine Paradiese der Profitgier geopfert werden (jüngstes Beispiel ist die Ski-Eschlesung im Lötschental). Grandios hingegen sind Bürst-Automaten für Kühe, wie ich sie bei Gstaad gesehen habe.»

Dietmar Denger
abenteuer und reisen, München



«Die Schweiz hat in den letzten 20 Jahren zu sehr auf Luxus und Exklusivität gesetzt und dabei irgendwie verges-

sen, das Herzliche und Normale zu betonen. Was in der Schweiz immer vorhanden ist, ist eine exzellente Logistik, eine hervorragende Markierung usw. aber es fehlt mir die wirklich herzliche Gastfreundschaft. Ich bin hier zu sehr der Gast, der sein Geld abgeben soll. Es gibt andere Länder, wo die Herzlichkeit der Leute völlig anders ist, wo ich das Gefühl habe, die freuen sich wirklich, dass man kommt. Doch die Landschaft ist sensationell, die Landschaft lässt einen neidisch werden.»

Till Gottbrath
freier Journalist, München



«Das grösste Kapital, das die Schweiz hat, ist die ganze Tradition. Wenn man hier das Jungfraujoch sieht, muss man unweigerlich an die Geschichte des Alpinismus denken. Da spielen auch ganz viele Klischees hinein – die man aber auch ganz gut verkaufen kann. Die Schweiz muss da dranbleiben und diese Gastfreundschaft, die historisch gewachsen ist, pflegen. Ich denke, man muss gar nicht so viel auf Event machen und neuartige Sachen wie zum Beispiel Konzerte auf die Berge bringen oder so, man sollte sich auf das Grundlegende besinnen, die Natur, die

Gastfreundschaft und einen gewissen Standard, für den die Schweiz ja auch bekannt ist. Wenn man das so hält, dann glaube ich, läuft es auch ganz gut.»

Christoph Centmayer
Draussen Magazin, Kundenmagazin des Outdoorfachhandels



«Für Wanderer ist die Schweiz, obwohl sie sehr viele hohe Berge hat, viele Viertausender, ein Paradies. In der Mittelgebirgsregion oder bis auf 2000 Meter über Meer können Feriengäste ganz einfach wandern und haben die Kulisse mit eisbedeckten Viertausendern – das ist faszinierend und grossartig. Die Schweiz hat Probleme, weil sie ein Hochpreisland ist, das sich immer weniger Leute aus Deutschland leisten können. Da spielen auch obenbersten Limit und die Ferien gerade für Familien kaum mehr finanzierbar. Aufgrund der Wirtschaftslage bleibt der deutsche Gast daheim oder bucht ganz kurzfristig einen Billigurlaub. Die Leute sind sehr verunsichert und halten ihr Geld beisammen, bis sie wissen, wie es weiter geht.»

Stefan Herbbe
Berge und ADAC Reisemagazin

Herkunft der Gäste der Jungfraubahnen

Japan	140 000	26,4%
Europa	105 000	19,8%
Übriges Asien	97 500	18,4%
Schweiz	80 000	15,1%
Indien	45 000	8,5%
USA	35 000	6,6%
Australien	10 000	1,9%
China	10 000	1,9%
Afrika	5 000	0,9%
Mittlerer Osten	2 500	0,5%

Sunstar übernimmt «Albeina»

Klosters. Die Schweizer Sunstar-Hotelgruppe kauft das 4-Sterne-Ferienhotel Albeina mit 120 Betten in Klosters. Sie übernimmt den Betrieb auf die Wintersaison und erhöht damit die Zahl der Sunstar-Hotelbetten auf 1750. Die Gründer und bisherigen Besitzer Bert und Hannelore Weidler ziehen sich altershalber aus dem Geschäft zurück. Sunstar erhofft sich eine bessere Stellung im «hart umkämpften» Bündner Markt und zusätzliche Synergien. *KJV*

Weniger Logiernächte

Jugendherbergen. Im Jahr 2003 mussten die Schweizer Jugendherbergen einen Rückgang der Logiernächte gegenüber dem Vorjahr um 5 Prozent auf 834 017 hinnehmen. Die Anzahl der Mitglieder stieg jedoch um 5,2 Prozent, wie dem soeben erschienenen Geschäftsbericht zu entnehmen ist. Der Umsatz ging um 3,8 Prozent auf 26,09 Mio. Franken zurück. Der Cashflow wird mit 5,23 Mio. Franken (-1,5 Prozent), das Jahresergebnis mit 230 171 Franken (-32,9 Prozent) ausgewiesen.

Im Berichtsjahr negativ auf die Übernachtungszahlen der internationalen Gäste hätten sich der Irak-Krieg und die Lungenkrankheit Sars ausgewirkt, wie die Jugendherbergen mitteilen. Dem gegenüber stünden die Schweizer Gäste, die durch aktives Reisen in der Schweiz für ausgezeichnete Resultate gesorgt hätten. In den ersten beiden Monaten des Jahres 2004 wurden 224 057 Logiernächte verzeichnet, das sind 0,1 Prozent mehr als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. *DST*

Folgen der Expansion

Rezidor SAS Hospitality. Der Konzern verzeichnet in seinem Geschäftsbericht 2003, wie in den Jahren zuvor, ein markantes Kapazitäts-Wachstum. Insgesamt wurden im letzten Jahr 45 Hotels neu eröffnet, mehr als in jedem anderen Jahr zuvor. – 162 Hotels in Betrieb und 38 Projekte in insgesamt 38 Ländern in Europa, im Mittleren Osten und in Afrika zählten Ende 2003 zu Rezidor SAS. Finanziell erwies sich das Jahr 2003 unter harten Marktbedingungen als schwierig. Re-

zidor SAS konnte zwar den Umsatz der gesamten Gruppe um 2% von 1,1 Mrd. Euro auf 1,13 Mrd. Euro (1,7 Mrd. Franken) steigern, musste jedoch einen Verlust vor Steuern von 27,7 Mio. Euro (42 Mio. Franken) verzeichnen. Das Betriebsergebnis blieb stabil und betrug, wie im Jahr zuvor, 390 Mio. Euro (589 Mio. Franken). Die Einkünfte pro verfügbares Zimmer (RevPAR) lagen bei 59 Euro oder umgerechnet 90 Franken (gegenüber 68 Euro oder 103 Franken im Vorjahr). *KJV*

Accor wird Hauptaktionär

Club Méditerranée. Der Hotelkonzern Accor wird Hauptaktionär beim Feriendorf-Anbieter Club Méditerranée. Accor übernahm laut «Financial Times Deutschland» 21,2% Anteile von der Agnelli-Gruppe (Exor/Ifil) und 7,7% von der französischen Bank CDC. Mit Club Med will Accor das Tourismusgeschäft im oberen Segment ausbauen. Club Med geht gerade aus der Sanierung hervor. Die Verschuldung beträgt aber noch 424 Mio. Euro. *KJV*

SWISSÔTEL LE PLAZA

Dividende wird heuer gestrichen

Sowohl Beherbergungs- als auch Restaurationsumsatz des Swissôtel Le Plaza Basel gingen im 2003 zurück. Dividende soll keine ausgeschüttet werden.

DANIEL STAMPFLI

«In Anbetracht des wirtschaftlichen Umfeldes vermochte das Swissôtel Le Plaza Basel das Beste daraus zu machen», ist dem Geschäftsbericht 2003 zu entnehmen. Die Zimmerbelegung konnte im Berichtsjahr geringfügig von 63,1 auf 63,2 Prozent erhöht werden. Die lokale und internationale Konkurrenzlage habe sich erheblich auf den Durchschnittszimmerpreis ausgewirkt, der von 246,60 Franken im Vorjahr auf 226,10 Franken zurückging.

ZURÜCKHALTEND INVESTIEREN

Der Beherbergungsumsatz ging um 7,8 Prozent auf 12,46 Mio. Franken zurück. Das Swissôtel Le Plaza Basel hat mit seinen 65 946 Übernachtungen (Vorjahr 64 738) einen Marktanteil von rund 10,0 Prozent erreicht (Vorjahr 10,3%). Die weiterhin rückläufigen Besucher- und Ausstellerzahlen der Messe Basel hätten Spuren zurückgelassen. Einige für das Hotel gute Anlässe hätten den Rückgang zu vermindern vermocht. Auch der Restaurationsumsatz ging zurück, und zwar um 5,3 Prozent auf 11,3 Mio. Franken.

Das Investitionsvolumen wurde im Berichtsjahr auf das Wichtigste beschränkt. Insgesamt wurden laut Geschäftsbericht 1,48 Mio. Franken für die Werterhaltung des Produktes eingesetzt. Mit 720 000 Franken wurde der grösste Teil davon für die konzeptionelle Auffrischung des «Amrita Fitness» verwendet.

ZWISCHEN PREIS- UND MENGENPOLITIK ABWÄGEN

Der Jahresgewinn der Le Plaza Basel AG beträgt 2251 Franken. Der Generalversammlung steht ein Bilanzgewinn von 729 067 Franken zur Verfügung. «Zur Schonung der Liquidität mit Blick auf aufgeschobene Investitionen und einen nur zögerlichen Aufschwung der Wirtschaft» schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung keine Ausschüttung der Dividende vor.

Auch das Jahr 2004 werde für das Swissôtel Le Plaza Basel «zu einer grossen Herausforderung». Es werde darum gehen, eine optimale Abwägung zwischen Preis- und Mengenpolitik zu machen und das Gespür zu haben, um auf unverhoffte, günstige Gelegenheiten zu stossen. Im Restaurantbereich würden die Anstrengungen nicht nachlassen, den lokalen Markt für die Restauration wie auch den Bereich Bankette, Seminar- und Kongressverpflegung sowie Catering zu bearbeiten.

SILVIA CAFIERO, HOTEL AL CACCIATORE IN SOAZZA

Die Signora geht, ihr Werk bleibt

Im vergangenen Jahrzehnt hat Silvia Cafiero a Marca de Donatz das Hotel Al Cacciatore im südbündnerischen Soazza zu einer Topadresse gemacht. 80-jährig hat sie jetzt ihr Juwel einem Pächterpaar übergeben. Begegnung mit einer aussergewöhnlichen Hoteliersfrau.

Foto: Zieg



SILVIA CAFIERO A MARCA DE DONATZ

Während den letzten zehn Jahren hat die charmante Signora dem «Al Cacciatore» im südbündnerischen Soazza ihre Seele eingehaucht. Nun 80-jährig, hat sie den Betrieb einem Pächterpaar übergeben.

GERHARD LOB

Silvia Cafiero ist eine Dame, die Eindruck macht. Charmant, gebildet, mehrsprachig, energisch und unterhaltsam. Eine echte Signora. Trotz ihres stolzen Alters von 80 Jahren bewegt sie sich mit jugendlicher Grazie durch die Hotelanlage, die ihre letzten 10 Lebensjahre geprägt hat. Es war 1994, als sie das Hotel-Restaurant Al Cacciatore in einem herrschaftlichen Patrizierhaus Soazzas von einem Cousin übernahm. Der Ort im Misox, auf der sonnigen Hangseite des Tals, liegt erhöht und etwas abseits des Durchgangsverkehrs der Autobahn A13.

Portrait

Eigentlich ging es ihr damals nur darum, Mobilfunk und andere persönliche Gegenstände vom Landgut in Apulien zu retten, auf dem sie lange mit ihrem Mann Luigi – einem Agromann aus süditalienischem Adel – gelebt hatte. Das Leben dort war unmöglich geworden, seit sie von der Mafia bedroht wurden. «Als sogar eine Bombe explodierte, haben wir die Flucht ergriffen», erinnert sich Silvia Cafiero beim Gespräch in der Bibliothek. Dabei zeigt sie stolz die Bilder aus dem Fotoalbum.

VOM OLIVENHAIN IN SÜDITALIEN NACH SOAZZA

So kam sie mit 70 Jahren an ihre Wurzeln zurück, die sie eigentlich nie gut kennen gelernt hatte. Ihr Vater – ein Ingenieur aus der Bündner Patrizierfamilie a Marca de Donatz – war von seinem Heimatort nach Bern gezogen. Sie wuchs in der Landeshauptstadt auf; ihr perfektes Berndeutsch legt davon beredetes Zeugnis ab. Sie heiratete in erster Ehe und wurde geschieden. Darauf ging sie nach Italien, arbeitete 10 Jahre bei einer Adelsfamilie in der Toscana, und lernte ihren zweiten Mann Luigi Cafiero kennen, der sie mit zu seinem Olivenhain nach Süditalien nahm. Auch er ist 1994, nach den Drohungen in Apulien, mit in die Schweiz gezogen. Zusammen mussten sie sich eine neue Existenz aufbauen.

«Ich hatte zwar grosse Gesellschaften, aber nie etwas mit der Hotellerie zu tun», lächelt Silvia Cafiero.

Aber anscheinend lag ihr das Hotelfach im Blut. Sie begann das herrschaftliche Gebäude in Soazza mit den Sachen ihrer Familie zu schmücken. Kein Detail entging ihrem liebevollen Werk. Aus dem Aufenthaltsraum wurde eine Wohnstube mit Teppichen, Vasen, Sofas und Fotos aus dem Familienbestand. Jedem Hotelzimmer verpasste sie einen ganz eigenen Charakter, häufig thematisch verbunden wie in den Zimmern «Roma» oder «Napoli».

SEMINARRÄUME UND ATELIERS

Zu fast jedem Einrichtungsgegenstand, von der Kommode im Gang bis zum eingerahmten Stich, kann Silvia Cafiero bis heute eine Geschichte erzählen. Für einen Hotelrundgang sollte man sich daher viel Zeit nehmen. Auch die Modernisierung kam nicht zu kurz: Alte Bettgestelle wurden mit neuen Matratzen versehen. Sie führte die Réception, kümmerte sich selbstverständlich um die Gäste, ordnete aber auch die bestens bestückte

und gemütliche Hausbibliothek. Das Schachzimmer modelte sie in ein stimmungsvolles Tête-à-Tête-Séparée für Restaurantgäste um. Im Nebengebäude richtete sie Seminarräume und Ateliers ein, die von Stammgästen, wie der NZZ-Redaktion, gebucht werden. Im letzten Winter überwachte sie noch den Umbau der Küche im angesehenen Hotel-Restaurant.

«UNIKAT» EINER HOTELWELT GESCHAFFEN

In zehn Jahren hat sich so rund um romantische Innenhöfe aus alten Palazzi, Rustici und Gartenhäuschen eine einmalige kleine Hotelwelt gebildet. Das Ergebnis erhielt vom Bündner Hotelierverein das Prädikat «Unikat», was für die individuell gestaltete Anlage kaum passender sein könnte.

Seit das «Cacciatore» 2001 in die Vereinigung «Romantik-Hotels» aufgenommen wurde, ist auch die Kundenschaft zahlreicher geworden. «Das hat einen Zuwachs von gut 40 Prozent ge-

bracht», erinnert sich Cafiero. Gleichwohl waren die letzten Jahre finanziell nicht immer rosig. Die Reiseangst als Folge des 11. September 2001 hat Cafiero selbst in der kleinen Bündner Oase besorgt.

GRÜNDERSEELE SOLL NICHT VERLOREN GEHEN

«Es waren 10 Jahre voll Arbeit, aber es war auch eine grossartige Lebenserfahrung», bilanziert die vitale Seniorin, die das Hotel inzwischen an ihre in Mailand lebende Tochter vermacht und die Leitung an das Ehepaar Monika und Guido Weber übertragen hat. Diese haben am 14. Juni die Saison 2004 eröffnet.

«Es war für uns ein Traumobjekt», freut sich die in Ascona aufgewachsene Monika Weber auf die neue Aufgabe. Der Charakter des Hotels soll sich nicht ändern. Und auch die Gründerseele wird dem Haus nicht ganz verloren gehen. Silvia Cafiero, die weiter in Soazza wohnt, wird mit Sicherheit regelmässig vorbeischauen, um alte Stammgäste zu treffen.

DV HOTELLERIESUISSE

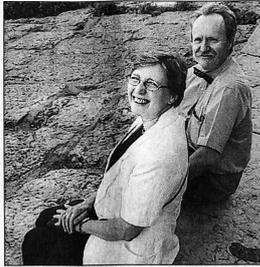
Auch Zeit für Musse und Kontakte

Fotos: Mainetta Decalud



DAS ORGANISATIONSKOMITEE ...

... freute sich, dass die DV «gut ankam». Im Bild Martin Mayoly, Hotel Alpes et Lac Neuenburg, Michel Riba, Präsident Regionalverband Neuenburg-Jura und Direktor Hotel Du Chasseur, Enges, sowie Max Meyer, «Beau Rivage», Neuenburg.



An den Gestaden des Neuenburger Sees: Cristina und Corrado Kneschauer, Präsident Tessiner Hotelierverein.



BEIM GET-TOGETHER ...

... am Montag Abend im Hotel Beau Rivage in Neuenburg durften die professionellen Gastgeber einmal selber Gäste sein und sich am reichhaltigen Buffet erfreuen.

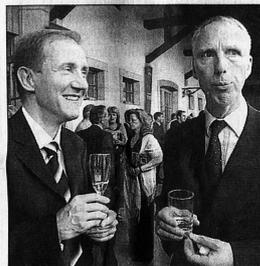
Impressionen

Die Delegiertenversammlung von hotelleriesuisse vom 7. bis 9. Juni (vgl. auch htr vom 10. Juni) bot den Teilnehmern auch Gelegenheit für geselliges Beisammensein und Gedankenaustausch. Bei der mittäglichen Schifffahrt, dem traditionellen Gala-Abend und beim Besuch des Schlosses Auvernier konnten sich die Hoteliers für einmal verwöhnen lassen – im Rückblick einige im Bild eingefangene Impressionen. MD



VIER AUF EINER BANK

Laurence Conus Castella, Sekretärin Hotelierverein Fribourg, Pierre Borer, Autogrill Suisse SA und von der Brasserie Restaurant du Petit Marly, Erika und Jacques Zurbuchen, der an der DV zum Ehrenmitglied von hotelleriesuisse ernannt wurde.



Fachleute für Bildung: Christian Santschi, Direktionsmitglied hotelleriesuisse und Ruud Reuland, Direktor EHL.



DIENSTJUBILARE VON HOTELLERIESUISSE

Brigitta Schaffner, Leiterin Ombudsstelle (20 Jahre), Christian Hodler, stv. Direktor (15), Mariann Hänni, Leiterin Gastgewerbliche Berufsbildung (30), Ursula Müller (10) und Regula Herren (20), beide Gastgewerbliche Berufsbildung.



VOM GOURMETSALAT BIS ZUR ABSINTHGLACE ...

... ein perfekter Service auf dem Schiff. Von links: Pierre-André Pannatier, Hotel Alpenblick, Zermatt, Claude Buchs, «Bela Tola», St-Luc und Franz Götzberger, Gastgeber im Hotel Bella Vista, Zermatt.



UNTER SCHATTIGEN BÄUMEN

Im Garten des «Château d'Auvernier» in Neuenburg gabs das eine und andere Gewächs zur Degustation. Schlossherr Thierry Grosjean stösst mit Christian Rey, Präsident hotelleriesuisse, an.

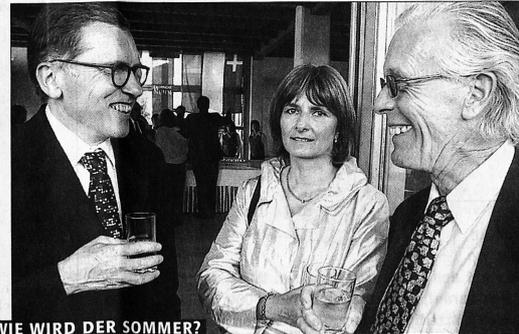


Pierre Caille, Sektion monetäre Unternehmensstatistik des BFS, und Christoph Juen, Direktor hotelleriesuisse.



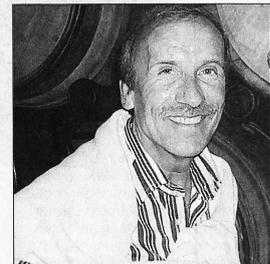
EIN BISSCHEN SMALLTALK

Jürg Domenig und Andreas Züllig, Geschäftsführer und Präsident des Hotelvereins Graubünden und Herbert Siedler, Mitglied Verbandsleitung hotelleriesuisse (mit dem Rücken zur Kamera).



WIE WIRD DER SOMMER?

Genossen nebst dem schönen Wetter auch das Ambiente und die Gespräche: Vom Hotel Heiden in Heiden, Barbara und Caspar Lips, Präsident Hotelierverein Appenzell, und Benno Meisser, Direktor des gleichnamigen Hotels in Guarda.



Im Weinkeller des Schlosses Auvernier: Jean-Paul Genoud, Direktor Hotela, Montreux.

Reklame

THE ENGLISH CORNER

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

VDH

Netzwerk mit Partnern

Die Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV – kurz VDH – umfasst 566 zahlende, aktive Mitglieder. Kürzlich hielt die Vereinigung in Interlaken ihre Mitgliederversammlung ab. Hoteliers und Kompetenzpartner kamen ins Gespräch.

Foto: A. Jahnovic



BASIS FÜR KONTAKTE

Zahlreiche interessierte Hoteliers und Partner besuchten die Mitgliederversammlung der Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH).

PETER B. GROSSHOLZ

Auch wenn der Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV als Ehemaligen-Vereinigung oft der Charakter eines gemütlichen Altherrenklubs angedichtet wird, die Aktivitäten der Vereinigung der erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen des Unternehmerseminars von hotellerieuisse / Schweizer Hotelier-Verein SHV bilden ein dichtes Netzwerk.

AKTIVE MITGLIEDER MIT VIEL KONTAKTPFLEGE

Die Mitgliederversammlung vom 7. Juni in Interlaken brachte mehr als 40 Hoteliers und Kompetenzpartner zusammen und ins Gespräch. Das vergangene Jahr war kein sehr turbulentes gewesen, aber in diesem Zeitabschnitt wurde die Vereinigung der diplomierten Hoteliers und Restaurateure weiter konsolidiert. Mittlerweile umfasst die Vereinigung 566 zahlende, aktive Mitglieder, die untereinander einen guten Kontakt pflegen. Die verschiedenen,

zum Teil auch experimentellen Anlässe des Vereinsjahres 2003 waren durchwegs gut besucht.

ROLLE IN KOOPERATIONEN UND NETZWERKEN

Die besondere Stärke der Vereinigung liegt aber eindeutig in den verschiedenen Kooperationen und Netzwerken, in denen sie jeweils eine bedeutende Rolle spielt. Nicht zuletzt zeigt die wachsende Zahl von Firmen, die sich als Kompetenzpartner für die Mitgliedschaft interessieren, dass auch relativ lose Verbindungen für alle Teile Nutzen stiftend sein können. Der Zu-

sammenschluss verschiedener touristischer Vereinigungen zu «Tourism-pool – The Swiss Tourism Network» zeigt auch immer klarer auf, dass da, wo es allein nicht mehr möglich ist, etwa einen Mitgliederanlass auf die Beine zu stellen, man gemeinsam sehr erfolgreich sein kann.

Dass Weiterbildung für die VDH ein Anliegen ist, demonstrierte die Vereinigung mit der Einladung an Stephan Sutter, der an der Mitgliederversammlung mit einem Referat zum Thema Veränderung im Kreditkarten-Management aktuelle Hintergrundinfos lieferte. – Der Vorstand der VDH wurde durch Akklamation bestätigt.

GRAND HOTEL KRONENHOF

Synergie im Engadin

Das Grand Hotel Kronenhof in Pontresina und das Kulm Hotel St. Moritz sind jetzt in gleichem Besitz. Der renovierte «Kronenhof» wird Synergie-Partner.

Die AG Grand-Hotels Engadinerkulm hat den «Kronenhof» am 1. Mai übernommen und bei dieser Gelegenheit erklärt, sie werde das Hotel «innerhalb der nächsten Jahre weiter sorgfältig renovieren». Was die nächsten Renovierungsschritte und ihren Zeitplan betrifft, erklärt Henry Hunold, Direktor des Grand Hotels Kronenhof: «Obwohl schon einiges unternommen wurde, das Hotel zu renovieren, haben wir noch keinen Gesamtplan an der Hand, um Ihnen alle Fragen zu beantworten.»

werden einschliesslich Parkett und Teppich erneuert. In den Südzimmern werden Textilien und gewisse Möbel ersetzt.

KAPAZITÄT WIRD UM KNAPP HUNDERT BETTEN GRÖßER

Welche Zimmerzahl und Bettenkapazität ist für den «Kronenhof» beabsichtigt? – Laut Direktor Hunold wird die Zimmerzahl langfristig voraussichtlich auf 120 bis 130 zunehmen (gegenwärtig 83), mit etwa 240 Betten (gegenwärtig 142).

Welchen finanziellen Umfang haben die Investitionen in die Renovierung und den Ausbau? – «Der finanzielle Umfang ist noch nicht festgesetzt», antwortet Hunold: «Zuerst kommt jetzt die Planungsphase.»

SYNERGIE ZWISCHEN «KRONENHOF» UND «KULM»

Durch die neue gemeinsame Eigentümerschaft in der AG Grand-Hotels Engadinerkulm eröffnen sich Möglichkeiten für die Synergie zwischen dem Grand Hotel Kronenhof in Pontresina und dem Kulm Hotel in St. Moritz. Gemäss dem «Kronenhof»-Direktor betreffen sie eine «gemeinsame Wäscherei – mit Probelauf in diesem Sommer – und Sales-and-Marketing-Aktivitäten». Auch zur Synergie beim Personal und in den Buchhaltungsabläufen sei man fest entschlossen. «Mehr wird die Erfahrung des Zusammenlebens zeigen», so Hunold.

Im Kongresstourismus mit Veranstaltungen in Pontresinas «Rondo» würden sich durch die Hotel-Verbindung so genannte Leads ergeben. KTV

«GROSSE UND GERÄUMIGE DOPPELZIMMER»

Der auch als «Ganzoni-Flügel» bekannte Westflügel des Grand Hotels Kronenhof ist bereits total ausgebaut, und der Schutt verschwinden. Dazu Direktor Hunold: «Wir hatten in diesem Flügel 45 Zimmer, neu werden es 28 Zimmer sein. Die Bettenzahl bleibt dieselbe, das heisst: kleine Einzelzimmer verschwinden. Wir bauen grosse und geräumige Doppelzimmer plus drei Suiten.» Dieser Teil wird auf die Wintersaison 2004/05 eröffnet.

Folgende Gestaltungsabsichten hat die Eigentümerschaft bei den nächsten Schritten der Renovierung: Im Mittelflügel werden fünf Zimmer mit Hofzicht renoviert, die Korridore

GREIF GROUP

Zürcher Luxusprojekt

91 bis 106 Millionen Franken schwere Expansionspläne beschäftigen die Greif-Hotelgruppe. Für ein Projekt in Zürich steht die Entscheidung bevor.

ser vorrangiges Ziel ist das Errichten und Betreiben von Luxushotels mit Privatresidenzen», beschreibt Jank den gemeinsamen Nenner aller Projekte der italienischen Unternehmerfamilie. Immobilien und Hotelbetrieb sind für Molnar-Vudafieri untrennbar verbunden.

FRED FETTNER

Ein Spitzenhotel für Zürich, 1001-Nacht-Resorts in den Arabischen Emiraten, neue Luxussuiten für Kitzbühel: Klotzen statt kleckern, scheint die Devise der Greif Group zu sein, die als Unternehmenssitz ihr Kitzbüheler 5-Sterne-Hotel Weisses Rössl anbietet. Die Hotelgruppe, zu der neben dem Weissen Rössl in Kitzbühel auch zwei Betriebe in Triest und Lignano zählen, steht im Besitz der italienischen Familie Molnar-Vudafieri.

HOTEL IM EX-BÜROGEBÄUDE DER STADTVERWALTUNG

Als Geschäftsführer der Gruppe wirkt seit Herbst 2003 der vormalige Tourismusdirektor von Kitzbühel, Robert Jank. Als aktuell «heikelstes Thema» sieht er die Aktivitäten in Zürich, wo die Entscheidung gegen zwei verbliebene Mitbewerber unmittelbar bevorstehe. Für die Greif Group gibt es nur eine sinnvolle Nutzung des direkt am Ufer gelegenen ehemaligen Bürogebäudes der Stadtverwaltung: «In dieser prominenten Lage bietet es sich als Luxushotel geradezu an», betont Jank. Die Entscheidung über die Vergabe soll bis 22. Juni definitiv erfolgen.

LUXUSHOTELS MIT PRIVATRESIDENZEN

Die Greif Group plant den Umbau des Objekts zu einem Luxushotel mit rund 60 Zimmern und 10 bis 15 Suiten. In dieser Kombination fühlen sich die italienischen Hoteliers daheim: «Un-

EXPANSIONS-SCHWERPUNKT AM ARABISCHEN GOLF

Der Schwerpunkt der Expansion soll aber nicht im Alpenraum, sondern am Arabischen Golf liegen. Vier Grundstücke in Dubai und Sharjah wurden gekauft und in die Projektplanung des Unternehmens für diese Region eingebracht. Der Spatenstich für das erste Luxushotel in Dubai soll bereits am 1. September 2004 erfolgen. In Oman will die Greif Group ein «1001-Nacht-Resort» errichten und führen.

Inklusive Zürich repräsentieren die Bauaktivitäten einen Wert von 60 bis 70 Millionen Euro (91 bis 106 Mio. Franken). Ein kleiner Teil davon soll nochmals in Kitzbühel investiert werden, wo zehn weitere Luxussuiten errichtet werden. Dies soll geschehen, obwohl am ursprünglichen Bau des 5-Sterne-Hotels Weisses Rössl beteiligte Unternehmen noch auf Zahlungen warten.

