

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 112 (2004)
Heft: 27

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 **94** Stellenangeboten



RUDI BINELLA / Der Wein- und Gastro-Unternehmer bezeichnet die «Italianità» als Bestandteil unseres Alltags. SEITE 2



NISCHENMÄRKTE / Indien, Russland und Österreich sind Wachstumsmärkte. Die htr hat sie unter die Lupe genommen. SEITE 4



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Am Scheideweg

MARIETTA DEDUAL

«Wo steht der Reisejournalismus heute?», fragte ich Peter Linden, Dozent an verschiedenen Universitäten und Journalistenschulen in Deutschland und Österreich, am 6. Graubünden Nachwuchspreis für Reisejournalisten (Seite 6). Linden kennt die Branche aus dem Effeff und geht hart mit ihr ins Gericht: «Ich glaube, dass der Reisejournalismus in der Medienkrise, in der wir im Moment stecken, am Scheideweg steht.» Ein Überlebener gebe es nur, wenn Journalisten wieder Journalisten würden, und nicht Reisende. Zu lange wohl seien sie Einladungen gefolgt, hätten sich in ihren Texten sozusagen für einen Graturlaub bedankt. Wie in jedem anderen Bereich müssen auch Journalisten auf Aktualität achten, auf gute spannende Themen, und nicht in erster Linie fragen: Wer läßt mich ein? Und der Tipp für den Touristiker? Ihm rät Linden, genauso zu denken. Sich darüber klar zu werden, dass ein Thema für einen Journalisten nur eines ist, wenn es aktuell ist, relevant, aussergewöhnlich, spannend. Es genügt nicht zu zeigen, dass man ein paar Pisten hat, einen Lift, ein Hotel und einen See, weil das jeder hat. Und – bitte alle genau hinlesen – vor allem aufpassen, beleidigt zu sein, wenn mal eine kritische Note in einem Text kommt. Denn nur wenn es auch kritische Texte gebe, würden die Reisetage wieder glaubwürdig und die Leser würden sie dann auch wieder lesen.

INHALT

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

INTERNATIONAL BENCHMARK CLUB

Alpine Rangliste bewegt sich

Das französische Département Hautes-Alpes führt mit 6% Wertschöpfungs-Wachstum in der Gastronomie die IBC-Rangliste an. Das Tessin ist Letzter.

KARL JOSEF VERDING

Die Hautes-Alpes und das österreichische Bundesland Steiermark führen mit gut 6 bzw. gut 4 Prozent Durchschnitts-Wachstum der realen Wertschöpfung in Hotels und Restaurants während drei Jahren die Rangliste an. Vier weitere österreichische Regionen folgen. Das Wallis erzielte mit minus 0,6 Prozent das beste Schweizer Resultat. Das Ranking beruht auf der Performance Database des International Benchmark Clubs (IBC).

Welche Standortfaktoren und Politiken stehen hinter dem Erfolg überdurchschnittlich wachsender Regionen und Länder? Diesen Fragen ging das Forum 2004 des IBC in Basel nach. Sein Titel: «How to Make Regions Grow» (Wie man das Wachstum der Regionen fördert). Unter den acht Workshops des Forums war einer dem Tourismus gewidmet. In dessen Berichterstattung an das Plenum wurden die Schlüsselfaktoren benannt.

Siehe Seite 5

Fotos: zvg



ALPINE REGIONEN IM BENCHMARKING

Oben links: Autonome Provinz Bozen/Südtirol (Schloss Leoben bei Tscherms im Etschtal); rechts: Wallis (Findeln mit Matterhorn); unten links: Steiermark (Mountain-Biker bei Ramsau am Dachstein); rechts: Hautes-Alpes (Lac de Serre-Ponçon).

WANDERN IN DER SCHWEIZ

Ferienorte im Vergleich

Das Wandern gehört zu den wichtigsten touristischen Angeboten des Bergsommers. Die htr hat mit einer fiktiven Anfrage fünf zufällig ausgesuchte Destinationen einem kleinen Test unterzogen. Es sind dies Adelboden, das Appenzellerland, Bellinzona, Saas-Fee und Samnaun. Fazit: Die Tourismusbüros reagierten rasch. Innerhalb von fünf Tagen lagen alle Unterlagen vor. Unterschiede gab es bei der persönlichen Beratung und den speziellen Wandervorschlägen. TL

Siehe Seite 7

WEITERBILDUNG

Hohe Flexibilität ist gefragt

Die Hotelfachschulen bilden mehr Leute aus, als der Kadermarkt derzeit aufnehmen kann. Für Stellensuchende ist in erster Linie Flexibilität angesagt.

Jährlich absolvieren mehrere hundert Personen die diversen Hotelfachschulen in der Schweiz. Und die Schulen können sich nicht über mangelnde Nachfrage nach Ausbildungsplätzen beklagen. Oft müssen sich Interessierte auf Wartelisten setzen lassen. Und dies, obwohl es derzeit alles andere

als einfach ist, nach Beendigung des Hotelfachschulstudiums eine entsprechende Stelle zu finden. Am schwierigsten ist es für Stellen im unteren und mittleren Kader.

Oft fehlt es den jungen Hotelfachschulabsolventen an Führungserfahrung. Gleichzeitig haben sie zu hohe Erwartungen bezüglich Anstellungsfunktion und Salär. Wer flexibel ist und sich auch für eine Stelle in ländlichen Gegenden nicht zu schade ist, hat auf dem Markt bessere Chancen als jene, für welche nur eine Stelle am jetzigen Wohnort in Frage kommt. DST

Siehe Seite 3

SCHIFFSGASTRONOMIE

SV catert Thunersee

Für den grössten Schweizer Gemeinschaftsverpfleger ist es der erste Verpflegungsauftrag auf See: Die SV Group, Zürich, ist mit ihrer Division SV Event der neue Gastro-Partner der BLS Lötschbergbahn AG, Bern, auf dem Thunersee. Letzte Woche wurde der Pachtvertrag unterzeichnet, der auf Anfang 2005 in Kraft tritt. Für die SV-Group-Division bedeutet der Zuschlag einen Quantensprung: Der Zuwachs kommt fast einer Verdoppelung des Jahresumsatzes gleich. GSG

Siehe Seite 14



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 1 711 74 10

VORZÜGLICH GUT.

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

CHECK IN DATA

In guten Häusern zu Hause:
Micros Kassensysteme von
Check-In Data 01 701 96 96

htr IN KÜRZE

Nischenmärkte / Der Zustrom von Indern, die in der Schweiz reisen, hält seit Jahren an. Im Vergleich zu 1997 hat sich die Zahl der Logiernächte praktisch verdoppelt. Ranjit Malkani, CEO von Kuoni Indien, analysiert die Entwicklung. **Seite 4**

Graubünden / 21 junge Journalisten recherchierten im Rahmen des «Graubünden Nachwuchspreises für Reisejournalisten» eine Woche in Graubünden. Die besten Reportagen wurden in St. Moritz ausgezeichnet. **Seite 6**

Helvetic Airways / Die junge Schweizer Fluggesellschaft steigert ihre Auslastung kontinuierlich. Ein verstärkter Marketingauftritt in mehreren Ländern soll nun auch die Nachfrage ausländischer Passagiere fördern. **Seite 9**

Régis Bulot / Die Luxushotelkette Relais & Châteaux begeht in diesem Jahr ihr 50-Jahr-Jubiläum. Im Interview zieht der derzeitige Präsident Régis Bulot, der in 18 Monaten abtritt, Bilanz und hält gleichzeitig Ausschau. **Seite 11**

Bar & Lounge Leichtsin / Die Gastromelle am Berner Kornhausplatz ist um eine Konzept-Neuheit reicher. «Leichtsin» ist eine Bar-Lounge, die ein Viertel des Umsatzes mit Wein erzielt. Initiiert haben sie die Objektomblierer Gebrüder Meer aus Bern. **Seite 13**

Schiffsgastronomie / Die SV Group, Zürich, ist mit ihrer Division SV Event der neue Gastro-Partner der BLS Lötschbergbahn AG, Bern, auf dem Thunersee. Das Schiffscatering ist nicht einfach und der Kampf um Rentabilität an der Tagesordnung. **Seite 14**

Schwellenmätteli / Die erste Baueinheit des neuen Berner Gastrokomplexes Schwellenmätteli an der Aare ist abgeschlossen. Das ausgefallene Riviera-Konzept der Berner Stadtdiogenenschaft – mit Lounge über der Aareschwelle – lässt sich sehen. **Seite 15**

Sandwich-Markt / Kalte und warme Sandwiches sind die meistverkauften Produkte des auch in der Schweiz immer stärker aufkommenden Trends der mobilen Verpflegung. Das Angebot umfasst alles von Veggie über Exotik- bis zu Gourmet-Sandwich. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Bergdestinationen / Die Sommersaison 2004 dürfte sich nicht allzu sehr von der letztjährigen unterscheiden. Dies zumindest erwarten die Tourismusverantwortlichen der verschiedenen Westschweizer Destinationen. **CF Seite 1**

Thomas Winkler / Zusammen mit seinen Mitarbeitern hat Thomas Winkler die Internetseite «MySwitzerland.com» von Schweiz Tourismus konzipiert. Branchenprofis bezeichnen den Internet-Auftritt als weltweit vorbildlich. **CF Seite 5**

Sommeliers / Nach den Tessinern sind die Westschweizer die ersten Sommeliers, die von der Association suisse des sommeliers professionnels (ASSP) diplomiert wurden. Doch der Weg zur Anerkennung dieses Metiers ist noch weit. **CF Seite 2**

Crans-Montana / Es ist durchaus möglich, dass das Forum von Crans-Montana im Jahr 2005 nach Monaco zügelt. Dies würde die Walliser Destination wirtschaftlich schwächen und ihr gleichzeitig Publizität entziehen. **CF Seite 5**

FORUM

Wirklich «teure Schweiz»?

ERNST WYRSCH*

Für mich als Fünf-Sterne-Hotelier ist das Thema «teure Schweiz» immer wieder faszinierend. Wie steht denn tatsächlich darum?

Gehen Sie mal auf die Seychellen, auf Mauritius, die Malediven oder Hawaii und buchen Sie vergleichbare Produkte (Premium-Produkte; 5-Stern): Sie werden zur Erkenntnis kommen, dass wir in der Schweiz – selbst in der Hochsaison – zwischen 10 und 20 Prozent günstiger sind und keinesfalls schlechtere Dienstleistungen anbieten.



Wenn wir von aussen trotzdem als «teuer» klassifiziert werden, sollten wir uns dieser – sagen wir mal: Unterstellung – gegenüber anders als jetzt verhalten. Nämlich stolz und selbstbewusst. Denn die Verlässlichkeit der Schweizer Tugenden wie Arbeitsfleiss, Sauberkeit, Pünktlichkeit und Professionalität hat ihren Preis.

Planen Sie mal in Italien eine Veranstaltung: Sie werden wegen der latenten Streikgefahr unmöglich eine problemlos Planungsphase und Durchführung versprechen können.

Dazu kommen politische Vorteile: Die Neutralität der Schweiz und unser Verhalten in der Staatengemeinschaft reduzieren die Gefahr von Terroranschlägen drastisch – was wiederum für den Tourismus von hohem Wert ist.

Was uns Schweizern hingegen fehlt, ist die natürliche Angewohnheit und Fähigkeit, über eigenes, gutes und erfolgreiches Tun zu reden.

Wer nur jammert über den hohen Frankenkurs, die teuren Lebensmittel, die hohen Löhne und Sozialabgaben, die er zu bezahlen hat, disqualifiziert sich selbst. Der ist kein Ansprechpartner für erfolgreiches Wirken. Es ist eine Tatsache: Im Ausland wird die Schweiz als «Musterland» eingeschätzt. Es ist aber auch wahr, dass wir selber diese Tatsache gerne verdrängen. Zu Recht sehen die Ausländer die Schweiz als ein Unikat, als etwas Unvergleichliches – und sie werden immer bereit sein, dafür einen angemessenen Preis zu bezahlen.

Unsere Vielfalt von Landschaften, die Vielschichtigkeit von Menschen und Kulturen werden die Schweiz immer als «Top-Destination» darstellen. Verinnerlichen wir uns doch dies als Schweizer! Lernen wir stolz zu sein, auf das, was wir schaffen und haben.

*Ernst «Aschi» Wyrsch ist Dipl. Hotelier im 5-Sterne-Grandhotel Steigenberger Belvédère in Davos.

RUDI BINDELLA

«Die «Italianità» gehört zum Alltag»

Seit über vierzig Jahren hat sich die von Rudi Bindella geleitete Familienunternehmung der italienischen Tafelkultur verschrieben.

INTERVIEW: MARTIN J. PETRAS

Rudi Bindella, mit der Eröffnung der ersten Holzofen-Pizzeria in Zürich im Jahr 1965 gehörte die Bindella-Unternehmung zu den Pionieren der italienischen Küche. Wie beurteilen Sie den heutigen Stellenwert der italienischen Gastronomie hier zu Lande?

Die italienische Kultur und Lebensfreude fasziniert uns alle. Die Italianità und somit auch die italienische Tafel sind heute ein fester Bestandteil der Schweizer Kultur. Was sich verändert hat, ist, dass die italienische Küche nicht mehr wie früher nur mit Pasta und Pizza gleichgesetzt wird. Die Restaurantbesucher sind heute besser orientiert und sie sind kritischer und anspruchsvoller. Das Angebot ist dadurch heute viel breiter und qualitativ viel besser.

Die italienischen Restaurants, überwiegend Pizzerien, dominieren seit Jahrzehnten die Schweizer Gastronomieszene. Ist die italienische Küche eine Erfolgsgarantie?

Die italienische Küche gehört heute zum Schweizer Alltag. Sie besticht durch ihre Schlichtheit und sie ist kein universeller Erfolgsgarant, denn die Umsetzung der echten italienischen Küche ist enorm anspruchsvoll. Dadurch, dass immer mehr italienische Betriebe entstehen, findet auch ein Ausscheidungsprozess über die Leistung und Qualität statt.

«Viele gute unternehmerische Entscheidungen kommen emotional zu Stande.»

Gemäss Statistiken gibt es in Zürich an die zweitausend gastronomische Betriebe, was einer Dichte von rund 190 Einwohnern pro Restaurant entspricht. Ist der Zürcher Gastronomiemarkt gesättigt?

Heute gibt es in der Schweiz praktisch keine Märkte mehr, die nicht gesättigt sind. Und das gilt insbesondere für den Zürcher Gastronomiemarkt, der nicht nur gesättigt, sondern sogar übersättigt ist. Die Entwicklung zu diesem deutlichen Angebotsübergang wurde eingeleitet mit der Liberalisierung des Gastronomiemarktes und dem Wegfall der Bedürfnisklausel im Jahr 1998. Die darauf folgende zahlenmässige Explosion der Betriebe führte aber auch zu



RUDI BINDELLA

Italien-Spezialist in Sachen Wein und Gastronomie: «Heute gibt es in der Schweiz praktische keine Märkte mehr, die nicht gesättigt sind.»

einer Belebung und Durchmischung der Gastronomieszene im positiven Sinn.

Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt auf, dass trotz zahlreicher Schliessungen in Zürich jedes Jahr etwa hundert neue Betriebe dazu kommen. Kann das gut gehen?

Das ist das Beispiel Zürich. Betrachtet man die gesamtschweizerische Entwicklung, könnte man es vereinfacht so sagen: Jeden Tag eröffnen zehn neue Betriebe und acht gehen wieder zu. Somit entstehen jedes Jahr zwischen 500 bis 1000 neue gastronomische Betriebe. – Ich weiss nicht, wohin diese Entwicklung führen wird. Es ist zu hoffen, dass sich der Gastronomiemarkt irgendwann von selbst wieder reguliert. Im Moment sieht es eher nicht danach aus.

Worin unterscheidet sich der Gastronomiemarkt in Zürich im Vergleich zu anderen Schweizer Städten?

Die Zürcher bleiben nicht sehr lange im Restaurant sitzen, sie gehen dafür öfter aus, besonders das jüngere Publikum. Die Gastronomie profitiert natürlich auch von der starken wirtschaftlichen Kraft des Grossraums Zürich. Zudem hat Zürich im Vergleich zu anderen Schweizer Städten eine deutlich höhere Resistenz gegenüber konjunkturellen Schwächen.

in die Systemgastronomie eingestiegen. Wo steht die Kette heute?

Als wir «Spaghetti Factory» übernahmen, gab es mehrere Betriebe an unrentablen Standorten. Wir mussten eine Bereinigung durchführen, alles auf einen guten betriebswirtschaftlichen Nenner stellen und mit einigen Umsetzungen der Geschäftsführungen auch die Anpassung an unsere Unternehmungskultur erreichen. Weiter haben wir das Angebot von Eier- auf Hartweizenteigwaren erneuert und alle Rezepte wie auch die Zubereitungsprozesse überprüft. Man kann nie genug für die Produktqualität machen. Unsere Idealvorstellung ist es, hausgemachte Spaghetti à la minute zuzubereiten, was heute aus operationellen Gründen noch nicht möglich ist. Grundsätzlich bin ich überzeugt, dass dieses Konzept sehr gute Zukunftsaussichten hat.

Nicht zuletzt auch wegen ihrer Grösse haben die 1998 eröffneten Trendlokale «Kornhauskeller» in Bern und «Terrasse» in Zürich eine besondere Bedeutung für die Gastronomieszene Ihrer Unternehmung.

Viele gute unternehmerische Entscheidungen kommen emotional zu Stande, was aber auch gefährlich sein kann. Mit diesen Betrieben wollten wir das Raumerlebnis als Plattform für Gastronomie und Wein nutzen. Wir realisierten zwar zwei sehr schöne Betriebe, mussten aber, da wir bis anhin über keine Grossbetriebs Erfahrung verfügten, einen hohen Preis dafür zahlen, dass wir die Anforderungen unterschätzt hatten. Heute befinden sich die Betriebe in einer guten Entwicklungsphase.

Gibt es auch neue Projekte?

Wir hatten in den Achtziger- und Neunzigerjahren eine starke Wachstumsphase. Heute geht es uns eher darum, den Bestand zu optimieren. Wir verfolgen aber durchaus mehrere Ideen. Ein Projekt, das wir realisieren möchten, sobald wir einen geeigneten Standort gefunden haben, ist ein spanisches Restaurant mit Weinen des Produzenten Miguel A. Torres. Ähnlich wie bei unserer toskanischen Cantinetta Antinori geht es hier darum, spanische Küche auf einem hohen Niveau sowie die entsprechende Weinkultur miteinander zu kombinieren.

Bindella «terra vite vita»

Jean Bindella, Gründer der Bindella-Familienunternehmung in Zürich, gehörte zu den ersten Chianti-Importeuren der Schweiz. Auch gastronomisch gehörte die Familie Bindella mit der 1965 eröffneten ersten Holzofen-Pizzeria der Schweiz zu den Pionieren.

Seit 1982 wird die Unternehmung Bindella «terra vite vita», welche die vier Zweige Gastronomía italiana, Weinbau-Weinhandel, Handwerksbetriebe und Immobilien umfasst, von Rudi Bindella geleitet. Durch die dreissig Restaurants umfassende

Gastronomie-Sparte «Gastronomia italiana» werden in Zürich und anderen Schweizer Städten verschiedene italienische Restaurant-Konzepte betrieben. Dazu gehören u.a. «Bindella», «Contrapunto», «Cantinetta Antinori», «Latini», «Pulcino», «St. Lucia», «Spaghetti Factory» und «Vardi». Weiter gehören dazu der «Kornhauskeller» in Bern und das «Terrasse» in Zürich.

Bindella-Gastronomia italiana beschäftigt rund 700 Personen und realisierte 2003 einen Umsatz von 90 Millionen Franken. MJP

Zürich: 8% Zuwachs

Gäste-Bilanz. Vom Januar bis April 2004 wurden knapp 327'000 Gäste in den Hotels der Stadt Zürich registriert.

USA, gefolgt von Deutschland mit 7100 (+ 7,6%) und Österreich mit 2600 (+ 23,6%).

17 Zimmer im Gotthard

Hotel La Clastra. Im ehemaligen Artilleriewerk San Carlo, in der Nähe des Gotthard-Hospiz, ist das unterirdische 4-Sterne-Hotel La Clastra eröffnet worden.

Die Schweiz ist auf Platz sieben

Internationale Kongresse: Die von der ICCA (International Congress & Convention Association) veröffentlichten Zahlen für das Jahr 2003 zeigen, dass die Schweiz als Kongressland beliebt ist.

den, zwischen mindestens drei Ländern rotieren und mindestens 50 Teilnehmer haben.

1830 US\$ (ohne Anreise). Der aus den von der ICCA erfassten Kongressen erreichte Umsatz für das Jahr 2003 liegt für die Schweiz bei 68,9 Mio US\$.

SWISS CITIES

Neues Konzept

Die 27 Mitglieder der Swiss Cities haben an der Generalversammlung ein neues Marketing-Konzept genehmigt.

Ziel des neuen Marketing-Konzeptes ist, durch eine attraktive Produktgestaltung die Städte im In- und Ausland zu Reisedestinationen für Kurzurlaubende zu bewerben.

HOTELFACHSCHULEN

Absolventen sollten flexibler sein

Die Nachfrage nach Weiterbildungsplätzen an höheren Fachschulen für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus ist nach wie vor gross.

DANIEL STAMPFLI

Von 41 Diplomanden der Hotelfachschule Thun HFT, welche ihre Ausbildung im Mai dieses Jahres abgeschlossen haben, steht ein grosser Teil noch ohne Arbeitsvertrag da.

Demotivierend stapeln sich bei den branchenspezifischen Stellenvermittlungen die Bewerbungen von Personen mit höherer Ausbildung, welche eine Stelle suchen.

SCHLECHTE ZEIT FÜR DEN KADERMARKT

Seit Ende 2002 ist das Gesamtangebot an Kaderstellen im Gastgewerbe und Tourismus rückläufig.

Um nicht direkt in die Arbeitslosigkeit abzugleiten, behelfen sich einige Schulabgänger mit Temporär-Stellen oder suchen vorübergehend in anderen Branchen.

STELLENWERT IST NICHT MEHR DER GLEICHE

Ein grosses Problem scheint auch die mangelnde Flexibilität der Stellenbewerber zu sein.



Absolventen von Hotelfachschulen haben meistens Kaderstellen im Auge. Mangelnde Führungserfahrung, unrealistische Gehaltsvorstellungen und zu wenig Flexibilität lassen den «Traum» oft platzen.

Ähnlich stuft Hans-Peter Fuchs, Leiter Job Service bei Gastrosuisse, die Situation ein: «Je nach Flexibilität in Sachen Region und Funktion sowie der Tätigkeit vor der Hotelfachschule bringt man sie unter.»

Christian Santschi, Geschäftsleiter Beruf & Bildung bei hotellerieuisse, sieht den Grund dafür in einem veränderten Stellenwert der Hotelfachschulen.

STUDIENPLÄTZE NACH WIE VOR SEHR GEFRAGT

Dass viele Hotelfachschulabsolventen bezüglich Lohn und Tätigkeit falsche Vorstellungen hätten, bestätigt auch Irène Porta.

Schulen ihren Studierenden oft auch unrealistische Hoffnungen machen. Dem beschränkten Stellenmarkt für Kaderleute steht die Entwicklung an den höheren Fachschulen gegenüber.

KEINE VERSICHERUNG FÜR EINE KADERPOSITION

Die Schulen hätten ein legitimes Interesse, ausgebucht zu sein, verteidigt Christian Santschi das Vorgehen der Schulen.

Auch die Schulen merken nun vermehrt, dass die Ausbildung keine Versicherung für eine Kaderposition sei.

Tipps für die Stellensuche

Absolventen von Hotelfachschulen haben es oft selbst in der Hand, den Erfolg bei der Stellensuche positiv zu beeinflussen.

- Stelleninserate (Print und Online) lesen, und zwar so viele wie möglich
- Die Dienstleistung einer Stellenvermittlung oder eines Personalberaters in Anspruch nehmen
- Selber mögliche Arbeitgeber kontaktieren

KURZ UND BÜNDIG

Vier Gewinner des «SAB-Preises 2004»

Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) verlieh den «SAB-Preis 2004» an vier innovative Projekte.

Kooperation Unesco Welterbe Schweiz

Die touristischen Organisationen der Schweizer Unesco-Welterbestätten haben eine Vereinbarung über gemeinsame Handlungsfelder abgeschlossen.

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

ÖSTERREICHER

Parahotellerie wird gerne benutzt

Es mag überraschen: Die Zahl der Logiernächte von Österreichern in der Schweiz ist im Jahr 2003 gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Obwohl vor allem die Parahotellerie vom Zuwachs profitieren konnte, zeichnen sich auch für die Hotellerie Chancen ab.

GERHARD LOB

Der Zuwachs der Logiernächte von Österreichern in der Schweiz im Jahr 2003 gegenüber dem Vorjahr betrug zwar nur 2,3 Prozent und ist bei einem Total von 430 000 Übernachtungen in absoluten Zahlen nicht von herausragender Bedeutung (9. Rang in Bezug auf die Herkunftsländer); doch gleichwohl ist dieser positive Trend bemerkenswert. Immerhin stammen diese Gäste aus der benachbarten Alpenrepublik, die im Konkurrenzkampf mit der Schweiz häufig die Nase vorne hat und im Allgemeinen als besonders preisgünstig gilt.

PREISE SPRECHEN FÜR FERIENWOHNUNGEN

Bei näherem Hinsehen muss allerdings differenziert werden. «Die Hotellerie stagniert, während die Parahotellerie explodiert», sagt Urs Weber, der für SchweizTourismus (ST) in Wien zuständig ist. Die Nachfrage sei insbesondere nach Chalets oder Ferienwohnungen in der Schweiz sehr hoch. Die Zuwachsraten betrug im Vorjahr 12 Prozent.

Wie erklärt sich das? «Die Schweiz besitzt für viele Österreicher nach wie vor ein hohes Prestige», ist Weber überzeugt. Und mit den Ferienwohnungen sei der Ferientourismus dann meistens ein wenig günstiger als im Hotel.

TOURSERIE FÜR ÖSTERREICHS SENIOREN

Der Mann von SchweizTourismus in Wien ist allerdings überzeugt, dass auch die Schweizer Hotels in Zukunft mit einem Zuwachs an Österreichern unter ihren Gästen rechnen dürfen. In Zusammenarbeit mit «Seniorentourismus Österreich» hat SchweizTourismus in Wien für diesen Spätsommer eine Tourserie organisiert. Rund 4500 Senioren werden jeweils für sieben Nächte in der Zentralschweiz bleiben. «Wir erwarten ein Folgegeschäft, wenn die Leute gesehen haben, was man in der Schweiz alles machen kann», so Weber.

Zudem ist SchweizTourismus mit kurzen Touren zu Fixpreisen jetzt auch bei einem neuen Schnäppchenreiseveranstalter mit auf dem Programm. Die Prospekte flattern in 3,5 Millionen Haushalten. Urs Weber: «Mit dieser neuen Art der Werbung wollen wir das Bild der «schweizneturen» Schweiz etwas korrigieren.»

SCHWEIZ SOLL EIGENE MENTALITÄT PFLEGEN

Weber ist im Übrigen überzeugt, dass die Schweiz den Österreichern in Sachen Freundlichkeit nicht unterlegen ist, wie häufig behauptet wird. Viele Österreicher schätzten und bevorzugten eine kühleren, aber vielleicht ehrlicheren Freundlichkeit in der Schweiz gegenüber dem manchmal etwas hemdsärmeligen Ansatz im eigenen Land.

Die Schweiz sei jedenfalls schlecht beraten, das «Modell Österreich» einfach zu übernehmen. Das Ferienland Schweiz müsse einen eigenen Ansatz finden und ganz auf Qualität setzen, rät der in Wien tätige ST-Vertreter Urs Weber.

RANJIT MALKANI

«Für viele Inder ist es ein Traum, in die Schweiz zu fahren»

Der Zustrom von Indern, die in die Schweiz reisen, hält seit Jahren an. Im Vergleich zu 1997 hat sich die Zahl der Logiernächte praktisch verdoppelt. Ranjit Malkani, CEO von Kuoni Indien, dem wichtigsten Reiseveranstalter für Europareisen in Indien, analysiert die Entwicklung.

INTERVIEW: GERHARD LOB

■ Welche Entwicklung erwarten Sie für das laufende Jahr?

In jüngster Vergangenheit hat der Tourismus von Indern im Ausland um 12 Prozent zugenommen. Wir gehen davon aus, dass im Jahr 2004 rund 10 Millionen Inder ausserhalb ihres eigenen Landes reisen werden. Mittelfristig wird diese Zahl wohl auf 25 Millionen anschwellen.

■ Wie kommt es zu diesem Boom?

Dies ist eine Folge der steigenden Einkommen und dem entsprechend ansteigenden Konsumverhalten der Mittelschicht. Ein Urlaub im Ausland gehört heute sozusagen zur Jahresplanung für Inder mit einer gewissen Bildung und den entsprechenden finanziellen Möglichkeiten.

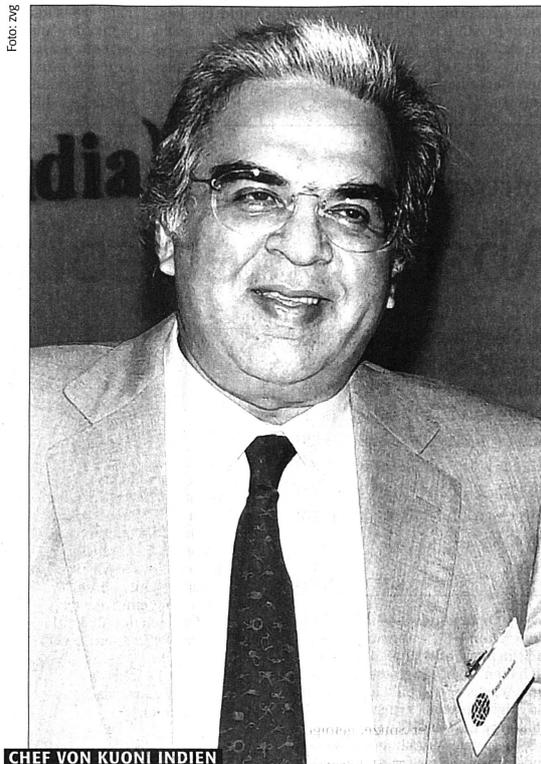
«Europa und Südostasien mit Singapur, Thailand und Malaysia stehen an der Spitze.»

■ Welche Reiseziele bevorzugen die Inder im Ausland?

Es geht sehr international zu. Aber Europa und Südostasien mit Singapur, Thailand und Malaysia stehen an der Spitze. Innerhalb Europas ist die Schweiz eine Top-Destination. Es ist der Traum vieler Inder, in die Schweiz zu fahren.

■ Wie erklären Sie sich das?

Grund dafür ist zu einem grossen Teil die indische Filmindustrie Bolly-



CHEF VON KUONI INDIEN

Ranjit Malkani: «Ein Auslands-Urlaub gehört sozusagen zur Jahresplanung für Inder mit einer gewissen Bildung und den finanziellen Möglichkeiten.»

wood, die etliche Streifen in der Schweiz gedreht hat. Sehr bekannte Schauspielerinnen und Schauspieler werden an bekannten Orten der Schweiz gezeigt. Das hat Bedürfnisse geweckt.

■ Welche Destinationen stehen im Vordergrund?

Im Durchschnitt bleiben die Inder zirka fünf bis sechs Tage in der Schweiz. Wer zum ersten oder zweiten Mal kommt, geht in der Regel nach Zürich, Luzern, Bern, Villars, Interlaken und Engelberg. Bei häufigeren Besuchen stehen auch St. Moritz,

Lugano, Zermatt und Genf auf dem Programm.

■ Mit welcher Strategie vermarktet Kuoni India die Schweiz?

Unsere Outbound-Division fährt sehr aggressive Werbekampagnen, um das indische Publikum zu erreichen. Wir inserieren regelmässig in den englischsprachigen Publikationen, vor allem aber in der Zeit zwischen April und Juni, vor der Hauptreisezeit. In der «Times of India» schalten wir sogar zweimal jährlich eine 4-farbige Spezialbeilage, in der auch Bereiche wie Shopping,

Essen, Wein, Kunst und Kultur behandelt werden.

■ Haben Sie Daten über das Konsumverhalten der Inder auf ihren Reisen?

Die durchschnittliche Reisedauer beträgt zehn Tage. Wir wissen, dass die Inder 1999 im Ausland rund 70 Milliarden Rupien (zirka 1,9 Mrd. Franken) ausgegeben haben. Es wird erwartet, dass der Betrag dieses Jahr bereits 192 Milliarden Rupien erreicht (5,3 Mrd. Franken).

«Schweizer Uhren, Schokolade, Käse und Kuckucksuhren sind typische Mitbringsel.»

■ Welches Feed-back erhalten Sie von Schweiz-Reisenden?

Indische Touristen finden die Schweiz extrem gastfreundlich, sauber und schön. Sie gehen zudem gerne auf Shopping-Tour. Eine Familie mit zwei Erwachsenen und einem Kind wird während einer Reise bis zu 4000 Dollar für Shopping ausgeben. Schweizer Uhren, Schokolade, Käse und Kuckucksuhren sind natürlich typische Mitbringsel.

Zur Person

Ranjit Malkani (54) ist seit 1996 Chef von Kuoni Indien, dem grössten Reiseveranstalter des Landes. Er ist ausserdem CEO der Kuoni Travel Group für Südostasien und den Nahen Osten sowie Mitglied des «International Advisory Council for Tourism» in Singapur. Er unterhält enge Verbindungen mit der Schweiz. Im Jahr 2003 wurde Malkani zum Vorsitzenden des Indisch-Schweizerischen Business-Komitees ernannt, zudem ist er Vizepräsident des Swiss Business Forums. Malkani tritt regelmässig bei internationalen Kongressen als Redner auf und unterrichtet zudem Management und Philosophie. GL

RUSSEN

Prestige für Mittel- und Oberschicht

Es lässt sich nicht übersehen: Die Zahl der Gäste aus der Russischen Föderation in der Schweiz steigt kontinuierlich. Im Jahr 2003 erreichte das Total der Logiernächte 266 054, wobei der Löwenanteil dieser Übernachtungen mit 90 Prozent in Hotels erfolgte.

GERHARD LOB

«Die Russen sind sehr gute Kunden; sie logieren gerne in Vier- oder Fünf-Sterne-Häusern und gehen gerne auf Shopping-Tour», sagt Federico Sommaruga, der bei SchweizTourismus (ST) für den Markt Russland zuständig ist. Die traumhaften Zuwachsraten aus dem Ende der 90er-Jahre mit jährlich 30 oder 40 Prozent sind allerdings

schon Geschichte. Letztes Jahr lag der Zuwachs nur noch bei 3,5 Prozent.

Das Potenzial ist in Russland laut Sommaruga sehr gross. «Die Mittelklasse wird immer grösser, diese Leute verdienen besser und haben Lust, die Welt zu sehen.» Besonders beliebt bei den russischen Gästen sei die Schweiz während des Winters. «Das Wintererlebnis als solches, nicht unbedingt das Skifahren steht im Vordergrund», weiss Sommaruga.

AM BELIEBTESTEN IST DAS WALLIS

Besonders die Walliser Destinationen sind beliebt, danach das Welschland, das Berner Oberland und schliesslich Graubünden. Beim Städtetourismus liegt hingegen Genf klar in der Pole-Position: 15 Prozent aller Übernachtungen von Russen in der Schweiz werden in der Calvin-Stadt gebucht.

Aber was zieht denn die russischen Gäste an? «Die Schweiz wird in Russland immer noch als Traum-Destination betrachtet», erklärt Maria Makarova, welche als Marketing-Manager von SchweizTourismus in Moskau für Russland und die GUS-Staaten zuständig ist. Ferien in der Schweiz seien ein Statussymbol. «Wenn ein Russe Urlaub in der Schweiz gemacht hat, wird er als wohlhabende Person geschätzt», weiss Makarova. Das Schweizer Image von Reichtum, Sicherheit und hoher Qualität wirke anziehend auf russische Feriengäste.

WELLNESS, BANKEN, KULTUR UND GASTRONOMIE

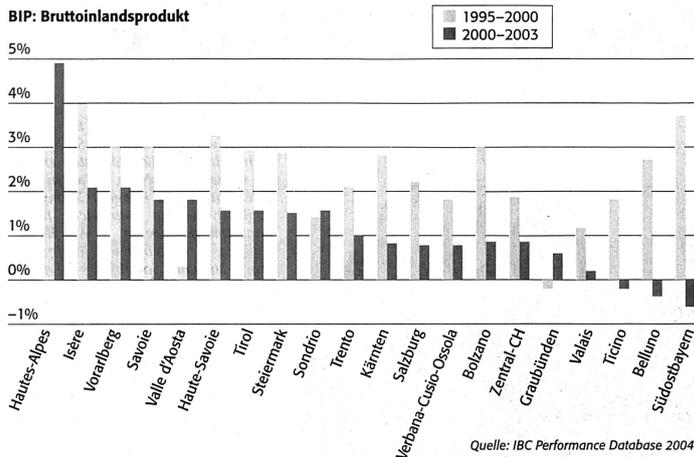
Aber auch Wellness und medizinische Anwendungen seien bei russischen Touristen sehr beliebt. Und, last but not least, sei natürlich der Bankenplatz Schweiz für wohlhabende Russen eine besonders interessante

Attraktion. Die Diskretion wird geschätzt. Maria Makarova weist aber auch auf die kulturellen und historischen Verbindungen hin. Berühmte russische Schriftsteller hätten in der Schweiz gelebt, auf deren Spuren man wandeln wolle. Wichtig sei aber schliesslich auch die gehobene Küche in der Schweiz: «Russen lieben Essen und Trinken.»

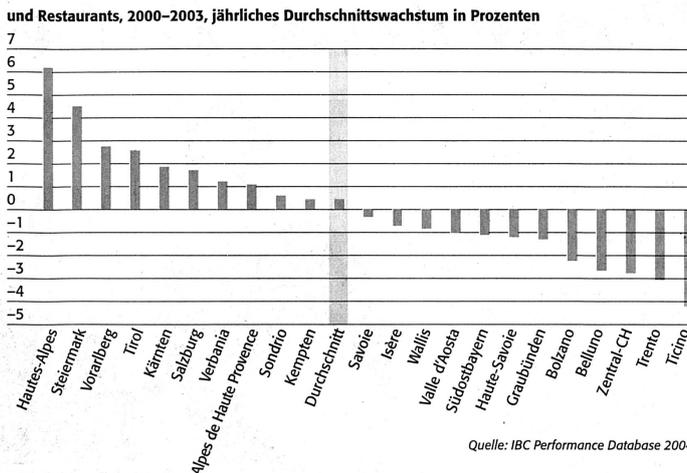
MARKT WIRD VON ST GANZ GEZIELT BEARBEITET

Es gibt folglich viele Motive für Russinnen und Russen, die Schweiz zu besuchen. SchweizTourismus ist daher auf diesem Markt ganz gezielt tätig. Im Jahr 2003 wurden 80 Journalisten aus der Russischen Föderation eingeladen, damit über die Schweiz geschrieben wird. Ausserdem kamen 150 Agenten von Reiseveranstaltern. Inzwischen sind im ST-Büro von Moskau drei Personen aktiv.

