

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 112 (2004)
Heft: 39

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>



MICHAEL AMBÜHL /
Der Chefunterhändler der
Bilateralen II zeigt die
Auswirkungen auf den
Tourismus auf. SEITEN 2+3

Heute mit **133** Stellenangeboten



SEILBAHNVERBAND / In
der Schweiz sollten viele
veraltete Bahnen ersetzt
werden. Sorgen bereitet die
Geldbeschaffung. SEITE 6

htr
mit **ZAGG**

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Von Risiken und Neben- wirkungen

CHRISTINE KÜNZLER

Sie führen ein Hotel in Luzern. Oder in Interlaken, Gstaad, St. Moritz... Irgendwo, wo Konzerte mit bekannten Solistinnen und Solisten dargeboten werden. Was also liegt näher, als für Ihre Gäste ein Package mit Übernachtung und einem Konzerteintritt zu schnüren? Gasagt, getan. Wissen Sie aber auch, dass Sie für das verpasste Vergnügen haften, wenn beispielsweise die Starsolistin oder der Starsolist krankheitsbedingt ausfällt? Dies, obwohl Sie dafür ja nichts können.

Und ist Ihnen bekannt, dass Sie Ihren Gast, bevor er sich auf den Delta-See-Flug begibt, über Risiken und Nebenwirkungen informieren müssen? Der Hinweis «Fragen Sie Ihren Hotelier» dürfte hier nicht ausreichen. Haben Sie hingegen den Gast von sich aus darüber aufgeklärt, was ihn erwartet, sind Sie von der Verantwortung entlastet: Der Gast trägt den Schaden selber – falls ihm was zustossen sollte.

Sobald Sie, als Hoteliere, als Hotelier oder als Touristiker, die Rolle eines Veranstalters übernehmen – das tun Sie, wenn das Angebot Teil Ihres Packages ist –, übernehmen Sie mehr Verantwortung für Ihren Gast. Daran gilt es zu denken, wenn Sie nicht durch Schaden klug werden wollen. Siehe Seite 5

BRANCHENMESSE ZAGG, LUZERN

Das Interesse steigt weiter

Die ursprünglich als regionale Branchenausstellung lancierte ZAGG gewinnt als nationale Branchenfachmesse immer mehr an Bedeutung.

MARTIN J. PETRAS

Die «Zentralschweizerische Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie» (ZAGG) wurde vor rund zwei Jahrzehnten als eine Begegnungsplattform für regionale Branchenanbieter und ihre Kundschaft lanciert. Das Interesse an der Luzerner Branchenfachmesse steigt kontinuierlich bei Ausstellern wie Besuchern. Was in einer Halle mit rund fünfzig Lieferanten anfangs präsentiert sich heute als eine Fachmesse von nationaler Bedeutung. An der 13. ZAGG, die vom 26. bis 30. September in fünf Hallen auf dem Messegelände Allmend in Luzern stattfindet, werden an die 270 Aussteller ihre Produkte und Neuheiten präsentieren. Weiter erwartet die Besucherinnen und Besucher ein vielfältiges Rahmenprogramm. Die Organisatoren erwarten rund 30 000 Besucher während der fünf Messetage. MJP

Siehe Seiten 15 bis 21

Foto: ZAGG



DIE «ZAGG» WIRD ZUM 13. MAL DURCHFÜHRT

Kontinuierlich wachsendes Interesse bei den Besuchern wie auch bei den Ausstellern. An der diesjährigen ZAGG präsentieren sich rund 270 Firmen, und es werden an die 30 000 Besucherinnen und Besucher erwartet.

ALETSCH MARKETING

Kritik an der Führung

An der Präsentation der Konzepte und Winterkampagnen von Aletsch Marketing vor 130 touristischen Leistungsträgern wurde auch Kritik laut.

Zu den Kritikern gehören vor allem der ehemalige SP-Präsident Peter Bodenmann, der heute ein Hotel in Brig führt, sowie Hotelier Art Furrer aus Riederalp. Sie werfen der Organisation Geldvernichtung und fehlendes Know How vor und forderten öffentlich den Rücktritt von Aletsch-Marketing-Ge-

schaftsführer Daniel Tüscher sowie Präsident Jules Lauber.

Dazu kam es am Dienstag aber nicht. Die anwesenden Hoteliers und Tourismusdirektoren übten zwar Detail-Kritik an der Strategie und den Kampagnen, sind aber gegenüber Aletsch Marketing in der Mehrheit positiv eingestellt. Furrer indes warf den beiden Kritisierten laut «Walliser Bote» vor, es würde «einfach nicht die Wahrheit» gesagt und unterbreitete den Vorschlag, eine Internetseite aufzuschalten, welche darüber informiere, was wirklich vor sich gehe. ROWICK

Siehe Seite 9

BUCHUNGSSYSTEME

ST spricht mit Hotelgruppen

20 Hotelgruppen sprechen im November mit Schweiz Tourismus (ST). Ein Thema ist ihre Konkurrenzierung durch das ST-Buchungssystem STC.

Er sei verärgert, sagt Olaf Reinhardt, Hotelier und Präsident der Alpine Classics Private Hotels: «Wir können zwar an gemeinsamen Standaktionen unter unserer eigenen Marke Alpine Classics auftreten, die generierten Buchungen werden von Schweiz Tourismus dann aber stets auf ihr

eigenes Reservationssystem Switzerland Travel Centre kanalisiert.» Reinhardt würde der potenziellen Kundschaft in den Messehallen lieber das von Alpine Classics selbst betriebene Buchungssystem näher bringen.

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, sagt: «Wir sind gespannt, mit welchen Vorschlägen und Ideen die Hotelketten an uns gelangen.» Schmid räumt ein, dass in der Kooperation mit den Hotels durchaus noch Potenzial stecke, das hoffentlich dank der bevorstehenden Gespräche genutzt werden könne. ROWICK

Siehe Seite 13

INHALT

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6/7
Tourismus	9/11
Hotellerie	12/13/14
Gastronomie	15/17/18/19/20/21
Marknotizen	16
Die Letzte	22
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



39

9 771424 044000

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

protel

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

EINFACH PERSÖNLICH.

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

PARK HOTEL MICROS
flims

Gault Millau
HOTEL DES JAHRES 2004

Park Hotel Waldhaus, Flims

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

CHECK IN DATA

ht IN KÜRZE

Haftungsfragen / Immer mehr Hoteliers bieten ihren Gästen auch Events und Ausflüge an. Doch das birgt Probleme: Hoteliers unterschätzen häufig die rechtlichen Konsequenzen, wie der Experte Rolf Metz im Interview darlegt. **Seite 5**

Hotelszene Berlin / Der Boom im Berlin-Tourismus setzte sich im ersten Halbjahr 2004 fort. Mit rund 2,7 Mio. Besuchern und 6 Mio. Übernachtungen konnte die Hotellerie einen neuen Tourismusrekord verbuchen. **Seite 7**

Logiernächte / Insgesamt stiegen die Übernachtungen im ersten Halbjahr 2004 gemäss BFS dank dem guten zweiten Quartal um 0,8%. Die ausländischen Gäste kamen häufiger (+3%), die Schweizer etwas weniger als zuvor (-2%). **Seite 11**

Otto Lindner jun. / «Da wir eine kleine Gruppe sind, müssen wir in der Öffentlichkeit etwas lauter und intensiver rappeln, als dies unsere Wettbewerber tun.» So Otto Lindner jun., Vorstand der Lindner Hotels & Resorts, im Interview. **Seite 12**

Kochnationalmannschaften / An der 13. ZAGG, der Zentral-schweizerischen Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie, präsentieren die Kochnati und das Jugendteam ihre Menüs für die Kocholympiade in Erfurt. **Seiten 13, 20**

ZAGG Luzern / Die ZAGG bietet den Besucherinnen und Besuchern ein vielfältiges Veranstaltungsprogramm. Und in fünf Messehallen werden auf dem Messegelände Allmend rund 270 Ausstellerfirmen ihre Produkte und Neuheiten präsentieren. **Seiten 18, 20**

Regionale Produkte / Während «Schweizer Küche» auf die Wirt baut, versteht sich «Culinarium» als seriöses Qualitätssiegel. Die zwei Marken für die Vermarktung von einheimischen Gerichten und Produkten stellen Ansprüche an die Gastronomen. **Seite 19**

Mikrowellen / Die «schnelle Welle» ist besser als ihr Ruf. Mit Mikrowellen kann man wesentlich schneller garen und regenerieren als mit Dampf. Kombigeräte erweitern die Einsatzmöglichkeiten und bieten Vorteile bei der Zubereitung von Kleinmengen. **Seite 21**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Seilbahnen / Die Schweizer Seilbahn-Branche will ihr Angebot auf den neuesten Stand bringen. Sie muss zu diesem Zweck bis 2009 insgesamt 1,4 Milliarden Franken investieren. Ein Thema der Generalversammlung. **CF Seite 1**

Niklaus Ming / Der kraftvolle Hotelier-«Entrepreneur» hat erfolgreich sein Hotel Pavillon in Vevey entwickelt. Heute, fünf Jahre nach der Eröffnung des erneuerten «Pavillon», zeigt er seinen Stolz und äussert sich zur Zukunft. **CF Seite 2**

Weinkonsum / Eigentlich sollte man annehmen, dass der Schweizer Sektor der Hotels, Restaurants und Cafés ein natürlicher Verbündeter des Schweizer Weinkonsums ist. Eine Studie von MIS-Trend zeigt etwas anderes. **CF Seite 3**

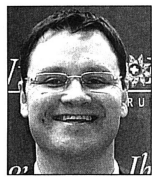
Markt Frankreich / «Die Schweiz ist dynamisch, verlockend und überraschend.» Das will Schweiz Tourismus vom 25. November bis 5. Januar auf der prestigeträchtigen Place Vendôme in Paris veranschaulichen. **CF Seite 6**

FORUM

Neue Qualität der Märkte in Osteuropa

PETER LEHNER*

Der potenzielle Gastemarkt Osteuropa wird in der Tourismus-Szene unterschiedlich beurteilt. Von den einen als unbedeutend belächelt, nicht ernst oder sogar überhaupt nicht wahrgenommen, wird er von den anderen aktiv bearbeitet und ist fester Bestandteil der Marketingstrategie und der Marketingaktivitäten. Die Interessenskala bewegt sich also vom Fragezeichen bis hin zum Ausrufezeichen.



Ein aktuelles Bild der Nachfrage- und Anbieter-Situation hat das Resultat des diesjährigen Eastern Europe Workshop gezeigt. Dieser wurde von Schweiz Tourismus in Zusammenarbeit mit der Wengen Mürren Lauterbrunnental Tourismus AG in Mürren durchgeführt.

Die Schweiz liegt bei den osteuropäischen Ländern im Trend. Das nutzten 21 Schweizer Anbieter, die ihre Destinationen, ihr Ausflugsziel und ihr Spezialangebot für 45 Tour-Operatoren und Reisebüros aus der Tschechischen Republik, Polen, Ungarn und der Slowakei präsentierten.

Den quantitativen Werten dieser Präsenz kann auch eine qualitative Note zugeteilt werden, stellen wir doch im Vergleich zu den Vorjahren bei den osteuropäischen Nachfragern eine klare Spezialisierung fest. So haben sich die Osteuropäer noch differenzierter im FIT: (Fully Independent Traveler), Incentive- oder Gruppen-Geschäft positioniert, was eine qualitative Verbesserung widerspiegelt. Diese Tendenz stellten alle Schweizer Anbieter unisono fest.

Demzufolge ergaben die Verkaufsgespräche auch ein klares Fazit: Der mehrheitlich individuell und ausserhalb der Hauptsaison anreisende Gast aus Osteuropa interessiert sich für 2- bis 4-Sterne-Hotels, aber neu auch für Ferienwohnungen und Hostels. Das Gruppengeschäft konzentriert sich weiterhin auf Incentive-, Rund- und Spezialreisen wie Skiferien kombiniert mit Ausflügen.

Positive Marktzugänge aus dem östlichen Europa sind also nicht nur aufgrund der Beitritte in die Europäische Union und der steten Verbesserung der wirtschaftlichen Situation festzustellen. Das Fazit des Workshops zeigt es auf: Der osteuropäische Markt verdient in Zukunft unser vermehrtes Interesse und Engagement.

* Peter Lehner ist Direktor der Wengen Mürren Lauterbrunnental Tourismus AG.

MICHAEL AMBÜHL

«Tourismusexperten erwarten einen Mehrumsatz in Millionenhöhe»

Die Vernehmlassung zu den Bilateralen II ist letzten Freitag abgelaufen. Chefunterhändler Michael Ambühl nimmt Stellung zu den Auswirkungen des Schengen-Abkommens, zu den Anforderungen an die neue Beherbergungsstatistik und zur Personenfreizügigkeit.

INTERVIEW: THERES LAGLER

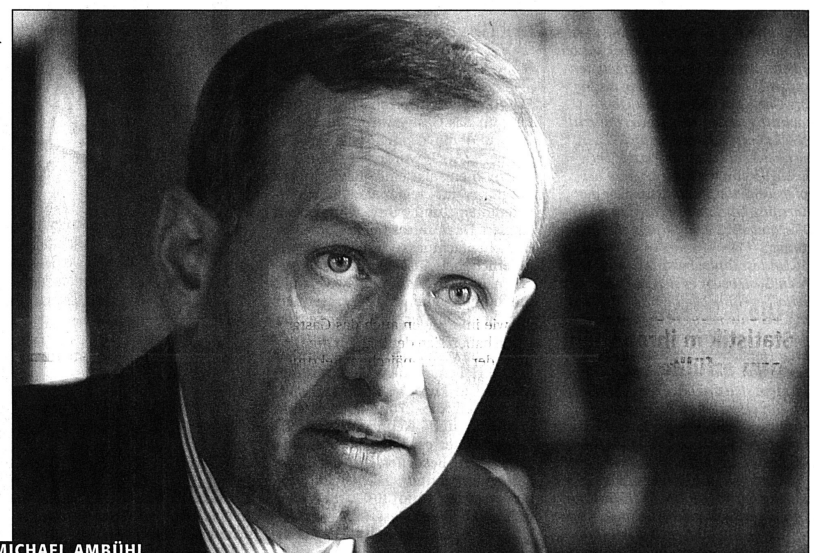
Herr Ambühl, Sie haben an der SVP-Delegiertenversammlung selber für die Bilateralen II geworben. Dennoch greift die Partei als einzige in der soeben abgelaufenen Vernehmlassung das Schengen/Dublin-Abkommen frontal an. Ein Frust?

Das Dossier Schengen/Dublin stärkt die innere Sicherheit und führt zu einer Entlastung in der Asylpolitik. Mit dem Aspekt des Schengen-Visums oder der Sicherung des Bankgeheimnisses bei den direkten Steuern stehen zudem auch Wirtschaftsinteressen auf dem Spiel. Ich denke, dies sind Anliegen eines grossen Teils der Bevölkerung. Der Auftritt vor einer Delegiertenversammlung einer einflussreichen Partei erlaubt es, breite Kreise zu informieren. Das ist sicher nützlich.

Die SVP bemängelt, dass das Abkommen eine unsicherere Schweiz und einen Souveränitätsverlust nach sich ziehe. Was halten Sie entgegen?

Mit der Schengener Polizei- und Justiz-Zusammenarbeit erhält die Schweiz Zugriff auf effiziente Instrumente gegen das grenzüberschreitende Verbrechen. Ich denke da namentlich an das computergestützte Fahndungssystem SIS. Und was die Souveränitätsfrage betrifft: Die Schweiz wird in jedem Fall autonom entscheiden, ob sie einen neuen Rechtsakt bei einer Weiterentwicklung von Schengen übernehmen will. Zu diesem Zweck hat sie eine Übernahmefrist von bis zu zwei Jahren ausgehandelt. Dies gibt uns genügend Zeit, die schweizeri-

Foto: Keystone



MICHAEL AMBÜHL

Für den Chefunterhändler der Bilateralen II ist klar: «Sollte Schengen abgelehnt werden, geht der Schweizer Tourismus mit einem Konkurrenznachteil ins Rennen.» Die einseitige Anerkennung des Schengen-Visums hält er für keinen valablen Ersatz.

schen Gesetzgebungsverfahren – parlamentarische Debatten und allfällige Referenden – einzuhalten. Die Übernahme von neuem Schengen-Recht folgt also nicht automatisch, die Schweiz bleibt souverän. Findet sich allerdings keine Einigung, kommt es im äussersten Fall zur Kündigung des Abkommens.

Für den Schweizer Tourismus ist der Beitritt zum Schengen-Raum wichtig: Er bringt erleichterte Visumsvorschriften. Gibt es Berechnungen, die mögliche Mehreinnahmen aufzeigen?

Die Ausdehnung der Gültigkeit des Schengen-Visums auf die Schweiz würde die Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Tourismus in Bezug auf Wachstumsmärkte wie Indien, China

oder Russland stärken. Gemäss Schätzungen von Tourismusexperten dürfte dank Schengen eine Umsatzsteigerung für den Tourismus in Millionenhöhe zu erwarten sein.

«Die österreichischen Alpen sind ja auch nicht übel.»

Worauf muss sich die Tourismuswirtschaft gefasst machen, wenn Schengen in einer Referendumsabstimmung abgelehnt wird?

Die österreichischen Alpen sind ja auch nicht übel. Visumspflichtige Europatouristen, die nach Wien oder Paris reisen, überlegen sich natürlich, ob sie für einen Abstecher aus Jungfraujoch den Aufwand zur Beantragung eines Zweitvisums für die Schweiz auf sich nehmen sollen. Kurz: Der Schweizer Tourismus geht mit einem Konkurrenznachteil ins Rennen.

Wäre als Ersatzmassnahme die einseitige Befreiung der Visumspflicht für Inhaber von Schengen-Visa durch die Schweiz denkbar?

Das löst das Problem des Tourismus nicht wirklich: Die einseitige Anerkennung des Schengen-Visums würde für Tourismus-Gruppen zwar die Einreise in die Schweiz ermöglichen. Eine anschliessende erneute

Einreise in den Schengen-Raum wäre aber ohne ein teureres Mehrfach-Eintritts-Visum nicht mehr möglich. In Bezug auf arabische Länder und Thailand werden die Schengen-Visa ja von der Schweiz einseitig anerkannt. Für einen souveränen Staat ist das aber keine befriedigende Lösung: Visumsentscheide von Schengen-Staaten werden ohne Mitspracherecht einfach übernommen. Umgekehrt wird das Schweizer Visum in Schengen-Land aber nicht anerkannt. Dazu kommt ein Sicherheitsaspekt: Die Schweiz wird nur als Schengen-assoziiertes Land in das Informationsaustauschsystem eingebunden, wodurch Verbrecher und unerwünschte Personen bei der Visumsvergabe herausgefiltert werden können.

Fortsetzung siehe Seite 3

Bilaterale II: Die neun Dossiers

Schengen/Dublin: Schengen regelt den Reiseverkehr, Dublin die Zuständigkeit für Asylgesuche.

Zinsbesteuerung: Die Schweiz erhebt zugunsten der EU-Staaten einen Steuerrückbehalt, der ausschliesslich Zinserträge von natürlichen Personen mit Steuersitz in der EU betrifft.

Betrugsbekämpfung: Die Zusammenarbeit im Kampf gegen Schmuggel und andere Delikte wird ausgebaut.

Statistik: Die statistische Datenerhebung wird harmonisiert, um vergleichbare Daten zu erhalten.

Verarbeitete Landwirtschaftsprodukte: Für gewisse Produkte der Nahrungsmittelindustrie werden Zölle und Exportsubventionen abgebaut.

Umwelt: Die Schweiz wird Mitglied der Europäischen Umweltagentur.

Media: Die Schweiz nimmt am EU-Programm zur Filmförderung teil.

Bildung, Berufsbildung, Jugend: Die Schweiz strebt eine Vollbeteiligung an den EU-Programmen ab 2007 an.

Ruhegehalt: Aufhebung der Doppelbesteuerung von ehemaligen EU-Beamten mit Wohnsitz Schweiz. TL

Zur Person

Michael Ambühl gilt als hartnäckiger Verhandler im Dienste der Schweiz. Er trat 1982 in den Diplomatischen Dienst ein. Nach Stationen in Kinshasa und Neu-Delhi wirkte er ab 1992 in der Botschaft in Brüssel. Dort spielte der studierte Mathematiker bereits bei der Aushandlung der Bilateralen I eine wichtige Rolle, indem er dem umstrittenen Landverkehrsabkommen zum Durchbruch verhalf. Seit dem 31. Dezember 1999 leitet Botschafter Ambühl nun das Integrationsbüro EDA/EVD. TL

Kein Wunder bei Besucherzahl

Interlaken. Per Ende September 2004 rechnet der Mystery Park mit einer Besucherzahl von 250 000 Personen. Diese Zahl liegt unter den ursprünglichen Schätzungen. Dennoch geht Geschäftsführer Oswald Zurbruggen bei einem Umsatz von 20 Mio. Fr. von einer ausgeglichenen Rechnung aus. Dank Verbesserungen in der Gastronomie und dem Wegfall der Billetsteuer könne die Gewinnschwelle bei 270 000 Besuchern pro Jahr erreicht werden. *TL*

Tiefpunkt der Dekade

Italien. Das Urlaubsland Italien hat die schlechteste Sommer-Ferisaison seit Mitte der 90er-Jahre hinter sich. Das teilen die Hotel- und Gaststättenverbände Federberghi und Confurismo in Rom mit. Nach anfänglichem Optimismus drohten nun Stellenstreichungen und die Schliessung einiger Häuser. – Betroffen von sinkenden Übernachtungszahlen seien sowohl Hotels am Meer als auch in den Bergen. Nur in Städten mit bekannten historischen Stätten und Museen ha-

be es einen leichten Anstieg gegeben. Im italienischen Tourismussektor arbeiten rund 2 Mio. Menschen. Er trug im vergangenen Jahr rund 7 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Landes bei.

Die Verbände stützen sich auf eine Umfrage unter 1500 Hotels, die zur Eröffnung einer nationalen Tourismuskonferenz in Genua veröffentlicht wurde. Demnach sank die Zahl der Übernachtungen im Zeitraum von Juni bis August um 3,4 Prozent. *KTV*

Vernetzte Pilgerwege

Jakobswege. Die Volkswirtschaftskammer Berner Oberland mit Sitz in Interlaken koordiniert mit Deutschland, Österreich und Frankreich die grenzüberschreitenden «Europäischen Jakobswege». Der Bund unterstützt das Projekt mit rund 200 000 Franken.

In Europa werden auf nationaler und regionaler Ebene Jakobswege-Projekte unabhängig voneinander initiiert. Die historischen Jakobswege, die von Deutschland und Österreich durch die Schweiz nach Frank-

reich und Spanien führen, sollen nun benutzerfreundlicher gestaltet werden. Die Wege werden gut begehbar hergerichtet und mit einheitlichen Beschilderungen, Markierungen und Informationen versehen. Bis heute fehlt auch eine durchgehende, grenzüberschreitende Wegbeschreibung mit Unterkunftsverzeichnis. Das Projekt hat nun zum Ziel, diese Lücke zu schliessen. Als erste Massnahme wurde die Internetseite www.jakobswege.net konzipiert. *CK*

Parlament will Naturparks

Bern. Der Bundesrat muss die Teilrevision des Natur- und Heimatschutzgesetzes (NHG) gegen seinen Willen an die Hand nehmen. Als Zweitrat hat der Nationalrat am Dienstag eine entsprechende Motion von Ständerat Dick Marty überwiesen. Mit der NHG-Teilrevision wird die Möglichkeit geschaffen, dass in der Schweiz neue Natur- und Landschaftsparks eingerichtet werden können. Mehrere Projekte stecken bereits in Planung. *TL/sda*

Fortsetzung von Seite 2

■ Der Tourismuswirtschaft geht es ja primär um gleich lange Spiesse. Bei den Einkaufspreisen sind wir davon weit entfernt. Bringt das Abkommen über verarbeitete Landwirtschaftsprodukte eine Annäherung?

Durch das bilaterale Abkommen über die verarbeiteten Landwirtschaftsprodukte werden Zölle und Exportsubventionen in Bezug auf Produkte der Nahrungsmittelindustrie wie Schokolade, Teigwaren oder Biscuits beidseitig abgebaut. Das dürfte auch zu einer Verbilligung der betroffenen Produkte für den Konsumenten führen.