«LIQUIDITÄTSPROBLEME KENNT DIE GRUPPE NICHT»

Jank bestätigt diese «Altlasten»: «Das Objekt hat mit 32 Millionen Euro (48 Mio. Franken) fast doppelt so viel gekostet wie geplant. Dazu gibt es viele Bauschäden. Die Prozesse laufen.» Viele hätten sich einfach zu bereichern versucht. Rein operativ mache das als Profitcenter geführte Kitzbüheler Haus schon jetzt einen «Supergewinn», Liquiditätsprobleme kenne die Greif Group keine, so Geschäftsführer Jank.

Wer bringt die Nudeln zu «Don Camillo»?



Neben Nudeln bringen wir auch Spaghetti, Capellini, Farfalle, Fettuccine, Fusilli, Tagliatelle, Oreghiette, Papardelle, Penne, Müscheli, Gletscherhüetli, Jägernudeln, Schwingerhörnli, Kravättli, Hörnli, Spiralen oder Fideli.



Tag für Tag liefern wir Nudeln in verschiedensten Breiten dahin, wo man Tag für Tag etwas Gutes auf den Tisch bringen muss. Wirte und Köche in der ganzen Schweiz verlassen sich darauf, dass wir auch über 6000 weitere Produkte einwandfrei liefern, so dass sie rechtzeitig auf den Tisch kommen.

www.howeg.ch

Prodega AG • HOWEG • Reservatstrasse 1 • 8953 Dietikon
Telefon 01 746 55 55 • Fax 01 746 55 56



LORENZINI AG / Remo Neuhaus hat für das Fussballereignis in seinen Lokalen mehr als ein Jahr Vorarbeit geleistet. **SEITE 15**



«**NRA**» **CHICAGO /** Alljährlich werden an der US-Branchenfachmesse Trends und Produktneheiten präsentiert. **SEITE 14**

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

LSG SKY CHEFS

Flugkost, die nicht dick macht

Die Catering-Tochter der Lufthansa offeriert auf einigen Flügen in die USA ab Juli Schlankheitskost. Reduziert sind die Speisen um Kohlenhydrate.

■ GUDRUN SCHLENZKE

Mehr als 171 Tonnen Frischobst und mehr als 67 Tonnen Frischgemüse kauft Lufthansa monatlich ein, um ihren Passagieren gesunde und vitaminreiche Speisen an Bord ihrer Flüge anbieten zu können. Ab Juli offeriert die Airline-Catering-Tochter der Fluggesellschaft, die LSG Lufthansa Service Holding AG, auch etwas für jene Gäste, die auf ihre Figur schauen wollen. Man springt damit auf den neusten Gesundheitstrend in den USA auf, der in einer Verringerung der Kohlenhydratzufuhr das Heil für die gewünschte Schlankheit sieht: Exklusiv an Bord von Lufthansa serviert LSG Sky Chefs «Low Carb», das sind kohlenhydratreduzierte Lebensmittel.

Auf den Flügen aus Los Angeles nach Frankfurt und München können die Fluggäste aus den angebotenen Speisen ihr individuelles Low-Carb-Menu zusammenstellen und so «unbeschwert» den Flug genießen, wie man sich bei Lufthansa ausdrückt.

LETZTES JAHR SANK DER UMSATZ UM 13,3 PROZENT

Der grösste Airline-Caterer der Welt hält international 34 Prozent Marktanteil. Zu LSG Sky Chefs gehören Catering, Beschaffung, Equipment Management bis hin zum Total Inflight Service Management. LSG Sky Chefs beliefert rund 260 Airlines aus mehr als 200 Betrieben in 45 Ländern. Darüber hinaus ist die LSG Lufthansa Service Holding AG in den Bereichen Flughafen-, Event-, Theater- und Verkehrsgastronomie tätig.

Trotzdem steht es nicht bestens um den Airline-Caterer. Letztes Jahr sank der Umsatz um 13,3 Prozent auf 2,66 Mrd. Euro. Das Ergebnis war ebenfalls im Minus mit 826 Mio. Euro. Den Mitarbeiterbestand reduzierte man um 6,2 Prozent.

Deshalb setzt Lufthansa die eingeleitete Konsolidierung bei LSG Sky Chefs konsequent fort. Die Verhandlungen über den Verkauf der US-Tochter Chef Solutions – Marktsegment Convenient Meal Solutions – wurden Ende Mai abgeschlossen. Die LSG Lufthansa Service Holding AG (LSG Holding) hat das US-Unternehmen Chef Solutions an den US-amerikanischen Finanzinvestor Questor verkauft.

KURZ UND BÜNDIG

Testa Rossa liebügelt mit der Schweiz

Die Testa Rossa Caffè GmbH will sowohl mit dem eigenen Kaffee als mit dem Gastro-Franchisesystem in die Schweiz. International führt man 50 Betriebe und steht nun kurz vor der Expansion in die Schweiz, verrät die Presseverantwortliche Sigrid Hummel. **GSG**

EUROPAS TOP-CATERER

Caterer geben sich optimistisch

Nachdem nun die Semester-Ergebnisse der Compass Group vorliegen, wird deutlich, dass die drei grossen Caterer Europas – Compass Group, Sodexo-Alliance und Elior – das laufende Geschäftsjahr optimistischer angehen können als das Vorjahr.

■ KATJA HASSENKAMP

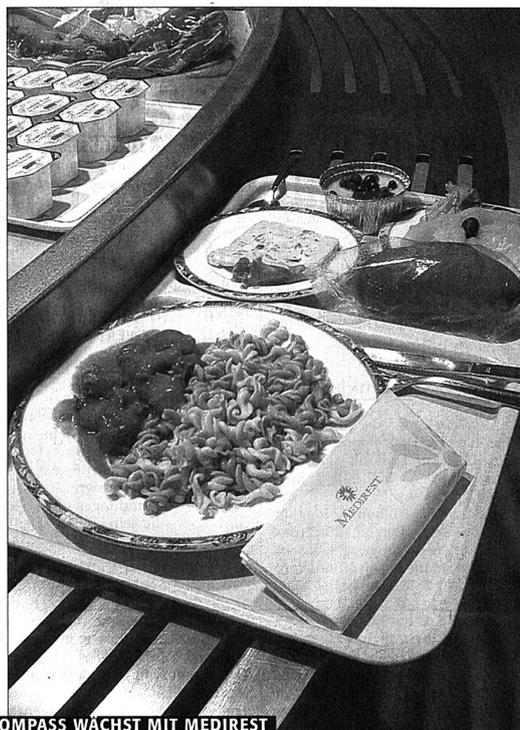
2002/2003 stand ganz im Zeichen von Sars-Epidemie, Irak-Krieg, wirtschaftlicher Stagnation in den europäischen Hauptmärkten und teurem Dollar. Das hat vor allem der Sodexo-Alliance zu schaffen gemacht, die 46 Prozent ihres Umsatzes in den USA erwirtschaftet und im vergangenen Geschäftsjahr sowohl beim Umsatz als auch beim Gewinn erneut rückläufige Zahlen registriert hat. Nachdem die

Sodexo-Alliance bereits seit mehreren Jahren immer wieder neue Profit Warnings ausgesprochen hat, stellt sich deshalb überdeutlich die Frage der Nachfolge von Sodexo-Gründer Pierre Bellon – seine Familie besitzt 38,7 Prozent des Kapitals der Sodexo-Alliance –, der im vergangenen Januar seinen 74. Geburtstag begangen hat. Branchenkenner gehen davon aus, dass sich das Blatt erst wenden wird, wenn die im letzten Jahr angekündigte und durch die Nominierung von Jean-Michel Dehain und Michel Landel als Co-Generaldirektoren vorangetriebene Umstrukturierung der Managementspitze abgeschlossen ist.

COMPASS WEITER AUF EXPANSIONSKURS

Während Sodexo mit internen Turbulenzen kämpft, expandiert Compass unbeirrt weiter und hat im April 2004 durch die Mitropa-Übernahme seine Präsenz auf dem deutschen Markt verstärkt – Mitropa zeich-

Photo: zsg



COMPASS WÄCHST MIT MEDIREST

Besonders positiv ist die Entwicklung im Care-Catering, da Kliniken und Krankenhäuser weltweit ihre Verpflegungseinheiten tendenziell outsourcen.

Compass-Group legt weiter zu

Semesterergebnisse In Mrd. Euro	1. Sem. 2003/2004	1. Sem. 2002/2003
Umsatz gesamt	8,88	8,41
Gewinn gesamt*	0,429	0,388
Grossbritannien:		
Umsatz	1,96	1,82
Gewinn	0,202	0,190
Europa/restliche Welt:		
Umsatz	3,86	3,33
Gewinn	0,194	0,167
Nordamerika:		
Umsatz	2,69	2,73
Gewinn	1,27	1,26

* vor Steuern und Abschreibungen
Prognosen für das gesamte Geschäftsjahr 2003/2004: 7%iges Umsatzplus

Sodexo-Alliance: Wieder Verlust

Semesterergebnisse In Mrd. Euro	1. Sem. 2003/2004	1. Sem. 2002/2003
Umsatz gesamt	5,88	6,16
Gastronomie und Dienstleistungen:		
Nordamerika	2,66	2,96
Kontinentaleuropa	1,89	1,83
GB und Irland	0,654	0,759
Restl. Welt	0,549	0,481
Essen- und Servicetickets	0,127	0,126

Prognosen für das gesamte Geschäftsjahr 2003/2004:
Umsatzplus: 3,1% Gewinn: 170 Millionen Euro

Elior: Stark am Flughafen

Semesterergebnisse In Mrd. Euro	1. Sem. 2003/2004	Veränderungen in % zum 1. Sem. 02/03
Umsatz gesamt	1,27	+4
Contract Catering	0,867	+2,9*
davon:		
Betriebsverpflegung	0,475	-2,5*
Erziehungswesen	0,267	+7,4*
Care-Catering	0,124	+17,0*
Öffentliche Gastronomie	0,405	+7,8*
davon:		
Flughäfen	0,119	+15,7*
Autobahnen	0,117	+4,2*
Stadt (Messe, Museen, Luxusrestauration)	0,168	+5,2*

* bei gleichen Rahmenbedingungen (Wechselkurs/Zahl der Arbeitstage)
Prognosen für das gesamte Geschäftsjahr 2003/2004:
Umsatz: + 4–6%; Gewinn: +15–20%

net für 60 deutsche Bahnhöfe und rund 30 Autobahn-Outlets verantwortlich. Vor allem will der europäische Marktführer mit seiner neuen Tochter aber auch in Mittel- und Osteuropa expandieren.

Um sich auf das Core-Business zu besinnen, hat man im Februar 2003 dann die Budgethotels Travelodge und die an den britischen Autobahnen gelegenen Little-Chef-Einheiten abgestossen. Und im April dieses Jahres verkaufte Compass zudem seine Anteile an der japanischen «Yoshinoya D&C3». Besonders positiv ist die Entwicklung im Care-Catering mit der Division Medirest, da Kliniken und Krankenhäuser weltweit ihre Verpflegungseinheiten tendenziell outsourcen. In Japan hat man mit den Seiyo Food Services die Mediforce-Gruppe und die Eishoku-Foodservices-Gruppe übernommen, die beide stark im Gesundheitssegment positioniert sind. Die Compass Group (Schweiz) AG generierte allein 2003 sechs neue Spitalaufträge.

ELIOR LIEBÄUGELT MIT SÜDEUROPA

Nachdem der drittgrösste europäische Caterer zu Beginn des Jahres seinen spanischen Partner Areas komplett übernommen hat, ist die Gruppe seit März auch verstärkt in Italien präsent und hat ihren Kapitalanteil an «MyChef» auf 40 Prozent aufgestockt. Elior hat im vergangenen Geschäftsjahr genauso unter den schlechten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gelitten, weshalb der Umsatz in der Betriebsverpflegung um 3,3 Prozent zurückging. Dafür konnte die Gruppe im Care-Catering eine beachtliche Steigerungsrate von

16,1 Prozent erzielen und in der öffentlichen Gastronomie ein Plus von 11,2 Prozent. Besonders positiv verlief das Museums- und Messe-Geschäft mit einem Umsatzplus von 17,5 Prozent.

Diese positive Tendenz hält im ersten Semester des laufenden Geschäftsjahres an, wobei sich die Ergebnisse im zweiten Quartal (+5,3%) deutlich gegenüber dem ersten Quartal (+3,6%) verbessert haben. Das veranlasst die Verantwortlichen, ihre Prognosen für das Gesamtjahr aufrechtzuerhalten: plus 4 bis 6 Prozent beim Umsatz und plus 15 bis 20 Prozent beim Gewinn vor Steuern.

Bilanz 2003 der Top-Caterer

Das Geschäftsjahr 2002/2003 war für Sodexo-Alliance kein Glanzjahr: Der Umsatz sank um 7,3 Prozent auf 11,7 Milliarden Euro (2001/2002: 12,6 Mrd. Euro) und die Gewinnbaisse belief sich auf 11,3 Prozent. Auch Konkurrent Compass Group, musste rückläufige Gewinnzahlen hinnehmen: Minus 17,1 Prozent auf 18,4 Millionen Pfund, aber bei einer gleichzeitigen Umsatzsteigerung von 6,3 Prozent auf 11,3 Milliarden Pfund. Besonders gut abgeschnitten hat Elior, Europas Nummer drei, die für das abgelaufene Jahr eine Gewinnsteigerung von 53,4 Prozent auf 25 Millionen Euro meldet (2001/2002: 16,3 Mio. Euro) und eine Umsatzsteigerung um 4 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro (2001/2002: 2,3 Mrd. Euro). **HAS**

Bordeaux-Weinfest

Bordeaux. Während vier Tagen wird sich auf der 12 Hektaren grossen Place de Quinconces, bis zu den Ufern der Garonne ein Meer aus Zelt-dächern ausbreiten: Vom 1. bis 4. Juli 2004 lädt die Weinstadt Bordeaux die Liebhaber von Wein, Essen und Kultur zu ihrer «Fête du Vin», wo die Besucher alle 57 Bordeaux-Appellationen und die 23 Appellationen von Aquitanien kennen lernen können. Zusätzlich bietet das Weinfest ein breites Rahmenprogramm rund um Reben und

Wein. Der Ursprung des Festes geht auf das grosse Erntefest im Jahr 1909 zurück. Mitte der 90er-Jahre beschloss die Stadt Bordeaux, diese Tradition wieder aufleben zu lassen. Dieses Jahr wird die «Fête du Vin» bereits zum vierten Mal durchgeführt. Beim letzten Weinfest vor zwei Jahren kamen rund 250 000 nach Bordeaux, wo die Winzer während der vier Tage rund 350 000 Gläser Wein aus-schenken. *MJP*

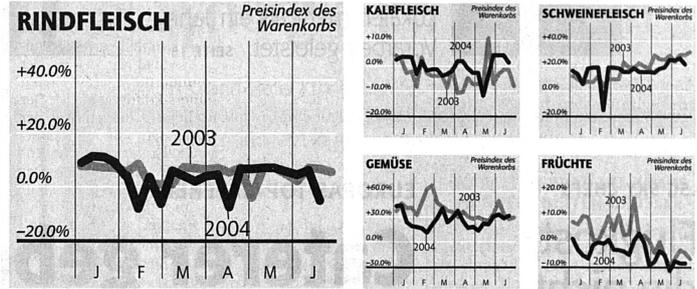
www.bordeaux-fete-le-vin.com

11. «Singapore Food Festival»

Singapur. Im südostasiatischen Stadtstaat spielt Essen traditionell eine grosse Rolle. Während des 11. «Singapore Food Festival», können sich die Besucher vom 1. bis 31. Juli von der kulinarischen Vielfalt direkt in den Strassen von Singapur überzeugen. Um den Besuchern ihr beliebtes Nationalgericht vorzustellen, erhält jeder Besucher über zwölf Jahren eine Gratisportion von «Chilli Crab». *MJP*

www.singaporefoodfestival.com

PRODINDEX 14. 6. BIS 19. 6. 2004 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



BORDEAUX-KAMPAGNE

Mittelpreis-segment im Vordergrund

Mit der Kommunikationskampagne 2004 möchte die Weinregion Bordeaux das Mittelpreissegment dem Schweizer Publikum näher bringen.

MARTIN J. PETRAS

Die Marktstellung der Bordeaux-Weine in der Schweiz könnte auf den ersten Blick durchaus als stabil bezeichnet werden: Mit 93 000 hierzulande verkauften Hektolitern, was wertmässig 180 Millionen Franken entspricht, wurden im Jahr 2003 rund 13 Prozent mehr umgesetzt, als im Jahr 2002. Damit lag der Bordeaux-Exportmarkt Schweiz letztes Jahr vollumfänglich auf 8. Stelle und umsatzmässig sogar auf 5. Stelle.

Damit wird deutlich, dass in der Schweiz hauptsächlich die teureren Bordeaux-Tropfen getrunken werden. So erstaunt es auch wenig, dass die von den Bordeaux-Fachverbänden «Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux» (CIVB), «Conseil des Vins du Médoc» sowie «Syndicat AOC Bordeaux & Bordeaux Supérieur» lancierte Kommunikationskampagne 2004 vor allem Weine aus dem breiten Mittelpreissegment dem Schweizer Fach- und Privatpublikum näherbringen möchte.

PREISKLASSE ZWISCHEN 12 UND 30 FRANKEN

Besonders im interessanten und hart umkämpften Weinmarkt Deutschschweiz geht es den Verantwortlichen der Bordeaux-Fachverbände darum, die Marktstellung zu verteidigen und, angesichts der steigenden Konkurrenz, auch das Hochpreis-Image der Bordeaux-Weine zu korrigieren. Im Vordergrund der laufenden Kampagnen stehen Weine der Preisklassen zwischen 12 und 30 Franken und man beruft sich auch hier auf einmaligen «Charakter und Originalität der traditionellen Bordeaux-Assemblages».

Der Schweizer Markt sei dank «langjährigen guten Beziehungen und Freundschaften» gewachsen, so die Stimmen aus dem Bordeaux-Lager, doch das reiche heute eben nicht mehr aus.

BORDEAUX ALS WEIN FÜR DEN ALLTAG

Mit einem Gesamtbudget von 1,5 Millionen Franken werden in Zürich, Bern, Basel, Genf und Lausanne Plakat-kampagnen sowie Verkaufsförderungs- und Public-Relations-Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit dem hiesigen Wein- und Detailhandel durchgeführt. Dazu gehört eine breit angelegte Plakat-kampagne mit über 1200 Plakaten in Zürich, Bern, Basel, Lausanne und Genf im November und Dezember, die den Bordeaux-Wein als einen Wein für den Alltag präsentieren.

US-GASTROTRENDS, «NRA»-FACHMESSE, CHICAGO

Technik und Franchising im Mittelpunkt des Interesses

Das alljährliche Mekka der US-Restaurant-Branche ist die «National Restaurant Association» (NRA) in Chicago. Fast 2000 Aussteller trafen sich mit über 80 000 Besuchern, um die aktuellen Angebote zu prüfen und vor allem die neusten Trends zu entdecken.

HARALD WEISS

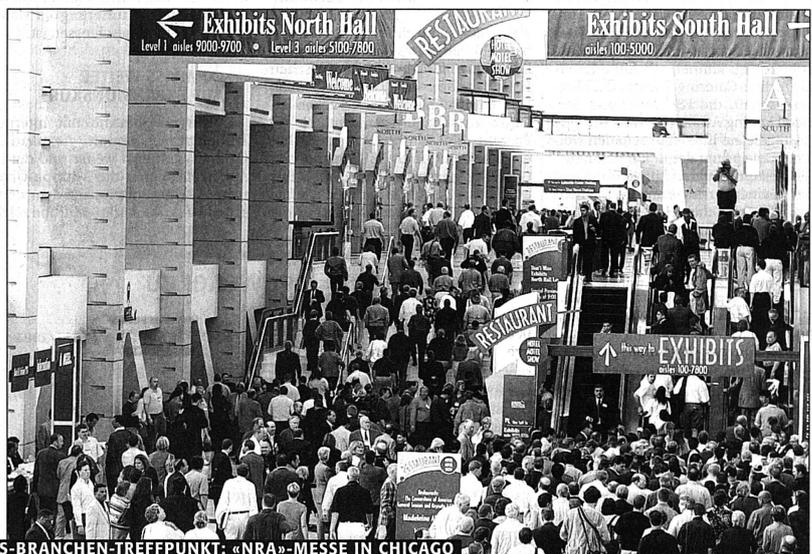
«Für einen mittelständischen Betrieb, so wie wir ihn haben, ist die NRA-Show eine Pflichtveranstaltung, denn wir haben ja keine eigene Abteilung, die sich über neue Produkte, Services, Design und Einrichtungen informieren kann», gibt Paul Otelli als Grund an, warum er für die Messteilnahme zwei Tage geopfert hat und dafür eigens von New York nach Chicago angereist ist.

Otelli führt einen italienischen Familienbetrieb mit drei ähnlichen Pizza-Restaurants in New Yorks Stadtteil Brooklyn. Damit gehörte er zur obersten Zielgruppe in diesem Jahr, denn neben den üblichen Wettbewerben und Auszeichnungen standen diesmal vor allem zwei Themen im Angebots- und Besucherinteresse: Franchising und neue Technologien für inhabergeführte Betriebe.

KASSENSYSTEME, WLAN UND BESTELLAUTOMATEN

Eines der Highlights bei den Restaurant-Buchungssystemen war das neue Kassensystem «e7» von Micros, die zehnte Systemgeneration dieses POS-Anbieters. Das neue «e7» zeichnet sich vor allem durch eine robustere Betriebsweise und durch die weiter vereinfachte Funktionalität aus. Kernstück des neuen «e7» ist die bewährte Micros-Arbeitsstation WS4, das mit dem einfacheren Windows CE aus-

FOTOS: ZAG



US-BRANCHEN-TREFFPUNKT: «NRA»-MESSE IN CHICAGO

Alljährlich treffen sich an der Branchenfachmesse der «National Restaurant Association» (NRA) in Chicago die Zuliefer-Industrie sowie die Branchen-Fachbesucher.

gestartet ist. Dadurch sind die Gesamtkosten des Systems geringer als bei Standard-Windows-Lösungen.

Auch an WLAN-Lösungen bestand reges Interesse. In den grossen Metropolen der USA hat sich der Trend zum kostenlosen WLAN-Angebot in Restaurants und Hotels auf breiter Front durchgesetzt. Am Stand von «Wandering WiFi» aus Atlanta als Beispiel konnten sich die Besucher über die Kosten und technischen Voraussetzungen für eine WLAN-Installation erkundigen. «Wandering WiFi» hat sich mit seinem WLAN-Angebot auf diese Branche konzentriert und bietet hierfür einen Full-Service aus Installation,

Betrieb und Wartung an. Laut Marketingchef George Rashky kann man heute schon für 500 Dollar einen kleineren Betrieb mit WLAN ausstatten. Breiten Raum nahmen auch die neuen Selbstbestell-Automaten ein. Nachdem bereits alle grossen US-Fastfoodketten damit experimentieren steht dieses Thema jetzt auch bei vielen Einzelbetrieben auf der Tagesordnung.

FRANCHISING UND «BOCUSE D'OR»

Das zweite grosse Thema auf der diesjährigen NRA-Show war das Franchising-Business, für welches die Veranstalter sogar einen eigenen Bereich ausgewiesen hatten. Obwohl in der US-Hotelbranche ein Trend zu mehr Selbstständigkeit zu beobachten ist, ist es in der Restaurantwelt genau umgekehrt. Hier versuchen immer mehr kleinere Betriebe, unter das Marketing- und Brandingdach einer grossen Kette zu gelangen.

«Der Markt orientiert sich zunehmend an den bekannten Namen und ausserdem fehlt es vielen Mittelständlern an der heute notwendigen Weiterbildung und der professionellen Werbung», gibt auch Pizzeria-Inhaber Otelli zu. Und so gehörte bei ihm auch ein Abstecher zu den Ständen von «Little Caesars» und «Papa John's» ins Besuchersprogramm – ohne allerdings einen Vertrag auszuhandeln. «Das würde ich bei der Familie niemals durchbekommen», schmunzelte er nach seinem Standbesuch. Doch damit gehörte er zu den Ausnahmen.

«Das Interesse am Franchising ist so gross wie nie zuvor», bestätigt Bob Mazziotti, verantwortlich für diesen Geschäftsbereich bei der Pizza-Kette Little Caesars. Viele gestandene Inhaber kamen in diesem Jahr auf dem Stand vorbei und haben es ganz kurz gemacht: «Ich will in dieser oder jener Gegend einen Betrieb aufmachen, ist das okay? Hier ist meine Karte, rufen Sie mich am Montag an!» Und Mazziotti weiss aus Erfahrung, dass so eine knappe Konversation in 90 Prozent der Fälle in ein erfolgreiches Projekt mündet. Doch leider sind die meisten Standbesucher nur kleine Angestellte, die das als Karriereschritt ansehen, ohne zu wissen was es alles an Zeit und Geld investieren müssen», sagte er etwas frustriert über seinen Messejob.

Und natürlich gab es auch auf dieser NRA-Show wieder den nationalen Wettbewerb um den begehrten «Bocuse d'Or». Diesjähriger Gewinner war der gebürtige Österreicher Fritz Gitschner, der als Chef des «Houston Country Clubs» vor allem für seine kreativen Lamm-Gerichte bekannt ist. Als Gewinner der amerikanischen Ausschreibung wird er die USA im nächsten Jahr beim internationalen Wettbewerb in Lyon vertreten. Gitschner setzte sich in der Endauscheidung gegen sechs weitere Preisträger durch. So verliess er Keith Armstrong vom «Piping Rock Club» in New York auf den zweiten Platz und die Bronzemedaille ging an Kevin Walker vom «Cherokee Town & Country Club» in Atlanta.



SELBSTBESTELL-AUTOMATEN

Grosse amerikanische Fastfood-Ketten experimentieren seit längerer Zeit mit Selbstbestell-Automaten, um die Verkäufe weiter zu beschleunigen.

Coke: Nächstes Wasser

Nach dem Dasani-Flop. Coca-Cola startet einen erneuten Versuch, im Wachstumsmarkt der Wassergetränke eine neue Marke zu lancieren. Unter dem Namen Ipsei bringt der Softdrink-Marktführer diesen Monat ein Wasser-Saft-Gemisch auf den deutschen Markt, teilt die «Financial Times Deutschland» mit.

Erst kürzlich war der Konzern mit der Einführung der Wassermarke Dasani gescheitert. Das mit Trauben, Rooibos-Extrakt und Vitaminen versetz-

te Ipsei soll nun bei Erwachsenen mittels auffälliger Werbung als «Lifestyle-Getränk» positioniert werden.

Wie eine Coke-Sprecherin sagt, sei Ipsei nicht als Ersatz für die Marke Dasani anzusehen, deren Einführung in Deutschland und anderen europäischen Ländern nach spektakulären Pannen in Grossbritannien abgeblasen wurde. Britische Medien hatten berichtet, dass es sich bei dem Getränk um aufbereitetes Leitungswasser handelte. GSG

Heisser Sommer warf viel ab

Sources Minérales Henniez SA. Die Gruppe Sources Minérales Henniez SA hat an der Jahrhunderthitze des letzten Sommers kräftig verdient: Der konsolidierte Reingewinn der Waadtländer Mineralwasser-Produzentin stieg um 33,2 Prozent auf 7,7 Mio. Franken. Der Umsatz der Muttergesellschaft legte um 13,8 Prozent auf 151,7 Mio. Franken zu. Die Gruppe verkaufte fast 10 Prozent mehr Mineralwasser gegenüber dem Vorjahr. GSG

Subway: Fokus auf Deutschland

1500 Lokale bis 2010. Derzeit gibt es 2000 Subway-Restaurants ausserhalb Nordamerikas, davon rund 90 in Deutschland. «Für die weitere Expansion in Europa gilt Deutschland dabei als Schlüsselland. Bis 2010 sollen hier 1500 Subway-Restaurants entstehen», erklären Bernd Wagner und David von der Vring, Unternehmenssprecher von Subway.

Mit über 25 Eröffnungen in Deutschland alleine im ersten Quartal dieses Jahres ist dabei das Expansionstempo für die

nächsten Jahre vorgegeben. Ein weiterer Stützpfiler der schnellen Subway-Sandwich-Outlet-Expansion ist die konsequente Umsetzung des Franchise-Prinzips. Denn 100 Prozent der Subway-Restaurants werden von selbstständigen Partnern betrieben.

Der Erfolg spricht für Subway: sieben von zehn Franchisenehmern eröffnen rasch ihr zweites und drittes Subway-Restaurant. Heute ist «Subway Sandwiches» mit über 21 000 Standorten in 75 Ländern und

einem Gesamtumsatz von rund 7 Milliarden US-Dollar die Nummer 2 im Fastfood-Business. Anfang der Neunzigerjahre war man noch mit rund 2000 Restaurants auf das Gebiet der USA beschränkt. In den USA wurde der grosse Konkurrent McDonald's dabei in 2002 erstmals überholt. Grund für die positive Entwicklung: Die frischbelegten Sandwiches – bis zu neun Sorten mit weniger als sechs Gramm Fett – entsprechen dem gegenwärtigen Konsumentenbedürfnis. GSG

ICD-AWARD

Die Besten nominiert

Im Rahmen der «International Chef Days» in Davos werden die ersten ICD-Awards verliehen. Nun stehen die fünf Nominierten jeder Kategorie fest.