Wachstum reales BIP 1995–2000 versus 2000–2003



Wachstum der realen Wertschöpfung in Hotels und Restaurants, 2000–2003, jährliches Durchschnittswachstum in Prozenten



ALPINE REGIONEN

Wertschöpfung ist Wachstums-Motor

Das Wachstum der realen Wertschöpfung in Hotels und Restaurants sei der wichtigste Indikator für die Entwicklung der alpinen Tourismus-Regionen, wurde am Tourismus-Workshop des International Benchmark Clubs in Basel betont. Ranglisten zeigten den Stand.

■ **KARL JOSEF VERDING**

Wie können Europas Alpenregionen einen besseren Anteil am globalen Wachstum des Tourismus zurückgewinnen? – Denn der alpine Raum hat touristische Marktanteile verloren. «Sun + beach» führt die Winter-Hitparade an. Welche alpinen Tourismus-Regionen schneiden in dieser Ent-

wicklung – von der sie alle betroffen sind – noch am besten ab?

TOURISMUS-WORKSHOP MIT BENCHMARK-TRENDS

Das Wachstum der realen Wertschöpfung in Hotels und Restaurants sei der wichtigste Indikator für die Entwicklung der alpinen Tourismus-Regionen, erklärte Richard Kämpf, Tourismus-Experte der BAK Basel. Hier waren die französischen Hautes-Alpes beim jährlichen Durchschnittswachstum zwischen 2000 und 2003 mit gut 6 Prozent Erste an der Spitze, gefolgt von den österreichischen Regionen Steiermark, Vorarlberg, Tirol, Kärnten und Salzburg. Das Tessin belegte den letzten Platz.

Mit dieser Entwicklung beschäftigt sich ein Tourismus-Workshop am Basler Forum des International Benchmark Clubs (IBC). Die BAK Bas-

sel Economics war Gastgeberin des zweitägigen Forums des IBC – der selber eine Initiative der BAK ist – in der letzten Woche. Das übergreifende Thema der international besetzten Workshops dieses Forums hiess: «How to Make Regions Grow» (Wie man das Wachstum der Regionen fördert). Von den Workshops war einer dem Tourismus in den Regionen des Alpenraums gewidmet. Seine Referenten waren Richard Kämpf, Tourismus-Experte der BAK, und Anita Zehrer, Tourismus-Forscherin an der Europäischen Akademie Bozen (Eurac).

VON «BASIC FACTORS» ZU «EXCITEMENT FACTORS»

Zu dem mittelfristig vorausgesagten einprozentigen Wachstum im 2005 und 2006 der alpinen Tourismus-Regionen leisten gemäss der Prognose der BAK-Experten japanische und US-

amerikanische Gäste einen starken Beitrag.

Der «neue Gast» dieses Tourismus-Zeitalters und seine Sicht auf die «Qualität» – diesem Aspekt widmete sich Anita Zehrer und sagte voraus: «Qualität wird sich ändern.» Sie analysierte die Entwicklung anhand des Kanon-Modells der Kundenzufriedenheit – mit «basic factors» (aktueller Standard in den Alpenregionen), «performance factors» und «excitement factors». Letztere sind Faktoren, die der Gast nicht erwartet. Sie sorgen für den USP (die «unique selling proposition»). Die Kombination von Qualität und «excitement factors» mache die Gäste «enthusiastisch», so Anita Zehrer. «Aber wenn die «basic factors» nicht stimmen, dann helfen die «excitement factors» auch nicht.»

Andererseits können im Rahmen des Zyklus der Entwicklung die «excitement factors» zu allgemein erwarteten «basic factors» werden. Es gelte, den Puls der Entwicklung zu fühlen.

teten «basic factors» werden. Es gelte, den Puls der Entwicklung zu fühlen.

«SOFT-FAKTOREN REICHEN NICHT – SIEHE SCHWEIZ»

Qualität sei heute als «inter-sectoral quality» über die Leistungs-Sektoren einer Destination oder Region hinweg gefragt, betonte Anita Zehrer. Sie könne durch Qualitätszirkel in den beteiligten Einzelbranchen vorbereitet werden: «Jeder Anbieter kann vom anderen profitieren.»

«Soft-Faktoren wie Servicequalität alleine reichen nicht – siehe die Schweiz», betonte Mauro Ghirardi, Gesamtprojektleiter «Enjoy Switzerland» bei Schweiz Tourismus, in der Diskussion des Workshops. «Der Preis beeinflusst wirklich das Bewusstsein (awareness), und die hard factors im Hotel – zum Beispiel die Möblierung – machen ebenfalls den Unterschied.»

«Schlüsselfaktoren für alpine Regionen»

In ihrem Bericht aus dem Tourismus-Workshop an das IBC-Plenum nannten Anita Zehrer und Richard Kämpf diese «Schlüsselfaktoren für den Erfolg der alpinen Tourismus-Regionen»:

- (1) Qualitäts-Management und
- (2) Destination-Management;
- (3) die Verlagerung von der Angebots-Perspektive hin zur Nachfrage-Orientierung;
- (4) Fokus auf den «neuen Gast»;
- (5) Beachtung der Entwicklung hin zur «Polarisierung der Nachfrage», in die zwei Richtungen «top» und

«reasonable» (zumutbar/sinnvoll); (6) Spezialisierung, zusammen mit einer Bündelung der Kräfte, für «uniqueness» und Konzentration auf die eigene volle Kompetenz.

Das Plenum des IBC-Forums 2004 hörte auch Workshop-Berichte zu den Technologie-Regionen Europas und zu den neuen grenzüberschreitenden Wirtschaftsregionen des Kontinents. Ein Beispiel für Letztere ist die Øresund-Region von Dänemark (Greater Copenhagen) und Süd-Schweden: das «Medicon Valley». KJV

Die politischen Erfolgsrezepte der Gewinner-Regionen

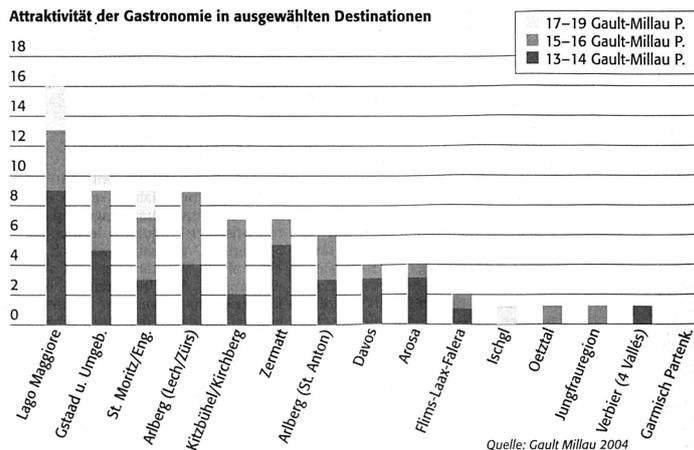
Welche Standortfaktoren und Politiken hinter dem Erfolg überdurchschnittlich wachsender Regionen und Länder stehen, war das zentrale Thema des IBC Forums 2004 von BAK Basel Economics. Als Ausgangspunkt des Erfahrungsaustausches und der Diskussionen in den acht Workshops zu den Themen Innovation, Steuern, Erreichbarkeit und Regulierung von Märkten sowie Metropol, Technologie, Tourismus- und Grenzregionen präsentierte die BAK erste Ergebnisse aus ihrem ökonomisch gestützten Wach-

tumsfaktorenprojekt. – Wichtigstes Ergebnis: Gute Politik kann das Wachstum einer Region nachhaltig fördern. Von erstrangiger Bedeutung sind vor allem: hoher Bildungsstand, tiefe Steuerbelastung der, hochqualifizierten Arbeitskräfte und das allgemeine regulatorische Umfeld.

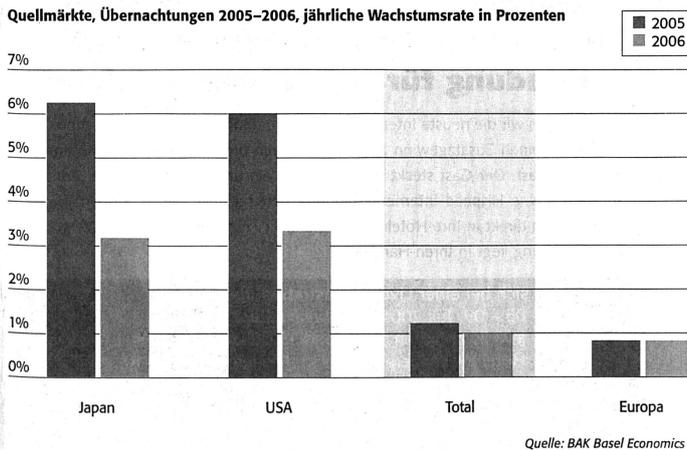
Verwendet wurden aktuelle, regional und sektoriell differenzierte Daten über die Entwicklung von Wertschöpfung, Arbeitsvolumen, Arbeitsplätzen und Produktivität von rund 300 Regionen in Europa und den USA.

Vor dem Hintergrund überdurchschnittlich steigender Nachfrage nach Dienstleistungen im Freizeit- und Tourismusbereich haben sich einige Länder und Regionen in diesem Segment gut zu positionieren vermocht. Über diesbezüglich gute Rahmenbedingungen verfügten offenbar: PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur), Vorarlberg und Tirol. Sie verdanken ihre Position in der Gruppe der 31 überdurchschnittlich wachsenden Regionen und Länder unter anderem der guten Performance in diesem Bereich. KJV

Zahl der Top-Restaurants im Jahr 2004



Europas Alpenraum: mittelfristige Tourismusprognosen



NACHWUCHSPREIS FÜR REISEJOURNALISTEN

Mäusealarm, Zauberberg, Pistensäue

21 junge Journalisten recherchierten im Rahmen des «Graubünden Nachwuchspreises für Reisejournalisten» eine Woche in Graubünden. Das Thema konnte frei gewählt werden. Am Wochenende wurden in St. Moritz die besten Reportagen ausgezeichnet.

MARIETTA DEDUAL

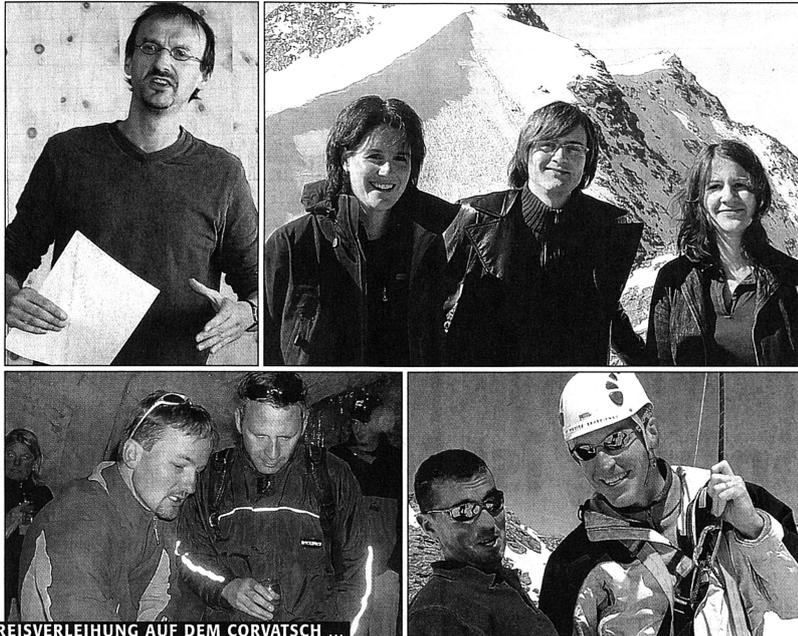
Von den 21 Journalisten, die im letzten Dezember Gelegenheit hatten, sich in Graubünden «umzusehen», haben 19 «ihre» Reportage eingereicht. In den Artikeln eingebettet finden Leserinnen und Leser Bilder der Schweiz oder eines Teils davon, wie sie die Schreibenden erfahren haben. Stimmungsbilder und Facts – einige Auszüge aus den Texten der drei Erstplatzierten:

«Arosa, am Ende des Tals gelegen, ist eigentlich wie die Schweiz selbst: geschützt und von der Welt abgeschnitten zugleich. ... In Micky Maus haben die Arosar das kleinste gemeinsame Vielfache ihrer Erwartungen gefunden. Ausgerechnet die verbrauchtste Figur aus Amerika ist es, die die Leute in ihren Tugenden bestätigt. ... Micky Maus stehe für Qualität und Erfolg und Sauberkeit, heisst es in Arosa. Für eine grosse Idee. ... Und Heidi? Heidi! Der Chef der Bergbahnen, ein gemütlicher Mann im Holzfällerhemd, schlägt die Hände über dem Kopf zusammen. Heidi ist ein verstaubter Charakter. Die Micky Maus verkörpert Modernes und Traditionelles in einem.»

Mit der Reportage über den Alpen Club Micky Maus in Arosa kam die österreichische Wahl-Berlinerin Verena Mayer auf den ersten Platz. «Mäusealarm im Heildland» erschien in der «Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung».

Zum Siegerbeitrag meint Fachreferent und Jurymitglied Peter Linden: «Die Vorzüge des Textes bestehen vor allem in dem, was er nicht tut: Er bauscht nicht auf, bläht sich nicht auf, meidet sprachliche Schnörkel.» Und, losgelöst von einzelnen Beiträgen, sagt er: «Wenn Reisejournalisten kreativ und innovativ arbeiten, dann können sie manchmal Anstösse geben

Fotos: Marietta Dedual



PREISVERLEIHUNG AUF DEM CORVATSCH ...

«Journalismusehren» Peter Linden (oben links) bei seiner Laudatio und die Preisträger Rahel Plüss (3. Rang, 500 Fr., links), Mathieu von Rohr (2. Rang, 1000 Fr.) und Verena Mayer (1. Rang, 2000 Fr.). Beim Rahmenprogramm stellte Olivier Federpiel, Direktor Graubünden Ferien, seine Sportlichkeit auf dem «Flying Fox» unter Beweis (unten rechts), dann ging's zum Apéro in die Gletschergrotte (im Bild die PR-Manager Claudio Duschletta, St. Moritz, und Gieri Spescha, Graubünden Ferien).

für Verbesserungen im touristischen Angebot allgemein und sie können manchmal sogar Wege öffnen für ein ganz grosses Pauschalangebot.» – Also: Gute Aussichten für Arosa.

«Das Berghotel «Schatzalp», auf 1861 Metern über Meer, ein Traum aus Jugendstil und Zerfall. Der Mann ist der Besitzer. Er heisst Pius App. Er hat Grosses vor hier oben. Wenn Pius App seine Schatzalp anschaut, sieht er daneben einen Turm. ... Hier oben wurde gekeucht und gehustet, gerotzt und gelitten, geheilt und gestorben. Denn die Schatzalp war von 1899 bis 1900 als Luxussanatorium für Tuberkulosekranke erbaut worden. Der europäische und russische Hochadel verkehrte hier samt Dienerschaft. Zwischen aus-

schweifendem Lebensstil und gesellschaftlichen Anlässen sollte die Krankheit vergessen gemacht werden. Es muss jene Stimmung aus Luxus und einem Hauch von Tod gewesen sein, die Thomas Mann in seinem «Zauberberg» beschrieb. ... Die Atmosphäre von einst wird den Turmbau für ein neues Morgen kaum überstehen.»

«Bitte einsteigen! Die letzte Fahrt zum Zauberberg» von Mathieu von Rohr erschien in der «Basler Zeitung».

«Nach einer nüchternen Einleitung unternimmt der Autor einen Rundgang in vergangene Zeiten, sensibel und sinnlich, ohne Pathos, aber mit viel Liebe zum Detail», kommentiert Linden den Text des Zweitplatzierten.

«Heute sollen ihm hundert Schweine geliefert werden. Er ist der Einzige, der diese Tiere in St. Moritz noch halten darf. Zu sehr stechen sie den Gästen in die Nase. ... Im Unique Hotel Laudinella klingen Champagnergläser, werden Weinkelche fachmännisch geschwenkt. ... Am Buffet bewegen sich gepflegte Hände geschickt zwischen Salatblättern, Lachs-tranchen und Gemüsebouquets. Ein fragender Blick, natürlich gibt es noch Kaviar, bitte entschuldigen Sie. ... Es wird in die Küche zurückgeschafft, was vom Mahl übrig geblieben ist. Dort stehen auch schon die Eimer bereit. ... Das graue Rohr zittert, als bekomme ihm die Schweinenahrung nicht. Doch dann sprudelt es nur so aus ihm heraus. Alles geht glatt: Trog um Trog füllt sich mit der braunen Flüssigkeit. «Das Buffet des Hotels Laudinella. Der Bauer lacht entspannt.»

«Die Pistensäue von St. Moritz», von Rahel Plüss, Schweiz, erschien in der «Aargauer Mittelland Zeitung». Die Drittplatzierte befasst sich mit einem der letzten zwei Bauern in St. Moritz, der tatsächlich noch mit Schweinen arbeitet, die auf den Pisten grasen, wo dann im Winter die Noblesse wedelt. Dazu Linden: «Das Thema überrascht. Wenn ich St. Moritz in all seinem Luxus und Glamour beschreibe, staunt niemand. So was lesen die Leute dann auch nicht.»

Die Broschüre «Texte 2004» mit allen publizierten Reportagen ist bei Graubünden Ferien kostenlos erhältlich (Tel. 081 254 24 24 oder media@graubunden.ch).

«Bringt allen Beteiligten etwas»

Die Teilnehmer des Graubünden Nachwuchspreises dürfen nicht älter als 32 Jahre sein, die Themenwahl ist frei, die Recherche-Woche vor Ort ist eingebettet in Seminarblöcke zum Thema Reisereportage. «Das Schöne an der Veranstaltung ist, das sie allen Beteiligten etwas bringt», sagt Gieri Spescha, Leiter PR/Corporate Communications von Graubünden Ferien. Durch den Modus der Veranstaltung – bewertet werden nur veröffentlichte Storys – haben sie die Garantie, dass 20 wirklich gute Reisereportagen über Graubünden in Top-Medien veröffent-

licht werden. Die Nachwuchstalente lernen in den Seminartagen, wie eine gute Reportage sein soll und wer die ersten Ränge belegt, kann als «Ausgezeichnet» vielleicht gar einen Karriereschritt machen. Der Preis wurde vor sechs Jahren von Gieri Spescha und Peter Linden, der in Deutschland und Österreich Kommunikationswissenschaften lehrt, kreiert. Bewertet werden die Beiträge von einer zwölfköpfigen Jury (vorwiegend Journalisten). Kooperationspartner sind Schweiz Tourismus und die lokalen Tourismusorganisationen. MD

Anzeige



Die einfache und schnelle Internet-Verbindung für zufriedene Hotelgäste!

Gerne stellen wir die neueste Internetlösung für Ihr Hotel vor. Die neue Technologie ermöglicht Ihnen einen Zusatzgewinn zu erzielen. Durch unser Produkt wird Ihr Hotel zu einem Hispeed-Palast. Der Gast steckt sein Notebook ein und bekommt immer und ohne lange zu warten eine Hispeed-Internetverbindung bereitgestellt. Sie als Hotelmanager können diese Kosten direkt in Ihre Hotelrechnung (Fidelio, etc.) verbuchen. Die Möglichkeiten der Preisgestaltung liegt in Ihren Händen.

Lassen Sie sich bei einer Livedemonstration überzeugen:

Datum: 05.–09. Juli 2004 (Montag–Freitag)
Zeit: jeweils zwischen 14.00 und 19.00 Uhr
Ort: Hotel Wellenberg (1. Stock), Niederdorfstrasse 10, CH-8001 Zürich, das erste «easy connect»-Hotel in Zürich

Weitere Informationen erhalten Sie auch auf unserer Webseite www.teleinformatik.ch oder kontaktieren Sie uns direkt unter Telefon 01315 15 15.

GRAUBÜNDEN FERIEN

«Zur attraktivsten Qualitätsmarke der Alpen machen»

Mit «Wegmarken 2005+» legt Graubünden Ferien (GRF) die mittelfristige Tourismusstrategie für die kommenden Jahre vor.

DANIEL STAMPFLI

«Wir wollen Graubünden mit unseren touristischen und nicht-touristischen Partnern zur attraktivsten Qualitätsmarke der Alpen entwickeln», ist dem Strategiepapier zu entnehmen, welches im Vorfeld der Generalversammlung 2004 in Saunnaun erstmals der Branche präsentiert wurde.

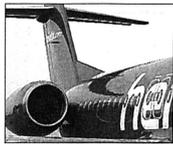
Seine Kernaufgaben sieht GRF in drei Bereichen. Es sind dies ein umfassendes Marketing, die Bereitstellung von Dienstleistungen mit Synergiepotenzial und die Stärkung der zentralen Anlaufstelle für touristische Informationen über Graubünden. Mit dieser marktorientierten Ausrichtung leiste Graubünden Ferien auch dem neuen Leistungsauftrag der Bündner Regierung Folge, schreibt die kantonale Tourismusmarketing-Organisation.

Die Aktivitäten von Graubünden Ferien sind fünf Zielen zugeordnet. Teils direkt, teils indirekt zielen sämtliche Projekte und Massnahmen letztlich darauf ab, die touristische Nachfrage in den erfolgversprechendsten Märkten zu steigern. «Touristische Produkte und Dienstleistungen aus Graubünden gemeinsam mit den Partnern optimal vermarkten», lautet das formulierte Hauptziel.

QUALITÄT HAT EINEN HOHEN STELLENWERT

Auf Angebotsseite will GRF in den kommenden Jahren seinen «Beitrag zur Attraktivitätssteigerung des touristischen Produktes» leisten. Die Marketing-Organisation will sich dabei auf die Verstärkung und Ausweitung bereits bestehender oder lancierter Initiativen im Qualitätsbereich konzentrieren. Dazu gehören das nationale Qualitätsgütesiegel «Q-III» sowie das Gastfreundlichkeitsprogramm «Enjoy Switzerland».

Die übrigen in der Strategie formulierten Ziele dienen dazu, GRF für die anstehenden Herausforderungen noch fitter zu machen.



HELVETIC AIRWAYS / Die Schweizer Low-Cost-Airline ergreift Massnahmen, um das Incoming-Geschäft anzukurbeln. **SEITE 9**



RÉGIS BULOT / Der Präsident der Luxushotelkette Relais & Châteaux spricht sich für eine rigorose Qualitätspolitik aus. **SEITE 11**



hotel+tourismus revue

WANDERN IN DER SCHWEIZ

Fünf Feriendestinationen im Vergleich

Im Bergsommer ist Wandern ein zentrales Angebot. Doch was haben die Schweizer Ferienorte zu bieten? Wie kundenfreundlich sind sie? Die htr hat fünf Destinationen einem kleinen Test unterzogen. Alle antworteten speditiv, die Beratung fiel unterschiedlich aus.

Ferienpläne gemeinsam zu besprechen.» Unter diesem Gesichtspunkt haben Adelboden und Samnaun die Nase vorne. Entscheidend sind aber die Wandervorschläge. «Gerade bei einem Gast im Teenageralter ist es wichtig, ihn mit einem attraktiven Angebot bei der Stange zu halten», findet Müller. Ein Seilpark oder Klettersteig müsse dabei sein.

VERANSTALTUNGEN INS ANGEBOET EINBAUEN

Unweigerlich fällt hier der Blick auf Saas-Fee, das sogar mit dem Slogan «Echt abenteuerlich» wirbt. Die Destination, die beim Projekt «Swiss Alpine Walking» mitmacht und ihre Erfahrungen in diesen Tagen an einer Fachtagung in Flims Waldhaus vorstellt, bietet aber auch Alternativen für die älteren Gäste. Einzig im Wust der Unterlagen findet man sich nicht so rasch zurecht. Am spezifischsten geantwortet hat Appenzellerland Tourismus – ebenfalls eine Pilotdestination von «Swiss Alpine Walking». Nur leider fehlt hier – wie nirgends sonst – ein Veranstaltungskalender. Ein Faktor, der nicht unterschätzt werden sollte. Hansruedi Müller beispielsweise bewertet ihn höher als ein konkretes Hotelangebot. Und dann wäre da noch die persönliche Note: Mit einem kurzen Brief kommt halt alles ein bisschen einladender daher.

THERES LAGLER

Das Gute vorneweg: Alle fünf Ferienorte, die die htr unter privatem Namen anschieb (leicht gekürzter Wortlaut siehe rechts), haben rasch geantwortet. Die Mailanfrage ging am Donnerstag, 17. Juni, raus. Am Dienstag, 22. Juni, lagen alle Unterlagen vor. «Wenn eine Mailanfrage innerhalb von drei bis vier Tagen beantwortet wird, ist das ein guter Service», hält Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern, auf Anfrage dazu fest.

ZEIT ZUM PLANEN ÜBERS WOCHENENDE

Gleichzeitig weist er aber darauf hin: «Ganz wichtig ist, dass die Unterlagen möglichst vor dem Wochenende eintreffen. So hat die Familie Zie, die



ZIEH DIE WANDERSCHUHE AN...
Um junge Menschen fürs Wandern zu begeistern, sind Angebote wie Klettersteige, die einen Hauch von Abenteuer versprechen, hilfreich.

Sehr geehrte ...

... Damen und Herren,
in der Zeit zwischen dem 19. und 30. Juli möchten mein Mann und ich mit meiner Schwiegermutter einige Ferientage in Ihrer Region verbringen. Weil sich auch unser Göttibub (17 Jahre alt) für zwei Tage angemeldet hat, möchten wir uns bestmöglich vorbereiten. Mit dem Göttibub wird mein Mann voraussichtlich etwas Anspruchsvolleres, Abenteuerliches unternehmen, ich hingegen werde mit meiner Schwiegermutter nicht höher als 2500 m wandern können. Meine Fragen an Sie:
– Können Sie uns behilflich sein beim Zusammenstellen einiger Touren, respektive Wandervorschläge für Ihre Region unterbreiten?
– Welches sind die Highlights in Ihrer Region?
– Können Sie uns auch Empfehlungen abgeben für 2 oder 3 Mittagessen in einer netten Bergbeiz?
– Was könnten wir unternehmen, wenn das Wetter nicht mitspielt?
– Für die Unterkunft stellen wir uns ein Mittelklasshotel vor. Welches empfehlen Sie (bitte mit Preisangaben für Doppel-/Einzelzimmer)?
Ich danke Ihnen im Voraus bestens und grüsse Sie freundlich.

B. Gertschen

ADELBODEN

Persönlich

Mailanfrage: Am Donnerstag, 17. Juni 2004, um 17 Uhr.
Eingang Offerte: Die Unterlagen mit handschriftlich verfasster Grusskarte von Adelboden Tourismus lagen am Samstag, 19. Juni, im Briefkasten.
Wandervorschläge: Beigelegt war ein handliches Büchlein im Westentaschenformat mit über 40 Wandervorschlägen. Alle sind mit Schwierigkeitsgrad und Zeitangaben versehen. Das Büchlein – so praktisch es ist – dürfte allerdings etwas peppiger und moderner daherkommen.
Sonstige Tipps: Im Hotelprospekt gibt Adelboden Tourismus Empfehlungen ab. Mit Leuchtschild sind vier Betriebe gekennzeichnet, die auf die Anfrage zugeschnitten sind. Dasselbe gilt für die Restaurantliste. Ein Highlight: Just im geplanten Zeitraum finden die 1. Alpinen Wellness Tage Adelboden mit speziellen Erlebnisreisen statt.
Fazit: Schneller Service, persönliche Beratung, konventioneller Auftritt. **TL**

APPENZELLERLAND

Zielgerichtet

Mailanfrage: Am Donnerstag, 17. Juni 2004, um 17 Uhr.
Eingang Offerte: Am Montag, 21. Juni, erhielt unsere Testperson ein Mail von Appenzellerland Tourismus mit konkreten Tipps, am Dienstag folgten die Prospekte mit Begleitbrief per Post.
Wandervorschläge: Bereits im Mail machte das Tourismusbüro vier konkrete Vorschläge für anspruchsvolle Touren (bis 6 Std. Marschzeit) und zwei Vorschläge für einfache Wanderungen (bis 2 Std. Marschzeit). In der zugeschickten Wanderbrochure fällt auf den ersten Blick die grosse Anzahl an Themenwanderwegen auf – vom Barfussweg bis zum Witzwanderweg.
Sonstige Tipps: Die einzige Destination, die bereits abklärte, wo noch Zimmer frei sind. Zwei konkrete Hotelangebote inkl. Preisangabe werden im Mail vorgeschlagen. Leider fehlt ein Veranstaltungskalender.
Fazit: Sehr hilfsbereit, moderne Wanderangebote, einheitlicher Auftritt. **TL**

BELLINZONA

Allgemein

Mailanfrage: Am Donnerstag, 17. Juni 2004, um 17 Uhr.
Eingang Offerte: Die Prospekte mit Grusskarte von Bellinzona Tourismus gingen am Dienstag, 22. Juni 2004, per Post ein.
Wandervorschläge: Die Broschüre im Westentaschenformat mit 16 Wanderungen aus dem Tessin gehört zu den Highlights. Es startet zwar nur eine Tour direkt ab Bellinzona, dafür sind grafisch klar gestaltete Höhenprofile, die Wanderzeit und – für diejenigen, die es genau wissen wollen – der Kalorienverbrauch angegeben. Eine weitere Broschüre zeigt Themenwege in und um Bellinzona auf.
Sonstige Tipps: Keine Hotels oder Restaurants sind speziell hervorgehoben. Der Stadtplan gibt Anregungen für kulturelle Entdeckungen. Auch ein Veranstaltungskalender liegt bei, allerdings nur in italienischer Sprache.
Fazit: Allg. Material, persönliche Note fehlt, aber gediegener Auftritt. **TL**

SAAS-FEE

Umfangreich

Mailanfrage: Am Donnerstag, 17. Juni 2004, um 17 Uhr.
Eingang Offerte: Das gesamte Prospektmaterial mit Begleitbrief ging am Montag, 21. Juni, per Post ein. Kleiner Schönheitsfehler: Bei der Anrede wurde aus Frau Gertschen versehentlich ein Herr Gertschen.
Wandervorschläge: Saas-Fee wirbt mit dem Slogan «Echt abenteuerlich». Und tatsächlich fallen Angebote wie der Erlebnisweg Almagellerhorn mit seiner Hängebrücke oder die vier Klettersteige auf. Beigelegt ist aber auch ein Prospekt für «Swiss Swing Walking» – ein Angebot für zielgerichtete Gesundheitswanderer.
Sonstige Tipps: Hotels werden keine hervorgehoben, dafür liegen Flyer zur Eisgrotte oder dem Trottiplausch bei. Zwei Highlights: Im geplanten Zeitraum finden ein Bergfilmfestival und ein Spanferkelfest statt.
Fazit: Umfangreiches Material, etwas unübersichtlich, trendy Image. **TL**

SAMNAUN

Schnell

Mailanfrage: Am Donnerstag, 17. Juni 2004, um 17 Uhr.
Eingang Offerte: Am Samstag, 19. Juni 2004, lieferte die Post das Prospektmaterial mit Begleitbrief von Samnaun Tourismus bereits zu Hause ab.
Wandervorschläge: In der Wanderbrochure finden sich Lehr- und Erlebnispfade, Schlendernpfade (Dauer max. 3 Std.) sowie die so genannten «Top Ten Wanderwege», die zu besonders sehenswerten Orten führen. Die Broschüre lässt sich aber nicht einfach in die Westentasche stecken.
Sonstige Tipps: Keine Empfehlungen zu Hotels oder Restaurants. Dafür zeigt Samnaun Tourismus wie gewünscht mögliche Schichtwetterprogramme auf: Ein Besuch im Erlebnisbad «Alpenquell», eine Führung in der Schaukäserie oder der Hinweis auf Duty-free-Shopping. Auch ein Veranstaltungskalender ist beigelegt.
Fazit: Schneller Service, grafische Gestaltung aber etwas unruhig. **TL**

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

MIRUS SOFTWARE
NEU: Personaleinsatzplanung, Arbeitskontrolle leicht gemacht.
Planen Sie Ihren Personaleinsatz einfach und effektiv! Mit unserer neuen Software erstellen Sie die Dienstpläne im Handumdrehen und übertragen die Ist-Stunden per Knopfdruck in die Lohnrechnung. So ist gleichzeitig eine lückenlose Arbeitszeitkontrolle gewährleistet, inklusive Nachtarbeitszeit und Überstunden.
Profitieren auch Sie vom Know-how des Marktleaders!

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

anliker GSM:
Amortisiert
in nur sechs
Monaten!

www.gaufrettes.ch
Brunner AG, Kloten, Tel. 044 814 17 44

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

eco bar
Die beste Adresse
für Minibars
und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise
Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION
Steuern sind Vertrauenssache
Gastroconsult verdient dieses Vertrauen
• Kundenbuchhaltung von A bis Z
• Steuer- und Unternehmensberatung
• Inventarschätzung
• Informatiklösungen
Professionell – diskret – wirtschaftlich
Gastroconsult AG
Telefon 0844 88 44 24
www.gastroconsult.ch

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

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

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

SILS I.E./SEGL

Im Oberengadiner Winter- und Sommersportort
verpachten oder verkaufen wir an bester Lage
per 1. November 2004 das

Restaurant Surrial

Neben der Verantwortung für den 55-plätzi-
gen Restaurationsbetrieb und einer gemütlichen Arvenstube
mit 15 Plätzen können Sie auch die Ferienbetten-
verwaltung übernehmen.

Sind Sie motivierte und innovative Gastgewerbl-
er, dann rufen Sie uns an.

Auskünfte und Besichtigung:
Herr R. Tobler, Parsonia AG,
Via Grevas 3, 7500 St. Moritz,
Telefon 081 837 05 40, info@parsonia.ch

162434/114120



Finanzdepartement des Kantons Basel-Stadt
Zentralstelle für Staatlichen Liegenschaftsverkehr
Fischmarkt 10, 4001 Basel

Event Promotion oder Convention-/Gastro-Management

für die Revitalisierung des Volkshauses Burgvogtei im Zentrum von Basel.

*Das an bester Verkehrslage stehende Objekt im Herzen Klein-Basels soll verstärkt als Ort
der Kultur und Geselligkeit positioniert werden.*

*Die mit der Vermietung des im Staatseigentum befindlichen Volkshauses Burgvogtei be-
auftragte Zentralstelle für staatlichen Liegenschaftsverkehr des Kantons Basel-Stadt
sucht eine Event Promotion- oder/und Convention-/Gastro-Management-Unternehmung
mit zukunftsweisenden Ideen für die gezielte Vermarktung und den professionellen Be-
trieb des über 500 Personen fassenden, mit hervorragender Akustik und als Tonstudio
ausgestatteten Konzertsales, weiteren Sälen, Tagungsräumen und des Restaurants mit
attraktiver Gartenwirtschaft.*

*Neben einer bestehenden Kundschaft – insbesondere von lokalansässigen Vereinen und
Fasnachtsgesellschaften – besteht ein grösserer, wenn auch nur latenter Bedarf, um das
«Volkshaus» ganzjährig zu einem gut besuchten und attraktiven Veranstaltungsort mit ei-
genem Profil zu entwickeln.*

*Als institutionelle Bewerberin verfügen Sie über eine mehrjährige, erfolgreiche Erfah-
rung im Betreiben und Bewirtschaften von grösseren städtischen Objekten mit Veran-
staltungsorten auf eigene Rechnung und Verantwortung; Sie verfügen deshalb über
eine etablierte Marketing- und Verkaufsorganisation für die Vermarktung und Organisa-
tion von kulturellen Events und Conventions.*

*Wir legen Wert auf eine belegbare Bonität und nachweisbare Referenzen sowie auf eine
Affinität zu Kultur- und unterschiedlichsten Gesellschaftskreisen in der Region Basili-
ens. Ihr bestehendes grenzüberschreitendes, weit verzweigtes Beziehungsnetz wissen Sie
gezielt in der Akquisition und Kundenpflege einzusetzen.*

*Ihr Interesse melden Sie bitte schriftlich bis spätestens den 7. Juli 2004 an den Leiter der
Zentralstelle für staatlichen Liegenschaftsverkehr, Fischmarkt 10, Postfach, 4001 Basel.*

162396/430251

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Turnaround

von Hotels/Restaurants,

- Reorganisation
- Betriebsbetreuung
- Entwicklung

Absolute Diskretion
ist für uns selbstverständlich.

Gsell & Partner - Operation,
Urs Gsell persönlich.

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

LUGANO

Zu vermieten/verkaufen
50 Meter von der Universität,
5 Min. vom Zentrum

Restaurant – Bar – Pizzeria

(60 Plätze)

Seriöse Interessenten melden sich
unter Telefon 079 444 28 14

162431/430265

Charmant, rustikal, sehr stilvoll

Zu verkaufen in der Bodenseeegemeinde
Uttwil/TG an interessanter Lage
herrschaftliches Thurgauer Riegelhaus

Speiserestaurant «Frohinn»

Historisch wertvolle Liegenschaft.
Besonderer Innenausbau. Rest. ca. 26
Sitzplätze, Speisesäle ca. 16 Sitzplätze, Saal
ca. 45 Sitzplätze, Sitzungszimmer ca. 16
Sitzplätze, Boulevard für 4 Tische, ca. 30
Parkplätze, 51/2-Zi.-Wirtswohnung, viel
Nebenraum, Garten usw. 1125 m²
Grundstücksfläche, 2491 m² umb. Raum.

VP Fr. 980 000.- inkl. Teil-Inventar.

Zusätzlich können ca. 850 m² Land
erworben werden.

E-Mail: thoma.immo@tgneth.ch
Internet: www.immopool.ch/thoma

THOMA

Immobilien Treuhand AG

THOMA Amriswil 071 411 37 11

activ gastro ✓

Sehr schöner historischer Gasthof
im Mittelland: 2 Restaurants, 2 Fest-
säle, Stübli, Dancing, Terrasse, 150
Parkplätze, und, und...

Etwas ganz besonderes...
„Gastro-Perle“, in der Region Oftringen:
Restauration mit 100 Sitzplätzen,
Festsaal mit 150 SP, 8 Hotelzimmer,
etc. Sehr guter Zustand.

4628 Wolfwil, SO, Restaurant/Pub mit
120 Sitzplätzen, Wirtswohnung,
Zimmer, inkl. Gross- und Kleininventar.
Preis? Wir prüfen Ihre Offerte...