■ Um den Wettbewerbsnachteil des Schweizer Gastgewerbes spürbar zu verringern, bräuhete es aber demzufolge weitere Liberalisierungsmassnahmen im Agrarbereich.

Die Plattform der internationalen Verhandlungen über eine weitere Liberalisierung der Landwirtschaftsmärkte ist zurzeit die WTO.

«Die Beherbergungs-Statistik in ihrer alten Form erfüllte nicht alle Anforderungen.»

■ Wechseln wir zu einem dritten Abkommen, das aus Sicht des Tourismus interessiert – zum Statistik-Abkommen. Was bedeutet es für die Beherbergungsstatistik der Schweiz?

Das Statistik-Abkommen sieht im Tourismusbereich die Erhebung von statistischen Daten vor, welche zwar weiter gehen als die im Januar 2004 eingeführten Beherbergungs-Stichproben, aber gleichzeitig weniger detailliert sind, als die der eingestellten Statistik.

■ Trotzdem erstaunt es, dass der Bund die alte Beherbergungsstatistik aus Spargründen abschaffte, obwohl er wusste, dass im Rahmen der Bilateralen II auch touristische Kennzahlen geändert werden ...

Für die Abschaffung der Beherbergungsstatistik in ihrer alten Form gibt es zwei Gründe: Erstens ging es in einer Zeit knapper Ressourcen darum, die Tourismusbranche anderen vergleichbaren Wirtschaftszweigen statistisch anzugleichen. Zweitens entsprach die Beherbergungsstatistik nicht allen europäischen Anforderungen. Die Beherbergungsstatistik war nur ein Teil der Tourismusstatistiken insgesamt. Das Bundesamt für Statistik wird die statistischen Erhebungen in diesem Bereich nicht aufgeben, sondern nur einzelne Bereiche besser auf die europäischen Vergleichsstatistiken abstimmen.

■ Ab 2005 greift eine neue Beherbergungsstatistik, die von Verbänden, Tourismusorganisationen und Kantonen getragen wird. Müsste da der Bund finanziell nicht mehr in die Pflicht genommen werden?

Die notwendigen Investitionen für die Einführung der neuen Beherbergungsstatistik werden ebenfalls in einem gewissen Mass vom Bund getragen. Der Bund wird zudem einen Teil der laufenden Kosten für die Produk-

tion der Statistik übernehmen und somit die Anforderungen des Statistikabkommens an die Beherbergungsstatistik mitfinanzieren.

■ Wie sieht nun der weitere Fahrplan für die neun Dossiers der Bilateralen II aus?

Anfang Oktober wird der Bundesrat die Botschaft zu den Bilateralen II verabschieden. Darauf folgen die parlamentarischen Debatten, die – sofern keine Verzögerungen auftreten – bis Mitte Dezember dauern. Dann folgt eine Referendumsfrist von 100 Tagen. Frühestmöglicher Termin für eine Abstimmung wäre der 5. Juni 2005.

■ Im Rahmen der Bilateralen I steht die Ausdehnung der Personenfreizügigkeit auf die zehn neuen EU-Mitgliedstaaten zur Diskussion. Auch hier macht die SVP als einzige grosse Partei Opposition und warnt vor Überfremdung.

Die Vernehmlassungsergebnisse zeigen, dass auch die Ausdehnung der Freizügigkeit breite innenpolitische Unterstützung geniesst – namentlich wegen der Bedeutung dieses Abkommens für die Wirtschaft. Diverse Bereiche wie im übrigen auch das Gastgewerbe haben sich deutlich für die Öffnung der osteuropäischen Rekrutierungsmärkte ausgesprochen. Gegen allfällige unerwünschte Folgen wurden mehrfache Sicherheiten ausgehandelt: Übergangsfristen mit Kontingenten, Inländervorrang und Lohnkontrollen bis am 30. April 2011, eine Schutzklausel für den Fall übermässiger Zuwanderung bis 2014 oder die flankierenden Massnahmen gegen Lohndumping.

■ Welche Erfahrungen konnten bisher mit dem Personenfreizügigkeitsabkommen Schweiz-EU gemacht werden?

Die Umsetzung erwies sich so weit als problemlos. Die Kontingente für Langzeitaufenthalte (15 000) wurden erwartungsgemäss jeweils vollständig ausgeschöpft. Bei den Kurzaufenthalten (115 000) dagegen wurden jeweils lediglich die Hälfte der Bewilligungen genutzt. Der Wirtschaftsachverband economiesuisse bezeichnete die Bilateralen I als «unverzichtbar» – das Freizügigkeitsabkommen ist das wirtschaftlich bedeutendste.

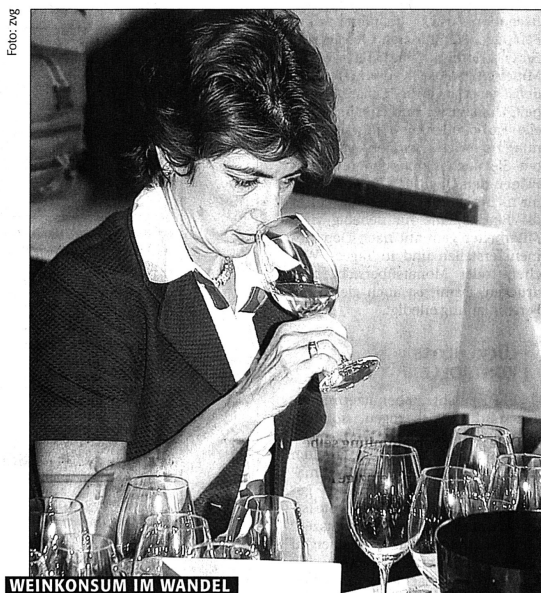
«Eine Zweiklassen-Behandlung ihrer Bürger wird die EU kaum dulden.»

■ Kann eine Ablehnung der Personenfreizügigkeit für die neuen EU-Staaten das ganze Paket der Bilateralen I zu Fall bringen?

Dieses Risiko ist vorhanden. Wird die Ausdehnung der Freizügigkeit auf die neuen EU-Staaten abgelehnt, muss die Schweiz mit einer Kündigung dieses Abkommens durch die EU rechnen, welche kaum eine Zweiklassenbehandlung ihrer EU-Bürger würde dulden können. Im Fall einer solchen Kündigung würden wegen der so genannten Guilloitinklausel aber auch die anderen bilateralen Abkommen I ausser Kraft gesetzt.

SCHWEIZER WEINMARKT

Weintrinker werden wählerischer



WEINKONSUM IM WANDEL
Die Weintrinkenden tendieren verstärkt dazu, immer neue Weine zu entdecken.

Das Image der Schweizer Weine verbessert sich. Laut einer Studie finden 80 Prozent der Befragten den Wein in der Gastronomie zu teuer.

MARTIN J. PETRAS

Gemäss der kürzlich publizierten Erkenntnisse einer repräsentativen Meinungsumfrage, welche die MIS Trend AG in Lausanne im Auftrag der Schweizer Weinbranche im Sommer 2004 durchführte, gibt es in der Schweiz zwar immer mehr Weinliebhaber, diese trinken aber insgesamt immer weniger. Dies bedeutet auch, dass einerseits die Qualität des Schweizer Weins besser wird, andererseits der Gesamtmarkt aber schrumpft.

Einen zunehmend schweren Stand hat der Schweizer Wein in der Gastronomie. 80 Prozent der Befragten Weinkonsumenten sind der Meinung, dass die Weinpreise in den Schweizer Restaurants deutlich zu hoch angesetzt sind. Der Weintrend verläuft auch ausser Haus zunehmend hin zu ausländischen Weinen. Begründet wird dies hauptsächlich mit der «Lust, neue Weine zu entdecken».

SWISS DELUXE HOTELS

Neuer Geschäftsführer

Die Swiss Deluxe Hotels haben einen neuen Geschäftsführer gewählt: Fiorenzo Fässler. Er war bis Ende Juli Direktor von Schweiz Tourismus Italien.

CHRISTINE KÜNZLER

Nachdem die Swiss Deluxe Hotels, denen 35 5-Sterne-Hotels angehören, seit Ende Jahr ohne Geschäftsführer waren, übernimmt nun Fiorenzo Fässler die Geschäftsstelle. Von seinem Vorgänger, dem Zürcher Werber Peter Marti, hatte sich die Gruppe wegen Meinungsverschiedenheiten Ende letzten Jahres getrennt. Für Vic Jacob vom «Suvretta-House» in St. Moritz – Präsident der Swiss Deluxe Hotels – zeichnet sich Fässler aus durch seine «Marktkompetenz in der Schweiz und deren Nachbarländern, das ausgezeichnete PR-Netzwerk sowie die Internet- und E-Marketing-Erfahrungen». Fässler sei in einem mehrstufigen Auswahlverfahren gewählt worden, heisst es in einer Pressemitteilung.

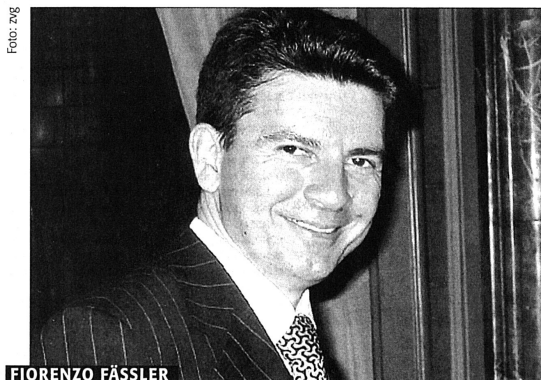
WENIGER VERKAUFSAKTIVITÄTEN

Fässler, der seine Aufgabe bereits übernommen hat, will den Aktivitätsplan und die Strategie an der asessorientierten Generalversamm-

lung der Swiss Deluxe Hotels Ende Oktober vorstellen. «Viele Aktivitäten werden beibehalten», sagt er. Als Beispiele führt er die Qualitätskriterien, den gemeinsamen Einkauf und die Amicale an. Allerdings würden die Verkaufsaktivitäten reduziert und der Markt Schweiz sowie die Nachbarmärkte stärker bearbeitet. «PR wird zu einem wichtigen Instrument», tönt Fässler an. Zudem sollen die Web-Aktivitäten ausgebaut werden.

Der 42-jährige Fässler hat nach seinem Abgang als Direktor von

Schweiz Tourismus Italien am 1. August 2004 seine eigene Firma gegründet. In den Räumlichkeiten seiner Firma «smarket» in Zürich ist auch die Geschäftsstelle der Swiss Deluxe Hotels angesiedelt. Fässler ist im Bereich Beratung für Tourismusmarketing tätig und möchte Repräsentanzen – unter anderem für Länder – übernehmen. Im Bereich Hotellerie war er bis anhin noch nicht tätig. Doch: «Als ich die Schweizer Destinationen verkauft habe, gehörten die Hotels als wichtiger Teil dazu.»



FIORENZO FÄSSLER

Der neue Geschäftsführer der Swiss Deluxe Hotels setzt verstärkt auf PR.

Personaleinsatzplanung leicht gemacht

Eine übersichtliche Einsatzplanung und eine lückenlose Arbeitszeitkontrolle sind heutzutage unabdingbare Führungsinstrumente – egal ob Klein- oder Mittelbetrieb, Restaurant- oder Hotelkette. Mit MIRUS PEP, der massgeschneiderten Software für die Schweizer Hotel-, Gastro- und Tourismusbranche, wird die Personaleinsatzplanung zum Kinderspiel.

Ein Fall aus der Gerichtspraxis: A. arbeitete als Nachtportier im Hotel X. Er erreichte nach seiner Kündigung Klage gegen seinen ehemaligen Arbeitgeber ein. Grund: A. habe regelmässig mehr arbeiten müssen, als ihm als Lohn ausbezahlt worden sei. Weder Arbeitgeber noch Arbeitnehmer hatten eine Stundenkontrolle geführt. Egal, zu wessen Gunsten das Gericht entscheidet, so ein Verfahren kostet Zeit und Nerven.

Wer heute als Hotelier oder Gastronom keine lückenlose Arbeitszeitkontrolle vorweisen kann, kommt leicht in Gesetzesküche. Die Paragraphen 15 und 21 des Landes-Gesamtarbeitsvertrags des Gastgewerbes (L-GAV) sagen es klar und deutlich:

- Die geleistete Arbeitszeit ist vom Arbeitgeber zu erfassen und mindestens einmal monatlich vom Mitarbeiter unterschreiben zu lassen.
- Betriebe haben unter Beizug der Mitarbeiter 1-2 Wochen im Voraus für 1-2 Wochen Arbeitspläne zu erstellen (je nachdem, ob Saison- oder Jahresbetrieb).
- Der Mitarbeiter kann jederzeit Auskunft über Arbeits- und Ruhezeiten, Feiertage- und Ferienguthaben verlangen.
- Kommt der Arbeitgeber seiner Buchführungspflicht nicht nach, wird eine Arbeitszeitkontrolle des Mitarbeiters im Streitfall als Beweismittel zugelassen.

PERSONALPLANUNG UND ARBEITSZEITKONTROLLE MIT PEP

Knochen trocken, doch was hilft. Wer Streitereien um effektiv geleistete Arbeitszeit vermeiden will, wer nicht wegen nachträglicher Lohnforderungen vor Gericht erscheinen möchte und wer keine schlaflosen Nächte wegen Nachtarbeitszuschlägen und Split Shifts will, der braucht ein Softwareprogramm, das die gesamte Personaleinsatzplanung mit minimalem Aufwand erledigt. Eines dieser Programme, die an der diesjährigen ZAGG vom 26. bis 30. Sep-

tember in Luzern präsentiert werden, ist PEP von der MIRUS Software AG. Diese Personaleinsatzplanung hat es in sich, denn sie wurde von Branchenkennern für die Branche gemacht.

Dienstpläne NACH MASS

Mit PEP lassen sich einzelne Departemente (Küche, Service, Bar, Réception usw.) definieren und Feiertage, Stammdaten und Dienstzeiten (Früh-, Spätdienst, Etage, Mittelschicht usw.) voreinstellen. Jedem Dienst sowie für Feiertage, Krankheit, Unfall usw. kann eine individuelle Farbe oder eine Kurzbezeichnung zugewiesen werden – so behalten Sie auch bei umfangreicheren Plänen den Überblick. In null Komma nichts können Sie am Bildschirm die Einsatzpläne für beliebig viele Mitarbeiter getrennt nach Departement erstellen und in Tages-, Wochen- oder Monatsübersicht ausdrucken. Damit ist auch gleich die Ferienplanung erledigt.

LÜCKENLOSE KONTROLLE

PEP ist nicht nur benutzerfreundlich und praxisbezogen, sondern auch gesetzeskonform und revisionstauglich. Per Mausclick erhalten Sie alle gesetzesrelevanten Informationen: Stundenkontrollblätter geben Aufschluss über die geleistete Ist- im Verhältnis zur Soll-Arbeitszeit. Monatsblätter mit allen Angaben zu Arbeits- und Ruhezeiten, Feriensalden, Überzeit- und Nachtarbeitszuschlägen sowie Absenzen lassen sich jederzeit ausdrucken und von Ihren Mitarbeitenden quittieren. So behalten Sie den Überblick, haben mehr Zeit für Ihre Gäste und können sich Ihren eigentlichen Führungsaufgaben widmen.

INTELLIGENTE SCHNITTSTELLEN

PEP funktioniert bestens als Stand-alone-Lösung, noch vorteilhafter jedoch im Verbund mit MIRUS Mitarbeitermanagement, der Kom-

Tag	Arbeitszeit	Brutto	Netto	Abw. in Tagen
01. Do	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
02. Fr	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
03. Sa	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
04. So	23:00 - 07:30	8.50	8.65	1 Frei
05. Mo				1 Frei
06. Di	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
07. Mi	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
08. Do	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
09. Fr	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
10. Sa	23:00 - 07:30	8.50	8.65	
11. So	23:00 - 07:30	8.50	8.65	1 Frei
12. Mo				

plettlösung für Ihr Personal- und Lohnwesen. Die dort gespeicherten Stammdaten werden automatisch in die Personaleinsatzplanung übernommen. Umgekehrt übernehmen Sie alle Daten von MIRUS PEP in MIRUS Mitarbeitermanagement, und schon ist die Lohnabrechnung erstellt. Nahtlos integrieren lassen sich auch elektronische Zeiterfassungssysteme wie Stempeluhren und Kassensysteme. Und eine direkte Verbindung zu Microsoft Word und Excel

stellt alle wichtigen Daten für Korrespondenz oder Controlling zur Verfügung.

EINFACH PROFESSIONELL

Die MIRUS Software AG bietet seit Jahren betriebswirtschaftliche Gesamtlösungen für KMU und Grossbetriebe in der Hotellerie, Gastronomie und Tourismusbranche an.

- Personaleinsatzplanung
 - Mitarbeitermanagement
 - Finanzbuchhaltung
 - Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung
 - Anlagebuchhaltung
 - Kosten- und Leistungsrechnung
 - Archivierung
 - Website-Erstellung
- Unsere Produkte stehen zurzeit bei weit über 2000 zufriedenen Kunden im Einsatz. Die MIRUS Firmenphilosophie ist simpel: Wir wollen die benutzerfreundlichste und eleganteste Software für Ihre Administration herstellen. Und die einfachste dazu. Stammdaten müssen nur einmal eingegeben werden und können dann für beliebige Anwendungen wie Korrespondenz, Formulare, Abrechnungen, Auswertungen etc. genutzt werden. Und noch ein Plus: Unsere Softwareprogramme werden laufend an die geltenden Gesetze und die Kundenbedürfnisse angepasst, weiterentwickelt und mit neuen Produkten verknüpft und ergänzt. MIRUS Software eignet sich übrigens für die Betriebssysteme Windows 2000, 2003, Windows XP, Novell 5.x-6.x sowie Citrix Metaframe (ASP).

VORBILDLICHER KUNDENSERVICE

Vertrauen auch Sie dem Marktleader in der Schweizer Hotellerie. Nicht umsonst ist MIRUS seit 1997 Schulungsinstrument an den wichtigsten Schweizer Hotelfachschulen. Fachleute schwärmen von der Professionalität, Funktionalität und Praxisorientierung der MIRUS Produkte. Das Davoser Familienunternehmen bietet zudem Mitarbeiterschulungen vor Ort sowie eine 24-Stunden-Hotline, die kompetent berät und nicht ständig überlastet ist.

« Wenn ich selber ein Hotel hätte, würde ich mit MIRUS arbeiten. MIRUS ist die Software von Branchenkennern für die Branche: Diese Lösung macht für die Schweizer Hotellerie absolut Sinn, weil sie zu 100% massgeschneidert und leicht anzuwenden ist. »

Wilko Weber, Hoteller/Restaurateur SHL, Leiter Informatik an der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern.

Name	Vorname	Datum	Dienstplan	Brutto	Netto Effektiv	Brutto	Netto Differenz	Status
Baumann	Gabriele	01.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 05:58 - 15:03	9.08	8.33	0.08
		02.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:01 - 15:21	9.33	8.58	0.33
		03.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 05:58 - 14:48	8.83	8.08	-0.16
		04.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 05:48 - 14:56	9.17	8.41	0.16
		05.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:01	9.73	8.98	0.73
		06.04.2004						0.00
		07.04.2004						0.00
		08.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 05:48 - 15:02	9.23	8.48	0.23
		09.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 05:54 - 14:26	8.53	7.78	-0.47
		10.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 05:59 - 14:32	8.55	7.80	-0.45
		11.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 14:53	8.88	8.13	-0.12
		12.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:06	9.10	8.35	0.10
		13.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:00	9.00	8.25	0.00
		14.04.2004						0.00
		15.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:00	9.00	8.25	0.00
		16.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:00	9.00	8.25	0.00
		17.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:00	9.00	8.25	0.00
		18.04.2004	06:00 - 15:00	9.00	8.25 06:00 - 15:00	9.00	8.25	0.00

REISEVERANSTALTER

Wer haftet wie?

Wasserschäden im Hotel, Golfplatz gesperrt: Die Veranstalter haften, wenn eine verkaufte Leistung vor Ort nicht erbracht werden kann. Mehr noch: Der Veranstalter haftet für den Erfolg einer Reise. Eine Broschüre zum Reiserecht gibt Auskunft.

GERHARD LOB

Für Hans-Jörg Leuziger, den Präsidenten des Schweizerischen Reisebüro-Verbandes, ist klar, dass seine Branche gegenüber den Kunden besondere Informationspflichten wahrzunehmen hat. Auch über Leistungen, welche vermeintlich nicht in direktem Zusammenhang mit einer Reise zu stehen scheinen. Versicherungsleistungen zum Beispiel. «Wer sich nicht daran hält, kann unliebsame Überraschungen erleben», schreibt Leuziger in der Einleitung zur Broschüre «Reiserecht: Aktuelle Informationen».

Anhand zahlreicher Beispiele wird in dieser Broschüre gut aufgezeigt, in welchen Fällen Veranstalter konkret haften oder nicht. Zum Beispiel, wenn eine Familie die in einer Pauschalreise angebotenen Zimmer in Hotel A nicht beziehen kann, weil sie durch einen Wasserschaden unbenutzbar wurden. Da die Reise mangelhaft ist, muss der Veranstalter nach Art. 13 Abs. 1 des Bundesgesetzes über Pauschalreisen Abhilfe schaffen, indem er der Familie ein gleichwertiges Hotel (Qualität, Lage, Ort usw.) zur Verfügung stellt. Die Familie muss das gleichwertige Ersatzhotel annehmen.

DER VERANSTALTER HAFTET FÜR DEN ERFOLG DER REISE

Reisende können den Reisevertrag nur kündigen, wenn erheblich Reise-mängel vorliegen und der Veranstalter diese nicht innert nützlicher Frist beseitigt oder wenn die Ersatzleistungen unzumutbar sind (zum Beispiel eine Familienpension statt eines 5-Sterne-Hotels). Kündigt der Kunde zu Recht, so hat er Anspruch auf Rücktransport, sofern im Arrangement inbegriffen, und der Minderwert der Reise ist zu vergüten.

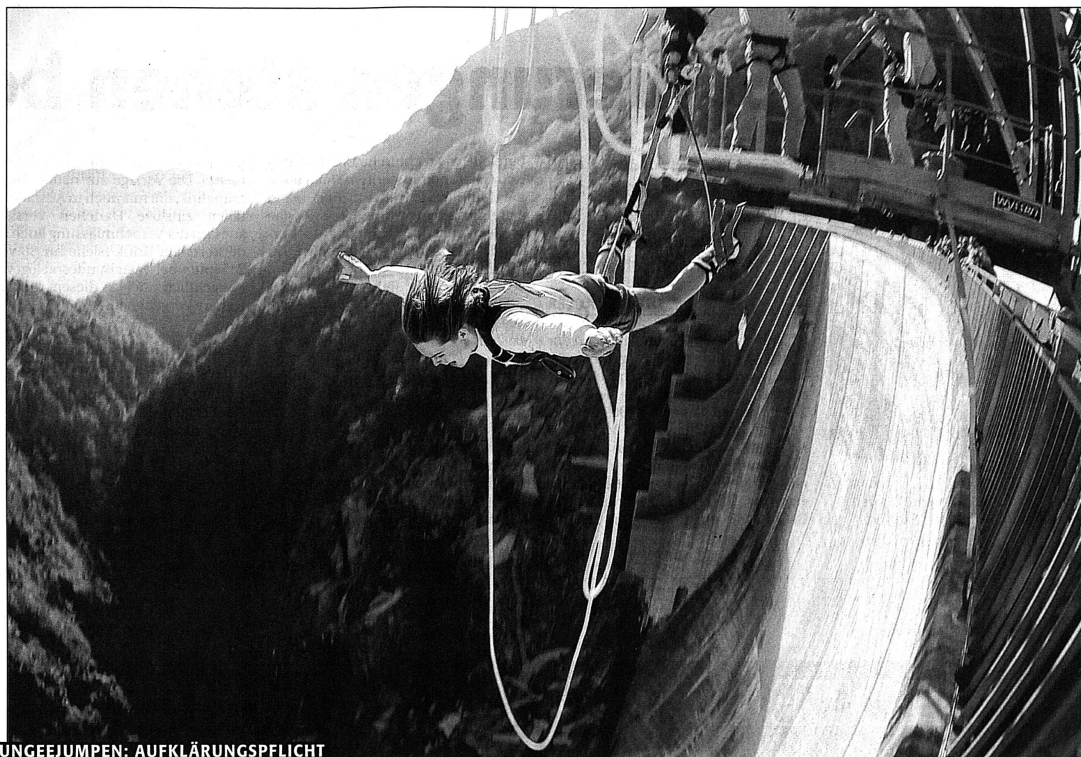
Auch wenn Mängel an einem gebuchten Reiseort auftreten (beispielsweise häufige Stromunterbrüche oder Wasserausfälle), sind die Veranstalter rechenschaftspflichtig. Dies kann beim Ausfall von Leistungen (gesperrter Golfplatz bei Golfferien) oder bei Schlechterbringung einer Buchung (Zimmer auf Hinterhof statt Meer-sicht) der Fall sein. Nach Ansicht des Bundesrats (Motion Sommaruga) haftet der Veranstalter für den Erfolg der Reise. Mit anderen Worten: Der Veranstalter muss sich nicht nur darum bemühen, die versprochene Leistung korrekt zu erbringen, sondern muss auch dann einstehen, wenn der Erfolg der Reise nicht eintritt und ihn kein Verschulden trifft.