GUDRUN SCHLENCEK

Die ICD-Awards werden in den Kategorien Food-Technologie, Non-Food-Technologie, Innovativer Trendsetter, Persönlichkeit und Lebenswerk verliehen. Ende Mai war die Frist für die Nominierungen abgelaufen. Aus allen eingegangenen Bewerbungen wurden in jeder Kategorie fünf Personen oder Produkte nominiert. Eine Jury, welche aus sieben Fachleuten besteht und von Hans-Peter Soltermann geleitet wird, entscheidet nun, wer pro Kategorie den ersten ICD-Award erhält. Die Award-Verleihung findet am Mittwoch, 18. August 2004 anlässlich der «International Chef Days» (www.icd-award.ch) im Kongresszentrum Davos statt. Der Gala-Abend wird moderiert von Kurt Aeschbacher vom Schweizer Fernsehen DR5.

Der Lebenswerk-Award wird an eine Person verliehen, die über mehrere Jahre hinweg einen wichtigen Teil ihres Lebens und ihrer Karriere in den Dienst der Gastronomie gestellt hat und durch beispielhafte Leistungen aufgefallen ist. In dieser Kategorie nominiert sind: Philip Pauli (Aarau), Otto Ledermann (Luzern), Emil Wälti (Hünibach), Paul Bocuse (Lyon) und Rudolf Pazeller (Tarasp).

In der Kategorie Persönlichkeit sind Erhard Gall (Bern), Oskar Marti (Münchenbuchsee), Georges Knecht (Thun), Philippe Rochat (Crissier) und Roland Jöhri (Champfèr) nominiert.

INNOVATIVE TRENDSETZER, DIE SICH BEWIESEN HABEN

Innovative Konzepte, begleitende Ideen und Trends, die sich behaupten konnten, werden in der Kategorie Innovativer Trendsetter geehrt. Für diesen Award nominiert sind Fredy Hiestand mit seinen Backwaren, Oskar Marti und sein viel gelesenes Buch Cocolino, die Firma Schmalz AG mit ihrem Induktions-Regeneriersystem, die Fruchtepulpe Le Boiron der Firma Marinello AG und Walter Röhlin mit seinen Kernser Pastaprodukten.

Die Hersteller von Küchengeräten sollen mit dem Non-Food-Award für ihre innovative Arbeit geehrt werden. Nominiert sind folgende Produkte: Pacojet (Pacojet AG), Hold-o-Mat (Hugentobler Kochsysteme AG), Air-o-Defrost (Electrolux Professional AG), Kombidämpfer CPC 1 (Rational) und Salamander (Salvis AG).

Food-Innovationen werden mit dem Award für Food-Technologie ausgezeichnet. In der engeren Wahl sind hier folgende Produkte: QimiQ der Firma Emmi Schweiz AG, Superfriter der Kadi AG, die Saladiesprodukte der Firma Frigemo AG, die Apéro- und Dessertspezialitäten der Confiserie Läderach und die Geflügelspezialitäten der Fredag AG.

LORENZINI AG

Ein Jahr Vorarbeit für die EM

Auf die Fussball EM hat Remo Neuhaus von der Berner Lorenzini AG über ein Jahr hingearbeitet. Das Programm ist beeindruckend, die Zusatzkosten tragen 14 Sponsoren. Dank neuem Konzept werfen heute «Lorenzini» und «Du Théâtre» einen hübschen Gewinn ab.

GUDRUN SCHLENCEK

Bei der Lorenzini AG in Bern macht man mehr aus der laufenden Fussball-Europameisterschaft. Eine ganze PR-Kampagne wurde gemeinsam mit Berns grösster Werbeagentur Contexta kreiert. 30 000-mal wurde das Programm gedruckt und allein an 5000 Gästadressen verschickt. 20 Tage lang läuft während der EM in Portugal in den beiden zur AG gehörenden Lokalen Lorenzini und Du Théâtre Fussball-Programm.

Die Spiele werden allabendlich auf 15 Flatscreens und drei Leinwänden übertragen. Ein Exklusiv-Interview mit einem Young-Boys-Spieler oder mit Ex-Nationalspieler Adrian Kunz während den Pausen bereichern das Fussballgeschehen. Die Interviews werden dann bei den beiden Medienpartnern ExtraBern und Berner Bär ausgestrahlt respektive abgeduckt und können von allen Gästen an den Flatscreens live miterlebt werden. Letzten Montag gewann man sogar Tennis-Star Roger Federer für ein Live-Interview im Du Théâtre.

MEHR ALS 100 SITZUNGEN MIT SPONSOREN

Nach dem Spiel ist dann Party angesagt. Schweizer DJ-Grössen setzen den richtigen Sound bei der neuen Musikanlage im Du Théâtre. Voraussetzung, damit man in den Genuss der Show kommt, ist rechtzeitige Reservierung. Von den ersten neun EM-Fussballtagen sind bereits sieben komplett ausgebucht. 200 Sitzplätze von insge-

Foto: ZUG



AUSVERKAUFTE EM-EVENTS

Die Lorenzini AG in Bern macht mehr: Von den ersten neun EM-Fussballtagen sind bereits sieben komplett ausgebucht. Alles was nicht gastronomische Kosten sind, tragen die Sponsoren. Zum Beispiel die 15 Flatscreens. Oder die Live-Interviews.

samt 300 in den beiden nebeneinanderliegenden Lokalen hat man dem EM-Event vorbehalten. Geschäft hat es das «Du Théâtre» mit dem Event sogar, am Montag im «Blick» auf Seite 3 das Hauptbild zu bestreiten. Kein Wunder sind im Du Théâtre Prominente Stammgäste.

Der Geschäftsführer und Mitteilhaber der Lorenzini AG, Remo Neuhaus, hat für dieses Fussballereignis in seinen Lokalen mehr als ein Jahr Vorarbeit geleistet. «Ich habe während diesem Jahr sicher 100 Sitzungen mit Sponsoren für unseren EM-Event abgehalten», so Neuhaus. Denn ohne die 14 Sponsoren – Hauptsponsor des Hauses ist Carlsberg – wäre das Event gar nicht zustande gekommen.

«Alles was nicht gastronomische Kosten sind, versuche ich bei Events

durch Sponsoren zu decken», verrät der gelernte Koch und Hotelfachschul-Absolvent. Rund dreimal so viele Sponsoren wie er gewonnen hat, hatte er angefragt.

SPONSORENSUCHE BEREITS FÜR DIE WM

Doch die Mühe ist nicht nur für dieses eine Mal, betont Neuhaus, der sich an der Uni Bern im Marketing weitergebildet hat. Neuhaus plant bereits für die Weltmeisterschaft im 2006. «Nächstes Jahr möchte ich für die WM die Sponsorenverträge unter Dach und Fach haben.» Und jetzt im Hochsommer denkt Neuhaus nun an das nächste Silvesterparty. Sonst seien die besten DJs schon vergeben. «Heute plane ich schon für übermorgen», so seine Strategie.

Events laufen bei der Lorenzini AG aber nicht nur zur EM, sondern regelmässig: Zwei Freitage im Monat stehen unter «Celebrieties» – die Party ab 28 Jahre mit der Internetseite www.ab28.ch. gibts seit anderthalb Jahren. Und seit anderthalb Jahren ist der Event, der bis 400 Leute fasst, ausverkauft. Besonders beliebt: Ein Abendessen im «Lorenzini» mit seiner italienischen Küche impliziert den Gratisentritt zu Celebrieties. «Bei der letzten Party haben 180 Gäste von dem Kombi profitiert.» Schliesslich kostet der Party-Eintritt sonst 18 Franken.

LORENZINI-EVENTKONZEPTE GEGEN LIZENZ

Weitere regelmässige Veranstaltungen: Jeden Dienstag die Afterwork-Party «Fünf nach sechs» (www.5nach6.ch) und einmal im

Nicht mehr Umsatz, aber schöne Marge

«Als ich den Betrieb im 2000 übernommen habe, war dieser schwer defizitär», so Remo Neuhaus, Geschäftsführer der Lorenzini AG. Vor seiner Zeit wurden rund 65 Festangestellte das ganze Jahr über in den beiden Betrieben Lorenzini und Du Théâtre beschäftigt. Heute arbeiten bei der Lorenzini AG 40 Festangestellte und 30 variable, die in der Sommerpause nur bei Bedarf engagiert werden. Ausserdem handhabt man den Personaleinsatz bei unerwartetem Gästeansturm zwischen den beiden Lokalen flexibel.

Darüber hinaus ist das «Du Théâtre» vom Speiserestaurant zur Bar mit Lounge und Snack-Angebot umfunktioniert worden. Speisen kann

man nebenan im «Lorenzini». Das F&B-Verhältnis ist heute im «Du Théâtre» 30 zu 70 Prozent, vormals war dieses sicherlich umgekehrt. Die einzelnen Räume sind schalldicht isoliert und können so für verschiedenste Events genutzt werden.

Die Massnahmen haben zwar der Lorenzini AG mit ihren beiden Betrieben nicht zu wesentlich mehr Umsatz verholfen – dieser bewegt sich wie vor der Übernahme bei rund 7 Mio. Franken pro Jahr für beide Betriebe –, aber zu einer anständigen Marge.

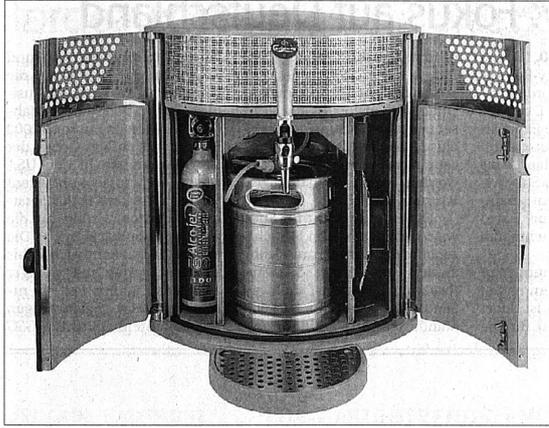
«Bei der Marge liegt sicher eine Million Franken zwischen dem früheren Betrieb und heute», freut sich Neuhaus. «Jetzt können wir endlich Investitionen tätigen.» GSG

www.lorenzini.ch



Events laufen im Du Théâtre: Seit anderthalb Jahren ist «Celebrieties», die Party ab 28 Jahren, ausverkauft.

Carlsberg – Beer-Box, die kompakte Fassbier-Neuheit



mit einem 10-Liter-Bierfass. Sie besteht aus einem Edelstahl-Gehäuse in einem attraktiven Design, einem Ausschanksystem mit einer CO₂-Flasche, einem Kühlsystem sowie einem 10-Liter-Fass und einem professionellen Zapfhahn. Die Carlsberg-Beer-Box ist kompakt (Breite: 58 cm; Höhe: 69 cm) und wiegt nur 30 Kilogramm. Die flexible Anlage ist daher auch ideal für den Einsatz im «Säli» des Restaurants. Zudem ist die Beer-Box mit ihrem integrierten Kühlsystem natürlich bestens geeignet für den Sommerbetrieb – zum Beispiel um in diesem Juni im Gartenrestaurant oder auf der Terrasse auf die Siegel der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft bei der Euro 2004 – die von Carlsberg gesponsert wird – anzustossen. Die neuen 10-Liter-Fässer mit dem beliebten internationalen Premiümbier Carlsberg sind nach dem Anstich eine Woche haltbar.

Feldschlösschen Getränke AG
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
Telefon 0848 125 001
Telefax 0848 125 001
Infoline 0848 80 80 48

Ab sofort bietet Carlsberg eine Innovation auf dem Schweizer Biermarkt an: die Beer-Box mit dem neuen 10-Liter-Fass. Die Beer-Box ermöglicht auch

Restaurants mit einem kleineren Absatz, ihren Gästen ein frisch gezapftes Carlsberg anzubieten. Die Beer-Box ist eine kompakte und mobile Ausschankanlage

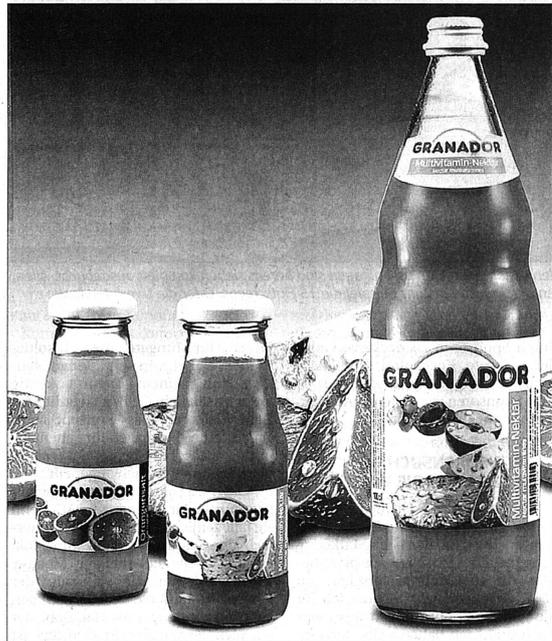
Nespresso – Yunnan, der Kaffee aus dem Land des Tees

Nespresso lanciert mit Yunnan eine erste limitierte Kaffeesorte des Jahres 2004. Der Kaffee stammt aus der gleichnamigen Provinz im Südwesten Chinas. Yunnan ist ein reiner Arabica mit mildem, doch gehaltvollem Aroma und tiefem Abgang. Der Kaffee wird auf terrassiertem Gelände angebaut. Der nährstoffreiche Boden verleiht Yunnan einen leichten Kräuter- und

Gewürzduft und einen cremigen, bernsteinfarbenen Schaum. Yunnan zählt zu den mittelstarken Kaffeesorten. Er eignet sich besonders gut für eine Tasse Espresso, schmeckt aber auch als Cappuccino hervorragend, vor allem, wenn der Schaum mit etwas Zimt- oder Kakaopulver bestäubt wird. Wie alle Kaffee-Sorten von Nespresso wird The Limited Edition Yunnan unmittelbar

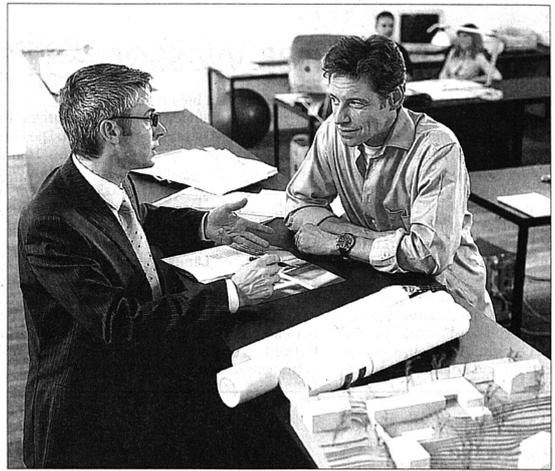
nach dem Rösten und Mahlen in die Nespresso-Kapseln abgefüllt und hermetisch versiegelt, so dass er frisch und sein Aroma viele Monate lang erhalten bleibt. Anlässlich des Yunnan Limited Edition 2004 hat Nespresso auch eine Espresso-Tasse mit asiatischem Dekor in limitierter Auflage entwickelt, die über den Nespresso-Club erhältlich ist. www.nespresso.com

Granador – Energie und Leistungsfähigkeit aus dem Glas



Modern, handlich und optisch schön! So erkennen Sie die neusten Gebinde von Granador. Multivitamin-Nektar in der modernen, handlichen 100-cl-Swisspool-Flasche sowie Orangensaft und Multivitamin-Nektar in der neuen, optisch schönen 20-cl-Einweg-Flasche. Glas ist die ideale Verpackung für Fruchtsäfte. Sie schützt den Inhalt optimal und sorgt für grösste Transparenz. Hier sieht man auf einen Blick, was drin steckt. Darüber hinaus zeichnet sich die Swisspool-Flaschenform nicht nur durch moderne Optik aus, sondern bewährt sich auch im Handling: Eine Griffmulde macht das Einschenken besonders leicht. Mit den neuen 20-cl-Glasflaschen mit den bekömmlichen Inhalten von Orangensaft und Multivitamin erzielen Sie grösste Aufmerksamkeit. Der 100 Prozent reine Orangensaft spendet die geballte Energie von mehr als zwei Kilogramm Orangen! Im sonnigen Brasilien werden sie sorgfältig von Hand geerntet und schonend ohne Schalen gepresst. Der Multivitamin-Nektar mit seinen zehn natürlichen Aromen spendet Energie und stärkt die mentale Leistungsfähigkeit.

Granador AG
6285 Hitzkirch
Telefon 041 919 97 97
Telefax 041 919 97 90
www.granador.com
granador@granador.com



Swisscom – Telekommunikation in KMU

Das Informationszeitalter stellt Schweizer KMU auf die Probe: Datenschutz und -sicherheit, die Fähigkeit zur Vernetzung und die Realisierung von Profitabilitäts-Reserven sind zu wichtigen Wettbewerbsfaktoren geworden. Über 70% der Schweizer KMU sind im letzten Jahr Opfer der elektronischen Kriminalität geworden. Dazu absorbiert ein wachsender Berg aus elektronischem Informations-Müll oder Spam unsere Aufmerksamkeit. Weiter sorgt das rasante Wachstum von Daten- und E-Commerce-Transaktionen und Multimedia-Angeboten für eine massive Zunahme des Informationsvolumens und macht leistungsfähigere Telekommunikationsverbindungen unabdingbar. Mit ihrer Realisierung kommt auch die Stunde für zukunftsweisende Organisations- und Arbeitsmodelle. Schnellere Datennetze wie ADSL bedeuten kürzere

Zugriffszeiten, höhere Effizienz in der Bildschirmarbeit und damit Zeitgewinn und Produktivitätssteigerung. Fixe Monatsraten machen aus einst variablen Telekom-Aufwendungen planbare Kosten. Und neue unternehmensweite Netzwerklösungen bringen nicht nur Gesprächsvergünstigungen, sondern auch eine Vereinfachung der bis anhin zeitaufwändigen Abrechnung individueller Telefonkosten. Fünf regionale Kundenberatungsstellen in Luzern, Olten, St. Gallen, Zürich und Lausanne erbringen Beratungsleistungen für KMU bis zu einer Gröszenordnung von 250 Mitarbeitenden – unter anderem in Fragen der Sicherheit, Vernetzung und Portfolio-Optimierung. Weitere Informationen im Internet unter www.swisscom-fixnet.ch/kmu
Kostenlose Beratungs-Nummer 0800 800 800



Findus – das köstliche 4-in-1-Produkt

Vier verschiedene Rezepturen, zwei verschiedene Produktformen, eine einzige Zubereitung ... und alles in einem einzigen Karton! Diese Problemlösung könnte die Vorbereitung Ihrer Apéro-Bufferings wesentlich vereinfachen! Ab dem 1. Mai 2004 offeriert Findus ein neues Apéro-Sortiment. In einem

Karton finden Sie feine Mini-Pastetli und Mini-Chüechli mit je zwei verschiedenen Rezepturen. Das gesamte Sortiment ist vorgebacken und innert zehn Minuten servierbereit.
Nestlé FoodServices
9404 Rorschach
Hotline 071 844 85 30

ANZEIGEN

CAVENG
POLSTERMÖBEL

Polstermöbel
Objektbestuhlungen
Sitzpolster
Matratzen

DER HOTEL-EINRICHTER

Im Zentrum 14
9542 Münchwilen
Tel. 071 966 20 22
www.moebel-caveng.ch

Restaurationen von:
Stühlen/Eckbänken
Polstermöbel

Satelliten-Empfangs-Anlagen

für Hotels bei
www.reisat.ch
056 241 10 28

Frühstücksbuffet
Pâtisserie-Kühlvitrinen
Salatkühlbuffets
Norm-Mass
FRIGONORM
Bern: Tel. 031 951 23 73
Lausanne: Tél. 021 625 92 50

Zu verkaufen:
gut erhaltene

Getränke-Ausschankmaschine

WMF HOGARTON VERSION 3.10
(Bier, Mineral, Spirituosen usw.)

Anfragen unter:
Telefon 027 966 33 66,
Fax 027 966 33 65

162140/3881

Kücheneinrichtung

per 28. 6. 2004 zu verkaufen,
inkl. Geräte und Töpfe.

Kontakt: Herr Robert Frisch,
Tel. 01 286 94 00.

162152/40797

www.boxspringbetten.ch

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

Zwei neue «Jeunes Restaurateurs»

Fribourg. Zwei junge Schweizer Küchenchefs werden dieses Jahr neu in den Verband «Jeunes Restaurateurs d'Europe» (JRE) aufgenommen. Wenn am kommenden 28. Juni im «Kuriosum» des Künstlers und Metzgers Corpaato in Fribourg Silvio Galizzi («Al Portone», Lugano) und Frédéric Duvoisin («Auberge de la Cigogne», Fribourg) offiziell ihr JRE-Schild übernehmen, wird die Liste der JRE-Mitglieder um zwei illustre Namen länger. Silvio Galizzi übernahm im Familienrestau-

rant «Al Porto» in Lugano das Zepter von seinem Vater Roberto und sorgt für Aufsehen mit seiner gradlinigen Gourmetküche, die sich stark an den Tessiner Traditionen orientiert. Und in der geschichtsträchtigen «Auberge de la Cigogne» in Fribourg lässt Frédéric Duvoisin, der schon für Meisterkochen wie Philippe Rochat und Gérard Rabaey tätig war, seinen kreativen Einfällen freien Lauf.

Die «Jeunes Restaurateurs d'Europe» zählen zu ihren Mitgliedern an die 370 Restau-

teure und Hoteliers, die sich europaweit auf neun Länder verteilen. JRE Schweiz zählt gegenwärtig 27 Aktivmitglieder. Die wichtigsten Voraussetzungen für die JRE-Mitgliedschaft sind: Alter unter 35 Jahren, seit mindestens drei Jahren verantwortlich für ein Lokal sowie die Verpflichtung, die Philosophie «Talent und Leidenschaft» der JRE zu unterstützen. Eine weitere Bedingung ist, dass zwei Mitglieder der Vereinigung als «Göti» für die neuen Mitglieder einstehen. **MJP**

Topbesetzung am «Saveurs»-Anlass

Gstaad. Bereits zum achten Mal laden die «Saveurs»-Initianten und Organisatoren Thomas Frei (Hotel Bernerhof) und Hanspeter Reust (Molkerei Gstaad) zum «Festival des authentischen Genusses» aus Küche, Keller und Humidor.

Am diesjährigen Gstaad «Saveurs»-Anlass, der «Davidoff»-Genusswoche, präsentieren vom 9. bis 18. Juli bekannte einheimische Spitzenköche sowie Gastköche den Gästen der lokalen Restaurants ihre Kochkunst. Gleich der

erste Abend ist einer der ganz grossen Persönlichkeiten der Schweizer Haute Cuisine gewidmet: Irma Dütsch aus Saas Fee, die sich aus der Gastronomie zurückziehende «Grande Dame» der Schweizer Küche, wird offiziell von Gault Millau verabschiedet. Weiter werden während der zehn «Saveurs»-Tage in Gstaad auch hochdekorierte Gastköche wie Dieter Müller («Dieter Müller», im Schlosshotel Lerbach bei Köln), André Jaeger («Fischerzunft», Schaffhausen), Horst

Petermann («Kunststuben», Küsnacht), Dario Ranza («Villa Principe Leopoldo», Lugano) am Herd stehen. Am ersten Samstag wird «Saveurs 2004» im «Victoria-Jungfrau» in Interlaken gastieren, wo zu einem musikalisch-gastronomischen Abend geladen wird: Der Komponist und Gourmet Gioacchino Rossini («Tournedos «Rossini») wird mit seinen kulinarischen Kreationen und seinen Melodien präsent sein. **MJP**

www.saveurs-gstaad.ch

MIKROORGANISMEN

Bakterien lauern überall

Die Gefahren drohen der Lebensmittelhygiene vor allem durch die Mikroorganismen, wie Bakterien, Hefen und Schimmelpilze.

ELIAS KOPF

Die Keime sind überall in unserer Umwelt anzutreffen. «Auf einem einzigen Menschen siedeln im Schnitt 100 Billionen Bakterien, 5000 Pilze, 1000 Spinnentiere, 500 Madenwürmer und 70 Amöben», erläuterte Christina Weber, Leiterin des Zürcher Gesundheitsschutzes, anlässlich einer kürzlichen Medienorientierung im Kongresshaus Zürich. Die Lebensmittelhygiene versuche die Hürden zu bauen, damit keine gefährlichen Erreger wie Mensch in die Nahrungsmittel kommen und sich dort breit machen. Die Salmonellen (Durchfall, Fieber) gelangen unter anderem via Fäkalien und schmutzige Hände in die Lebensmittel. Als Salmonellenprophylaxe empfiehlt sich ausreichendes Kochen, Braten und Grillieren.

Auch sollten die Lebensmittel wenn immer möglich nicht bei Raumtemperatur herumstehen. Wichtig ist ferner das korrekte Handling von Geflügel: «Man darf ein Poulet zum Auftauen nicht über Nacht bei Zimmertemperatur auf der Arbeitsfläche legen, sondern sollte es auf einem abgedeckten Teller im Kühlschrank auftauen», rät Weber. Besondere Vorkehrungen müssen ferner gegen die hitzeresistenten Keime, wie die Sporen des Bacillus cereus, getroffen werden, einer Bakterie, die Durchfall oder Erbrechen verursachen kann.

ERHÖHTES RISIKO BEI KRANKEN MITARBEITERN

Tückisch ist auch Clostridium perfringens (Durchfall, Unterleibsschmerzen). Diese Bakterie gedeiht optimal bei Temperaturen um die 44 Grad Celsius. «Wenn man eine Sauce bei 70 Grad mit einem kontaminierten Gewürz nachwürzt und dann langsam abkühlen lässt, kann sich darin der Erreger stark vermehren», warnt Christian Weber.

Zur Vermeidung einer Verunreinigung der Lebensmittel mit der Bakterie Staphylococcus aureus (Durchfall, Erbrechen), die sogar bei Kochen mit 100 Grad Celsius erst nach etwa einer Stunde inaktiviert wird, sollten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit eventuellen Entzündungen an Händen und anderen Hautstellen von der Nahrungszubereitung ausgeschlossen werden.

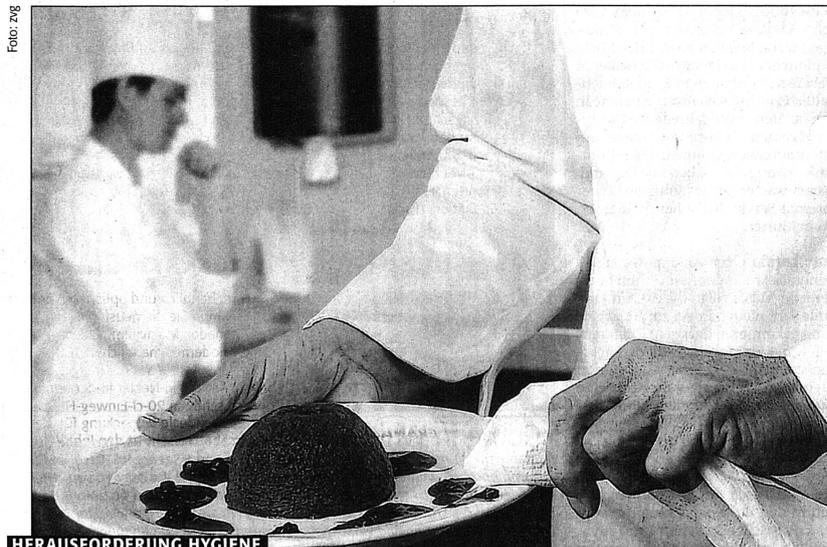
Denn Staphylococcus aureus wird nicht nur über Haare und Niesen, sondern vor allem auch über kleine Wunden verbreitet. Weber: «Es ist klar, dass es in allen Betrieben immer zu wenig Küchenpersonal hat. Aber wer solche Personen trotzdem einsetzt, geht ein erhöhtes Risiko ein.»

LEBENSMITTELHYGIENE

Sicherheit durch Selbstkontrolle

Seit zwei Jahren ziehen in Zürich die Verbände und Behörden bei der Lebensmittelhygiene am gleichen Strick. Die Schlüssel zum Erfolg sind dabei die Information, Selbstverantwortung und die Umsetzung von massgeschneiderten Kontrollsystemen.

PHOTO: ZUG



HERAUSFORDERUNG HYGIENE

Gefahren lauern überall: Angesichts der vielfältigen Verunreinigungsquellen bedingt gute Küchenhygiene profunde Kenntnisse. Ebenso wichtig ist es, ein auf den Betrieb zugeschnittenes Kontrollsystem zu entwickeln.

ELIAS KOPF

Hygiene ist ein gemeinsames Anliegen von Gastronomie und Gesundheitsbehörden. Im Zentrum steht die Sicherheit der Gäste. Dennoch kam es nach der Einführung des neuen eidgenössischen Lebensmittelgesetzes (1995) laut Ernst Bachmann, Präsident von GastroZürich, zu vermehrten Konfrontationen zwischen Wirten und Lebensmittelinspektorat. Bachmann: «Diese Entwicklung war kontraproduktiv und dient den Gästen zuallerletzt.» Inzwischen habe man das Problem erkannt und gemeinsam mit den Behörden ein Konzept umgesetzt, so Bachmann.

So wurde beispielsweise ein runder Tisch mit Vertretern des Umwelt- und Gesundheitsschutzes Zürich (UGZ) und der Verbände GastroZürich, Züri Beck und Cafetier-Verband Zürich eingerichtet. «Die regelmässigen Ausprachen und der persönliche Kontakt im Fachteam haben klare Verbesserungen gebracht», stellt Judith Irniger, Geschäftsleiterin der Zürcher Hoteliers, fest.