4632 Olten-Trimbach, SO, Restaurant
mit 270 Sitzplätzen und 3 Wohnungen.
Total 2'000 m², 5'400 m³. Fr. 590'000.-
(inkl. Gross- und Kleininventar)

2607 Cortebert, BE, Hotel-Restaurant
mit 85 Sitzplätzen, 5 Hotelzimmer,
3 1/2 Zi.-Wohnung. Preis: Fr. 280'000.-.
Verlangen Sie unsere Unterlagen

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

Wir kaufen Ihr

Hotel/Restaurant

(auch Problemfälle)

Seriöse Abwicklung, 100% Diskretion.
Kontakt: S&B Immobilien Hohenrain AG
Tel. 041 910 81 01/079 542 58 14

162087/430090

Stadt Zürich

Food Bar

an exkl. Lage (nahe Paradeplatz), per
sofort oder nach Vereinbarung zu
verkaufen, Bar / Bistro ca. 40 Plätze,
exkl. Inneneinrichtung für
verschiedenste Konzeptvarianten, Top
ausgerüstete Kochnische, grosser
Kundenstamm, ausreichende
Lagerräume und günstige Miete.

VB CHF 550'000.- inkl. Gross und
Kleininventar.

Weiter Angaben für solvente Inter-
essenten, unter Chiffre 162402, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

162402/430260

Liebhaberobjekt

Landgasthof Peidenbad

zwischen Ilanz und Vals GR
zu verkaufen.

BGC Gastroconsulting
Postfach 37, 7130 Ilanz
bgc-ilanz@bluewin.ch
081 936 06 71

161927/430008

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

Zu verpachten/vermieten

per sofort oder nach Vereinbarung
gut eingeführtes

italienisches Restaurant

in Graubünden (Nähe Chur)

Wir suchen:

Fachlich ausgewiesene/r Gastgeber/in
oder Gastgeberin mit Filial im rück-
wärtigen Bereich und einem Hang
zur Ökologie und Bio-Produkten.

Wir bieten:

1 Restaurant mit 60 Plätzen und einer
Lounge mit 15 Plätzen, 1 Sonnenterrasse
mit 60 Plätzen, eine 4-Zimmer-Wohnung
und eine 3-Zimmer-Wohnung, 4 Doppel-
zimmer mit Dusche/WC auf der Etage
und das alles mit einer traumhaften
Aussicht.

Infos unter Natel 079 610 56 17

162400/430031

Gesucht

Nachfolge

für ein sehr erfolgreiches, sein vielen Jahren
im Markt bestens fundiertes Dienstleistungs-
Unternehmen der Textilbranche. Tätigkeits-
gebiet Ostschweiz. Umsatz Fr. 2.3 Mio.
Eine schrittweise Beteiligung ist ab Fr.
300'000.- möglich. Hervorragende Chance
für engagierte Persönlichkeit.

Kontaktaufnahme unter Chiffre L 172-88316,
an Publicitas S.A.,
Postfach 48, 1752 Villars-S/Glâne 1.

162397/382708

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Sanierung

von Hotels/Restaurants,

100% auf Erfolgsbasis

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

Remimag

Unternehmensberatung

Konzepte, Projektbegleitung, Analysen

- schliessen oder investieren?
- abreissen oder renovieren?
- vermieten oder verkaufen?
- «Tradition pflegen oder «relaunch» wagen?
- Stellen abbauen oder reorganisieren?
- sparen oder optimieren?
- kaufen, mieten oder leasen?

Wir stellen uns Ihren Fragen und helfen,
Lösungen zu finden. Persönlich und diskret.

Ueli Genner, Remimag Gastronomie AG
Buzibachring 3, CH-6023 Rothenburg
041 289 02 15, 079 415 30 25
ueli.genner@remimag.ch, www.remimag.ch

Zu verkaufen

sehr schönes Speiserestaurant

in der Zentralschweiz
Der moderne Gastbetrieb mit Top
Infrastruktur und 1-A-Inventar verfügt
über:

- Wintergarten ca. 30 Plätze, Restau-
rant ca. 30 Plätze, Speisesäle ca. 40
Plätze, Garten ca. 60 Plätze
- Kinderspielplatz, genügend Park-
plätze, grosszügige Wirtswohnung
sowie Personalzimmer.

Ganzjahresbetrieb mit sehr guten
Betriebsergebnissen bei 230 Öffnungs-
tagen.

Solvente Interessenten melden sich
bitte unter Chiffre 162403, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

162403/293763

ANZEIGE

Günstig Einkaufen mit WIR

Bestellen Sie den
Gratis-Katalog für
Haushalt, Elektrogeräte
und Klimageräte

Jetzt aktuell
Klimageräte



AMCOR AMC - 100000
elektr. Display, Fernbedienung, Timer etc.

Elimpex AG

Wibachstrasse 8
CH-8153 Rümlang
Telefon Verkauf 043 411 59 80
Telefax Verkauf 01 818 73 54
www.elimpex.ch
e-mail: verkauf@elimpex.ch

Nein zum Milaviparc

Avenches. Die Gemeindeversammlung hat zum Projekt Milaviparc Nein gesagt. Die Projektträger haben sich nun mit Domdidier und den anderen vom Projekt betroffenen Gemeinden in Verbindung gesetzt, um mit ihnen die Konsequenzen der Absage zu diskutieren. Denkbare wäre, dass die Trägerschaft den Freizeitpark ausschliesslich auf Domdidier ausrichten würde. Vorausgesetzt, die Gemeinde trägt das Projekt weiterhin mit. *CK/sda*

Nochmals überarbeiten

Spielbankenverordnung. Aus Sicht des Schweizer Tourismus-Verbandes sind die neuen Spielbanken- und Glücksspielverordnungen noch nicht genehmigungsfähig. Sie müssten überarbeitet und vor allem im Hinblick auf ihre Unternehmerfreundlichkeit überprüft werden. Grundsätzlich begrüsst der STV die neuen Rahmenbedingungen für B-Casinos. Er stellt sich jedoch gegen marktverzerrende Vorschriften und unnötige Auflagen. *CK*

Neuer Standort für Symposium

Pontresina. Das fünfte Architektur-Symposium 2002 in Pontresina war das letzte. Nach dem Unterbruch 2003 erfolgte nun die definitive Einstellung. Das Budget hatte sich gemäss der «Engadiner Post» jeweils auf 400'000 Franken belaufen. Die nötigen Mittel kamen nicht mehr zusammen. Das Symposium soll im Juni 2005 anderswo stattfinden. Es war 1998 initiiert worden, um dem Pontresiner Kongresszentrum Rondo Anschubhilfe zu leisten. *KJV*

Vorwürfe an den Geschäftsführer

Mystery Park Interlaken. Dem Geschäftsführer des Interlaken Freizeitparks, Oswald Zurbruggen, ist in Medienberichten Belästigung von Mitarbeiterinnen vorgeworfen worden. Zurbruggen habe nicht die nötige Distanz gewahrt. Der Verwaltungsrat des Mystery Parks in Interlaken hat dem Geschäftsführer zwar das Vertrauen ausgesprochen – dennoch nehme er die gegen ihn erhobenen Vorwürfe ernst und wolle sie abklären lassen. Der Betroffene selber reagierte laut dem Com-

muniqué des Verwaltungsrats bestürzt und hat selbst vorgeschlagen, den Sachverhalt durch eine unabhängige Stelle aufklären zu lassen. Der Verwaltungsrat des Mystery-Parks begrüsst den Vorschlag und beschloss laut Communiqué einstimmig, «vollständige Transparenz zu schaffen». Er sehe indessen keinen Anlass, Zurbruggen zum heutigen Zeitpunkt das Vertrauen zu entziehen, bevor die beschlossenen Ermittlungen vorlägen.

Zum Geschäftsgang äussert sich der Verwaltungsrat positiv. Auch im zweiten Geschäftsjahr sei man «mit Rückenwind» gestartet. Die neuen Marketingmassnahmen zeigten Wirkung: Die Zahl der ausländischen Besucher steige. Das elektronische Besucherführungssystem wird mit sechs zusätzlichen Sprachen aufgerüstet; total werden es dann elf Sprachen sein. Die neuen Sprachen: Russisch, Spanisch, Holländisch, Chinesisch-Mandarin, Arabisch und Koreanisch. *CK/sda*

LESERBRIEF

«Den Politikern auf die Finger schauen»

Zum Artikel «GV mit Biss: Zölch und Co. kamen an», htr vom 17. Juni 2004

Am ersten Tag der Berner Oberländer Hotellerie wurden wir Hoteliers vom bekannten Politologen Prof. Dr. Yvan Rickenbacher unter anderem dazu aufgefordert, unseren Volksvertretern besser auf die Finger zu schauen.

Nun – gesagt, getan:

Am 9. Juni wurde im Ständerat der Beitrag an Schweiz Tourismus (ST) für die Periode von 2005–2009 behandelt. Mit grosser Freude konnte ich feststellen, dass eine knappe Mehrheit im Ständerat die richtige und kluge Entscheidung getroffen hat, ST einen Beitrag von 230 Mio. Franken für die nächsten fünf Jahre zu sprechen. Die Minderheit wollte einen Beitrag von lediglich 200 Mio. Franken.

Eigentlich könnte man doch davon ausgehen, dass ein Berner Ständerat für den höheren Beitrag votiert. Immerhin zählt der Kanton Bern zu den wichtigsten Tourismuskantonen in der Schweiz. Deshalb hat es mich schon verwundert, dass Ständerat Hans Lauri gegen diesen Beitrag stimmte und sogar noch das Votum dagegen vor dem Plenum ergriff. Ein Ständerat hat unter anderem die Aufgabe, die Interessen des Kantons zu vertreten. In dieser Angelegenheit fühle ich mich zusammen mit meinen zahlreichen Berner Kolleginnen und Kollegen durch Ständerat Lauri nicht vertreten.

Ich hoffe, dass wir uns in etwas mehr als drei Jahren an den 9. Juni 2004 erinnern werden und uns die zu wählenden Ständeratskandidatinnen und -Kandidaten etwas genauer anschauen werden. Bis dahin hat Herr Lauri sicherlich noch genug Gelegenheiten, seinen «Patzter» bei den zukünftigen touristischen Vorlagen wieder gutzumachen und die Stimmen der Touristikerinnen und Touristiker zurückzuerobern.

Robert Gmür, Leissigen
Hotelier, dipl. Tourismus-Experte

HOTELA TRAVEL SUMMIT

Piccard als Gastreferent

Incoming und Outgoing an einem Tisch vereint: Am Vortag des TTW Montreux – also am 26. Oktober 2004 – findet mit dem Hotela Travel Summit ein neues Symposium statt. Die Fachveranstaltung soll die Informations- und Dialogbedürfnisse aller relevanten Bezugsgruppen und Leistungsträger in der Tourismusbranche bündeln und sich zu einem Gipfeltreffen entwickeln. Die Organisatoren rechnen bei der ersten Durchführung mit über 250 Teilnehmern. Zum Auftakt konnte Ballonfahrer Bertrand Piccard als Gastreferent verpflichtet werden. Im Anschluss sind Workshops zu den Themen «Reisevertrieb im Aufbruch», «Erlebnisszenarien» und «Internet» geplant. *TL*

Fotos: zfg



BALD MEHR GÄSTE AUS DEM AUSLAND?

Die erste Schweizer Low-Cost-Airline Helvetic Airways, die seit November 2003 in Betrieb ist, will in Amsterdam, Wien und Rom Verkaufsgagenten engagieren.

HELVETIC AIRWAYS

Marketingoffensive im Ausland

Die junge Schweizer Fluggesellschaft steigert ihre Auslastungen kontinuierlich. Gering ist allerdings der Zuspruch von ausländischen Passagieren, die mit Helvetic Airways nach Zürich fliegen. Ein verstärkter Marketingauftritt in mehreren Ländern soll dies nun ändern.

ROBERT WILDI

Die Statistiken wecken Hoffnung: Die Sitzauslastungen der Helvetic Airways klettern langsam in die Regionen hoch, wo sie gemäss CEO Peter Pfister bis Ende Jahr hinkommen sollten. Im Mai flogen die fünf hundertplätzig Fokker 100 der jungen Fluggesellschaft mit einer Belegung von über 36 Prozent aus Zürich an 13 europäische Ziele. «40 Prozent und ein Umsatz von 50 Millionen Franken ist im ersten Geschäftsjahr unser Ziel», liess Pfister im Frühjahr verlauten. Diesen ehrgeizigen Wert will er trotz einer ständig wachsenden Flotte und immer mehr Flugzügen erreichen. Vor einer Woche hat Helvetic die sechste pinkfarbene Maschine nach Zürich überführt, eine siebte und vorerst letzte Fokker soll Ende Juli dazu stossen. Ursprünglich war sogar die Aufstockung auf elf Maschinen bis Ende Jahr geplant, doch davon ist man bei Helvetic abgerückt.

PRÄSENZ IM AUSLAND MIT VERKAUFSAGENTEN

Vorerst will man die Finanzen konsolidieren und beobachten, wie sich die Nachfrage entwickelt. «Wir sind zurzeit auf Budgetkurs», sagt Kommerchef Thomas Frischknecht. Vor allem die spanischen Destinationen Alicante, Malaga und Palma de Mallorca werden sehr gut gebucht. Weniger gut sieht es bei anderen Zielen wie Wien, Rom, Venedig oder dem erst seit

kurzem angeflogenen Amsterdam aus. Hier könnten die Auslastungen gemäss Frischknecht besser sein. Auf tiefem Niveau bewegen sich vor allem die Gästefrequenzen, die mit der Helvetic nach Zürich befördert werden. Im Businessplan rechnet sich die Airline mit dem Incoming-Verkehr aus dem Ausland nach Zürich ein Drittel des Gesamtumsatzes aus. Aus Destinationen mit zwei täglichen Flügen wie Amsterdam, Wien, Rom und Nizza würde das rund 30'000 ausländischen Passagieren im Jahr entsprechen. «Zurzeit liegen wir mit 20 bis 25 Prozent noch unter dieser Vorgabe», räumt Frischknecht ein.

Um dies zu ändern, hat er Massnahmen zur verstärkten Wahrnehmung von Helvetic im Ausland getroffen. In Amsterdam hat Frischknecht einen General Sales Agent (GSA) engagiert. Dieser soll vor Ort die Helvetic-Kunden betreuen, Verkaufsevents durchführen sowie für holländische Reisebüroagenten und Medien Promotionsflüge in die Schweiz organisieren. «Bei der Abwicklung solcher Reisen werden wir logistisch auch von Zürich Tourismus unterstützt, so der Helvetic-Manager. Eine Kooperation

betreibt die Airline zudem mit dem Hotel Park Inn am Flughafen Zürich, wo die Helvetic-Kabinenbesetzungen logieren. «Wir bewerben das Park Inn auch bei unseren Fluggästen nach Zürich», sagt Frischknecht.

KAPITALERHÖHUNG IM NÄCHSTEN JAHR

Da die Verkaufsförderungsmaßnahmen in Amsterdam gut angelaufen seien, will Helvetic auch in Wien und Rom schon bald einen GSA stationieren. Daneben hat die Airline auch ihr Werbebudget erhöht. Es werden vermehrt Plakataktionen gestartet sowie Inserateserien in in- und ausländischen Medien geschaltet. Frischknecht möchte allerdings nicht verraten, welche Beträge dafür eingesetzt werden. Insider gehen davon aus, dass Helvetic neue Marketingmittel in Millionenhöhe freigegeben hat. Neben den zurzeit noch ungenügenden Auslastungen ist auch das ein Grund, weshalb die Gesellschaft gemäss Frischknecht im nächsten Jahr eine Kapitalerhöhung plant. Nach dem Einschuss von 8 Mio. Franken seitens des Jung-Millionärs Daniel Aegerter im Früh-

ling beträgt das aktuelle Aktienkapital zurzeit 15 Mio. Franken zuzüglich Darlehen in derselben Höhe. Gemäss Verwaltungsratspräsident Peter Blum ist eine mittelfristige Aufstockung auf 40 bis 50 Mio. Franken geplant.

Während sich die Finanzstrukturen bei Helvetic verändern, soll das Flug- und Tarifkonzept unangetastet bleiben. «Wir werden weiterhin für jede Wegstrecke 99 Euro zuzüglich Taxen verlangen», sagt Thomas Frischknecht. Der Einheitspreis sei im Markt gut aufgenommen worden. Als sehr günstig auch für den Incoming-Verkehr bezeichnet der Kommerchef die Flugzeiten. Von Wien kann beispielsweise um 8.55 Uhr mit Helvetic nach Zürich und am Abend um 19.10 Uhr wieder retour geflogen werden. Dennoch ist er sich bewusst, dass die meisten Geschäftsreisenden noch früher fliegen wollen und deshalb andere Airlines buchen. «Das ist nicht zu verhindern, denn wir wollen mit Helvetic in erster Linie Geschäftsleute ansprechen, die am Morgen ab Zürich fliegen.» Der überwiegende Teil der Helvetic-Passagiere nach Zürich seien deshalb Touristen, für die eine Stunde früher oder später nicht so stark ins Gewicht falle.

PREISKONZEPT GLEICH, STRECKENNETZ OPTIMIERT

Betreffend Entwicklung des Strecken-Portfolios herrscht bei Helvetic allerdings noch Optimierungsbedarf. Aufgrund mangelnder Nachfrage wurden die zwei täglichen Brüssel-Rotationen per Anfang Mai eingestellt. Weiteren Destinationen könnte das gleiche Schicksal drohen. Dafür werden gut gebuchte Ziele wie Alicante und Palma de Mallorca per 1. Juli täglich angefliegen. Kein Thema ist hingegen die Aufnahme von deutschen Städten ins Flugprogramm. «In dieses Hafischicksal mit einer sehr harten Konkurrenz von deutschen Billigfliegern in Zürich begeben wir uns im Moment sicher nicht», so Frischknecht.



Peter Pfister, CEO, peilt im ersten Jahr eine Auslastung von 40 Prozent an.



Thomas Frischknecht, Kommerchef, will das Incoming-Geschäft ankurbeln.



GROSSES MEDIENINTERESSE

Wang Xiting, chinesischer Botschaftsrat in der Schweiz, und Christian Rey, Präsident von hotelleriesuisse, waren gefragte Interviewpartner.

PRESSEPIEGEL

«Keine Zimmer im 4. Stock»

Wie geht man mit chinesischen Touristen um? Dieser Frage räumte die Presse letzte Woche nach der Medienkonferenz von hotelleriesuisse viel Platz ein.

«Keine Zimmer mit einer 4», «Keine Zimmer im 4. Stock», «Chinesen dürfen niemals im 4. Stock wohnen»: Ob in der «NZZ», in der «Berner Zeitung» oder im «Blick» – die Schlagzeilen glichen sich am letzten Donnerstag bis aufs Haar. Alle thematisierten die Broschüre mit Tipps und Tricks für den Umgang mit chinesischen Gästen, die hotelleriesuisse an der Halbjahresmedienkonferenz in Zürich vorstellte (siehe auch htr vom 24. Juni). Der

«Tagesanzeiger» staunte über die Konsumfreudigkeit der Asiaten und stellte sie in einer Tabelle dar: Geben doch Chinesen auf Reisen durchschnittlich 450 Franken pro Kopf und Tag aus, die Europäer lediglich 250 Franken.

«Bund» und «Neue Luzerner Zeitung» hingegen legten den Fokus auf die präsentierten Tourismusprognosen. Bei den Zentralschweizern ist dies nicht weiter verwunderlich, legt doch genau diese Region nach den Berechnungen von BAK Basel Economics am meisten zu. In ihrem Frontkommentar mahnt die «Neue Luzerner Zeitung»: «Dass Chinesen für die Einreise in die Schweiz noch ein Zusatzvisum brauchen, könnte sich für den – endlich wieder erstarbten – Tourismus als herber Rückschlag erweisen.» TL

WANDERBÜCHER

Für jene, die hoch hinaus wollen

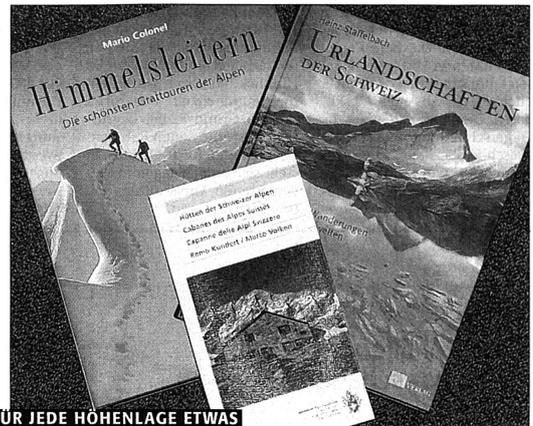
Urlandschaften, Hüttenwanderungen, Grattouren: Zum Auftakt der Wandersaison liegen verschiedene Neuerscheinungen vor. Drei Beispiele.

«Es gibt sie noch, die Wildnis aus majestätischen Gipfeln, Gletschervorfeldern und kargen Steilhängen: Naturlandschaften, deren Reiz gerade daraus erwächst, dass sich der Mensch (notgedrungen) von ihnen fern gehalten hat.» So Otto Sieber, Zentralsekretär von Pro Natura, im Geleitwort zum Buch «Urlandschaften der Schweiz». Dieser Band, der in Zusammenarbeit mit Pro Natura entstanden ist, führt in zwanzig der schönsten und urtümlichsten Regionen der Schweizer Alpen – durch alte Wälder, zu einsamen Bergseen und mächtigen Gletschern. Vorgestellt werden auch verschiedene Gebiete, in denen neue National- oder Landschaftsparks geplant sind. Ausgesuchte Tourenvorschläge – viele davon sind auch für Familien mit Kindern geeignet – und erstklassige Bilder locken zu eigenem Erkunden der Bergwelten. MD

Heinz Staffelbach, Urlandschaften der Schweiz. Die schönsten Wanderungen durch wilde Bergwelten. AT Verlag, Fr. 59.90.

«Hütten der Schweizer Alpen» liegt nun, vollständig überarbeitet und ergänzt, in der 7. Auflage vor. Der Führer listet gemütliche und nützliche Unterkünfte auf und gibt alle wichtigen Infos – von Anreise und Anmarsch über Mail/Internet-Adresse bis zu Zahlungsmöglichkeiten mit

Foto: Marietta Decual



FÜR JEDE HÖHENLAGE ETWAS

Wandern und Bergsteigen sind «en vogue», die neuesten Publikationen beschreiben – für Einsteiger wie für versierte Bergsteiger – attraktive Routenvorschläge.

Kreditkarten und hüttennahen Klettergärten für Kinder. In der jüngsten Auflage sind 16 der 314 Hütten und Biwakschachteln neu – lohnende Ziele für alle, die etwas höher hinaus wollen. MD

Remo Kundert, Marco Volken, Hütten der Schweizer Alpen. SAC-Verlag, Fr. 44.–.

Biancogrät, Liongrät, Tournettesporen oder Grät der Trois Dents: Grattouren gehören zu den Hauptthemen des Bergsteigens. Das vorliegende Buch ist das Ergebnis vieler Touren, die der Autor Mario Colonel, Fotograf und

Extrembergsteiger, im Laufe der Jahre unternommen hat. Die Auswahlkriterien der 54 beschriebenen Touren richtete sich, so der Autor, ganz nach der Ästhetik und nach dem bergsteigerischen Anspruch. Einige Routen sind für Einsteiger gedacht, andere hingegen nur für erfahrene Bergsteiger und der Klappentext verspricht den Alpinisten, in diesem Buch den Schlüssel zu finden, um dem Himmel – im wahrsten Sinne des Wortes – etwas näher zu kommen. MD

Mario Colonel, Himmelsleitern, Die schönsten Grattouren der Alpen, AT Verlag, Fr. 79.90.

PUBLIREPORTAGE

hotelleriesuisse und SBB vereinbaren Zusammenarbeit

Leichter Reisen ohne Gepäck

Die SBB hat den Gepäckservice neu aufgegleist. Neu gelten schweizweit einheitliche Aufgabe- und Bezugszeiten. Die Preise bleiben unverändert. Die SBB hat hotelleriesuisse persönlich über die Neuerungen informiert. Anlässlich dieser Gespräche haben hotelleriesuisse und SBB vereinbart, in verschiedenen Bereichen enger zusammenzuarbeiten. In einer ersten gemeinsamen Aktion erhalten rund 2000 Mitgliedhotels Anfang Juli aktuelle Informationen zum Thema Reisegepäck.

Im Jahr 2003 transportierten die verschiedenen Unternehmungen des öffentlichen Verkehrs rund 400 000 Koffer, Taschen, Fahrräder und Skis. Zehn Jahre früher waren es noch über eine Million

Gepäckstücke. Diese Nachfrageentwicklung ist in allen europäischen Ländern zu beobachten. Verschiedene ausländische Bahnen bieten deshalb den Gepäckservice heute nicht mehr an.

Der negative Trend hat bei der SBB im Bereich Gepäck zu einer jährlichen Kostensenkung in zweistelliger Millionenhöhe geführt. Um die Kosten zu reduzieren, hat die SBB ein neues effizientes Gepäck-Logistiksystem aufgebaut. 13 Logistikzentren wickeln den gesamten Gepäckverkehr ab. Zwischen den Zentren wird das Gepäck im Zug befördert. Die Feinverteilung geschieht im Lieferwagen.

Neuerungen bei den Gepäckprodukten

REISEGEPÄCK

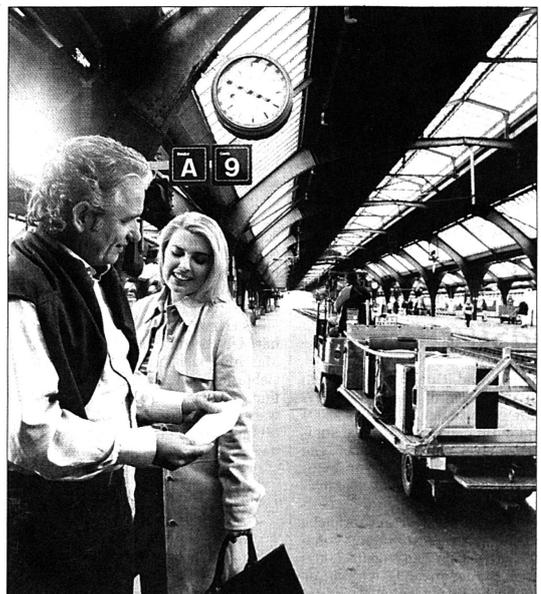
Die wichtigste Neuerung ist die vereinheitlichte Aufgabe- und die garantierte Bezugszeit. Reisende geben das Gepäck bis 19 Uhr am Bahnhof ab. Am übernächsten Morgen ab 9 Uhr ist es garantiert zum Abholen bereit. Diesen Service bieten bediente Bahnhöfe und viele weitere Verkaufsstellen in der Schweiz an. Der sehr günstige Preis bleibt unverändert. Familien und Gruppen profitieren von einer Ermässigung.

CHECK-IN AM BAHNHOF

An über 50 Standorten, verteilt über die ganze Schweiz, können Reisende ihr Gepäck am Vorabend des Abfluges einchecken. Sie erhalten gleichzeitig die Bordkarte mit dem reservierten Sitzplatz vor allen andern Fluggästen. Im Flughafen gehen die

Reisenden direkt vom Zug zur Passkontrolle. Falls für die gewünschte Fluggesellschaft das Check-in am Bahnhof nicht möglich ist, transportiert die SBB das Gepäckstück beschleunigt bis zum Flughafen. Auch für Reisende im Incoming gibts mit

Fly Rail Baggage einen attraktiven Gepäckservice. Von jedem Flughafen der Welt reist das Fluggepäck mit jeder Fluggesellschaft via Flughafen Zürich oder Genève direkt zu den über 50 Check-in-Standorten in der Schweiz



Zusammenarbeit hotelleriesuisse-SBB

GEPÄCKFREUNDLICHE HOTELS

Ein Grossteil der Mitgliedhotels von hotelleriesuisse erhält in diesen Tagen Post von der SBB und ihren Partnerunternehmungen. Neben Informationen zum Gepäckservice wird den Hotels auch eine Plattform für eine Zusammenarbeit mit der SBB geboten. Gesucht werden Hotellerie, die das Gepäck ihrer Gäste am Bahnhof für ihre Gäste abholen, werden von der SBB auf ihrer Website als «gepäckfreundliche Hotels» ausgezeichnet.

tels, die diesen attraktiven Service neu anbieten oder bereits heute das Reisegepäck am Bahnhof für ihre Gäste abholen, werden von der SBB auf ihrer Website als «gepäckfreundliche Hotels» ausgezeichnet.

AUSBLICK

hotelleriesuisse und die SBB verfolgen die Absicht, das Label «gepäckfreundliche Hotels» im Verlaufe des Jahres weiter auszubauen. Für den Herbst ist eine «hotel specials»-Aktion bereits in Planung. Die Mitgliedhotels von hotelleriesuisse werden über die weiteren Massnahmen informiert.

Exzellente Marke EHL

«Brand Excellence Swiss Trophy». Die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) hat den Spezialpreis der «Brand Excellence Swiss Trophy» (BEST) 2004 gewonnen. Die EHL war in der Kategorie «Tradition» der Auszeichnung zusammen mit den Unternehmen Caran d'Ache, Raiffeisen, Ricola (Gewinner der Trophäe) und Zimmerli für die Endauswahl nominiert.

Die BEST-Auszeichnung wurde im Jahr 2003 lanciert, und zwar durch die Beratungsgesellschaft Accenture, die

Wochenzeitung «Cash» und die auf Markenbildung spezialisierte Agentur Interbrand Zintzmeier & Lux. Alt Bundesrat Adolf Ogi präsidiert die Jury.

«Wir erkennen genau den Wert dieser Belohnung», erklärte Ruud J. Reuland, Directeur Général der EHL. «Wir betrachten sie als eine Anerkennung unserer Arbeit im Sektor der Hotellerie und unseres Beitrags zum professionellen Standard in den Gastgeberberufen auf nationaler und internationaler Ebene.» *KJV*

Raffles: Swissôtel in Moskau

Kreml-Insel. Raffles International (Russia) Pte. Ltd, ein Tochterunternehmen der Raffles International Limited, unterzeichnete einen Vertrag mit «JSC Moskva Krasny Holmy» über das Management eines Hotels in Moskau mit 235 Zimmern. Das Hotel soll im Mai 2005 unter dem Namen Swissôtel Riverside Towers Moscow eröffnet werden. Es befindet sich momentan noch im Bau und liegt an der Ostseite der «Kreml-Insel». *KJV*

Synergie-Pilotprojekte im Wallis

Crans-Montana. Der Walliser Hotellerie-Verein führt in fünf Pilotprojekten Hotels zusammen, um gemeinsame Synergien zu nutzen. In einem solchen Projekt haben sich in Crans-Montana vier Hotels zusammengeschlossen. Gemeinsam wollen sie in diesem Sommer den Gästeservice «in neuen Dimensionen anbieten». Das Ziel der Pilotprojekte des Walliser Hotellerie-Vereins ist es, den Hotels zu helfen, ihre Auslastung zu verbessern. Von einem Consultant betreut und begleitet,

wird gemeinsam mit den Hoteliers versucht, Synergien zu finden und diese zu nutzen.

In Crans-Montana haben sich die Vier-Sterne-Hotels Helvetia-Intergolf, Alpina & Savoy und die Drei-Sterne-Hotels Beau-Site und Eldorado zum Zweck der Kommunikation und Vermarktung zusammengeschlossen. Zusätzlich bieten sie gemeinsam Pauschalangebote in den Dimensionen Golf, Natur und Kids an. Das «Einzigartige» an diesen Angeboten ist das Engagement der Hoteldirektoren, die sich als Golflehrer, Kinderbetreuer und Animatoren betätigen. Die Gäste werden in den Partnerhotels abgeholt und von einem der Direktoren zu den Aktivitäten wie Golfspiel, Wanderungen entlang der Suonen oder in Abenteuerparks begleitet. – Das Angebot «Dimension Golf» zum Beispiel, mit fünf Nächten von Sonntag bis Freitag und 2 x 2 Einführungsstunden ins Golfspielfeld, kostet pro Person mit Halbpension ab 625 Franken. *KJV*

KURZ UND BÜNDIG

Südtiroler Falkenstein-Gruppe: Prag-Opening

In unmittelbarer Nähe zum Wenzelsplatz hat das Südtiroler Tourismus-Unternehmen Falkenstein das Falkensteiner Hotel Maria Prag eröffnet. In dem siebenstöckigen ursprünglichen Appartementhaus aus dem Jahr 1860 entstand ein modernes Vier-Sterne-Hotel mit 109 Zimmern. Drei Restaurants, ein sommerlicher Innenhof, Bar, Businesslounge mit Kamin, Sauna und Dampfbad, Fitnessraum, drei Konferenzräume mit zusammen 100 m² und eine Tiefgarage gehören zum Hotel. Die Falkensteiner-Gruppe betreibt 25 Hotels, davon 18 unter der Marke Falkensteiner Hotels & Resorts und sieben Hotels unter Eigennamen, in Südtirol, Kroatien, Österreich und Tschechien. *KJV*

«Kraft der See für die Schönheit im Spa»

«Energie, die aus dem Ozean kommt»: Mit dem neuen Marine Energy Facial soll Willow Stream – die Spa-Kollektion der Fairmont Hotels & Resorts – die See ins Spa holen. Die 90-minütige Behandlung beginnt mit einem Thalasso-Seegrass-Fussbad und einer entspannenden Massage der Hände und Arme. Was den Gast schlussendlich erwartet, ist laut Ankinigung «geballte Meereskraft». Krönung des luxuriösen Spa-Erlebnisses seien die Augen- und Gesichts-Cremes aus Sevruka-Kaviar, der, wie es in der Mitteilung heisst, Anti-Aging-Eigenschaften besitzen soll. *KJV*

www.willowstream.com

Amsterdam wird Mövenpick-Destination

Die Mövenpick Hotels & Resorts haben einen Pachtvertrag für ein 410-Zimmer-Hotel in Amsterdam unterzeichnet. Gemäss der Expansionsstrategie von MH&R, Projekte in europäischen Hauptstädten und Schlüsseldestinationen zu entwickeln, wird zukünftig ein Vier-Sterne-Plus-Hotel in Amsterdam das Portfolio ergänzen. Das Hotel wird Teil des neuen «Oostelijke Handelskade»-Gebiets werden, das sich auf dem Anlegerterminal für Kreuzfahrtschiffe befindet. *KJV*

UBS will Thuner Hotel Seepark stärker nutzen

Das Hotel Seepark in Thun wird umgebaut, unter anderem zugunsten eines attraktiveren Zugangs. Die Bank UBS wolle das Seminarhotel wieder stärker selber nutzen, so die «Berne Zeitung». Die zur UBS gehörende Seepark AG investiere «mehrere Millionen Franken». Ein Verkauf des Hotels stehe derzeit nicht zur Diskussion. Es wird ab Dezember für drei Monate geschlossen. *KJV*

RÉGIS BULOT

«Bedeutung des Marketings steigt»

Die Luxushotelkette Relais & Châteaux begeht in diesem Jahr ihr 50-jähriges Jubiläum. Organisatorisch sind die Weichen für die Ablösung des derzeitigen Präsidenten Régis Bulot gestellt, der in 18 Monaten abtritt. Im Interview zieht er Bilanz und hält Ausschau.

INTERVIEW: KATJA HASSENKAMP

■ 50 Jahre sind ein stolzes Gruppenalter, zumal Ihre Kunden weitgehend treu geblieben sind. Wie haben sich die Ansprüche und Erwartungen der Gäste in den letzten Jahren gewandelt, und wie hat Ihre Kette darauf reagiert?

Unsere Gäste bleiben heute nur noch ein paar Tage und wollen in dieser kurzen Zeitspanne möglichst viel unternehmen. Sei es in Form von Aktivurlaub oder als Besichtigungstour. Dabei wollen sie von uns unterstützt werden und erwarten ein Programm. Die Relais & Châteaux haben daher Pakete geschnürt und Pauschalangebote aufgelegt – vor allem Spa- und Golföfferten –, die einfach und schnell zu reservieren sind und bei denen der Kunde genau weiss, was er bucht.

■ Sie planen ein technologisches Updating Ihrer Website. Wollen Sie damit einem neuen Konsumverhalten auch in der Luxus-kategorie gerecht werden?

Wir waren 1995 die Ersten, die ihren Hotelführer ins Netz gestellt haben. Jetzt gilt es, die Website zu modernisieren, damit der Kunde noch schneller zugreifen kann und die Essentials auf Anhieb findet. Die neue Version wird für den Führer 2005, d.h. im November dieses Jahres, aufgeschaltet werden.

«Im 2005 werden wir rund 35 Hotels ausschliessen und nur 15 neue aufnehmen.»

■ Bedeutet die Ernennung von Jacques-Olivier Chauvin zum neuen Generaldirektor der Relais & Châteaux auch eine Neupositionierung der Kette?

Es gibt zwei Gründe für diese Reorganisation. Einmal läuft meine Amtszeit in 18 Monaten aus, und ich will nach 18 Jahren Amtszeit der jüngeren Generation Platz machen. Zum anderen gilt es, die Hauptverwaltung noch stärker mit kompetenten Fachleuten zu besetzen – immerhin haben wir inzwischen 25 fest angestellte Mitarbeiter in Paris, New York, Berlin, London und Tokio – und mit der Ernennung des Marketingverantwortlichen zum Generaldirektor wird



RÉGIS BULOT

Der Präsident von Relais & Châteaux sieht die USA als wichtigsten Quellmarkt. Nach innen habe die Hotelgruppe für eine rigorose Qualitätspolitik optiert.

zwangsläufig die Bedeutung des Marketings für die Zukunft der Kette unterstreichen. Wichtigste Aufgabe der Kette bleibt es nämlich, die Hotels zu füllen.

■ Wie sieht der Kundennix der Kette derzeit aus?

Die USA bleiben unser wichtigster Quellmarkt mit einem Anteil von 18%. Dabei muss betont werden, dass dieser Anteil vor dem 11. September bei 28% lag. Platz zwei belegen die Franzosen mit 15%, gefolgt von den Deutschen und den Briten mit einem Anteil von jeweils 10%; die Schweizer stehen weltweit für 5% unseres Gästeaufkommens.

■ Was die Mitglieder Ihrer Kette angeht, wie soll die Zukunft aussehen? Gibt es Länder, wo Sie bevorzugt nach neuen Mitgliedern suchen?

Wir haben für eine rigorose Qualitätspolitik optiert, und ich gehe davon aus, dass im nächsten Jahr rund 35 Etablissements ausgeschlossen werden, während nur 15 neue Hotels aufgenommen werden. Damit haben wir dann bereits im zweiten Jahr mehr Ab- als Zugänge. Das bedeutet, wir suchen keine neuen Mitglieder um jeden Preis, jedoch gibt es Märkte, vor

allem in Osteuropa, die sich allmählich öffnen, und wir werden im 2005 ein neues polnisches Mitglied haben.

■ Wie sehen Sie die Chancen auf dem chinesischen und dem indischen Markt?

Die Märkte öffnen sich, aber bisher gibt es nur wenige «Hotels de charme». Und bei den Häusern, die Ambiente haben, handelt es sich um grosse Einheiten, während die Relais & Châteaux im Schnitt nur 30 Zimmer haben. Zudem gehören die Häuser meist grossen Ketten an. Aber das wird sich ändern, ähnlich wie in Südafrika, wo es vor 15 Jahren kein einziges passendes Haus gab und wo wir heute 15 Mitglieder haben.