MANCHMAL IST EINE PREISMINDERUNG NÖTIG

Mängel wie regelmässiger Strom- und Wasserausfall berechtigen die Kunden zu einer Preisminderung der Reise. Und zwar wird der Wert der mangelhaften Reise geschätzt und vom effektiv bezahlten Preis abgezogen. Die Differenz ist zurückzubezahlen. Selbstverständlich kommen Preisnachlässe nicht in Frage, wenn ein Kunde den Mangel selber verursacht hat oder die Störungen sich in seiner Privatsphäre während des Urlaubs ereignen, beispielsweise Diebstahl oder Krankheit.

Beispiele und Erläuterungen aus Rolf Metz: «Reiserecht: Aktuelle Informationen». Herausgeberin: Elvia-Reiseversicherungsgesellschaft, 2003. Abdruck mit freundlicher Genehmigung des Autors.

Foto: Swiss-Image



BUNGEEJUMPEN: AUFKLÄRUNGSPFLICHT

Wenn der Hoteller seinem Gast beispielsweise einen Bungeejumping-Sprung anbietet, muss er ihn auf die Risiken aufmerksam machen.

ROLF METZ

Hotellers haben Aufklärungspflicht

Immer mehr Hotellers bieten ihren Gästen auch Events und Ausflüge an. Doch das birgt Probleme: Hotellers unterschätzen häufig die rechtlichen Konsequenzen, wie Fürsprecher Rolf Metz, Autor reise-rechtlicher Publikationen, im Interview darlegt.

INTERVIEW: GERHARD LOB

■ Es reicht längst nicht mehr, schöne Zimmer mit attraktiver Aussicht anzubieten. Was ist dagegen einzuwenden, wenn Hotellers ihren Kunden mehr bieten wollen?

Die Hotellers geraten tatsächlich immer stärker unter Druck, zusätzliche Leistungen anzubieten. Das ist vom Marketing her nachvollziehbar, um attraktiv zu sein. Doch als Jurist mache ich darauf aufmerksam, dass die Hotellers damit auch eine erhöhte Verantwortung übernehmen. Denn die Hotellers müssen schauen, dass die Gäste nicht zu Schaden kommen.

■ Wie soll der Hoteller mit dieser Mehrverantwortung umgehen?

Er hat zwei Möglichkeiten. Er kann die Leistungen, die über das eigentliche Hotelangebot hinausgehen, in ei-

nem Paket als eigene Leistung anbieten und dafür bewusst die Verantwortung übernehmen. Er könnte aber auch einfach Prospekte von anderen Anbietern, beispielsweise im Sport- oder Ausflugsbereich, auflegen. Dann muss der Kunde diese Aktivitäten bei solchen Anbietern buchen. Natürlich stösst sich dies mit dem Anspruch der Hotellers, das bestmögliche Angebot für die eigenen Kunden selber zu erbringen.

«Man muss unterscheiden zwischen allgemein bekannten Begebenheiten und nicht bekannten Umständen.»

■ Welche rechtlichen Probleme gibt es denn konkret, wenn ein Hoteller in seine Pakete auch Veranstaltungen mit aufnimmt?

Viele Hotels bieten heute beispielsweise im Rahmen von Musik-wochen Pauschalangebote für Übernachtungen mit Konzertbesuch an. Der Eintritt in die Konzerte ist dann im Preis enthalten. Fällt jedoch ein Konzert aus, weil etwa der Starsolist krank geworden ist, kann der Hoteller für den Ausfall verantwortlich gemacht werden, obwohl er gar nicht Veranstalter des Konzerts ist. Das ist nicht allen Hotellers bewusst. Er steht nämlich mit seinem Angebot nicht nur für Kost und Logis, sondern auch für das Konzert ein.

■ Das ausgefallene Konzert mag ärgerlich sein, problematischer jedoch erscheinen Angebote im Adventure-Bereich, wo reale Gefahren lauern.

Das stimmt. Stellen wir uns nur vor, dass ein Hotel ein Pauschalwochenende inklusive Bungeejumping-Sprung anbietet. Da sind die Risiken natürlich erheblich grösser als bei einem Konzertbesuch. Die Bedingungen für die Teilnahme – das heisst die

gesundheitlichen Voraussetzungen eines Teilnehmenden – müssen in diesem Fall gegenüber dem Kunden unbedingt vor der Buchung offen gelegt werden. Sie müssen in den Prospekt oder auf die Homepage aufgenommen werden. Wenn ein Hoteller korrekt informiert und ein Angebot tadellos erbracht hat, ein Gast aber wie im Beispiel des Bungeejumping gleichwohl verunfallt, wird der Hoteller nicht schadenersatzpflichtig. Mit anderen Worten: Der Gast muss dann den Schaden selber tragen.

■ Ist eine solche Forderung nicht unrealistisch? Man kann ja nicht alle möglichen Risiken von möglichen Ausflügen in Hotelprospekten festhalten.

Man muss unterscheiden zwischen allgemein bekannten Begebenheiten und nicht bekannten Umständen. Bei Schweizer Touristen beispielsweise können Sie beim Angebot von Wanderferien davon ausgehen, dass diese wissen, wie man sich bei Bergwanderung anzieht. Im hypothetischen Fall des Bungeejumping sind diese Voraussetzungen nicht allgemein bekannt. Das Hotel ist dann aufklärungspflichtig.

■ Es gibt aber auch so etwas wie eine Eigenverantwortung, eine Kundenpflicht zur Information und natürlich den gesunden Menschenverstand. Wer nicht topfit ist, wird sich wohl kaum für ein Bungeejumping-Wochenende anmelden.

Um bei diesem Beispiel zu bleiben: Man kann nicht voraussetzen, dass der Hotelkunde alles über diesen Sport und seine Gefahren weiss. Ist der Sprung im Pauschalprogramm enthalten, muss der Hoteller darüber aufklären. Anders verhält es sich, wenn eine Person individuell den Sprung bucht. Dann muss das Bungeejumping-Unternehmen bei der Buchung den Kunden entsprechend informieren.

■ Kann der Hoteller sich nicht einfach von den Risiken entbinden, indem er seine Gäste ein Papier unterschreiben lässt, in dem diese erklären, die Exkursionen auf eigene Gefahr zu unternehmen, auch wenn

sie von den Hotels organisiert werden?

Dies ist nicht möglich, wenn ein bestimmtes Event im Pauschalangebot des Hotellers enthalten ist. Der Gast hat ja dann schon einen Vertrag abgeschlossen, in dem Übernachtung und Event inbegriffen sind. Rechtlich dürfte dies eine Pauschalreise sein. Und da haftet der Veranstalter – der Hoteller – für sämtliche im Arrangement enthaltenen Leistungen. Diese Haftung kann nicht ausgeschlossen werden.

■ Haben Sie den Eindruck, dass Hotellers in der Praxis ihrer Aufklärungspflicht häufig nicht nachkommen und ein zu grosses Risiko eingehen?

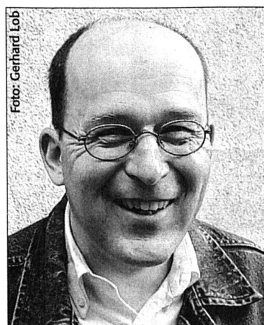
Bei Events wie Konzerten hält sich das Risiko in Grenzen, aber bei den neuesten Sportaktivitäten oder beispielsweise bei nächtlichen Schlittelfahrten von einer Alp, bei denen allenfalls Alkohol im Spiel ist, wächst das Risiko schnell an.

«Der Hoteller tritt am besten als Vermittler auf.»

■ Was kann ein Hoteller machen, der seinen Gästen etwas bieten will, aber die Verantwortung als zu hoch einschätzt?

Dieser Hoteller tritt am besten als Vermittler auf. Er gibt den Gästen die Möglichkeit, zusätzliche Ausflüge bei den jeweiligen Anbietern direkt zu buchen. Dann übernehmen diese die Verantwortung. Hotellers, die Pauschalen anbieten, welche neben den üblichen Hotelleistungen Ausflüge, Kurse, Sportaktivitäten etc. enthalten, sollten unbedingt über eine Haftpflichtversicherung verfügen, die diese Risiken auch deckt. So sind mindestens die finanziellen Folgen von Unfällen abgedeckt.

Rolf Metz (50) ist Fürsprecher und Autor von Publikationen über Reiserecht. Er lebt und arbeitet als selbstständiger Berater für Hotels und Tourismusunternehmen in Brissago TI. Seine Homepage: www.reisebuerorecht.ch.



Rolf Metz setzt sich mit dem Reiserecht und Haftungsfragen auseinander.

GV SEILBAHNEN SCHWEIZ

Happige Sanierungen stehen bevor



Hans Höhener ist der neue Präsident des Verbands Seilbahnen Schweiz.

Neue statt alte Anlagen, eine neue Ausbildung und ein neuer Präsident: Das waren die Themen an der GV des Verbands Seilbahnen Schweiz.

■ THERES LAGLER

Obwohl in den nächsten Jahren in der Schweiz kaum neue Skigebiete erschlossen werden, besteht ein immenser Finanzbedarf: Die Seilbahnunternehmen planen bis 2009 Investitionen in der Höhe von 1,4 Milliarden Franken. 64 Prozent davon sind für den Ersatz von überalterten Seilbahnen, die aus den 70er- und 80er-Jahren stammen, reserviert. 26 Prozent des Geldes will die Branche in Neben-

bereiche wie technische Beschneidung und Gastronomie stecken. Doch ohne die Mithilfe der öffentlichen Hand gehe dies nicht, wurde letzte Woche an der Generalversammlung des Verbands Seilbahnen Schweiz (SBS) in Meiringen betont.

Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Finanzhilfe des Bundes. Seit er 1974 das Investitionshilfegesetz (IHG) in Kraft setzte, wurden rund 250 Seilbahnprojekte mit 360 Millionen Franken unterstützt. Der Bund schlägt mit seiner neuen Regionalpolitik nun aber eine neue Richtung ein. Das IHG soll abgeschafft werden. SBS-Direktor Peter Vollmer hielt deshalb unmissverständlich fest: «Wir wollen von der neuen Regionalpolitik die gleiche Wirkung der Fördermassnahmen wie bis-

her und akzeptieren eine Reduktion nicht.» Die Vorlage zur neuen Regionalpolitik, die nur noch in Ausnahmefällen zinslose Darlehen vorsieht, stiess in der Vernehmlassung auch andernorts auf Kritik (siehe htr 36 vom 2. September). Der Bundesrat legt voraussichtlich noch in diesem Jahr das weitere Vorgehen fest.

EIN NEUER PRÄSIDENT UND EINE NEUE AUSBILDUNG

Damit wird sich auch der neue Präsident des Seilbahnverbands auseinander setzen müssen: Gewählt wurde Hans Höhener. Der 57-Jährige ist seit 1989 Verwaltungsratspräsident der Sântis-Schwebelbahn AG. Zudem war er während 16 Jahren Regierungsrat des Kantons Appenzell Ausserrhodens.

Höhener ersetzt Louis Moix, der nach insgesamt 12 Jahren im Vorstand – davon 4 Jahre als Präsident – zurücktrat.

Weiter hat die Generalversammlung des Seilbahnverbands grünes Licht für die Einrichtung eines Berufsbildungsfonds gegeben. Er soll ermöglichen, dass ab dem Sommer 2006 die Berufe Seilbahnpraktiker (2 Jahre Ausbildung) und Seilbahnassistent (4 Jahre Ausbildung) erlernt werden können. Fulvio Sartori, der stellvertretende SBS-Direktor, bezifferte gegenüber dem «Berner Oberländer» die Gesamtkosten der Ausbildungsangebote auf 807'000 Franken. Bund und Kantone beteiligen sich. Deshalb müsse der Verband etwa 30'000 Franken pro Jahr aufwenden. Rund 60 Ausbildungsplätze sollen entstehen. Als Ausbildungsstandort ist Meiringen vorgesehen.

Anzeige

HOTELA TRAVEL SUMMIT

Gipfeltreffen der Schweizer Tourismus- und Touristik-Industrie.

Dienstag, 26. Oktober 2004, um 13.30 Uhr, Centre de congrès, Montreux



VERPASSEN SIE NICHT DEN AUFBRUCH IM SCHWEIZER TOURISMUS!

Erleben Sie mit, wie der Schweizer Tourismus innovative Wege einschlägt. Der erste HOTELA Travel Summit mit hochkarätigen Gastreferenten und spannenden Workshops am Vortag des TTW Montreux ist die neue Plattform für die Auseinandersetzung mit

brennenden Fragen und kreativen Ideen. Das Zusammentreffen erfahrener Persönlichkeiten aus der Tourismus- und Touristik-Industrie garantiert Ihnen einen spannenden Nachmittag.



AUFBRUCH ZU NEUEN HORIZONTEN!

Als Gastreferent entführt Sie Bertrand Piccard in seine spannende Abenteuerwelt.



AUFBRUCH IN DER LUFTFAHRT?

Aufschlussreiche Ausführungen über die Zukunft der Luftfahrt und der SWISS im speziellen erwarten wir von Oliver Evans, Mitglied der Geschäftsleitung SWISS International Air Lines und Bereichsleiter Sales und Marketing.



IM FOKUS: ANDREAS SCHMID!

Der Ehrengast Andreas Schmid, Präsident des Unique-Airport Zürich und Kuoni-Präsident stellt sich den persönlichen Fragen von Hanna E. Rychener, Hans-Jörg Leuzinger und Harry John.

SPEZIELL EMPFEHLEN WIR IHNEN EINEN DER DREI MODERIERTEN WORKSHOPS:

Workshop I

Aufbruch im Reisevertrieb! Die neuen Geschäftsmodelle.

Welche Veränderung löst der Rückgang oder die Abschaffung von Provisionen in der Reisebranche aus? Am Workshop analysieren Reisebüro-Fachleute die Situation und diskutieren neue Modelle, um Ertrag zu generieren.

Moderation Urs Hirt und Peter Kuhn, TRAVEL INSIDE.

Workshop II

Aufbruch in der Angebotsgestaltung! Erlebnis-Inszenierung zwischen Style und Kitsch.

Der Workshop vermittelt Grundsätze der Erlebnisökonomie und stellt die Instrumente eines Erlebnis-Settings vor. Praktische Erfahrungen erfolgreicher Angebots-Inszenierungen werden ausgetauscht.

Moderation: Prof. Dr. Hansruedi Müller, Direktor FIF, Universität Bern

Workshop III

Aufbruch im Internet! Die innovativen Marketing- und Buchungsplattformen im Internet.

Einsatzmöglichkeiten des Webs im Incoming- und Outgoing-Tourismus: Welche Chancen bietet das Internet als Erstinformationsquelle und bei der Kundenpflege? Schweiz Tourismus und Travel.ch gewähren Einblick in die Möglichkeiten des Webs.

Moderation: Gregor Waser, Fachjournalist

DETAILLIERTE INFORMATIONEN UND ANMELDUNG:
WWW.HOTELATRAVELSUMMIT.CH



Veranstalter
Wir danken den folgenden Unternehmen für die Unterstützung:



Medienpartner
hotel+tourismus revue
TRAVEL INSIDE
travel manager

WEISSE ARENA GRUPPE

Über AG zu mehr Geld

Die Weisse Arena Gruppe in Laax geht bei der Finanzierung der Pisten- und Beschneidungsinfrastruktur neue Wege. Die Bergbahn will mit den Gemeinden der Alpenarena die Finanz-Infra AG gründen, um bei den Banken bessere Zinskonditionen für Investitionen herauszuholen. Dieses Vorgehen sei eine Anpassung an das Rating-System der Banken, welche die Bedingungen für Finanzierungen im Tourismus geändert hätten, so Reto Gurtner, Chef der Weissen Arena Gruppe.

Geplant ist, dass sich die Gemeinden Flims und Laax mit je 32 Prozent, Falera mit 16 Prozent sowie die Weisse Arena Gruppe mit 20 Prozent am Aktienkapital von 5 Mio. Fr. beteiligen. Die Finanz-Infra AG kauft dann der Weissen Arena Gruppe die Infrastruktur im Bereich Pisten und Beschneidung für 15,8 Mio. Fr. ab, um sie anschliessend an die Bergbahn zu verpachten.

Adrian Wolf, Finanzchef der Weissen Arena Gruppe, rechnet dank der guten Gemeinderatings mit Einsparungen bei den Zinsen von 375'000 Fr. pro Jahr. Zur Gründung der neuen Gesellschaft müssen die Einwohner der drei Standortgemeinden aber noch ihre Zustimmung geben. TL/sda

COMPAGNIE DES ALPES

Expansion in der Schweiz

Die französische Seilbahnfirma Compagnie des Alpes (CDA) drängt weiter auf den Schweizer Markt. Über ihre Tochter SwissAlp übernimmt sie für 1,7 Mio. Fr. eine 20-prozentige Beteiligung an der Aletsch Riederalp Bahnen AG. Die Beteiligung habe zum Ziel, die finanzielle Lage der Aletsch Riederalp Bahnen AG zu sichern, indem sie einen starken Partner erhalte. SwissAlp ist künftig auch im Verwaltungsrat des Bahnbetreibers vertreten.

SwissAlp-Präsident Paul von Krause sagte auf Anfrage, dass die Gesellschaft im Aletschgebiet hervorragend ins Portefeuille der CDA passe. Es handle sich um eine Region mit internationalem Renommee, zumal das Jungfrau-Aletsch-Gebiet im Grenzgebiet der Kantone Wallis und Bern zum UNESCO-Weltnaturerbe gehöre.

Die SwissAlp hält bereits 20,3 Prozent des Aktienkapitals der Téléverbier und 38 Prozent der Luftseilbahnen Saas-Fee AG. Wie von Krause weiter sagte, hat die SwissAlp aber nicht nur den Kanton Wallis im Visier, sondern verfolgt auch das Geschehen in anderen Regionen, insbesondere im Berner Oberland und in Graubünden. TL/sda

TOURISMUS UND HOTELLERIE

Besucherboom stimmt Branche optimistisch

Der Boom im Berlin-Tourismus hat sich im ersten Halbjahr 2004 fortgesetzt. Mit rund 2,7 Mio. Besuchern und 6 Mio. Übernachtungen konnte die Hotellerie einen neuen Tourismusrekord verbuchen. Nach einer langen Durststrecke ist die Branche wieder optimistischer.

HANS-JÜRGEN MAURUS

Die Zahlen des bisherigen Rekordjahres 2001 wurden bei den Übernachtungen im ersten Halbjahr 2004 um 9,4 Prozent und bei den Gästen sogar um 12,4 Prozent übertroffen. Als Hauptursache nennen Experten die erfreuliche Zunahme ausländischer Touristen, deren Anteil mittlerweile von 23,3 Prozent (2001) auf 26,6 Prozent gestiegen ist. Dennoch existiert weiter ein krasses Missverhältnis zwischen den rund 2 Mio. inländischen Besuchern, die insgesamt 4,2 Mio. Übernachtungen buchen, und den 720 000 Gästen aus dem Ausland, die 1,86 Mio. Nächte blieben und in der Regel pro Kopf mehr Geld ausgeben. Im Schnitt bleibt ein Berlin-Besucher 2,2 Tage in der Hauptstadt.

«Berlin ist in diesem Jahr so international wie nie zuvor», freut sich Hanns Peter Nerger, Geschäftsführer der Berlin Tourismus Marketing GmbH. «Es ist eines unserer zentralen Marketingziele, den Anteil der internationalen Gäste am Gesamtbesucherkontingent kontinuierlich weiter zu erhöhen.» Unter den ausländischen Gästen drängt es besonders Briten, Amerikaner, Holländer, Italiener und Schweizer nach Berlin (siehe Box). Deutlich angezogen hat auch der Reiseverkehr aus dem als zukunftsreich eingeschätzten Wachstumsmarkt China. Die Zahl der Gäste aus der VR China (einschließlich Hongkong) stieg in den ersten sechs Monaten dieses Jahres im Vergleich zum Vorjahr um 86,1 Prozent auf 10 622 Besucher.

ÜBERKAPAZITÄTEN UND HARTER WETTBEWERB

Trotz der steigenden Besucherzahlen beklagen viele Hoteliers Überkapazitäten und harten Wettbewerb. Die 559 Beherbergungsbetriebe stellten im vergangenen Juni insgesamt rund 76 000 Betten zur Verfügung – rund 7000 mehr als im Vormonat. Es gibt also immer noch einen Bauboom, obwohl sich viele Hotelketten wie Ritz-

Carlton, Marriott, Radisson oder Mövenpick in der Bundeshauptstadt angesiedelt haben. Geplant sind weitere Projekte der Concorde-Gruppe, das Maritim-Kongresshotel sowie das Grand Hotel de Rome, ein 5-Sterne-Haus des englischen Multimillionärs Lord Rocco Forte.

Die Berliner Hotellerie offeriert mittlerweile 34 400 Zimmer und ist im Monatsdurchschnitt mit 72 Prozent ausgelastet. Das gilt aber nicht für die Luxushotels, bei denen die Auslastung häufig unter 50 Prozent liegt. Vor allem im 4- und 5-Sterne-Segment tobt ein unerbittlicher Preiskrieg. Intercontinental-Geschäftsführer Willy Weiland (siehe Interview) spricht gar von einem «ruinösen Preiskampf». Im Schnitt liegt der Preis bei lediglich 130 Euro und damit weit unter vergleichbaren Destinationen wie London, Paris oder Rom, wo weit höhere Erträge erzielt werden.

ANGEBOTE WEITER UNTER DEM NORMALPREIS

Der Schweizer General-Manager des neu eröffneten «Radisson SAS», Werner Knechtli, bezeichnet eine Durchschnittsrate von 120 bis 130 Euro als «zu wenig für die Miete, die wir an dem Standort bezahlen müssen». Das «Four Seasons» am Gendarmenmarkt schloss gar seine Pforten, weil mit den Renditen die zu hoch ausgehandelte Pacht nicht mehr zu bezahlen war. Gianni van Daalen, Geschäftsführender Direktor des Hotels Adlon Kempinski, spricht von einer «sehr angespannten Lage», weil im Luxussegment «weniger die Einzeltouristen als vielmehr die Tagungsgruppen fehlen». Entsprechend aggressiv gehen die Manager vor. Praktisch alle Luxushotels offerieren ihre Zimmer über den Billigvermittler hrs weit unter Normalpreis. Die Hilton-Gruppe vermarktet Berliner Zimmer sogar über den Kaffeehändler Tchibo mit 3-tägigen Städtereisen ab 99 Euro pro Nacht.

Berlin kann aufgrund struktureller Defizite, wie das Fehlen direkter Flugverbindungen in die USA, nur schwer mit Konkurrenten wie Paris oder Madrid mithalten. Seit 12 Jahren wird über den Grossflughafen Schönefeld diskutiert, doch noch immer ist der erste Spatenstich nicht erfolgt. Dennoch glaubt Marriott-Hoteldirektor Rupprecht Queitsch, dass Berlin als Tagungsort für Konferenzen oder Messen «weit unterbenutzt ist» und noch «viel Wachstumspotenzial» hat. Dazu braucht es aber nach Ansicht des Managers «ein aggressives Marketing» und «mehr Einsatz des Berliner Senats». Zwar hatte Berlin 2004 den Zu-

Foto: www.berlin-tourist-information.de



POTSDAMER PLATZ

Viele internationale Hotelketten haben sich in Berlin angesiedelt, wie etwa Ritz-Carlton und Hyatt am Potsdamer Platz.

schlag für den 26. Deutschen Krebsskongress, den Hauptstadtkongress für Medizin und Gesundheit und die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Unfallchirurgie erhalten, doch reicht dies nicht. «Adlon»-Hoteldirektor van Daalen betont, dass nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 «der Markt völlig zusammengebrochen ist», daher wolle man «im nächsten Jahr das Thema Kongresse und Tagungen in den Mittelpunkt der Gespräche am runden Tisch für den Tourismus rücken». Erste Erfolge sind die Internationale Musikmesse Popkomm, die 900 Firmen und 600 Aussteller nach Berlin bringen wird, sowie eine neue Fachmesse für die Modebranche («B-in-Berlin»), die erstmals am 21. Januar 2005 stattfinden soll.