PROBLEME PARTNERSCHAFTLICH ANGEHEN

Fragen und Probleme der Verbandsmitglieder würden heute umgehend und kompetent beantwortet. Auch Informationen zu Neuerungen in der Umsetzung der Lebensmittelverordnung gelangen rechtzeitig an die Verbände, so Irniger. Die nun seit zwei Jahren erfolgreiche Zusammenarbeit war für Verbände und UGZ Grund genug, die Medien am letzten Freitag zu einer Orientierung ins Kongresshaus Zürich einzuladen. Wie

UGZ-Direktor Bruno Hohl einführend erläuterte, werden Lebensmittelinspektionen in der Regel zweimal pro Jahr und Betrieb vorgenommen. Doch statt die Kontrollen wie früher «polizeilich» durchzuführen, erkläre man den Wirten die Inspektionsresultate und helfe, Änderungen umzusetzen.

Anspruchsvoll für die Wirte ist die im Lebensmittelgesetz verankerte Pflicht zur Selbstkontrolle. Dort wird stipuliert, dass die Küchenverantwortlichen «alle nötigen Massnahmen treffen, damit ihre Lebensmittel hygienisch einwandfrei bleiben und bezüglich Geschmack und sonstiger Beschaffenheit nicht nachteilig verändert werden». Dazu ist es insbesondere nötig, ein auf den jeweiligen Betrieb zugeschnittenes Kontrollsystem zu entwickeln, das mögliche Gesundheitsrisiken identifiziert – von Rohmaterialien über Lagerung und Herstellung bis hin zum Verkauf. Jeder

Betrieb muss «Critical Control Points» definieren, mit denen er diese Risiken ausschalten kann. Es sei klar, dass die Komplexität des Kontrollsystems bei kleinen Betrieben vergleichsweise einfach gehalten seien, betonte Christina Weber, Leiterin der Abteilung Gesundheitsschutz im UGZ.

PFLICHT ZUR SELBSTKONTROLLE

Im Gesetz heisst es klar: «Die für den Betrieb verantwortliche Person muss die Befolgung durchsetzen und kontrollieren.» Das bedingt, dass das Kontrollsystem allen Beschäftigten genau bekannt ist. Erschwerend komme das Sprachproblem hinzu. Vor allem seit dem Wegfall von Bedürfnisklausel und Wirtepatent gibt es auch Quereinsteiger aus völlig fremden Sprachregionen, mit denen die Mitarbeiter des Lebensmittelinspektorats

nur mit grösster Mühe kommunizieren können. Hier wird die Umsetzung der Auskunftspflicht des Betriebs, aber auch die Weitergabe von Informationen und Tipps von Seiten der Inspektoren schwierig. Andererseits gibt es laut Erich Sager, Leiter des Lebensmittelinspektorats im UGZ, gerade auch bei den Neueinsteigern solche, die sich punkto Hygiene mustergültig verhalten.

Problematischer ist die hohe Fluktuation in der Branche, die dazu führt, dass in einzelnen Betrieben sogar der Küchenchef oder der Patentinhaber mehrmals pro Jahr wechseln können. In solchen Fällen lassen sich mit Inspektionen und Ratschlägen keine kontinuierlichen Verbesserungen erreichen.

Mit dem Lebensmittelinspektor durch die Küche

«Für jede Hygiene-Kontrolle braucht es Werkzeuge. Absolut unentbehrlich sind diverse Thermometer, da eine falsche Temperatur immer ein erhöhtes Risiko darstellt», machte der Leiter des Zürcher Lebensmittelinspektorats Erich Sager anlässlich einer Medien-Begehung der Küche des Kongresshauses Zürich klar. Sodann überprüfte man die Lagerung der Lebensmittel. Wichtig sei eine separate Aufbewahrung von gemussfertigen und unreinen Lebensmitteln, so Sager. Im Kühlraum des Kongresshauses sind die beiden Bereiche deutlich getrennt, zudem ist der Fussboden unter den Gestellen mit Plastik-

matten abgedeckt, damit die Gebinde nie direkt mit dem Boden in Berührung kommen. Auch die Abwasch-Station ist räumlich von der Produktion getrennt, so dass eine Übertragung von Keimen von vornherein ausgeschlossen ist. «Besonders gefährlich für die Küchenhygiene sind Wischlappen», betont Sager. In der Kongresshausküche ist das Problem so gelöst, dass es beispielsweise für die Anrichte einen eigenen Lappen gibt, der beim Schütteln stationiert ist. Dort wird er immer wieder ausgewaschen und bei Bedarf ersetzt, was das Risiko einer Verschleppung von Verunreinigungen durch die

ganze Küche (Kreuzkontamination) reduziert. Daneben stehen zum Aufwischen auch Einweg-Papiertücher zur Verfügung. Unabhängig für eine gute Hygiene ist es sodann, Küchengeräten wie Pfannen, Schneidbretter, Dosenöffner und Schöpflöffel immer wieder zu erneuern, bevor sie durch Abnutzung unappetitlich werden. «Hygiene ist nicht gratis», betonte denn auch Guglielmo Brentel, Präsident der Zürcher Hoteliers: «Ein mittelgrosser Betrieb gibt jährlich mehrere 10.000 Franken für Hygiene und Lebensmittelsicherheit aus – zum Wohl der Gäste.» **EKO**

Reklame

Linea gastronomica di posate

BESTECK

PINTINOX

Exklusiv bei

Buchecker

Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

Bergführerlegende tot



Zermatt. Der berühmte Zermatter Bergführer Ulrich Inderbinen ist in seinem 104. Lebensjahr in Zermatt verstorben. Der «älteste Bergführer der Welt» stand bereits 1921 zum ersten Mal auf dem Matterhorn. Weltweit für Bewunderung sorgte Ulrich Inderbinen 1990 im Rahmen des TV-Spektakels zum 125. Jahrestag der Erstbesteigung des Matterhorns, als er als 90-Jähriger das «Horn» zum 371. Mal bestieg. Erst mit 98 Jahren trat der Bergführer etwas kürzer. *DST/sda*

Warum last minute?

Milestone 2004. Was in der Reisebranche zur Gewohnheit geworden ist, kennzeichnet auch die Bewerbungen für den Milestone Tourismuspreis: Es wird bis zur letzten Minute, d.h. bis Ende Juli zugewartet. Deshalb diese Empfehlung: Beginnen Sie heute mit der Formulierung (Formular auf www.htr-milestone.ch) und reichen Sie Ihre Bewerbung baldmöglichst ein! Alle Projekte werden auf der Milestone-Website präsentiert. Profitieren Sie von dieser Publizität! *PK*



Vom «Schänzli» zum «Allegro»

Bern. Zum 100-jährigen Bestehen der Kursaal AG wurde unter dem Titel «Von der Sommerwirtschaft «Schänzli» zum Allegro Grand Casino Kursaal Bern 1903-2003» ein Sonderdruck veröffentlicht. Die mit zahlreichen historischen und neueren Abbildungen versehene Publikation führt sämtliche Meilensteine der 100-jährigen Geschichte auf. Dabei wird auch auf gastronomische und kulturelle Aspekte des traditionellen Betriebes eingegangen. *DST*

ZITAT DER WOCHE

«Die Politiker reagieren negativ, wenn man immer die gleiche Platte bringt.»

Iwan Rickenbacher zum Thema Lobbying im Interview auf Seite 2.

PEOPLE

Die Compass Group (Schweiz) AG, die 300 Restaurants in der ganzen Schweiz umfasst, passt die Führungsstruktur der Grösse der Unternehmung an: Neu ist seit dem 1. Juni **Martin Schwab**, als Deputy-CEO dem CEO **John Claluna** unterstellt. Der 37-jährige Martin Schwab besitzt das MBA-Diplom der University of Rochester in New York. Er ist auch Eidg. dipl. Buchhalter/Controller. Schwab arbeitete in den letzten zwei Jahren als Group-Management Reporting-Manager am internationalen Hauptsitz der Compass Group in Chertsey/England. Davor war er unter anderem Leiter Internal Service/CFO bei der Selecta AG in Murten *MJP*

Kurt Loretan, seit Anfang des Jahres Generalsekretär der Association hôtelière du Valais, legt dieses Amt auf Ende Juni nieder. Er sei zur Einschränkung gekommen, dass sein Pflichtenheft – das im Mai allein auf den Reorganisationsprozess der Association zugeschnitten wurde – ihm nur eine strategische Rolle zuteile, während er selber sich gewünscht hätte, auch eine aktive Rolle in der Ausbildung zu übernehmen. Er unterstrich, dass er die Politik der Association gleichwohl nicht als falsch ansehe. Loretan, der den in den Ruhestand verabschiedeten **Eric Biselx** ersetzt hatte, war zuvor Hotelier in Leukerbad und lehrte an der Schweizerischen Tourismusfachschule in Siders. *MH/KJV*

Joseph Bonvin, Präsident der Association hôtelière du Valais, wird sein Amt in diesem Herbst, am Ende seines Mandats von drei Jahren, abgeben. Laut Bonvin hat dies keinen Zusammenhang mit dem Ausscheiden von Generalsekretär **Kurt Loretan** auf Ende Juni (siehe oben). «Eine solche Vereinbarung zu präsidieren, erfordert viel Zeit», erklärt Bonvin: «Zeit, die ich von nun an bevorzugt in das Geschäft meines Hotelbetriebs Beau-Site in Crans-Montana investieren werde.» *LM/KJV*

Franz Steingger soll neuer Präsident des Vereins Verkehrshaus der Schweiz werden. Er wird sich an der Jahresversammlung des Verkehrshauses von Samstag, dem 19. Juni 2004, den Vereinsmitgliedern zur Wahl stellen. Damit schliessen Direktor **Daniel Suter** und der scheidende Präsident, alt Regierungsrat **Heinrich Zemp**, die tief greifenden Reorganisation von Trägerschaft und Betriebsgesellschaft des Verkehrshauses ab. Zemp wechselt an die Spitze der neu geschaffenen Stiftung Verkehrshaus der Schweiz. *KJV*



«Come in White for Tonight», hiess es. Und rund 300 geladene Gäste, Lieferanten und Partner folgten dem Wunsch und fanden sich ganz in Weiss im «Seedamm Plaza» in Pfäffikon ein. Der Abend, ein Dank für die gute Zusammenarbeit während des ganzen Jahres, stand ganz im Zeichen von «Hellas»: Nach dem Erfolg im Vorjahr setzt man im «Seedamm Plaza» erneut auf den Olymp und feiert bis zum 6. September das kulinarische Griechenland – im Hinblick auf die Olympiade in Athen ganz im Trend. Im Bild Hoteldirektor Peter Ernst beim Begrüssen der Gäste. Übrigens: Damit das Wasser das Bild verschönt, schwammen tausende Styroporkügelchen im Wasserbecken. *MD*

RISOTTO-WELTREKORD

1950 Kilogramm Reis im Topf

Fünzig Jahre nach ihrer Gründung feiert die «Schweizerische Gilde etablierter Köche» das Jubiläums-Jahr 2004 mit einer Reihe von attraktiven Anlässen. Zu den Höhepunkten gehörte der kürzlich auf dem Zürcher Bürkliplatz durchgeführte Weltrekord im Risotto-Kochen.

In einer 1,8 Tonnen schweren Pfanne mit fünf Metern Durchmesser rührten fünfzig «Gilde»-Köche 1950 Kilogramm Reis mit 95 Liter Olivenöl, 285 Liter Weisswein, 4560 Liter Bouillon, 257 Kilo Zwiebeln, 300 Kilo Mischpilzen und 200 Kilo Sbrinz an, um damit 19 000 Portionen Risotto zuzubereiten, was einem Risotto-Weltrekord gleichkommt. Der Erlös aus dem Verkauf des Weltrekord-Risottos, der für die Eintragung ins Guinness-Buch der Rekorde vorgeschlagen wird, ging an die Krebsliga Schweiz. *MJP*



WELTREKORD-RISOTTO FÜR EINEN GUTEN ZWECK
Fünzig Mitglieder der «Schweizerischen Gilde etablierter Köche» bereiteten das grösste Risotto der Welt zu. Der Erlös kommt der Krebsliga Schweiz zugute.

GLOSSE

Schimmelpizza

HANSPETER GSELL*

Einmal mehr zeigen italienische Beamte dem Rest der Welt, dass ihre Amtsschimmel zu den Besten gehören. Seit kurzem nämlich schreiben uns die Prokuratoren des neapolitanischen Brotladens vor, wie eine behördlich genehmigte Pizza auszusehen hat. Die echte, einzig wahre und somit gesetzlich geschützte Pizza Napoletana darf nur mit echten Tomaten, echtem Büffelmozzarella und echtem Basilikum belegt werden.



(Warum nur bin ich darüber echt nicht erstaunt?) Aber auch Durchmesser, Höhe und Backtemperatur sind detailliert vorgeschrieben. Neben den Carabinieri, der Polizia municipale, stradale und der Guardia di Finanza werden wohl demnächst Regimenter staatlich vereidigter Pizzafahrer ausschwärmen und gefälschte Pizzas beschlagnahmen. Was für ein Fest, wenn die konfiszierten Backwerke auf dem Petersplatz öffentlich verbrannt werden, um anschliessend in Form von Asche auf die Caprienser hinunter zu rieseln. Wo aber bleiben die Schweizer beim Schutze ihrer typischen Gerichte? Wo bleibt der Aufschrei der national gestimmten Frauen und Mannen? Warum unternimmt niemand etwas gegen chinesisches Fertigfondue aus der Konservendose, gegen preussisches Raklett mit Schmelzkäse-Scheibletten und gegen Röschi aus ukrainischen Kartoffeln? Wäre die Jagd nach gefälschten Zigerhörnl, St. Galler Bratwürsten und Berner Platten nicht eine Aufgabe für Schweizer Soldaten? Ist doch unterhaltsamer als Wache schieben in Mesopotamien! Und die Armeeführung bekommt erst noch gratis ein neues Feindbild geliefert!

*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.

ABONNEMENTE

Ich möchte die **hotel+tourismus revue htr** gerne jeden Donnerstag in meinem Briefkasten. Ich wünsche folgende Zahlungsweise:
 2-jährlich Fr. 255.-*
 1-jährlich Fr. 145.-*
 1/2-jährlich Fr. 87.-*
 Schnupperabonnement Fr. 25.-*
 Auslandpreise bitte anfragen.
 * Alle Preise inkl. MWST

Name/Vorname: _____
 Firma: _____
 Strasse/Nr.: _____
 PLZ/Ort: _____
 Telefon: _____
 E-Mail: _____
 Bitte ausschneiden und einsenden an:
hotellerieuisse,
 Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Böisingen
 abo@swiss-hotels.ch

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892
 Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein Montbiocstrasse 130 Postfach 3001 Bern

Leitung/Mitglieder:
 Christian Santschi
 Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD)
 Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH)
 Hotellerie und Tourismus: Christine Kändler (CK)
 Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampf (DST), Dr. Karl Josef Vending (KWJ)

Gestaltung/Technik: Martin J. Petrus (MJP), Gudrun Schenker-Gasser (CSG)

Offizielles Organ für:
 - Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD)
 - Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismus-Experten (E-TURDEX)
 - Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateurs SHV (VDH)
 - Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter
 - Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
 - Swiss Premier für den Baustourismus
 - Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
 - Swiss International Hotels (SIH)
 - Article Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR)

Kontakt:
 Adresse: Montbiocstrasse 130, Postfach, 3001 Bern
 Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
 Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: hr@swiss-hotels.ch
 Abonnemente:
 Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
 Stofflieferante:
 Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inzer@swiss-hotels.ch
 Geschäftszeiten:
 Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inzer@swiss-hotels.ch
 Internet: www.swiss-hotels.ch

Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird keine Haftung übernommen.



URS ZENHÄUSERN / Le tourisme est une vocation pour le directeur de Valais Tourisme, toujours entre deux voyages. **PAGE 2**



HOTELLERIESUISSE / Retour en photos sur l'assemblée des délégués qui a eu lieu la semaine passée à Neuchâtel. **PAGE 5**



hotel+tourismus revue

STATISTIQUE HÔTELIÈRE

En attendant l'an prochain

La première statistique hôtelière trimestrielle obtenue par échantillon a été publiée. Une solution transitoire, dans l'attente d'un nouveau concept.

MIROSLAW HALABA

La demande des touristes étrangers dans les hôtels suisses se serait stabilisée (-0,1%) au cours du premier trimestre de cette année. C'est ce qui ressort de la première statistique trimestrielle obtenue par échantillon. Ce relevé réalisé par l'Office fédéral de la statistique (OFS) remplace la statistique de l'hébergement supprimée, rappelons-le, à fin 2003 pour des raisons budgétaires. Toujours selon cette statistique, la demande indigène a, pour sa part, reculé de 3,9%. C'est le mois de février qui a sauvé la mise. En effet, il s'est soldé par une progression globale de 3,1% (+7,2% de la demande étrangère et -1,6% de la demande indigène). Les mois de janvier et de février ont fait apparaître un recul global respectif de 4,1% et de 4,6%.

UNE INTERPRÉTATION DIFFICILE

Comme l'indique l'OFS, ces résultats sont toutefois «difficiles à analyser», car les dates de Pâques et de Carnaval ont eu une influence sur la répartition des vacances scolaires sur les mois de février, de mars et d'avril. Les résultats sont tirés d'un échantillon de cinq cents hôtels et ils ne fournissent aucune information sur le pays d'origine des hôtes. Autant dire qu'ils ne seront guère utiles à la branche qui attend donc avec impatience la mise en place, l'an prochain, d'une nouvelle statistique élaborée sur une base semi-étatique.

ENCORE UNE DIZAINE DE SIGNATURES

Environ quarante-cinq organismes doivent s'engager à assurer le financement de la nouvelle statistique. Mardi, il manquait encore une dizaine de signatures, a indiqué Judith Renner-Bach, la directrice de la Fédération suisse du tourisme, fédération qui assure la coordination de l'opération. Les premiers paiements devront être effectués à la fin du mois. Le budget 2004 pour la mise en place du nouvel instrument est de 400 000 francs, dont la moitié sera couverte par le Secrétariat d'Etat à l'économie. Il se monte à 800 000 francs pour 2005. La nouvelle statistique est attendue pour janvier 2005.

BÂLE II ET LE TOURISME

Des espoirs et quelques craintes

Connu sous le nom de Bâle II, l'accord sur les fonds propres, qui entrera en vigueur à fin 2006, est, à l'instar d'autres branches économiques, d'une grande actualité dans le tourisme helvétique où l'on y voit des espoirs, mais aussi quelques craintes.

MIROSLAW HALABA

Il n'y a désormais guère d'assemblées ou de séminaires touristiques où le nom de Bâle II n'est pas prononcé, au moins une fois. A un an et demi environ de son entrée en vigueur, l'accord international sur les fonds propres Bâle II interpelle, en effet, tous les secteurs économiques car il exige, indirectement, des entreprises sollicitant des crédits bancaires que celles-ci livrent bien plus d'informations sur leurs activités qu'auparavant. Cet accord, qui fait suite à une première convention (Bâle I) élaborée en 1988 par le Comité de Bâle sur la surveillance bancaire*, a pour objectif principal de stabiliser le système bancaire international en donnant aux banques des directives sur les fonds propres susceptibles de réduire leurs risques sur les crédits défaillants.

NOUVELLE MÉTHODE D'ÉVALUATION

Bâle II concerne particulièrement la branche touristique. En raison de son niveau élevé d'immobilisations, elle est friand de capitaux étrangers. D'autre part, les entreprises qui la constituent sont en majorité des petites et moyennes entités qui n'ont pas dû livrer, jusqu'ici, à leurs banques des informations aussi détaillées que celles qui leur seront désormais demandées. Outre un business plan, un plan de liquidité, un calcul de rentabilité des investissements (hard facts), les sociétés devront fournir des informations qualitatives (soft facts) comme la qualité du management, ses projets, ses instruments de direction, la possession ou non d'un label de qualité. Fortes de ces informations, les banques établiront une notation (rating) en fonction des risques encourus et, partant, fixeront les taux d'intérêts des crédits. Les entreprises feront-elles face à ces exigences? Le coût des capitaux va-t-il renchérir, comme le craint le conseiller national valaisan Jean-Noël Rey? Des questions légitimes auxquelles tant les banques que les associations touristiques s'effor-

Photo: Keystone



PRÉPARER BÂLE II

Les moyens de préparer Bâle II ne manquent pas. Directeur de la Société de crédit hôtelier, Andreas Deuber propose d'aller voir régulièrement son banquier pour l'informer sur la situation de l'entreprise.

cent d'apporter des réponses rassurantes. Certes, on reconnaît que ce système éliminera les canards boiteux. C'est d'ailleurs ce à quoi aspire la branche touristique pour être concurrentielle. On se plaît, cependant, beaucoup plus à souligner que Bâle II donnera aux entreprises le moyen de mieux connaître leurs forces et leurs faiblesses. «Bâle II leur permettra d'améliorer leurs processus internes», note Andreas Hochuli, responsable pour les questions économiques et touristiques aux Remontées mécaniques suisses (RMS).

LES RMS ONT TESTÉ UN MODÈLE D'ANALYSE

«Il faut considérer Bâle II positivement», indique Riet Theus, consultant et ancien président des RMS. A l'instar de Thomas Allemann, responsable pour les questions économiques auprès d'hotelleriesuisse, Riet Theus relève, qu'en fait, Bâle II ne posera pas de problème aux sociétés qui ont fait «leurs devoirs à domicile». Les spécialistes de la question rappellent aussi que les banques à vocation universelle travaillent, depuis quelques années déjà, avec ce système de notation.

Dans la branche touristique, la préparation pour Bâle II est notam-

ment bien avancée auprès des RMS. Une séance d'information avait déjà été organisée en 2003 à Swiss Alpina à Martigny. Depuis lors, ils ont développé, en collaboration avec une société zurichoise, un instrument d'analyse qui radiographie les facteurs qualitatifs et quantitatifs de l'entreprise pour son «examen» auprès des banques. L'instrument a été testé auprès de onze sociétés membres et devrait être opérationnel à fin août. «Nous pourrions alors commencer à le promouvoir», dit Andreas Hochuli. Les moyens pour se préparer à Bâle II ne manquent pas. Litté-

rature et séminaires y pourvoient (lire l'encadré). Directeur de la Société suisse de crédit hôtelier (SCH), Andreas Deuber, pour sa part, conseille aussi aux responsables d'entreprises d'entretenir des contacts réguliers avec leurs banquiers afin de les informer de la situation de leur société. Et cela aussi lorsqu'il y a des problèmes. «Il est important que l'entreprise soit transparente. Les banques sont, en effet, particulièrement allergiques aux risques qu'elles ne connaissent pas», dit-il.

* Emanation du G-10 qui groupe les pays les plus industrialisés du monde, dont la Suisse.

Un sujet abondamment traité

L'accord sur les fonds propres Bâle II fait l'objet d'une abondante information. On relèvera quelques exemples. Ainsi hotelleriesuisse organisera un séminaire le 1er décembre à Berne à l'issue de son assemblée des délégués. Responsables des questions économiques pour l'association, Thomas Allemann a présenté lundi le sujet aux hôteliers de l'Oberland bernois. Il le fera aussi lors des réunions de divers groupes d'échanges d'expériences. Diverses sociétés donnent des infor-

mations et fournissent des services en relation avec Bâle II. On peut citer la Société suisse de crédit hôtelier (www.sgh.ch) ou la société du consultant Riet Theus (www.theus.ch).

La littérature est aussi riche. La Vie économique (www.seco.admin.ch) a consacré son premier numéro de l'année à Bâle II. Quant au Credit Suisse (www.credit-suisse.com/research), il a diffusé la semaine dernière une édition de son magazine Economics Briefing dédiée à ce thème. **MH**

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

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

MIRUS SOFTWARE
Parce que votre temps est trop précieux pour le perdre à des brotilleries administratives.
MIRUS Software AG - Mattastrasse 10 - 7270 Davos
Téléphone 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.ch

noteljob
LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

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

Gastroconsult
FOURNISSEUR 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

happy4YOU

PLUS DE CONFORT?
Leasing au lieu d'acheter avec happy 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.gauffrettes.ch
Brunner 5A, Lausanne, tél. 021 784 15 14

«Mondiaux» à Seefeld

Seefeld (Autriche). C'est dans la station autrichienne de Seefeld, dans le Tyrol, que se déroulent jusqu'à samedi les «Jeux mondiaux du tourisme».

Organisée par l'Office national autrichien du tourisme, cette manifestation réunit cette année quelque cinq cent cinquante participants provenant de trente-cinq nations.

Dix disciplines sportives, comme le tennis, le tir à l'arc, le vélo ou encore le ski sur le glacier du Stubai, et un triathlon par équipe sont proposés. Ces

jeux s'adressent principalement aux responsables touristiques qui peuvent ainsi tester l'offre de la région d'accueil.

Avec trente participants, la Suisse constitue l'un des plus forts contingents étrangers. L'équipe est emmenée par le président de la Fédération suisse des agences de voyages, Hans-Jörg Leuzinger.

Les jeux précédents avaient eu lieu à Kaprun/Zell am See en 2002. Les Suisses avaient remporté la bagatelle de vingt-trois médailles. **MH**

Une nouvelle formule pour le Salon du 4x4

Verbier. Pour sa 4e édition, le Salon du 4x4 change de formule. Destiné à prolonger la saison touristique, il se tiendra cette année du 25 au 29 août. Sa durée, de dix jours l'an passé, a été ramenée à cinq jours. Les animations seront elles aussi plus concentrées. Enfin, son emplacement ne sera plus le même puisqu'il quittera Médran pour s'installer à proximité du centre sportif. **LM**

Crans-Montana mise sur la marche

Valais. Crans-Montana a récemment envoyé une offre ciblée à 3000 clients potentiels suisses avec les deux produits phares: «Sleep & Golf», qui a connu un bon succès l'été dernier, et «Sleep & Walk», le nouveau forfait illustrant le slogan «Crans-Montana, la région qui marche».

Responsable marketing de Crans-Montana Tourisme, Philippe Sproll explique que la promotion de ces forfaits n'est pas seulement menée en Suisse, mais également en Bel-

gique, en Italie, aux Pays-Bas et en France. «Nous avons d'excellentes retombées, car nous proposons des logements dans toutes les catégories, avec un prix de départ faisant de ces offres des produits accessibles à tous et donc très compétitifs.» Le tout pouvant se réserver sur Internet (et sur un site web complètement refait mis en ligne le 25 juin prochain).

A signaler également que Crans-Montana est en train d'installer le logiciel de réservation Thomas à la place de

Deskline et qu'une nouvelle carte des promenades sera mise en vente en juillet prochain. Un transport en bus organisé entre Crans-Montana et Loèche-les-Bains (du 13 juillet au 20 août) complète l'offre pour les randonneurs reliant à pied les deux stations par les chemins de montagne.

Ce nouveau service permet aussi un échange de clientèle le temps d'une journée, pour profiter des atouts des deux stations reliées en bus en une heure quinze. **DEM**

ETAT ET TOURISME

Coup de frein en Valais

Ce sont 120 millions de francs d'économie que prône la Commission Luyet pour rééquilibrer le budget 2005 de l'Etat du Valais. Le tourisme est touché.

DANIELLE EMERY MAYOR

Le Service du tourisme et du développement régional est touché à hauteur de 5,9 millions de francs dont une bonne moitié concerne directement le tourisme. La Commission Luyet, chargée de donner des solutions pour équilibrer le budget de l'Etat, propose de diminuer les aides à l'organisation de manifestations culturelles et sportives, à l'information, aux études liées au tourisme. Elle économise aussi dans la formation des profs de ski et des guides et veut limiter les dépenses pour le restaurant de Martigny. Elle efface en outre la subvention destinée à l'établissement des statistiques hôtelières. Ce qui fait bondir Yvan Aymon, directeur-adjoint de Valais Tourisme.

LE PRÉSIDENT DE VALAIS TOURISME EN COLÈRE

Yvan Aymon a manifesté sa surprise de voir des personnes n'ayant pas la connaissance professionnelle du tourisme proposer ces mesures. «Nous sommes en train d'hypothéquer notre avenir», note Yvan Aymon, en précisant bien que le budget de Valais Tourisme n'est pas concerné par ces coupes. «Cette attitude prouve la force que l'on veut mettre en Valais dans le tourisme...» Jérémie Robyr, président de l'association faitière, ne cache pas non plus sa colère: «Nous faisons en Valais exactement le contraire de ce qui se fait ailleurs, en France notamment. Alors que nous savons que dans le tourisme, le franc investi dans le marketing a plus de retombées que dans d'autres secteurs.»

Pour Yvan Aymon, il y aurait des économies à faire, mais pas avec la méthode adoptée par le Parlement. «C'est au niveau structurel qu'il faut regarder. Nous devons économiser, mais de façon intelligente.» Réflexions qui occuperont certainement la commission extraparlamentaire chargée de réviser la loi sur le tourisme de 1996.

LES COUPES POSERAIENT D'ÉNORMES PROBLÈMES

Du côté de l'Etat du Valais, François Seppey, chef du Service du tourisme et du développement régional avoue que les coupes proposées dans son budget poseraient d'énormes problèmes. Il constate une lutte entre deux pouvoirs, l'exécutif et le législatif, et regrette que la Commission interviene dans le détail du fonctionnement de l'administration. Tous s'accordent à dire qu'il aurait mieux valu que le Parlement s'occupe de fixer des conditions cadres et de confier aux services des missions d'économie. Suite du dossier en automne, lorsque la commission déposera son rapport sur les mesures structurelles.

URS ZENHÄUSERN

«J'ai le tourisme dans le sang!»

Pour Urs Zenhäusern, le tourisme est une vocation. Homme-orchestre, toujours entre deux voyages, le directeur de Valais Tourisme est aussi un passionné de management, avec un tempérament de coach hérité du temps où il était entraîneur de l'équipe valaisanne de ski.