■ Wie beurteilen Sie das Schweizer Potenzial?

Es ist offensichtlich, dass die Schweizer Hotellerie nach neuen Wegen sucht. Die Etablissements hatten meist sehr grosse Kapazitäten, und jetzt scheint es, dass neue Investitionen geplant sind, um komfortable kleinere Einheiten mit Ambiente zu schaffen oder bestehende Häuser umzubauen. Fest steht, dass der Anteil der Schweizer am Gästeaufkommen der Relais & Châteaux mit 5% höchst

beachtlich ist und dass die Helveten gerne im eigenen Land Urlaub machen – sommers und winters –, weshalb eine starke Nachfrage gesichert scheint.

■ Haben Sie derzeit Anfragen von Seiten Schweizer Hotellers?

Ja, wir haben einige Unterlagen geprüft, aber für das nächste Jahr erfüllt kein neues Schweizer Hotel unsere Vorgaben. Hingegen bin ich zuversichtlich, dass im 2006 oder 2007 neue Schweizer Häuser hinzukommen werden, wenn die Mutation der Schweizer Hotellerie vorangekommen ist.

«Es ist offensichtlich, dass die Schweizer Hotellerie nach neuen Wegen sucht.»

■ Was ist aus der Luxury Alliance mit den Leading Hotels of the World geworden?

Es handelt sich um ein Marketing-Abkommen der beiden Direktoren, das unsere Mitglieder nicht direkt betrifft – daher wird es nie ein Schild «Luxury Alliance» an den Hotelfassaden geben. Vielmehr haben wir vor vier Jahren festgestellt, dass sich die Angebote der beiden Ketten ergänzen – die Relais & Châteaux sind kleine Einheiten, während die Leading Hotels of the World grosse Kapazitäten haben – wir aber die gleiche Kundschaft haben. Seither organisieren wir zum Beispiel gemeinsame Workshops unter dem Begriff Luxury Alliance in den USA oder in Japan und teilen uns deren Kosten. Unsere Website hat einen Link zur Site der Luxury Alliance, zu der zum Beispiel auch die Orient-Express-Züge oder die Crystal Cruises gehören.

Zur Person

Régis Bulot wurde 1947 in Etaples-sur-Mer geboren. Er lernte Koch in Touquet, Deauville, Paris und Hossegor. Danach orientierte er sich zur Hotellerie und übernahm 1970 die Leitung des Vier-Sterne-Hotels «des Neiges» in Courchevel, das 1980 Mitglied der Relais & Châteaux wurde. 1979 baute er eine alte Mühle in Brantôme im Périgord zu einem Hotel mit Restaurant um: «Le Moulin de l'Abbaye», ab 1981 Mitglied der Relais & Châteaux. 1982 wurde Régis Bulot in den Aufsichtsrat der Kette gewählt. 1987 wurde er zum Präsidenten der Relais & Châteaux, und diesen Posten hat er heute noch. 1991 Orden der Légion d'Honneur. Bulot hat immer gegen eine doppelte Mitgliedschaft gekämpft, d.h. wer bei den Relais & Châteaux Mitglied ist, kann nicht gleichzeitig in einer anderen Kette Mitglied sein. *HAS*



Food

prodega
CASH+CARRY

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

Internet: www.prodega.ch

GROWA
CASH+CARRY

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

Internet: www.growa.ch

SIE HABEN DIE GÄSTE.

Wir die Marken.

www.scanoshop.ch, www.scana.ch, info@scana.ch

Jilly
CAFFÈ

ILLYCAFFÈ AG, 8800 Thalwil
Tel. 01 723 10 20, Fax 01 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

gemma
GASTRONOMIE

GEMMA Gastronomie SA
Route de Denges 22, 1027 Lonay
Tél: 021 811 30 00
Fax: 021 811 30 01
www.gemma.ch

HOWEG
bringt Genuss in die Gastronomie - apporte les saveurs à la gastronomie

Logistik Zentrum	Telefon
8953 Dietikon	01 746 55 55

Bestellservice	Telefon
Bussigny	021 633 23 23
Kriens	041 348 07 00
Zermatt	027 967 32 02

www.howeg.ch

Non-Food

Rentokil Initial

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

www.rentokil-initial.ch

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN

schmocker AG

Dammweg 15
CH-3800 Interlaken
Telefon 033 828 38 48
Telefax 033 828 38 38
info@schmocker-ag.ch
www.schmocker-ag.ch

Strasser

Gastro Innenausbau
Bar Buffetanlagen
Hotel Empfangsanlagen

Telefon 033 334 24 24
info@strasserthun.ch
www.strasserthun.ch

KLAFS
Die Wellnesspezialisten

Sauna / Sanarium

Klafs Saunabau AG
Oberneuhofstrasse 11
CH-6342 Baar
Telefon 041 760 22 42
Telefax 041 760 25 35
www.klafs.ch
baar@klafs.ch

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

111 JAHRE

Cash-Carry

CC A Angehrn
Frühe für Sie

Engros-Frischmarkt
Engros-Lebensmittelmarkt
Engros-Nonfoodmarkt

CCA Gossau SG	CCA Luzern
CCA Brütisellen	CCA Rapperswil
CCA Spreitenbach	CCA Saggans
CCA Bern	CCA Frauenfeld

www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

3000 Bern 5
www.wida.ch
info@wida.ch
Tel: 031 381 83 33
Fax: 031 381 83 83

coolwave ag

die Kühlleuchte für professionelle Kühltechnik

Industrie neuhof 4, ch-3422 kirchberg
tel. 034 445 69 80 / fax 034 445 69 83
info@coolwave.ch / www.coolwave.ch

Distrimondo AG
Oberebene 57
5620 Bremgarten

Alles was die Gastronomie (ver)braucht.

Telefon 056 648 23 00
Fax 056 648 23 29
info@distrimondo.ch
www.distrimondo.ch

Ihr Partner für Gastromobiliar

MAZUVO
SWISS

Zulliger AG
Hardstrasse 12
8604 Volketswil
Tel. 01 908 26 26
info@mazuvo.ch
www.mazuvo.ch

HAENNI
PROMOTION

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

Generalvertretung Schweiz:
Haenni Promotion
Chnürdöchi 48, CH-8197 Rafz
☎ 01 869 41 00, E-Mail: info@haennipromotion.ch
www.haennipromotion.ch

hotel + tourismus revue «Marktplatz»
erschient jeden ersten Donnerstag im Monat.
BUCHEN SIE JETZT IHR FELD!
Telefon 031 370 42 42, inserate@swisshotels.ch

Der Partner
für textile Hotel- und Gastronomieausstattung

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

Spürbar Qualität

waschekrone

Tel. 0848 - 804100 · www.waschekrone.ch

Mit Ungeziefer Kummer?
Wählt die Profi-Nummer:

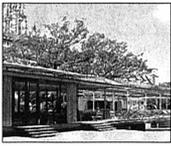
Telefon 0800 777 877
www.cws.com

CWS BIO KILL
preventive care

Haben Sie in Ihrem Betrieb
auch englischsprachige
Prospekte/Hinweise/Anleitungen
usw.? Wir können dafür sorgen,
dass alles, was Englisch sein soll,
auch wirklich **Englisch** ist!

www.proof-reading.ch

Buitoni
il gusto della vita



BERNER «RIVIERA»/ Das erste Gastroobjekt vom neuen Schwellenmätteli ist eröffnet. Mit einer Lounge über der Aare. SEITE 15



SANDWICH-BOOM / Das Trendprodukt Sandwich verzeichnet auch hier zu Lande kräftige Zuwachsraten. SEITE 17

**Gastronomie
& Technik**

hotel+tourismus revue

LOUNGE & BAR LEICHTSINN, BERN

«Leichtsinn» am Kornhausplatz

Nun hat auch Bern eine Wein-Lounge mit leichter asiatischer Küche, wie sie im Trend ist. «Leichtsinn» ist ein Kind der Objektmöblerer Gebrüder Meer.

■ **GUDRUN SCHLENCEK**

«Wir wollten etwas realisieren, was es in dieser Form in Bern noch nicht hat», nennt Daniel Meer, Co-Geschäftsführer des gleichnamigen Objektmöblerers, als Beweggrund, in dem ehemaligen Schmuckgeschäft Nicklès am Kornhausplatz in Bern die Lounge-Bar «Leichtsinn» zu etablieren. Zur Hälfte sind Daniel Meer und sein Bruder Markus, Hotelier EHL und zweiter Geschäftsführer der Meer AG in Bern, an der Leichtsinns-Betriebsgesellschaft «Opus Services AG» beteiligt. Die Meer-Brüder, die sonst Hotels, Restaurants, Heime und Spitäler einrichten, wollen mit ihrem ersten Gastro-Objekt aber auch ihre Philosophie eins zu eins zeigen können und am eigenen Leibe erfahren, wie man als Gastromomen wirtschaften muss. Eine Gastrokette aufzubauen haben die Meer-Brüder dabei nicht im Sinne. Doch bei einem guten Standort würde man auch in Zukunft nicht nein sagen.

Die andere Hälfte der Betriebsgesellschaft teilen sich der Hotelier Markus von Weissenfluh, der zudem Inhaber der «von Weissenfluh Service-

Quality-Concepts GmbH» ist, sowie Daniel Nicklès, der mit seinem Uhren- und Schmuck-Geschäft zwei Häuser weitergezogen ist.

ES WURDE DOCH KEINE SUSHI-BAR

Als Markus von Weissenfluh letzten Herbst dazusties, hat man auf sein Anraten hin das Konzeptrunder noch herumgerissen und statt der geplanten Sushi-Bar eine Wein-Lounge realisiert, mit schwerpunktmässig asiatischem Angebot, ergänzt durch Antipasti und Käse. «Der Schweizer ist kein grosser Fischesser», erklärt von Weissenfluh.

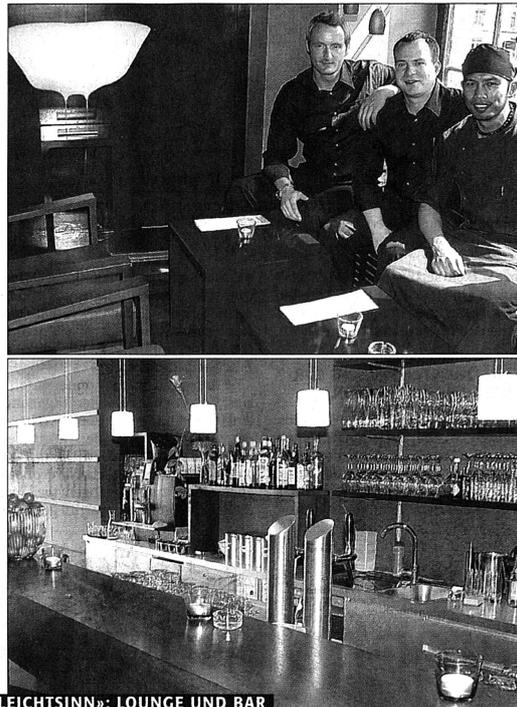
Bei der Einrichtung hat das Quartett nicht geknauert, renommierte Architekten wie Andrin Schweizer, der die Laborbar in Zürich gestaltet hat, und die M&B-Architekten aus Bern mit Hugo Doenz haben beim «Leichtsinn» gewirkt. 450 000 Franken hat die Opus AG dann auch für die zweistöckige, 90 m² grosse, innen 50 und aussen 40 Sitzplätze umfassende Bar plus Mini-Küche in die Hand genommen – trotz viel Eigenleistung der Partner bei den Umbauarbeiten.

Bewusst habe man auf Weiss verzichtet, erklärt Daniel Meer das Farbkonzept. Braun-, Violett- und Rottöne dominieren, sie sollen Gemütlichkeit ausstrahlen und die Verweildauer im «Wohnzimmer» im ersten Stock erhöhen. Licht in die gedämpften Töne bringen die Kollektion «Samurai» vom «Lichtpapst» Ingo Maurer aus München sowie viele Kerzen. Ein Lichtpunkt auch das aus Italien importierte Lavabo der Damentoilette, das in sich beleuchtet ist.

EIN VIERTEL DES UMSATZES MIT WEIN

Passend zur Ambiance Angebot und Nachfrage: Die rund vierzig ausgewählten Weine – davon 13 offen – werden fleissig konsumiert und bestreiten ein Viertel des Tagesumsatzes.

Fotos: Gudrun Schlenzek

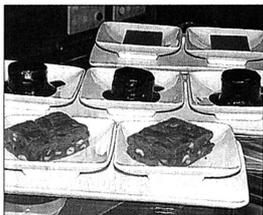


«LEICHTSINN»: LOUNGE UND BAR

Die drei operativen Macher (Bild oben: v.l.n.r.): Geschäftsführer Markus von Weissenfluh, Stellvertreter Manuel Zaugg und Küchenchef Azman Othman.

Der Mineralanteil fiel demgegenüber in den ersten drei Wochen nach der Eröffnung anfangs Juni mit rund 14 Prozent vom Umsatz erstaunlich klein aus. Der Giger-Kaffee wird im gestylten Schaerer-Vollautomaten «Celebration» aufgebriht (14 Prozent vom Umsatz). Sushi, erhältlich ebenfalls als Take-away in der Designer-

Weissblechdose, macht beim Foodangebot wie auch beim Foodumsatz ein Viertel aus. Geöffnet ist die Bar von Dienstag bis Samstag und mit fünf Vollzeit- sowie vier Teilzeitmitarbeitenden besetzt. Die Gastromiele am Kornhausplatz mit «Kornhauscafé» und «Cuba-Bar» ist durch das «Leichtsinn» nun vervollständigt.



Leichtsinn-Leckerei: Erdnuss-Brownie

BRISSAGO/TI

Grotto in der Zigarren-Fabrik

Das «Albergo Giardino» in Ascona erweitert während des Sommers das gastronomische Angebot mit dem «Grotto Giardino» im «Centro Dannemann».

■ **MARTIN J. PETRAS**

Im 2002 eröffneten Kultur- und Veranstaltungszentrum «Centro Dannemann» am Rande von Brissago, wo nach wie vor auch die klassischen Brissago-Zigarren produziert werden, betreibt das «Albergo Giardino» seit kurzem das «Grotto Giardino». Während der Sommermonate – vorläufig nur an Donnerstagen – soll mit dem Grotto einerseits das kulinarische Angebot des Hauses erweitert werden, und gleichzeitig sollen auch Gäste aus der Region angesprochen werden, um das «Giardino» auf diese Weise näher kennen zu lernen.

Die Hausgäste können im Rahmen des Wochenprogramms als Alternati-

ve zu den Hotelrestaurants einen Grotto-Abend buchen. Gefahren werden sie von Ascona nach Brissago und

zurück mit dem «Giardino»-Oldtimer-Bus und können so direkt an den Ufern des Lago Maggiore ein viergän-

giges «Dannemann-Menü» geniessen – mit einer Dannemann-Zigarre zum Abschluss.

MITARBEITER UND MENU VOM «GIARDINO»

Die Gäste des rund 70 Plätze umfassenden Grottos werden von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des «Giardino» betreut, und die Verpflegung wird auch mitgebracht. Da im sommerlichen Grotto eine Kücheninfrastruktur fehlt, wird direkt vor Ort nur der Hauptgang auf dem Holzkohlegrill zubereitet.

Das direkt am Ufer des Lago Maggiore gelegene «Centro Dannemann» des Tabakunternehmens Burger Söhne AG, Burg, steht darüber hinaus mit mehreren Räumlichkeiten als kulturelles Zentrum für Seminare, Ausstellungen, Konzerte wie auch für Firmen- und Privatveranstaltungen zur Verfügung. So wurden hier beispielsweise letztes Jahr während der «Miss Schweiz»-Wahl an die 600 Personen verpflegt.

Foto: Zaugg



«GROTTO GIARDINO» IM «CENTRO DANNEMANN»
«Giardino»-Direktor Franz Reichholf (2.v.r.) mit Team anlässlich der Eröffnung.

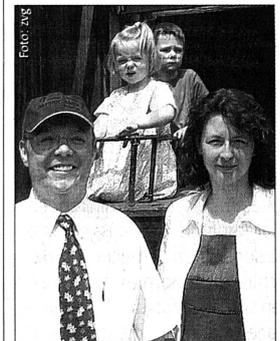
ZWEISIMMEN

Traditions-gasthof wieder offen

Der traditionsreiche Zweisimener Gasthof Bären wurde wieder eröffnet. Er soll als Treffpunkt für Einheimische und Touristen positioniert werden.

■ **MARTIN J. PETRAS**

Seit rund 500 Jahren bestimmt der Gasthof Bären das Dorfgeschehen von Zweisimmen. Früher am grossen Marktplatz, heute am öffentlichen Dorfparkplatz, gehörte der «Bären» lange Zeit zu den zwei einzigen Dorfwirtschaften. Vor kurzem konnten die in Zweisimmen aufgewachsenen Rolf und Erika Michel, die von 1994 bis 1998 das Berghaus im Spenenmoos führten, den traditionsreichen Gasthof käuflich erwerben. Nach dem Motto «einfach, gemütlich und freundlich» möchten sie den «Bären» als Treffpunkt für Einheimische wie auch für Touristen auf- und ausbauen.



«Bären»-Wirtsleute Rolf und Erika Michel mit ihren beiden Kindern.

So wird auch die alte Küche im ersten Stock in ein multifunktionelles Restaurant im italienischen Stil umgebaut, und demnächst wird auch die zum Gasthof Bären gehörende Alpthüttli wieder geöffnet.

Küchenchef Jakob Graf, der über 17 Jahre Auslandserfahrung verfügt, zuletzt in einem Fünf-Sterne-Hotel in Malaysia, möchte im «Bären» eine marktfrische und abwechslungsreiche Küche zu attraktiven Preisen anbieten: von «Rychesteiner Buure Bratwurst» bis hin zu Spezialitäten aus aller Welt.

Reklame

FRISCHAUF 1898

BOX SPRING

BETTENSYSTEME...

... zertifiziert, 5 Jahre Vollgarantie!

... boxspringbetten.ch

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

THURNERSEE

SV Group agiert neu als Schiffscaterer

Die SV Group versucht sich als Schiffscaterer. Für die Division SV Event bedeutet der Zuschlag der Thunersee-Schiffahrt fast eine Umsatzverdoppelung.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Für den grössten Schweizer Gemeinschaftsverpfleger ist es der erste Verpflegungsauftrag auf See: Die SV Group, Zürich, ist mit ihrer Division SV Event der neue Gastro-Partner der BLS Lötschbergbahn AG, Bern, auf dem Thunersee. Letzte Woche wurde der Pachtvertrag unterzeichnet, der auf Anfang 2005 in Kraft tritt. Beworben haben sich neben der SV Group auch andere Grosse in der Schweizer Gemeinschaftsverpflegung. Erfahrung in der Schiffskost bietet jedoch unter den Schweizer Contract Caterern nur DSR aus Morges mit ihrer Lake Gourmet SA. Einen neuen Caterer suchte man bei der BLS, weil sich der alte, der Restaurationsbetrieb Freienhof AG in Thun, nach über 50 Jahren aus eigenen Stücken verabschiedet hat.

Dabei erhofft man sich beim Schiffsbetrieb BLS viel frischen Wind von dem Newcomer in der Schiffsgastronomie: Die Restauration solle aufgewertet werden. Davon erhofft man sich dann nicht zuletzt, die Attraktivität der Schiffahrt auf dem Thunersee zu steigern.

Schliesslich macht die Gastronomie gut ein Drittel des auf den insgesamt zehn Schiffen erzielten Umsatzes aus: 5,5 Mio. Franken neben ei-

Foto: zsg



PERSONALVERPFLEGER ERHÄLT DEN ZUSCHLAG

Bei der Vertragsunterzeichnung auf dem Thunersee (v.l.n.r.): Christine Sustreanu, Leiterin Schiffsbetrieb BLS; Anna Barbara Remund, Leiterin BLS-Personenverkehr; Philippe Echenard, CEO SV Schweiz; Stephan Zuppinger, SV Event.

nem Verkehrsertrag von 10,4 Mio. Franken (2003). Mit 5,5 Mio. Franken Jahresumsatz hat man auch bei SV Event erstmal vorsichtig budgetiert.

■ EIN QUANTENSPRUNG FÜR DIE DIVISION SV EVENT

Für die junge SV-Group-Division bedeutet dies aber auf jeden Fall einen Quantensprung: Lag doch der letztjährige Umsatz der SV Event bei 7 Mio. Franken. Der Zuwachs durch das Catering auf dem Thunersee kommt

so fast einer Verdoppelung des Jahresumsatzes gleich. Darüber hinaus bedeutet der Zuschlag auch eine regionale Ausweitung, ist doch SV Event bis anhin ausschliesslich im Zürcher Raum aktiv.

Für Schiffsgastronomie interessiert sich der Caterer allerdings schon länger und hatte sich 2002 bereits bei der Ausschreibung der Zürichsee-Gastronomie beworben. Dort hatte sich der Gemeinschaftsverpfleger aber wieder zurückgezogen, weil man nicht bereit gewesen war, im geforder-

ten Umfang in die geplante Produktionsstätte zu investieren. Den Zuschlag für die Zürichsee-Gastronomie holte sich vor zwei Jahren dann Roland Thalman, der bereits früher mal während zehn Jahren als Geschäftsführer für diese tätig war und auf entsprechende Erfahrung zurückblicken konnte. Dass die Schiffsgastronomie ein hartes Geschäft ist, zeigt der rasche Wechsel der Caterer auf dem Zürichsee: Der Vorgänger von Thalman, Christian Kramer, kochte nur zwei Jahre auf den Zürichseeschiffen, bevor

er dann das Handtuch schmiss (siehe Artikel unten).

SV GROUP INVESTIERT EINE HALBE MILLION FRANKEN

Auch die Thunersee-Gastronomie erhält nun neu eine Produktionsstätte an Land in der BLS-Werft in Thun Lachen. Bis anhin wurde in der Küche der Freienhof AG zubereitet. «Damit wir generell in Zukunft unabhängiger vom Schiffscaterer sind», so Christine Sustreanu, Leiterin Schiffsbetrieb BLS. Die Investitionen teilt sich der Caterer mit der Schiffseigentümerin. Rund 1 Mio. Franken kalkuliert man für die neue Küche. Wie man künftig produzieren will, ist noch offen. Denkbar ist gemäss Christine Sustreanu unter anderem eine Cook&Chill-Produktion.

Die BLS und die SV Group wollen jetzt die Gastronomie auf dem Thunersee auf jeden Fall rentabel machen. Der Caterer plant, vor allem durch mehr Events die Einnahmen zu steigern. Die Kosten wiederum sollen einmal durch Synergien zwischen dem Gastro-Partner und der Reederei gesenkt werden: Essen und Fahrten werden nämlich neu von BLS- und SV-Group-Mitarbeitern zusammen in einem gemeinsamen Büro an der Thuner Werft verkauft. Zum anderen kann der grösste Schweizer Caterer mit guten Einkaufskonditionen die Warenkosten tief halten und mit seinen 57 Personalverpflegungsbetrieben im Kanton Bern auf einen stattlichen Personalpool von 650 Mitarbeitenden zurückgreifen.

SCHWEIZER SCHIFFSRESTAURATION

Stetiger Kampf um die Rentabilität

Logistikprobleme, die veraltete Infrastruktur, die sinkenden Margen und der ausgeprägte Saisonbetrieb machen der Schiffsgastronomie zu schaffen. Ganzjährige Arbeitsverträge und ein limitiertes Menuangebot sind Lösungen für die schwimmenden Restaurants.

■ ELIAS KOPF

140 fest angestellte Mitarbeiter beschäftigt die Schiffsgastronomie AG auf dem Vierwaldstättersee in der Hochsaison von Juni bis September. In der kalten Jahreszeit dagegen sind es bloss noch 20: «Wir fahren das Personal im Winter auf ein Minimum

herunter. Auch die Mitarbeiter mit Ganzjahresverträgen müssen dann Ferien machen und Überstunden kompensieren», sagt Inhaber Edwin Schmidli. Während die ausländischen Angestellten den Winter grösstenteils in ihren Heimatländern verbringen, wechseln einige Mitarbeiter in die Bergsport-Gastronomie. Mit einem Restaurant im Skigebiet am Stoss unterhält die Luzerner Schiffs-Gastronomie AG beispielsweise eine Kooperation, die vier Ganzjahresstellen ermöglicht.

GEHOBENE GASTRONOMIE BRAUCHT FEST ANGESTELLTE

Mit dem Problem saisonaler Personalschwankungen sieht sich auch die Gastronomie auf dem Zürichsee konfrontiert. Für Christian Kramer, der die Zürcher Schiffsgastronomie

von 2001 bis 2002 betrieb, war die Unmöglichkeit, einen zwar reduzierten, aber dennoch attraktiven Winterbetrieb aufrechtzuerhalten, ein Hauptgrund für den Rückzug aus der Schiffsverpflegung.

Der Saisonstart ist Kramer zufolge so aufwändig wie die Eröffnung von zwanzig neuen Restaurants. Für ihn ist deshalb klar: «Eine gehobene und anspruchsvolle Schiffsgastronomie kann nur rentabel betrieben werden, wenn das qualifizierte und eingetübte Personal das ganze Jahr über beschäftigt wird.» Und dazu müsste eine grössere Zahl von Schiffen auch im Winter für Bankette und Spezialveranstaltungen angeboten werden können.

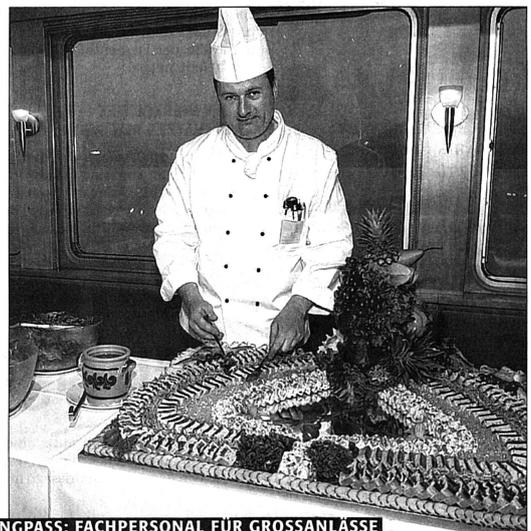
Allerdings gestaltet sich die Personalrekrutierung wegen der schlechten Wirtschaftslage gegenwärtig etwas einfacher. So meint etwa der neue Pächter der Zürichsee-Gastronomie, Roland Thalman: «Wir finden heute wieder genügend qualifiziertes Personal. 90 Prozent unserer Mitarbeiter haben einen festen Vertrag für die ganze Saison.»

GOURMET-MENU WÜRDE ÜBERFÖRDERN

Dennoch ist es an Spitzentagen immer eine gewisse Herausforderung, genügend Personal aufzubieten. Für die Vierwaldstättersee-Dampferparade vom 1. Mai beispielsweise hat Edwin Schmidli lange im Voraus mit der Personalsuche begonnen. Dasselbe gilt für Anlässe wie den Muttertag oder den 1. August. Schmidli: «Man muss rechtzeitig ans Personal denken, wenn man auf einen Schlag 850 Menus auf hoher See servieren will.»

Zur Bewältigung des Massenandrangs an Spitzentagen und Schönwetter-Wochenenden braucht es jedoch nicht nur eine flexible Personalpolitik. Auch die Anforderungen an die Logistik sind enorm. Auf dem Thunersee beispielsweise steigen auf der

Foto: zsg



ENGPASS: FACHPERSONAL FÜR GROSSANLÄSSE

Bei Spezialanlässen mit grossen Buffets wird möglichst viel vorgekocht. Trotzdem verlangen solche Events eine aufwändige Personalrekrutierung.

Überfahrt von Thun nach Interlaken bis zu 400 Personen zu. Viele dieser Fahrgäste fahren nicht die ganze Strecke, sondern verlassen das Schiff nach relativ kurzer Zeit wieder. «Da muss man bei der Menugestaltung am Boden bleiben, sonst kann man diese Gäste nicht innert nützlicher Frist bedienen», meint Björn Knuchel, Direktionsassistent beim heutigen Schiffsgastronomieanbieter auf dem Thunersee, der Freienhof Thun AG.

Dennoch wird den Fahrgästen auf dem Thunersee eine vergleichsweise anspruchsvolle Küche angeboten. Meist stehen ein bis zwei Menus plus ein vegetarisches Angebot auf der Speise-

karte. Statt à la carte können die Gäste aber auch ein kostengünstiges Tagesmenü mit Suppe, Hauptgang und Dessert bestellen.

Dieses vielfältige Angebot ist Knuchel zufolge nur möglich, weil die Schiffe von der seeseitigen Produktionsbasis im Viersternehotel Freienhof ständig frisch beliefert werden: «Wir haben auf den Schiffen nur einen geringen Convenience-Anteil. Ein Acht-Gang-Gourmet-Menü würde aber unsere logistischen Möglichkeiten überfordern», so Knuchel. Auch auf dem Zürichsee setzt die Infrastruktur allzu hochfliegenden Menukreationen Grenzen.

Die Margen sinken weiter

Ob man nun frisch zubereitet oder mehr auf Convenience setzt: Hauptproblem ist auf allen Seen die schrumpfende Marge. Schon fürs Schiffsticket müssen die Passagiere relativ viel Geld hinblättern. Das reduziert die Bereitschaft, beim Essen noch einmal tief in die Tasche zu greifen: «Zwar wissen die meisten, dass die Verpflegung auf dem Schiff etwas teurer kommt. Dennoch wird gute Qualität zu günstigen Preisen erwartet», erklärt Björn Knuchel, dessen Freienhof Thun AG sich deshalb per Ende 2004 nach über 30 Jahren aus der Thunersee-Gastronomie zurückzieht: «Die Umsätze auf dem See sind zwar erfreulich, doch die Rentabilität lässt seit längerer Zeit zu wünschen übrig.» EK

Viel wird vorgekocht

Angesichts der in die Jahre gekommenen Kücheninfrastruktur der Zürichseeflotte hat das Vorkochen grosse Bedeutung: «In unserer Logistikbasis in der Schiffswerft bereiten wir viele Gerichte im Sous-vide-Verfahren vor», meint der Pächter der Zürichsee-Gastronomie, Roland Thalman. Die schockgekühlten Beutel bleiben länger frisch, so dass flexibel auf wetterbedingte Bedarfs-spitzen reagiert werden kann. Auch bei Spezialanlässen mit grossen Buffets wird möglichst viel vorgekocht. Frisch in der Schiffsküche zubereitet werden dagegen A-la-carte-Gerichte wie Bratwurstler und Schnitzel. Das Verhältnis von frisch zu vorgekocht beträgt laut Thalman etwa 40 zu 60 Prozent. EK

KULINARIUM

8. Juni bis 6. September 2004
 Kulinarisches Griechenland
 Bistro-Restaurant und Bar «Plätzli»,
 Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon/SZ

1. Juni bis 31. August 2004
 Sommeraktion «Restaurantshopping»
 Kulinarische Höhenflüge mit
 Gutscheinet im Züri HB
 Buffet à discretion, Rest. Bona Dea
 3-Gang-Menu, Trendlokal image
 Méditerranée Spécialités
 Spezialitätenrestaurant Da Capo
 Smörgåsbord, Rest. Au Premier
 (ab 29.5.), Zürich HB

1. Juni bis 30. September 2004
 Tartar-Spezialitäten und leicht
 bekömmliche Sommer-Gerichte
 Hotel-Restaurant Schössli, Meggen

1. Juni bis 24. Juli 2004
 Tartar-Spezialitäten aus aller Welt
 Restaurant und Bar Différente, Hotel
 Krone Unterstrass, Zürich

16. Juni bis 2. September 2004
 Tessiner Wochen. Köstlichkeiten
 wie «Entrecôte di agnello alle erbe
 in crosta al formaggio di capra» von
 der «Schweizerhof-Brigade» nach
 den Originalrezepten der bekannten
 Tessiner Köchin Agnese Brogginì vom
 Ristorante Da Agnese in Intragna –
 dazu edle Tessinerweine von Feliciano
 Gialdi, Casa Vinicola aus Mendrisio
 Jack's Brasserie und Arcady Bar
 Hotel Schweizerhof, Bern

12. Juni bis 11. Juli 2004
 Grosser Biergarten. Köstliche und
 kühle Biere mit dazu passenden
 bierischen Köstlichkeiten
 Sonnenterrasse und Rest. Bô-Stube
 Hotel Heiden, Heiden

SCHWELLENMÄTTELI, BERN

Die «Gastro-Riviera» von Bern

Der erste Teil des «Schwellenmätteli» hat gestern seine Türen geöffnet. An dem Projekt haben Gastronomen und Architekten gemeinsam gewirkt.

■ GUDRUN SCHLENZECZ

Das «Schwellenmätteli» an der Aare-Schwelle gehört zu Bern wie der Bärengraben und ist ein wichtiges Identifikationsmerkmal für Bernerinnen und Berner. Deshalb hat die Stadt Bern auch die nötigen 7 Mio. Franken für den Neubau des in die Jahre gekommenen Restaurants Schwellenmätteli gesprochen. Aus einem Restaurant wurden dabei gleich drei. Gestern eröffnete der erste Part des neuen Berner Schwellenmätteli. Das Flussrestaurant mit seiner 160-plätziggen Terrasse, die 20 Meter über das Wasser hinausragt, ist dabei rein baulich auch das Herausragendste des dreigeteilten Gastro-Konzepts. Neben der tiefen Bistrobestuhlung laden eine Lounge und einige Liegestühle zum Verweilen ein. Meterlange Glaskästen lassen in die Aare blicken. Das Rauschen der Aare-Schwelle vermittelt Riviera-Impressionen.

DAS BIER KOMMT ZENTRAL AUS DEM FELSENKELLER

Bewirtet wird primär vom Land, von der Küche des hundertplätziggen Restaurants aus. Getränke und kleine

Fotos: Cédric Schlenzecz


LOUNGE ÜBER DER AARESCHWELLE

Das neue Schwellenmätteli bietet eine 160-plätzigge Terrasse, die 20 Meter über der Aare schwebt. Gastronomiechef Thomas Käser vor der einladenden Lounge.

Snacks bietet die auf der Terrasse über der Aare integrierte kubische Bar. 20 Festangestellte und 15 Aushilfen (für den Sommerbetrieb) hat Betriebsleiter Thomas Käser engagiert. Der ehemalige Bindella-Mann hat hier eine moderne, mediterrane Bistro-Küche kombiniert mit einheimischen Spezialitäten realisiert. Auf der schmalen Speisekarte stehen zwölf Tellergerichte, je vier Pasta- und Risotto-, Fisch-, Geflügel- und Fleischgerichte: zum Beispiel Rinds-Carpaccio mit Tête de moine und

Limetten-Trüffel-Olivenöl als Hors-d'oeuvre, Ricotta-Ravioli an Salbeibutter als Pasta-Gericht.

Bereits fertiggestellt ist ebenfalls die Schwellenmätteli-Lounge. Eine Kombination aus Bar und Mehrzweckraum für Bankette bis 120 Personen oder Partys bis 300 Personen. Ende Oktober soll dann noch das «Bauernhaus» als Restaurant Casa mit italienischer Küche und 80 Innenplätzen seine Türen öffnen. Produziert wird dezentral in den beiden Restaurants. Zentral organisiert: die Bier-

versorgung via Leitung aus einem von Feldschlösschen errichteten 2000-Liter-Tank in einem Felsenkeller sowie die Steuerung der Spülmitteldosierung. «Das spart Personal», so Käser. Die gesamte Gastronomie-Planung oblag der Beratungsabteilung von hotelleriessuisse, die Kücheneinrichtung der Schmocker AG, Interlaken.

Thomas Käser als Mitinhaber der Betriebsgesellschaft Riviera Restaurants SA beschäftigt sich schon länger mit dem Schwellenmätteli. Noch zu Bindella-Zeiten hatte er 1996 mit seiner Verdi's Restorante AG die Grundlagen für die anschliessende Ausschreibung erarbeitet. Der Zuschlag ging dann an die Gastro Markt Unternehmung GMU AG, die sich nach vier Jahren zurückzog und von der Riviera Restaurants SA abgelöst wurde.

VON ANFANG AN MIT GASTRONOMEN GEPLANT

Bei Planung und Ausschreibung ging die Stadt Bern beim Schwellenmätteli neue Wege. Von Anfang an waren Touristiker und Gastronomen beratend dabei. Der Wettbewerb wurde nicht allein an Architekten ausgeschrieben, sondern für Teams aus den Bereichen Architektur und Gastronomie. Das will man bei den 17 Berner Stadt-Gastronomie-Liegenschaften, allesamt verpachtet, auch in Zukunft so handhaben. Das nächste Bauprojekt, terminiert auf 2005, ist das renovationsbedürftige und heute wenig rentable Schloss Bümpliz.

Publiberportage

ADVERTORIAL

Ich investiere nicht in mein Hotel, sondern in meine Gäste.

Im schönen Rapperswil gibt es seit 1920 eine gute Adresse für angenehme Tage: Das Hotel Speer. Mit vielen Ideen und frischen Konzepten führt Urs Hämmerle den Familienbetrieb. Dank lease & sleep von happy müssen neben neuen Matratzen auch andere Investitionen nicht verschoben werden.



Inhaber Urs Hämmerle leitet das Hotel Speer in Rapperswil

DER GAST KANN HEUTE UNTER EINEM ENORM BREITEN ANGEBOT WÄHLEN. DAS MACHT IHN AUCH ANSPRUCHSVOLL.

happy: Herr Hämmerle, erst einmal vielen Dank, dass Sie sich heute für uns Zeit genommen haben. Seit wann kennt man das Speer in Rapperswil?

Herr Hämmerle: Das Hotel Speer ist ein reiner Familienbetrieb und gibt es so seit 1920.

happy: Dafür ist das Gebäude wirklich top in Schuss.

Herr Hämmerle: Sie müssen wissen, wir haben 1993 den Betrieb geschlossen und das Gebäude vollkommen entkernt, neu wieder aufgebaut und 1995 neu gestartet.

happy: Und welche Gäste begrüssen Sie seither?

Herr Hämmerle: Nun, das ergibt sich aus

der Lage. Rapperswil besitzt neben seiner schönen Altstadt eine Menge High-lights wie beispielsweise den Kinderzoo oder das Alpanare, die es zu einem beliebten Ausflugsziel für das Wochenende machen. Unter der Woche leben wir aber ausschliesslich von unseren Business-Kunden, die uns gern besuchen.

happy: Wie schätzen Sie die augenblickliche Lage für die Schweizer Hotellerie ein?

Herr Hämmerle: Wenn ich mir den Markt so anschau, haben wir in erster Linie strukturelle Probleme, denn es gibt eine grosse Anzahl von kleinen Hotels in der Schweiz – vor allem in der Saisonhotellerie, die gerade im Bereich Ambiente ein Nachholbedürfnis verspüren und hier wichtige Investitionen verpasst haben. Die Stadthotellerie hat da andere Sorgen. Hier findet ein gnadenloser Preiskampf statt, denn der Konkurrenzdruck ist enorm.

happy: Warum haben viele Betriebe bei den Investitionen so lange gezögert?