HOFFEN AUF DIE FUSSBALL-WM 2006

Einen Extraschub erhofft man sich von der Fussball-WM 2006, die in Deutschland stattfindet und Berlin fünf Spiele sowie das Finale beschied hat. Die Fussballfans sollen Mehrnahmen von 500 Mio. Euro bringen. Etliche Hotels registrieren bereits eine Flut von Reservierungsanfragen. Wie nachhaltig sich das Grossereignis auf

den Tourismus auswirken wird, ist allerdings noch offen.

Berlin präsentierte sich dieses Jahr ganz besonders als Kulturmetropole, als Ort, an dem Trends gesetzt und neue Rekorde aufgestellt werden. Die MOMA-Ausstellung in der Neuen Nationalgalerie mit 200 ausgewählten Werken aus dem New Yorker Museum of Modern Art zog mehr als 1 Mio. Besucher an. Bis zuletzt waren riesige Besucherschlangen zu beobachten.

Um noch mehr Gäste aus dem Ausland anzulocken, setzt das Hotel- und Gaststättengewerbe auf die 3 Mio. Euro teure Aktion «WinterZauber Berlin», die nach Einschätzung von Koordinator Gerhard Buchholz «in der Reiseindustrie grosses Interesse» ausgelöst hat. Mit einer grossangelegten internationalen Werbekampagne sollen 44 Weihnachtsmärkte und die weltweit grösste Silvesterparty am Brandenburger Tor angepriesen werden.

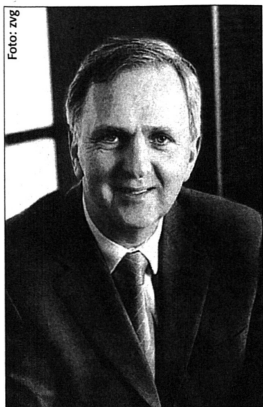
Swiss Connection – Schweizer in Berlin

Auch viele Schweizer zieht es in die deutsche Hauptstadt. Im ersten Halbjahr 2004 reisten nach Angaben des Statistischen Landesamtes 42 756 Eidgenossen an die Spree, eine Steigerung seit dem Jahre 2000 um immerhin 44,1 Prozent. Damit lagen die Schweizer Touristen auf einem beeindruckenden 5. Platz hinter Briten, Amerikanern, Italienern und Holländern. Bei der Hotelbelegung bringen es Schweizer Touristen auf 110 735 Übernachtungen – eine Steigerung im Vergleich zum Vorjahr um immerhin 29,9 Prozent – und liegen damit auf Rang

6. Zur «Swiss Connection» gehören in Berlin neben dem «Swissotel» auch der Schweizer General-Manager des Hyatt-Hotels, Fred Hürst, und der General-Manager des kürzlich eröffneten Radisson-SAS-Hotels im Dom Aquaree, Werner Knechtli. Ausserdem wurde in diesem Frühjahr das erste Mövenpick-Hotel unweit des Potsdamer Platzes eröffnet. Als kulturelles Highlight der Hauptstadt nicht zuletzt für die Einheimischen zählt die traditionelle Fete am Schweizer Nationalfeiertag in der Schweizer Botschaft direkt gegenüber vom Kanzleramt. MAU

WILLY WEILAND

«Der Hotellerie-Wettbewerb ist ruinös»



Willy Weiland, Vizepräsident des Berliner Dehoga-Landesverbandes.

Willy Weiland, Vizepräsident des Berliner Dehoga-Landesverbandes, über wachsende Touristenzahlen, Überkapazitäten und Preiskämpfe in Berlin.

INTERVIEW: HANS-JÜRGEN MAURUS

■ Der Berlin Tourismus hat im ersten Halbjahr 2004 neue Rekordzahlen zu verzeichnen, ist das die Trendwende?

Es ist eine Trendwende, weil Berlin eine sehr junge, moderne und interessante Stadt geworden ist, denken Sie nur an die MOMA-Ausstellung, die eine tolle Auswirkung hatte, und an die vielen anderen Museen.

■ Es gibt immer noch keine direkte Flugverbindung in die USA, kann man sich das noch leisten?

Nein, das kann man sich nicht mehr leisten, weil viele in dieser Stadt in Vorlage gegangen sind. Viele Unternehmen haben ihre Büros eingerichtet, gebaut oder Infrastruktur erstellt, und der Flughafen fehlt, der neue Geschäft und neue Arbeitsplätze bringen könnte, und beides brauchen wir dringend.

■ Wer profitiert am meisten von den steigenden Touristenzahlen, die Luxushotels oder das Economy-Segment?

Das Economy-Segment; viele Reisende werden jetzt auch durch die «Low-budget-carrier»-Fluggesellschaften in die Stadt gebracht, die es ermöglichen, relativ preiswert zu fliegen. Von diesem Trend, mal schnell für drei Tage nach Berlin zu kommen, profitiert vor allem die Low-Budget-Hotellerie. Die Luxushotels sind daher gezwungen, mit dem Preis auf einen Standard herunterzugehen, um die Hotels zu füllen, was einfach nicht gesund ist.

■ Die Bettenpreise sind ja in diesem Jahr noch einmal gesunken, das hört sich nach einer weiteren Preisschlacht an.

Der Wettbewerb ist ruinös. Das liegt einfach daran, dass viele neue Hotels in diese Stadt gekommen sind und der Kunde gar nicht mehr richtig zwischen 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels unterscheiden kann. Da sind tolle Namen darunter, die mit aggressiven Preisen auf den Markt gehen. Wir haben ausserdem klare Überkapazitäten.

■ Der Durchschnittspreis im 4- und 5-Sterne-Segment liegt in Berlin bei 130 Euro, ist man damit langfristig überhaupt überlebensfähig?

Das ist richtig, wir brauchen ein Preisniveau, das sich um 30 bis 40 Euro nach oben entwickelt. Es sind immense Investitionen getätigt worden, die finanziert werden müssen. Berlin hat dadurch auch an Status gewon-

nen. Deswegen brauchen wir mehr Geschäftskunden und besprechen diese Aufgabe mit dem Regierenden Bürgermeister am runden Tisch.

■ Erwarten Sie langfristig eine stärkere Konsolidierung im Hotelsektor?

Es stehen noch einige Projekte an, doch die Marktlage hat den einen oder anderen Investor eher abgeschreckt. Aber bis zur WM 2006 wird so mancher sagen: «Das ziehe ich in Berlin noch durch, ansonsten hoffe ich auf eine gewisse Konsolidierung.»

■ Wie gross ist der Rückschlag durch die Schliessung des Four Seasons-Hotels?

Das ist schade. Dadurch verliert Berlin eine Hotelkette, die sehr renommiert ist, einen Superservice offeriert und der Stadt ein Superimage gebracht hat, aber ich denke, dass dies verkraftet werden kann.

Vom 22. bis
zum 26. Januar
2005

Eurexpo Lyon, Frankreich

**Erkunden Sie die Vielfalt
der Talente**

Produkte, Großküchen-
Ausstattung, Kühltheken
vitrinen, Cafeteria, Bäckerei-
Konditorei, Tafelgestaltung,
Material.

Aktuelle Trends und
Innovationen in allen
Bereichen der Restauration
und Hotellerie.

Kochkunst par excellence, die
Alchimie von Genießen,
Verwöhnen und gesunder
Ernährung.

Es werden mehr als
1650 Aussteller aus
23 Ländern erwartet.
Spanien ist in diesem Jahr der
Ehregast.

**LASSEN SIE ES
SICH SCHMECKEN!
DIE KÜCHEN DER
WELT TREFFEN
SICH**

Sirha 2005, noch interessanter,
noch internationaler
Absolut einzigartig auf der Welt!

**Damit Sie Ihre Leidenschaft voll ausleben
kommen, bereiten Sie Ihren Besuch schon
jetzt vor www.sirha.com
Und bestellen Sie Ihren Messeausweis.**

Entdecken Sie schon vorab die Ausstellerliste,
Neuigkeiten und Events auf der Sirha.

Weitere Informationen erhalten Sie unter
der Nummer: +33 4 72 22 31 00

**Erleben Sie Momente
voller Spannung und
Intensität**

Ausschreibungen und
Wettbewerbe in allen
Branchen.

Außerordentliche Events mit
internationaler Bedeutung:
der "Bocuse d'Or" und die
Weltmeisterschaft der
Konditormeister, International
Caseus Award (Internationaler
Käsewettbewerb).

**ZITTERN SIE MIT
UNS!
LEIDENSCHAFT
STIMULIERT DIE
GESCHÄFTE**

Steht die Sirha
im Blickpunkt
der Welt.

Und Sie sind

selbstverständlich

dabei!

Sirha
www.sirha.com

Partner:
**France
info**

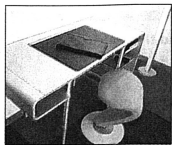
Eine Veranstaltung von:
SepelCom
Partner of Reed Exhibitions



Sirha
Internationale **Catering**
und **Nahrungsmittelfachmesse**
www.sirha.com



OTTO LINDNER JUN. / Der Vorstand der Lindner Hotels zu Preispolitik, Kundenbindung, added Value, und Zukunftsaussichten. SEITE 12



«HOTELBERN» / Mit neuer Marke, und vor allem mit erneuerten Zimmern präsentiert sich das Berner Stadthotel. SEITE 14

Tourismus Hotellerie

hotel+tourismus revue

LUZERNER GROSSRÄTE

Lobbying für Tourismus

16 Luzerner Grossräte von CVP, FDP, SVP und SP haben sich auf Initiative des Präsidenten des Kantonalen Verkehrsverbandes, dem Weggiser Hotelier und FDP-Grossrat Toni Zimmermann, zur Parlamentarischen Tourismus-Gruppe Kanton Luzern (PTG) zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, im politischen Tagesgeschäft für den einheimischen Tourismus zu lobbyieren.

Wie die PTG mitteilte, wurde ein Kernteam gebildet, das als Erstes ein Manifest entwerfen soll. Ihm gehören folgende Branchenvertreter an: Hansrudolf Amport, Direktor Gastro-Luzern, Rolf Hilber, Grossrat und Hotelier, Peter Kämpfer, Hotelier und Präsident Hotels Zentralschweiz, Bruno Schmid, Grossrat und Vizedirektor UNESCO-Biosphäre Entlebuch, Ruedi Stöckli, Grossrat und Restaurateur. Präsiert wird die Gruppe von Toni Zimmermann. Er sei überzeugt, dass der Luzerner Tourismus als Wirtschaftsmotor für die Stadt eine grössere parlamentarische Beachtung verdient habe, so Zimmermann. *CK/sda*

SAMEDAN

Investoren übernehmen Flugplatz

Die Zukunft des Flugplatzes Samedan (GR) ist gesichert. Die Generalversammlung der Trägergenossenschaft hat dem Verkauf an eine Investorengruppe um den Zürcher Financier Urs E. Schwarzenbach zum Preis von knapp 500'000 Franken zugestimmt. Die Gruppe will in den nächsten 10 Jahren rund 10 Mio. Franken investieren. Zu den Investoren gehören auch gut betuchte Oberengadiner Feriengäste wie beispielsweise die griechischen Reederfamilien Niarchos und Livanos sowie Heidi Horten, Witwe des früheren deutschen Warenhauskönigs Helmut Horten.

Die Genossenschaft Flugplatz Oberengadin übergibt der Engadin Airport – der neuen Firma der Investorengruppe – die Liegenschaften und das Inventar. Zudem wird die Betriebskonzession, die für die nächsten 30 Jahre gültig ist, auf die neue Besitzerin übertragen. Der Kanton Graubünden bleibt im Moment Mitigentümer des Flugplatzes Samedan. Doch er wolle seinen Anteil mittelfristig ebenfalls an die Engadin Airport abtreten. *CK/sda*

WALLIS

Im Aletsch-Gebiet brodelt es

Am Dienstag hat «Aletsch Marketing» Strategien und Kampagnen zur Positionierung der neuen Tourismusdestination präsentiert. Namhafte Touristiker aus der Region kritisieren die junge Organisation indes heftig und fordern eine Neubesetzung an der Spitze.

■ ROBERT WILDI

Dicke Post für Daniel Tüscher. Der Geschäftsführer von Aletsch Marketing (AM) musste in jüngster Vergangenheit harte Kritik einstecken. Von den bekannten Hoteliers Peter Bodenmann und Art Furrer, die in der Walliser Ferienregion aufgrund ihrer prominenten Vergangenheit zu den schillerndsten Persönlichkeiten zählen, wird ihm fehlendes Know-how vorgeworfen. Hauptkritikpunkt: AM verbrenne sinnlos Geld, da statt Produkte nur Imagewerbung betrieben werde. Trotz einem stolzen Budget von 1,6 Millionen Franken sei in den letzten Monaten viel zu wenig unternommen worden, um die attraktiven Angebote der Region für die bevorstehende Winter-Hauptsaison im Markt bekannt zu machen. Für Bodenmann und Furrer sind Tüscher und auch Präsident Jules Lauber eine Fehlbesetzung.

Beide Hoteliers gehören dem siebenköpfigen und mit fünf weiteren lokalen Touristikern bestückten Fachbeirat von Aletsch Marketing an, der die Direktion und den Vorstand bei der Ausarbeitung von Kampagnen unterstützen soll. «Seit wir konkrete Verbesserungsvorschläge zu den unserer Meinung nach falsch konzipierten und ungenügenden Marketingaktionen vorgelegt haben, ist unser Gremium von AM entgegen der statutarischen Bestimmungen faktisch ausgeschlossen und seit Monaten nicht mehr zu Sitzungen eingeladen worden», beschwert sich Bodenmann.

DIE FRONTEN SIND VERHÄRTET

Bodenmann und Furrer sind nun in die Offensive gegangen und kandidieren bei den nächsten Wahlen für den Vorstand von Aletsch Marketing. Doch ihre Chancen sind praktisch gleich null, denn das bestehende Gremium ist für vier Jahre fix gewählt. Die beiden unzufriedenen Hoteliers haben als Zeichen des Protests ihre Kurtaxen-Zahlungen an die Vermarktungsorganisation eingestellt und auf ein Sperrkonto umgelegt.

Foto: ZVG

Muskelkater und Murmeltiere inkl.

Leute! Frischling aus dem Mittel- und dem Unterland, bei uns im Aletschgebiet können Sie für immer Murmeltiere (inkl. Gänge, Kollergänge und eine kleine Schüssel) kaufen. Diese hier, sind um das einjährige UNISKO-Weltwunder Jungfrau-Aletsch-Biosphäre, gibt es nirgendwo. Bei denen Sie froh um 27 Gänge, Kollergänge und eine kleine Schüssel können sein. (ZVG 1-1-1)

Auf der schneebedeckten Strecke zwischen Fiesch und dem Egginhorn, wo jeweils im September die Gletscher-Trophy ausgetragen wird, gibt's zum Beispiel 18 Kilometer lang nur sich herum, es doch die Kleinsten von 1800 Höhenmetern zu überwinden.

Und auch auf der 20 Kilometer langen Route zwischen dem Käthöfen und dem Käthöfen, die Sie unter anderem durch einen Tunnel unter den Bergen hindurchführt, wird Ihnen die Luft wegbleiben, nicht zuletzt auch wegen der imposanten Naturkulisse.

Aber natürlich sind Sie ja ein absoluter Downhill-Spezialist und ziehen es vor in 45 Minuten, die 17 Kilometer von der Mörfler via Käthöfen und Riederalp nach Bettmeralp zu fahren.

Dann sollten Sie einfach darauf achten, unterwegs keine Murmeltiere und Wiesel zu überfahren: sie stehen nämlich unter Naturschutz.

Natürlich gibt es im Aletschgebiet auch einfache, deswegen aber nicht weniger schöne Routen für die ein gemütliches Velo durchs Gelände. Sie bei uns eine gemütliche Fahrt entlang des

Laufs der jungen Rhone, die hier Rotten genannt wird, bei Fiesch sehr beliebt.

Und was ist, wenn Sie in Ihren Ferien gar nicht auf einem Städtchen sein wollen? Dann machen Sie es einfach wie früher und spazieren Sie auf einem der vielen Wanderwege, die es hier gibt, durchs Aletschgebiet.

Die Kleinsten von 1800 Höhenmetern unter dem Käthöfen, die Sie unter anderem durch einen Tunnel unter den Bergen hindurchführt, wird Ihnen die Luft wegbleiben, nicht zuletzt auch wegen der imposanten Naturkulisse.

Aber natürlich sind Sie ja ein absoluter Downhill-Spezialist und ziehen es vor in 45 Minuten, die 17 Kilometer von der Mörfler via Käthöfen und Riederalp nach Bettmeralp zu fahren.

Dann sollten Sie einfach darauf achten, unterwegs keine Murmeltiere und Wiesel zu überfahren: sie stehen nämlich unter Naturschutz.

Natürlich gibt es im Aletschgebiet auch einfache, deswegen aber nicht weniger schöne Routen für die ein gemütliches Velo durchs Gelände. Sie bei uns eine gemütliche Fahrt entlang des

ALETSCH
Brig - Wallis - Schweiz
Brig am Simplen, Riederalp, Bettmeralp, Fiesch, Egginhorn, Goms

IMAGEWERBUNG FÜR DAS ALETSCH-GEBIET

Image-Werbung oder Produkte-Werbung? Darüber scheiden sich die Geister. Die Hoteliers Peter Bodenmann und Art Furrer wollen lieber Produkte bewerben.

Auf die massiven Anwürfe von Bodenmann und Furrer sowie deren Gang an die Öffentlichkeit wurde bei AM inzwischen reagiert und eine ausserordentliche Vorstandssitzung einberufen. Sämtliche rund 110 touristischen Leistungsträger in der Region erhielten von der Organisation eine schriftliche Stellungnahme zu den Kritikpunkten. «Auch dem Fachbeirat haben wir Gespräche angeboten», so Tüscher. Die Fronten sind allerdings derart verhärtet, dass man sich bis jetzt nicht gemeinsam an einen Tisch gesetzt hat.

Tüscher wehrt sich gegen die Beschuldigungen. Der Zeitplan sei von Beginn weg sehr knapp gewesen. «Aletsch Marketing ist am 3. Februar dieses Jahres gegründet worden, am 1. Mai haben wir unsere Tätigkeit aufgenommen, die Wahl der Werbeagentur

sowie die Verabschiedung des Marketingkonzepts erfolgten erst im Juni.» Mit lediglich zwei vollamtlichen Angestellten habe er also nur einige Monate Zeit gehabt, um das ambitionierte Pensum zu absolvieren. Jules Lauber, Präsident von Aletsch Marketing, bestätigt dies und attestiert Tüscher einen enormen Einsatz. Zudem sei das vor Monaten vorgeschlagene Marketing- und Werbekonzept vom Fachbeirat um Bodenmann und Furrer einstimmig abgesegnet worden.

DIE VERKEHRSVEREINE GEBEN SICH MODERATER

Für Bodenmann und Furrer sind das nur billige Ausflüchte. Sie kritisieren, dass man schon viel früher mit der Ausarbeitung der Konzepte und Kampagnen hätte beginnen sollen. Der

Zeitplan sei bei weitem nicht eingehalten worden. «Die für den 15. Mai anberaumte Präsentation eines Werbekonzepts samt Broschüre für das Produkt Langlauf im Goms fand nicht statt, stattdessen hat Aletsch Marketing Ende Juli einen halb fertigen und ungenügenden Entwurf vorgelegt», nennt Bodenmann ein Beispiel. Auf Verbesserungsvorschläge seinerseits seien Vorstand und Direktion auch hier nicht eingegangen.

Um einiges moderater fällt die Beurteilung von AM in den Verkehrsvereinen der Region aus. Obschon Brig-Belalp-Tourismus sowie Riederalp Tourismus unlängst eine Aussprache mit der Organisation verlangten, da die klar definierte Aufgabentrennung da und dort nicht funktioniert, ist man grundsätzlich positiv eingestellt. «Ich bin sehr froh, dass nun Inserate geschaltet werden und die Sache ins Rollen kommt», sagt Beat Pfammatter, Tourismusdirektor von Brig-Belalp. Dass es über die Art der Umsetzung der Kampagnen unterschiedliche Auffassungen gebe, sei zu erwarten gewesen. Pfammatter ruft die ganze Region zur touristischen Zusammenarbeit auf und hält nicht viel von der aktuellen Kontroverse. «Wir müssen nicht streiten, sondern miteinander kommunizieren und Lösungen finden.» Ganz ohne Kritik an Aletsch Marketing bleibt aber auch er nicht. Die Organisation solle mehr Tourismusfachleute in die Gestaltung der Aktivitäten miteinbeziehen und noch schneller und professioneller werden.

TEILWEISE VERSTÄNDNIS FÜR DIE KRITIK

Auch Direktor Mario Breide von Riederalp Tourismus bringt klar zum Ausdruck, dass er von Aletsch Marketing künftig mehr erwarte. «Die Werbekampagne für diesen Sommer wurde komplett verpasst», so seine Kritik. Bezüglich Kompetenzen der Führungskräfte von Aletsch Marketing schweigt er diplomatisch. Für die Kritik von Bodenmann und Furrer bringe er jedenfalls teilweise Verständnis auf. Von lautenstarken Polemiken hält aber auch er nicht viel. «Aletsch Marketing muss in Ruhe arbeiten können, denn ein Scheitern kann sich die ganze Region nicht leisten», ist Breide überzeugt. Wichtig sei ein Zusammenlegen der Kräfte, denn eines ist für ihn klar: Das touristische Produkt der Region Aletsch würde viel mehr Gäste verdienen. Eine kleine Annäherung hat am Dienstag immerhin stattgefunden: Die Verantwortlichen bei Aletsch Marketing sind gewillt, künftig wieder viel enger mit dem Fachbeirat zusammen zu arbeiten.

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

MIRUS SOFTWARE
Mit der
MIRUS Personaleinsatzplanung (PEP)
haben Sie eine gesetzeskonforme Arbeitszeitkontrolle.
Profilieren auch Sie vom Know-how des Marktleaders!

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

anliker GSM:
Amortisiert
in nur sechs
Monaten!

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

hoteljob
Die Stellenvermittlung
für Hotellerie
und Gastronomie

Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?

Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swisshotels.ch
www.hoteljob.ch

eco bar
Die beste Adresse
für Minibars
und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise

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

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

**Wir bieten Ihnen
einen 5★-Service**

Steuer- und Unternehmensberatung,
Treuhand, Schätzungsabteilung,
Informatiklösungen

- kompetent
- professionell
- diskret
- unbürokratisch
- wirtschaftlich

Gastroconsult AG
Telefon 0844 88 44 24
www.gastroconsult.ch

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION**Wir verkaufen - vermieten
oder suchen Ihren neuen Betrieb ...****Haben Sie einen interessanten Betrieb
zu verkaufen - zu vermieten?****Suchen Sie einen Betrieb zu mieten -
in Miet/Kauf - oder zu kaufen?****Wir sind auch die Spezialisten
für Probleme mit der Bank, Umfinanzie-
rungen, Sanierungen, Reorganisations, Kosten-
restrukturierungen und Marketing**Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06**gribitheurillat**
Immobilien-Beratung und Generalbetreuung**Muttenz/BL**Verwöhnen Sie Ihre Gäste im
idyllisch gelegenen**Landhaus Römerburg**Restaurant mit ca. 120 Plätzen
inkl. Wirtswohnung und
4 Mansardenzimmer
Grosser Parkplatz**Preis auf Anfrage**Interessiert? Gerne zeigen wir
Ihnen die Liegenschaft vor Ort.**Christoph Bussinger**061 690 40 33
cbussinger@gribitheurillat.ch
www.gribitheurillat.ch

163577/430586

Wir kaufen Ihre

IMMOBILIENSeriöse Abwicklung. Vertrauen Sie uns Ihr
Problem an.S&B Immobilien AG
Telefon 041 910 61 01

163563/430090

Mitten im Dorf Sachseln (OW) verkaufen wir das traditionsreiche**Hotel Kreuz******welches 1989 im alten Stil und nach denkmalpflegerischen Vorgaben
erbaut wurde. Bis zur Unwetterkatastrophe von 1997 wurde es erfolgreich als
Seminar- und Ferienhotel mit einem vorzüglichem Gastronomie-Angebot
geführt.Beim damaligen Unwetter blieben die Seminarräumlichkeiten und die
bestens ausgebauten Zimmer unversehrt. Das Restaurant, der Empfang und
die Küche im Erdgeschoss müssen auf eigene Rechnung und Vorstellungen
neu eingebaut werden. Ebenfalls gehört eine idyllische Seeparzelle von
700m² dazu, welche für die Hotelgäste zugänglich ist.**Das Hotel kann durch besondere Umstände sehr günstig
abgegeben werden.**Zusätzlich kann noch ein komplett renoviertes historisches Gebäude
mit vier Suiten, dazugehörenden Seminarräumlichkeiten und Weinkeller,
etc. gekauft werden.**Eine einmalige Gelegenheit für einen Gastronomiefachmann!**
Nähere Einzelheiten erfahren Sie bei Herrn Toni Bucher.**CITY IMMOBILIEN MANAGEMENT AG**

CH-6052 Hergiswil, Tel. 041 632 40 80, Fax 041 632 40 75, www.city-immobilien.ch

La commune de Cartigny (Genève) nous a mandatés
pour mettre au concours la gérance du**Café-restaurant de Cartigny**

- Etablissement entièrement rénové
- Cuisine et installations neuves
- Café-restaurant de 50 places
- Terrasse de 50 places
- Grand jardin à disposition
- Local pour une épicerie
- Appartement de service (4 pièces)
- Places de parc
- Très bel outil de travail moderne
- Mobilier, vaisselle et accessoires neufs à disposition
- Pas d'investissement de départ
- Libre de suite.

Faire offres de candidature jusqu'au vendredi 1^{er} octobre
2004 avec CV, photos, références à l'adresse suivante:
Audit-Intercom SA, Monsieur Jean-Claude Pittet,
Case postale 76, 1018 Lausanne 18 Pontaise.

163581/204544

Zu verpachten im Domleschg

Restaurantmit 40 Sitzplätzen, Sälli,
Gartenwirtschaft, Wirtswohnung,
Personalzimmer.
Auf Wintersaison 2004/05 oder
Sommer 2005.**GFI Treuhand AG**Via Maistra 7, 7500 St. Moritz,
Tel. 081 832 20 55, Fax 081 832 20 56,
E-Mail gfi@bluewin.ch

163590/423625

Gesucht wird in den folgenden Kantonen
FR/NE/BE/LU/SO/AG zum Kauf/Pacht**Seminar-Ferien-Hotel/Land-
gasthof**

- freistehend mit Umschwung und Parkplätzen
- mind. 10 Zimmer/Seminarraum
- Autobahnanschluss in 20 Min. erreichbar
- auch renovationsbedürftige Objekte.

Absolute Diskretion wird zugesichert.

Interessenten schicken ihre Anfrage an:
Chiffre P 145-770589, an Publicitas S.A.,
Postfach 48, 1752 Villars-s/Glâne 1

163496/282708

Liebhäberobjekt**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

AUS- UND WEITERBILDUNGSOUTHBORNE SCHOOL OF
ENGLISH
BOURNEMOUTH ENGLAND

Cambridge First Certificate

Perfekt für künftige
Tourismus-ExpertenTelefon 031 950 28 27
www.best-of-english.ch**GASTROSUISSE
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 Hotelréception 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.gastrosuisse.ch/weiterbildung
Tel. 01/377 55 30 - Fax 01/377 55 92 - E-mail: weiterbildung@gastrosuisse.ch**ozeania**
info@ozeania.ch surf to: www.ozeania.ch**Sprachreisen Australien Neuseeland -
am besten mit ozeania**Ozeania Reisehaus Tel. 056 484 20 20
5442 Fällsbach Fax 056 484 20 21**Über
Internet
und nette
Gäste.**Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,
www.htr.ch**ANZEIGEN****Polstermöbel****Objektbestuhlungen****Sitzpolster****Matratzen****CAVENG**
POLSTERMÖBEL**DER HOTEL-EINRICHTER**

Im Zentrum 14

9542 Münchwil

Tel. 071 966 20 22

www.moebel-caveng.ch**Restaurationen von:****Stühlen/Eckbänken****Polstermöbel****Hotelliquidation**Neuwertiges Mobiliar, Lampen, Pizza-
ofen, Induktionsherd usw.
Tel. 076 420 76 01. Inventarliste auf:
www.gastro.occasionalen.ch

163578/430587

www.boxspringbetten.chMade by Frischauf.ch...Heinz Hohl, www.tld.ch**Über Investitionen und
Bergstationen.**Abonnieren und inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

MINERALÖLSTEUER

Nein zum Entlastungsprogramm

Das Bündnis Landwirtschaft + Tourismus wehrt sich gegen die Pläne des Bundesrats, die Rückerstattung der Mineralölsteuer aufzuheben.

Die vom Bundesrat im Entlastungsprogramm 04 geplante Aufhebung der Rückerstattung der Mineralölsteuer an ÖV-Unternehmen sowie an die Land- und Forstwirtschaft würde die wirtschaftliche Situation der betroffenen Branchen und ihre Stellung im Wettbewerb massiv verschlechtern, schreibt das Bündnis, zu dem sich verschiedene betroffene Verbände zusammengeschlossen haben. Mit dabei sind unter anderem der Schweizer Tourismus-Verband und die Konferenz der kantonalen Direktoren des öffentlichen Verkehrs.

Bei den Einsparungen geht es um rund 72 Mio. Franken im Bereich der Land- und Forstwirtschaft und etwa 50 Mio. im öffentlichen Verkehr. Seit 1962 wird den entsprechenden Branchen die Mineralölsteuer zurückerstattet, da sie die Strasse wenig beanspruchen. Das Bündnis weist nun darauf hin, dass die Rückerstattung ein wichtiges Element des Wettbewerbs sei. Würden die Pläne des Bundesrats durchgesetzt, so käme es zu Leistungseinbußen im ÖV oder dem Tourismus. Letztlich hätten darunter die Randregionen zu leiden, schreibt das Bündnis. *CK/Sda*

MEHR AUSLÄNDISCHE GÄSTE

«Turnaround realistischer»

Die Übernachtungen in hiesigen Hotelbetten haben im zweiten Quartal um 4% zugenommen. Der Anstieg ist den Ausländern zu verdanken.

CHRISTINE KÜNZLER/SDA

Die ausländischen Gäste haben laut Mitteilung des Bundesamtes für Statistik (BFS) 6,7% mehr Übernachtungen in Schweizer Hotels gebucht als in der gleichen Vorjahresperiode. Namentlich im Mai (+8,4%) und im Juni (+8,5%) ist die Nachfrage hoch gewesen. Dagegen zeigten sich die Einheimischen zurückhaltender: Die Übernachtungen der Gäste aus dem Inland nahmen im zweiten Quartal lediglich um 0,4% zu, wie das BFS anhand einer Stichprobe bei 500 Hotelbetrieben ermittelte. Im Juni ging sie gar zurück (-0,4%).

Insgesamt stiegen die Übernachtungen im ersten Halbjahr dank dem guten zweiten Quartal um 0,8%. Während die ausländischen Gäste häufiger kamen (+3%), blieben die Schweizer weg (-2%).

NOCH KEIN GRUND ZUR EUPHORIE

«Damit ist der Turnaround in der Tourismusbranche nach drei rückläufigen Jahren für 2004 realistisch», schreibt Schweiz Tourismus (ST) in einer Mitteilung. Grund zur Euphorie gebe es allerdings noch nicht. Besonders positiv falle der Zuwachs aus den

Foto: Swiss-Image



AUSLÄNDISCHE FERIENGÄSTE

Im zweiten Quartal dieses Jahres brachten die ausländischen Feriengäste den Schweizer Hotels 6,7 Prozent mehr Logiernächte.

wichtigen Märkten Japan und USA auf. Hier erwartet ST bis Ende Jahr ein Plus von 25%, respektive 15% im Vergleich zum Vorjahr.

Konkrete Zahlen über die Herkunft der Gäste nach Ländern und Regionen liefert die Stichprobe des Bundesamtes allerdings nicht. Deshalb liessen sich die näheren Umstände der günstigen Entwicklung bei den Übernachtungen kaum ermitteln, schreibt das BFS weiter.

«Der Schweizer Tourismus hat eine solide Zukunft. Die vergangenen drei Jahre haben aber einmal mehr gezeigt, wie stark der Tourismus auf internationale Ereignisse reagiert», schreibt ST-Direktor, Jürg Schmid in einer Pressemitteilung. Nachdem sich der Gast an veränderte Rahmenbedingungen gewöhnt habe, machten die ausländischen Gäste in den letzten Monaten wieder vermehrt Ferien in der Schweiz.

BAD RAGAZ

Neuer Auftritt

Die Gemeinde Bad Ragaz entwickelte zusammen mit Bad Ragaz Tourismus und den Grand Hotels einen neuen und einheitlichen Marktauftritt. Im Zentrum steht ein neues Logo mit dem Schriftzug «Bad Ragaz» und dem Zusatz «spavillage.ch», was zugleich als Internetadresse gilt. Damit fokussiert sich Bad Ragaz wieder auf das Wasser, das dem Ort den Namen gibt. Die rote Schrift ist abgestimmt auf das Logo von Heililand.

Der neue Marktauftritt wird unterstützt mit einem Image-Flyer. Er wurde als Marketinginstrument vor allem für touristische Zwecke geschaffen. Er steht der Gemeinde, aber auch Bad Ragaz Tourismus und den einzelnen Touristikbetrieben zur Verfügung. Die touristischen Schwerpunkte werden in fünf Bereiche gegliedert: Spa, Gesundheit, Sport, Natur und Kultur. Der Begriff «Kurort» wird durch «Erholungs- und Erlebniszone» ersetzt. Die Kosten für das Projekt betragen rund 17 000 Franken. *CK*

KURZ UND BÜNDIG

Thun mit einem neuen PocketCard-Stadtplan

Thun hat als erste Schweizer Stadt den praktischen PocketCard-Stadtplan mit Ausgehtipps und Sehenswürdigkeiten realisiert. Allerdings muss der Gast für den handlichen Plan auch vorher in die Tasche greifen: Er kostet 6 Franken. Die Erstauflage beträgt 10 000 Exemplare. *CK*

PUBLI-REPORTAGE

iHotel: Ihren Internetauftritt als CRM-Instrument nutzen und in Eigenregie verwalten

Der kritische Gast von heute will mit einem Mausklick rasch und umfassend informiert – und verführt – werden. Dafür gibt es jetzt iHotel: das Content Management System für Hotellerie, Gastronomie und Touristik.

«sch es rächt gsi?», fragt der Wirt seine Gäste. Das könnte man als die Urform des Customer Relationship Management (CRM) bezeichnen. Die Zeiten ändern sich, der Grundsatz bleibt: Kundenbindung ist einer der grössten Erfolgsfaktoren eines Unternehmens. Doch Gastgeber und Gast kommunizieren nicht mehr nur am Tisch, sondern auf ganz unterschiedlichen Kanälen. Einer von ihnen ist das Internet, die Kommunikations- und Informationsplattform der Zukunft.

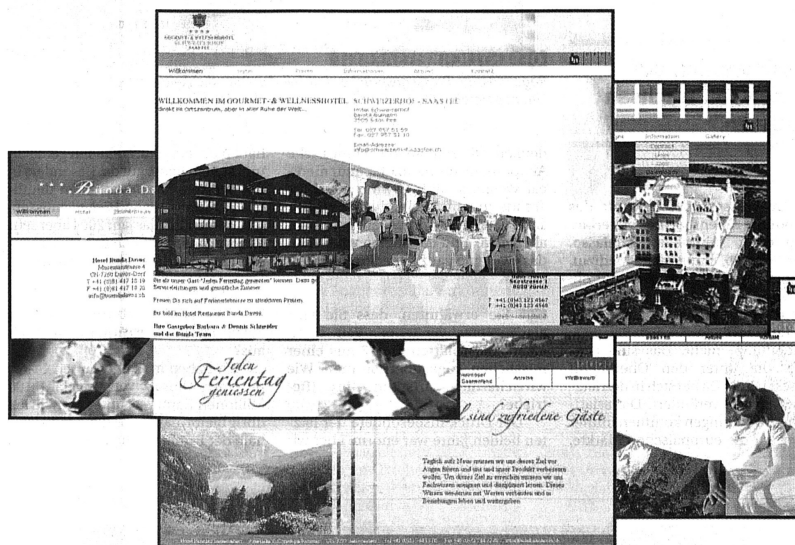
65% DER SCHWEIZER BEVÖLKERUNG NUTZEN DAS INTERNET

Internetpräsenz ist für einen erfolgreichen Unternehmer eine Selbstverständlichkeit. Doch die Präsenz allein reicht nicht – auch im World Wide Web zählen Qualität und Aktualität. Ein Webauftritt sollte professionell gestaltet und stets auf dem neusten Stand sein. Wer nicht selber Webdesigner ist, braucht einen Partner an seiner Seite, der das nötige Know-how, eine ausgereifte Technologie, einen zuverlässigen Support und eine transparente Kostenstruktur bietet.

iHotel ist ein Content Management System zugeschnitten auf die Hotel-, Gastro- und Tourismusbranche. Damit können Sie Ihren individuellen Internetauftritt gestalten, in Eigenregie verwalten und die Stärken des Online-Marketings wie E-Mail, Newsletter oder Online-Reservierungen nutzen. Alles, was Sie benötigen, ist ein Computer mit Internetanschluss.

KOMMUNIZIEREN SIE MIT IHREN GÄSTEN ÜBERS INTERNET

iHotel ist kinderleicht: Die grafisch durchdachten Gestaltungsvarianten garantieren ein attraktives Layout und lassen Ihnen gleichzeitig alle Freiheiten hinsichtlich Farbe und Bilderwahl. Die Bedienung ist, in Anlehnung an die bekannten Office-Programme, einfach und intuitiv. Die Website wird auf den Servern der mirus:media ag gehostet, was aufwändige lokale Installationen erspart. Der Clou bei iHotel: Ist Ihre Website einmal aufgeschaltet, können Sie sie in Eigenregie verwalten. Sie wechseln beispielsweise je nach Saison Ihre Angebote und platzieren aktuelle Informationen auf der Frontseite.



Per E-Mail beantworten Sie einfach und schnell Kundenanfragen und versenden Spezialangebote wie Last-Minute-Packages. Mit ein paar Mausklicks ändern Sie das Erscheinungsbild und laden neue Bilder hinauf – zum Beispiel von Ihren Gästen. Und wenn Sie nicht mehr weiterwissen: Die Hotline der mirus:media ag steht

iHotel-Kunden gratis mit kompetenter Beratung zur Seite.

VERTRAUEN SIE DEM SCHWEIZER MARKTLEADER

Die mirus:media ag ist eine Tochterfirma der MIRUS Software AG. Das Davoser Familienunternehmen

bietet seit Jahren betriebswirtschaftliche Gesamtlösungen in Hotellerie, Gastronomie und Touristik an und ist bekannt für seinen ausgezeichneten Kundenservice. iHotel ist das einzige Content Management System, das ausschliesslich für die Branche konzipiert wurde: benutzerfreundlich, massgeschneidert, «swiss made».

Hotel schaukelt im See Fünf-Sterne-Pauschalen «Sacher» wieder offen

Heiligenhafen. Die Kondor-Projektentwicklung GmbH aus Hamburg beabsichtigt, auf dem Binnensee von Heiligenhafen ein schwimmendes Hotel in Form einer Hausboot-Anlage zu bauen. Sowohl der Hafen- und Touristenausschuss als auch der Bau- und Umweltausschuss haben bereits einstimmig grünes Licht für die entsprechende Änderung des Flächennutzungs- und des Bebauungsplanes gegeben.

Die 52 Hausboot-Einheiten der geplanten Anlage, die an

verschiedenen Stegen festgemacht werden, haben eine Grundfläche von je 10 x 10 Metern und sind zweigeschossig. Konzipiert wurden sie von dem Architekten Georg Tkotz aus Gross Sarau.

Das Investitionsvolumen für die Anlage wird etwa 8,5 Mio. Euro (13,2 Mio. Franken) betragen. 180 Suiten, ein Wellness-Bereich, eine Réception und ein Kommunikationszentrum sind geplant. Beabsichtigt ist «der Standard eines 3- bis 4-Sterne-Hotels».

KJV

Last-Minute-Anbieter L'Tur. Der Reisetrend gehe klar zur günstigen, aber hochwertigen Pauschalreise: 60 Prozent aller Kunden buchen ein 4- oder 5-Sterne-Hotel, heisst es in der Bilanz 2004 von L'Tur bis Ende August. Sie zeigt ein Umsatzplus von 10% auf 106 Mio. Euro (164 Mio. Franken) in der Hochsaison. Kumuliert von Januar bis August 2004 ergibt sich ein Umsatzplus von 5 Prozent. Für das Gesamtjahr rechnet L'Tur mit einer Steigerung auf rund 350 Mio. Euro Umsatz

(542 Mio. Franken, Vorjahr 339 Mio. Euro bzw. 526 Mio. Franken). Durch die Einführung des Bonusprogramms «Friends» konnten Kunden gebunden werden. Der Ausbau des L'Tur-Angebots auf täglich rund 1,6 Mio. verfügbare Produkte wurde in erster Linie durch eine Verbesserung der technischen Anbindung an die Partner Condor und Tui/Hapag-Lloyd sowie durch neue Kooperationen mit den Low-Cost-Airlines Germanwings und Hapag-Lloyd Express erreicht.

KJV

Wien. Nach zwei Monaten des Umbaus öffnete in der letzten Woche das Hotel Sacher in Wien, unweit der Staatsoper, wieder seine Türen. Eingang und Räumlichkeiten im Erdgeschoss wurden neu gestaltet.

Man liege voll im Plan, auch was die Buchungssituation betreffe, wurde gegenüber der Nachrichtenagentur APA versichert. Man hoffe auch auf zahlreiche Besucher des «Café Sacher», die sich die neue Hotel-Einrichtung ansehen wollen. In neuem Glanz und grösstenteils

mit der alten Belegschaft zeigen sich das leicht verkleinerte Kaffeehaus, das Restaurant, die «Rote Bar» und die «Blaue Bar». Ausserdem gibt es ein verbreitertes Entree, ein neues Vordach und einen separaten Gepäckeingang für die Gäste. Noch in vollem Gange ist hingegen die Aufstockung des Hauses, die erst 2005 abgeschlossen sein wird. Durch diesen Umbau wird das Hotel um 40 Zimmer erweitert, was bei laufendem Betrieb geschehen wird.

KJV

OTTO LINDNER JUN.

«Das Internet gibt dem Gast Druckpotenzial»

«Da wir eine kleine Gruppe sind, müssen wir in der Öffentlichkeit etwas lauter und intensiver rappeln als dies unsere Wettbewerber tun.» So Otto Lindner jun., Vorstand der Lindner Hotels & Resorts, am Pressegespräch in Leukerbad. Die htr hat zugehört – und nachgefragt.

INTERVIEW: MARIETTA DEDUAL

■ Annatina Pinösch war nicht lange Direktorin des Lindner Hotel & Alpentherrne in Leukerbad, und die Karriere von Oliver Stoldt im «Beau Rivage» in Interlaken währte auch nur kurze Zeit. Sind Sie ein schwieriger Arbeitgeber?

Frau Pinösch hat zirka 1,5 Jahre bei uns gearbeitet, Herr Stoldt gut ein Jahr. Das ist sicherlich nicht allzu lange, so kurz aber nun auch mal wieder nicht. Wenn Sie den Schnitt der Aufenthaltsdauer unserer Direktoren sehen – wir haben 19 Häuser –, dann liegen wir sehr hoch, was völlig untypisch ist in der Hotellerie. Das spricht dafür, dass wir in der Regel sehr gut miteinander auskommen und auch umgehen.

Foto: Marietta Dedual



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Regelmässige Pressegespräche sind Teil des Öffentlichkeitskonzeptes der Lindner-Hotels. Otto Lindner jun., Vorstand der Hotelgruppe.

«Wir werden auf jeden Fall wachsen müssen.»

■ Am Pressegespräch wurde das Angebot der Alpentherrne Leukerbad angesprochen: Ajourveda, Thalasso, Babor Scentao, chinesische Medizin, Qi Gong, Java Lulur, Bali Boreh, Anti-Aging und anderes mehr. Ist das nicht des Guten zu viel, ein Ich-mach-alles-Konzept?

Überhaupt nicht. Das sind alles Dinge, die unter den Oberbegriff Wellness fallen. Da hat sich in den letzten Jahren viel verändert. Die asiatischen Anwendungen kommen immer stärker auf die europäischen Märkte,

denken wir nur an die chinesische Akupunktur, die heutzutage zur medical Wellness zählt – wir versuchen, Trends zu entwickeln, die interessant sind. Zum Teil sind es jahrtausendealte Dinge, und da meinen wir schon, dass wir eine ganz klare Strategie verfolgen.

■ Sie erwähnten, dass Sie sich als Sanierer verstehen. Von Ihren 19 Häusern hätten Sie 12 aus einer misslichen Lage übernommen. Wie wirtschaftlich arbeiten Ihre Betriebe?

Der Druck insbesondere der letzten beiden Jahre war enorm, aber wir

haben unsere Hausaufgaben gemacht und stehen heute gut da. Besonders in der Schweiz haben wir einen deutlichen Lernprozess vollziehen müssen. Insgesamt läuft das Jahr 2004 aber sehr erfreulich und wir bereiten uns intensiv auf das nächste Jahr und die neuen Herausforderungen vor.

■ Wie viel Umsatz erwirtschaften Sie und wie sieht es unter dem Strich aus?

Wir haben in der gesamten Gruppe einen Umsatz von ungefähr 100 Millionen Euro; was unter dem Strich übrig bleibt, darüber reden wir ausserhalb der Familie nicht.

■ Bleiben wir auf der Rentabilitätschiene. Sie haben gesagt: «Die Transparenz des Internet macht uns völlig fertig.»

Das habe ich als Branche gemeint. Es ist die umgangssprachliche Erklärung dafür, dass das Medium Internet dem Gast ein Druckpotenzial gibt, die Hotels gegeneinander auszuspielen, bzw. dass wir Hoteliers in vorausseilendem Gehorsam unsere Preise schon so weit in den Keller senken, dass wir in einigen Teilmärkten kaum noch in der Lage sind, profitabel zu arbeiten. Das ist ein extremer Druck, mit dem man letztendlich umgehen muss.

«Der Grundnutzen in der Hotellerie ist austauschbar geworden.»

■ Wie stark geben Sie in Ihrer Gruppe dem Druck nach?

Wir differenzieren unser Angebot deutlich stärker, als wir es in der Vergangenheit gemacht haben. Wir haben den RevPAR, als Hauptfokus. Wir haben ein Yield-Management eingeführt, wie es die Airliner seit Jahren betreiben. Wir versuchen, die Profitabilität der Häuser zu erhöhen; dies ist trotz Preiszugeständnissen möglich, wenn man das Volumen steigert. Aber das kann auch nicht immer das Allheilmittel sein. Wir geben dem Preisdruck nach, wenn wir es müssen, und verhalten uns preisintelligent, wenn wir es können.

■ Sie verstehen sich nicht als 08/15-Anbieter. Was bieten Sie mehr als andere?

Gutes Bett, anständig schlafen, gutes Frühstück, nette Mitarbeiter... das bieten heute sehr viele Marktteilnehmer in sehr guter Qualität. Der Grundnutzen in der Hotellerie ist vergleichbar und somit austauschbar geworden. Wo wir gerade in Leukerbad sind: Die «added value» hier ist alles – was wir im Wellnessbereich machen, das Gesamtkonzept, das Thermalwasser, die Lage hier in Leukerbad. Globalisierung ist ein Thema, das die Reisebranche sehr betrifft. Sie können sich heutzutage so leicht durch die ganze Welt bewegen, dass Sie schon sehr deutlich den Zusatznutzen darstellen müssen, damit die Gäste so einen Standort dann auch berücksichtigen und nicht nach Bali oder sonstwo hinfahren.

■ Genügt das für die Kundenbindung?