GENEVÈVE ZUBER

A longueur d'année, il rencontre des journalistes. C'est l'activité qui l'accapare le plus en tant que patron de l'organisme faitière du tourisme valaisan. Six cents journalistes reçus par Valais Tourisme l'an dernier, 800 rencontrés à l'extérieur, à Zurich, ou au Japon... Depuis quatre ans, depuis qu'il est à la barre de l'organisme faitière du tourisme valaisan, Urs Zenhäusern est sous le feu des médias. Mais en vrai montagnard pragmatique, il a su éviter le coup de soleil. Il aurait pu devenir accro aux micros, aux «one man shows»... Urs Zenhäusern préfère le travail d'équipe, en complémentarité avec ses cadres.

Portrait

Photo: Geneviève Zuber



URS ZENHÄUSERN

Le directeur de Valais Tourisme ne se voit pas à ce poste jusqu'à la retraite: «Plus tard, je serai indépendant ou je ferai peut-être de la politique.»

«L'objectif», résume-t-il, «n'est pas de me vendre, mais de vendre le Valais.» Urs Zenhäusern, une longue silhouette posée quoique juvénile, tranquille, presque discrète... Pas de grands effets de manches, mais de la substance et comme un certain recul. Le feu, c'est à l'intérieur qu'il bout. «J'ai le Valais et le tourisme dans le sang. Mon travail, ce n'est pas un métier, c'est une passion. Une pas-

sion, que j'ai depuis toujours.» Première impulsion: les vacances familiales à Bûrchen, sur les hauteurs de Viège, la ville de son enfance. Des douze ans, pendant les congés, il collectionne les expériences hôtelières à Zermatt, au bar, à la réception, à la cuisine...

LE MANAGEMENT VALAIS EXCELLENCE

Le tourisme, fil rouge encore et toujours, lorsqu'il obtient sa patente de professeur de ski, puis à l'Université de Fribourg où il choisit le marketing et la gestion d'entreprise et réalise un travail de diplômé sur l'enseignement artificiel. Au cours de son premier emploi, au Groupement suisse pour les régions de montagne, il apprend le lobbying et se familiarise avec les challenges du tourisme suisse du début des années nonante: problématique des contingents saisonniers, TVA, politique des transports... Puis il consacre quatre ans au lancement de l'ORP du Haut-Valais (Office régional de placement pour demandeurs d'emploi).

Une infidélité à sa vocation? Une diversion formatrice plutôt, histoire d'apprendre à mener un projet de A jusqu'à Z, avec les félicitations du jury d'ailleurs puisque son ORP sera le mieux noté de Suisse. Le cap est en vue en 2000 lorsqu'il succède à Melchior Kalbermatten à la direction de

Valais Tourisme. Urs Zenhäusern est à la tête d'une vingtaine de collaborateurs, une équipe jeune et plutôt féminine, ce qu'il apprécie: «Les femmes sont plus émotionnelles. Une qualité précieuse dans le marketing: on vend le Valais avec des émotions!» Ancien entraîneur de l'équipe valaisanne de ski, il se définit d'abord comme un coach: «Je sais diriger, motiver une équipe», explique-t-il, lorsqu'on lui demande quelle est sa grande qualité. Motiver, c'est-à-dire écouter et surtout faire confiance, pour permettre aux compétences de chacun de s'épanouir. Avec ses deux adjoints, Yvan Aymon et Marcel Perren, il a su créer une ambiance «agréable» et «relax». Pas de pompe hiérarchique, mais des relations partenariales, un fonctionnement par objectif et gestion de projet, le tout cadré par des procédures d'analyse et de controlling.

Réussir son propre management: pour être crédible, la direction de Valais Tourisme a-t-elle le choix, elle qui a «inventé» le fameux label Valais Excellence? Pour Urs Zenhäusern, «Valais Tourisme, lui-même labellisé, a l'obligation de mettre en pratique ces procédures qui laissent moins de chance au hasard». Le management: un acte hautement technique mais très humain aussi pour Urs Zenhäusern, à la tête d'un staff dont il apprécie la dimension «familiale». Ce sont

des liens affectifs qui le lient à cette équipe «dans laquelle je crois». Mais attention à ne pas briser sa confiance, il en serait profondément blessé et il le dit sans ambages: il n'y a pas grand espoir de pouvoir recoller les morceaux. «Mais heureusement, j'ai très rarement été déçu.»

FONCTIONNER COMME UNE LOCOMOTIVE

Une journée type d'Urs Zenhäusern? Il n'y en a pas justement chez lui qui passe la moitié de la semaine au bureau à Sion et le reste en déplacements, en voyages de promotion, notamment en Extrême-Orient dont il s'occupe personnellement à Valais Tourisme. Il y a aussi les relations avec les différents acteurs de l'association faitière, les hôteliers, les restaurateurs, les remontées mécaniques, les régions, les politiques, etc. Autant d'écoles, autant de visions parfois, qui nécessitent sans doute un tempérament consensuel et des nerfs. «Il y a des jours où ça travaille dans l'estomac, oui. Il faut être consensuel, oui, mais pas seulement, car pour avancer, on doit fonctionner comme une locomotive». La preuve par Valais Excellence: un projet qui, au départ, ne branchait pas trop les responsables locaux des offices du tourisme. «Malgré tout, nous sommes allés de l'avant à Valais Tourisme et, à voir le succès, nous avons eu raison. A la fin de l'année, la plupart des offices du tourisme seront certifiés...» Une fois convaincu, c'est ainsi qu'il se définit, Urs Zenhäusern va jusqu'au bout de ses décisions. «Si tu t'arrêtes au milieu de la route, tu peux mourir!» Au bout de sa vocation pour le tourisme aussi? «Je ne me vois pas à ce poste jusqu'à la retraite. Plus tard, je serai indépendant ou je ferai peut-être de la politique.» Sur les pas de son coreligionnaire jaune du Haut (chrétien-social), le conseiller d'Etat Schnyder? Sourire... A pas encore 40 ans, Urs Zenhäusern a encore bien du temps devant lui!

Urs Zenhäusern et...

Le Valais: c'est ma vie!
Le Valais touristique: notre base de vie!
Le Valais touristique en 2020: un espace de régénération, de santé et de nature dans un monde gagné par la vitesse. Le tourisme sera encore plus important et tous les Valaisans auront, je l'espère, pris conscience qu'il est notre source de vie.
Les stations autrichiennes: pas de quoi avoir des complexes; un benchmark avant tout. Des atouts et des points faibles des deux côtés. Nous apprenons mutuellement les uns des autres.
La station modèle de l'arc alpin: Zermatt, sa politique d'hébergement et de construction et sa conscience du développement touristique. GZ

Gastronomia: nouveaux secteurs

Chardonne (VD). La dixième édition du salon international pour l'hôtellerie et la restauration Gastronomica a été lancée la semaine dernière dans les vignes de Chardonne avec le baptême de «la Cuvée Gastronomica».

La salon, qui se tiendra du 30 octobre au 3 novembre au Palais de Beaulieu à Lausanne, sera caractérisé, rappelons-le, par l'organisation de deux nouveaux secteurs. Le premier, appelé «Monde du café», réunira notamment les torréfacteurs et

les fabricants de machines à café et d'automates. Plusieurs animations sont prévues, dont un concours de «barista».

Le second secteur, qui colle avec le thème général du salon, à savoir l'eau sous toutes ses formes, s'intitulera «Wellness-santé-bien-être». Il devrait permettre aux visiteurs de s'informer sur la manière de lancer une offre wellness.

Le salon proposera, comme de coutume, un restaurant animé par des grands chefs – Philippe Chevrier, Didier de

Courten, Etienne Krebs, Urs Messerli, Marcel Thürler et Georges Wenger –, le concours de la Truffe d'or, ainsi que le concours des apprentis organisé par Hôtel & Gastro Union.

Il y aura également, comme précédemment, la remise des Sésames de l'accueil aux hôtels et aux restaurants soignant particulièrement leur clientèle.

L'édition 2004 accueillera deux invités d'honneur, partenaires du salon depuis sa création il y a vingt ans: hôtellerie suisse et Gastrosuisse. **MH**

Prévention incendie onéreuse

Valais. Le Grand Conseil valaisan a entendu les voix des établissements publics et des hôteliers puisqu'il a accepté, le 7 juin dernier, une motion demandant l'assouplissement de la loi sur la protection contre les incendies. Certains équipements exigés actuellement (détection automatique, sprinkler, portes coupe-feu, etc.) coûtent en effet trop cher et grèvent les finances des hôtels. **DEM**

Campings évalués

Swisscamps. L'Association suisse des campings (ASC), qui porte aussi le nom de Swisscamps, procède cette année, en collaboration avec le Touring Club Suisse (TCS), à l'évaluation de 54 campings des cantons du Jura, de Neuchâtel, de Fribourg, de Genève, de Vaud, ainsi que du Jura bernois et du Plateau bernois.

Cette évaluation, a indiqué la semaine dernière l'ASC, prend en considération cinq critères principaux: la situation, l'équipement, les installa-

tions sanitaires et la gestion du camping. Elle permet d'actualiser l'inventaire et l'équipement des campings et aide les gérants dans le maintien de la qualité. D'autre part, les données recueillies donnent des informations sur les besoins de la clientèle.

L'évaluation des campings de l'ASC et du TCS se fait en commun, de manière cyclique sur six ans, depuis 1987. La commission d'évaluation est composée de gérants de campings. **MH**

GENÈVE

Nouveau pavillon pour l'EHG

L'École hôtelière de Genève «ES» a inauguré mardi un nouveau pavillon qui lui permettra de faire face à la hausse du nombre d'étudiants.

MIROSLAW HALABA

L'École hôtelière de Genève «ES», située dans le quartier des organisations internationales installées à Genève, dispose d'un nouveau pavillon, ce qui porte à trois le nombre de bâtiments de ce site. Planifiée depuis 1995 et inaugurée mardi, cette nouvelle construction de quatre mille mètres cubes propose huit salles modulables, dont une peut se transformer en auditorium capable d'accueillir 230 personnes. Les nouveaux locaux comprennent notamment deux salles équipées d'ordinateurs et une salle pour les démonstrations. Ce nouveau pavillon ressemble au premier pavillon construit à la fin des années septante. On rappellera que l'école, qui appartient à Gastrosuisse, avait été créée en 1914 à Neuchâtel, ville qu'elle a quittée pour Genève en 1951.

ADAPTATION AUX EXIGENCES ACTUELLES

Directeur de l'école depuis 1992, Oskar Sykora salue cette nouvelle construction. «Elle permet à l'établissement de se mettre en conformité avec les exigences de notre statut d'école spécialisée», dit-il. Elle permettra aussi de faire face à l'augmentation des effectifs d'étudiants. «En 1979, l'école recevait 75 étudiants, aujourd'hui elle en compte en permanence 120 à 125», ajoute Oskar Sykora. Au cours des dernières années, l'École hôtelière de Genève a sensiblement accru ses compétences et sa notoriété. Outre le statut d'école spécialisée (ES), elle a obtenu la norme ISO 9001 – ce qui lui permettra de solliciter prochainement le niveau II du Label de qualité pour le tourisme suisse –, et le label Eduqua. Elle est, par ailleurs, membre de l'Association suisse des écoles hôtelières.

D'AUTRES PROJETS EN PERSPECTIVE

«L'inauguration du nouveau pavillon est la fin d'une étape sur un long chemin», explique Oskar Sykora. En effet, d'autres projets seront en cours. Ainsi, les responsables de l'école sont constamment engagés dans la mise à jour des programmes d'enseignement. Une nouveauté est prévue pour la rentrée de cet automne, à savoir l'introduction d'un cours de mise à niveau d'une durée de quatre semaines pour tous les étudiants. En 2005, c'est l'alternance des stages et des semestres de formation qui sera modifiée. «Un grand chambardement», annonce le directeur de l'établissement genevois.

LA BRÉVINE (NE)

Produits du terroir en vedette

Installés à l'Auberge Au Loup Blanc, à La Brévine (NE), Claude-Isabelle et Jean-Daniel Oppliger font la part belle aux produits du terroir.

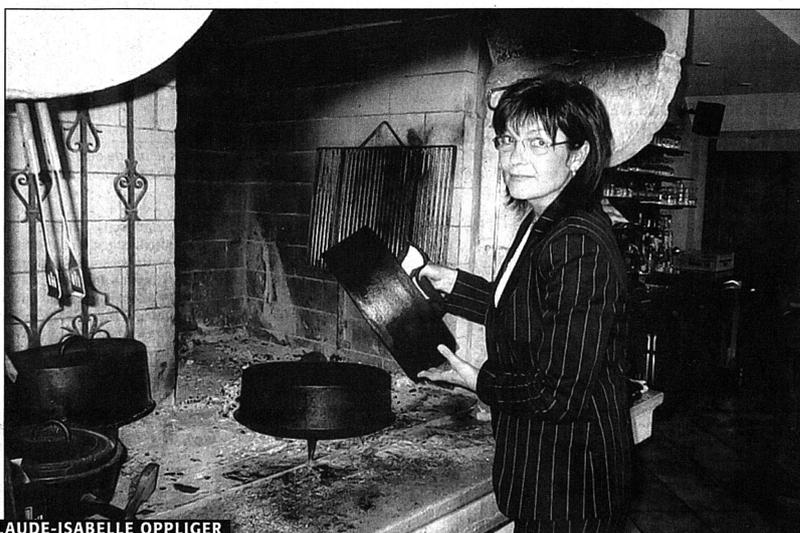
VALÉRIE MARCHAND

Depuis l'été dernier, Claude-Isabelle et Jean-Daniel Oppliger sont propriétaires de l'Auberge Au Loup Blanc à La Brévine (NE), qui était précédemment l'Hôtel-restaurant Le National, fermé depuis deux ans environ. Ancien directeur commercial dans l'horlogerie, Jean-Daniel Oppliger, qui a récemment obtenu sa patente de cafetier-restaureur et hôtelier, trouve dans cette activité un nouveau défi professionnel, tout comme son épouse qui était jardinière d'enfants.

Pour séduire sa clientèle le couple Oppliger a choisi de mettre l'accent sur les produits du terroir. Ils proposent ainsi plusieurs spécialités, dont «la daubière». Il s'agit d'un plat de viande ou de volaille, arrosé de vin rouge ou de vin blanc, préparé sur la braise, dans une casserole en fonte très ancienne. Cette marmite possède un couvercle creux destiné à recevoir de l'eau pendant la cuisson des mets pour éviter l'évaporation du jus. Le tout doit mijoter pendant deux à trois heures. Ce qui permet à la viande ou à la volaille d'être particulièrement tendre. Claude-Isabelle Oppliger a découvert ce procédé alors qu'elle vivait encore chez ses parents. Sa mère, en faisant les brocantes, avait trouvé une daubière et s'est mise à la «cuisine d'antan».

L'auberge peut accueillir environ 80 personnes à l'étage inférieur et 120 à l'étage supérieur. Ce deuxième étage

Photo: Valérie Marchand



CLAUDE-ISABELLE OPPLIGER

Avec son mari, Claude-Isabelle Oppliger exploite, à La Brévine, l'Auberge Au Loup Blanc dont la spécialité est un large usage des produits du terroir.

est notamment destiné à des séminaires et à des conférences. «Une fois les travaux de rénovation complètement terminés, cette grande salle sera aussi prévue pour des banquets et des mariages», précise Jean-Daniel Oppliger. L'auberge propose également une quinzaine de lits, mais sa capacité peut être doublée.

Les hôtes proviennent de France, d'Italie ou du canton de Vaud, mais les plus réguliers sont encore les Suisses alémaniques, désireux de découvrir

La Brévine et de goûter à la cuisine du terroir.

AVEC QUELQUES GOUTTES D'ABSINTHE

Car l'Auberge Au Loup Blanc propose, en effet, essentiellement des produits de la région. Par exemple, «le brochet du lac des Taillières» ou le fameux «soufflé interdit», un dessert qui ressemble à un parfait à la crème auquel on ajoute quelques précieuses

gouttes d'absinthe. Le pain est cuit uniquement au feu de bois. Les vins proviennent pour la plupart du canton de Neuchâtel, sauf quelques vins français pour les clients qui n'apprécient pas les vins régionaux.

L'établissement, qui date du début du 20^e siècle, respire aussi l'authenticité. Les rénovations ont été effectuées en découpant le bois çà et là. La plupart des autres matériaux anciens ont été récupérés pour recréer un nouveau décor.

LAUSANNE PALACE

Des chiffres 2003 «satisfaisants»

Même s'ils sont en régression par rapport à l'exercice précédent, les chiffres 2003 du Lausanne Palace n'en sont pas moins «satisfaisants».

JEAN-JACQUES ETHENOZ

En juin de l'an dernier, lors de la présentation des comptes 2002, Jean-Jacques Gauer, le directeur de l'établissement, le laissait déjà présager: en raison de la pneumonie atypique, de la réunion du G8 et de quelques autres événements défavorables, l'exercice 2003 ne s'annonçait pas sous les meilleurs auspices pour le Lausanne Palace. Les prévisions se sont, malheureusement, avérées exactes. Encore qu'après l'embellie 2002, qui couronnait six années de

croissance régulière dans tous les secteurs, l'exercice 2003 ne marque qu'un retour aux chiffres 2001. Car durant l'exercice, la plupart des espaces complémentaires à l'hébergement ont été réaménagés ou sont en train d'être achevés. Ainsi, après 8 millions de francs consentis l'an dernier, 4 millions de francs seront encore dévolus aux investissements pour 2004. «Et à l'heure du bouclement, si, après 4 millions de francs d'amortissements, une entreprise affiche un résultat net positif de 188 000 francs, on ne peut être que satisfait», souligne Jean-Jacques Gauer.

Le directeur du Palace se montre d'autant plus satisfait que les chiffres arrêtés au 31 mai permettent au Palace lausannois d'être serein. «Il faut bien que les investissements consentis portent leurs fruits», dit-il. Ainsi, les chiffres dépassent ceux de 2002 de

près d'un million de francs, le centre de wellness enregistrant à lui seul une belle progression alors que les travaux d'aménagement et d'agrandissement sont encore en cours.

Voilà bien de quoi tempérer les quelques inquiétudes 2004. Elles concernent surtout l'absence de Telecom.

LÉGÈRE HAUSSE DE LA DURÉE DES SÉJOURS

Plus formellement, au niveau des chiffres, mais hors résultats financiers proprement dits, le Lausanne Palace, s'il a enregistré moins d'arrivées (18 000 contre 19 800 en 2002) a vu la durée moyenne des séjours augmenter légèrement de 2,56 jours pour un nombre de nuitées de 43 787 et un prix moyen par chambre, en légère régression, à 352 francs, le taux d'occupation

atteignant 60% tout juste pour les chambres.

Signalons enfin, sur la base des chiffres arrêtés au 31 mai, que le F&B – l'ouverture à la ville défendue de longue date par Jean-Jacques Gauer – et le spa – ouvert lui aussi en grande partie à une clientèle locale – ont enregistré, eux aussi, une progression réjouissante, alors que la reprise du département traiteur d'un spécialiste lausannois n'a visiblement pas encore porté ses fruits.

Quant aux derniers travaux planifiés par l'établissement lausannois, ils s'étaleront jusqu'au début du mois d'octobre. Le bar Red Club a été ouvert ces derniers jours, la nouvelle cave à vins le sera prochainement et le déménagement de la banque Julius Baer permettra, cet automne, l'ouverture de nouveaux espaces de séminaires et banquets.

CRÉDIT QUINQUENNAL EN FAVEUR DE SUISSE TOURISME

La partie s'annonce serrée cet automne

Le Conseil national suivra-t-il cet automne le Conseil des Etats qui a accepté la semaine passée de relever de 200 à 230 millions de francs le crédit quinquennal en faveur de Suisse Tourisme? Les politiciens que nous avons interrogés estiment que la partie sera serrée.

Photo: Swiss-Image



LAURENT MISSBAUER

Les milieux touristiques ont accueilli avec satisfaction, la semaine passée, la décision du Conseil des Etats de relever de 200 à 230 millions francs le crédit en faveur de Suisse Tourisme pour la période 2005-2009. On est certes loin des 277 millions demandés par Suisse Tourisme, mais on est aussi très loin de la provocation de Christoph Blocher qui avait proposé de limiter ce crédit à un franc symbolique.

LES 230 MILLIONS NE SONT PAS ENCORE ACQUIS

Ces 230 millions, acceptés par 18 voix contre 17 au Conseil des Etats, ne sont cependant pas encore acquis. Le Conseil national ne se prononcera en effet que cet automne. Selon le conseiller national Jacques-Simon Eggly (Lib/GE), la partie s'annonce serrée: «J'ai toutefois le sentiment que les 230 millions finiront par passer.» Son collègue gruérien Jean-Paul Glas-

LA VOIE À SUIVRE

Une «task-force» de lobbying se réunira à fin juin dans le but de définir les différents arguments à mettre en avant afin que le crédit quinquennal à Suisse Tourisme soit de 230 millions de francs et non pas de 200 millions.

son (PRD/FR) est moins catégorique: «Je viens d'une région touristique et je suis favorable aux 230 millions. Je doute cependant que le lobby touristique soit aussi fort au Conseil national qu'au Conseil des Etats.» Le

conseiller national Claude Ruey (Lib/VD), pour sa part, est de l'avis que «le Conseil national serait bien inspiré d'imiter le Conseil des Etats.» Y parviendra-t-il? «Cela dépendra du lobbying qui pourrait bien s'avérer déter-

minant», répond-il. Le conseiller aux Etats Simon Epiney (PDC/VS) reconnaît lui aussi que le lobby touristique est moins fort au Conseil national, il n'en demeure pas moins, selon lui, «que tout le monde est quand même

conscient aujourd'hui de l'importance en Suisse de la branche touristique et que celle-ci a besoin de moyens financiers. Des moyens financiers sans lesquels il est très difficile de se positionner efficacement sur les marchés étrangers en général et plus particulièrement sur les marchés émergents comme la Chine qui dispose d'un potentiel de développement énorme et où Suisse Tourisme, implanté sur place, fait ce qu'il faut.»

«UNE «TASK-FORCE» SE RÉUNIRA À FIN JUIN»

Judith Renner-Bach, à la fois directrice de la Fédération suisse du tourisme et vice-présidente de l'UDC du canton de Berne, a bon espoir que le Conseil national imitera le Conseil des Etats. «Si nous pouvons compter sur le soutien des conseillers nationaux des cantons touristiques, il faudra encore réussir à convaincre les parlementaires dont la fibre touristique est moins forte. A cet effet, une «task-force», dont je fais partie, et qui est composée de Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, d'Eva Brechtbühl et de Daniela Bär, toutes deux de Suisse Tourisme, se réunira à fin juin afin de définir ce qu'il convient d'entreprendre en matière de lobbying. Cette réunion nous permettra aussi de définir les différents arguments à mettre en avant afin que le crédit quinquennal accordé à Suisse Tourisme soit bien de 230 millions et non pas de 200 millions», conclut Judith Renner-Bach.

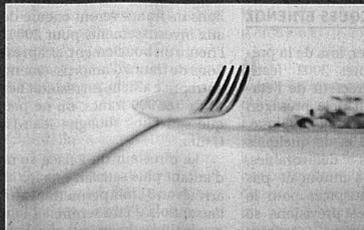
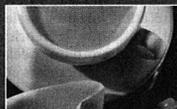
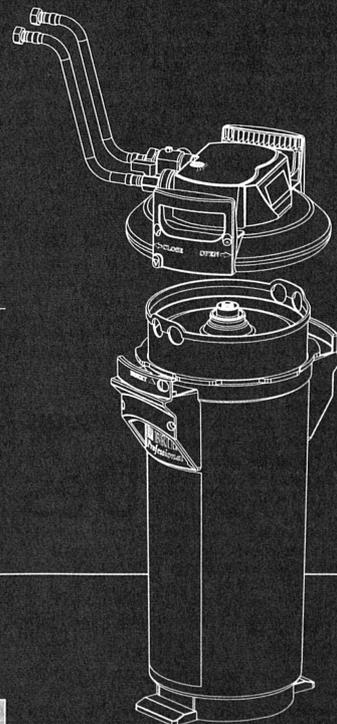
Annonce

Délices culinaires

Pour fours mixtes et fours traditionnels

Grâce à l'innovation du système de filtration BRITA développé exclusivement pour les applications gastronomiques vous profiterez d'un contrôle de coûts optimale et d'une qualité de l'eau constante -
facteur premier pour une rentabilité assurée!

aquaQUELL
PURITY



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

BRITA AG
Gasmatt 6
CH-6025 Neudorf/LU
fon: +41(0)41 9324026
fax: +41(0)41 9303074
info-ppd@brita.net



BRITA
Professional

HOTELLERIESUISSE

L'assemblée des délégués en dix photos



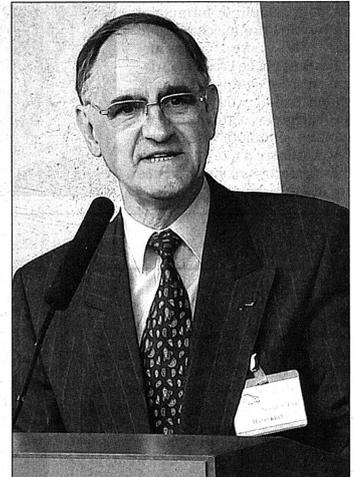
Photos: Laurent Missbauer

Trois hôteliers neuchâtelois en tram. De g. à dr.: Matthias von Wyss, Heidi Brunner et Karim Frick.



INVITÉS D'HONNEUR

De gauche à droite: Jean Studer, conseiller aux Etats, Bernard Soguel, conseiller d'Etat, Pierre Dubois, président de Tourisme neuchâtelois, et Yann Engel, directeur de Tourisme neuchâtelois.



Michel Riba, président des hôteliers neuchâtelois et jurassiens.



DEUX ANCIENS DU LAUSANNE PALACE

Les hôteliers Antoine Chaumeron (à g.) et Jacques Pernet, ici avec leurs épouses Monique et Susanna, ont tous deux travaillé au Lausanne Palace par le passé.

Des assises très réussies

L'assemblée des délégués d'hôtellerie-suisse, qui s'est déroulée les 7, 8 et 9 juin à Neuchâtel, peut assurément être qualifiée de très réussie. Ces assises ont en effet bénéficié d'excellentes conditions météorologiques qui ont eu une part non négligeable dans la réussite des manifestations récréatives organisées à cette occasion, à savoir le cocktail dînatoire, mis sur pied le premier soir dans les salons et sur la terrasse de l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel, la croisière et la soirée de gala du deuxième jour, ainsi que la fondue neuchâteloise servie le troisième jour au Château d'Auvernier qu'une partie des convives ont rallié avec le tram historique «Le Britchon».

On relèvera que la fondue neuchâteloise n'a pas été le seul produit du terroir auquel les délégués d'hôtellerie-suisse ont pu goûter au cours de leur séjour à Neuchâtel. Ils ont en effet également goûté à deux autres «produits» typiquement neuchâtelois: l'œil-de-perdrix – dont la fraîcheur a particulièrement convenu aux températures estivales qui ont marqué cette assemblée – ainsi que... Cuche et Barbezat.

Les deux humoristes neuchâtelois, de retour de Paris où ils ont présenté du 11 mars au 29 mai «Les Marionnettes du Pénis», une pièce australienne qui a attiré plus d'un million de spectateurs dans le monde, avaient en effet eu pour mission d'animer la soirée de gala qui s'est déroulée à l'Espace Perrier de Marin-Epagnier. Une mission dont ils se sont parfaitement acquittés. LM



CUCHE ET BARBEZAT

Les deux humoristes neuchâtelois – «Après leur succès parisien», Michel Riba dit – ont animé la soirée de gala de l'assemblée des délégués d'hôtellerie-suisse.



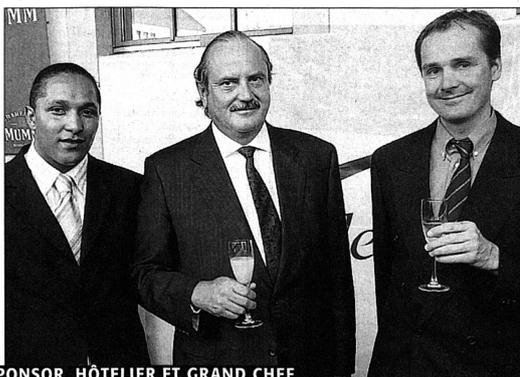
ENTRE PRÉSIDENTS

Dino Demola (à gauche), le président des hôteliers du canton de Fribourg, en compagnie de Joseph Bonvin, le président des hôteliers valaisans.



ENTRE VAUDOIS

De g. à dr.: Gisèle Merminod, secrétaire d'Hôtellerie vaudoise, Philippe Thuner, président d'Hôtellerie vaudoise, et Jean-Marc Ryhen (Hôtel Mont-Riant, Leysin).



SPONSOR, HÔTELIER ET GRAND CHEF

De g. à dr.: Rodrigo Oberson (ECW Wear, Neuchâtel), Bernard Lavanchy (Hôtel Grand-Pré, Genève) et Jean-Marc Soldati, chef étoilé de l'Hôtel du Cerf à Sonceboz.



Diane Rey et son fils Xavier, de l'Hôtel Athmos Centre à La Chaux-de-Fonds.



ENTRE GÉNEVOIS

De g. à dr.: Christophe Bertschy (Hôtel Mon-Repos), Michèle Liechti (Hôtel Drake et Longchamp) et Salvatore Di Mare (Hôtel Bristol).