Herr Hämmerle: Wenn es die finanzielle Situation nicht erlaubt, kann man halt auch keine Investitionen tätigen.

happy: Was kann man tun, damit es erst gar nicht so weit kommt?

Herr Hämmerle: Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Leasing ist hier eine davon. Oder durch Kooperationen beispielsweise. Der Gast kann heute unter einem enorm breiten Angebot wählen. Das macht ihn auch anspruchsvoll. Es wird einfach heute mehr auf Hygiene, den Komfort und das Ambiente geachtet als früher.

WARUM SOLL ICH ALLES SELBST AM BESTEN KÖNNEN? DAFÜR GIBT ES SPEZIALISTEN.

happy: Worin unterscheidet sich denn das Speer von anderen Betrieben?

Herr Hämmerle: Wir haben ganz klar von Anfang an gesagt, dass wir bestimmte Dinge in kompetente Hände outsourcen möchten und uns nach Kooperationen umschauen. So haben wir für unser Restaurant die Backstatt AG als Partner ins Haus geholt, die sich komplett um das leibliche Wohl unserer Gäste sorgt. So übernimmt die Back & Brau auch den Frühstück-Service bei uns. Selbst den Fitness-Bereich haben wir ausgelagert. Oder Seminare... man muss nicht alles selbst am besten können. Wir haben uns auf unsere Kernkompetenzen konzentriert. Das heisst dem Gast ein zweites Zuhause bieten, in dem er sich wohl fühlt und eine angenehme Nacht verbringt.

happy: Was schätzen Ihre Gäste denn ganz besonders am Speer?

Herr Hämmerle: Sicherlich die persönliche Betreuung. Hier sind wir auch grösseren Hotels eindeutig überlegen, da man schon rein aus Kapazitätsgründen jedem Gast nicht so eine persönliche Aufmerksamkeit schenken kann wie hier bei uns. Das ist unser USP.

happy: Spielt hier auch die Bequem-

lichkeit und insbesondere die Matratze eine Rolle?

Herr Hämmerle: Natürlich. Jedes Produkt hat eine gewisse Lebensdauer. Auch eine Matratze. Sie müssen immer dort zuerst investieren, wo es den Gast direkt betrifft. Und wo könnte das besser sein, als bei seiner Matratze anzufangen.

MIT HAPPY LEASE & SLEEP KANN ICH INVESTIEREN, WANN ICH WILL, NICHT WENN ICH MUSS.

happy: Was sind neben den Matratzen Ihre nächsten Investitionen?

Herr Hämmerle: Da haben wir einiges vor. Als nächstes wollen wir den Eingangsbereich verändern. Das war aber schon immer so, dass wir jedes Jahr einen guten Teil des Umsatzes in Neuerungen investieren haben. So wurde letztes Jahr eine neue Klimaanlage installiert. Und nach neun Jahren planen wir jetzt auch sämtliche Zimmer neu zu renovieren. Das ist ja nicht nur eine Erneuerung, sondern auch eine Möglichkeit, neue Trends zu setzen. Vor allem zu einem Zeitpunkt, wo wir entscheiden können: Wir wollen und nicht wir müssen etwas ändern.

happy: Was hat Sie denn am happy lease & sleep-Programm überzeugt?

Herr Hämmerle: Das liegt auf der

HAPPY LEASE & SLEEP AUF EINEN BLICK:

Die eigenen Hotelbetten zu leasen statt zu kaufen, hat viele Vorteile. Denn Ihre Gäste schlafen bereits für wenige Rappen pro Nacht auf neuen Schweizer Qualitätsmatratzen von happy. Und das Beste: Nach drei Jahren geht die Ware ohne weitere Ablösung in Ihren Besitz über. So bleiben Sie flexibel für alle weiteren wichtigen Anschaffungen und bei der Finanzplanung.

- **Miete pro Nacht bereits ab CHF 0.30 pro Matratze**
- **Mietdauer 3 Jahre**
- **Halbjährliche Verrechnung**
- **Nach Ablauf der Mietdauer von 3 Jahren gehen die Produkte in das Eigentum des Mieters über**

Hand. Ich kann neben neuen Matratzen schon heute weitere wichtige Investitionen tätigen und schon heute dem Gast etwas bieten, was ihm auch morgen noch im Gedächtnis bleibt.

happy: Kennen Sie vergleichbare Angebote?

Herr Hämmerle: Natürlich. Aber nicht mit einem solchen Preis-Leistung-Verhältnis. Das ist wirklich unschlagbar. Da kann ich den Kollegen nur raten, sich ebenfalls mal eine unverbindliche Offerte machen zu lassen.

happy: Herr Hämmerle. Wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

SO ERREICHEN SIE HAPPY:

Adresse:
 happy AG, Fabrikstrasse 7
 CH-9201 Gossau SG
 Tel. +41 (0)71 387 44 44
 Fax +41 (0)71 387 44 45

Im Internet unter: www.happy.ch

Unsere Hotline: +41 (0)71 387 44 33



I wett i hett es happy-Bett.



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.chschweiz.reisefachschule@protarget.ch
GASTRO SUISSE
 WEITERBILDUNG

DER RÉCEPTIONSKURS
 Erste Bausteine für den Start am "Front-Office".

Ziel Dieses Intensivseminar bietet Ihnen eine praxisorientierte Weiterbildung, die Ihnen den Start an der Réception erleichtert. Sie werden optimal auf Ihren geplanten Einsatz an der Hotélréception vorbereitet. Im Anschluss des Seminars erhalten Sie ein Attest.

Dauer 10 Tage, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr

Daten Blockseminar, Montag, 11. Oktober bis Freitag, 22. Oktober 2004

Preis Fr. 2'650.- inkl. 10 Tage Seminar, Seminarunterlagen, Mittagessen, Seminar- und Pausenverpflegung.

Weitere Informationen unter www.gastro Suisse.ch/weiterbildung
 Tel. 01/377 55 30 - Fax 01/377 55 92 - E-mail: weiterbildung@gastro Suisse.ch

LIEGENSCHAFTEN
Einmalige Gelegenheit
 In der Region Davos/Klosters
 zu verkaufen aus familiären
 Gründen

BERGGASTHAUS im
 Walsertal mit Seltenheitswert
 Dieses familiär geführte Haus bietet
 Platz für ca. 30-40 Personen in der
 Gaststube und für ca. 80 Personen
 in der Gartenwirtschaft. Übernachtungsmöglichkeiten bestehen für ca. 33 Personen. Es ist zu Fuss oder mit dem Auto erreichbar.
 Die Umnutzung in ein Ferienhaus resp. Ferienwohnung ist auch möglich. Interessenten senden Ihre Unterlagen an: Mosse Media AG, Holbeinstr. 30, 8022 Zürich
 Chiffre Nr.: 2MOP2D019

Kaufgelegenheit für den initiativen Unternehmer Bern-Ittigen

Wir verkaufen per sofort od. n. V. ein voll ausgebaut, grosszügiges, gepflegtes

Restaurant

- 120 Innen- und ca. 60 Aussenplätze mit schöner Gartenterrasse
- grosszügige, gepflegte Infrastruktur
- genügend Besucher-Parkplätze in Einstellhalle
- viele Nutzungsmöglichkeiten (Pizzeria, Catering etc.)
- grosses Einzugsgebiet
- interessanter Verkaufspreis mit Finanzierungshilfe
- evtl. Miete/Kauf

Für weitere Fragen sowie eine Besichtigung stehen wir Ihnen gerne jederzeit unter Telefon 031 336 06 06 oder 079 609 94 04 zur Verfügung.

162399/429995



Wir sind stolz auf unsere Lehrerinnen **Rahel Freiburghaus** und **Daniela Brünisholz** und gratulieren ihnen ganz herzlich zur bestandenen Lehrabschlussprüfung.

Für die berufliche und private Zukunft wünschen wir ihnen das Allerbeste.



Profis lesen die htr.

Schnupperabo: 10 Ausgaben für nur Fr. 25.-!

Abonnieren Sie jetzt die htr zum **Sonderpreis** (Jahresabo Fr. 145.-) und Sie erhalten als Neuabonnent einen **Exlibris-Gutschein im Wert von Fr. 20.-**. Jeder Neuabonnent nimmt automatisch an der Monatsverlosung teil. Zu gewinnen gibt es 5 Gutscheine von Exlibris im Wert von je 100 Franken.



Abonnieren:

Tel.: 031 740 97 93, Fax: 031 740 97 96

abo@swiss-hotels.ch, www.htr.ch
htr

Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit.
 Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche.

Metzger weisen Vorwürfe zurück

Zürich. Mit «Viel Fett, Wasser und Fleischabfälle» betitelte das Konsumentenmagazin «Saldo» seinen letzte Woche veröffentlichten Kalbsbratwurst- und Cervelat-Test. So wollen das die Schweizer Metzger nicht auf sich sitzen lassen. Es scheint, als hätten sich «Saldo» und die Sendung «Kassensturz» zum Ziel gesetzt, den Schweizern auch noch den sommerlichen Grillplausch gründlich zu vermiesen, steht in der Medienmitteilung des Verbandes Schweizer Metzger-

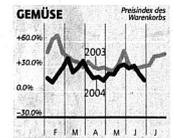
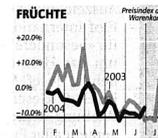
meister. Es sei unfair, davon zu sprechen, dass Fleischabfälle zur Würstherstellung verwendet würden. Dass keine Abfälle in die Wurst gelangen, sei von Kontrollbehörden geprüft und attestiert worden.

Im Grillwürste-Test wurde auch die Zugabe von «Fremdwasser» in Form von Wasser, Eis und Milch moniert, die mit bis zu knapp 20 Prozent beziffert wurde. Die Überlegung liege nahe, dass einzelne Metzger damit «Gewicht machen», wird Untersuchungsleiter und Che-

miker Uwe Kempf zitiert. Die Zugabe von Eiswasser sei nötig, um die Qualität der Wurst zu sichern; andernfalls würde das Eiweiss durch den mit Wärmeentwicklung stattfindenden Produktionsprozess gerinnen, rechtfertigen sich hier die Metzgermeister. Es sei unbestritten, dass auch bei Würstwaren Qualitätsunterschiede bestehen. Doch «die getesteten Würste entsprechen den strengen Vorschriften des Schweizer Lebensmittelbuches», wird festgehalten. **MJP**

PRODINDEX 28. 6. BIS 3. 7. 2004

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



SANDWICH-PRODUKTION

Kaufen oder selber machen?

Sandwich als Herausforderung: Für die Eigenfertigung spricht die Möglichkeit, ultrafrische Produkte anzubieten oder sie vor dem Gast zuzubereiten.

GUIDO BÖHLER

Sandwich-Herstellung bedeutet viel Handarbeit. Die Zutaten vom Brot bis zu den Saucen kann man kaufen oder selbst herstellen. Füllungen und Cremes werden als Convenience angeboten, etwa von Knorr Traiteur (www.knorr-gastro.ch) oder Hochdorf Nutritec AG (www.hochdorf.com). Aber kostenmässig betrachtet ist Eigenfertigung nur dann günstiger, wenn man Brachzeiten nutzen kann, nicht aber, wenn man eine Vollkosten-Rechnung macht. Grosse Mengen in kurzer Zeit sowie der Hauptausstoss am frühen Morgen verursachen hohe Personalkosten und können zu räumlichen Engpässen führen. Salvatore Perretta, Geschäftsleiter der Panetta, argumentiert auch mit der hygienischen Sicherheit und Qualitätskonstanz von Fabrik-Sandwiches.

Leicht verderbliche Fleischwaren oder Saucen machen Sandwiches zu einem mikrobiellen Risikoprodukt. Aber der Konsument beurteilt primär das Äussere, vor allem die Brotfrische. Eine gummige Kruste oder eine matschige von Sauce durchgeweichte Krume mindern die Qualität. Um diesem Problem vorzubeugen, eignet sich beidseitiges Buttern der Brotschnitteiten: Fette bilden eine Feuchthebarriere zur Sauce oder wässrigeren Zutaten. Allerdings eignet sich Margarine besser, weil sie eine temperatur-unabhängige Konstanz besitzt.

HALTBARKEIT ERFORDERT HYGIENISCHE VERPACKUNG

Bei saucenhaltigen Gourmet-Sandwiches kommt noch eine Herausforderung dazu: Die Sauce darf nicht tropfen, auch nicht, wenn man hineinbeisst und sie dadurch hinausdrückt. Eine Lösung wäre, wie bei Hot Dogs eine Höhle in die Brötchen zu stechen. Einige Herstellprozesse lassen sich mechanisieren wie das Schneiden von Broten, Fleischwaren oder Gemüse sowie das Buttern und Füllen. Geeignete Maschinen dazu bietet Scheibler AG an (www.scheiblerag.ch). Saucen sind unterschiedlich schwierig zu dosieren: Füllungen mit Flüssgrenze wie Thonmousse sind einfacher als dünnflüssige wie Pesto, die zum Entmischen neigen. Zum Verpacken eignet sich eine mikroperforierte Folie, damit die Brotkruste knusprig bleibt. Sie ermöglicht auch den Feuchteustausch mit der Umgebung und schützt vor Kondenswasser sowie Schimmelwachstum. Eine mehrtägige Haltbarkeit bei frischen Zutaten erfordert aber eine hygienische und feuchte-dichte Folie.

SANDWICH-MARKT

Ungebrochener Sandwich-Boom

Kalte und warme Sandwiches sind die meist verkauften Snacks und ideal für den Konsum «on the run». Der Sandwich-Markt zeigt ein ungebrochenes Wachstum und besitzt immer noch Potenzial. Die Anbieter dieser Boom-Branche erfüllen auch Gourmetwünsche.

GUIDO BÖHLER

Sandwiches sind Komplett-Mahlzeiten für Eilige. Der Schweizer Markt wird auf 300 Mio. Franken geschätzt, nur ein Drittel weniger als der Frisch-Convenience-Markt. Sandwich-Hersteller sind stolz auf ihre jährlichen Zuwachszahlen: Beim nationalen Player Hilcona AG sind die Verkaufsprognosen dieses Jahr zweistellig, und letztes Jahr wuchsen die Verkäufe über 50 Prozent.

Und «Bell Convenience» (früher: Cool Food AG), Hersteller von «Betty Bossi» sowie «Fresh»-Sandwiches, nennt ein Plus von 15 Prozent im 2003. Die ebenfalls schweizweit tätige Panetta AG (seit kurzem bei der Ospelt-Gruppe) gibt für das letzte Jahr 20 bis 22 Prozent Wachstum an. Die Geroldswiler Firma produziert mehrere Marken: Panetta, Bread-Butter (Shell-Tankstellenshops), Swiss Fresh sowie Anna's Best (Migros).

VON VEGI- BIS GOURMET-SANDWICH

Die Trends widerspiegeln kulinarische Strömungen wie Vegi- oder Gourmet-Rezepte und Minis wie Amuse-Bouches. Farbige und exotische Füllungen wie Guacamole, Tomaten-Concasse oder geräucherter Käse sind «in», «out» dagegen Schwerverdauliches wie Würstchen und Mayonnaise. Beim Brotyp erfreuen sich die trendigen italienischen Fladenbrote, Laugenbrötchen oder -Brezel steigender Beliebtheit. Auch mit Tomaten, Spinat oder Curry gefärbte Brote sind im Trend.

Die Konsummode manifestiert sich in Ethno-Broten wie Pita, Bagel,

Foto: Guido Böhler



DIE «KOMPLETT-MAHLZEIT» FÜR EILIGE

Die Sandwich-Hersteller verzeichnen Jahr für Jahr stolze Zuwachsraten, die nicht zuletzt auch auf Kosten der klassischen Gastronomie gehen.

Brezel, Ciabatta, nordischen Weichbrot und mediterranen Olivenbrot. Und Gourmetsandwiches enthalten heute nicht mehr nur Crevetten oder Rauchlachs, sondern Hummer- oder Entencarpaccio. Wichtig ist auch Abwechslung: Hilcona beispielsweise kreiert Monatssandwiches wie Spargel-Bärlauch-Wraps im Mai und «Tomaten-Mozzarella mit Pesto» im Juni. Und eine Innovation von Panetta sind garnierfähige «Your Choice Brote» von der Grösse eines A4-Papiers mit einer Hauptzutat belegt: Schinken, Thon, Frischkäse, Salami oder Bündnerfleisch. Der Verkäufer kann weitere Zutaten beigegeben und Eigenkreationen gestalten. Ausserdem kann er die grossen Fladenbrote in Rechtecke oder Dreiecke schneiden: Panetta liefert gratis ein Schneidbrett.

Trotz den attraktiven Spezialitäten: Die Verkaufsstatistik der Sandwich-Outlets deckt sich mit bekann-

ten Erfahrungen, dass der Haupt-Umsatz auf wenige Sorten entfällt.

HAUPTUMSATZ MIT KLASSISCHEN SORTEN

Bei Panetta sind es «Butterbun mit Schinken, Laugenbrötli mit Schinken oder Salami». Auch bei Hilcona sind die Tages-Sandwich-Bestseller klassische Schinken-Sandwiches und bei den englischen Club-Sandwiches Thon, Schinken/Käse und Salami. Und die Renner bei den füllungsbetonten Dreieck-Sandwiches sind bei «Bell Convenience» Thon, Poulet-Curry, Schinken-Käse und Eier-Gemüse.

Tages-Sandwiches haben eine Laufzeit von einem bis anderthalb Tagen und sind in der Regel kühlpflichtig bis zum Verkaufspunkt. Nur Sandwiches mit wasserarmen Zutaten wie Salami oder Hartkäse sind hygienisch robust und erfordern keine Kühlung. Aber frische Zutaten wie Schinken, Ei und Tomaten machen das Sandwich zu einem leicht verderblichen Produkt. Das gilt auch für die Sauce, obwohl sie meistens pasteurisiert wird.

DIE «SANDWICH-KONSERVEN»

Dreieck-Sandwiches aus englischem Brot sind oft eine Woche bis zwölf Tage haltbar. Das Brot enthält meistens ein Konservierungsmittel gegen Schimmel, und dank einer feuchten Füllung trocknet es kaum aus. Englisch Brot besitzt im frischen Zustand bereits eine weiche Rinde und kann keine Knusprigkeit verlieren. Welche Bedeutung die Hygiene bei der Herstellung besitzt, zeigt Panetta. Die Geroldswiler Firma verar-

beitet die Zutaten in wenigen Minuten Durchlaufzeit in einer hygienischen Sicherheitszone und organisiert eine vollständige Rückverfolgbarkeit. Aber das schwächste Glied der Hygienekette ist oft die Verkaufsstelle. In einem Test des «K-tipp» waren nur 32 von 52 Schinken- und Fleischkäse-Sandwiches aus Take-aways in Ordnung.

Mehr Geschmack dank Wärme

Kühlpflicht ist für Sandwiches hygienisch sinnvoll, aber die kalte Essens-temperatur beeinträchtigt den Genusswert und fördert das Altbackenwerden der Brotkrume. Der Konsument kann kalte Sandwiches zwar mitnehmen und später essen, aber zum Sofort-Verzehr sind «Hot Sandwiches» attraktiver: «Sichtbar frisch, knusprig und dank der Wärme intensiv im Geschmack», lauten die Argumente des TK-Spezialisten Hiestand AG. Frischback-Sandwiches werden meistens tiefgekühlt gelagert und sind daher hygienisch weniger riskant und einfacher zu disponieren. Zum Backen reicht ein kleiner Ofen, welcher oft vom Sandwich-Lieferanten mitverkauft wird, wie etwa von Toastmaster (heute eine Romer's-Tochter). **GB**

Aufwändige Logistik bei der Auslieferung

Tagesfrische Sandwiches schweizweit zu liefern verlangt logistische Rekordleistungen. «Hilcona Fresh Express» besitzt fünfzig Sprinterfahrzeuge mit aktiver Kühlung und verteilt die Produkte in der ganzen Schweiz während 365 Tagen im Jahr.

Die Auslieferung geschieht nachts direkt an die Verkaufsstellen – vom waadtländischen Orbe bis ins Engadin. Auch Bell Convenience liefert schweizweit in 12 bis 24 Stunden ab Werk Schafisheim, allerdings nur bis zu einem Absatzmittler mit eigener Distribution. Und Panetta organisiert die Distribution mit Partnern, beliefert

aber ebenfalls die ganze Schweiz. Diese Firma verwendet für den Transport Kühlboxen mit Trockeneis wie bei Eistorten und garantiert so ganzjährig eine Anlieferungstemperatur von maximal 7 Grad.

Damit die Sandwiches bei der Geschäftsöffnung für die Kunden bereit stehen, werden sie in der Nacht produziert. Neben diesen Gross-Herstellern gibt es viele regionale «Sandwichkurier», wie die Bäckerei Speck in Zug (www.sandwichkurier.ch) oder Buchmann Walter AG in Zürich, die dank der Nähe zu den Kunden rascher nachliefern können. **GB**

Reklame

«GENE-FISH» zum Zitronen pressen, gehört zu jedem Fische essen!

*Fax: 041 361 04 85, sherlon@bluwin.ch

Ehre für Carmen Breuss



Tourismus-Adler. Carmen Breuss, die Direktorin der Österreich Werbung in Zürich, ist für «ihren unermüdlichen Einsatz bei den Vermarktungs-bemühungen Tirols in der Schweiz» mit dem Tourismus-Adler 2004 geehrt worden. Die Auszeichnung wird jährlich an fünf internationale Touristiker für «besondere Verdienste rund um das Herz der Alpen» verliehen. Josef Magreiter (links im Bild), Geschäftsführer Tirol Werbung, würdigte das Engagement aller Preisträger. CK

Taittinger Golf-Trophy

Dietikon. Rund 80 Kundinnen und Kunden von Howeg sowie Sponsoren trafen sich kürzlich im Golf & Country Club Hittnau/ZH zur 5. Austragung der «Swiss Champagne Taittinger Golf-Trophy» und demonstrierten ihr Können im Umgang mit dem Golfschläger. Anita Landolf bei den Damen und Felix Nüscheler bei den Herren absolvierten den 18-Loch-Parcours im Zürcher Oberland mit dem jeweils besten Bruttoscore. MJP

Sind Sie mit dabei?

Milestone 2004. Am 31. Juli ist Einsendeschluss für Bewerbungen (Projekte) und Empfehlungen (Personen) für den Milestone 2004. Zuletzt eingetroffen sind folgende Bewerbungen: «Valais Skiard» für das ganze kantonale Angebot, «Europa Goldcard» des Hotels Europa St. Moritz, die neue Kneippanlage in Flühi und «Neuausrichtung Hotelförderung der SGH». Am 2. November ist feierliche Preisverleihung. Sind Sie dabei? Klicken Sie www.htr-milestone.ch. PK



ZITAT DER WOCHE

«Soft-Faktoren alleine reichen nicht – siehe die Schweiz.»

Mauro Ghirardi, Gesamtprojektleiter «Enjoy Switzerland» bei Schweiz Tourismus, im Workshop des International Benchmark Clubs. Seite 5

PEOPLE

Jaco Zuiderent ist neuer Direktor der Schweizerischen Tourismusfachschule in Siders. Der Walliser Staatsrat hat den 35-Jährigen in dieses Amt gewählt. Zuiderent löst **Dominik Albrecht** ab, welcher im vergangenen April zum Direktor der Hochschule Wallis HEVs ernannt wurde. TL

SPORT-/EVENTMANAGER

8 Diplomierte

Am Weiterbildungszentrum der Höheren Fachschule für Tourismus Graubünden haben acht Personen den Nachdiplomkurs Sport- und Eventmanagement erfolgreich abgeschlossen: Sandro Angelastri, Luzern; Mirjam Epple, Thalwil; Claudio M. Mosca, Samedan; Nicole Reifler, St. Gallen; Arlette Russi, Meggen; Nadine Staub, St. Moritz; Nicole Schneider, Davos-Platz; Jacqueline Vidali, Basel. Der Nachdiplomkurs Sport- und Eventmanagement richtet sich an erfahrene Berufsleute aus der Tourismus-, Freizeit- und Kommunikationsbranche, die bereits im Eventmanagement tätig sind und Aufgaben in der strategischen Planung und Realisation von Grossanlässen übernehmen wollen. CK

ENGADIN

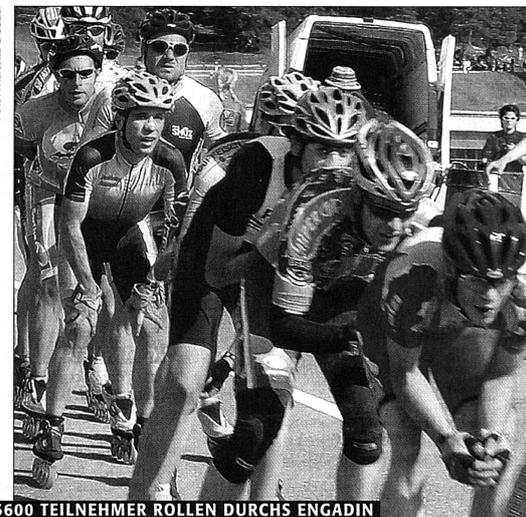
3600 Inliner rollten mit

3600 Teilnehmer machten mit beim World Inline Cup im Engadin. Auch der St. Moritzer Tourismusdirektor Hans-Peter Danuser rollte mit.

Kurdirektor Hans-Peter Danuser kam zwar, wie er sagt, auf dem letzten Abschnitt ins Schwitzen, weil ihm Gegenwind entgegenblies, doch mit seiner Leistung sei er zufrieden. Er brauchte 1:26.04, um die Strecke zu absolvieren. Der Erstplatzierte, Wouter Hebbrecht, schaffte es in gut 54 Minuten. Laut Danuser ist alles, «was unter 1:30 liegt», ein Spitzenwert. Sein Kollege, der PR-Manager im Kurverein St. Moritz, Claudio Duschetta, war sogar eine Minute vor Danuser im Ziel.

Der Pressesprecher des Kurvereins, Fabrizio D'Aloisio, schätzt, dass der World Inline Cup «zwischen 2000 und 3000 Logiernächte» gebracht hat. «Genau sagen können wir es nicht, weil wir keine Packages angeboten haben.» Er geht davon aus, dass rund 500 Teilnehmende aus dem Engadin stammten und etwa 1500 nur für einen Tag anreisten. CK

Foto: Marietta Dedual



3600 TEILNEHMER ROLLEN DURCHS ENGADIN

Der World Inline Cup verlief von Maloja nach S-chanf und soll der schnellste der Welt sein.

GLOSSE

Vom Hörensagen

HANS PETER GSELL*

Wer kennt sie nicht, die «Urban legends», die modernen Sagen unserer Zeit. Dazu gehören die Geschichten von den Yucca-Palmen mit Vogelspinnen, von Krokodilen, die aus der Kanalisation steigen, und von Riesenschlangen, die plötzlich aus der Toilettenschüssel gucken. Aber auch der jährliche Riesenhai vor Neapel, die Killerwale im Bergsee und die Weisse Frau vom Bölichen sind nichts anderes als solche Sagen. Berühmt



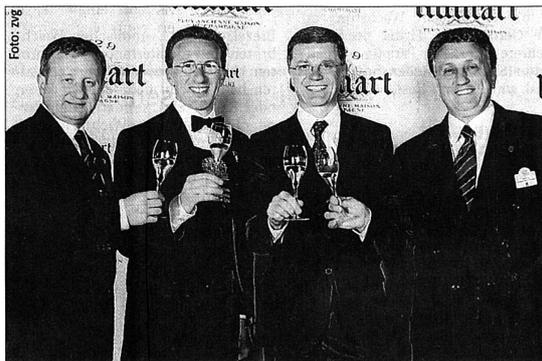
berichtet ist auch die phantastische Geschichte vom griechischen Löschflugzeug, das beim Nachtanken im Meer dummerweise auch einen Taucher aufgesogen haben soll. Dieser sei, tüchtig angeschmort und immer noch mit der Pressluftflasche auf dem Rücken, in einem verbrannten Waldstück gefunden worden sein. Die Ursprünge solcher Geschichten finden sich in uralten Erzählungen, aber auch in Comic-Hefen und Horrorfilmen. Und diese Motive, einmal erzählt, werden nicht nur von naiven Journalisten immer wieder neu interpretiert.

So auch die Sage vom Spitzenjahrgang 2003 der Schweizer Weine. Sie wurde irgendwann letzten Herbst das erste Mal erzählt. Sie berichtet von Jahrhundertjahrgängen und unglaublichen Tropfen. Ich habe in den letzten Wochen Dutzende davon degustiert. Einige waren nett. Die meisten waren es jedoch nicht. Allerdings interessiert dies kaum jemanden. Denn die Sage will, dass der 2003er wunderbar ist. Gut, sollen diese Gläubigen ihre Weinkeller füllen. Die Weinbauern freuts und die Kolumnisten auch.

*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.



Leukerbad hat gewählt. Zum zweiten Mal sind Miss und Mister Wellness gekürt worden: die St. Gallerin Evelyn Gelpi und der Lausanner Mathieu Gleyre. Der Publikumspreis ging an Patrizia Rossi aus dem Tessin und Aurèle Morf aus dem Kanton Jura. Die Fachjury beurteilte zwölf Kandidatinnen und Kandidaten, die sich vom 23. bis 25. Juni 2004 zur Ausschreibung in Leukerbad trafen. Gefragt waren nicht nur Kenntnisse über Ernährung, Entspannung und Fitness, sondern auch Teamfähigkeit und Kreativität. CK



Sommelier-Trophäe. Paolo Basso (Cantine e Distillerie Badaracco in Melano/TI), der Schweizer Kandidat am europäischen Finale der «Trophée Ruinart 2004», dem Wettbewerb der 35 besten Sommeliers Europas, belegte hinter dem Schweden Andreas Larsson den ausgezeichneten zweiten Platz. Im Bild v.l.n.r.: Giuseppe Vaccarini, Int. Sommelier Verband; Paolo Basso, Sommelier-Vize-Europameister; Bernard Peillon, Champagnes Ruinart, und Piero Tenca, «Association Suisse des Sommeliers Professionnels» ASSP. MJP

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Gegründet 1892
Herausgeber: Schweizer Hotellerie-Verein, Monbijustrasse 130, Postfach 3001 Bern
Leitung Medien: Christian Santschi
Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD), Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH), Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK), Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfli (DST), Dr. Karl Josef Verding (KV), Gastronomie/Technik: Martin J. Petras (MJP), Gudrun Schlenzler-Gasser (CSG), Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM), Milestone: Dr. Peter Kühler (PK), Produktion: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE), Layout: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE), Korrektorat: Paul Le Grand, Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Lab (GL), Tessin; Herbert Putschler (HP), Vilm; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Sonja Stalder (SST), Bern; Georg Ubenau (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wilda (ROW), Zürich.

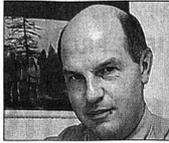
Verlag: Verlagsleitung: Iris Strebel, Abonnemente: Sabine Rothacher, Stellenleiter: Marc Moser, Geschäftsanteile: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Innenred.: Marc Moser, Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern, Auflage: 11'137 Ex. WEMF-beglaubigt 2003, 20'000 Ex. Vertriebsauflage, Verkaufspreise: (inkl. MwSt) Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–, ISSN: 1424-0440

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

Kontakte: Adresse: Monbijustrasse 130, Postfach 3001 Bern, Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.) E-Mail: inserat@swisshotels.ch, htr@swisshotels.ch Abonnement: Tel. 051 740 97 93, Fax 051 740 97 76, E-Mail: abon@swisshotels.ch Stellenanzeige: Tel. 051 370 42 42, Fax 051 370 42 23, E-Mail: inserat@swisshotels.ch Geschäftsregeln: Tel. 051 370 42 42, Fax 051 370 42 23, E-Mail: inserat@swisshotels.ch Internet: www.swisshotels.ch Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



CHINE / Les hôteliers suisses ont formulé des revendications très précises afin d'accueillir au mieux les touristes chinois. **PAGE 3**



THOMAS WINKLER / Avec son équipe, il a conçu le site Internet de Suisse Tourisme. Un modèle du genre. **Interview. PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

MONTREUX PALACE

Une année de défis et d'espoirs

Comme pour tous les établissements du genre, et dans les mêmes proportions, l'exercice 2003 du Montreux Palace s'est soldé par des chiffres négatifs.

■ **JEAN-JACQUES ETHENOX**

Comme tous les palaces lémaniques et cela dans des proportions comparables, le Montreux Palace n'a pas échappé aux chiffres négatifs: chiffre d'affaires global (32,7 millions de francs) en diminution de 4,3%; taux d'occupation des chambres (56,5%) en régression de 3,6 points; nuitées (61 263) en baisse de 5,8% et net recul (-11,1%) pour le département restaurateur grevé par le mauvais résultat du département banquets (-17,8%).

MARCHÉ EUROPÉEN EN RÉGRESSION

Les chiffres ont en revanche été encourageants pour le centre de wellness avec un chiffre d'affaires de 3,7 millions, mais sans comparaison possible avec l'exercice 2002 incomplet. Avec, au final, une perte de 4,4 millions de francs qui porte le solde déficitaire de la société à 7,4 millions. Pour l'hébergement, c'est essentiellement le marché européen (36% des nuitées totales) qui a enregistré la plus forte régression (-11,8%), alors que le second marché extérieur, les États-Unis a progressé de 8,4%, tout comme les nuitées indigènes (23,7% du total) en progression de 2%. Quant au marché russe, il a été en nette progression, représentant 5% des nuitées totales.

UNE «NETTE REPRISE» AU SECOND SEMESTRE

Année difficile donc, mais également année de défis puisque, terminée en mars, la rénovation de 57 chambres a mis fin à dix ans de rénovation lourde. Année de défis encore puisqu'elle comprenait pour la première fois les résultats du centre de bien-être Amrita et ceux du restaurant «Jaan», qui a obtenu une étoile Michelin juste un peu plus d'une année après son ouverture en 2002. Année de rééquilibrage financier aussi puisque, concrétisée en mars, la vente de la participation majoritaire du Casino au groupe Barrière, a permis de rééquilibrer les fonds. Année d'espoir enfin: une «nette reprise» de la demande a été ressentie au deuxième semestre et a été confirmée au début de cette année.

STATIONS DE MONTAGNE DE SUISSE ROMANDE

Vers une saison d'été satisfaisante

La présente saison estivale ne devrait pas être fondamentalement différente de celle de l'an passé. Tel a été en substance le leitmotiv des responsables d'offices du tourisme des différentes stations de Suisse romande que nous avons interrogés.

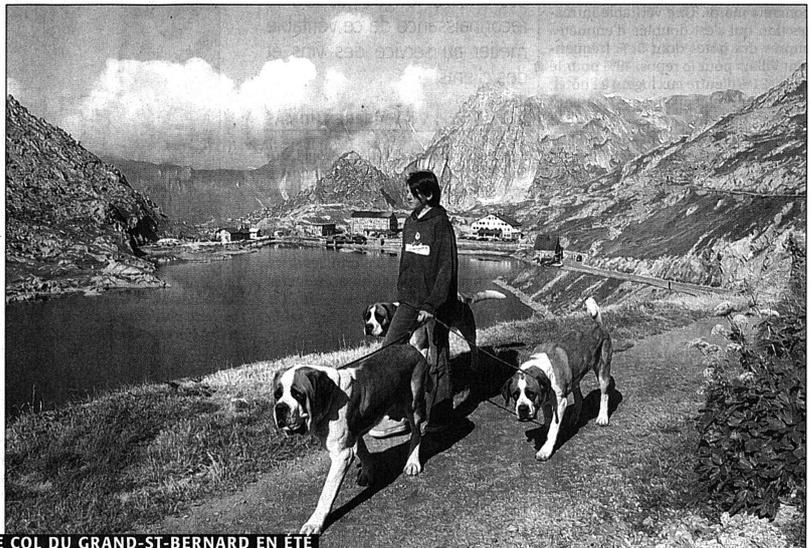
■ **LAURENT MISSBAUER**

Les étés se suivent et, à quelques particularités près, se ressemblent. Les responsables d'offices du tourisme que nous avons contactés dans les Alpes vaudoises et en Valais s'attendent ainsi à des résultats similaires à ceux de l'été passé. «Sur la base des premiers enseignements de notre centrale de réservation, nous allons au devant d'une saison estivale quasiment identique à celle de l'an dernier. Nous devrions même enregistrer une légère progression au niveau des nuitées», relève Pascal Widmer, responsable de la promotion du Pays-d'Enhaut à l'Office du tourisme de Château-d'Éx.

EN ADÉQUATION AVEC LES PRÉVISIONS DU BAK

Pascal Widmer – et plusieurs de ses collègues – confirme ainsi les prévisions de l'institut BAK Basel Economics qui ont été présentées la semaine passée à Zurich (lire ci-dessous) et qui tablent, pour cet été, sur une augmentation des nuitées de l'ordre de 0,7% dans les stations de villégiature. Le mois de juin de cette année a certes été

Photo: Valais Tourisme



LE COL DU GRAND-ST-BERNARD EN ÉTÉ

La saison estivale s'annonce sous d'assez bons auspices. En Valais, par exemple, les nuitées devraient augmenter de 0,5% selon les prévisions de BAK Basel Economics. Comme sur cette photo, quelques nuages persisteront néanmoins à l'horizon.

nettement moins ensoleillé que celui d'il y a douze mois, «mais cela n'a eu que peu de répercussions sur les hôtels, ceux-ci n'ouvrant leurs portes qu'à la fin du mois de juin, voire même au début du mois de juillet», estime Madeleine Savioz, responsable du marketing de Verbier Tourisme. «Il est toutefois difficile», ajoute-t-elle, «d'avoir un avis représentatif sur les réservations en cours étant donné

que de nombreux hôtels sont encore fermés et que toujours plus de clients ne se décident qu'à très court terme.»

«Force est néanmoins de constater que pendant le festival de musique, du 16 juillet au 1er août, d'importants contingents ont d'ores et déjà été réservés dans les hôtels 4 et 5 étoiles par les sponsors de la manifestation», ajoute Madeleine Savioz qui, elle aussi, s'attend à «un été identique,

voire très légèrement inférieur à celui de l'année dernière.»

«FAIRE LÉGÈREMENT MIEUX QU'EN 2003»

Même constat, avec toutefois l'espoir de «faire légèrement mieux qu'en 2003» auprès de David Girod, sous-directeur de Leysin Tourisme: «Les réservations sont bonnes au niveau des groupes et satisfaisantes pour la clientèle individuelle.» Tout comme Pascal Widmer, son collègue de Château-d'Éx, il s'attend à ce que l'exposition «Paysages en poésie» se traduira par une augmentation de la fréquentation dans les Alpes vaudoises.

L'optimisme est également de mise auprès de Sébastien Epiney, le directeur de Nendaz Tourisme: «Nous espérons profiter de notre positionnement clair (Nendaz, pays des bisses) et d'une communication adéquate sur nos marchés prioritaires pour confirmer la progression de nos nuitées hôtelières qui ont augmenté de 1,4% l'année passée.»