Wir machen alles Mögliche. Wir haben eine Kundenkarte, wir bieten Kundenbindungsprogramme an in Form von Bonuspunkten, die man bei uns sammeln kann usw. Auch haben wir webbasierend ein Servicetool mit Namen «My Lindner» eingeführt: Hier kann der Gast seine Komfort-Präferenzen selbstständig im Internet fest-

legen, um den grösstmöglichen Service individuell für ihn ausgerichtet in den Lindner Hotels zu erfahren. Man muss heutzutage deutlich mehr machen als in der Vergangenheit, um Gäste ein zweites, drittes und viertes Mal, oder eventuell sogar als Stammkunden zu bekommen.

■ Welche Schweizer Häuser werden Sie nächsten kaufen? Keine Ahnung.

■ Aber Sie haben etwas in der Pipeline?

Wir haben sehr viel in der Pipeline. Doch die Gespräche in der Schweiz dauern sehr lange und ich kann nicht immer prognostizieren, welchen Ausgang sie haben. Wir haben uns in der Vergangenheit sehr viele schöne Häuser angesehen. Es ist Teil unserer Unternehmenspolitik, dass wir Dinge immer erst bekannt geben, wenn sie auch wirklich eintreffen werden.

■ Wo steht die Lindner-Gruppe in fünf Jahren?

Wir werden auf jeden Fall wachsen müssen, um dem Druck des Marktes gerecht zu werden. Wir werden eine nationale Hotelmarke in Deutschland sein, sobald wir die beiden wichtigen Quellmärkte, die uns mit Hamburg und München noch fehlen, besetzt haben. Es wird eine weitere vorsichtige Europäisierung stattgefunden haben. Wir haben jetzt Spanien dazugenommen mit einem Haus auf Mallorca, wir sind in der Schweiz, wir sehen uns ein Haus in Wien an. Wir entwickeln uns weiter, weil wir meinen, dass wir mit unserem Konzept und unseren Kunden die Märkte, wo sehr viele Deutsche sind, sehr gut besetzen können.

■ Und Sie persönlich?

Sie meinen, ob ich auch weiterhin so viel arbeiten müsse? Ich bin sehr zufrieden mit dem, was ich tue. Ich hoffe, ich stehe in fünf Jahren an gleicher Stelle wie heute und versuche die Fehler, die ich heute mache, in Zukunft zu vermeiden und keine neuen zu erfinden.

Facts & Figures

Die Gruppe der Lindner Hotels & Resorts wurde 1973 in Düsseldorf gegründet und 1990 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Die AG ist in Familienbesitz und besteht aus 19 4- und 5-Sterne-Häusern (10 Business-Hotels und 9 Hotel-Resorts). Die Gruppe ist Mitglied der SRS-World-hotels, zählt insgesamt 2852 Zimmer und beschäftigt 1235 Mitarbeiter. Bei den Lindner Hotels sind laut Otto Lindner jun. mindestens 40 Prozent der Hoteldirektor-Posten durch Frauen besetzt. Die Standorte der Lindner-Hotels in der Schweiz sind: Crans-Montana (Golfhotel Rhodania), Interlaken (Grand Hotel Beau Rivage), Leukerbad (Lindner Hotels & Alpentherrne). MD

Anzeige

Hotels 2004/05.

Internet ist die erfolgreichste verkaufsfördernde Massnahme, die das Hotelgewerbe je erlebt hat.

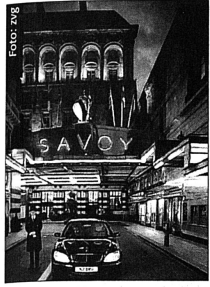
Internet im Hotelgewerbe:
Ein Zimmer mit Aussicht.

Für weitere Informationen, Beispiele und nützliche Hinweise:
www.positioner.ch/hotels2004
Oder rufen Sie uns an unter Telefon 091 840 92 42

DART POSITIONER
Internet design & marketing

AKTUALITÄT

Sprung nach Europa



Fairmont Hotels & Resorts. Nordamerikas grösste Luxus-hotel-Gesellschaft übernimmt per 1. Januar 2005 das Management des «Savoy Hotel» in London. Grundlage für das erste Engagement der Gesellschaft in Europa ist der Verkauf des «Savoy» durch seinen Besitzer, die internationale Investment-Gruppe Quinland Private, an eine Unternehmensgruppe, die sich im Besitz von Prinz Alwaleed Bin Talal Bin Abdulaziz Al Saud und der Bank of Scotland Corporate befindet. **DST**

Intercontinental Hotels legen zu

Grossbritannien. Die Intercontinental Hotels Group (IHG) konnte in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres eine Umsatzerhöhung um 5,6 Prozent auf 1,1 Mrd. Pfund registrieren. Der Hotelsektor (InterConti, Holiday Inn, Crown Plaza u.s.w.) schlägt dabei mit 735 Mio. Pfund (+3,8%) zu Buche. Der Gewinn vor Steuern lag bei 143 Mio. Pfund (2002/2003: 92 Mio. £). Positiv war dabei die Geschäftsbelegung in Grossbritannien und den USA. **HAS**

Société du Louvre holt auf

Frankreich. Die zur Taittinger-Gruppe gehörende Société du Louvre meldet für das erste Semester des laufenden Geschäftsjahres ein Ansteigen des Gewinns um 41 Prozent auf 10,54 Mio. Euro (2002/2003: 7,4 Mio. Euro). Der Umsatz stieg um 13,6 Prozent auf 359,7 Mio. Euro (1. Sem. 2002/2003: 316,7 Mio. Euro). 294,4 Mio. Euro davon entfallen auf die «Hotels du Louvre» (Concorde, Campanile, Kyriade...), was ein Plus von 13,8 Prozent bedeutet. **HAS**

Franchising mit Accor-Gruppe

Hotel Europe Basel. Die Bäle Hotels, ein Unternehmen von Coop, Basel, hat sich mit dem Hotel Europe in der strategischen Ausrichtung neu positioniert. Mit Accor wurde ein Franchise-Vertrag unter der Marke Mercure abgeschlossen. Das Hotel Europe als Franchisenehmer firmiert ab 1. Januar 2005 als «Mercure Hotel Europe Basel». Zu den Bäle Hotels gehören weiter die Hotels Victoria (am Bahnhof) und BaslerTor (Muttzeng). **DST**

Mövenpick mit Rebranding

«Relaxed». Im Rahmen eines Rebrandings des Mövenpick-Konzerns wurde der Markenauftritt von Mövenpick Hotels & Resorts grundlegend überarbeitet. Im Zentrum stehen neben dem neuen Logo auch die Vermittlung eines neuen Markenwertes, sowie die Imagekampagne «Relaxed». Das Rebranding wird sukzessive in sämtlichen Betrieben der internationalen Hotelgruppe durchgeführt und soll bis Ende 2005 abgeschlossen sein. **DST**

SEMINARHOTELS

Wahl der Beliebtesten

Das Seehotel Wilerbad in Wilen bei Sarnen wurde zum beliebtesten Seminarhotel gewählt. Bei den Tagungsstätten heisst der Sieger Schloss Ueberstorf.

DANIEL STAMPFLI

Zum 9. Mal wurden Seminar- und Tagungsveranstalter um ihre Meinungen gefragt. Die Wahl sei fachspezifisch breit abgestützt, teilt Jürg Studer, Verleger und Wahlorganisator mit. Seminarveranstalter, Leiter von Tagungen und Workshops, Verantwortliche für die Aus- und Weiterbildung in Handel, Banken, Versicherungen, Industrie und öffentlicher Verwaltung seien um ihre Bewertungen gebeten worden. Gegen 1000 Häuser stünden den Entscheidungsträgern zur Wahl. Die Wähler können 100 Punkte auf drei bis fünf Häuser verteilen. Mit dem externen Rating sollen Nachfrager einen Vergleich der verschiedenen Häuser erhalten.

Das Seehotel Wilerbad in Wilen bei Sarnen sei nach einem kontinuierlichen Aufstieg vom sechsten auf den dritten Rang zum beliebtesten Schweizer Seminarhotel gewählt worden, teilt Jürg Studer weiter mit. Auch bei den Tagungsstätten hat es einen neuen Kategoriensieger gegeben: Nachdem der Seminar- und Kulturort Schloss Ueberstorf in Ueberstorf im letzten Jahr noch als Zweiter rangierte, konnte er 2004 die Siegerkrone erobern. Erstmals in die Top Ten vorgestossen ist das Hotel Rütthubelbad Tagungszentrum in Walkringen.

KOOPERATIONEN

Hotelgruppen klagen über Nachteil

Vertreter von rund 20 Hotelgruppen und -ketten werden im November mit Schweiz Tourismus (ST) Gespräche führen, um Verbesserungen bei der Zusammenarbeit zu diskutieren. Viele von ihnen fühlen sich vom ST-Buchungssystem STC zu stark konkurrenziert.

ROBERT WILDI

Er sei verärgert, sagt Olaf Reinhardt. Der Unmut des Hoteliers und Präsidenten der Hotelgruppierung Alpine Classics richtet sich gegen Schweiz Tourismus. Stein des Anstosses sind Erfahrungen, die Reinhardt im Zusammenhang mit gemeinsamen Aktionen mit der nationalen Vermarktungsorganisation gemacht hat. Zum Beispiel bei gemeinsamen Messebesuchen. «Wir können zwar an gemeinsamen Standaktionen schon unter unserer eigenen Marke Alpine Classics auftreten, die generierten Buchungen werden von Schweiz Tourismus dann aber stets auf ihr eigenes Reservationssystem Switzerland Travel Centre kanalisiert», moniert Reinhardt.

Er würde der potenziellen Kundschaft in den Messehallen hingegen viel lieber das von Alpine Classics selbst betriebene Buchungssystem näher bringen. Schliesslich bezahle Alpine Classics für die Teilnahme an solchen Messen teures Geld. So wie es zurzeit läuft, muss die Hotelgruppierung für jede von Switzerland Travel Centre (STC) generierte Buchung eine Kommission bezahlen und riskiert, mögliche Folgeaufträge zu verlieren. «Die Kunden kennen ja nur STC und werden auch künftig nicht direkt bei uns buchen», was der Gruppe grosse Einnahmeausfälle beschert. Die Zahlung einer Kommission ist in Reinhardts Augen nicht weiter schlimm, mehr Mühe bereitet ihm, «dass Schweiz Tourismus zur Hälfte von uns Steuerzahlern finanziert wird und privat finanzierte Betriebe mit STC knallhart konkurrenziert».

ALS KONKURRENT STATT ALS PARTNER BEHANDELT

Auch bei der Gruppierung Swiss Quality Hotels ist man über diesen Zustand nicht gerade glücklich. Für die Geschäftsführerin Eva Fischer war vor allem der mit ST gemeinsam organisierte Messebesuch an der MITT in Moskau unbefriedigend. «Wir haben einiges in den russischen Markt und für diese Messe investiert, unser Reservationssystem wurde bei den Präsentationen allerdings nie erwähnt», so Fischer. Sie habe sich daher von ST/STC nicht wie ein Partner, sondern eher als Konkurrent behandelt gefühlt. Fischer hat ihr Anliegen bereits schriftlich bei ST kundgetan, bisher allerdings noch keine klare Antwort erhalten. Sie wünscht sich, dass die Kooperationsaktivitäten mit ST und STC künftig auf einer partnerschaftliche-

Screenshot: htr

The screenshot shows the Swiss Quality Hotels website. The main navigation bar includes links for 'Suchen & Buchen', 'Quality Pauschalen', 'Spezialofferten', 'Quality Konferenzen', and 'Corporate Info'. The central content area displays a booking form for 'Bernerhof Hotel / Kandersteg'. The form includes fields for 'Ankunftsdatum' (Dienstag, 12. Oktober 2004), 'Abreisdatum' (Samstag, 16. Oktober 2004), and 'Name des Gastes'. Below the form is a table of room types and prices. The table has columns for 'Zimmertyp', 'Kurzbeschreibung', 'Preis 1 Pers. CHF', 'Preis 2 Pers. CHF', and 'max. Personen'. The table lists several room types including 'ROH', 'ST01TM', 'ST02TM', 'SUP2TM', and 'STE1BM'.

Zimmertyp	Kurzbeschreibung	Preis 1 Pers. CHF	Preis 2 Pers. CHF	max. Personen
ROH	Bestmögliches Zimmer bei Ankunft	129-135	178-185	2
ST01TM	Standard Einzelzimmer - Bergblick	91-95		1
ST02TM	Standard Zimmer mit zwei Einzelbetten ..	124-130	152-160	2
SUP2TM	Superior Zimmer mit zwei Einzelbetten ..	138-145	181-190	2
STE1BM	Suite mit einem Schlafzimmer - Bergblick	199-205	239-250	2

SWISS QUALITY HOTELS qualityhotels.com ist sicher (RC4-128).

Die Hotelgruppierung ist über die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus nicht sehr glücklich. An der MITT in Moskau sei ihr Reservationssystem bei den Präsentationen nie erwähnt worden.

ren Ebene stattfinden können. Der Kunde solle doch selbst entscheiden können, über welchen Kanal er buchen wolle. Dies sei im Moment nicht so. Deshalb müsse auf jeden Fall etwas unternommen werden, so Fischer.

LÖSUNGEN FINDEN STATT KONFLIKT BESCHWÖREN

Obschon sie offen zu ihrer Kritik stehen, sind Olaf Reinhardt wie auch Eva Fischer durchaus daran interessiert, gemeinsam mit Schweiz Tourismus nach Lösungen zu suchen. Das gilt auch für die restlichen Hotelgruppierungen und -ketten, die vom gleichen Problem betroffen sind. Er habe keinerlei Veranlassung, Öl ins Feuer zu gießen, sagt etwa Peter Michel, Geschäftsführer von Best Western Schweiz. Er unterhalte mit ST seit Jahren eine sehr gute Zusammenarbeit und habe auch bezüglich der aktuellen Angelegenheit sofort eine Gesprächsbereitschaft von Seiten der Tourismusorganisation gespürt. «Die Probleme bestehen, das lässt sich nicht verneinen, ich bin jedoch optimistisch hinsichtlich einer Lösung», so Michel.

Ähnliches ist bei Sunstar zu vernehmen. Marketingleiter Alex Beley ist über die generell gute Zusammenarbeit mit STC erfreut. «Es stimmt,

dass wir bei gemeinsamen Inseraten die STC-Buchungskommission von 10 Prozent im Vorhinein immer abschreiben müssen und daher weniger attraktive Angebote schalten können», so Beley. Dennoch sei die Grundstimmung gegenüber Schweiz Tourismus deshalb nicht getrübt.

HOTELLERIESUISSE ALS VERMITTELNDE INSTANZ

Neben Alpine Classics, Swiss Quality Hotels, Best Western und Sunstar werden sich im Oktober Vertreter von rund 15 weiteren Hotelgruppen und -ketten auf Initiative von hotellerie-suisse treffen, um ihre Befindlichkeiten zu kommunizieren. Als Leiter des Mitgliederdienstes wird sich Christian Hodler, Stellvertretender Direktor bei hotellerie-suisse, der Probleme der Hotelvertreter annehmen. Dabei steht Hodler ein Stück weit in einem Interessenkonflikt, da hotellerie-suisse auch Aktionärin bei STC ist. Er sieht sich daher als vermittelnde Instanz zwischen den beiden Parteien und möchte Lösungen finden statt den schwebelnden Konflikt beschwören. «Natürlich sehe ich das bestehende Konkurrenzverhältnis zwischen Hotelgruppen, die sich zu einem wesentlichen Teil über die eigene Abwicklung der Buchungen finanzieren, und STC», so Hodler. Er

kenne aber auch die andere Seite und deren Anliegen genau.

TREFFEN MIT ST IM NOVEMBER

Hodler möchte sich bei den Gesprächen im Oktober ein eigenes Bild von der Problematik machen und danach eine Position für hotellerie-suisse festlegen. Diese möchte er dann im November vertreten, wenn sich die Hotelgruppen nochmals zu einer Sitzung zusammenfinden. Diesmal im Beisein von Schweiz Tourismus und Switzerland Travel Centre.

ST-Direktor Jürg Schmid, der von der Unzufriedenheit bei einigen Hotelgruppen bislang nur via hotellerie-suisse vernommen hat, ist offen für konstruktive Kritik. «Wir sind gespannt, mit welchen Vorschlägen und Ideen die Hotelketten an uns gelangen», so seine Erwartungen an die Gespräche im November. Dem Vorwurf der staatlich finanzierten Konkurrenzierung der Hotelgruppen entgegnet Schmid, dass STC eine eigenständige Firma sei, welche wie die verschiedenen Hotelketten auch Distributionsleistungen anbiete. Er räumt ein, dass in der Kooperation mit den Hotels durchaus noch Potenzial stecke, das hoffentlich dank der bevorstehenden Gespräche genutzt werden könne.

Die je 10 Besten

Kategorie Seminarhotels:

1. Seehotel Wilerbad, Wilen
2. Seminarhotel Sempachersee, Nottwil
3. Hotel Seeblick AG, Emmetten
4. Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon
5. Hotel Bad Bubendorf, Bubendorf
6. Hotel Seerose, Meisterschwanden
7. Hotel Stump's Alpenrose am Schwendisee, Wildhaus
8. Seminarhotel Römer Turm, Filzbach
9. Park Forum Wylihof, Luterbach
10. Hotel Bad Horn am Bodensee, Horn

Kategorie Tagungsstätten:

1. Schloss Ueberstorf, Ueberstorf
2. Gwatt-Zentrum am Thunersee, Gwatt
3. Hotel Rütthubelbad, Walkringen
4. Hotel Forum Post, Magglingen
5. Stiftung Schloss Greifensee, Greifensee
6. Bildungszentrum Matt Direktion, Schwarzenberg LU
7. Seehotel Kronenhof, Berlingen
8. Schloss Wartegg, Rorschacherberg
9. Seminarhotel Schloss Hünigen, Konolfingen
10. Schloss Wartensee, Rorschacherberg

DST

«HOTELBERN»

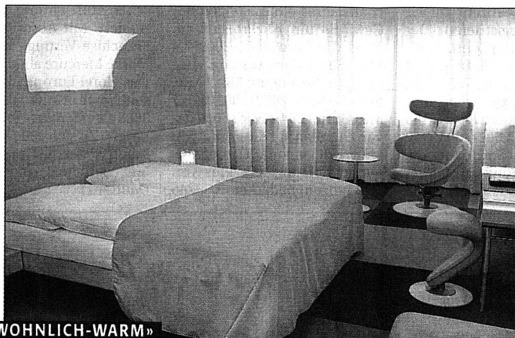
Neuauftritt im Zentrum der Hauptstadt

Aufgrund von Plänen der Zürcher Architektin Pia Schmid sind die drei Zimmergeschosse und der Empfang des neu unter der Marke «Hotelbern» firmierenden Berner Stadthotels saniert und renoviert worden. Die Erneuerung dauerte zweimal zwei Monate.

KARL JOSEF VERDING

Weil man sich zu Bern kurz «im Allegro» einquartiert oder «im Bellevue» trifft, hat die Herberge an der Zeughausgasse als Symbol der Erneuerung die zwei Worte ihrer Bezeichnung zu

Foto: ZAGG



«WOHLNICH-WARM»

Die erneuerten 99 Zimmer mit 150 Betten in dem zentral gelegenen Berner 4-Sterne-Hotel sollen für eine «wohlich-warme Atmosphäre» bürgen.

«Hotelbern» zusammengezogen und mit einem Logo versehen, welches ein weisses «B» auf einem leicht schräg gestellten roten Quadrat zeigt. Das geschah unter der Anleitung der Berater von «Viscom – Kommunikation und Design», Bern. Das Quadrat hat eine Beziehung zu einem Grundelement des Erneuerungs-Designs von Zimmern und Empfang – mehrfarbige Quadrate namentlich auf Böden und Schränken der Zimmer, sowie auf den Wänden des Empfangs.

Die Farbe Rot verweist auf die Geschichte des 4-Sterne-Hauses, das vor den 20 Jahren als «Hotel Bern» einst «Volkshaus» geheissen hatte. In der Tat ist die Volkshaus AG seine Besitzerin, und das seit 90 Jahren. Die Gewerkschaften des SGB, befreundete Organisationen, die Coop-Gruppe und

die Gemeinde Bern bilden die Trägerschaft der Volkshaus AG. Sie betreibt auch das in unmittelbarer Nachbarschaft gelegene 3-Sterne-Hotel Continental an der Zeughausgasse. «Hotelbern» ist Mitglied der Organisationen «bernhotels», «Swiss International Hotels» und «Alpine Classics Private Hotels».

MODERNE GESTALTUNG MIT «STARKEN FARBEN»

«Leichtigkeit und neue Farben» waren die Vorgaben für das Konzept von Pia Schmid. In dem alten, dunkel gestimmten Farb-Ambiente hatte es «Hotelbern»-Direktor Peter Schiltknecht nach eigenem Bekenntnis «nicht mehr ausgehalten». Drei Millionen Franken – davon gingen 10 Prozent an einen «ausserordentlichen Unterhalt» – standen für die Erneuerung zur Verfügung.

«Obwohl viel Geld investiert wurde, war es klar – durch die 99 Zimmer geteilt – ein Low-Budget», erläutert Pia Schmid ihre Konzeptidee. «Bei einem Low Budget heisst es, Prioritäten zu setzen. Das hiess – um in der Vergangenheit zu sprechen –, das allgegenwärtige Dunkelrot, das zur gesamten Architektur des Hotels gehört, zu akzeptieren.» Die dominante Farbe Bordeaux sei «mithilfe von anderen starken Farben entschärft und ergänzt worden». Sie wurde so in die moderne Gestaltung einbezogen.

GESCHICHTE DES HAUSES IM FARB-DESIGN MITGETRAGEN

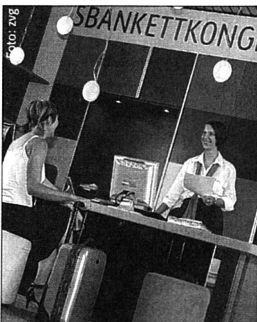
«Die Vergangenheit des Hauses wird mit der Farbe mitgetragen», betont Pia Schmid. «Daraus entstanden die drei Farbkonzepte.» So wurde auch mit den Materialien der Böden gespielt, den Teppichen in den aussen liegenden und den hellen Korkböden in den innen liegenden Zimmern.

In den Badezimmern sei «lediglich mit dem neuen farbigen Waschtisch für mehr Komfort gesorgt und eine Brücke zum Zimmer geschlagen» worden. Und: Dieses Hotel sei «nie fertig gebaut» – Sie können also getrost Ihre Wünsche noch anbringen.

KONGRESS- UND BANKETTRÄUME ALS NÄCHSTES

Die erneuerten 99 Zimmer mit 150 Betten in dem zentral gelegenen Berner 4-Sterne-Hotel sollen für eine «wohlich-warme Atmosphäre» bürgen. Sie verfügen über grosszügige Ablageflächen und einen hellen Arbeitsplatz mit Ethernet-LAN-Anschluss und Public Wireless LAN. Je nach Saison betragen die «Hotelbern»-Zimmerpreise wochentags zwischen 210 und 340 Franken; an Wochenenden zwischen 185 und 280 Franken.

Ebenfalls eine Renovation erfuhren der Hoteleingang und der Empfangsbereich. Die Erneuerung dauerte zweimal zwei Monate, ohne Betriebsunterbruch. – Als nächste Etappe steht eine Modernisierung der Kongress- und Banketträumlichkeiten «zur Diskussion». Ein konkreter Termin stehe dafür allerdings noch nicht fest.



Auch die Kongress-Rezeption wurde im neuen Stil des Hauses renoviert.

GLÜCKLICH GENIESSEN. DIE 13.

ZAGG

**Zentralschweizerische Ausstellung
für das Gastgewerbe, die Hotellerie und
die Gemeinschaftsgastronomie**



UNSER THEMA

Lust auf die Schweizer Küche
Délices de la cuisine suisse

www.schweizerkueche.ch

www.cuisinesuisse.ch

Ausstellungshallen Allmend Luzern

26.–30. Sept. 2004

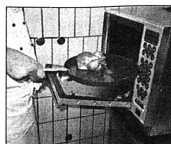
10–18 Uhr

info@ZAGG.ch

www.ZAGG.ch



«SCHWEIZER KÜCHE» / Das Projekt hat grossen Response in der Branche. Dafür ist «Culinarium» seriöser. SEITE 19



MIKROWELLEN / Die «schnelle Welle» wird immer öfter eingesetzt, um auch warme Frischküche anzubieten. SEITE 21

Gastronomie
& Technik

mit ZAGG

hotel+tourismus revue

Foto: expresso



«SWISS CULINARY NATIONALTEAM»

Letzter Test vor der «Olympiade der Köche» in Erfurt. Im Bild v.l.n.r.: Daniel Lehmann, Team-Manager Andreas Bader, Thomas Marti, Andrea Sennrich, Daniel Sennrich und Kochnati-Captain Stephan Marolf.