Le temps de s'inscrire

Milestone 2004. Le temps passe et le délai d'inscription au Milestone 2004, le Prix du tourisme suisse, du 31 juillet s'approche. Il n'est donc pas trop tôt pour remplir le formulaire de candidature téléchargeable sur le site www.htr-milestone.ch. Le Prix du tourisme suisse récompense l'innovation dans le tourisme dans les catégories «Projet remarquable», «Promotion de la relève» et «Œuvre d'une personnalité». Les projets sont présentés sur le site Internet. **MH**



Suisse-Chine: l'ADS a été signé

Berne. Le vice-premier ministre chinois Zeng Peiyang a signé mardi à Berne l'accord sur le statut de destination touristique officielle, Approved Destination Status (ADS). Aux termes de celui-ci, les Chinois voyageant en groupes n'auront plus besoin d'autorisation de sortie du territoire officielle pour se rendre en Suisse. Ce sont ainsi des perspectives immenses qui s'ouvrent au tourisme helvétique, a relevé Suisse Tourisme. **LM**

La Chaux-de-Fonds mise en valeur

La Chaux-de-Fonds. Tourisme neuchâtelois vient de mettre en circulation une brochure intitulée «La Chaux-de-Fonds à pied». Tirée à 30 000 exemplaires, rédigée en français, en allemand et en anglais, ce document de 26 pages propose deux parcours pédestres, un de quarante-cinq minutes, l'autre de deux heures, qui permettent aux visiteurs de découvrir les curiosités de la ville.

«La parution de cette brochure s'inscrit dans une série d'actions visant à mettre en va-

leur le patrimoine architectural de la ville», indique Tourisme neuchâtelois qui estime même que cette mise en valeur est «à un tournant essentiel».

La Chaux-de-Fonds, troisième ville romande sur le plan de la population, a en effet exprimé la volonté de «passer du statut de ville moderne à l'image mal définie à celui de ville présentant un intérêt historique indéniable».

Ainsi, elle a restauré le théâtre «L'heure bleue», elle a entamé les travaux de restaura-

tion de la Maison blanche, première maison construite par Le Corbusier, elle a demandé son intégration à la route thématique de Suisse Tourisme «Art et architecture».

Elle est aussi engagée dans l'organisation d'une série de manifestations consacrées à redécouverte de l'Art nouveau et placées sous le nom «Art Nouveau La Chaux-de-Fonds 2005-2006». Expositions, colloques, visites, concerts, événements médiatiques sont prévus au programme. **MH**

LES GENS

Joseph Bonvin (photo), président de l'Association hôtelière du Valais, quitte ses fonctions cet automne, au terme de son mandat de trois ans.

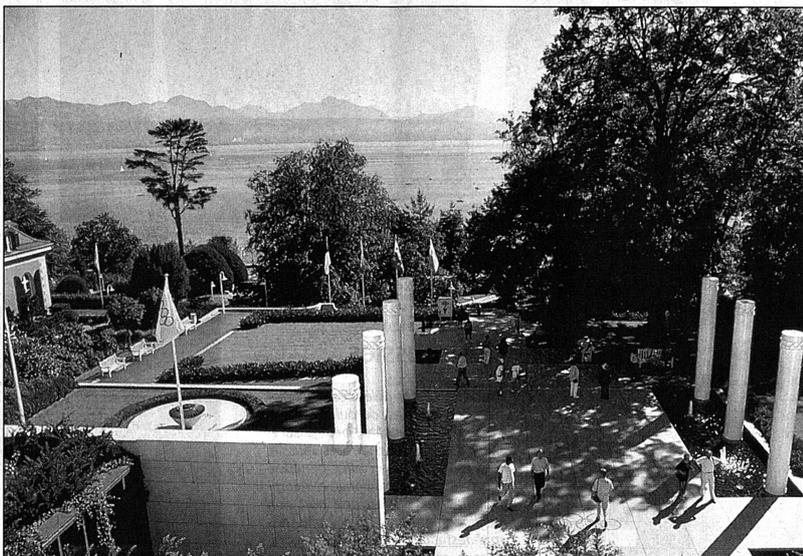


Selon le principal intéressé, cette démission n'a aucun lien avec le départ à la fin du mois de juin de **Kurt Loretan**, le secrétaire général de l'Association hôtelière du Valais (lire hotel + tourismus revue du 10 juin). «J'avais déjà évoqué en début d'année, soit avant l'arrivée de Kurt Loretan, l'hypothèse de quitter la présidence cet automne, à la fin de mon mandat de trois ans. Il fallait choisir entre rester trois ou six années et j'ai finalement décidé d'opter pour la première solution. Présider une association telle que celle des hôteliers valaisans est en effet un travail qui prend beaucoup de temps, un temps que j'aimerais dorénavant d'avantage investir dans mon établissement, l'Hôtel Beau-Site à Crans-Montana», a expliqué Joseph Bonvin. **LM**

La société d'exploitation Espace Gruyère, à Bulle (FR), qui a récemment fait l'acquisition du Chalet des Colombettes, à Vuadens, a passé un contrat de location avec Auréco Sàrl. Celle-ci a engagé le nouveau couple qui dirigera le mythique hôtel-restaurant grüerien. Il s'agit de **Christian** et de **Yvelise Baillet**, jusqu'ici à la tête de l'établissement Le Rallye, à Bulle, après avoir passé plusieurs années au sein de l'Hôtel Cailler, à Charmey (FR). D'origine landaise pour lui (51 ans) et champenoise pour elle (48 ans), issus de deux familles productrices de foie gras et de champagne, ils souhaitent, avec le concours d'un chef de cuisine, offrir les traditionnelles spécialités de la Gruyère, ainsi qu'une cuisine plus élaborée, cela aussi bien pour les gourmets que pour les mariages, réceptions et autres banquets. **JS**

Hannelore Schnöll, à la tête des restaurants lausannois regroupés sous l'enseigne «Le Ripp's», à savoir le «Jardin de France», le «Boulevard parisien» et «Le Bar Ripp's», a été élevée le 27 mai au rang de «Chevalière de l'Ordre du mérite agricole» par **Hervé Gaymard**, le ministre français de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales. Les insignes de son ordre lui ont été remis par **Claude Capeau**, le président de l'Union des Français de Suisse et de la colonie française Vaud-Valais, en présence de **Jacques Caron**, consul de France à Lausanne. Cette distinction a notamment été remise à Hannelore Schnöll en raison «des nombreuses quinzaines gourmandes des provinces françaises qu'elle organise chaque année à Lausanne, du personnel français qu'elle occupe dans ses restaurants et de la décoration de ses établissements qui provient de l'Hexagone.» **LM**

Photo: Swiss-Image



LAUSANNE-OUCHY

Le Musée olympique sera le théâtre de plusieurs événements étroitement liés à l'organisation des JO d'Athènes. Notamment l'arrivée de la flamme olympique le 24 juin et l'exposition «Destination Olympie» qui a ouvert ses portes le 27 mai.

LAUSANNE

Le Musée olympique vivra cet été à l'heure de la Grèce antique

Pendant tout l'été, le Musée olympique vivra à l'heure des JO d'Athènes et à celle de la Grèce antique. Cela, avec deux points forts: l'exposition «Destination Olympie» et le passage, le 24 juin, de la flamme olympique de retour en Suisse pour la première fois depuis 1948.

LAURENT MISSBAUER

Comme cela est le cas lors de chaque année olympique, les responsables de Lausanne Tourisme et du Musée olympique ne manquent pas, à chacune de leur présence dans les salons touristiques de toute l'Europe, de chaudement recommander à leurs interlocuteurs de séjourner dans la capitale olympique. Le fait que les JO se déroulent cet été en Grèce, le pays qui a été à leur origine, et à Athènes, théâtre en 1896 des premiers JO de l'ère moderne, a cependant donné lieu cette année à des efforts promotionnels encore plus importants que lors d'une année olympique «normale».

Il est par ailleurs également vrai que les manifestations liées aux Jeux olympiques n'avaient jamais été aussi nombreuses que cette année. Ainsi, pour la première fois depuis 1948, la flamme olympique traversera à nouveau la Suisse, le jeudi 24 juin. Tout d'abord à Genève, le matin, puis à Lausanne et dans ses environs, l'après-midi et en fin de soirée. Et si les JO d'Athènes auront lieu du 13 au 29 août,

c'est jusqu'au 27 février que se tiendra au Musée olympique l'exposition «Destination Olympie», une exposition «monumentale» où le visiteur, par le jeu de l'illusion et de la reconstitution, se retrouve au siècle de Périclès, un mois avant le début des Jeux de la Grèce antique.

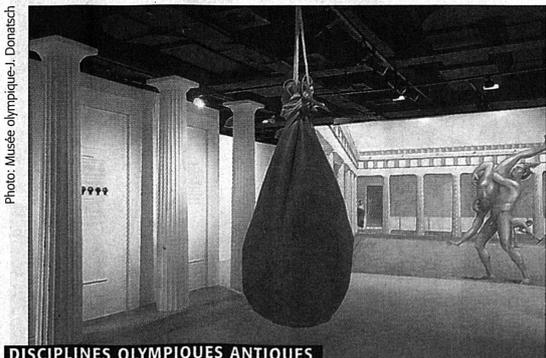
«OLYMPIADA» UN OPÉRA EN PREMIÈRE MONDIALE

Pas moins de 900 m² de fresques ont été peintes pour cette nouvelle exposition qui présente deux villes symboliques des Jeux antiques: Elis et Olympie. L'exposition passera notamment en revue la vie quotidienne, la vie politique avec la naissance de la

démocratie et l'entraînement sportif à proprement parler dans la palestra. Celle reconstituée au Musée olympique présente les différentes disciplines antiques avec des haltères, mais aussi des disques et des javelots, ainsi qu'un korikos, un punching-ball antique qui servait à l'entraînement des pugilistes et qui a été recréé par un cellier sur la base d'une gravure sur bronze.

Enfin, on relèvera qu'un opéra, intitulé «Olympiada», du nom de la mère d'Alexandre le Grand, sera joué en première mondiale sur les terrasses du Musée olympique, du jeudi 22 juillet au samedi 7 août, et que le restaurant du Musée olympique vivra à l'heure grecque dès le jeudi 23 juin.

Photo: Musée olympique - Donatich



DISCIPLINES OLYMPIQUES ANTIQUES

L'exposition «Destination Olympie» présente plusieurs objets olympiques antiques, ici la réplique d'un punching-ball utilisé pour l'entraînement des pugilistes.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Velotel: une bonne saison en perspective. Le cyclotourisme prend toujours plus d'importance en Suisse. La Fondation «La Suisse à vélo» confirme ce constat et envisage d'accroître encore davantage son réseau de pistes cyclables. De son côté, l'association de marketing Velotel, qui n'est pas liée à la Fondation «La Suisse à vélo», s'attend cette année à un très bon été, similaire à celui de l'an passé où les conditions météorologiques avaient été très bonnes. Enfin, on relèvera que l'édition 2004 du guide «Bike & Sleep» publié par Velotel compte 30 pages de plus qu'en 2003. Cette augmentation est une autre preuve de l'engouement suscité actuellement par le cyclotourisme. **Page 6**

L'idée d'une «Maison de la Suisse» a été lancée. Y a-t-il un potentiel de synergies entre Suisse Tourisme (ST), Présence Suisse et Location Switzerland? Telle est l'une des questions abordées la semaine passée par le Conseil des Etats lors du débat sur le crédit quinquennal en faveur de ST. Les discussions au sujet des différentes institutions en charge de la promotion de l'image de la Suisse ont montré que là où il y a aujourd'hui une simple coordination, il devra y avoir à l'avenir une véritable exploitation des synergies. Judith Renner-Bach, la directrice de la Fédération suisse du tourisme, verrait ainsi d'un bon œil la mise en place d'une «Maison de la Suisse» chargée d'exploiter ces synergies. Jürg Schmid, le directeur de ST, n'y est pas opposé: «ST, Présence Suisse et Location Switzerland s'adressent toutes les trois à un public cible différent. Il n'en demeure pas moins qu'elles touchent leur public avec les mêmes instruments que nous, à savoir Internet, salons et brochures, trois instruments où l'on pourrait trouver des synergies.» **Page 7**

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers
Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Responsable des médias:

Christian Santschi.

Rédaction:

Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).

Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint:

Miroslaw Haliba (MH).

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).

Correspondants: Jean-Jacques Ehenoz (JJE), Vevey; Danielle

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

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

Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Edition:

Cheffe d'édition: Iris Sirebel.

Abonnements: Sabine Rothacher.

Annexes: Marc Moser.

Publicist: Oliver Egloff (Chef de vente).

Administration: Marc Moser.

Impression:

Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne.

Trage: 11 157 Ex. contrôlés REMP 2003, 20 000 Ex. imprimés

Prix de vente: (TVA incl.)

Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Contacts:

Adresse: Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

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

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

E-Mail: tr@swisshotels.ch

Abonnements:

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

E-Mail: abo@swisshotels.ch

Annexes:

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

E-Mail: inserate@swisshotels.ch

Publicist:

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

E-Mail: inserate@swisshotels.ch

Internet: www.swisshotels.ch

stellen revue marché de l'emploi

NR. 25 / 17. JUNI / 17 JUIN 2004



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

hotel+tourismus revue



Wir sind ein mit viel Natur umgebenes 4*-Erstklasshotel und befinden uns auf der Sonnenseite von Zürich. Zur Betreuung der rund 130 Mitarbeitenden des Hotels Dolder Waldhaus, der Zentralwäscherei und der Sportbetriebe suchen wir eine fachlich versierte, gewinnende und belastbare Persönlichkeit als

Personalverantwortliche/r

In dieser Schlüsselfunktion sind Sie für sämtliche HR-Aufgaben zuständig, Rekrutierung und Betreuung der Mitarbeitenden, Beratung und Unterstützung der Abteilungsleiter bei verschiedenen Führungsaufgaben, Erstellung und Verwaltung diverser Dokumente aus dem Bereich der Personaladministration (Arbeitsverträge, Zeugnisse, Inserate, div. Korrespondenz), Lohnbuchhaltung, Lohnbuchhaltung usw.

Wir wenden uns an eine engagierte, aufgeschlossene Person, welche gerne selbstständig arbeitet, über eine rasche Auffassungsgabe verfügt und gut organisiert ist. Eine hohe Sozialkompetenz sowie Überzeugungskraft sind ebenfalls ein Muss. Sie verfügen über einen Hotelfachschulabschluss und bringen mehrjährige Erfahrung in sämtlichen Gebieten des Personalwesens in der Hotellerie/Gastronomie mit. Ausserdem verfügen Sie über stilicheres Deutsch und sprechen Englisch und Französisch.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Absolute Diskretion ist für uns selbstverständlich.

Hotel Dolder Waldhaus
Béat P. Zeller, Direktor
Kurhausstrasse 20, Postfach, 8030 Zürich
www.dolderwaldhaus.ch

162274



SEEDAMM
PLAZA

KONGRESSE · HOTEL · SEMINARE

PFÄFFIKON SZ
GANZ OBEN AM ZÜRICHSEE

**** Hotel, Seminar- und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA, direkt am Zürichsee, mit rund 50 Seminar- und Kongressräumlichkeiten, aktuellster Infrastruktur, zwei à la carte Restaurants, einem grossen Bankettbereich und 142 Hotelzimmer mit modernstem Komfort und Casino Zürichsee.

You've got the power?
We've got the challenge!

So herausfordernd wie unser Betrieb ist auch die Stelle als:

AssistentIn/StellvertreterIn des Bankettleiters

(Eintritt per Mitte August 2004)

Aufgabenbereich

- Mitverantwortung im gesamten operativen Bankettbereich
- Erreichen der gemeinsam erarbeiteten qualitativen und quantitativen Ziele
- Stellvertretung des Bankettleiters
- Betreuung der lokalen und internationalen Gäste
- Mitkoordination und Führung der 50 Teilzeitarbeitnehmer

Tatsachen

- flexible und dynamische Organisationsstruktur
- moderner Wirkungskreis
- verantwortungsvolles Arbeitsumfeld
- selbständige und herausfordernde Tätigkeit

Sie sind

- erfahren im F&B-Bereich
- die Gastgeberin, welche Akzente setzt
- flexibel und belastbar
- ein Organisationstalent
- mehrsprachig

Interessiert? Senden Sie Ihre Unterlagen, oder informieren Sie sich telefonisch bei: Ursula Keist, Team Coach, SEEDAMM PLAZA, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon SZ
Telefon: 055 417 17 01, Fax: 055 417 17 02

E-Mail: ursula.keist@seedamm-plaza.ch
www.seedamm-plaza.ch

162234

Das Haus mit Bad Bubendorf



Lassen Sie sich von uns herausfordern?
Wir suchen eine kreative Persönlichkeit die ab August - September 2004 als

Küchenchefin/Küchenchef

die Leitung unseres 14 frau- und mann-starken Küchenteams übernimmt und die Philosophie unseres Baselbieter Landgasthofes „Das Haus mit Herz“ über einen längeren Zeitraum mitprägt und mitgestaltet.

Sind Sie Feuer und Flamme? Dann sprechen Sie mit Beat Rohrbach, unserem jetzigen Küchenchef oder mit Roland Tischhauser, unserem Gastgeber, über die attraktive Stelle in einem aussergewöhnlichen Gastrobetrieb im Baselbiet.

Weitere Infos über uns Haus unter www.badbubendorf.ch

Hotel Bad Bubendorf
Kantonstrasse 3, 4416 Bubendorf/BL
Telefon 061 935 55 55 info@badbubendorf.ch

162261



ServicemitarbeiterIn

www.12apostel.ch (über uns / jobs)

oder
Telefon 01 252 52 12
Philipp S. Aegler

Restaurant XII Apostel
Seefeldstrasse 5
8008 Zürich

162284



FREDDY BURGER MANAGEMENT

HOTEL LAUDINELLA

KULTUR KONGRESSE FERIEN

CH-7500 St. Moritz

Haben Sie auch etwas gegen leere Hotelbetten, lange Leitung am Telefon, floskelhafte Korrespondenz und eine verschnarrte Organisation im Allgemeinen?

Dann sind Sie bei uns richtig als

Stv. Reservationsleiter/in

Unser Hotel Unique mit rund 80 000 Übernachtungen jährlich betreibt ein breites Kultur- und Veranstaltungsprogramm und vier Restaurants.

Wir würden unsere Bettenbelegung gerne um einige Punkte erhöhen und suchen dazu per sofort fachkundige Unterstützung in Jahresstelle.

Sie verfügen über eine kaufmännische Hotelausbildung, einige Jahre Berufserfahrung, gute EDV-Kenntnisse Fidelio, sind dreisprachig (D/E/I) in Wort und Schrift und arbeiten gerne in einem flotten, jungen Team.

Schauen Sie herein auf www.laudinella.ch, holen Sie vorab bei unserer Empfangschefin Stefanie Gärtner (Tel. direkt 081 836 06 08) nähere Auskünfte ein und bewerben Sie sich bitte handschriftlich mit den üblichen Unterlagen bei:

Josef Planzer, Direktor, oder Agnese Bronzini, Vize-Direktorin
Hotel Laudinella
CH-7500 St. Moritz
Telefon: +41(0)81 836 06 04
Fax: +41(0)81 836 06 05
Mail: staff@laudinella.ch

162263 P

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

www.gastrouisse-jobservice.ch

Stellen in jedem Bereich
- für jede Funktion
- zu jeder Jahreszeit

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 55 33
Fax 01 371 55 90
E-Mail: jobservice@gastrouisse.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

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

Personalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@swiss-hotels.ch

htr

Vom Nachtportier
bis zum Sales Manager.

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

www.gastrojob.ch

Grosstes 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

SV

catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie und Teil der internationalen SV Group. Wir sind die Spezialistin im Business-, Care- und Event-Catering sowie im Hotelmanagement. Mit frischen Ideen bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld SV Business suchen wir per **1. Juli 2004** oder nach Vereinbarung einen

Restaurant Manager

100 % (m/w)

Per Anfang August 2004 erfolgt die Neueröffnung unseres neukonzipierten Personalrestaurants in Glattbrugg. Für einen erfolgreichen Start suchen wir eine junge, dynamische und organisationsstarke Gastgeberpersönlichkeit. Sie sind verantwortlich für die gesamte Betriebsführung (2 Mitarbeitende), die Mahlzeitenproduktion und dem Verkauf sowie das Erreichen der vereinbarten Ziele und Budgets. Gästebetreuung, Sicherstellung eines innovativen und abwechslungsreichen Angebots sowie administrative Arbeiten mittels PC gehören ebenso zu Ihren Aufgaben wie die Kontrolle und Mithilfe bei der Einhaltung der Hygienevorschriften, des Lebensmittelgesetzes und der ISO-Norm 9001.

Ihr Profil

- Lehre als Koch oder gleichwertige Ausbildung mit mehrjähriger Praxis in der Systemgastronomie
- Fronterfahrung
- Führungserfahrung
- kommunikative und kundenorientierte Persönlichkeit
- innovativ und verantwortungsbewusst

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Petra Sachs, Human Resources Consultant, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon +41 1 385 52 47. Zusätzliche Informationen finden Sie unter www.sv-group.com.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

Petra Sachs
Human Resources Consultant
SV (Schweiz) AG
Neumünsterallee 1
CH-8032 Zürich

SV

162300

Persönlichkeit ab 30 mit Ausbildung und Praxis als

HOTELFACHASSIST

50 bis 100%

TEAMLEITERIN

SCHMID Complete Room-Service

Abwechslung macht die Arbeit interessanter. Weil wir von SCHMID Hotels mit Wäsche ausstatten und Gästezimmer sauber machen, werden Sie im Raum Bern, Basel, Aarau und Zürich gleich in mehreren Hotels tätig sein. Als initiative, mobile und flexible Persönlichkeit mit gepflegtem Auftreten, guten Umgangsformen, kundenorientiertem Denken und Führungserfahrung werden Sie unseren Bereich Complete Room-Service leiten. Im operativen Tagesgeschäft sichern Sie durch die Koordination von Kundenwünschen, Terminen, Wäschebestand und Mitarbeitenden die hohe Qualität der Dienstleistungen. Sie optimieren Arbeitsabläufe, kontrollieren Sauberkeit und Korrektheit der Arbeit nach Kalkulation und Nachkalkulation. Sie fördern das Verständnis Ihres Teams für Hygiene, Genauigkeit und Effizienz. Auch für die Kommunikation mit den Kunden und ihrer nachhaltigen Zufriedenheit sind Sie zuständig. Und Sie bringen Ideen ein und empfehlen Massnahmen für Leistungssteigerung und Einsparung. Ihre Qualifikation aufgrund der hotelfachlichen Ausbildung und mehrjährigen Praxis, der Weiterbildung in Organisation und Führung lohnen unsere guten Anstellungsbedingungen. Daniel Waldmeier freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. Diskretion garantiert.

SCHMID
Sauberkeit, die Menschen anzieht

SCHMID TEXTILREWEAVING AG
Alter Badliweg, CH-5034 Suhr
FON 062 855 845 5, FAX 062 855 845 1
E-mail: geschaeftsleitung@schmid-terewa.ch

162275

BEREST AG

Unternehmensführung, Beratung und
Treuhand für Hotels und Gastronomie

Die Chance

Für einen anspruchsvollen 3-Stern-Ganzjahresbetrieb in der Ostschweiz suchen wir Sie als:

operative/n Leiter/in

Sie ergreifen die Verantwortung und führen das moderne Ferien- und Seminarhotel mit gepflegter Gastronomie erfolgreich in die Zukunft.

Engagement und Durchsetzungsvermögen sind Ihre Stärken und Sie bestechen durch Ihren gepflegten, attraktiven Auftritt. Nach der abgeschlossenen Hotelfachschule oder einer vergleichbaren Ausbildung haben Sie einige Jahre Branchen- und Führungserfahrung gesammelt. Ihr lückenloser Berufsweg weist erste beachtliche Erfolge in KMU-Betrieben vor.

Ihren Einsatz für Haus und Gäste belohnen interessante Verdienstmöglichkeiten, ein tolles Team und das Wirken in einer ländlichen Umgebung mit hoher Lebensqualität. Wir sind gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Johann Rudolf Meier
BEREST AG
jr.meier@berest.com
www.berest.com

162277

Thammerstrasse 30 • 4009 Basel
Telefon 061 228 95 55
Fax 061 228 95 59



Für eines unserer beiden Hotels
HOTELLERIE GEROLDSWIL
Geroldswil-Zürich
und

HOTEL SOMMERAU-TICINO
Dietikon-Zürich
suchen wir per sofort
oder nach Vereinbarung

CHEF DE SERVICE

Als Assistent des F&B Managers organisieren Sie den Restaurations- und Bankettbetrieb. Zudem sind Sie verantwortlich für das Bestellwesen, also ein interessantes und selbstständiges Arbeitsumfeld.

Wir erwarten eine gute Berufsausbildung/-erfahrung (auch um unsere Lehrlinge zu betreuen), um auch Bankette und Kongresse von mehreren 100 Personen zu organisieren und durchzuführen. Mitarbeiten, Führen mit natürlicher Autorität und Reife und die Gästebetreuung zu pflegen, das sind Prioritäten dieser intensiven, sehr interessanten Herausforderung. Erfahrung mit WINOFFICE.

Geboten wird nebst guten finanziellen Konditionen ein attraktiver, intensiver und ausbaufähiger Arbeitsplatz in einem top modernen Betrieb mit 72 Zimmern, diversen Restaurants, Bar und Kongress- und Bankettmöglichkeiten bis mehrere 100 Plätze.

Interessiert? Dann kontaktieren Sie:
FRAPOLI BETRIEBE AG, Elio Frapoli
Zürcherstrasse 72, 8953 Dietikon
www.sommerau-ticino.ch

162282
KV_17349H

Das Radisson SAS Hotel St. Gallen ist ein Vier-Sterne-Hotel mit 123 Zimmern, Suiten und Appartements im Zentrum von St. Gallen. Zum Hotel gehört ein Konferenzbereich für bis zu 200 Personen, das euro-asiatische Restaurant «Voyage» sowie eine Bar.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per August/September 2004 noch folgende Mitarbeiter:

Restaurant Supervisor

Sie sind ein Gastgeber aus Leidenschaft, ein Organisationstalent und sehr zielstrebig. Gemeinsam mit Ihrem Team sind Sie motiviert, die gesteckten Ziele im Restaurant zu erreichen.

Servicemitarbeiter/in

Sie sind ebenfalls sehr zielstrebig und freuen sich auf eine abwechslungsreiche Tätigkeit in den Bereichen Restaurant, Meeting & Event sowie an der Bar.

Haben wir Ihr Interesse geweckt und suchen Sie eine Herausforderung in einem jungen, aufgestellten Team, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

Radisson SAS Hotel St. Gallen
Simone Strässle
St. Jakob-Strasse 55
9000 St. Gallen
Tel. 071 242 12 14
www.radissonsas.com
www.tagungen-st-gallen.ch

Radisson SAS

162296

GRAND CIRCLE CRUISE LINE

DO YOU STRIVE FOR EXCELLENCE? WE DO!

Grand Circle Cruise Line is one of the fastest growing companies in the river cruise business with projects in new areas worldwide. At present we are operating thirteen four- and five star ships on the European rivers. We are currently offering the following position, based in Basel (Switzerland)

NETWORK-MANAGER LAN

The successful candidate has 4-6 years professional experience in MIS and a proven ability to work with vendors and co-ordinate support. Excellent communication and telephone support skills, including proficiency in conversational and written English and German are required. Technical knowledge of WINDOWS 2000, XP, LOTUS NOTES and FIDELIO MICROS including hands on experience with systems administration, tape backup/recovery, software distribution and excellent problem solving skills required also in terms of connectivity between our ships and office as well as replication of data base.

Support of ORACLE data base would be a plus. Additional requirements include a working knowledge of MS Office and a variety of other desktop applications. The candidate has to be able to thrive and perform in a demanding, fast paced environment and work both individually and as a part of a team. Travel required and will represent up to at least 80 % of the job.

Please send your complete application with photo to the following address. Your application will be treated confidentially.

GRAND CIRCLE CRUISE LINE
Dorothee Lindeman
Gerbergasse 13, 4001 Basel
Tel. 061 260 26 60
Fax: 061 260 26 00
Mail: dilindeman@gct.com
www.gct.com

162307

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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

Gastro help
Stellenvermittlung

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

Adecco
HOTEL & EVENT



Temporär-, Dauer- und Kaderstellen

Sous chef

Einem ambitionierten Berufsmann bietet sich in diesem gehobenen à la carte-Restaurant in Zürich die Chance, seinen Karrierestart weiter auszubauen. Sie unterstützen den Küchenchef in allen Belangen der Organisation, Planung und Mitarbeiterführung und arbeiten natürlich aktiv mit. Sie bringen viel Freude, Ideen und Motivation ein und haben Ihre Laufbahn bisher erfolgreich verfolgt. Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Carmen Thaddey 01 297 79 79
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

Jungkoch w/m

Für einen vielseitigen Betrieb in der Stadt St. Gallen suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen motivierten Jungkoch. Sie schätzen den Umgang mit Frischprodukten, lernen gern Neues hinzu und das Wohl des Gastes steht für Sie stets im Mittelpunkt. Zudem zeichnen Sie sich durch exaktes und speditives Arbeiten aus. Wenn Sie schon bereit sind, ein hohes Mass an Verantwortung zu übernehmen und tägliche Höchstleistungen zu bringen, dann sind Sie die richtige Person für diesen gut gehenden Betrieb mit regionaler und internationaler Küche. Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen.
Urs Kläger 071 228 33 43
Poststrasse 15 | 9001 St. Gallen | st.gallen.hotelevent@adecco.ch

**Servicefachangestellte
Commis de cuisine | Chefs de partie w/m**

Jungen, aufgestellten, ambitionierten Berufsfrauen und -männer können wir tolle Stellen im Raum Zürich und Aargau anbieten. Sei es Vier-Sterne-Hotel, Landgasthof, Personalrestaurant, Trendlokal, Spital, oder Punkte-Küche, ob mit Zimmerstunde, im Schichtdienst oder Tagesdienst, ob temporär, für eine Saison oder in Jahresstelle: Wir haben, was ihr Herz begehrt. Melden Sie sich noch heute bei mir.
Martin Meyer 01 297 79 79
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | zuerich.hotelevent@adecco.ch

Streitgasse 20 | 4010 Basel | 061 264 60 40
Marktstrasse 32 | 3000 Bern 7 | 031 310 10 10
Grabenstrasse 40 | 7000 Chur | 081 258 30 75
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | 041 419 77 66
Bd. Jaques-Dalcroze 7 | 1204 Genève | 022 718 44 77
Petit Chêne 38 | 1001 Lausanne | 021 343 40 00
Rue des Terreaux 7 | 2001 Neuchâtel | 032 722 68 88
Viale S. Franscini 30 | 6901 Lugano | 091 910 20 30

www.adecco.ch

Making people
successful in a changing world

Traumjob nicht dabei?