Relevons enfin que les bisses, mais aussi les circuits pédestres seront à l'honneur cet été chez Valais Tourisme. Celui-ci a en effet placé l'été 2004 sous le signe de la randonnée et a inauguré la semaine passée une nouvelle offre, le tour du Grand-St-Bernard.

«L'évolution de la demande sera positive, mais restera faible»

«L'évolution de la demande au cours de la présente saison d'été sera positive, mais restera faible». Telle est l'une des nombreuses prévisions qui ont été présentées la semaine passée lors de la conférence de presse semestrielle d'hotellerie suisse. Ces prévisions ont été établies par l'institut BAK Basel Economics au moyen d'un modèle «statistico-économétrique» qui a été élaboré en 1999 à la demande du Secrétariat d'État à l'économie, d'hotellerie suisse et de Gastrosuisse, ainsi que des cantons de Berne, des Grisons, du Tessin et du Valais.

Désireuse d'y intégrer des régions supplémentaires, notamment la Suisse centrale et les «grandes villes» (Genève,

Lausanne, Berne, Bâle et Zurich), hotellerie suisse a chargé BAK Basel Economics d'élargir son modèle initial. A l'heure actuelle, ce modèle permet d'établir des prévisions à court et à long terme.

En ce qui concerne le court terme, à savoir la présente saison d'été, l'«Espace alpin» – composé du Valais, de l'Oberland bernois, des Grisons, du Tessin et de la Suisse centrale, c'est-à-dire des régions où prévaut le tourisme de villégiature – devrait enregistrer une augmentation des nuitées de 0,7%. Cela notamment en raison de la demande étrangère «en nette hausse», révèle BAK Basel Economics. Le retour de la clientèle en provenance des pays

lointains, à commencer par le Japon et les États-Unis, profitera avant tout à la Suisse centrale (+2,4%).

En revanche, la clientèle nationale devrait être moins nombreuse qu'en 2003. «Il est en effet peu probable que le résultat de l'été passé, dû essentiellement à la canicule, soit à nouveau atteint», estime BAK Basel Economics. Du coup, les nuitées ne devraient augmenter que de 0,5% cet été en Valais. Dans les Grisons, elles devraient même baisser de 0,7%. «Ceci s'explique, entre autres, par l'absence de touristes allemands dont la demande n'affichera qu'une progression extrêmement faible cet été», conclut BAK Basel Economics. **LM**

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

LOGICIEL MIRUS

NOUVEAU: planification du personnel, contrôle du travail simplifié.

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

Profitez vous aussi du savoir-faire du leader du marché!



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

**Finlich
Gelateria del Corso**

**Participez
à la révolution du
monde de la glace!**

Appelez-nous au:
071-844 85 30

notejob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

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

HOWEG

bringt Genuss in die Gastronomie - apporte les saveurs à la gastronomie

Centre logistitique	Téléphone
8953 Dietikon	01 746 55 55
Service de commande	Téléphone
Bussigny	021 633 23 23
Kriens	041 348 07 00
Zermatt	027 967 32 02

www.howeg.ch

VILLARS

Poursuivre l'introspection

Huit ans après une première expérience, la station de Villars a l'occasion de se pencher à nouveau sur son tourisme avec le concept «Enjoy Switzerland».

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Entamés en décembre, les travaux du concept «Enjoy Switzerland» à Villars ont livré leurs premiers résultats concrets mardi. Une véritable introspection qui s'est doublée d'enquêtes auprès des hôtes dont 51% fréquentent Villars pour le repos, 49% pour le sport; 21% d'entre eux logent à l'hôtel, le reste en chalet ou en appartement.

Ces données ont permis aux groupes de travail de présenter leurs réflexions. Quatre groupes étaient à l'œuvre: Accueil-animation, Offre produits, Identité visuelle et Planification et Infrastructure. Tous ont présenté des propositions d'amélioration.

SENSIBILISATION DANS LES ÉCOLES PRIMAIRES

Pour Kathrin Peterer, responsable du projet au sein de Villars Tourisme, il s'agit incontestablement d'un succès: «La participation aux différents groupes a été un succès», a-t-elle souligné. «Nous avons surtout travaillé sur trois axes: la qualité entreprise, la chaîne de services et la mise en scène. Seul bémol, faute de participants, les cours du label de qualité ont été annulés.» La prise de conscience n'en a pas moins été grande. A l'heure où le comité de l'OT en appelle à la responsabilisation de tous les bénéficiaires du tourisme dans la station pour assurer son budget, elle sera utile.

De plus, de nombreuses propositions ont été émises, notamment une sensibilisation dans les classes dès les années primaires et l'amélioration du balisage des parcours VTT. Reste que, huit ans après une même expérience menée par le précédent comité de l'OT, il s'agira d'assurer un suivi. C'est surtout ce qui avait manqué au terme de cette première expérience.

FORMATION

Un projet d'hôtel-école à Chippis

L'Association hôtelière du Valais, GastroValais et l'Association valaisanne des campings veulent ouvrir un hôtel-école à Chippis, à l'Hôtel des Berges. Le propriétaire est prêt à leur louer l'établissement, un hôtel-restaurant trois étoiles qui a traversé plusieurs crises financières.

Les trois associations ont pris pour modèle l'hôtel-école de Guin à Fribourg. Le centre de Chippis continuera à recevoir des clients et à fonctionner comme un véritable hôtel, avec des tarifs similaires, ce qui lui permettra, de surcroît, de s'auto-financer. Il offrira d'une part une formation pour les chômeurs; d'autre part, il accueillera les candidats désirant se préparer à l'examen pour l'obtention de la patente unique qui sera introduite en 2005. Les organisations professionnelles proposent à l'Etat du Valais de prendre en main l'organisation et la gestion de la formation nouvelle formule.

L'hôtel-école de Chippis constitue l'un des grands axes de leur projet; pour la partie théorique (cours d'informatique, etc.) il prévoit une synergie avec la Haute école valaisanne, située à proximité. Dans un deuxième temps, l'hôtel-école pourrait aussi former des apprentis du secteur pour pallier le manque de patrons d'apprentissage. GZ

ASSOCIATION SUISSE DES SOMMELIERS PROFESSIONNELS

Une toute première volée de sommeliers romands diplômés

Après le Tessin, des Romands sont les premiers sommeliers «diplômés» de l'Association suisse des sommeliers professionnels (ASSP). Mais la route est encore longue jusqu'à la reconnaissance de ce véritable métier au service des vins et des clients.

PIERRE THOMAS

Sans la ténacité de Myriam Broggi, qui fut la première présidente centrale des sommeliers suisses, un tel diplôme n'aurait pas été possible. Elle a même mis les bouchées doubles pour y parvenir. Lundi, à l'Hôtel Mirador-Kempinski, au Mont-Pèlerin, les seize participants ont passé leurs examens: ils recevront leur diplôme le 1er novembre, dans le cadre du salon Gastronomica.

PAS (ENCORE) DE DIPLÔME FÉDÉRAL

L'organisatrice du cours, qui est aussi la chargée de formation de l'Association romande des sommeliers professionnels, fondée il y a quelques mois à Lausanne, espère vivement que le dossier de la reconnaissance professionnelle du métier de sommelier s'imposera au niveau fédéral. Il faudrait que trois cantons au moins organisent des cours, adoptent un règlement et fassent passer des examens dûment certifiés pour que la formation «prenne du galon».

Myriam Broggi en appelle à la solidarité romande: des Jurassiens et des Genevois pourraient organiser des

Photo: Pierre Thomas



MONT-PÉLERIN

Les seize participants du premier cours de sommelier professionnel, entourés par les experts et les parrains, posent devant l'Hôtel Mirador-Kempinski où se sont déroulés lundi les examens de diplôme de l'ASSP.

cours. Et l'appui de l'Ecole du vin de Changins, près de Nyon, serait précieux. Précisément, les sommeliers donnent l'impression d'avoir voulu doubler cette filière encore jeune. Myriam Broggi s'en défend: «Depuis longtemps, nous voulions parvenir à ce que les Tessinois ont fait. Nous voulions un cours intensif, de jour, et pas trop cher (entre 1500 et 1950 fr. pour 100 heures de cours).»

Changins, de son côté, a développé un enseignement modulaire, partiellement dispensé en soirée, plus long et plus cher. Les candidats romands à ce premier cours, qui pourrait avoir lieu sur un rythme annuel, ont passé des épreuves arbitrées par

des experts tessinois. Parmi eux, l'actuel président de l'ASSP Piero Tenca, qui souligne l'avancée que représente ce cours en Suisse romande.

IL Y A UN ENGOUEMENT EXCEPTIONNEL AU TESSIN

Au Sud des Alpes, la formation profite d'un engouement exceptionnel: près de 140 personnes s'inscrivent chaque année aux cours de sommelier, même si seuls une vingtaine de candidats réussissent l'examen. Et sur les 500 membres de l'association tessinoise (soit la moitié de l'effectif national de l'ASSP!), 250 exercent dans les hôtels, restaurants et cafés

tessinois. «Les employeurs n'ont pas encore vraiment compris qu'améliorer la formation est un investissement et qu'il y a retour sur cet investissement», constate Eric Dubuis, secrétaire d'Hôtel et Gastro Union», le syndicat des employés.

Le lundi, le temps des cours a, le plus souvent, été pris sur les jours de congé et au frais des participants. Des indépendants les ont aussi suivis, tel le Valaisan Patrick Rausis, hôtelier à Nax: «Je ne pensais pas que l'enseignement serait aussi poussé. Je constate tous les jours que les clients sont demandeurs. Désormais, je vais mieux choisir mes vins et les servir en crûs au verre.» Formation utile: cqfd.

CRANS-MONTANA

Une mesure contre les volets clos

Avec la création d'une zone spéciale «hôtel» là où s'élève le Rhodania, Crans-Montana voit se concrétiser une première mesure contre les volets clos. La construction de 18 appartements destinés à la vente aidera à financer la rénovation de l'hôtel de haut standing.

DANIELLE EMERY MAYOR

Les choses commencent à bouger en Valais pour freiner le boom de la construction de résidences secondaires. Les citoyens de Zermatt viennent de voter une mesure qui stipule que le 30% des nouveaux appartements doivent être obligatoirement occupés à l'année. Saas-Fee a introduit il y a peu un moratoire de 18 mois sur toute nouvelle construction privée. A Crans-Montana, les citoyens de la commune de Lens ont récemment décidé de créer une zone destinée à ce que l'Hôtel Rhodania ne fasse pas l'objet d'une promotion immobilière.

DES CONDITIONS CADRES POUR L'HÔTELLERIE

Ce sont les propriétaires du Lindner Golf Hôtel Rhodania qui se sont approchés de la municipalité de Lens. L'établissement doit en effet être agrandi et rénové pour correspondre au standing haut de gamme qu'il vise.

Le projet prévoit le doublement de la surface hôtelière (une trentaine de chambres en plus, un attique pour des suites, un centre wellness, soit 4600 m² de surface hôtelière). «C'est un énorme investissement pour une période de rendement que l'on sait courte», constate Fernand Nanchen, président de la municipalité de Lens.

En contrepartie du projet hôtelier, 18 appartements destinés à la vente seront construits pour générer un bénéfice qui sera investi dans le financement de départ de l'hôtel. Dans un avenant au règlement des construc-

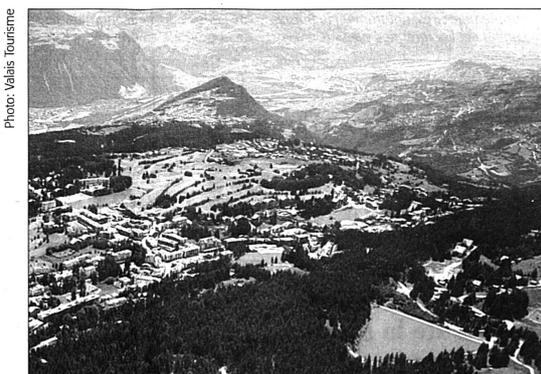
tions, l'assemblée primaire a posé les principes et les règles de cette nouvelle zone où doivent impérativement exister des lits hôteliers. «Car la législation cantonale n'offre pas cette possibilité pour l'instant.»

C'est donc affaire communale que de fixer ces conditions cadres si l'on veut freiner le développement actuel qui voit chaque année plusieurs hôtels disparaître au profit de promotions immobilières. Le monde touristique de Crans-Montana se plaît à croire que les autres municipalités en feront de même. A ce sujet, on rappellera que la

station touristique de Crans-Montana s'étend sur six communes.

Ce soutien à l'égard de l'hôtellerie est une première conséquence positive des réflexions menées dans un groupe de travail cherchant des solutions pour augmenter la fréquence de mise en location des lits. Cet automne devrait officiellement voir le jour une structure opérationnelle appelée Crans-Montana Location, une structure d'exploitation d'appartement qui travaillera avec Crans-Montana Réservation et les agences de location locales.

Photo: Valais Tourisme



CRANS-MONTANA

Avec la création d'une nouvelle zone spéciale «hôtel», Crans-Montana voit se concrétiser une première mesure contre les volets clos.

Un nouveau parking en vue

Les municipalités concernées et le Golf-Club Crans-sur-Sierre ont passé en 98 déjà une convention d'utilisation de la zone qui permet de construire à proximité de l'Hôtel Rhodania, sous le trou du parcours de golf, un parking de 100 à 300 places, en accord avec le propriétaire de l'hôtel. L'augmentation du nombre de places de parc en périphérie correspond à la politique de développement adoptée par Crans-Montana qui veut désengorger les centres et donner la priorité aux piétons. Notamment grâce à l'impulsion du projet pilote suisse, projet intitulé «Plan d'action environnement et santé» (PAES). DEM

Des panneaux-cartes

Avenches. A l'initiative de l'Association de la région du district d'Avenches (ARA), les douze communes membres disposent désormais de panneaux-cartes de 90 sur 90 cm à l'usage des visiteurs.

Installés dans les gares, les débarcadères, les caravans ou dans d'autres endroits, ils indiquent les attractions de la région, de Payerne au lac de Morat: chemins pédestres, pistes cyclables, églises, monuments et autres curiosités comme le Théâtre romain et

l'Institut équestre national d'Avenches (IENA), le Papillorama de Chiètres, le Sentier vinicole du Vully, le Chemin des maraîchers du Seeland, le Centre-Nature de la Saugue, autant de sites qui montrent la richesse de cette région au bénéfice d'un tourisme doux et intelligent qui lui sied si bien.

Il n'en demeure pas moins que les responsables de l'ARA déplorent les entraves administratives mises en travers de leur chemin pour réaliser ces équipements JS

En vacances à l'année

Les Paccots. La station des Paccots, sur les hauts de Châtel-St-Denis tire un bilan positif de son évolution au cours des dix dernières années: le nombre de ses habitants a décuplé en dix ans!

Aujourd'hui, la station compte environ 550 habitants, logeant exclusivement dans ses 350 chalets et ses 250 appartements. L'activité du marché immobilier n'est certes pas étrangère à ce phénomène, mais c'est avant tout la situation géostratégique des Paccots qui

explique d'abord son succès, à dix minutes de Vevey et du lac Léman par l'autoroute A12.

Ce village à part entière s'est également doté de nouveaux équipements (comme la patinoire depuis l'hiver dernier) et sa population résidentielle profite des prestations, activités et animations concoctées par l'office du tourisme que dirige Nadège Graber. Une impression d'être «en vacances toute l'année» favorise cette évolution dont rêve en fait toute station touristique! JS

Événementiel équestre

Avenches. L'Institut équestre national d'Avenches (IENA) fête cette année son cinquième anniversaire. Son fondateur-président, Jean-Pierre Kratzer, peut être fier de cette œuvre remarquable mise au service des adeptes des sports équestres sous toutes leurs formes (à l'exception du polo): paddock avec tribune, pistes pour courses de trot, de galop et de saut, restaurant, 200 box pour chevaux en pension, installations techniques high tech, etc. En 2003, le centre a réalisé

un chiffre d'affaires de 8,7 millions de francs; quelque 2300 cavaliers ont participé à des épreuves de saut, de dressage, d'attelage, de trot et de galop et 400 personnes en moyenne s'entraînent chaque mois sur le site de l'IENA.

Mais, aujourd'hui, la grande idée des responsables de l'IENA est de réaliser un «Club Med du cheval» et de transformer la ferme en hôtel pour cavaliers, un projet qui a été devisé à quelque 7 millions de francs. JS

MILESTONE

Un succès inouï pour le Chouett'Nid

Lauréat du Milestone dans la catégorie «Petit et créatif», le Chouett'Nid, construit au sommet d'un arbre, au Locle, est pratiquement toujours complet.

VALÉRIE MARCHAND

La maisonnette octogonale, appelée Chouett'Nid et aménagée au sommet d'un arbre au gîte des Trois Frères, au Locle (NE), attirait déjà beaucoup de clients de la région et de l'étranger avant de s'imposer en 2003 dans la nouvelle catégorie «Petit et créatif» du Milestone, le prix du tourisme suisse organisé par notre hebdomadaire avec le concours du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) et de la Fédération suisse du tourisme. Il fallait en effet déjà réserver les nuitées plusieurs semaines à l'avance pour pouvoir dormir au Chouett'Nid. Depuis que les initiateurs du projet, Karin et Jean-Paul Vuilleumier, ont été récompensés par le Milestone, le succès est carrément devenu inouï. Il est vrai que leur «hôtel à une seule chambre», confortable et très calme, offre tous les «ingrédients» pour se ressourcer et oublier les soucis quotidiens.

QUASIMENT COMPLET JUSQU'À OCTOBRE 2005

Ainsi, il ne reste actuellement plus que 15 nuitées disponibles, de l'été 2004 jusqu'au mois d'octobre 2005! «Ceux qui désirent venir pour un week-end devront attendre jusqu'en 2006», relève Karin Vuilleumier qui propose aux clients d'effectuer leurs réservations par leur site Internet.

Des femmes de ménage s'occupent des nettoiyages. Mais, il reste encore la maintenance du bâtiment. «En hiver, il faut débarrasser la neige des escaliers et du toit, ce qui n'est pas une mince affaire», souligne Karin Vuilleumier.

LA CHAÎNE DE TÉLÉVISION TF1 A ÉTÉ RÉUSSE

La victoire du couple Vuilleumier au Milestone a également eu un important écho médiatique. Des quotidiens romands et alémaniques ont visité les lieux et publié des articles très élogieux. Cependant, malgré ce succès les initiateurs de ce concept étonnant ne désirent pas construire de «nouveaux nids». «Nous avons réalisé un projet personnel et le fait que les clients se plaisent beaucoup ici, nous suffit amplement», explique Karin Vuilleumier avec modestie.

Pas question non plus d'augmenter les prix, mais plutôt de les diminuer pour les personnes qui souhaiteraient séjourner toute une semaine dans l'arbre pendant la saison estivale. Et puis, déjà quelque peu «dépassés» par leur succès, le couple a refusé la présence de la chaîne de télévision française TF1!

TOURISTES CHINOIS

Des revendications très précises de la part des hôteliers suisses

La conférence de presse semestrielle qu'hôtellerie suisse a convoquée la semaine passée au jardin chinois de Zurich a permis à l'organe faitier de l'hôtellerie helvétique de faire part de revendications très précises afin de faciliter l'arrivée des touristes chinois en Suisse.

LAURENT MISSBAUER

Avec la présence d'une trentaine de représentants des médias dont les télévisions de la Suisse allemande et de la Suisse italienne, ainsi que de la Radio suisse romande, la conférence de presse semestrielle organisée la semaine passée à Zurich par hotellerie suisse a bénéficié d'une couverture médiatique plus importante que d'ordinaire. Il est vrai que le principal thème de la conférence de presse – la prochaine arrivée des premiers touristes chinois à destination de l'Approved Destination Status (ADS) – avait de quoi susciter beaucoup d'intérêt.

DES TRACASSERIES DISSUASIVES

Si la perspective d'enregistrer 240 000 nuitées hôtelières chinoises en Suisse en 2006, puis 800 000 à l'horizon de 2014 est très prometteuse, les responsables de l'organe faitier de l'hôtellerie helvétique ont néanmoins fait part de quelques craintes. En présence notamment de Wang Xiting, conseiller de l'ambassade de Chine à Berne, Christian Rey, le président d'hôtellerie suisse, a ainsi fait part de revendications très précises: «Il est absolument nécessaire que les touristes chinois qui disposent déjà d'un visa pour un pays de l'Espace Schengen puissent entrer en Suisse sans avoir à se soumettre à des tracasseries administratives supplémentaires. Ce qui n'est pas encore le cas aujourd'hui, puisque les Chinois déjà au bénéfice d'un visa Schengen doivent également être en possession d'un visa pour la Suisse. Un visa pour lequel il faut à chaque fois payer 60 francs.»

ENGAGER DES ÉTUDIANTS DES ÉCOLES HÔTELIÈRES

Ces tracasseries administratives risquent en effet d'inciter les touristes chinois qui voyagent en Europe à éviter notre pays. «Ce risque, bien que la Suisse fasse partie des trois destinations européennes préférées des Chinois avec la France et l'Italie, est bien réel», a confirmé Federico Sommaruga, responsable des marchés de l'Asie du Sud-Est auprès de Suisse Tourisme.

Une autre revendication formulée par Christian Rey a trait au recrutement de spécialistes du tourisme chi-

Photo: Laurent Missbauer



DEVANT LES CAMÉRAS DE TÉLÉVISION

La conférence de presse semestrielle d'hôtellerie suisse a bénéficié d'un important écho médiatique. Elle a notamment permis d'évoquer l'importance du marché chinois et de présenter la nouvelle brochure «L'accueil des hôtes chinois en Suisse».

nous, qu'il s'agisse de cuisiniers, de guides, de réceptionnistes ou de vendeurs dans les boutiques des hôtels: «Il y a de nombreux étudiants chinois dans les écoles hôtelières suisses. Or, une fois leur diplôme en poche après avoir passé trois ou quatre ans en Suisse, ils ont cinq semaines pour quitter notre pays. On pourrait facilement envisager un assouplissement de la loi qui leur permettrait de rester en Suisse non pas pendant cinq semaines, mais bien entre douze et quinze mois afin qu'ils puissent mettre en pratique également chez

nous ce qu'ils ont appris dans nos écoles hôtelières.»

Par ailleurs, un tel assouplissement permettrait de répondre à une véritable demande. En effet, comme l'a confirmé le sinologue Gérard Béroud*, auteur de la nouvelle brochure d'hôtellerie suisse consacrée à l'accueil des hôtes chinois en Suisse, beaucoup de Chinois ne comprennent que très peu l'anglais, l'allemand ou le français: «Dans ce contexte, des guides parlant chinois constituent un atout indiscutable pour les accompagner durant leur séjour en Suisse.

De même, si vous souhaitez réaliser des affaires avec les touristes chinois, il est vivement conseillé d'avoir du personnel parlant chinois dans votre boutique.»

«Même constat au niveau de la nourriture. Celle-ci représente l'un des éléments les plus importants, si ce n'est le plus important du séjour d'un touriste chinois. Ainsi, la plupart des Chinois ne recommanderont pas à leurs connaissances de visiter telle ou telle curiosité touristique, mais plutôt de se rendre dans tel ou tel restaurant qui sert les meilleurs rouleaux de printemps ou le meilleur canard grillé pékinois. Même lorsqu'ils voyagent à l'étranger, ils ressentent en effet toujours le besoin de manger chinois», conclut Gérard Béroud.

Hôtes chinois en Suisse: mode d'emploi

Cette conférence de presse a aussi été le théâtre de la présentation de la brochure «L'accueil des hôtes chinois en Suisse». Celle-ci prodigue de nombreux conseils. En voici quelques-uns: – Pour les Chinois, la détermination du rang de l'interlocuteur est un élément vital. Elle passe, par exemple, par la remise à deux mains d'une carte de visite. Celle-ci est longuement étudiée et ne disparaît pas rapidement et négligemment dans une poche. – Ne confondez pas le nom de votre interlocuteur avec son prénom. En cas de doute, renseignez-vous et écrivez-le en majuscules pour être certain de le répéter par la suite.

– Les cadeaux typiquement suisses tels que montres, boîtes à musique, nécessaires d'écriture, calendriers,

objets «ethno» sont très appréciés. A l'exception du chocolat et des sucreries, n'offrez pas d'aliments.

– Les cadeaux s'offrent emballés (évités les papiers blancs ou noirs) et ne sont usuellement pas déballés devant vous. Ils se donnent à deux mains, tout comme les cartes de visite, le passeport, la carte de crédit, la note de l'hôtel et tout papier important. – Attribuez des chambres à deux lits: bien souvent, les membres d'un groupe ne se connaissent pas avant d'entreprendre leur voyage.

– Les Chinois voyagent avec très peu de bagages: mettez à leur disposition dans leur chambre une sélection de base d'accessoires à usage quotidien comme la brosse à dents et le dentifrice, ainsi que le shampoing. LM

SWISS RÉEXPLOITERA-T-ELLE LA LIGNE PÉKIN-ZÜRICH?

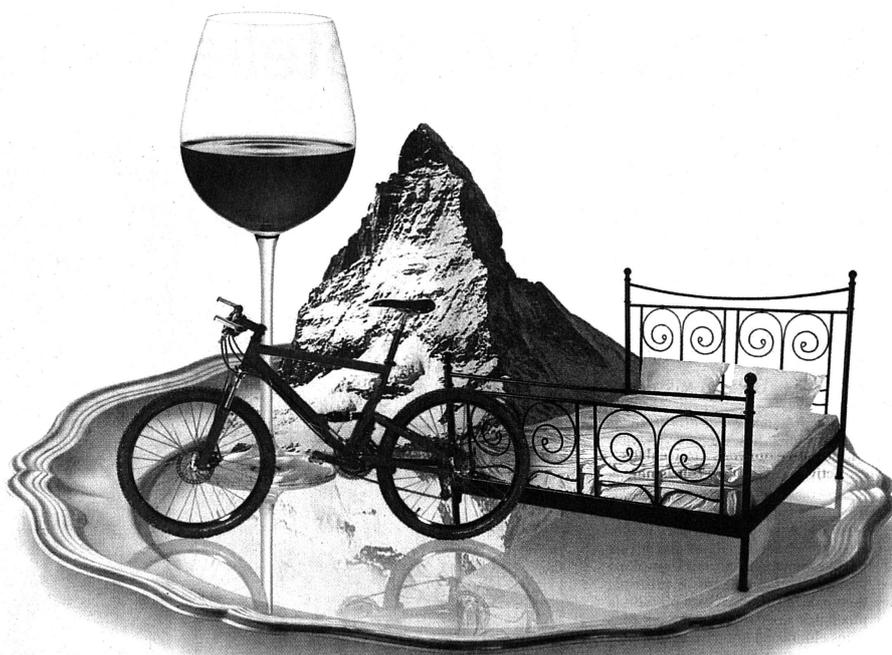
Enfin, en ce qui concerne les liaisons aériennes entre la Suisse et Pékin, il ne s'agit pas d'une revendication, mais bien d'un vœux. Suisse Tourisme espère ainsi que Swiss «réexploite rapidement» la liaison Pékin-Zurich mise en veilleuse l'an passé à la suite de l'épidémie de pneumonie atypique: «Swiss n'a d'ailleurs pas annulé ses vols au départ de Pékin, elle ne les a que suspendus et possède encore aussi bien les autorisations de vol qu'un bureau et du personnel sur place», a précisé Michel Ferla, le directeur-adjoint de Suisse Tourisme.

* Gérard Béroud, Sinoptic: www.sinoptic.ch

Les professionnels lisent l'htr.

Abonnement à l'essai: 10 numéros pour seulement Fr. 25.-!

Abonnez-vous dès aujourd'hui à l'htr au **prix spécial** de Fr. 145.- (abonnement d'une année) et vous recevrez, en guise de cadeau de bienvenue, un **bon d'achat Exlibris d'une valeur de Fr. 20.-**. Avec chaque abonnement, vous participez **chaque mois** au tirage au sort de 5 bons d'achat Exlibris d'une valeur de 100 francs chacun.



Oui, je commande l'htr:

- 1 abonnement à l'essai pour Fr. 25.- seulement (10 éditions)
 1 abonnement annuel pour Fr. 145.- seulement (49 éditions)

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. dans la journée: _____

Rue: _____ NPA: _____

Lieu: _____ E-mail: _____

- Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation: l'offre s'adresse aux nouveaux abonnés en Suisse et est en vigueur jusqu'à fin 2004. Prix TVA 2.4% incluse. La participation au tirage au sort n'est pas subordonnée à une commande. Les collaborateurs d'hotellerie-suisse ne sont pas autorisés à participer. Le tirage des gagnants a lieu à la fin de chaque mois. Vous serez avertis par écrit. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Tout recours juridique est exclu.

Envoyez le talon à:
hotel+tourismus revue, Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Bödingen

Abonnements:
Tél.: 031 740 97 93
Fax: 031 740 97 96
abo@swisshotels.ch
www.htr.ch

htr

La revue spécialisée de l'hôtellerie, de la gastronomie,
du tourisme et des loisirs.
Avec le plus grand marché de l'emploi de la branche.



Via ferrata gruérienne

Molésion. Pour son 40e anniversaire, la station de Molésion s'offre un cadeau utile et spectaculaire, puisqu'il s'agit d'une «via ferrata» pour accéder «jambis cum pedibus» au sommet de la montagne mythique. Cette voie sécurisée, inaugurée le 26 juin, présente une longueur de 370 mètres; réalisée par Bernard Chaudieu, cordiste français spécialisé employé par la maison Prisme, et Olivier Nicolet, guide charmeysan, elle comprend 1300 mètres de câble qui permet aux ferratistes de s'assurer au moyen de longues spéciales. Débutants accompagnés, initiés et avertis pourront désormais escalader le Molésion (2006 m d'altitude) «par devant», les deux autres voies étant soit l'itinéraire normal qui ne présente aucune difficulté majeure, soit le téléphérique... Bien que doté de câbles, d'échelons et de marches, la via ferrata du Molésion, avec ses sensations de vide – fût-il panoramique! – reste réservée à des sportifs bien entraînés. JS

tistes de s'assurer au moyen de longues spéciales. Débutants accompagnés, initiés et avertis pourront désormais escalader le Molésion (2006 m d'altitude) «par devant», les deux autres voies étant soit l'itinéraire normal qui ne présente aucune difficulté majeure, soit le téléphérique... Bien que doté de câbles, d'échelons et de marches, la via ferrata du Molésion, avec ses sensations de vide – fût-il panoramique! – reste réservée à des sportifs bien entraînés. JS

Le «renouveau» en discussion au TTW à Montreux

Montreux. Le TTW, rendez-vous annuel de la branche suisse des voyages, qui se tiendra du 26 au 28 octobre à Montreux, comptera cette année une nouvelle manifestation. Organisé par les caisses sociales Hotela, l'«Hotela Travel Summit» traitera – sous l'angle touristique – le thème du «renouveau». Il accueillera notamment Bertrand Piccard et proposera trois ateliers. MH

Résultats conformes aux prévisions

Montreux. Entrée en matière réussie pour le Casino Barrière de Montreux dont les actionnaires étaient réunis la semaine dernière pour leur assemblée générale. Ouvert en février 2003, le casino a enregistré 355 000 entrées pour l'exercice, à la satisfaction de Dominique Desseigne, président du groupe casinotier français qui ne manque jamais citer l'établissement montreuvois en exemple. Cela se traduit par un chiffre d'affaires de 62,09 millions de francs, dont 56,83 mil-

lions sont des produits bruts des jeux (48 millions pour les seules machines à sous). Un montant de plus de 27 millions a été versé à l'AVS.

Des résultats conformes aux prévisions, souligne le rapport de gestion, alors même que le Casino avait enregistré un léger recul de la fréquentation en juillet et en août.

C'est dire dès lors que les attentes pour 2004 sont grandes, les responsables de la société tablant sur un résultat de plus de 80 millions de francs.

«Pour cela, souligne Dominique Desseigne, nous devons poursuivre notre politique de promotion et développer nos activités.» Selon lui, en effet, il reste des axes à travailler comme les jeux de table, mais surtout le domaine des séminaires et des congrès.

Signalons enfin que le Casino Barrière de Montreux a pris une position ferme contre la révision de la Loi fédérale sur les maisons de jeux qui tend à aplanir les différences entre les licences A et B. JJE

FORUM DE CRANS-MONTANA

Un départ malvenu pour le tourisme

Le Forum de Crans-Montana pourrait déménager à Monaco en 2005. La station serait ainsi privée d'importantes retombées économiques et publicitaires.

GENEVIÈVE ZUBER

Partira? Partira pas? A l'heure où nous rédigeons ces lignes, Jean-Paul Carteron, responsable du Forum de Crans-Montana (CMF), n'a pas encore tranché. Ses velléités de départ tiennent à diverses raisons. Mais c'est un courrier de l'Etat du Valais qui a fait déborder le vase. Le canton n'aurait pas mis les formes pour lui annoncer son intention de diminuer son aide; une participation annuelle de 500 000 francs, et que Maître Carteron veut négocier à la hausse. D'autre part, aucun conseiller fédéral allemand ne s'est jamais déplacé au CMF. «C'est comme si seul Davos comptait pour eux», analyse le président de Lens, Fernand Nanchen. «Le CMF a peut-être perdu de son aura à cause de ce manque de soutien.»

UN IMPACT MÉDIATIQUE AU NIVEAU MONDIAL

Très logiquement, c'est à Monaco où se trouve le siège social du CMF que ce rendez-vous politico-économique déménagerait. Pour le centre de congrès de Crans-Montana, le coup serait rude, d'autant plus qu'il a déjà perdu quatre congrès importants depuis 2002. Les temps sont difficiles, à cause de la morosité du marché et de la concurrence internationale. «Depuis 1998, notre taux d'occupation a baissé à 60%», précise Georges Emery, directeur du centre le Régent. Le Forum, manifestation phare organisée au Régent «a un impact médiatique au niveau mondial et un gros effet publicitaire, pour le centre comme pour la station», ajoute-t-il. «Ce serait une lourde perte en terme d'image; au niveau financier toutefois, il n'est pas vital pour faire tourner le Régent, car nous ne calculons pas toutes nos prestations.»

UN FORUM QUI PERMET D'AVANCER LA SAISON D'ÉTÉ

Mais pour la station, globalement, les retombées économiques sont qualifiées d'importantes par Walter Loser. Depuis quinze ans, le Forum permet d'avancer le début de la saison d'été; cela représente près de mille personnes pendant quatre jours à 300 francs en moyenne par jour, soit des rentrées de 1,2 million de francs. «Et 15 à 20% des participants logés chez moi reviennent», précise par exemple l'hôtelier Alain Morard. Un déménagement serait d'autant plus malvenu que, dans son plan marketing 2003-2007, Crans-Montana veut se profiler comme la première destination MICE (Meeting, Incentive, Congress et Events) à la montagne en Suisse romande.

THOMAS WINKLER

«Tous les projets que nous avons lancés sont encore opérationnels»

Avec son équipe de collaborateurs, Thomas Winkler a conçu le site Internet de Suisse Tourisme, MySwitzerland.com, un site considéré par les professionnels de la branche comme exemplaire sur le plan mondial. Il nous explique les raisons de ce succès.

INTERVIEW* MIROSLAW HALABA

Vous êtes considéré un peu comme la star de MySwitzerland.com. Qu'est-ce qui vous motive dans votre activité chez Suisse Tourisme?

Je suis ingénieur en informatique et j'ai travaillé durant six ans chez Oracle. Le rôle stratégique de ma fonction et mon intérêt pour le produit touristique suisse m'ont incité, il y a quatre ans, à rejoindre Suisse Tourisme. Allier mon savoir-faire technique avec un très bon produit et diffuser ensuite le résultat de cette combinaison apporte une grande satisfaction. De plus, j'aime les gens. J'aime négocier avec des partenaires, j'aime résoudre des problèmes avec eux. Bref, c'est une activité de rêve!

«Nous travaillons avec les techniques les plus performantes.»

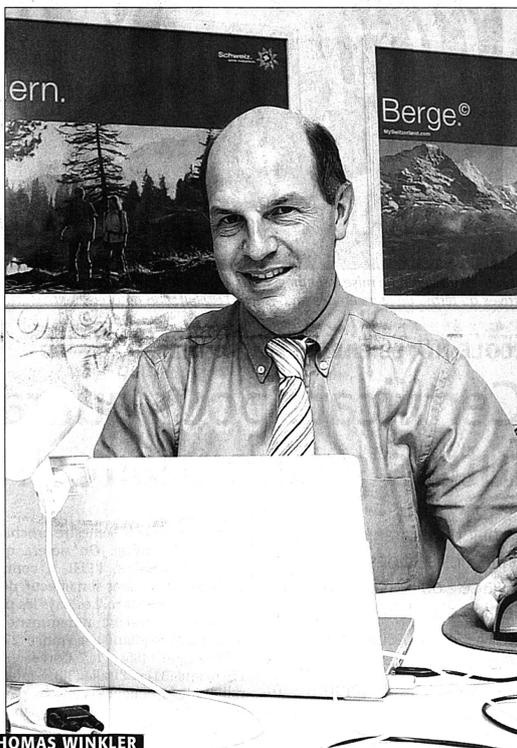
Une étude comparative, portant sur 40 pays et réalisée par le consultant international Deloitte Touche, a montré que MySwitzerland.com était le meilleur site touristique national du monde. A quoi cela tient-t-il?

Notre plate-forme a pu s'établir grâce à trois facteurs principaux. Nous disposons d'une très bonne équipe de collaborateurs. Nous travaillons avec les techniques les plus performantes et nous avons fait un effort particulier pour ajouter à notre site des services, tel que le bulletin hivernal, ou des moteurs de recherche permettant, par exemple, de trouver une randonnée répondant à des critères définis.

Quels besoins doit satisfaire aujourd'hui un site touristique?

Depuis quatre ans, nous sommes fidèles au concept qui vise à susciter le rêve, puis à inciter l'hôte à planifier et à réserver. Ce que nous avons amélioré, entre-temps, c'est la navigation sur le site. Ce dernier est très riche en informations et la grande difficulté consiste à transmettre, par étapes, au client les informations qu'il recherche.

Photo: Miroslaw Halaba



THOMAS WINKLER

Pour Thomas Winkler, de nombreuses destinations helvétiques n'ont pas de photothèque suffisante pour être bien présentées sur le site de Suisse Tourisme.

Y a-t-il des pays ou des destinations qui se distinguent en matière de site Internet et sur lesquels vous vous orientez?

Nous sommes en première position, mais nous entretenons de bons contacts avec nos collègues de Nouvelle-Zélande. Ces derniers utilisent, en effet, la même technologie que nous et ils ont des idées qui sont assez similaires aux nôtres. Ainsi, nous observons mutuellement les résultats des projets développés ici et là-bas. A part cela, nous n'avons pas de site qui ferait office de modèle.

Quel est le principal défi auquel vous êtes confronté?

C'est celui des ressources humaines. Nous avons beaucoup d'idées, mais nous n'avons pas assez de personnel pour les réaliser. Il est, par ailleurs, difficile de trouver des bons collaborateurs.

Tous les développements vous ont-ils réussis?