SCHWEIZER KOCHNATIONALMANNSCHAFT

Erwartungen an die Koch-Nati sind gross

Die Schweizer Kochnationalmannschaft wird an der ZAGG als Hauptprobe ihre Menukreation für die «Olympiade der Köche» vorführen.

MARTIN J. PETRAS

«Wir sind stolz darauf, die Schweiz repräsentieren zu können.» Adrian Bader, von 1999 bis 2003 aktives Teammitglied und heutiger Manager des «Swiss Culinary Nationalteam», wirkt schon ganz aufgeregt, wenn er über die bevorstehende «Olympiade der Köche» spricht, die Mitte Oktober in Erfurt stattfinden wird.

Die Erwartungen sind gross; zählt die Schweiz doch nach wie vor zu den international führenden Kochnationen, obwohl die Koch-Nati an der Olympiade vor vier Jahren nur Platz fünf belegte. So ein internationaler

Wettbewerb sei ein «besonderer Kick», so Bader weiter, und es sei ein tolles Gefühl, sich im Team gegenseitig zu einer Spitzenleistung zu motivieren. Am 17. Oktober absolviert die Schweizer Koch-Nati in Erfurt ihr «kaltes» Programm; gemäss Adrian Bader die «Pflicht». Am 19. Oktober findet dann die «Kür» statt, wenn es gilt, einen warmen Dreigänger für 110 Personen zuzubereiten. In die Gesamtwertung fliessen 40 Prozent des kalten und 60 Prozent des warmen Programms.

An der 13. Zentralschweizerischen Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und Gemeinschaftsgastronomie (ZAGG), die vom 26. bis 30. September in den Ausstellungshallen Allmend in Luzern stattfindet, wird das Nationalteam des Schweizerischen Kochverbandes das Olympiamenu, mit dem es sich dem internationalen Wettbewerb in Erfurt stellen wird, im Restaurant Lucerne zelebrieren.

Siehe Seite 20

JUGENDNATIONALMANNSCHAFT

«Junge, motivierte und lernfreudige Berufsleute»

Auch die Jugendnationalmannschaft des Schweizer Kochverbandes nutzt die ZAGG als Hauptprobe für den Auftritt an der Kocholympiade in Erfurt.

MARTIN J. PETRAS

«Wir haben fast bis zum Umfallen trainiert» – als ehemaliges Mitglied der Schweizer Kochnati weiss Doris Vögeli, heute Coach der Jugendnationalmannschaft, worauf es bei einem internationalen Kochwettbewerb ankommt. Fast wie im Sport, spielt das Training dabei eine zentrale Rolle. Und so trainierte die im Januar nach einem Ausscheidungskochen gebildete Jugendnati des Schweizer Kochverbandes in den letzten Monaten zweimal pro Monat, um an der «Olympiade der Köche» Mitte Oktober in Erfurt bestehen zu können.

«Es macht riesigen Spass, den motivierten jungen Berufsleuten Tipps und Tricks weiterzugeben», sagt Doris Vögeli, «denn die Teammitglieder sind

sehr motiviert und enorm lernfreudig». So seien sie alle in dieser kurzen Zeit zu einem gut funktionierenden Team zusammengewachsen. Laut Vögeli mussten die jungen Berufsleute auch einiges von ihrer Freizeit investieren, um so weit zu kommen.

Die Ziele für die Kocholympiade in Erfurt formuliert Doris Vögeli, die als Souschef im Restaurant Oase des Paul-Scherrer-Instituts in Villigen arbeitet, wie folgt: «Wenn wir an einem guten Tag alles gut umsetzen können, was wir uns erarbeitet haben, dann liegt eine Platzierung unter den ersten fünf durchaus drin.»

Dazu müssen die ambitionierten Jungköche gemeinsam Tagesteller (Wareneinsatz 3 Euro) für 110 Personen kochen und einen kalten Schautisch mit je zwei kalten Platten und Desserts vorbereiten. Als besondere Herausforderung gilt das «Studio-kochen»: Dabei muss jedes Teammitglied allein entweder Vorspeise, Suppe, Hauptgang oder Dessert zubereiten. Wer aber was macht, entscheidet das Los.

Anzeige

Innovation bleibt unser Rezept

HUGENTOBLER

Hold-o-mat

Das Original – ein Muss für jede Küche

Grad-genaue Temperaturkontrolle ■

Garen über Nacht ■

Qualitätsverbesserndes Warmhalten ■

Exzellente Speisenqualität ■

Erheblich weniger Stress und mehr Freude beim Kochen! ■



hold-o-mat

Hugentobler AG • Grubenstrasse 107 • 3322 Schönbühl • Tel: 031 858 17 17

Hugentobler AG • Industriestrasse 11 • 6343 Rotkreuz • Tel: 041 790 43 64

Hugentobler + CAF SA • 4, rte. de la Maladière • 1022 Chavannes-près-Renens • Tel: 021 691 91 61

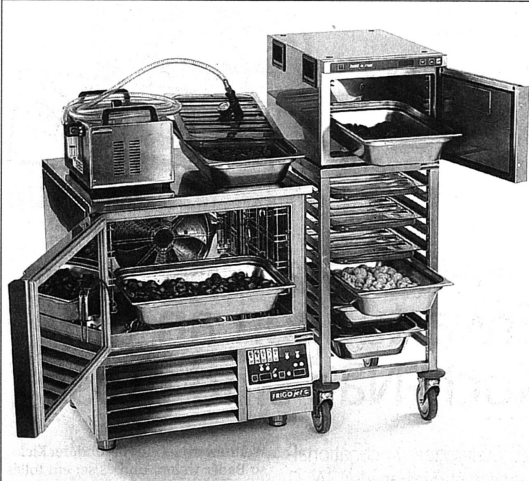
www.hugentobler.ch • info@hugentobler.ch

Foto: expresso



EHRGEIZIGES JUGENDNATIONALTEAM

Team-Coaches Patrick Diethelm und Doris Vögeli; Michel Eschmann, «Blaue Ente», Zürich; Patrick Zogg, «Al Porto», Lachen; Jessica Thiehaten, «Bären», Brunnen; Patrick Mahler, Kantonsspital Aarau und Luzia Enzler, «Bü's», Zürich (v.l.n.r.).



Hugentobler – Grossküchenapparate

Hugentobler Kochsysteme HG 3000 AG, seit 35 Jahren aktiv im Gastgewerbe tätig, wird dieses Jahr wiederum an der ZAGG teilnehmen. Sie stellt ihre sensationellen und weltweit erfolgreichen Grossküchenapparate vor. Hugentobler wird als offizieller Salvis-Werksvertreter auch dieses Jahr zusammen mit Salvis einen Stand haben. Vorgeführt werden sämtliche renommierten Salvis-Geräte wie zum Beispiel der Drucksteamer Vitality, der Induktions-Griddle, der Herd Vision, der Salamander Vitesse und die neue Kombisteamerlinie. Seit mehr als acht Jahren steht der Name Hugentobler für «Hold-o-mat». Er ist das weltweit

genaueste Niedertemperatur-, Produktions- und Warmhaltegerät. Nun entstand dazu die sinnvolle Ergänzung: Mit dem Hold-o-mat mit Kerntemperatur-Steuerung können Sie jederzeit die aktuelle Kerntemperatur ermitteln. Zudem zeichnet er sich aus durch zehn Speicherplätze und einen vollautomatisch ablaufenden Cook & Hold-Prozess.

Hugentobler AG
Grubenstrasse 107
3322 Schönbühl
Telefon 031 858 17 17
www.hugentobler.ch
info@hugentobler.ch
ZAGG: Halle 2, Stand 209

Cafina c5 – Lieber Kaffee oder Milch?

Cafina präsentiert an der ZAGG einzigartige Kombinationen, die schnell und einfach fixfertigen Cappuccino, Milchkaffee oder heisse Milch per Knopfdruck bieten. Der Milchschaum ist kompakt, fest und homogen. Und damit appetitlich und echt italienisch. – Die externe Milchlösung: Dem Basisgehäuse der c5 wird ein Milchmodul im c5-Design angegliedert, in welchem sich ein Kompressor-Kühlschrank mit einem Kaltmilchfassungsvermögen von 6 Litern befindet. – Die Jumbo-Milchlösung: Die Cafina Jumbo-Lösung bietet perfekte Individualität im grossen Stil. Dank integrierter Milchförderpumpe mit 100 cm Reichweite kann die Milch aus einem externen Kühl-

schrank oder Vorratstank zum Beispiel im Buffetunterbau direkt in die Cafina c5 geleitet werden. Ein willkommener Anschluss mit unbegrenzten Möglichkeiten. Das vollautomatische Cleaning-in-place-Reinigungssystem genügt höchsten Ansprüchen bei minimalem Wasserverbrauch und maximaler Sauberkeit. Geprüft vom Fachlabor für Sensorik Berlin mit dem Zertifikat «HACCP konformes Gerät».

Cafina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Telefon 062 889 42 42
www.cafina.ch
info@cafina.ch
ZAGG: Halle 1, Stand 119



Pistor – Gastro-Marken-Lieferant mit einer grossen Auswahl

Als einziger gesamtschweizerischer tätiger Gastronomiegrossist mit Innerschweizer Standort ist Pistor an der Gastronomie-messe ZAGG vertreten. Dank dem auf die Bedürfnisse des modernen Kunden zugeschnittenen Sortiment hat sich Pistor als einer der bedeutendsten und leistungsfähigsten Lebensmittel-grossisten etabliert. Nebst dem umfassenden Gastro-Marken-Sortiment zeigt Pistor schwerpunktmässig die folgenden Highlights: Gastro-Marken-Lieferant – die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und deren Top-Marken für die Gastronomie bringt unseren Kunden grosse Sicherheit. Pistor präsentiert einige dieser Anbieter auf einer Grossleinwand. Apérobrotkühe – schnell und einfach sind diese tiefgekühlten Brötchen aufzubacken. Das Füllen oder Belegen der kleinen Brotkühe setzt der Kreativität keine Grenzen. MenuVite – Menukomponenten, die schonende Menüzubereitung: Menüs zu jeder Tages- und Nachtzeit. Ideal zur Überbrückung beim Küchenumbau oder beim Einsatz im Catering. Besuchen Sie uns an der ZAGG und lassen Sie sich mit kleinen Köstlichkeiten verwöhnen.

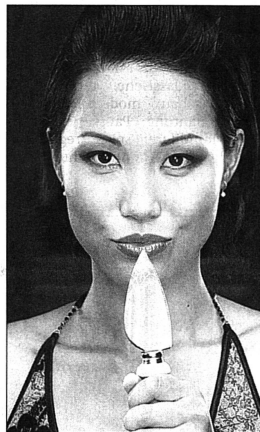
Pistor Gastro-Service
Hasenmoosstrasse 31
6023 Rothenburg
Telefon 041 289 89 89
www.pistor.ch
info@pistor.ch
ZAGG: Halle 1, Stand 195



Hiestand – Ofenfrische Backwaren

Frisch aus der Entwicklungs-Backstube feiern sie im Rampenlicht der ZAGG Premiere – die Herbstneuheiten von Hiestand. Ein kleiner Ausblick: Mit gleich drei neuen Gipfeln startet die Bäckerei Hiestand Gipfel-Offensive und unterstreicht damit ihre Kompetenz und Position als Innovator – lassen Sie sich überraschen. Unwiderstehlich und heiss präsentieren sich die neuen Plunder: Bananensplit – die beliebte Kombination erstmals in einem Plundergebäck. Dazu der Winterspezial Magma mit zartschmelzendem Kakao und feuriger Chili. Als Standbesucher profitieren Sie direkt von unseren attraktiven Messeangeboten und den speziellen ZAGG-

Promotionen. Eine gute Gelegenheit für Sie, sich über die neuen Trends sowie markterprobte, erfolgreiche Konzepte für den Gastro-Bereich zu informieren und beraten zu lassen. Immer dem unwiderstehlichen Duft frischgebackener Buttergipfeln nach und schon sind Sie am Hie-Stand, wo täglich zum Genuss ofenfrischer Backwaren verführt wird.
Hiestand Schweiz AG
Hängstrasse 9
8952 Schlieren-Zürich
Telefon 044 738 43 1
www.hiestand.ch
info@hiestand.ch
ZAGG: Halle 1, Stand 115



Buchecker – Seit 100 Jahren Spitze

Für die diesjährige ZAGG hat sich die Buchecker AG etwas Besonderes einfallen lassen. Ein Shuttle-Bus fährt von der Messe zum Hauptsitz der Firma am Alpenquai und wieder zurück. In fünf Minuten sind die Besucher so im Showroom IDEA TAVOLA, wo auf über 1000 m² das Neueste in Sachen Table-Top präsentiert wird. Der Abstecher lohnt sich! Als weiteres Highlight gibt es jeden Abend, Montag bis Donnerstag von 17 Uhr bis 20 Uhr bei der Buchecker AG eine After-Work-Party mit Drinks, Food & Groove.

Buchecker AG
Alpenquai 28
6002 Luzern
Telefon 041 360 42 44
www.buchecker.ch
info@buchecker.ch
ZAGG: Halle 1, Stand 144



Hilcona – Mit kulinarischen Angeboten in den Herbst

Aller guten Dinge sind drei. Das dachte sich auch Hilcona und weitete die gefragten Saison-Pasta-Spezialitäten aus. Ab Mitte August können Küchenchefs ihre Gäste gleich mit drei herbstlichen Pasta-Kreationen überraschen. Los gehts mit den beliebten Agnolotti Kürbis, die unter ihrer Teighülle eine raffinierte Füllung aus Kürbis, Ricotta, Käse und Gewürzen verbergen. Nicht nur zur Erntedankzeit, wenn Kürbisse Hochsaison haben, ein Genuss. Auch

die Tortelli Lauch/Käse begeistern mit Zutaten, die bestens miteinander harmonieren: Die ovale Nudel-Spezialität ist mit Lauch, Käse und Ricotta gefüllt, ausgesuchte Gewürze sorgen für eine pikante Note. Ergänzend zu den gefüllten Saison-Produkten bietet Hilcona mit den neuen Mais- oder Polenta-Gnocchi auch eine ungefüllte Herbstvariante an. Generell sind Gnocchis, die italienischen Kartoffelnudeln, auch nördlich der Alpen äusserst populär.

Und wie von Hilcona gewohnt, enthalten sie weder Geschmacksverstärker noch künstliche Aromastoffe. Auch schnelle Zubereitung, hohe Warmhaltebeständigkeit und Kombidämpfer-Tauglichkeit verstehen sich von selbst.

Hilcona AG
Benderstrasse 21
FL-9494 Schaan
Telefon +423 235 95 95
www.hilcona.com
hilcona@hilcona.com

ZAGG

13. Zentralschweizerische Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie
26. bis 30. September 2004, Ausstellungshallen Allmend Luzern, jeden Tag offen von 10 Uhr bis 18 Uhr

ZAGG

SERVICEKUNST-AUSSTELLUNG

Wie aus normalen Tischen Esskulissen werden

Nicht nur was auf den Teller kommt, zählt für Restaurantbesucher. Kreative Küche muss auch noch passend präsentiert werden.

MARTIN J. PETRAS

Bereits zum dritten Mal wird an der diesjährigen ZAGG gezeigt, wie Küche und Service Hand in Hand arbeiten können, und wie heute kreative Tische und Tafeln aussehen können.

An der Servicekunst-Ausstellung, die in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Service realisiert wird, messen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Kunst, aus normalen Tischen wahre Esskulissen zu machen.

TEILNEHMENDE AUS DER GANZEN DEUTSCHSCHWEIZ

An die 40 Serviceprofis, davon rund 15 Lehrlinge aus der ganzen Deutschschweiz, reisen nach Luzern, um ihr Fachkönnen in den Kategorien Lehrling, Fachangestellte und Kader unter Beweis zu stellen. Bewertet werden dabei nicht nur die nach einem selbst gewählten Thema fertig aufgedeckten Tische, sondern auch die Arbeitsorganisation der Teilnehmenden wie auch die Mise-en-place.

Zum Jury-Team gehört unter anderem der Serviceweltmeister 1997 Daniel Thomet, Servicemeister 2000 José

Cipriano, Service-Schweizer-Meister 2001 George Akes und fünf Absolventen der Höheren Fachprüfung Restaurationsleiter (es gibt erst 11 mit diesem Titel in der Schweiz). Täglich werden Gold-, Silber- und Bronzerauszeichnungen vergeben.

So können sich die Profis auch an der diesjährigen Servicekunst-Ausstellung über aktuelle Trends informieren und sich inspirieren lassen. Und Gäste können sich so auf ihren nächsten Restaurantbesuch einstellen. Hautnah können die ZAGG-Besucher erleben, wie Tische fast zu Kunstwerken werden. Den kreativen Ideen sind auch dieses Jahr keine Grenzen gesetzt.



Servicekunst-Ausstellung: Aus Tischen entstehen wahre Esskulissen.

NATIONALE UND INTERNATIONALE KOCHKUNST

Hochkarätiges Teilnehmerfeld

Die internationale Kochkunstschau, die im Rahmen der ZAGG 2004 stattfindet, ist ein Gradmesser für Köche und zeigt kulinarische Trends.

MARTIN J. PETRAS

Die internationale Kochkunst-Ausstellung, ein Wettbewerb, der in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Kochverband ausgetragen wird, gehört zu den Hauptattraktionen des Rahmenprogramms der «13. Zentralschweizerischen Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie» (ZAGG). Dass die Veranstaltung auch international immer mehr an Bedeutung gewinnt, demonstriert auch das Teilnehmerfeld, das mit dreissig Teams und zahlreichen Einzelpersonen in diesem Jahr so gross ist wie nie zuvor.

ERNÄHRUNG UND KOCHARTISTIK

Angemeldet sind neben einheimischen Teams auch Kochteams aus Deutschland, Israel, Italien, Österreich, Tschechien. Weiter stellen sich auch Einzelaussteller und Lehrlinge der internationalen Konkurrenz. Ihr Können präsentieren die Köchinnen und Köche in den Kategorien klassische, neuzeitliche Kochkunstschau; moderne zeitgemässe Ernährung; Patisserie; Confiterie, Konditorei sowie regionale Küche aus aller Welt. Angerichtet wird



INTERNATIONALE KOCHKUNST-AUSSTELLUNG
Der Kochwettbewerb wird in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Kochverband ausgetragen. Das Teilnehmerfeld war noch nie so gross wie in diesem Jahr.

in den Kategorien klassische, neuzeitliche Kochkunstschau; moderne zeitgemässe Ernährung; Patisserie, Confiterie, Konditorei sowie regionale Küche aus aller Welt.

ZAHLEICHE SCHWEIZER REGIONALTEAMS

Stehen in den verschiedenen Kategorien ernährungsphysiologische und wirtschaftliche Faktoren im Vordergrund, so wird im Bereich der Kochartistik die Aufmerksamkeit der Schau gewidmet. Dazu gehören genauso Dekorations- und Schaustücke aus der kalten Küche, wie Margarine, Eis- und Salzskulpturen und Gemüseschnitz-

reien. Bewertet werden Präsentation und allgemeiner Eindruck, Zusammenstellung, korrekte Zubereitung und Benennung sowie der Service. Es winken Auszeichnung in Gold-, Silber- und Bronze, sowie Gesamtpreise der ZAGG für den besten Einzelaussteller, das beste Team und das beste Schaustück.

Die Vielfältigkeit der Schweizer Küche wird durch die Teilnahme zahlreicher Schweizer Regionalteams demonstriert, wie etwa Cercle des chefs de cuisine aus Bern, die Aargauer Kochgilde, der Equipe-Kochverband Biel-Bienne, die Rhoneköche, die Appenzeller Köche oder das Team des Cercle des chefs de cuisine Zürich.

Anzeige

publinterisch schweiz

ZAGG

26.–30. September 2004
Halle 1, Stand 120

Besuchen Sie unseren Stand an der ZAGG oder bestellen Sie unsere Produkt-Dokumentation:
Telefon 055 293 36 55



**ROMER'S
HAUSBÄCKEREI AG**
FEINBACKWAREN, TIEFGEKÜHLT!



Convenience-Sortiment für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Grossabnehmer, Detaillisten
Neubuchstrasse · 8717 Benken SG · Telefon 055 293 36 36 · Fax 055 293 36 37 · info@romers-hausbaeckerei.ch · www.romers-hausbaeckerei.ch

13. ZAGG, LUZERN

Die Highlights des Rahmenprogramms

Die ZAGG verzeichnet ein wachsendes Aussteller- und Besucherinteresse. Vom 26. bis 30. September werden auf der Luzerner Allmend über 35 000 Besucher erwartet. Neben Produkten und Neuheiten von 270 Ausstellern wird ein attraktives Rahmenprogramm geboten.

MARTIN J. PETRAS

Was vor zwanzig Jahren mit etwa 50 regionalen Branchenlieferanten anfang, die auf der Luzerner Allmend in einer Messehalle zusammenkamen, um ihre Kunden in einer lockeren Atmosphäre zu treffen, hat sich zu einem festen Bestandteil des hiesigen Branchen-Messenkalenders entwickelt.

Und auch für die diesjährige, 13. Ausgabe der «Zentralschweizerischen Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie» (ZAGG) rechnen die Organisatoren mit einer Fortsetzung der Erfolgsgeschichte.

INSGESAMT 270 AUSSTELLER

«Als wir anfangen, wurden wir nicht ernst genommen», blickt Fritz Arnet vom Organisationskomitee zurück. Früher sei die ZAGG eine Messe gewesen, wo sich in erster Linie

Foto: ZVG



PRODUKTE UND NEUHEITEN FÜR DIE BRANCHE

An der diesjährigen, 13. Zentralschweizerischen Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsverpflegung präsentieren 270 Aussteller ihre Produkte und Neuheiten.

die Gastronomen und Lieferanten aus der Zentralschweiz trafen. Heute habe die Luzerner Branchenfachmesse eine landesweite Bedeutung.

An der letzten ZAGG vor zwei Jahren stellten bereits an die 250 Bran-

chen-Zulieferfirmen ihre Produkte und Neuheiten aus, und insgesamt strömten während der fünf Messtage rund 30 000 Besucher in die fünf Messhallen auf der Luzerner Allmend. Laut Arnet sollte diese Besucherzahl

dieses Jahr sogar übertroffen werden. Und mit 270 Ausstellern seien die Messhallen «bis auf den letzten Platz gefüllt».

Neben den aktuellen Produkten und Neuheiten der Branchen-Zuliefer-

er erwartet die Besucherinnen und Besucher auch ein attraktives Rahmenprogramm. Zusätzlich zur «Internationalen Kochkunst-Ausstellung» und der «Service-Kunst-Ausstellung» ist die ZAGG ebenso Austragungsort der Schweizer Meisterschaft der Barkeeper.