Wir haben immer tolle Stellenangebote für

**Receptionisten | Hotelfachassistenten | Betriebsassistenten
Personalassistenten | Chefs de service**

Kontaktieren Sie die Filiale in Ihrer Nähe.
Wir finden für jeden die richtige Stelle – kostenlos und unverbindlich.

Küchenchef

Wir ...
... sind sehr bekannt für unsere qualitativ hochstehende und frische Küche
... sind ein Gourmet- und ein Familienrestaurant mit vielen Banketten
... sind in der Region Zürich/Zug/Bremgarten
Sie ...
... sind verständnisvoll für Neues und bereit dieses kreativ und lustvoll umzusetzen
... arbeiten gerne im Team
Es erwartet Sie ...
... eine kleine Brigade mit 2 Köchen und Hilfspersonal
... eine grosszügige, moderne Küche im Kelleramt (15 Min. von Bremgarten / 20 Min. von Zürich)
Melden Sie sich unter Chiffre S 007-778010 an Publicitas SA, Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.
162229

**Lindner Grand Hotel
BEAU RIVAGE**

Interlaken
Grande Dame –
zwischen Bergwelt und Tradition.

Das Lindner Grand Hotel Beau Rivage ist ein traditionsreiches ****Hotel mit 101 Gästezimmern, einem Gourmetrestaurant, diversen Seminar- und Bankettmöglichkeiten, einem Ballsaal und einer Hotelbar. Unsere Gäste sind internationaler Herkunft und je nach Saison beherbergen wir mehr Privat- oder Semingäste.

Wir suchen per Mitte Juli oder Anfang August 2004 eine motivierte Unterstützung unseres Teams als

Leiter Personalwesen m/w

Wir erwarten:
– Erfahrung im Bereich Human Resources
– Erfahrung mit dem Lohnsystem MIRUS von Vorteil
– sowie Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch, Französisch
– EDV-Kenntnisse

Wir suchen per Mitte August oder Anfang September 2004 eine motivierte Unterstützung unseres Teams als

F&B-Assistent/in

Wir erwarten:
– Erfahrung im F&B-Bereich
– Fundierte Kenntnisse in Fidelio und MFPOS
– Erfahrung im Einkauf sowie Lagerverwaltung
– Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch, Französisch
– Erfahrung im Veranstaltungsbereich

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

Lindner Grand Hotel
BEAU RIVAGE
Silke Schmitt
Höheweg 211
3800 Interlaken
Telefon 033 826 70 07
Telefax 033 826 70 09
silke.schmitt@lindnerhotels.ch
www.lindnerhotels.ch



KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN

KKL
Luzern

Das KKL Luzern ist ein einzigartiges Kultur- und Kongresszentrum im Herzen der Zentralschweiz. Jährlich besuchen über 400 000 Gäste dieses faszinierende Werk des französischen Architekten Jean Nouvel. Die über 700 Konzert- und Tagungsereignisse im Jahr sind eng verknüpft mit massgeschneiderten kulinarischen Erlebnissen für Veranstalter und Gäste. Die KKL Luzern Management AG sucht nach Vereinbarung eine/n

Chef Pâtissier/Pâtissière

Sie sind eine Persönlichkeit mit Erfahrung und Flair für besondere Kreationen und wissen individuelle Kundenwünsche in verführerische Angebote umzusetzen. Ihr ausgeprägtes Talent für die Organisation in einer anspruchsvollen Bankettküche kommt Ihnen für die Planung und Durchführung grosser Bankette mit bis zu 1800 Personen zustatten. Sie führen ein Team von zwei Mitarbeitenden und sind unter der Leitung des KKL Küchenchefs verantwortlich für die kreative Herstellung von Desserts und Patisserie im KKL Style.

Ihre fachliche Ausbildung sowie Ihren Leistungsausweis haben Sie sich in anspruchsvollen Häusern erworben. Sie weisen sich durch eine ausgeprägte Qualitäts- und Gästeeorientierung aus und verstehen es, Mitarbeitende motivierend zu führen. Wir erwarten von Ihnen ein überdurchschnittliches Engagement, Flexibilität und Enthusiasmus für das KKL Luzern.

Das KKL Team freut sich auf eine Leitung Patisserie, die ihre Aufgaben mitdenkend für das gesamte Haus gestalten will und sich mit diesem modernen Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Luzern identifiziert.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an die KKL Luzern Management AG, Human Resources, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Für Fragen steht Ihnen gerne Beat Schmidt, Leiter Gastronomie, unter Tel. 041 226 70 42 zur Verfügung.

Weitere Informationen finden Sie unter www.kkl-luzern.ch

KKL
culture
convention
cuisine
experience

162301

HOTEL-RESTAURANT
GOLDENER SCHLÜSSEL
MARIANNE + JOST TROXLER
RATHAUSGASSE 72 CH-3011 BERN
TELEFON 031 311 02 16

PLANEN SIE IHRE ZUKUNFT IN DER BERNER ALTSTADT!

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft

DIREKTIONSASSISTENT/IN

Sie sind Absolvent/in einer Hotelfachschule, sprechen D/F/E in Wort und Schrift, fühlen sich wohl an einer kleinen Réception mit regem Gästekontakt, führen mit Freude eine mittlere Servicebrigade und schätzen die Vertretung der Direktion in einem familiär geführten und beliebten Zwei-Stern-Hotel. Eine junge, unternehmerisch denkende Persönlichkeit mit gewinnender Ausstrahlung richtet die Bewerbungsunterlagen an Hrn. J. Troxler:

HOTEL-RESTAURANT
GOLDENER SCHLÜSSEL
RATHAUSGASSE 72
3011 BERN
TELEFON 031 311 02 16

162193



Andermatt Gotthard Sportbahnen AG

Erlebnis pur – Bergpanorama und Gletscherwelt
Professionelle Beförderung und Bewirtung unserer Gäste

Sonnenauf- und Untergänge von einer der höchstgelegenen Schnee- und Bergsportregionen der Schweiz zu erleben gehören zu den Privilegien der Mitarbeiter der Bergbahnunternehmung Andermatt Gotthard Sportbahnen AG. Der freundliche Umgang mit unseren Gästen, die Aufbereitung kulinarischer Höhepunkte, die Toppräparation von Pisten, der Unterhalt und Betrieb von Seilbahnanlagen, die Sicherheit der Gäste sowie die Sicherstellung des Rettungsdienstes bedingt eine professionelle und verantwortungsvolle Aufgabenwahrnehmung aller Mitarbeiter. Wir haben eine klare Zielsetzung, verwöhnen unsere Kunden und verfügen über eine finanziell gesunde Struktur. Als kommunikative(r) und führungsorientierte(r)

Leiter(in) Finanzen und Administration

Sind Sie für den nachhaltig optimierten finanziellen Erfolg der Gesellschaft verantwortlich. Bei den Mitarbeitern sind Sie eine vorbildliche und geachtete Unternehmerpersönlichkeit, die Führungs- und Förderungsverantwortung wahrnimmt, für die Controlling kein Fremdwort ist und die optimierte Organisations- und Prozessstrukturen im Bereich der Finanzen, Administration, Dienste, Personelles und Informatik definiert. Sie haben Freude sowohl im Umgang mit Menschen als auch an der Technik und schätzen diese umfassende Aufgabe als Mitglied der Geschäftsleitung als eine Herausforderung ein. Idealerweise sprechen wir Personen mit 3 bis 5 Jahren direkter Führungserfahrung im Alter von 30 bis 45 an, welche gerne Verantwortung übernehmen, nach innen und nach aussen lösungs- und kommunikationsorientiert arbeiten, ein gesundes Mass an Selbstvertrauen mitbringen und Freude an einer faszinierenden Bergwelt verspüren. Sie absolvierten eine höhere betriebswirtschaftliche oder touristische Ausbildung mit entsprechendem Flair für zusätzliche Disziplinen wie Marketing und Verkauf. Sie sind bereit zu lernen und eine echte, ausbaubare Position anzunehmen. Dazu sprechen Sie fließend Deutsch, Englisch als auch Italienisch – weitere Sprachen sind von Vorteil.

Check
Fühlen Sie sich von dieser vielseitigen und führungsorientierten Aufgabe angesprochen? Wenn ja, dann packen Sie die Chance, prüfen weitere Infos zur Gesellschaft unter www.gemsstock.ch und senden Ihre Bewerbungsunterlagen per Post bis am 25. Juni 2004 an folgende Adresse:

Persönlich
Herr Peter Heinzer
Andermatt Gotthard Sportbahnen AG
Direktor
Gotthardstrasse 110
6490 Andermatt

162237



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

Für unser asiatisches Restaurant Silk Road No. 88 suchen wir eine/n

asiatische/n Servicefachangestellte/n

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

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

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



SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

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

hotel
montana
zürich

Für unser charmevolles 3**-Stadthotel mit 74 Zimmern und dem Bistro/Bar «Le Lyonnais», nur 3 Minuten vom Hauptbahnhof Zürich, suchen wir nach Übereinkunft eine freundliche und einatzfreudige

Gouvernante

Schätzen Sie den täglichen Kontakt zu Gästen aus aller Welt in einem pulsierenden Stadthotel ... möchten Sie zusammen mit einem jungen, motivierten Team Aussergewöhnliches leisten? ... sind Sie zielstrebig und ehrgeizig?

Wenn Sie bereits über Erfahrung im Bereich Housekeeping verfügen, gerne eine interessante und abwechslungsreiche Aufgabe mit Verantwortung übernehmen möchten, dann freuen wir uns, Ihnen bei einem persönlichen Gespräch mehr über diese Stelle erzählen zu können!

Rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen.

Hotel Montana, Karsten Hormann
Konradstrasse 39, 8005 Zürich
Tel. 043 366 60 00, Fax 043 366 60 10
www.hotelmontana.ch / k.hormann@hotelmontana.ch



162288

AG

ACTIVE GASTRO ENG

Karrieren à la carte Jungkoch / Chef de partie (w/m)

Für einen geschmackvollen Betrieb an bezaubernder Lage in Zürich suchen wir junge Berufsläufer mit abgeschlossener Kochlehre. Als Chef de partie bringen Sie 2-3 Jahre Erfahrung in der Gourmetküche mit.

Sous-chef (w/m)

Wir suchen die rechte Hand des Küchenchefs. Das Führen und Schulen einer grossen Brigade fällt Ihnen leicht. Für einen beliebigen Grossbetrieb im Herzen von Zürich mit einem Top-Speisekoll und grossen Bankettmöglichkeiten.

Küchenchef (w/m)

Sie verfügen über mehrere Jahre Erfahrung in der Top-Gastronomie. Als Küchenchef erwarten wir von Ihnen ein ausgeprägtes Organisations Talent, einen fairen Führungsstil und ein gesundes Durchsetzungsvermögen. Es erwartet Sie ein 4*-Hotel auf dem Platz Zürich mit GM-Funktion.

Service (w/m) SO frei

Gepflegtes Trend-Speisekoll in Zürich sucht einen Servicefachprofi. Sie haben eine Servicelehre abgeschlossen oder bringen mehrere Jahre Serviceerfahrung mit.

Chef de Service (w/m)

Sie lieben den klassischen Service. Sie verfügen über einige Jahre Führungserfahrung oder haben die Hotelfachschule absolviert. Eine prachvolle Oase, mitten im Grünen, aber doch sehr nahe am Zentrum der Stadt Zürich.

Betriebs-Assistent (w/m)

Für einen gepflegten Restaurationsbetrieb in der Stadt Zürich suchen wir einen Betriebsassistenten mit abgeschlossener Hotelfachschule oder gleichwertiger Ausbildung. Sie lieben die Front und geniessen den Kontakt zu den Gästen.

Etagengouvernante (w/m)

Sie wissen Schönes zu pflegen und sind eine gute Motivatorin für die Etagen-Crew. Sie haben Ihre Hoteljahre in einem 4*- oder 5*-Hotel absolviert und bringen 1-2 Jahre praktische Erfahrung mit. Wunderschöner 5*-Hotelbetrieb in der Stadt Zürich.

Réception (w/m)

Sie lieben es eine internationale Gästeschar mit Ihrem Sprachenflair zu umsonen. Wir suchen für ein internationales 4*-Kettenhotel in Zürich eine extrovertierte Persönlichkeit, die auch in Stresssituationen den Durch- und Überblick behält.

Leiter Gastronomie (w/m)

Für ein neues Projekt einer innovativen Grossunternehmung in Zürich suchen wir den Vollblutgastronom. Neben dem, dass Sie voll an der Front mitarbeiten, beehren Sie die Planung und Realisierung des neuen Restaurant- und Foodkonzepts. Bestbekanntes Grossunternehmen in der Stadt Zürich.

Sales Account Manager (w/m)

Wir suchen eine verkaufstarke Persönlichkeit im Alter von 25-35 Jahren. Sie beraten Ihre Kunden in allen Belangen, sind verantwortlich für den Verkauf des Hotels und zusätzlich unterstützen Sie das Verkaufsbüro dieser Ketten-Unternehmung in der Region Zürich. 3*-Geschäftshotel am Rande der Stadt Zürich.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter www.activegastro.ch. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

01 432 73 73

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

Wir suchen für unsere Kunden in

Bern, Basel, St. Gallen

Gouvernanten Hausdienstleiterinnen

Pensen zwischen 60 und 100% möglich. Eintritt sofort oder nach Vereinbarung.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung per Post, Fax oder Mail an:

CRS Daniela Kälin Postfach 1923 8065 Zürich
Fax 01 808 99 98 Daniela.Kaelin@crsms.ch

AutoGrill

People on the move.

Zur Ergänzung unseres Food & Beverage Teams am Standort Autobahnraststätte Pratteln

suchen wir per 1. Juli 2004 oder nach Vereinbarung eine dienstleistungsorientierte und kommunikative Persönlichkeit als

Assistentin des Managers Restaurant (w/m) 100 %

Für unsere drei Restaurants auf der Autobahnbrücke in Pratteln wird eine dynamische und organisationsstarke Persönlichkeit gesucht. Sie sind verantwortlich für die Unterstützung aller Betriebe ca. 100 MitarbeiterInnen, sowie für das Budget und das Erreichen der vereinbarten Ziele. Gästebetreuung, Sicherstellen eines innovativen und abwechslungsreichen Angebots. Organisation und Durchführung von Anlässen sowie administrative Arbeiten mittels PC gehören ebenso zu Ihren Aufgaben wie die Kontrolle und Mithilfe bei der Einhaltung verschiedener Vorschriften.

Ihr Profil

- Fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe (Ausbildung in der Küche oder im Servicebereich)
- Erfahrung in der Systemgastronomie
- Erfahrung in der Führung eines grösseren Betriebes
- Einsatzfreudig und begeisterungsfähig
- Organisations- und Verkaufstalent
- Sehr gute Administrations- und PC-Kenntnisse
- Kenntnisse in der Qualitätssicherung und Betriebswirtschaft/Controlling
- Hotelfachabschluss von Vorteil

Wir bieten

- Entwicklungsfähige Stelle mit grossem Handlungsspielraum
- Gute Entlohnung und Sozialleistungen
- 5 Wochen Ferien
- Angenehmer Arbeitsplatz
- Kollegiales und innovatives Führungsteam

Ihre komplette schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Autogrill Pratteln AG, Ursula Stalder, Human Resources, Gözsisbodenweg 22, 4133 Pratteln



Engadin: Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir ca. per 1. Juli oder 1. August 2004 junge, aufgestellte

Servicearbeiter/In – Kellner/In

Wir bieten guter Lohn, Kost und Logis im Haus und geregelte Arbeits- und Freizeit. Unser 3-Stern-Hotel mit Speiserestaurant und grosser Terrasse befindet sich auf einer schönen Sonnenterrasse zwischen Scuol und St. Moritz.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns an, kommen Sie vorbei oder schreiben Sie eine Bewerbung. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Hans-Peter Rubi
Silencehotel Piz Buin
CH-7545 Guarda
Tel. 0041 81 861 3000
Fax 0041 81 861 3015
info@pizbuin.ch
www.pizbuin.ch



Das Schweizerische Epilepsie-Zentrum mit 430 Mitarbeitenden behandelt, berät und unterstützt anfallsranke Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Menschen mit Epilepsie finden hier eine spezialisierte Betreuung in der Poliklinik, in der Klinik oder im Wohn- und Arbeitsbereich.

Für die Führung unserer Reinigung suchen wir per 1. September 2004 oder nach Absprache eine aufgestellte Persönlichkeit als

Leiter/in Reinigung 100 %

Zu den Aufgaben gehören die Führung der 30 Mitarbeitenden der Abteilung Reinigung, das Erstellen der Arbeits- und Dienstpläne und die Überwachung und Kontrolle der Reinigungsarbeiten. Die Abteilung Reinigung untersteht dem Bereich Hotellerie.

Liegen Ihre Stärken in der Organisation und Führung von Mitarbeitenden? Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufslehre inklusive Weiterbildung und möglicherweise Erfahrung im Heim- und Spitalbereich? Übernehmen Sie gerne Verantwortung im Einkauf, in der Lagerbewirtschaftung und in der Administration? Verfügen Sie über EDV-Kenntnisse? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Für weitere Fragen steht Ihnen Herr A. Kammer, Leiter Hotellerie, Tel. 01 387 66 70, gerne zur Verfügung. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das Schweizerische Epilepsie-Zentrum, Personaldienst, Herr M. Bisang, Bleulerstr. 60, 8008 Zürich.

www.swissepipi.ch



HOTEL UND
RESTAURATIONSBETRIEBE
DER THERMALQUELLE AG,
5330 ZÜRICH
TURMHOTEL***

An einem Ort arbeiten, wo Gesundheit, Fitness und Wellness sowie Erholung und Wohlbefinden gross geschrieben werden. Wir suchen per September oder nach Über-einkunft in Jahresstelle

• Réceptionist/in

(Sprachen F, E)

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung, Erfahrung im Frontbereich sowie PC-Anwender-Kenntnisse in Fidelio V8 und Word. Mithilfe in der Kreditorenbuchhaltung.

Eigenmotivation, Belastbarkeit, Flexibilität und Spass an der Arbeit runden das Idealprofil ab.

Wir sind ein lebhaftes Unternehmen mit grossem Entwicklungspotential. Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Marianne Leu unter der Tel.-Nr. 056 265 24 40 gerne zur Verfügung.

chur/graubünden

commis de rang

für restaurant salt'n pepper / track no7 bar
uns interessieren junge, erfrischende profis, trendy und innovativ

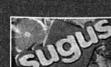
interessiert?
deine vollständigen unterlagen sende bitte an:

mainstation gastro company
mainstation 1901, 7000 chur
tel 0812 866 800
email: info@salt-n-pepper.ch

BAR
Cafe

Salt'n Pepper
THE RESTAURANT

Menschen machen Marken



Ihre Zukunft mit Kraft Foods

Mit Erfolgsmarken wie Toblerone, Mastro Lorenzo oder Philadelphia wollen wir zum erfolgreichsten Nahrungsmittelunternehmen der Schweiz und Europas werden. Als eines der weltweit führenden Food-Unternehmen suchen wir starke Persönlichkeiten. Ihnen bieten wir die Chance, sich in einer internationalen Kultur weiterzuentwickeln, um gemeinsam mit uns dieses Ziel zu erreichen. Sind Sie unser zukünftiger

Verkaufsberater Gastronomie

Herausforderungen annehmen
Sie sind verantwortlich für die professionelle Betreuung unserer anspruchsvollen Kundschaft in den Bereichen Hotels, Restaurants, Cafeterias, Institutionen und Betriebsverpflegung im Grossraum Bern. Im Weiteren überzeugen Sie laufend Neukunden von der Qualität und der Sortimentsauswahl unserer Spitzenprodukte. In Zusammenarbeit mit dem Verkaufsinendienst setzen Sie die Verkaufsstrategien um und liefern wertvolle Informationen über Marktentwicklungen und Trends weiter.

Profil zeigen
Sie bringen neben einer abgeschlossenen Berufslehre als Koch oder Konditor eine kaufmännische Weiterbildung mit. Ihr verkäuferisches Flair konnten Sie bereits bei mehrjähriger Erfahrung bei dynamischen Kunden aus Gastronomie und Hotellerie unter Beweis stellen und Ihr gewinnendes, professionelles Auftreten sowie Ihre Einsatzbereitschaft wie auch Belastbarkeit zählen Sie zu Ihren Stärken. Gute PC-Benutzerkenntnisse wie auch gute Französisch-Kenntnisse runden Ihr Profil ab. Ihr Wohnsitz befindet sich im Grossraum Bern.

Der Stellenantritt ist per sofort möglich.

Können wir Ihre Neugier für uns wecken? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Kontakt Kraft Foods Schweiz AG, Anna Lareida - Human Resources
Bellerivestrasse 203, 8032 Zürich, Tel. 01 387 81 06



Kraft Foods
Kraft Foods Schweiz AG
Human Resources
Bellerivestrasse 203
8032 Zürich



Restaurant Pfannenstiel

**Kulinarisch auf der Höhe,
... der Passhöhe**

Das Restaurant Pfannenstiel liegt zwischen Meilen und Egg, auf der Passhöhe. Es verfügt über eine Burebeiz, ein Stübli und eine grosse Gartenterrasse. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen fachlich versierten

Servicefachangestellten (w/m),

der mit viel Charme und Humor unsere Gäste in diesem teils hektischen Betrieb verwöhnt. Perfekte Deutschkenntnisse und eine ruhige, ausgeglichene Art sind für diese Stelle wichtig. Falls kein Auto vorhanden ist, steht ein Zimmer im Hause zur Verfügung.

Oliver Oetjen und Daniel Cassani freuen sich auf Ihren Anruf.

Herrenweg Tel. 01 923 55 44
8706 Meilen Fax 01 923 59 44

E-Mail: info@restaurant-pfannenstiel.ch
Internet: www.restaurant-pfannenstiel.ch

162043



Interessante Stellen Region Neuenburgersee

Für ein ausserordentlich schönes und renommiertes Haus, das in den Bereichen Seminar/Wellness seine Ausrichtung hat, suchen wir:

Küchenchef

Wir erwarten einen kreativen, aktiven Küchenchef, der sowohl in der gepflegten Restauration (à la carte/Tagesrestaurant) wie auch in der Bankett-/Seminarverpflegung Akzente setzt, sehr gut in der Organisation ist und ein mittleres Team motivierend führen kann. Es handelt sich um eine sehr interessante Position mit entsprechender Verantwortung aber auch Vertrauen seitens der Direktion.

Chef de cuisine

Nous recherchons un chef de cuisine créatif et actif qui sait mettre l'accent sur la restauration soignée (à la carte et restaurant du jour) ainsi que sur le département des banquets. Vous êtes un organisateur parfait ayant les capacités de gérer et de motiver une brigade de taille moyenne.

Restaurantleiter/in

Eine ideale Position für eine/n Absolventen der Hotelfachschule oder eine/n gelernte/n Servicefachmann/-frau mit Führungserfahrung, welche/r nebst der Hauptaufgabe Führung der Restaurants und der Bar auch administrative Aufgaben im F&B-Bereich sucht.

Maitre d'hôtel

Une position idéale pour un(e) professionnel(le) du service ou diplômé(e) d'école hôtelière, la tâche principale est la gestion des restaurants et bar, le suivi des tâches administratives en F&B ainsi que la gestion d'une brigade.

Seminarkoordinatorin

Für die Inhouse-Betreuung der Seminargäste (kein Seminarverkauf) suchen wir eine charismatische Fachfrau, die kompetent die Organisation, Betreuung und Durchführung der Seminare innehat.

Wir erwarten Abschluss Hotelfachschule, mind. 2-3 Jahre Berufs- und Führungserfahrung, vorzugsweise in Häusern mit grösserer Seminarabteilung. Sehr gute Sprachkenntnisse D/F/E sowie administrativ sichere Kenntnisse.

Coordinatrice des séminaires

Une professionnelle charismatique et efficace, responsable de l'accueil, de l'organisation et du déroulement de séminaires (pas de vente de séminaires). Diplôme d'une école hôtelière, au minimum 2 à 3 ans d'expérience professionnelle dans des maisons de même renommées. Très bonnes connaissances des langues (français, allemand et anglais) ainsi que des connaissances sûres en administration.

HoReGa Select AG Kaderberatung

Yvonne Hirsbrunner
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch / www.horega.ch

162267



rinerhorn
DAVOS KLOSTERS

Für die Führung unserer Restaurationsbetriebe
Rinerhorn 500 Innen- u. 350 Terrassensitzplätze,
2 Schneebars
Hubelhütte 80 Innen- u. 100 Terrassensitzplätze
RinerLodge 100 Innensitzplätze, 120 Betten u.
30 Stellplätze für Mobilhomes
Scharf Eck Bar an der Talstation

suchen wir auf den nächsten Winter in Jahresanstellung ein qualifiziertes

Leiterpaar

Wir stellen uns vor, dass Sie sich über eine fundierte Ausbildung im gastronomischen wie auch im administrativen Bereich ausweisen können und über praktische Erfahrung in ähnlicher Funktion verfügen. Organisationstalent, natürliche Führungseigenschaften und die Bereitschaft zu einer kooperativen Zusammenarbeit mit der Unternehmensleitung setzen wir voraus.

Ihnen bieten wir eine interessante, anspruchsvolle und ausbaufähige Position mit selbstständiger Führung eines 40-köpfigen Teams sowie entsprechende Entlohnung und gute Sozialleistungen. Die Übernahme der Betriebe in Pacht ist zu einem späteren Zeitpunkt nicht ausgeschlossen.

Gerne gibt Ihnen unser Herr R. Bühlmann nähere Auskunft. Ihre Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:

Bergbahnen Rinerhorn AG, 7277 Davos Glaris
Telefon 081 401 12 52
rinerhorn@davosklosters.ch
www.davosklosters.ch

162281



beau site
hotel/site

FREIE STELLEN IM BEAUSITE

Wir suchen auf Juli (in Jahresstelle)

Receptions-Praktikant(in) (d, e, f)

Hätten Sie Freude

- in einem lebhaften Betrieb herausgefordert zu werden?
- an einem abwechslungsreichen Job?
- auch mitzuhelfen in anderen Bereichen

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung per E-Mail



Familie Max Ritter
Hotel Beausite
3800 Interlaken
info@beausite.ch
033 826 75 75

162230



Unser ****Geschäfts- und Seminarhotel mit 64 Zimmern und einer vielseitigen Restauration ist auf der Aarehalbinsel inmitten der Thuner Altstadt gelegen. Das Hotel Freienhof ist zudem Pächter der gesamten Schiffsrestauration Thunersee mit einer Sitzplatzkapazität von 3500 Personen verteilt auf 8 Schiffe.

Willkommen im Hotel Freienhof!

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir:

Per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Partie Gardemanger m/w

...mit fundiertem Fachwissen, der/die gerne in einem jungen, dynamischen Team arbeitet

Per Anfang Juli oder August

Commis de Cuisine m/w

... der/die sich darauf freut seine Berufkenntnisse anzuwenden und zu erweitern

Per Mitte Juli

Réceptionist/in

der/die Freude daran hat unsere Gäste zu betreuen und zu beraten, gerne ihre/seine D/F- und E-Kenntnisse anwendet und für den/die Fidelio kein Fremdwort ist

Sie sind auf der Suche nach einem abwechslungsreichen Arbeitsplatz mit vielseitiger Herausforderung?

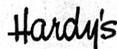
Wir freuen uns darauf Sie kennen zu lernen und sind gespannt auf Ihre interessanten Bewerbungsunterlagen!

Freienhof Thun AG, Hotel und Schiffsrestauration
Fränzi Reber-Frei, Personalchefin
Freienhofgasse 3, 3600 Thun
Tel.: 033 227 50 50 • Fax: 033 227 50 55
www.freienhof.ch, personal@freienhof.ch



Freienhof

162289



Wer hat Spass an der Verkaufsförderung unseres erfolgreichen Pub- und Restaurantbetriebes Verantwortung zu übernehmen?

Wir suchen topmotivierte

Service-Barmitarbeiter/innen

(auch ohne Erfahrung)

Bist du 20 bis 40 Jahre jung und fühlst du dich angesprochen, dann erwarte ich deinen Anruf oder die Bewerbung. Christof Billeter freut sich auf deinen Anruf!

Tel. 062 822 13 40 o. 078 889 27 17
Metzgergasse 4, 5000 Aarau
www.hardys-araau.ch
HALLO@hardys-araau.ch

162270

Wir suchen per 20. Juli oder nach Vereinbarung eine jüngere (21-30 Jahre)

Gouvernante

für unser ****Geschäftshotel mit 45 Zimmern.

Dank Ihrer beruflichen Vorkenntnisse können Sie Ihr Team motivieren, sind kommunikativ, belastbar und flexibel. Eine gepflegte und freundliche Erscheinung sowie gute Umgangsformen sind für Sie selbstverständlich.

Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle, vielseitige und interessante Aufgabe.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen!

HOTEL WELLENBERG
René Hälg, Direktor
Niederdorfstrasse 10
8001 Zürich
www.hotel-wellenberg.ch

162303



Wir suchen per **Mitte August** für 1 Jahr eine engagierte, aufgestellte und pflichtbewusste

Receptionspraktikantin.

Idealerweise sind Sie zwischen 18 & 21 Jahren, absolvieren eine Hotelhandelschule oder ähnliche kaufm. Ausbildung und sprechen Englisch. Wir bieten Ihnen einen Praktikumsplatz in dem Sie gleichsam gefördert und gefördert werden.

Wir sind ein vielseitiges, gästeorientiertes 4-Stern-Businesshotel in der Stadt Baden.

Für unsere Bar suchen wir per **Anfangs September** gepflegte

Bardame

Hotel-Restaurant Linde
Frau Elisabeth Wanner
Mellingerstrasse 22
5400 Baden
056 222 53 85
reservation@linde-baden.ch

Für diese Position stellen wir uns eine kontaktfreudige, verkaufsorientierte Persönlichkeit zwischen 30 und 45 Jahren vor. Sie sprechen Englisch und besitzen Erfahrung in ähnlicher Position, sind flexibel und eigeninitiativ, wodurch Sie selbstständiges Arbeiten gewohnt sind. Ca. jedes 2. Wochenende frei.

162276



Sind Sie naturverbunden und sportbegeistert? Wir bieten Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz am Fusse des Säntis. Für unser ****Familien- und Sporthotel suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung folgende motivierte Mitarbeiter:

Jungkoch/Chef de partie m/w

Direkt dem Küchenchef unterstellt sind Sie hauptsächlich für den Entremetier- und Saucierposten verantwortlich. Sie können ihr fachliches Wissen einsetzen und weiter ausbauen. An den Freitagen des Küchenchefs übernehmen Sie dessen Vertretung.

Servicearbeiter/In/Chef de rang

Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste erfolgreich umsetzen kann und überzeugen durch Qualitäts- und Verantwortungsbewusstsein. Mit Ihrer Passion für Dienstleistung und Verkauf helfen Sie aktiv mit, unsere Erfolgsziele zu verwirklichen. An den Freitagen des Chef de service übernehmen Sie dessen Vertretung.

Zimmer im Mitarbeiterhaus vorhanden. Fühlen Sie sich angesprochen und bringen Sie die entsprechenden Voraussetzungen mit, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Hotel Säntis, Sonja Hild-Moser
9657 Untervasser, Telefon: 071 998 50 20
E-Mail: saentis@beutler-hotels.ch, www.beutler-hotels.ch

162199

HOTEL
LES SOURCES
DES ALPES

RESTAURANT LA MALVOISIE
LEUKERBAD
LOECHE-LES-BAINS

Kleines, aber feines Relais- & Châteaux Hotel in der Walliser Alpen, mit 30 Zimmern und Suiten, dem Restaurant «La Malvoisie», grossem Wellness-Angebot mit Innen- und Aussen-Thermalbad, Beauty-Center, sucht nach Vereinbarung noch folgende motivierte und initiative Mitarbeiter:

Réceptionist/in

Berufserfahrung, Sprachgewandtheit in D/F/E, EDV-Erfahrung, Freude am Gästekontakt.

Commis de cuisine m/w

Kreativer und ambitionierter Berufsmann.

Bitte schicken Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes
3954 Leukerbad
Tel. 027 472 20 00
Fax 027 472 20 01



M. und M. Colombo, Direktorin

162195

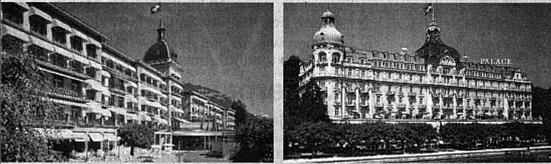


Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

DER GASTFREUNDSCHAFT GEWIDMET



FÜR UNSERE BEIDEN FÜHRENDE LUXUSHOTELS IN INTERLAKEN UND LUZERN
SUCHEN WIR EINE INITIATIVE GEWINNENDE PERSÖNLICHKEIT MIT STIL ALS

PUBLIC RELATIONS MANAGER/IN

BASIEREND AUF ENTWICKELTEN PR-STRATEGIEN BAUEN SIE DIE VIELSEITIGE
MEDIENARBEIT BEIDER HÄUSER ERFOLGREICH AUS UND PFLEGEN INTENSIVEN
KONTAKT ZU IN- UND AUSLÄNDISCHEN MEDIENVERTRETERN- & AGENTUREN.

SIE VERFÜGEN ÜBER EINE FUNDIERTE AUS- ODER WEITERBILDUNG
IN PR UND KOMMUNIKATION UND ÜBER EIN FLAIR ZUR PFLEGE DES BESTEHENDEN
KONTAKTNETZES. IHRE PRAKTISCHE ERFAHRUNG HABEN SIE VORZUGSWEISE
IM BEREICH HOCHWERTIGER DIENSTLEISTUNGEN ODER LUXUSGÜTER ERWORBEN.

DAS VERFASSEN VON TEXTEN BEREITET IHNEN FREUDE, DEUTSCH IST
IHRE MUTTERSPRACHE UND ENGLISCH SOWIE FRANZÖSISCH
BEHERRSCHEN SIE IN WORT UND SCHRIFT.

FRAU ANJA LANDERT, LEITERIN HUMAN RESOURCES,
FREUT SICH ÜBER IHRE BEWERBUNG.



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA / PALACE LUZERN
3800 INTERLAKEN · TEL. 033 828 26 77 · FAX 033 828 28 80
interlaken@victoria-jungfrau.ch · www.victoria-jungfrau.ch · www.palace-luzern.ch
ZWEI AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEM BESITZ.

162306



Afin de renforcer notre équipe, nous recherchons, date d'entrée à convenir:

CHEF DE PARTIE (CONFIRME) COMMIS DE CUISINE

EXTRA DE SERVICE MAITRE D'HOTEL ET CEF DE RANG (BANQUETS & TRAITEUR)

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste
similaire, vous avez le sens du service personnalisé et êtes soucieux de donner
le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre métier.

Intéressé(e)?

Vos candidatures complètes (lettre de motivation, CV, photo, certificats), doivent
être adressées à l'attention de notre responsable de Ressources Humaines,
Mademoiselle Rose Martinez.

162268

Grand-Chêne 7-9 • CH-1002 Lausanne • Tel. +41 21 331 31 31

Fax +41 21 323 18 29

E-mail: reservation@lausanne-palace.ch



The Leading Hotels of the World



Swiss Deluxe Hotels

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

Wir suchen für unser Café in **Chur** eine/einen

Assistentin/-en der Geschäftsführung

Voraussetzung sind gute Kenntnisse in der Gastronomie
und Freude am Beruf. Ihre Arbeitseinsätze sind auch am
Abend und am Wochenende. Sind Sie an einer front-
orientierten Stelle mit viel Verantwortung interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto
und Lebenslauf an Chiffre K 513-382715 an Publicitas SA,
Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

162264

Gesucht per sofort in Saison- oder
Jahresstelle

Chef de Partie als Sous-Chef

Sie besitzen ein fundiertes Fachwissen
und gutes Organisationstalent,
sind teamfähig und belastbar, dann
möchten wir Sie gerne kennen lernen.

Weitere Information unter
www.hotel-enge.ch

Bewerbungsunterlagen senden Sie
bitte an:

Hotel-Restaurant Enge AG
Bernstrasse 7, 3280 Murten
oder Tel. 026 670 41 36
Herrn Ehrsam verlangen

162293



Für unser schönes Gasthaus
im Kanton Zug suchen wir eine(n):

Chef de partie und Servicefachangestellte

Wir bieten Ihnen einen angenehmen
Arbeitsplatz, die Möglichkeit
selbstständig und kreativ zu arbeiten
und Neues dazulernen.

Wir freuen uns auf eine(n) motivierte(n)
Mitarbeiter(in), die/der sich darauf freut
unsere Gäste zu verwöhnen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:
Monika Jans, Gasthaus zur Linde
6312 Steinhausen, Tel. 041 748 81 18

162287



Per 31. August 2004 suchen wir einen

Chef de Partie

Wir sind ein junger, kreativer Restaurant- und
Hotelbetrieb mit Sonnenterrasse, Bankettsaal
und Seminarräumlichkeiten.

Sie sind ein Fachmann aus Leidenschaft und
sprühen vor Kreativität. Nach der
abgeschlossenen Lehre möchten Sie gerne
Führungserfahrungen sammeln und sich
persönlich weiterentwickeln. Dann sind Sie bei
uns genau richtig. Bitte senden sie ihre
Bewerbung an:

Hotel Restaurant Sonental
Pascal Merkli
Zürichstrasse 94
8600 Dübendorf
www.hotelsonental.ch

162283

die genossenschaft muntsulej sucht
in ein kleines bündner bergdorf an
sonniger lage auf 1520 m.ü.m.



162106

einen pächter / eine pächterin für die tgea muntsulej (eröffnung im dezember 2004)

muntsulej ist ein kleines aber innovatives projekt für den
betrieb eines restaurants und vielzweckgebäudes in
mathon. dabei steht die steigerung der lebensqualität
im dorf im vordergrund. neben der verantwortung für
den restaurationsbetrieb übernehmen sie die zentrale
ferienbetriebsverwaltung der reka für den schamerberg
und sind für die direktvermarktung landwirtschaftlicher
produkte zuständig. zudem sind ihre ideen und
vorstellungen für einen nachhaltigen betrieb im umfeld
sanfter touristischer tätigkeiten willkommen.

wir erwarten:
eine innovative und aufgestellte persönlichkeit. sie
bringen geeignete beruflerfahrung in küche und selbst-
ständigem betrieb eines 40 plätzigen restaurants mit.

wir bieten:

- vorteilhafte pachtbedingungen
- neue, moderne wohnung
- herrliche bergwelt zu jeder jahreszeit

wissenswertes über mathon und die genossenschaft
muntsulej erfahren sie unter www.muntsulej.ch.
für auskünfte steht ihnen willy doif, 081 661 1974 oder
info@muntsulej.ch, zur verfügung.

ihre vollständigen bewerbungsunterlagen schicken sie
bitte bis 30. juni 2004 an:
genossenschaft muntsulej, willy doif, 7433 mathon.



FONDUE-HOUSE

Die zentralste Alphütte im Herzen der Luzerner Altstadt lockt
neben Fondues aus aller Welt mit Schweizer Gerichten. Das
Restaurant bietet 80 Innenplätze und 10 Terrassenplätze.

Alphütte sucht weltoffene(n) „Älpler/In“

Sie führen das Fondue-House mit einem kleinen Team von 3 - 4
Mitarbeitenden und tragen die Budgetverantwortung.

Wir suchen eine Persönlichkeit die es ebenso versteht an der Front
an zu packen wie die Gäste zu unterhalten. Sie können sich den
Umgang mit den verschiedenen Kulturen gut vorstellen. Wenn Sie
neben Gastronomieerfahrung noch Deutsch, Englisch und eventuell
eine asiatische Sprache sprechen, müssen wir uns kennen lernen.

Wir bieten Ihnen Freiraum bei der Umsetzung dieser spannenden
Aufgabe und eine zeitgemässe Entlohnung.

Bitte senden Sie uns zur Vorabklärung Ihren Lebenslauf per Email
(hotel@luzern-crystal.ch) oder rufen Sie uns an (Hans Wanner,
076 374 74 74). Eintritt nach Vereinbarung.
Luzern Crystal AG, Hans Wanner, Falkengasse 6, 6004 Luzern

162260

ITRIS COMPUTER SERVICES

Wir, ein mittlerer KMU-Betrieb in der IT-Branche mit rund 240
Mitarbeitern in der ganzen Schweiz eröffnen im Winter 2004
ein neues Personalrestaurant in Spreitenbach und suchen einen

Koch m/w im Angestelltenverhältnis für den Tagdienst von Montag bis Freitag für unser Personalrestaurant

Sie (evtl. mit Partner/in) sind 30 - 40 Jahre alt, haben bereits ein
paar Jahre Berufserfahrung und evtl. bereits Erfahrung darin, ein
Personalrestaurant zu führen. Sie sind ein Organisationsstalent,
motiviert, selbständig und führen unser Personalrestaurant
von A - Z für das Mittagessen für ca. 50 - 70 Personen am Tag.
Dass heisst, Sie sind verantwortlich für den reibungslosen
Betrieb unseres Personalrestaurants. Sie schreiben die Menus,
kaufen ein, bereiten vor, kochen und halten unser Personal-
restaurant in Schwung.

Interessiert? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung an

ITRIS Maintenance AG, zHv Frau B. Kyburz, Industriest. 169,
8957 Spreitenbach, Tel. 056 418 65 65, www.itris.ch

162271

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

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

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
8675	Koch/w	21	CH	sofort	D/F	BE	
8676	Sous-chef/Kü/chef	41	IT	B	sofort	F/I	TI/West-CH
8678	Koch	37	CH	sofort	D/E		
8680	Koch/Sous-chef/Kü/chef	39	CH	sofort	D	ZH/Deutsch-CH	
8681	Küchenchef	42	DE	C	sofort	D/E	Ost-CH
8684	Küchenchef	45	FR	C	sofort	D/E/F	BE-Oberland/BE-Saaneland
8685	Kü/chef/Sous-chef	40	DE	L	n. Ver.	D/E	ZH
8691	Koch	43	CH	sofort	D/E/F/I	50% Stelle/TI	
8694	Kü/chef/Sous-chef	32	DK	B	n. Ver.	D/E	Bern+Umgeb.
8698	Alleinkoch/Koch	51	DE	L-EG	Aug.	D	GR
8700	Sous-chef	30	DE	L-EG	sofort	D/E	GR
8702	Alleinkoch/Sous-chef	52	CH	sofort	D	GR/Zentral-CH	
8704	Chef de partie	21	FR	L-EG	sofort	D/E/F	TI/LU/VS
8705	Koch	43	CH	sofort	D/E/F	BE/FR/SO	
8706	Commis de cuisine	18	CH	Aug.	D	Deutsch-CH	
8708	Sous-chef	31	CH	sofort	D/E/I	UR/SZ/OW/NW/LU/ZG	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
8677	Kellner	37	TR	B	sofort	D	BE
8683	Kellner	33	TN	B	sofort	D/E/F	ZH
8686	Buffetdame		KR	B	sofort	D	BE
8687	Service/w	29	CH	sofort	D/E/F	Bern	
8688	Kellner	18	CH	Aug.	D/F	SO	
8689	Chef de rang	49	IT	C	sofort	D/F/I	ZH

1	2	3	4	5	6	7	8
8690	Service/w	21	AT	L-EG	sofort	D/E	FL/SG/GR
8692	Kellner	38	CH	sofort	D	Bern+Umgeb.	
8695	Chef de service	36	AT	B	sofort	D/E	Chur+Umgeb.
8696	Buffetdame	39	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	
8701	Service/w	34	CH	sofort	D	Zürichsee	
8710	Service/w	33	UA	B	Julii/n. V.	D/E	ZG
8711	Chef de rang	36	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	BE/FR/ND/LU/GR
8714	Kellner	19	CH	Aug.	D/F/I	ZH/NE/BE/GE/VD	

1	2	3	4	5	6	7	8
8699	2. Gouvernante	25	DE	L-EG	sofort	D/E/I	GR
8709	Kosmetiker	26	DE	L-EG	Aug.	D	
8712	Officehilfe	37	CH	Julii	D		BE/BS/VS/Ost-CH
8713	Gouvernante	43	DE	B	Aug.	D/E/F	BS/ZH

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
8672	G'führer/Betriebsleiter	38	ES	C	n. Ver.	D	zus.m.8673/GR
8673	Geschäftsführerin	35	CH	n. Ver.	D/E/F	zus.m.8672/GR	
8682	Réceptionistin	26	CH	Julii	D/E/F	ZH	
8693	Direktionsassistent/F&B	28	CH	sofort	D/E/F	ZH	
8697	Réceptionistin	38	CH	n. Ver.	D/E/F	GR/SG	
8703	Geschäftsführerin	49	CH	n. Ver.	D/E/F	AG/ZH	
8707	Geschäftsführer/Betriebsass.	34	CH	Julii/n. V.	D/E/F	BE	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
8674	Gouvernante	37	CH	sofort	D/F/I	4*-Hotel/TI	
8679	Gouvernante	37	DE	L-EG	n. Ver.	D/E/F	

- 1 REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
- 2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
- 3 Alter – Age
- 4 Nationalität – Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum – Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____

Eintrittsdatum / Date d'entrée: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____

Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____

Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____

Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____

PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____

Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____

Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

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

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

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

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

1. _____

2. _____

3. _____

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

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: Ja – Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui – Non

Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:
hoteljob.be@swiss-hotels.ch / Schweizer Hotelier-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern



Für unsere Trend-Lokale im Zürcher Seefeld suchen wir per sofort:

Service-Mitarbeiter/in 80 bis 100%

Du bist zwischen 24 und 35 Jahre jung, aufgestellt, verfügst über gute Erfahrung im Service und bist flexibel in den Arbeitszeiten, dann melde dich bitte bei:

Höschgass Gastro AG
Manuela Saxer
Seefeldstrasse 124
8008 Zürich
Tel. 043 443 00 72

162297

KRONE WINTERTHUR

Wir sind ein gepflegter 3-Sterne-Hotel- und Restaurantbetrieb in der Altstadt, mit den drei Restaurants «Stube», «Bistro» und «Hof», einem Saal (70 Plätze) und einer lauschigen Terrasse.

Wir suchen in unser junges Team

Servicefachangestellte/r sowie

Gastroniefachassistenten
bzw. Servicefachangestellte mit Hofabschluss zwecks Ausbildung (20% Anteil) unserer Gafa-L. Lehrlinge.

Schweizer oder mit Bewilligung
Sonntag geschlossen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

L. und E. Grimmelikhuisen-Haller
Hotel und Restaurant Krone
Marktgasse 49

8401 Winterthur
Tel. 052 208 18 18
Fax 052 208 18 20
E-Mail: info@kronewinterthur.ch

161712

PARK HOTEL

PARK HOTEL***
OBERHOFEN
AM THUNERSEE
SCHWEIZ

Unser neu eröffnetes Restaurant braucht Verstärkung, darum suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de partie / Demi Chef de partie

– Sind Sie bereit um Neues zu erleben, aber auch Ihre eigenen Ideen mit einzubringen?
– Sind Sie motiviert, fleissig und haben Freude an Ihrem Beruf?
Dann bieten wir Ihnen die richtige Herausforderung.

Interessiert? Dann rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Bild an:

PARK HOTEL OBERHOFEN
Frau Doris Rüfenacht, Postfach
3653 Oberhofen
☎ 033 244 91 91 oder
www.parkhoteloberhofen

161441

Gesucht

für 4 Monate (evtl. Jahresstelle)

Koch/Köchin

Idealalter bis 45 Jahre

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung.

Senden Sie die Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an: Tel. 041 811 20 49

Hotel + Restaurant Passhöhe
8843 Ibergereg

162286

Restaurant Falken Neuheim (bei Zug)

Wir sind ein kleines und junges Team und suchen für unsere 14-Punkte-Küche auf den 1. Oktober oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte(n)

Öffnungszeiten: Mittwoch-Sonntag.

Nach Wunsch Personalstudio im Haus.

Schriftliche Bewerbung an:

Peter Doswald, Hinterburgstrasse 1
6345 Neuheim, 041 756 05 40

162289

Klar zum auslaufen? Wir sind ein junges, dynamisches Team und suchen zur Verstärkung unserer Crew

Receptionist/in

Jahresstelle 100%

Ihr Profil: Freundlich und aufgestellt mit Spass an der Arbeit, unkompliziert, engagiert und flexibel, Allrounder/in.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Mary Peter freut sich auf Ihre Bewerbung.

Welcome on Board! Ab Juli oder nach Vereinbarung kann es losgehen!

162204

SEEHOTELSCHIFF MANNENBACH

8268 Mannenbach Telefon 071 663 41 41
info@seehotel-schiff.ch www.seehotel.ch

Hotel Gauenpark Flumserberg

Zur Ergänzung unseres jungen und aufgestellten Teams suchen wir per 1. Juli 2004 oder nach Vereinbarung

Jungkoch (-köchin)

in Jahresstelle.

Interessiert? Rufen Sie mich doch mal an.

Peter Gertsch, Tel. 081 734 0404

162284

Panoramahotel Säntisblick

Das Panoramahotel Säntisblick befindet sich an einer der schönsten Aussichtslagen in der Ostschweiz. Wir suchen für die Neueröffnung per 1. Oktober oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter/innen:

Küchenchef (m/w) Commis de cuisine (m/w) Servicefachangestellte/n

Wir stellen uns Bewerber vor, welche die Gastfreundlichkeit täglich leben. Wir bieten Ihnen eine herausfordernde Aufgabe.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Panoramahotel Säntisblick
Urs Thürlemann
9030 Abtwil
info@saentisblick
www.saentisblick.ch
Fon 071 313 25 25

162291



Hotel Restaurant
ARVENBÜEL
Amden

Silence-Hotel Arvenbüel auf der Sonnenterrasse Amden über dem Walensee.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort

1 Jungkoch (100%) sowie 1 Servicefachangestellte für ca. 3 variable Tage pro Woche.

Wir freuen 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

162100

Das lebhafte Restaurant Bahnhof in Uznach sucht per sofort:

Jungkoch 100%

Koch/Köchin Teilzeit (50% Tagesschicht)

Samstag & Sonntag frei

Arbeitszeiten: Montag – Freitag von

10.00–14.00 Uhr und 18.00–23.00 Uhr

Wir wenden uns an engagierte und zuverlässige Interessenten. Sie haben eine abgeschlossene Lehre als Koch, sind belastbar übernehmen gerne Verantwortung und es bereitet Ihnen Freude unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen. Interessiert? Dann freut sich die beauftragte Personalvermittlungsgesellschaft auf Ihren Anruf:

BESTJOBAG
PERSONALVERMITTLUNG
Bestjob AG, Personalvermittlung
Postfach 4, 8340 Hinwil
Tel: 043 843 02 40 Fax: 043 843 02 41
info@bestjobag.ch

162299

Gasthof zur Alten Kanzlei

Dorfstrasse 13, 8806 Greifensee
Tel. 01 940 58 87 / Fax 01 940 58 04
Hermann und Helene Jochum

Wir suchen als Ergänzung für unseren lebhaften Betrieb nach Übereinkunft folgende Mitarbeiter in Jahresstelle:

Koch/Köchin

Jungkoch

Küchenhilfe

Wir bieten gute Entlohnung und geregelte Arbeitszeiten. Zimmer im Hause möglich.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an
H. und H. Jochum.

159362

Eurotel Riviera

GRAND-RUE 81 - CH-1820 MONTREUX

Afin de compléter notre équipe, nous cherchons de suite:

2 sommeliers qualifiés

expérimentés, sachant travailler de manière indépendante et motivés

Vous trouverez chez nous un emploi stable au sein d'une équipe dynamique, dans un environnement magique sur les quais de Montreux ainsi que tous les avantages d'une grande entreprise.

En cas d'intérêt, veuillez faire parvenir votre dossier complet à l'adresse suivante:

EUROTEL RIVIERA, Service des Ressources Humaines, Grand'Rue 81, 1820 Montreux

Il ne sera répondu qu'aux offres correspondant au profil demandé.

162282



Restaurant gastronomique au centre ville

Cherche pour début août 2004

Chef pâtissier Chef de rang

Faire offres écrites à M. Craig Penlington
Hôtel DuPeyrou, avenue DuPeyrou 1, 2000 Neuchâtel

162290

Depuis plus de 18 ans, notre groupe fabrique et distribue des produits d'accueil haut de gamme pour l'hôtellerie. La qualité de nos produits et de nos services ainsi que notre dévouement auprès de nos clients ont contribué à notre succès. Pour renforcer notre team, nous sommes à la recherche d'un(e)

UN(E) REPRESENTANT(E)

FORMATION ASSURÉE PAR NOS SOINS A PERSONNE ENTREPRENANTE

Pour la Suisse allemande.

Vous êtes battant(e), désireux(se) d'évoluer dans une structure jeune et dynamique. Travaillant uniquement sur rendez-vous et avec des professionnels.

Vous avez une excellente présentation, 22 à 30 ans, possédez parfaitement le suisse allemand alors envoyez votre dossier avec photographie et lettre de motivation à

AGSI SA - Charretaz 6, 1094 Paudex

162285

MUSICBAR

DISCO
LIVEBANDS
SOUNDTRACKS



Am 1. Juli 2004 ist es soweit. Im Bierliap-Chäller Engelberg öffnet CCBar die Tore. CCBar ist die Musikbar für Liebhaber der guten alten Rock- und Bluesmusik aus den 70ern und 80ern.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir auf die Sommersaison eine/n

BARKEEPER/IN

mit Erfahrung. Du arbeitest gerne am Abend und liebst den Kontakt zu aufgestellten Gästen – als Festangestellte/r oder Aushilfe.

Hans und Urs Portmann freuen sich auf Deine Bewerbung.

162238

CCBar

Dorfstrasse 21
6390 Engelberg/OW
T. 041/637 40 00

www.ccbar.ch
info@ccbar.ch

BEST WESTERN
HOTEL INTERLAKEN
SCHWEIZ - SUISSE - SWITZERLAND
THE RENOWNED LOTUS RESTAURANT
IS LOOKING FOR A QUALIFIED
CHINESE COOK
PLEASE CONTACT ANNA BEUTLER
033/826 68 68
HOTEL INTERLAKEN, INTERLAKEN
www.interlakenhotel.ch



Stellenangebote

für Lehrabgänger/-innen

**Wintersaison
2004/05 in Arosa**
gesucht

**Praktikantin
Réception**
für aufgestellte Lehrabgängerin
guter Einstieg ins Berufsleben.

Bewerbungen bitte an:

Hotel Merkur
Frau Heidi Bernet
7050 Arosa

162240

[www.gastrosuisse-
jobservice.ch](http://www.gastrosuisse-jobservice.ch)



– mit aktuellen Stellen
für junge Berufsleute
wie Sie!

162088
GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35
Fax 01 371 55 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

162108

hoteljob

**LAP –
UND JETZT?**
Das hoteljob-Team
findet für Sie
die **ERSTE** Stelle
nach dem erfolgreichen
Lehrabschluss!

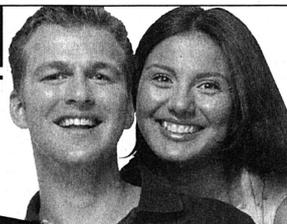
**FINI VOTRE
APPRENTISSAGE
ET ENSUITE?**
Marie-Claire Rossi est là
pour vous trouver votre
PREMIER poste!

162118

Schweizer Hotellier-Verein
hoteljob, Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Tele. 031 370 43 33, www.hoteljob.ch
E-Mail hoteljob.be@swisshotels.ch

Société suisse des hôteliers
hoteljob, Rue de Terreaux 10
Case postale, 1000 Lausanne 9
Télé. 021 320 28 76, www.hoteljob.ch
hoteljob.vd@swisshotels.ch

Adecco
HOTEL & EVENT



Die coolsten Jobs

Nun es es so weit – die Arbeitswelt erwartet dich! Und wir haben die tolle, gut bezahlte Stelle, die du suchst – temporär, fest oder im Kader.

Küche | Service | Réception | Hauswirtschaft

Du bist nur einen Anruf oder einen Mausklick von deinem Traumjob entfernt. Wir finden für alle das Richtige – und das in der ganzen Schweiz. Kontaktiere eine unserer Filialen oder besuche unsere Website und schon startest du in eine spannende Zukunft.

4010 Basel | 061 264 60 40
3000 Bern 7 | 031 310 10 10
7000 Chur | 081 258 30 75
6004 Luzern | 041 419 77 66
9001 St. Gallen | 071 228 33 43
8026 Zürich | 01 297 79 79

1204 Genève | 022 718 44 77
1001 Lausanne | 021 343 40 00
2001 Neuchâtel | 032 722 68 88
6901 Lugano | 091 910 20 30

Making people
successful in a changing world

www.adecco.ch

162203

RIEDEL

FRIEDER ET URSULA SAMBALE
CH-1659 ROUGE-MONT
TÉLÉPHONE 026 925 81 42,
TÉLÉFAX 026 925 86 58

Nous cherchons/Wir suchen:

**Commis de cuisine
Jungkoch**

début Juillet ou selon convenance,
auf Anfang Juli oder nach
Übereinkunft.

Nous nous réjouissons de recevoir votre
dossier complet ou un téléphone pour
convenir un rendez-vous.
Wir freuen uns Ihre Unterlagen zu
erhalten oder auf einen Anruf um ein
Vorstellungsgespräch zu vereinbaren.
Familie Ursula und Frieder Sambale.

162191

**STELLENVERMITTLUNGS &
UNTERNEHMENSBERATUNGS!**
BÜRO METRO

Postfach 1479 CH 8065 Zürich
Domizil: Talackerstrasse 11,
CH 8152 Glattpfug
Tel: +41(0)1 201 4110 Fax: +41(0)1 2021646
W-Mail: metroch@atglobal.net

Seit über 50 Jahren helfen wir jungen
Berufsleuten im Ausland ihre ersten
Erfahrungen zu machen.

England Ireland & Kanalinseln
Commis de Cuisine, Chef de Parties
Commis de Rang, Chef de Rang
Pâtisseries, Housekeepers,
Receptionnistes

Kreuzfahrtschiffe:
Barpersonal, Chef de Partie,
Hostessen

156628