Oui et j'en suis fier. Le développement de projets informatiques est toujours risqué, mais je peux dire que

tous ceux que nous avons lancés sont encore opérationnels. Nous n'avons, par ailleurs, jamais eu non plus de retard notable dans leur mise en place. Cela tient principalement au fait que nous maîtrisons bien la gestion des projets, ce qui sous-entend notamment le respect des délais et des budgets. Nous consacrons aussi beaucoup de temps à éclaircir toutes les questions d'un projet avant son démarrage.

Vous avez entamé à fin 2002 un grand projet national de fidélisation et de marketing pour la clientèle attirée. Où en êtes-vous actuellement?

L'an passé, nous avons choisi l'entreprise qui allait développer le projet. Il y a un mois, nous avons fait une demande de subvention de 1,7 million de francs auprès du fonds Innoutour, soit 50% du total. Ce projet doit nous permettre d'entrer en interaction avec le client et, partant, de lui fournir les informations qui l'intéressent directement. Un essai de trois mois sera fait en mars 2005 avec trois stations pilotes qui seront choisies cet été. Nous souhaitons qu'en 2009, trente destinations seront partenaires de ce système.

Si Suisse Tourisme n'obtient pas le crédit-cadre souhaité, votre département devra-t-il se restreindre?

La communication électronique occupe une place élevée dans la stratégie de Suisse Tourisme. Je me battraï donc pour conserver suffisamment de moyens financiers pour développer notre site. On rappellera notamment qu'il est le seul moyen de communication direct de nos marchés extérieurs, d'où l'importance de notre projet destiné à la clientèle attirée. Vu son ampleur et donc son coût élevé, il pourrait faire l'objet de coupes budgétaires.

«J'exerce une activité de rêve!»

Quels sont les prochains développements de ce site?

A part le projet prioritaire pour la clientèle attirée, nous cherchons à faciliter encore l'accès au contenu, en faisant, par exemple, des propositions de visites selon la durée du séjour. Nous envisageons aussi de fournir aux hôtes de notre site un contenu qui s'adapterait aux conditions météorologiques. Prochainement, nous introduirons la possibilité de faire des commandes de brochures groupées.

L'atrait du site dépend de la collaboration des destinations. Celle-ci est-elle optimale?

La collaboration avec les destinations s'est sensiblement améliorée ces dernières années. Celles-ci nous livrent maintenant régulièrement leurs informations. Malheureusement, de nombreuses destinations n'ont pas saisi la force de l'image et n'ont pas de photothèque suffisante. Or, l'image est la première chose sur laquelle se fixe le regard de l'interacteur. Le texte est secondaire. Il y a là un grand potentiel d'amélioration.

* L'interview s'est déroulée en allemand.

T. Winkler digest

Agé de 44 ans, né à Winterthur, Thomas Winkler, est responsable informatique et membre de la direction de Suisse Tourisme. Ingénieur en informatique, il a fait ses études à la Haute école d'informatique de Brugg Windisch (AG). Il a travaillé durant six ans pour le compte de l'entreprise de logiciel Oracle où était également actif Jörg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme. Thomas Winkler est entré chez Suisse Tourisme le 1er juin 2000. Il est marié et père de deux filles. MH

Plus que trente jours!



Milestone 2004. Le dernier délai pour transmettre vos candidatures au Milestone 2004, le prix du tourisme suisse organisé par notre hebdomadaire, approche à grands pas. Il a en effet été fixé au 31 juillet. Parmi les candidatures qui nous sont récemment parvenues figurent notamment la «Valais Skicard» et l'«Europa Goldcard» de l'Hotel Europa à St-Moritz. La remise des prix du Milestone aura lieu le 2 novembre. PK

www.htr-milestone.ch

Neuf JRE dans le TGV

Jeunes restaurateurs d'Europe. La gastronomie helvétique sera à l'honneur dans les TGV Lyria qui relient Paris à la Suisse. A partir du 1er septembre et jusqu'à fin décembre, les repas servis à la place en première classe seront en effet élaborés par neuf cuisiniers suisses membres des Jeunes restaurateurs d'Europe (JRE) dont Pierre-André Ayer, le président des JRE de Suisse (1 étoile Michelin au «Pérolles» à Fribourg).

Cette opération, destinée à célébrer le 20e anniversaire des

TGV reliant Paris à la Suisse, a été présentée lundi à Fribourg, au Kuriosum du bouche-pain Corpaato, à l'occasion de l'admission au sein des JRE de Frédéric Duvoisin (La Cigogne à Fribourg) et de Silvio Galizzi (Al Portone à Lugano). Formés tous deux auprès de prestigieux chefs trois étoiles – Philippe Rochat et Gérard Rabaey pour le premier et Gualtiero Marchesi pour le second –, ils sont deux des jeunes restaurateurs les plus prometteurs de Suisse. LM

Des infos sur votre Palm

Léman sans frontières. L'association Léman sans frontière n'est jamais en peine de nouveautés. Appuyée par le Conseil du Léman et le programme européen Interreg III, elle profite au mieux des nouvelles technologies de l'information en lançant sa propre base de données, accessible via Internet, les PDA (Personal Digital Assistant, genre Palm) et les téléphones portables de la nouvelle génération (UMTS).

Le principe: compte tenu que tout ne se prépare pas tou-

jours à l'avance et que l'hôte décide parfois d'une excursion fonction des conditions météorologiques, lui proposer les alternatives fournies par les membres partenaires de l'association.

Carte, itinéraire, bonnes adresses, il trouve, via cette base de données, tous les renseignements nécessaires en détail. Quatre sites partenaires – Divonne, Thonon, le Bouveret et Moléson – proposent actuellement la location de PDA. D'autres devraient suivre. JJE

GENÈVE TOURISME

Des signes de reprises

L'année 2003 a été difficile au niveau touristique. Plusieurs signes positifs permettent néanmoins d'envisager l'avenir du tourisme genevois avec optimisme.

LAURENT MISSBAUER

«La guerre en Irak, la pneumonie atypique et la faible croissance économique ont fait que l'année 2003 aura été difficile. Genève a tout de même fait preuve d'une très grande capacité de résistance et je m'en réjouis.» Tels ont été quelques-uns des propos prononcés par Christian Rey, le président de Genève Tourisme, en ouverture de l'assemblée générale de Genève Tourisme de lundi.

«Genève a certes perdu 80 000 nuitées en 2003, mais cette baisse s'explique pour moitié par une diminution de la clientèle saoudienne, très présente, on s'en souvient, en 2002. Au niveau des points positifs, on relèvera que l'image de Genève en tant que ville sûre nous a permis de récupérer deux conférences, celle du Conseil international des infirmières avec 1200 participantes et celle de 2700 spécialistes de l'étude du foie initialement prévues à Marrakech et à Istanbul», a précisé François Bryand, le directeur de Genève Tourisme.

CHIFFRES EN HAUSSE POUR LE SERVICE «OPERATING»

Un autre point positif concerne le service «Operating» de Genève Tourisme. Celui-ci a permis d'héberger près de 15 000 personnes pour un total de 26 000 nuitées, un chiffre en progression de 14% par rapport à 2002. Les réservations directes depuis le site Internet de l'office du tourisme ont également augmenté et ont représenté 40% du total des réservations opérées par Genève Tourisme. Et ces chiffres devraient continuer à évoluer favorablement cette année. Le président de Genève Tourisme a ainsi notamment évoqué les prévisions de l'institut BAK Basel Economics: «Le tourisme d'affaires a connu un net regain d'intérêt au cours de l'hiver 2003-2004 et les prévisions pour l'été laissent espérer une progression des nuitées de 1,4%». Enfin, on ajoutera que Christian Rey n'a pas manqué de lancer un vibrant plaidoyer en faveur du projet de centre de conférences et de congrès de Geneva-Palexpo.

DEUX NOUVEAUX MEMBRES ONT ÉTÉ ÉLUS AU COMITÉ

Sur le plan des affaires courantes, on relèvera que deux nouveaux membres ont été élus au comité de Genève Tourisme. Il s'agit d'Ivan Haralambof, le nouveau directeur de Swiss pour la Suisse romande qui a remplacé Giovanni De Carlo, désormais appelé à d'autres fonctions chez Swiss, et de Jean-Pierre Jobin, le directeur de l'aéroport international de Genève qui succède ainsi à Bruno Lurati, l'ancien directeur de Geneva-Palexpo.

Photos: S. Romeu/EHL



SATISFACTION

La satisfaction était de mise, à la mi-juin, sur le campus de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Ces étudiants sont en effet arrivés au terme de leurs études en Gestion d'exploitation hôtelière.

ECOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE

Certificats pour quarante-deux futurs gestionnaires hôteliers

A mi-juin, quarante-deux étudiants des sections française et anglaise du programme de Gestion d'exploitation hôtelière de l'Ecole hôtelière de Lausanne ont reçu leur certificat de fin d'études. Leur diplôme sera remis à fin de leur stage en entreprise.

MIROSLAW HALABA

La fin du semestre de la session de printemps a été marquée à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) par la remise des certificats à 42 étudiants (sur 51), des sections française et anglaise, arrivés au terme du programme de Gestion d'exploitation hôtelière. Le major de promotion a été désigné en la personne de Manuela Nicoletti (Suisse/Italie). Le Prix Esprit EHL, qui récompense une étudiante ou un étudiant qui s'est particulièrement investi durant ses études pour le bien de l'école et de ses étudiants, est revenu à Matthieu Chabanis (France). Les diplômes, quant à eux, seront remis à la fin des stages qui seront effectués ces prochains mois en entreprise.

MODIFICATION DU PROGRAMME

Les étudiants de cette volée ont ainsi été les seuls à être distingués. Ceux-ci sont habituellement plus nombreux à cette période de l'année. Toutefois, le programme ayant été adapté au concept des reconnaissances académiques internationales, les premiers étudiants du programme «nouvelle version» ne termineront

leur cursus que le semestre prochain, soit en décembre. On notera que, durant la session, l'EHL a compté 1365 étudiants dans son effectif, dont 313 étaient en stage. Les pays les plus représentés étaient notamment la Suisse (523 étudiants), la France (270), l'Allemagne (85), la Corée (32), l'Espagne (31) et l'Italie (30). Septante nationalités étaient représentées parmi les étudiants et 29 parmi les collaborateurs de l'école.

Etudiants promus (sections française et anglaise): Mari Evelina Arnio, Finlande (section anglaise); Patricia Bangerter, Suisse; Taher Assad Bakhtari, Canada (section anglaise); François Bassaert, France; Wassim Ben Abderrazak, Tunisie (section anglaise); Loren Bourgeault, Canada (section anglaise); Matthieu Chabanis, France; Luigi D'Angelo, Italie (section anglaise); Teresa Garcia Nuche, Espagne (section anglaise); Alessandra Garin, Italie; Alexandra Gonzalez Blanco, Espagne;

Leandro Giuseppe Gualtieri, Italie (section anglaise); Laura Princesse Gualtieri, Italie (section anglaise); Aurélie Hitz, Suisse; So-Yon Hong, Corée du Sud (section anglaise); Evangelos Katselis, Grèce (section anglaise); Sophie Kleinkecht, France (section anglaise); Olga Korotkevich, Russie; Ivan Kouzmine Karavaieff, France; Sandrine Lambiel, Suisse; Christophe Le Brun, France; Gregory Letscher, France; Jian Li, France; Marianne Christine Luder, Suisse (section anglaise); Julien Lutgen, Suisse; Didier Magnat, Suisse; David Nardone, France; Jacques Philippe Neri, France; Manuela Nicoletti, Suisse (section anglaise); Murielle Oehrl, Suisse; Papawin May Pachantabutr, Thaïlande (section anglaise); Antinea Paganini, Italie; Justine Pergola, Grande-Bretagne (section anglaise); Nicolas Joseph Stephan Pinagapamy, Ile Maurice; Felix Sanchez Gonzalez, Espagne (section anglaise); Nancy Schubert, Allemagne; Thais Silva, Brésil (section anglaise); Marco Smerghetto, Italie (section anglaise); Sarah Theis, Luxembourg; Bertus Willem Van Der Meer, Pays-Bas (section anglaise); Lori Vancollie, Belgique (section anglaise); Caspar Von Hofmannsthal, Grande-Bretagne (section anglaise).



QUATRE ETUDIANTS À L'HONNEUR

De g. à dr.: Jian Li, 3e meilleur étudiant, Manuela Nicoletti, major de promotion, Loren Bourgeault, 2e meilleure étudiante, Matthieu Chabanis, prix Esprit EHL.

LES GENS



C'est **Jaco Zuiderent** (photo) qui a été nommé mercredi à la direction de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre en remplacement de **Dominik Albrecht**, appelé en avril à la tête de la Haute école valaisanne. Titulaire d'une licence en économie de l'Université de St-Gall, Jaco Zuiderent est de nationalité néerlandaise. «Il dispose d'une solide expérience dans de nombreux domaines tels que la conduite du personnel, la vente, les finances et l'informatique», selon le communiqué de presse de l'Etat du Valais qui ne précise pas qu'elle est l'activité aujourd'hui exercée par Jaco Zuiderent. Domicilié actuellement à Oberägeri (ZG), Jaco Zuiderent fêtera ses 36 ans le 19 novembre. Il est marié à une Sierroise, **Caroline Zufferey**. LM

Directeur de l'Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey depuis 2001, **Thomas Brugnattelli** a été nommé directeur-adjoint du Grand-Hôtel Park à Gstaad où il succèdera le directeur **Gianni Biggi**. Thomas Brugnattelli sera remplacé à Vevey par **Jean-Marc Boutilly**, actuellement directeur-adjoint du Lausanne-Palace. Après diverses étapes aux Etats-Unis dans les secteurs de la restauration et du management hôtelier, Jean-Marc Boutilly est arrivé dans la région lémanique en 1989 comme directeur de la restauration du Mirador-Kempinski avant de rejoindre le Lausanne-Palace en 1998. JJE

IMPRESSUM

htr hotel + tourisme revue

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

Editeur: Société suisse des hôteliers
Morbijoustrasse 130, case postale, 3001 Bienne

Responsable des médias: Christian Santschi

Rédaction: Rédacteur en chef: Manetta Dedual (MD)
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Mirosław Halaba (MH)

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethenz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayer (DEM), Valais; José-Séverin (JS), Fribourg; Véronique Tanerg (VT), Genève; Piene Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Editeur: Chelle d'édition: Iris Srebel

Abonnements: Sabine Rothacher

Annonces: Marc Moser

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente)
Administration: Marc Moser

Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Bienne

Tirage: 11 157 Ex. contrôlés REMIP 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: Morbijoustrasse 130, case postale, 3001 Bienne

Rédaction: (lettres de lecteurs, les gens, etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

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

Annonces:
Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserats@swiss-hotels.ch

Publicité:
Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: espace@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.ch

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

Direktor/In oder Direktions-Paar

Für unser in der Ostschweiz gelegenes Seminar- und Wohlfühl-Hotel mit Seeblick, grosser Parkanlage Seminarräumlichkeiten, Wellness-Bereich und gut eingeführter Restauration suchen wir

den **Fachmann** beziehungsweise die **Fachfrau**

zur selbständigen Führung des Betriebes. Idealerweise führt SIE das Zepter über Réception und Housekeeping und ER nennt Küche und Restauration sein Reich. (In den kurzen Wintermonaten übernimmt ER als Küchendirektor die Verantwortung, im Sommer ist ER direkt am Gast) Die 40 Zimmer und Suiten sind individuell eingerichtet und verströmen Charme und Behaglichkeit. Das Hotel bietet sich einem jüngeren, zielgerichteten Vollbluthotelier (Paar) förmlich an, welcher sich aus der 2. Reihe lösen möchte.

Interessenten melden sich bitte mit den erforderlichen Unterlagen unter Chiffre. 162364 an **hotel + tourismus revue**, PF, 3001 Bern.
Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen.

162364



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

Als Verantwortlichen für unseren ganzen F & B-Bereich (4 Restaurants, 2 Bars, Banketräume, Küche sowie Seminarbereich und Sales) suchen wir Sie als selbstständigen, erfahrenen und unternehmerischen, frontorientierten, ca. 30-40jährigen

Leiter/in Business und Gastronomie (Mitglied der Geschäftsleitung)

Sie führen 4 direktunterstellte Kader mit einem Team von 60 Mitarbeitern. Gleichzeitig positionieren Sie den Betrieb mit Ihren frischen Ideen stets neu und nehmen Trends auf, entwickeln Angebote, führen Kundenanlässe durch und pflegen den Kontakt zu unseren Key Accounts. Ebenso sind Sie verantwortlich für den Umsatz und die Kosten in Ihren beiden Bereichen.

Ihr ausgesprochenes Flair fürs Organisieren und Koordinieren wird ergänzt durch Ihre beherzte Art, selbst mit anzupacken, wo immer es nötig ist. Sie sind ein Allrounder mit Hang zum Perfekten. Sie mögen Menschen – sowohl Ihr Team wie auch die anspruchsvollen Kunden.

Suchen Sie die nicht alltägliche Herausforderung? Gerne informieren wir Sie in einem Gespräch über die vielen Möglichkeiten in unserem Haus.

Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung mit Foto an Frau Beatrice Bucher, Personalbüro, Tel. +41 41 825 50 20, beatrice.bucher@shp.ch.

162435



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

HOTELFACHASSIST

Persönlichkeit ab 30 mit Ausbildung und Praxis als

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 mehrjähriger 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 TEXTILREINIGUNG AG
Alter Badweg, CH-5034 Suhr

FO.N 062 855 845 5, FAX 062 855 845 1
E-mail: geschaeftsleitung@schmid-terewa.ch

162275

Das Lake Side Casino Zürichhorn bietet seinen Gästen Freude am Sein und sieht sich als **kommunikativen, offenen und professionellen Partner** für seine Gäste und MitarbeiterInnen.

Für die Umsetzung dieser Vision suchen wir Sie als frontorientierte und gastgeberdenkende Persönlichkeit per 1.9.04 als

RESTAURANT-LEITERIN (W/M)

In dieser Funktion sind Sie zuständig und verantwortlich für einen reibungslosen Ablauf im Restaurant mit angegliederter Bar. Sie teilen die Mitarbeiter ein, überwachen den Service und führen Schulungen durch. Das Wohlbefinden der Gäste auf hohem Niveau ist Ihnen wichtig.

Um Ihre Aufgaben in diesem wunderschönen, direkt am Zürichsee gelegenen Betrieb mit insgesamt über 100 MitarbeiterInnen wahrnehmen zu können, bringen Sie Folgendes mit: Ausgewiesene Führungserfahrung in vergleichbarer Position in grösseren Betrieben, betriebswirtschaftliches Denken und Handeln, Teamplayerfähigkeiten sowie Selbständigkeit und Sprachkenntnisse in D/E/F.

Reizt es Sie, sich voll einzusetzen und entfalten zu können? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Unterlagen mit Foto an:

Kramer Gastronomie
z.H. Basil Wyrsch
Leiter Human Resources
Herdernstrasse 56
Postfach 1767
8040 Zürich

Lake Side

LUNCHING | DINING | MEETING

www.lake-side.ch

162409

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

www.gastro-suisse-jobservice.ch

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

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

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

Personalerberatung
Telefon 031 370 43 33
Postfach, CH 3001 Bern
www.hoteljob.ch
e-mail: hoteljob.be@gswshotels.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

Grosses 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

Seehotels Zentralschweiz

Für die Marketingkooperation Seehotels Zentralschweiz, welcher die Häuser Hermitage Luzern, Waldstätterhof Brunnen, Seminarhotel am Aegerisee angehören, suchen wir mit Eintritt nach Vereinbarung eine(n)

Verkaufsleiter(in)

Sie bearbeiten aktiv den Schweizer Konferenz-Tagungs-Veranstaltungsmarkt und akquirieren Anlässe bei Seminarorganisationen, Firmen und Verbänden. Dabei stehen Sie in engem Kontakt zu den verantwortlichen Bereichsleitern der einzelnen Hotels. Ihr Wirkungskreis ist vor allem die deutschsprachige Schweiz, als «homebase» dient eines unserer Hotels.

Sie besitzen eine gewinnende Ausstrahlung, sind kontaktfreudig, kommunikativ, verhandlungssicher, repräsentativ und sind gewohnt selbstständig und erfolgsorientiert zu arbeiten. Sie verfügen mit Vorteil über eine höhere gastgewerbliche Ausbildung mit Erfahrung im Verkauf sowie guten Kenntnissen der Administration und Fremdsprachen.

Sollte dieses Inserat Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder telefonische Kontaktaufnahme.

Seminare | Tagungen | Bankette

Seehotels Zentralschweiz, c/o Seehotel Hermitage
Herr Thomas P. Egli, Seeburgstrasse 72, 6006 Luzern, Telefon 041 375 81 81
www.seehotels-zentralschweiz.ch

162413

ZUNFTHAUS ZUR WAAG



Das traditionsreiche Zunfthaus zur Waag in Zürich, mit seiner über 300 Jahre umspannenden Geschichte, mitten in der charmanten Altstadt und in direkter Nachbarschaft zum Zürcher Fraumünster, wird am 1. Oktober 2004 nach umfassender Renovierung neu eröffnet. Für diese Neuaufrichtung suchen wir einen

Küchenchef

Sie verwöhnen gemeinsam mit uns die zahlreichen lokalen und internationalen Gäste. Frischprodukte kreativ veredelt in einer traditionellen klassischen Kombination ist die Herausforderung, die Sie perfekt am Herd umzusetzen wissen.

Als ambitionierter Berufsfachmann möchten Sie gerne zu einem der führenden Zunfthäuser Zürichs gehören. Alle Gäste erzählen begeistert von Ihren vielfältigen aber einzigartigen Köstlichkeiten.

Was wir von Ihnen erwarten:

- Menschlichkeit in der Mitarbeiterführung
- Eine hohe Leistungsbereitschaft
- Dass Sie die Erwartungen der Gäste übertreffen
- Die Zusammenarbeit mit 5 Mitarbeitern, die Sie fachlich sehr schätzen

45 à-la-carte Sitzplätze sind der Schlüssel zum Erfolg. Mit Ihrer anspruchsvollen Bankettküche (120-60-12 Sitzplätze) zeigen Sie Ihr grosses Organisationstalent. Natürlich verstehen Sie auch, mit einer optimalen Verarbeitung und einem sinnvollen Waren-Saisonankauf eine gute Küchenrendite zu erwirtschaften.

Unser persönlich geführtes Zunfthaus hat keinen Ruhetag und ist das ganze Jahr geöffnet.

Rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns darauf, Sie persönlich kennen zu lernen und Ihnen unser Konzept vorzustellen.

Sepp und Sandra Wimmer
Zunfthaus zur Waag, Münsterhof 8, 8001 Zürich
Telefon +41 44 216 99 66, zunfthaus-zur-waag@bluewin.ch
www.waag.ch/zunfthaus

162446

SIE SUCHEN NEUE HORIZONTE?

Wir suchen nach Vereinbarung:

Küchenchef

Kennen Sie sich aus in der gehobenen Gastronomie? Wollen Sie Ihre Gäste mit einer abwechslungsreichen, qualitativ hochstehenden, kreativen und neuzeitlichen Küche begeistern? Behalten Sie in hektischen Momenten die Übersicht, Ruhe und Qualität und wissen, wie Sie Ihr Mitarbeiterteam kompetent und motivierend führen können? Dabei ist unsere Free-Flow MARKT-«WIRTSCHAFT»! ebenso wichtig wie das à la carte Restaurant DAS RESTAURANT!

Sind Sie organisatorisch stark und begeisterungsfähig - eine aufgeschlossene Persönlichkeit mit Führungsgeschick und fundierter Erfahrung? Dann passen Sie in unser Team!

Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen! Eine interessante Aufgabe, ein aufgestelltes Team und ein wunderschöner Arbeitsort erwarten Sie hier am Sempachersee! Wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen!

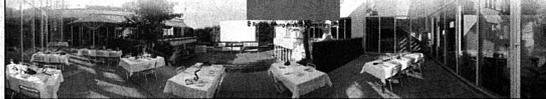
Bewerbungsunterlagen oder Telefon:

162441

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE
CHRISTINE BABST
PERSONALASSISTENTIN
POSTFACH 161
6207 NOTTWIL LU

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE

TEL 041 939 23 23
WWW.HOTEL-NOTTWIL.CH
INFO@HOTEL-NOTTWIL.CH



Grindelwald



Das Sunstar Hotel Grindelwald**** steht an sonniger und ruhiger, aber dennoch sehr zentraler Lage im bekannten Winter- und Sommerferienort Grindelwald.

Per 1. Oktober 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir für unser Hotel mit 408 Betten, grosser und moderner Wellness-Oase sowie neuem Seminarbereich und diversen Restaurants den oder die Nachfolger/in als

Chef de réception m/w

Sie verfügen über Know-how und Erfahrung im Privatgast- und Gruppengeschäft und verstehen es ein Team von ca. 11 Réceptionsmitarbeitern zu koordinieren. Sie sind verantwortlich für den administrativen Ablauf der Réception sowie eine optimale Belegung zusammen mit der Reservationsabteilung. Neben sehr guten Sprachkenntnissen in Deutsch, Englisch und Französisch haben Sie den nötigen Charme für ein „Herzliches Willkommen“.

Auch wir haben einiges zu bieten...

Sunstar Hotel Grindelwald****

Yves P. Timonin, Gastgeber

CH-3818 Grindelwald

Tel. 033 854 77 77, Fax 033 854 77 70

E-Mail direktion.grindelwald@sunstar.ch

http://www.sunstar.ch/grindelwald

Sunstar
Hotels

Arosa • Davos • Films • Klosters • Lenzerheide • Grindelwald • Wengen

162444

GRAND HOTEL DES BAINS YVERDON-LES-BAINS

Wir sind ein gehobenes 4* Hotel mit 120 Zimmern, Restaurant Pavillon, Brasserie Belle Epoque mit Sommerterrasse, Café Côté Jardin, Bar Rotonde und 12 Konferenzräumen mit Kapazitäten bis zu 150 Personen. Das GRAND HOTEL DES BAINS verfügt über eine Direktverbindung mit dem Centre Thermal mit seinen Thermalbädern, Beauty-, Wellness- und Fitnessbereich.

Wir suchen zur Verstärkung unseres Teams ab sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Rezeptionist/in.

Sie verfügen über einige Jahre Berufserfahrung und Sie sprechen Deutsch, Französisch und Englisch? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

GRAND HOTEL DES BAINS, Frau Cornelia Mitter, avenue des Bains 22,
1401 Yverdon-les-Bains. Tel : 024 424 64 64, Fax : 024 424 64 65

www.grandhotelyverdon.ch

162458

SANTA LUCIA

...molto italiano...

...ist die Philosophie unserer SANTA LUCIA: stilvoll aber unkompliziert das Ambiente; echt und ursprünglich die Küche.

Zur Verstärkung unseres Teams
in Oerlikon suchen wir per sofort eine(n)

Betriebs-AssistentIn

der/die mit Herz und Seele GastgeberIn ist und die italienische Kultur kennt, liebt und liebt!

Sie bringen ausreichend Erfahrung im Service mit, kennen sich in der Administration ein wenig aus und möchten gerne eine Führungsaufgabe übernehmen. Als AssistentIn organisieren Sie vor allem die Aufgaben an der Front, übernehmen an drei Tagen eine Servicestation und an zwei Tagen die Stellvertretung des Geschäftsführers.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto:

BINDELLA terra vite vita SA

Marc Balsiger, Gruppenleitung Santa Lucia

Hönggerstrasse 115, 8037 Zürich

Telefon 01 276 62 21 www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

Für unser gemütliches französisches Speiserestaurant Mitten in Zürich suchen wir per 15.8.2004 oder nach Vereinbarung eine/n

SERVICEFACHANGESTELLTE/N

mit charmanter Gastgeberpersönlichkeit und Verkaufstalent.

Sie verfügen über eine gepflegte Erscheinung, haben Erfahrung im Umgang mit gehobenen Gästen und arbeiten gerne im Team. Sie meistern auch hektische Situationen. Unsere 200 verschiedenen französischen Weine geben Ihnen die Möglichkeit, Ihr Weinwissen täglich anzuwenden.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Les vins forty AG
Fürtstrasse 5
8832 Wollerau

162464

TOURISMUS

GSTAAD®

COME UP - SLOW DOWN

Gstaad Saanenland Tourismus sucht per 1. Oktober 2004 oder nach Vereinbarung

Produktmarketing- Verantwortliche/n Bergbahnen

In dieser neu geschaffenen und herausforderungsreichen Stelle sind Sie Hauptansprechpartner/in für alle bergbahnrelevanten Marketingaufgaben. Sie sind verantwortlich für die Beschaffung und Sicherstellung aller wichtigen Marketinginformationen, erarbeiten Werbemittel (inkl. Verkaufsförderungs- und Messekonzepte) und stellen den Internetauftritt im Bereich Bergbahnen sicher. Zudem unterstützen Sie den Marketingleiter bei der Umsetzung von neuen Marketingprojekten (Kundenmanagement und Allianzen/Kooperationen).

Sie sind teamfähig, arbeiten konzeptionell, selbstständig und sind durchsetzungsgewohnt. Mit Ihrem ausgeprägten Kundenorientierungssinn und Ihren natürlichen Kommunikationsfähigkeiten verstehen Sie es, Ihre Ansprechpartner zu überzeugen. Ihre fundierten Kenntnisse der gängigen Microsoft-Windows basierten Software und Internet erleichtern Ihre tägliche Arbeit. Sie bringen den Fachausweis Marketingplaner (oder vergleichbare Ausbildung) und 2-3 Jahre Marketingpraxis mit (idealerweise im Bergbahnbereich). Sie sind verhandlungs- und stilsicher in Deutsch und Französisch (= Englischkenntnisse); zudem verfügen Sie über einen Fahrausweis Kat. B.

Wenn Sie sich mit diesem Anforderungsprofil identifizieren können und gerne in einer kollegialen Atmosphäre mit einer jungen Mannschaft arbeiten - dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bis spätestens am 15. Juli 2004 an Gstaad Saanenland Tourismus, z. Hd. Herrn Eduardo Zwyssig, Marketingleiter. Direkte Auskünfte erhalten Sie unter Tel. 033 748 81 23.

162407

Über Aktualitäten und Eventualitäten.

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

htr

Gastro
help
Stellenvermittlung

GUTE JOBS FÜR HOTEL & GASTRO

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

New Challenge

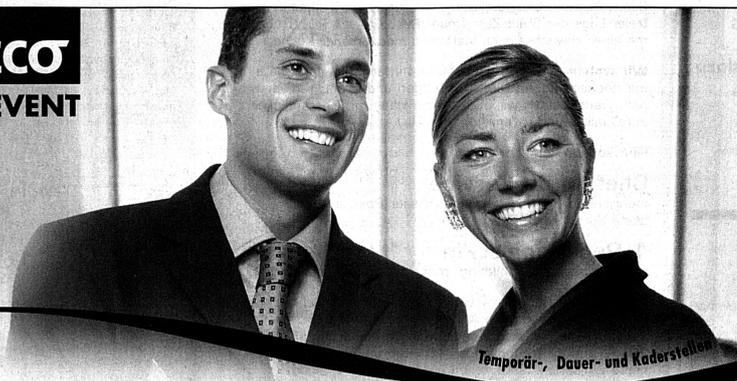
Personalberatung & Vermittlung

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



Front Office Manager/in

Für ein modernes Vier-Sterne-Hotel in Basel suchen wir eine verkaufsorientierte, gewinnende Frontfrau mit viel Charme und Ausstrahlung. Ihre Tätigkeit umfasst die Leitung des Verkaufs an der Front einschliesslich Mitarbeiterführung und administrativer Aufgaben. Sie sind eine fröhliche Persönlichkeit und bringen gute Erfahrung aus der Bäckerei-Branche, der Produktion, dem Verkauf oder der Gastronomie mit. Flair für Dekoration, Geschenkideen und Präsentation der Produkte gehört ebenfalls zu Ihren Stärken. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

Julia Schulze 061 264 60 40
Streitgasse 20 | 4010 Basel | basel.hotelevent@adecco.ch

Verkaufsleiterin

Für eine bekannte Bäckerei-Conditorei in Zürich suchen wir eine verkaufsorientierte, gewinnende Frontfrau mit viel Charme und Ausstrahlung. Ihre Tätigkeit umfasst die Leitung des Verkaufs an der Front einschliesslich Mitarbeiterführung und administrativer Aufgaben. Sie sind eine fröhliche Persönlichkeit und bringen gute Erfahrung aus der Bäckerei-Branche, der Produktion, dem Verkauf oder der Gastronomie mit. Flair für Dekoration, Geschenkideen und Präsentation der Produkte gehört ebenfalls zu Ihren Stärken. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

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

Fidelio-Projektleiter

Für eine international tätige Flussschiffahrtsgesellschaft suchen wir einen Projektleiter für einen Einsatz bis Ende 2005. Die notwendige berufliche Kompetenz um mit IT-Spezialisten, Hotelmanagern, Finanzexperten und Fidelio-Vertreibern zu verhandeln bringen Sie bereits mit. Ihre sehr guten Fidelio/Micros-Anwender- und Installations-Kenntnisse, Durchsetzungsvermögen, diplomatisches Geschick und verhandlungssichere Englisch- und Deutsch-Kenntnisse sind die Voraussetzungen, die es Ihnen ermöglichen, mehrere Hotelschiffe mit dieser Software auszustatten. Die Reisetätigkeit liegt bei 60 bis 70%. Weitere Informationen gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch.

Esther Sardagna 061 264 60 40
Streitgasse 20 | 4010 Basel | basel.hotelevent@adecco.ch

Leiterin Hotellerie

Für ein in Kanton Thurgau gelegenes Businesszentrum suchen wir eine unternehmerisch denkende Persönlichkeit mit Stil und Charisma. Dieser Ort der Begegnung bietet dem Besucher ein einzigartiges Umfeld und Ihnen die Möglichkeit, bestehende Gästekontakte auf höchstem Niveau zu pflegen und neue zu knüpfen. Wenn Sie in der Region Ostschweiz verwurzelt sind und sowohl die fachliche wie auch die soziale Kompetenz mitbringen um dieses Haus zu führen und zu prägen, freue ich mich auf Ihren Anruf oder Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Urs Kläger 071 228 33 43
Poststrasse 15 | 9001 St. Gallen | stgallen.hotelevent@adecco.ch

Assistentin

Für ein erfolgreiches Unternehmen in der Stadt Zürich suchen wir per sofort eine Frau mit professionellen Umgangsformen und einem gepflegten Erscheinungsbild. Sie sind verantwortlich für den Empfangsbereich und allgemeine Sekretariatsaufgaben; Sie koordinieren Termine sowie Reisen und begleiten den CEO gelegentlich bei Auslandsreisen. Haben Sie Erfahrung in der Administration (von Vorteil in der Gastronomie), gute Englischkenntnisse und kennen Sie MS Office? Attraktive Arbeitsbedingungen erwarten Sie. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

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

Personalberater/in

Wir suchen eine motivierte Persönlichkeit mit abgeschlossener Berufsausbildung in der Gastronomie sowie zusätzlicher Aus- und Weiterbildung (Hotelfachschule von Vorteil). Sind eine echte Verkäuferin, die gewohnt ist, drei Sachen gleichzeitig zu erledigen und dennoch sehr exakt zu arbeiten. Wenn Sie in Zürich wohnen, per sofort verfügbar sind und gern Kunden und Kandidaten in den Bereichen Dauerstellen, Temporärstellen und Events beraten, dann melden Sie sich noch heute bei mir. Ich freue mich auf Ihren Anruf.

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

Küchenteamleader M/W

Für ein wunderschön gelegenes Boutique-Hotel im Berner Mittelland suchen wir einen Küchenchef mit viel Sinn fürs Detail. Das Hotel verfügt über ein à la carte-Restaurant der obersten Klasse, geschmackvoll eingerichtete Banketträumlichkeiten und ein gemütliches Gartenrestaurant. Sie bringen vorzugsweise wertvolle Berufsjahre als Küchenchef in der gehobenen Gastronomie/Hotellerie mit, haben hohe soziale Kompetenz und möchten hier, zusammen mit der Acht-Mann-Brigade, neue Ziele erreichen. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Dominique Wild 031 310 10 10
Marktstrasse 32 | 3000 Bern 7 | bern.hotelevent@adecco.ch

Italienischer Küchenchef M/W

Ristorante Firenze in Sarnen
Sie sind ein begeisterungsfähiger, kommunikativer Koch aus Leidenschaft, dem der mediterrane, italienische Kochstil im Blut liegt. In dieser modernen Küche zaubern Sie, zusammen mit dem kleinen motivierten Team, die leckersten Spaghetti und schmackhaftesten Fleischgerichte auf die Teller Ihrer Gäste. Arbeiten Sie selbstständig, bringen Sie Führungserfahrung mit und können Sie unternehmerisch denken sowie handeln? Arbeitsbeginn ist Mitte August oder Anfang September. Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

Rosmarie Scherrer 041 419 77 66
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | luzern.hotelevent@adecco.ch

Chef de partie | Commis de cuisine M/W

Für einen renommierten, stark frequentierten Stadtbetrieb im Herzen von Bern suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen verantwortungsbewussten, unkomplizierten Chef de partie und einen motivierten Commis de cuisine. Arbeiten Sie gern in einem jungen, ambitionierten Team, das ausschliesslich mit marktfrischen Produkten sowie mit viel Engagement und Freude kocht? Senden Sie mir Ihre Bewerbungsunterlagen, damit ich Sie zu einem ausführlichen Gespräch einladen kann.

Patrick Kübli 031 310 10 10
Marktstrasse 32 | 3000 Bern 7 | bern.hotelevent@adecco.ch

Grabenstrasse 40 | 7000 Chur | 081 258 30 75

Bd. Jaques-Dalcroze 7 | 1204 Genève | 022 718 44 77
Petit Chêne 38 | 1001 Lausanne | 021 343 40 00
Rue des Terreaux 7 | 2001 Neuchâtel | 032 722 68 88
Viale S. Francini 30 | 6901 Lugano | 091 910 20 30

www.adecco.ch

Making people
successful in a changing world

Traumjob nicht dabel?

Wir haben immer tolle Stellenangebote für

Réceptionisten | Hotelfachassistenten | Betriebsassistenten | Sous chefs | Chefs de service

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

AG
ACTIVE GASTRO ENG
**Summer in the City
und die passende Stelle dazu**

Jungkoch / Chef de partie / Pâtissier
Sous-Chef / Küchenchef
Service / Chef de Service
Betriebsassistent / Geschäftsführer
F&B-Assistent / Administration / Réception

Active Gastro Eng GmbH
Postfach, 8048 Zürich
www.activegastro.ch

Wir sind das gehobene Business-Hotel mit Congress Center und 110 neuen Zimmern und Suiten, Schwimmbad, Fitness- und Sauna-Bereich. Die Hotel-Bar ist ein beliebter Treffpunkt an zentraler Lage der Stadt Zug. Unser Restaurant A POINT überzeugt mit einer abwechslungsreichen Vielfalt an mediterranen Küche.

Wir wollen unsere regionalen und internationalen Gäste mit hochstehenden Dienstleistungen und Produkten verwöhnen. Dabei setzen wir in unserem Haus mit Beständigkeit auf Qualität und Ideenreichtum.

Wir suchen

Chef/in de Service

mehrfährige Berufserfahrung in dieser Position und beste Sprachkenntnisse d/e

1. Receptionist/in

abgeschlossene Ausbildung, mehrjährige Berufserfahrung

Als engagierte und verantwortungsvolle Persönlichkeit, die sich mit unseren hohen Ansprüchen identifiziert, treten Sie die Stelle per sofort oder nach Vereinbarung an. Von Vorteil sind Ihr freundliches Auftreten und Ihr teamorientiertes Arbeiten.

Wir bieten interessante Anstellungsbedingungen in einem jungen, motivierten Team. Sie profitieren von der modernen Infrastruktur und einer abwechslungsreichen Tätigkeit.

Ihre Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an das **Parkhotel Zug**, Hr. Stefan Gareis, Industriestrasse 14, 6304 Zug; Telefon 041 727 48 48

PARKHOTEL ZUG
☆☆☆



162457

Night Auditor (m/w)

in Vollzeit ab 1. 8. 2004 für renommiertes Hotel in Basel gesucht. Voraussetzungen: Englisch-, Französisch- und Fido-Kenntnisse, einwandfreier Leumund.

Kontakt unter: Firma wilkon, 0049-911/882040 oder Online-Bewerbung unter www.wilkon.de

162433

fribourg
tourisme

Passioniert Sie der Tourismus?

Dann sind Sie vielleicht der (die) Mitarbeiter(in) den/die wir suchen als

Verantwortliche(r) für die Abteilung «Empfang und Auskunft»

Aktivitäten (100 %):

- Betreuung von Angebot und Nachfrage im touristischen Bereich
- Organisation von touristischen Dienstleistungen (Stadtbesichtigungen, Klein-Zug, Kathedrale)
- Diverse administrative Aufgaben
- Betreuung der Web-Seite im Internet

Erforderliche Eigenschaften:

- Zweisprachig Deutsch-Französisch (Muttersprache Deutsch), mit guten Englisch-Kenntnissen
- Bestätigte Erfahrung im Tourismus
- Kontaktfreudigkeit, Kreativität

Eintritt per 1. Oktober 2004 oder nach Vereinbarung

Schicken Sie bitte Ihre Bewerbung mit Foto an:
Fribourg Tourisme
Direktion
Bahnhofstrasse 1
1701 Freiburg

162463

**** Hotel (Einsaison) in bekanntem Ferienort in **Graubünden** sucht Kooperation oder andere Zusammenarbeit zwecks Optimierung

Marketing/Sales

mit:

- einem oder mehreren ähnlichen Hotels
- geeigneter Marketing-Agentur
- Teilzeitarbeitnehmer(in)
- Ganzjahresstelle als Réceptionnär(in) im Winter - Sales/Marketing im Sommer

Bedingungen für eine Zusammenarbeit sind Erfahrung sowie entsprechende Ausbildung.

Adresse unter Chiffre 162450 an *hotel + tourisme revue*, Postfach, 3001 Bern.

162450

Wir sind ein gut positioniertes Hotel-Restaurant (Sommer- und Winterbetrieb) in bekannter Tourismusregion im Oberwallis.

Für die Führung unseres neueren Betriebes suchen wir

Gerantenpaar oder Gerantin

Gute Kenntnisse der Gastronomie, Erfahrung im Service, Organisationstalent, EDV-Kenntnisse und Bereitschaft zu guter Kooperation mit dem Eigentümer sind Voraussetzung, ebenso angenehmes Auftreten und gepflegter Umgang mit unseren Gästen.

Eintritt nach Vereinbarung.

Offerten mit den üblichen Unterlagen sind zu richten unter Chiffre O 036-230034 an Publicitas S. A., Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

162405



Herausforderung mit Ferienambiente gesucht? Dann sind Sie die richtige Verstärkung in unserem jungen Team als

Tourismus-Fachkraft

Ihre Hauptaufgaben

- Gästebetreuung am Schalter und Telefon
- Führung der Buchhaltung sowie des Statistikwesens
- Unterhalt/Verwaltung der EDV (inkl. Deskline) sowie des Internets
- Verwaltung des betriebseigenen Wohnmobil-Platzes
- Promotionen in der Schweiz und im Ausland

Ihre Talente & Qualifikationen

- Sie sind kontaktfreudig, team- und begeisterungsfähig
- Sie lieben selbständiges Arbeiten
- Sie weisen eine touristische Aus- bzw. Weiterbildung vor
- Sie sind computergewandt und lieben den Umgang mit Zahlen

Auf Sie wartet ein dynamischer Betrieb in einer traumhaften Bergkulisse!

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen! Bewerbungsunterlagen bitte senden an:

SAMNAUN TOURISMUS, Monika Manhart, Direktion, CH-7563 Samnaun-Dorf

Tel +41 81 868 58 58, Fax +41 81 868 56 52

www.samnaun.ch

162459

WALDHOTEL DOLDENHORN
3718 KANDERSTEG
BERNER OBERLAND
SCHWEIZ
Tel. 0041 33 675 81 81
Fax 0041 33 675 81 85

Wir, ein 30-köpfiges motiviertes Team eines ****Hotels mit exklusivem Restaurant (15 Pkt. G+M), haben Freude am Beruf und Spass an der Arbeit. Möchten Sie kreativ mitgestalten und Ideen in die Tat umsetzen.

Ab sofort suchen wir eine

MASSEURIN/BARFRAU

Ein Kombijob für unseren Wellnessbereich und an unsere gepflegte Hotelbar (an der Bar lernen wir Sie gerne an).

Mit Spannung erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto an:

Anne und René Maeder
WALDHOTEL DOLDENHORN
3718 KANDERSTEG
Tel. 033 675 81 81 Fax 033 675 81 85

162466



Hotel Drei König
9450 Altstätten

Junggebliebener, traditioneller Betrieb im Herzen der Stadt Altstätten sucht einen interessierten und aufgestellten **Jungkoch w/m**

Per 1. August 2004

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung
Margrith + Richi Lütolf
Marktgasse 2
9450 Altstätten
071 755 14 03

162459

Lions Pub

an der Ötenbachgasse im Zentrum von Zürich
sucht nach Vereinbarung ein

Pubmaster (m/w)

Sie haben kürzlich die Hotelfachschule abgeschlossen und jetzt suchen Sie die Herausforderung, welche eine erstmalige Kaderanstellung mit sich bringt.

Als Pubmaster tragen Sie die Verantwortung für einen reibungslosen Ablauf in unserem Lions Pub, das mit dem original englischen Ambiente!

Front- und Gästeeorientiert sind für Sie selbstverständlich und Sie verkaufen mit Leidenschaft!

Sie wissen die Mitarbeiter richtig einzusetzen und arbeiten gerne mit einem jungen und aufgestellten Team zusammen.

Ihre exakte Arbeitsweise kommt bei den Tagesabrechnungen und im Controlling zum Zuge.

Wir bieten Ihnen einen attraktiven Arbeitsplatz mit viel Musik, Sport (auf Grossleinwand) und Fun.



Weiter haben wir in unserer bekannten Brasserie im Herzen von Zürich die folgenden Stellen an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Freude an zeitgemässer Gastronomie zu vergeben:

Service-Mitarbeiter/in sowie Köche/-innen

Der französische Service liegt Ihnen und der französischen Sprache sind Sie nicht abgeneigt.

Die schmackhafte, solide, französische Küche auf der Basis von Frischprodukten wird bei uns gepflegt, zubereitet und serviert.

Eintritt für alle diese Stellen wäre Anfang August oder nach Vereinbarung.

Rufen Sie uns an unter Tel. 043 888 66 66 und verlangen Frau Michelle Eschle

oder schicken einfach Ihre Bewerbungsunterlagen an:
E-Mail: m.eschle@brasserie-lipp.ch

Postalisch: Candrian Catering AG, Restauration in der Sternwarte
Uranastrasse 9, 8001 Zürich

www.brasserie-lipp.ch

162415



Hotel Bernerhof Gstaad
VIER STERNE, TAUSEND IDEEN.

Wenn Sie ein Genussmensch sind, liegen Sie bei uns als **Kochkünstler** richtig! Um unsere Brigade zu vervollständigen, suchen wir nach Vereinbarung:

Commis de cuisine

Sie lieben das gute Essen genau so wie Ihren Beruf als Koch, dann liegen Sie bei uns richtig.

Wir sind ein persönlich geführtes, ganzjährig geöffnetes 4 Stern Hotel im Herzen von Gstaad, haben 90 Betten und 230 Sitzplätze in unseren 3 Restaurants.

HOTEL BERNERHOF, CH-3780 Gstaad

Familie Claudia und Thomas Frei

Telefon: +4133 748'88'44, FAX: +4133 748'88'40

info@bernerhof-gstaad.ch; www.bernerhof-gstaad.ch

www.stellen-gstaad.ch

162414



Ausgezeichnet mit dem «goldenen Fisch»

Ready for a challenge?!

als **Anfangs-SOUS-CHEF** (w/m)

Wir planen - Sie auch?

Wir suchen per 1. Oktober 2004, für unser renommiertes Fischrestaurant mit 60 Plätzen (mit «Götli Mieux-Gerichten») einen versierten Chef de partie der bereit ist für den nächsten Schritt in seiner Karriere.

Wir haben eine 7-köpfige Küchenbrigade. Haben Sie Lust den Chef an seinen Freitagen zu vertreten, Bestellungen zu machen, in der Lehrlingsausbildung mitzuhelfen, Ihre Ideen für die Speisekarte einzubringen, sich weiterzubilden und unsere Gäste zu verwöhnen? Ja, dann sollten Sie sich bei uns melden!

Gerne erzählen wir Ihnen mehr über die Stelle und die fortschrittlichen Anstellungsbedingungen die mann/frau im Jahr 2004 erwarten kann.

Auf Wunsch können wir Ihnen ein Zimmer im nahen Personalhaus anbieten.

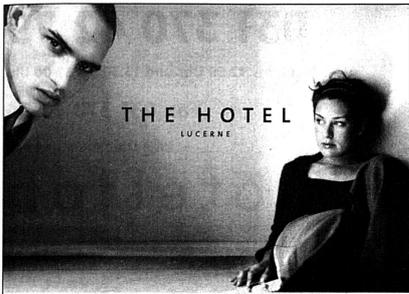
Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen oder direkte Kontaktaufnahme:



Hotels Ambassador und Opéra
Martin Spycher, Stv. Direktor
Falkenstrasse 6

8008 Zürich
Tel. 01 258 98 98, Fax 01 258 98 00
www.ambassadorhotel.ch

162410



**Willkommen
im Mittelpunkt des Geschehens**

Welcome to THE HOTEL. Das vom französischen Stararchitekten Jean Nouvel erbaute Deluxe Boutique Hotel setzt neue Massstäbe in der Hotellerie: 25 atemberaubende Zimmer und Suiten, Restaurant BAM BOU (14 Punkte Gault Millau) mit euroasiatischer Küche und THE LOUNGE – super hip Bar.

Wir suchen für dieses aussergewöhnliche Hotelenerlebnis eine aussergewöhnliche Persönlichkeit als

**Restaurant Manager/
Betriebsassistent (m/w)**

Als Nachwuchskader sind Sie sehr einsetzfreudig, offen und teamfähig. Mit Ihren 22-30 Jahren und einer gastgewerblichen Ausbildung freuen Sie sich schon jetzt auf diese neue Herausforderung.

Als Restaurant Manager sind Sie mit Herz und Seele eine Gastgeberpersönlichkeit, kennen unsere einzigartige Auswahl von erlesenen Weinen und unsere exklusive Küche.

In Abwesenheit der Direktion sind Sie als Betriebsassistent verantwortlich für die Organisation und Überwachung der Betriebsabläufe sowie für die Einhaltung und Entwicklung der Geschäftspolitik.

Gerne erwarte ich Ihre Unterlagen mit aktuellem Foto.

Urs Langenegger
ulangenegger@the-hotel.ch

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

162443



Romantik Hotel Restaurant

Möchten Sie in einem traditionsreichen Haus, mit Freude und Teamgeist die Wünsche unserer internationalen Kundenschaft erfüllen? Das Romantik Hotel Engel in Dornach sucht per sofort oder nach Vereinbarung eine/einen erfahrene/n

Servicemitarbeiter/in

für unseren gepflegten Restaurantbetrieb. Es ist für Sie selbstverständlich, dass sich unsere Gäste bei uns wie zu Hause fühlen und Sie tragen aktiv dazu bei, die Wünsche der Gäste zu erfüllen. Sie verfügen über eine fachbezogene Ausbildung, sprechen Deutsch und Englisch, evtl. Französisch.

Koch

Unser Küchenchef und seine junge Brigade verstehen es, unsere anspruchsvollen Gäste mit marktgerechter, abwechslungsreicher und kreativer Küche zu verwöhnen. Sie haben eine abgeschlossene Berufsausbildung und mind. drei Jahre Berufserfahrung. Sie sind teamfähig und interessiert, Ihre Ideen und Fähigkeiten umzusetzen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Markus und Marianne Meier
Romantik Hotel Engel
Hauptstrasse 22
4143 Dornach
Telefon 061 701 96 60
office@hotel-engel.ch
www.hotel-engel.ch

162412

BEREST AG
Unternehmensführung, Beratung und
Treuhand für Hotels und Gastronomie

Wir expandieren weiter!
Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz. Für Kaderpositionen in unseren neuen Betrieben suchen wir Sie:

Junge Gastro-Profis m/w
Sie helfen tatkräftig mit, unsere verschiedenen Gastronomie- und Hotelbetriebe noch erfolgreicher zu führen.

Aufgestellt, frisch, dynamisch, verantwortungsbewusst und engagiert sind Sie und zählen Engagement und Durchsetzungsvermögen ebenso zu Ihren Stärken wie Aufspüren von neuen Trends und Veranstalten von tollen Anlässen.

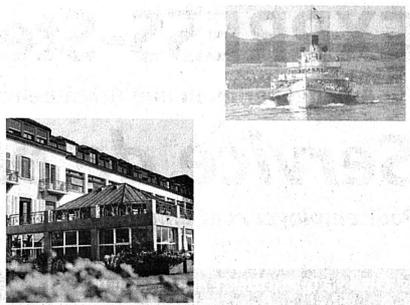
Wir erwarten für verschiedene Positionen junge Branchenfachleute mit Führungserfahrung. Der Bereitschaft für Arbeitseinsätze auch ausserhalb von Bürozeiten stehen interessante Verdienstmöglichkeiten und ein tolles Team gegenüber.

Wer wagt gewinnt! Rufen Sie mich an oder senden Sie mir direkt Ihre Unterlagen:

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

162391

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



Als Schwerpunktspital mit 170 Betten und einem Personalbestand von rund 550 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind wir für die Akutversorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet des rechten Zürichsees verantwortlich.

Wir suchen per 1. September 2004 oder nach Vereinbarung eine/einen

**Assistentin/Assistenten
der Hauswirtschaftlichen
Betriebsleitung**

- Was Sie mitbringen...**
- eine abgeschlossene Berufsausbildung an einer Fachhochschule für Facility Management oder Hotelfachschule, Berufserfahrung im Spitalwesen erwünscht
 - Führungserfahrung
 - Organisationsstalent
 - Kostenbewusstsein und wirtschaftliches Denken
 - Belastbarkeit und Flexibilität
 - Fähigkeit organisatorische und administrative Arbeiten selbstständig und effizient zu erledigen
 - Italienischkenntnisse

- Was wir Ihnen bieten...**
- eine selbständige, verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit
 - die Möglichkeit neue Projekte anzugehen
 - zeitgemässe Anstellungsbedingungen in einem lebhaften Umfeld
 - Möglichkeit zur Weiterbildung
 - einen zentral gelegenen Arbeitsplatz Nähe Bahnhof sowie kostengünstige Verpflegung im Personalrestaurant

Wenn Sie mehr über diese interessante Stelle erfahren möchten, gibt Ihnen Frau Vera Reinhardt, Leitende HBL HHF, gerne weitere Auskünfte, Direktwahl 01 922 22 41.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den vollständigen Unterlagen und Foto richten Sie bitte an: Kreisspital Männedorf, Frau J. Slade, Leiterin Personaldienst, Postfach 8708 Männedorf.

www.spitalmaennedorf.ch

162404



Kreisspital Männedorf
Schwerpunktspital des rechten Zürichsees

**SCHWEIZERHOF
LENZERHEIDE**



Teamwork ist die Basis unseres
**** Hotels mit 220 Betten in
110 Zimmern und Appartements,
einer Seminarinfrastruktur bis
max. 100 Personen, 4 Restaurants,
Café- und Piano-Bar sowie einem
Sportzentrum mit gedeckten Tennis-,
Squash- und Badmintonplätzen,
Fitness, Erlebnisbad und vielen weiteren
Angeboten, welche auch von unseren
MitarbeiterInnen kostenlos mitbenutzt
werden können!

**HERZLICH
WILLKOMMEN!**

Für die kommende Wintersaison 2004/05 suchen wir zur Ergänzung unseres Teams noch folgende jungen, motivierten, teamorientierten und verantwortungsvollen MitarbeiterInnen:

FÜR UNSERE KÜCHE

- Chef Entremetier (mit Erfahrung)
- Chef Gardemanger (mit Erfahrung)
- Commis de cuisine
- Frühstücks- bzw. Nachmittagskoch (gelernter Koch)

FÜR UNSERE RESTAURANTS

- ServicemitarbeiterIn (mit Erfahrung)
- Bar- und ServicemitarbeiterIn für unser Nachtklokal "Gabar"

FÜR UNSERE EMPFANG

- ReceptionistIn mit fundierter Ausbildung und 1-2 Jahren Berufserfahrung (Jahresstelle)

FÜR UNSERE HAUSWIRTSCHAFT

- Stellvertretung Hauswirtschaftsleiterin (ab sofort!)
- Portier (für Gepäckdienste und öffentliche Reinigung)
- EtagenmitarbeiterIn (Reinigung)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung (mit Foto)!

Hotel Schweizerhof, Claudia Züllig-Landolt
CH-7078 Lenzerheide 081/385 25 25
Internet: www.schweizerhof-lenzerheide.ch
E-Mail: info@schweizerhof-lenzerheide.ch

162448



PARK HOTEL ***
OBERHOFEN
AM THURNESEE
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 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.ch

161441

**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.

Unser Küchenchef Markus Fuchs sucht eine/n motivierte/n und teamfähige/n

Chef de partie

für sein «Krone»-Küchen-Team.
Schweizer/in oder C-Bewilligung.

Fühlen Sie sich angesprochen und haben Lust und Eifer, mit unseren Mitarbeitern und Lehrlingen Kulinarisches zu zaubern?

Sonntag geschlossen.

Hotel Krone Winterthur
L.+E. Grimmelikhuisen-Haller
M. Fuchs, Küchenchef
Marktstrasse 49
8401 Winterthur

☎ Tel. 052 208 18 18
Fax 052 208 18 20
E-Mail: info@kronewinterthur.ch

162417



KONGRESSHAUS ZÜRICH

Das Kongresshaus Zürich ist ein vielseitiges und lebhaftes Gastronomieunternehmen an bester Lage von Zürich. 11 Säle unterschiedlicher Grösse bieten Platz für Kongresse, Tagungen, Bankette, Festanlässe, Ausstellungen und Konzerte. 2 Restaurants, die Brasserie Metropoli und das Intermezzorestaurant mit gehobener Küche, der Nightlife-Club Adagio und die Disco le bal runden das Angebot ab.

Wir suchen per Anfang August 2004 oder nach Vereinbarung einen

Executive Sous-Chef

für unsere modern betriebene, sehr vielseitige Küche.

Sie verfügen über Erfahrung mit grossen Banketten, wie auch in der gehobenen Küche, sind ein Teamplayer und haben ein gutes Gespür für Ihre Mitarbeiter. Zudem sind Sie sehr kostenbewusst, scheuen sich nicht vor administrativen Arbeiten und stehen selber gerne ab und zu am Herd?

Dann freuen wir uns über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Betriebsgesellschaft
Kongresshaus Zürich AG
Frau Regina Tanner, Personalleiterin
Gothardstr. 5, Postfach 2523
8022 Zürich
Telefon 01 206 36 36

162432

**HOTEL
WEISSKREUZ**

Mitten in Malans in der Bündner Herrschaft steht das Weisskreuz, ein Hotel und Restaurant der gehobenen Klasse.

Für unser Restaurant suchen wir per sofort **junge/n, selbständig arbeitende/n**

Chef de rang

Wenn Wein und Kulinarik Sie interessiert und Sie sich entsprechend weiterbilden möchten, erhalten Sie gerne ausführliche Informationen bei Horst Sulzmann, Hotel Weisskreuz, 7208 Malans, Tel. 081 322 81 61 oder info@weisskreuz.com

162337

Für dieses wunderschöne Erstklasshotel mit diversen Restaurants wollen wir in die Top-Liga vorstossen. Alleine schaffen wir das nicht. Wir brauchen Sie, die fachlich ausgewiesenen Mitarbeiter/innen per sofort oder nach Vereinbarung:

**Service:
Chef de Service (m/w)**

nicht über 40 Jahre jung und jung gebliebene Mitarbeiter für den Service (m/w).

**Réception:
RéceptionistIn**

**Küche:
3 Chef de Partie
6 Commis de Cuisine**

Ihrer schriftlichen Bewerbung mit CV, Zeugniskopien und Foto sehen wir mit Freude entgegen!

Zuschriften unter Chiffre 162452 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

162452

EXPRESS-Stellenvermittlung

031 370 42 79

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Eine Dienstleistung von

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
8719	Commis de cuisine	20	CH	sofort	D/E/F	FR	
8721	Koch	36	DE	C	sofort	D	ZH/SH
8723	Hilfskoch/w	18	CH	Sept.	D	Deutsch-CH	
8725	Sous-chef/Chef de partie	33	GR	L	Sept.	D/E	GR
8728	Küchenchef	33	AT	C	Sept.	D/E/F	Zürich
8730	Commis de cuisine	20	CH	Sept.	D/E/F	BE+Seeland	
8732	Koch/w	17	CH	Sept.	D	Deutsch-CH	
8735	Küch./Alleinkoch	38	IT	L	sofort	D/F/I	
8741	Sous-chef/Küch.	41	IT	B	sofort	F/I	VS/TI
8746	Sous-chef	51	AT	C	sofort	D/E	Zürich
8747	Sous-chef/Küch.	33	AT	B	sofort	D	SG/TG/ZH
8750	Alleinkoch/Koch	26	CH	sofort	D	SG/BE	
8765	Koch	57	DE	C	sofort	D	Zürichsee
8766	Commis de cuisine	19	CH	Aug.	D	ZH	
8768	Küchenchef	38	FR	C	sofort	D/E/F	SG
8769	Koch	51	CH	n. Ver.	D/E/F	NE/VD/FR/VS	
8770	Koch	39	CH	sofort	D/E	BE	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
8716	Kellner	27	TN	B	sofort	D/E/F/I	AG/SO/LU
8718	Service/w	49	HU	C	sofort	D/E	ZH/SG
8726	Kellner	24	CH	Sept.	D/E/F	West-CH/Genfersee	
8733	Service Sommerjob	21	CH	sofort/Aug/D/F	D/E	für 3 Mte./SG+Umgeb.	
8740	Chef de service	50	DE	B-EG	sofort	D/E	VS/LU/SO/BE-Oberl.
8742	Barman	28	CH	sofort	D/E	TG/SG/ZH	
8751	Service/w	21	CH	Sept.	D/E/I	AG/LU	
8752	Kellner	28	CH	sofort	D/E	LU/ZH/ZG/GR/RU/TG/BE+Oberl.	
8753	Kellner	43	CH	sofort	D/E/F/I	TI	
8754	Chef de service	38	CH	sofort	D/E/F	SG/ZH/SZ	
8760	Service/Buffer	44	PT	B	sofort	D	SG/AI/AR/TG
8761	Chef de service	34	CH	Aug.	D/E/F	Zentral-CH/BE	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
8715	Backoffice	48	CH	sofort	D/E/F/I	GR/ZH	
8717	Betriebsleiter/w	39	CH	sofort	D/E/F	SZ/ZG/ZH	
8727	Réceptionist	46	CH	Sept.	D/E/F	BE-Oberl.	
8731	Geschäftsführer	37	CH	sofort	D	SG	
8737	Anf. Réceptionist	28	BI	B	Sept.	D/F	FR/VD/BE
8748	Chef de réception	26	CH	n. Ver.	D/E/F	3*4-Hotel/BE-Oberl./VS/GR	
8749	Betriebsleiterin	38	CH	n. Ver.	D/E/F	Café/Tea room/ZH+Umgeb.	
8756	Anf. Réceptionist	23	CH	sofort/n. Ver.	D/E/F	GR/SG	
8759	Réceptionist	26	ES	C	sofort	D/E/F	Deutsch-CH
8778	Réceptionist	33	CH	sofort	D/E/F	70%/BE+Oberl.	
8779	Prakt. Réception	20	CH	Aug./n. Ver.	D/E/F	West-CH.	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
8720	2. Gouvernante	51	CH	sofort	D/E	70%-80%/3*4-Hotel/SO/BE/AG/ZH	
8722	Gouvernante	35	CH	Aug.	D	ZH+Umgeb.	
8724	Gouvernante	19	CL	C	Sept.	D/E/I	Zürich
8729	Hofa/Gouvernante	24	CH	Sept.	D/E	Ost-CH	
8734	2. Gouvernante	23	CH	sofort/Sept.	D/E/F	4*-5*-Hotel/Deutsch-CH	
8736	Nachportier	55	CH	sofort	D/E/F/I	BE-Seeland	
8738	Officehilfe	36	PT	C	Aug.	D/I	Zürich
8739	Zimmerfrau	35	IT	B	n. Ver.	D/E/F/I	
8743	Hauswirtschaftsmitarbeiter	19	CH	Aug.	D	Biel	

1	2	3	4	5	6	7	8
8744	Küchenhilfe	19	CH	Aug.	D	SO	
8745	Hauswirtschaftspraktikantin	28	IN	B	sofort	E	
8755	Barpianist	23	CH	sofort	D/E	Zentral-CH	
8757	Hofa/Gouvernante	25	CH	sofort	D	BL/BS/AG	
8758	Hofa/Anf. Gouvernante	20	CH	Aug.	D/F	Deutsch-CH	
8762	Küchenhilfe/Officehilfe	24	GN	C	sofort	D/E/F	BE
8764	Officehilfe	28	CH	sofort	D	LU/ZH/BE+Oberl.	
8773	Zimmerfrau	26	CH	sofort	D/E/F	BE+Oberl.	
8774	Hofa	19	CH	Aug.	D	SG/AI/AR/TG/ZH	
8775	Zimmerfrau	44	AT	B-EG	n. Ver.	D	Deutsch-CH
8776	Hofa	18	CH	Sept.	D	LU/SZ/ZG	

REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS

Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)

Alter - Age

Nationalität - Nationalité

Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers

Eintrittsdatum - Date d'entrée

Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch)

Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____ Eintrittsdatum / Date d'entrée: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____ Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____ Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____ Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____ PLZ / Ort: / NPA / Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____ Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

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



Stellenangebote

für Lehrabgänger/-innen

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!

162108

Schweizer Hoteller-Verein
hoteljob, Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Tele. 031 370 43 33, www.hoteljob.ch
E-Mail hoteljob.be@swiss-hotels.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@swiss-hotels.ch

**STELLENVERMITTLUNGS- &
UNTERNEHMENSBERATUNGS-
BÜRO METRO**

Postfach 1479 CH 8065 Zürich
Domizil: Talackerstrasse 11,
CH 8152 Glatbrugg
Tel: +41(0)1 201 4110 Fax: +41(0)1 2021646
W-Mail: metroch@atglobal.net

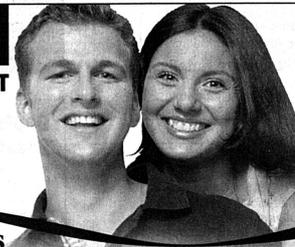
BÜRO METRO

Seit über 50 Jahren helfen wir jungen
Berufsleuten im Ausland ihre ersten
Erfahrungen zu machen.

England, Irland & Kanalinseln
Commis de Cuisine, Chef de Parties
Commis de Rang, Chef de Rang
Pâtisseries, Housekeepers,
Receptionisten
Kreuzfahrtschiffe:
Barpersonal, Chef de Partie,
Hostessen

156628

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 Mausclick 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

**www.gastrosuisse-
jobservice.ch**

**– mit aktuellen Stellen
für junge Berufsleute
wie Sie!**

162088
GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 53 35
Fax 01 371 55 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch



*
*
* **lenkerhof** *
* alpine resort *

Auf der Suche nach einer Herausforderung nach der Ausbildung?

Sie wollen:

- arbeiten in einem jungen Team? – sind wir.
- sich weiterbilden durch interne Schulungen?
- bieten wir.
- sich weiterentwickeln durch selbständiges Arbeiten

unterstützen wir.

Sie sind:

- einzigartig? genussvoll?
- energiegeladener? begeisterungsfähig?
- gäste- und teamorientiert?

Sie haben:

- ausgezeichnete Fachkenntnisse?
- sehr gute Sprachkenntnisse D / F / E?
- ein elegantes Auftreten?

Fühlen Sie sich angesprochen? Na also!

Wir freuen uns auf eine tatkräftige Unterstützung als

Commis de rang

Commis de cuisine

Wir warten gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Von unserem jüngsten 5-Stern-Hotel im Berner Oberland wird man noch mehr reden – tragen Sie dazu bei!

Lenkerhof alpine resort, Postfach 241, CH 3775 Lenk im Simmental, webcom@lenkerhof.ch

Dorothea Hofbauer
Human Resource Managerin

162406

Ein sympathisches Ostschweizer Hotel mit einem kreativen Küchenchef sucht zwei erfahrene Chefs de Partie (w/m), die höchsten Ansprüchen gewachsen sind und gerne etwas verrückt kochen. Kenntnisse von fremdländischen Küchen wie z.B. japanisch sind erwünscht.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Michael Mettal | Küchenchef | Hotel Walhalla
Bahnhofplatz 1 | 9001 St. Gallen
kueche@hotelwalhalla.ch

www.hotelwalhalla.ch

Welcome to a place where life abounds



162445



Wir sind ein grosser Gastronomie- und Unterhaltungsbetrieb (Restaurant, Bar, Lounge, Theater- und Tanzsaal) im Zentrum von Zürich mit insgesamt 200 Mitarbeitern.

Für unsere Küchenbrigade suchen wir

ab August
einen
Chef Tournant (100%)

mit fundierter Berufsausbildung, Flexibilität und Kreativität. Möchten Sie sich in unserem innovativen und kollegialen Team entfalten, dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung (CV, Zeugnisse und Foto) an:

KAUFLEUTEN RESTAURANTS
Jacqueline Baumann
Pelikanstrasse 18, CH-8001 Zürich
jb@kaufleuten.com

162482

Hôtel à Genève cherche pour entrée immédiate ou à convenir un

CHEF DE CUISINE

La préférence sera donnée à un candidat ayant entre 30 et 40 ans, avec plusieurs années d'expérience comme responsable d'unité.

Capable de diriger une brigade de 20 personnes, avec de bonnes connaissances et maîtrisant les techniques modernes de production.

Bon calculateur, bon organisateur et bon créateur pour pouvoir utiliser au maximum les possibilités qu'offre la diversité de l'exploitation.

Ce futur candidat sera de nationalité suisse ou détenteur d'un permis valable, en possession d'un CFC ou d'un diplôme d'une école hôtelière.

Les personnes intéressées peuvent contacter le Chef du Personnel au numéro suivant:

079.433.38.11

162378

DOMINO GASTRO

Not Personal-Prof.

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

In Jahres- + Saisonstellen

Küche/Service/Réception

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel	061 261 56 50
Lucern, Zug, SZ	055 415 52 84
Bern, Solothurn	033 923 32 33
St. Gallen, Bodensee	055 415 52 84
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden	055 415 52 84
Graubünden, Davos	055 415 52 83
Engadin, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken, BE-Oberl.	033 923 32 33
Wallis, Zermatt	055 415 52 85
Romandie, Lausanne	055 415 52 85

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

148061

Gasthof Hirschen

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir

Koch/Jungkoch w/m

Sie suchen die Herausforderung! Besitzen Sie den Fähigkeitsausweis und haben Freude am Beruf?

Wir bieten Ihnen im Gegenzug:

- ein interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld
- eine vielseitige und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem motivierten Team
- moderne Anstellungsbedingungen

Eintritt nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Bitte senden an:

Gasthof Hirschen AG
Küchenchef, Herr Peter Rüttschi
Watterstrasse 9, 8105 Regensdorf
Tel. 01 843 22 22, www.hirschen-regensdorf.ch

Gesucht

Jungkoch/Köchin

ideenreich, mitdenkend, initiativ, für Neueröffnung auf September 2004, Restaurant/Hotel im Ski-/Wandergelände im Obertoggenburg. Idealtaler 20 bis 35.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 162447 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

162447

INTERNATIONAL

WIPS

Are you looking for a challenge abroad?

ASST. RESTAURANT MGR.
beautiful resort hotel in ITALY

ITALIAN RESTAURANT MGR. WINE WAITER
ITALIAN and new SEAFOOD restaurants in 5-star hotel in ABU DHABI

RESTAURANT MGR. EXEC. CHEF
hotel with GERMAN restaurant in DUBAI

ASIAN CHEF
speciality restaurant in ISTANBUL

Contact us now to know more about!

www.wips.ch
Waldhofstr. 43, CH-4310 Rheinfelden
Tel. 061 422 0655 info@wips.ch

162455



Der X-TRA-Club im Trendquartier Zürich-West

sucht Dich als Bar-Teilzeit-Mitarbeiterin/Bar-Aushilfe

zur Unterstützung unseres Bartender-Teams ab Herbst 2004. Hast Du Bar- und/oder Service-Erfahrung und kennst Dich aus mit Drinks & Cocktails? Bist Du flexibel im Umgang mit unserem vielseitigen Gästepublikum und den unregelmässigen Arbeitszeiten sowie Nacharbeit? Willst Du Abwechslung (Parties/Events/Caterings) und Neues kennen lernen?

Dann zögere nicht, und melde Dich mit Deiner Bewerbung unter: team@x-tra.ch

Und für unser lebhaftes X-TRA-Restaurant mit Bar-Lounge suchen wir gleichzeitig nach Vereinbarung einen

Chef de partie, 100% (m/w),

der/die mit seiner/ihrer Persönlichkeit unser junges und motiviertes Küchen-Team im Tagesgeschäft sowie an abwechslungsreichen Catering-Anlässen im Club ergänzt.

Selbständiges Arbeiten, eine abgeschlossene Kochausbildung und Erfahrung sind erwünscht.

Interessiert? Bei Fragen: 01 448 15 80. Bitte schriftliche Bewerbung an: X-TRA Production AG, Personalabteilung, Limmatstrasse 118, 8005 Zürich.

LE GRAND HOTEL DES BAINS

Est un hôtel**** supérieur de 125 chambres, 14 salles de séminaires et banquets pouvant accueillir jusqu'à 150 personnes, avec un restaurant gastronomique, une brasserie, un bar, un café-restaurant au bord de la piscine. Notre établissement est directement relié au Centre Thermal d'Yverdon-les-Bains et à ses espaces Wellness.

Afin de répondre pleinement aux exigences de notre clientèle nous recherchons:

Un 2^e maître d'hôtel et deux serveurs

Avec quelques années d'expérience et s'exprimant en Français/Allemand.

Ces postes fixes sont à repourvoir à partir du 1^{er} juillet 2004 ou pour date à convenir. Les personnes intéressées sont priées de faire parvenir leur dossier complet à:

Fatt. de M. Pierre FRACHON chez Max Studer Intérim S.A., Rue des Remparts 9, 1400 Yverdon-les-Bains, qui le traitera en toute confidentialité.

162440 MAX Studer INTERIM
Rue des Remparts 9 - 1400 Yverdon-les-Bains - 024 424 20 20

STELLENVERMITTLUNG/-GESUCHE

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**. Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
1345303/401646

Küchenchef

mit langjähriger Erfahrung in der gehobenen Gastronomie, sucht Aushilfsstelle für die Monate Juli und August. Angebote unter Chiffre 162437 an hotel + tourismus revue, PF, 3001 Bern.

162437

hotelfachschule thun

soul, passion & system



Die Hotelfachschule Thun ist eine eidgenössisch anerkannte Vollzeit- und Fernstudienhochschule (Schweizer Hotelier-Verein), an der sich Junge Erwachsene während 2½ Jahren zum «dipl. Restaurateur/Hotelier HF» ausbilden lassen. Teamorientiertheit ist in unserem Kollegium wichtig.

Wir suchen ab Beginn des Wintersemesters 2004/05 (25. 10. 04) eine(n)

Fachlehrerin oder Fachlehrer für den Bereich «Küche» (Koch-/Warenkunde, Hygiene, Ernährungslehre)

Unsere Erwartungen an Sie: Sie sind eine initiative und praxisorientierte Persönlichkeit mit Unterrichtserfahrung. Sie verstehen es, Ihre langjährige Erfahrung im erwählten Fachbereich auf Stufe Erwachsenenbildung umzusetzen.

Das Pensum dieses herausfordernden Lehrauftrags beträgt 80-90 Prozent. Eine Aufteilung des Pensums auf zwei Personen ist denkbar. Eine umfassende Einführung ist gewährleistet. Die Anstellungsbedingungen richten sich nach der kantonalen Lehrerbearbeitungs- und Besoldung des Kantons Bern.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Herr Christoph Rohn, Direktor, freut sich auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen bis spätestens am 22. Juli 2004. Allfällige Fragen beantworten wir gerne telefonisch.

Hotelfachschule Thun
Mönchstrasse 37, Postfach 113, 3602 Thun
Tel. 033 227 77 77, Fax 033 221 62 50

162470

Hôtel Restaurant 3*, région lausannoise cherche pour le 1^{er} août 2004 ou à convenir:

Jeune chef de cuisine ou excellent second

dynamique et motivé, expérience de la cuisine traditionnelle et créative. Poste à l'année. Env. 200 cts/jour en été et possibilité de banquets jusqu'à 150 personnes.

Faire parvenir dossier complet avec photo et certificats sous chiffre 162451 à hotel + tourismus revue, case postale, 3001 Berne.

162451

IMAGE

www.gastro-s.ch

gastro S Haus Howald GmbH
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung Medien / Responsables des médias: Christian Santschi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strelbel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: inserate@swisshotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)

- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)

- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)

- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)

- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe

- Erscheint

- Anzeigenschluss

- Wiederholungen

Nr. 28/2004

8. 7. 2004

5. 7. 2004

5. 7. 2004

Nr. 29/2004

15. 7. 2004

12. 7. 2004

12. 7. 2004

Nr. 30/2004

22. 7. 2004

19. 7. 2004

19. 7. 2004

Nr. 30/2004

29. 7. 2004

26. 7. 2004

26. 7. 2004

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 20 000 Ex. Versand / Expedition, 11 157 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten versorgen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.