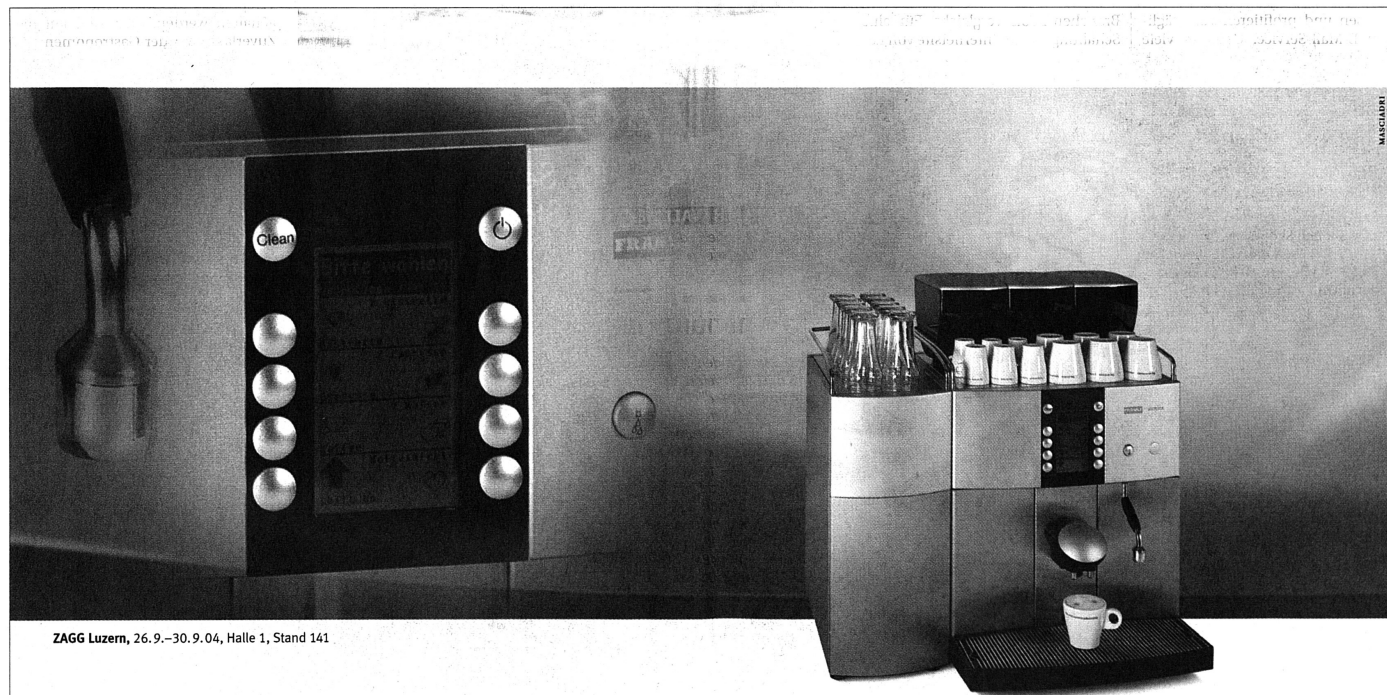
ATTRAKTIVES RAHMENPROGRAMM

Zu den weiteren Höhepunkten der Zentralschweizer Branchenfachmesse gehören die Cocktail-Meisterschaften (Sonntag, 26. September, Halle 5), die unter der Leitung der «Swiss Barkeeper Union» (SBU) stattfinden. Die Gewinner werden die Schweiz an der Weltmeisterschaft in Finnland vertreten. Ebenso wird der «Barkeeper des Jahres 2004» gewählt.

Mit der Liveübertragung aus der Küche des Inseleospitals Bern (Mittwoch, 29. September, 9.30 bis 11.30 Uhr) erhalten die Besucher einen Einblick in einen hochinteressanten Spitalablauf mit Zahlen und Fakten sowie Informationen aus erster Hand mit einem Ausblick in die Zukunft.

Weiter werden sich am «Gastro-Talk» (Dienstag, 28. September, 10 bis 11 Uhr, Halle 5), der in diesem Jahr unter dem Motto «Wohin steuert die Gastronomie?» steht, verschiedene Branchen-Insider und -Experten zu aktuellen Themen äussern. Dabei soll beispielsweise auch auf folgende Frage eingegangen werden: «Mit welchen Erfolgsfaktoren bestehen, angesichts der vielen Mitbewerber?»

Anzeige



ZAGG Luzern, 26.9.–30.9.04, Halle 1, Stand 141

Sinfonia – Spitze in ihrer Klasse.

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

The art of excellent coffeemaking.

Franke Coffee Systems

Franke
Kaffeemaschinen AG
4663 Aarburg
Tel. 062 787 36 07
Fax 062 787 30 10
www.franke-cs.com

FRANKE

MENUEGUIDE.CH

Tägliches
Menu-Mail
für den Gast

Das bindet Kunden: Menueguide.ch mailt den Stammgästen täglich das Mittagsangebot. Doch Stadtwirte zeigen sich bis anhin zurückhaltend.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Die Initianten von «Menueguide.ch» möchten mit ihrem Auftritt eine Nische füllen. Denn es ist kein einfacher Restaurantführer, den man unter dieser Web-Adresse findet. Im Zentrum der Leistung steht nämlich der direkte E-Mail-Kontakt zwischen Gastronom und Gast. Der bei Menueguide.ch eingetragene Gast erhält von seinen ausgewählten Restaurants täglich unter der Woche um 11 Uhr ein Mail mit den tagesaktuellen Menüs zugestellt. «Jene Restaurants, die ihre Menüauswahl dem Gast zusenden können, sind bei dessen Entscheidungsfindung, wo er lunchen möchte, klar im Vorteil», ist Hans Peter Schmidlin von Menueguide.ch überzeugt.

FÜR EINSTEIGER IST
DER SERVICE GRATIS

Menueguide.ch zielt in erster Linie auf Mittagsgeschäft ab. Gemäss Schmidlin mache ein Internet-Restaurantführer für das Dinner am Abend sowieso wenig Sinn. «Wo man am Abend essen gehen will, entscheidet man nicht übers Internet.» Die Konsumenten scheinen das Angebot zu goutieren. 500 haben inzwischen ihre Adresse bei Menueguide.ch hinterlassen und profitieren vom täglichen E-Mail-Service. Genauso viele Besucher registriert Schmidlin täglich auf der Website, die die mitmachenden Restaurants und eine Auswahl der Speisekarte inklusive Preise präsentiert.

RESTAURANTS SIND
NOCH SKEPTISCH

Seitens der Restaurants herrscht allerdings noch Skepsis. Seit dem Start im Jahr 2002 konnte man bis heute 50 Restaurateure zum Mitmachen begeistern. Und dies obwohl der Auftritt und der E-Mail-Service bei Menueguide.ch bis Anfang dieses Jahres für den Gastronom gratis war und heute erst ab 35 Abonnenten – Gäste, die die Mittagsmenüpläne des Restaurants per E-Mail ordern – beitragspflichtig wird. Wenn die Eingabe auf der Website jeweils vom Wirt selbst vorgenommen wird, liegt der monatliche Beitrag dann bei 38 Franken – wenn er die Eingabe durch Menueguide.ch ausführen lässt, bei 70 Franken.

VOR ALLEM LANDLOKALE
WOLLEN PROFITIEREN

Lanciert wurde der Mittagsmenü-E-Mail-Service eigentlich für die Stadtgastronomie. Was auch Sinn macht: Richtet sich der Mittagstisch-Informationsservice doch in erster Linie an Arbeitnehmer aus dem urbanen Umfeld. Doch es hat sich erwiesen, dass die Nachfrage seitens Lokalen aus der Peripherie eigentlich grösser ist. «Die Restaurants auf dem Lande erhoffen sich durch uns mehr Gäste», beurteilt Schmidlin. Dagegen leben die Stadtraurants leichter von der vorhandenen Frequenz am Standort selbst.

Um dem Projekt nun mehr Schwung zu verleihen, ist man gegenwärtig mit den Wirtverbänden in Luzern und Zug im Gespräch über eine mögliche Kooperation. Und präsentiert sich mit einem Stand an der ZAGG 2004, an dem man das Produkt via eine Videoschau besser kennen lernen kann.

ZAGG 2004: Halle 2, Stand 280

VERMARKTUNG REGIONALER PRODUKTE

Culinarium und Schweizer Küche:
«Das sind zwei Paar Schuhe»

Während «Schweizer Küche» auf die Zuverlässigkeit der Wirte baut, versteht sich «Culinarium» als seriöses Qualitätsgütesiegel. Die zwei Marken für die Vermarktung von Schweizer Produkten und Gerichten stellen verschiedene Ansprüche an die mitmachenden Gastronomen.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Die Schweizer Milchproduzenten (SMP) machen etwas für das Gastgewerbe. Mit Erfolg. Nach nur vier Jahren seit dem Start der aktuellen Internet-Site zählt die SMP-Aktion «Lust auf Schweizer Küche» bereits 951 gastgewerbliche Betriebe, die mitmachen. Bedingungen für ein Mitmachen sind das Führen von permanent mindestens fünf Schweizer Gerichten auf der Speisekarte.

Den Erfolg präsentiert SMP nun an der Zentralschweizer Gastro-Fachmesse ZAGG in Luzern in Halle 3. Der Ort ist passend, kamen doch gerade aus Luzern in letzter Zeit besonders viele Neuzugänge. Für Hans-Rudolf Amport, Direktor Gastro-Luzern, liegen die Vorteile von einem Auftritt bei «Schweizer Küche» auf der Hand: «Die Präsenz bei «Schweizer Küche» im Internet ist grundsätzlich gratis.» Gerade für kleinere Betriebe sei dies ein wichtiges Argument und nicht selbstverständlich, wenn man mit anderen Branchen-Pools vergleicht. Für eine Schaltung auf der Internetseite von Luzern Tourismus beispielsweise zahlt ein Betrieb mindestens 300 Franken, weiss Amport.

CULINARIUM KONTROLLIERT
DIE WARENFLÜSSE

Auch nicht kostenlos ist die Teilnahme bei «Culinarium», ebenfalls ein Projekt zur Förderung des Einsatzes regionaler Rohstoffe. Die jährliche Marketinggebühr ist umsatzabhängig und liegt zwischen 100 und 500 Franken pro Betrieb, dazu kommen die Auditkosten von rund 400 Franken sowie diverse weitere Anforderungen: Für jedes neue Rezept muss der Betrieb die Zutaten detailliert auflisten und schliesslich die Lieferscheine sowie die gemachten Umsätze mit den «Culinarium»-Produkten bei der Geschäftsstelle Trägerverein Culinarium in St. Gallen einreichen. Der Geschäftsführer Andreas Allenspach: «Wir kontrollieren die Warenflüsse.» Zusätzlich überprüft eine Auditierungsfirma einmal im Jahr den Betrieb vor Ort auf Herz und Nieren. Nicht jeder Betrieb, schafft die Hürden. «Wir müssen uns jedes Jahr von einigen Betrieben wieder trennen.»

Im Gegensatz zur «Schweizer Küche» von SMP kann man bei «Culinarium» auch nicht einfach von einem Tag auf den anderen mitmachen. Im ersten Jahr darf man sich nur als «Kandidat für Culinarium» mit der Krone des Labels schmücken.

KEIN EINSTIEG ALS
EINZELBETRIEB

Die restriktiven Bedingungen erklären, warum nach fünfjährigem Bestehen «Culinarium» heute erst 50 Gastro-Betriebe, darunter neun Anwärter, zählt. Dabei ist die Aktion, die ursprünglich vom sanktgallischen Amt für Wirtschaft ausging, längst über die Kantons Grenzen hinausgewachsen. Mit machen inzwischen auch die östliche Region des Kantons Zürich, Schaffhausen, Thurgau, das Bündnerland, Appenzell Inner- und Ausserrhodens sowie Glarus. Allenspach begrüss

Foto: Swiss-Image



ISTS WIRKLICH WALLISER?

Wenn Walliser Raclette drauf steht, muss es per Gesetz solcher sein. Doch Kontrolle ist besser: «Culinarium» überprüft, «Schweizer Küche» baut aufs Vertrauen.

«Culinarium» im 3-Stufen-Modell

Damit die beiden Marken «Culinarium» und «Schweizer Küche» aufgrund ihrer unterschiedlichen Ansprüche die Schweizer Gastronomie nicht in eine Zwei-Klassen-Gastronomie teilen, exzerziert man bei «Culinarium» ein Drei-Stufen-Modell, das auch kleineren Betrieben ermöglicht, mitzumachen. «Wir wollen nicht nur Gault-Millau-Betriebe», kommentiert Andreas Allenspach vom Trägerverein Culinarium. Die Stufe I ist primär für Berghausbetriebe gedacht. Dabei müssen wenigstens zwei «Culinarium-Gerichte» auf der Speisekarte stehen, die gewichtsmässig min-

destens zu 50 Prozent aus regionalen Produkten bestehen. «Das sind in der Regel die Fleischkomponente und eine Beilage.» Bei Stufe II sind vier «Culinarium-Gerichte» auf der Karte gefordert, davon eines vegetarisch. Bei Stufe III sieben, davon zwei vegetarische sowie Zusatzleistungen wie persönlicher Tischservice, Friandise zum Kaffee etc. «Wenn ein Betrieb sich mit drei Culinarium-Krönchen schmücken darf, soll er insgesamt eine Spitzenleistung bieten», erklärt Allenspach. Stufe III haben heute erst zirka fünf Betriebe erreicht. GSG

das Fussfassen der sanktgallischen Marke Culinarium in anderen Regionen: «Wir haben Erfolg, den müssen wir nicht für uns behalten.»

Einsteigen kann bei «Culinarium» jedoch ein Einzelbetrieb nur über eine Organisation seiner Region. Gegenwärtig spielt man in Luzern und der Zentralschweiz mit dem Gedanken. In Luzern bearbeiten Luzern Tourismus, Luzerner Bauernverband und Gastro-Luzern gemeinsam das Projekt. «Wenn nicht noch ein weiterer Kanton sich mitteilt, stirbt das Projekt aber wieder», so Amport von Gastro-Luzern.

«SCHWEIZER KÜCHE
BRAUCHT KORREKTE WIRTE»

Für Hans-Rudolf Amport macht sowohl «Schweizer Küche» als auch «Culinarium» für seine Mitgliedsbetriebe Sinn. Klar sei, dass es «zwei Paar Schuhe» sind. «Schweizer Küche baut mehr auf Vertrauensbasis.» Aufgrund der strikten Kontrolle kann sich ein Gast auf die Marke Culinarium besser verlassen. Allenspach spricht Klartext: «Schweizer Küche ist eine sympathische Marketingplattform, hat aber nichts mit einem Qualitätsgütesiegel zu tun.» Dabei bemüht man sich bei den Schweizer Milchproduzenten so weit wie möglich schwarze Schafe auszuschalten: Jede Änderung des Internetauftritts wird in der Zentrale gemeldet und kontrolliert. Der dreiköpfige Aussendienst von SMP besucht die Betriebe und schaut, ob die Versprechungen im Internet auch eingehalten werden. «Wir sind auf die Zuverlässigkeit der Gastronomen angewiesen», weiss der Verantwortliche für «Schweizer Küche», Christoph Beeler, und warnt: «Der Wirt schadet sich selbst, wenn er unkorrekte Angaben macht.»

«CULINARIUM»: 2004
UMSATZ FAST VERDOPPELT

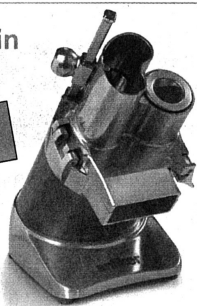
Insgesamt etabliert sich «Culinarium» eher als Produzenten- denn als Gastromarke. Migros als Detailhandels-Abnehmer ist ein wichtiger Partner. Die Umsatzkurve zeigt dabei steil nach oben. Wurden mit «Culinarium»-Produkten 2002 erst 28 Mio. Franken in der Schweiz erzielt, so waren es im vergangenen Jahr bereits 108 Mio. Franken, für dieses Jahr rechnet Allenspach mit einem Jahresumsatz von über 200 Mio. Franken. 2003 erzielten die Gastrobetriebe davon 5 Mio. Franken, sprich pro Betrieb im Durchschnitt allein mit Speisen unter dem Label Culinarium 100 000 Franken Umsatz. Wirtschaftlich positiv wirkt sich zudem aus, dass viele der regionalen Gerichte eher einfach sind, mit potenziell tieferen Warenkosten, die dank der Marke durchaus eine überdurchschnittliche Preispolitik und mithin Marge ermöglichen können.

Anzeige

anliker GSM: Amortisiert in
nur sechs Monaten!

Besuchen Sie uns an der ZAGG in Luzern,
vom 26. bis 30. September 2004.

www.gaufrettes.ch
Brunner AG, 8302-Kloten



SCHWEIZER KOCHNATIONALMANNSCHAFT

Olympiamenu wird an der ZAGG präsentiert

Die Schweizer Koch-Nati möchte die Jury an der Kocholympiade in Erfurt mit einem Menu beeindrucken, das ein breites Spektrum an Produkten und Geschmackskomponenten bietet.

«Neues wird nichts mehr erfunden», sagt Adrian Bader, Manager des Nationalteams des Schweizer Kochverbandes, das sich Mitte Oktober an der «Olympiade der Köche» dem internationalen Wettbewerb stellen wird, «die gastronomischen Trends

sind international ähnlich und viele Köche denken gleich».

«Die internationale Spitze der Kochmannschaften ist sehr breit», so Bader. Deshalb sei es besonders wichtig, dass das Team harmonisiert, sich auf die eigenen Stärken konzentriert und die Gerichte hinsichtlich Geschmack, Gargrad und Präsentation optimal hinkriegt. «Ein Platz unter den ersten vier wäre ein Traum», umschreibt Team-Manager Adrian Bader das Ziel des Swiss Culinary Nationteam. *MJP*

«Olympia-Menu» der Kochnati

Vorspeise

Kombination aus Lachsfilet gefüllt und leicht angeräuchert; Zanderfilet mariniert und gebraten; Kürbis-Linsen-Salat; Käse-Ravioli

Hauptgang

Duett aus Kalbs- und Rindsfilet eingerollt in einem hauchdünnen Kräuter-Brät-Mantel; Gebeizte Kalbsbacke; klarer Pfefferjus; Terrine aus Pilzen und Brot; Gemüseallerlei

Dessert

Apfelvariationen aus Apfel-Gelee und -Sauerrahmglyce; mit Haselnusscreme gefüllte Krokantblättchen; Rotweinschaum; Marzipan-apfel

«Swiss Culinary Nationalteam»

Adrian Bader, 41, Team-Manager, eidg. dipl. Küchenchef/PL, VEBÖ-Personalrestaurant, Oensingen

Stephan Marli, 33, Team-Captain, eidg. dipl. Küchenchef/PL, Restaurant Mille Sens, Bern

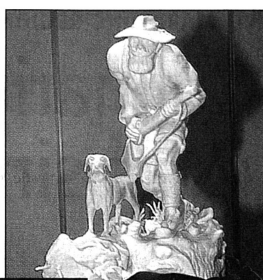
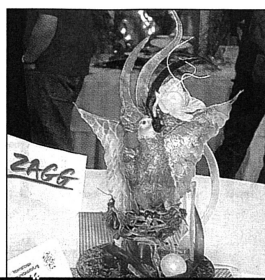
Andrea Sennrich, 33, Chef pâtissière/Konditoremeisterin Kantons-Spital Aarau

Daniel Sennrich, 35, Instruktor im Berufsbildungszentrum Unterentfelden

Daniel Lehmann, 27, Küchenchef, Hotel Moosegg in Emmenmatt

Thomas Marti, 33, eidg. dipl. Küchenchef/PL, Direktionsrestaurant Patio, Restoroma AG, Alakart-Piazza, Zürich

Fotos: zag



VIELFÄLTIGES VERANSTALTUNGSPROGRAMM

An der 13. Austragung der ZAGG können sich die Besucherinnen und Besucher über die aktuellen Branchentrends informieren.

ZAGG-VERANSTALTUNGEN

Aktuelle Branchentrends

Die 13. Austragung der Zentralschweizerischen Ausstellung für das Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie (ZAGG) bietet den Interessierten ein vielfältiges Programm an Branchen-Events. Und für das Wohl der Besucherinnen und Besucher wird in den beiden ZAGG-Restaurants Lucerne und Dyhrberg gesorgt.

Wine + Dine Gala Diner

Samstag, 25. September 2004 im Restaurant Lucerne, 140 Franken pro Person (Anmeldung erforderlich, Platzzahl beschränkt)

Typisch schweizerisch

Halle 5, Stand 525

Kochkunstausstellung

Der Schweizer Kochverband und die ZAGG bieten eine Plattform für den

Berufsnachwuchs und für die Kochkunst. (Halle 5)

Servicekunst-Ausstellung

Gegessen wird auch mit den Augen. Serviceprofis verwandeln Tische in Kunstwerke (Halle 4)

Kocharena

Kochkunst in allen Facetten (Halle 4)

Lust auf Schweizer Küche

(Halle 3)

Milch

Mit Milchbar, Informationen und Animationen (Halle 3)

Cigar Lounge

(Halle 4)

Cocktail-Meisterschaften

Unter der Leitung der Swiss Barkeeper

Union finden am Sonntag, 26. September 2004 die Schweizer Cocktail-Meisterschaften statt. (Halle 5)

ZAGG-Insider-Gastrotalk

Dienstag, 28. September von 10 bis 11 Uhr unterhalten sich Insider der Hotel- und Gastrobranche (Halle 5)

ZAGG-Infos

Ort: Messegelände Allmend, Luzern

Datum: 25. bis 30. September

Öffnungszeiten: 10 bis 18 Uhr

Eintritt: 25 Franken

Öffentliche Verkehrsmittel: Busse Nr. 5

und 20 ab Bahnhof Luzern

Parkgebühr: 5 Franken pro Personwagen

www.zagg.ch

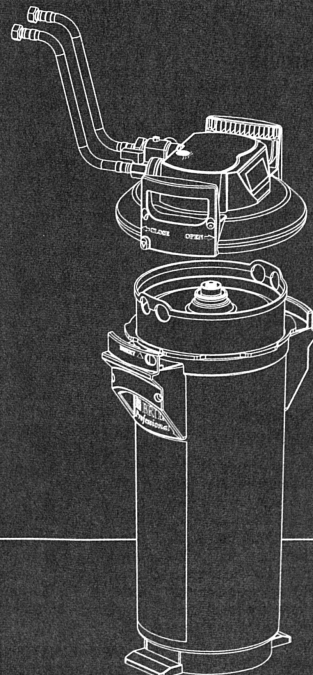
Anzeige

Kaffeegenuss
beginnt beim Wasser

Le plaisir du café
Commence avec l'eau

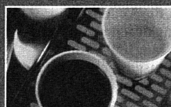
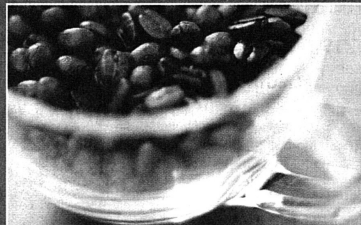
aquaQUELL
PURITY

ZAGG, Luzern, 26.-30.09.2004,
Halle 1, Stand 181



BRITA AG

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



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



Gar-Beschleunigung

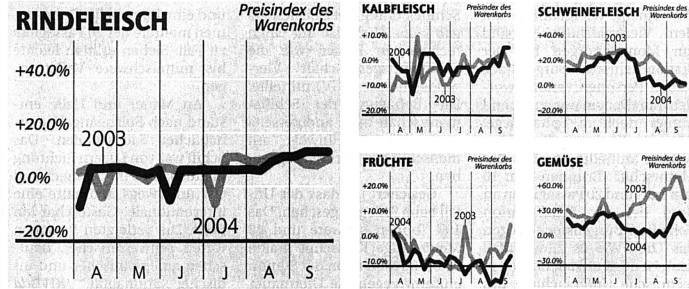
Technik. Drucksteamer garen schnell, weil die Temperatur bis auf 120 Grad steigt. Genauso Infrarot- wie Mikrowellen, das tief ins Lebensmittel dringen. In einem Panasonic-Mikrowellengerät mit Heissluft und Grill von 5 kW Gesamtleistung besitzt die Mikrowelle bis 27 Prozent Anteil. Dieses besitzt kein mehrstufiges Programm, ein solches bietet der «Rapid Cook-Ofen» von Haari AG. Er hat 6,2 kW Gesamtleistung, Heissluft, Grill und Mikrowelle (bis 22 Prozent)

aber keine Dampf-Einspeisung. Für feuchtes Klima sorgt eine Cloche oder ein gedecktes Gefäss. Die Temperatur (bis 250 Grad) sowie die Mikrowellenleistung sind über drei Gar-Etappen programmierbar. Man verwendet Bleche, aber eine neue Generation mit GN-Norm ist geplant. Wasseranschluss und Abzugshaube entfallen: Dämpfe und Gerüche werden durch Katalysatoren entfernt. Bei gleicher Bestückung ist der «Rapid» energiesparender als ein Steamer. GB

Programmiert auf TK-Produkte

Leasing. Allianz Haari Food Systems und Nestlé Food Services: Beim «Locare» verleast Haari den «Rapid Cook»-Ofen an Nestlé-Kunden. Sie erhalten Schulung, Support und Programmsammlung. Nestlé unterstützt «Locare», um TK-Produkte zu fördern. Diese haben gegenüber der kühlfrischen Convenience einen Nachteil: Zeitbedarf zum Auftauen. Aber im «Rapid» wird zum Beispiel eine Portion TK-Paella schneller heiss als im Steamer. GB

PRODINDEX 20. 9. BIS 25. 9. 2004 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



MIKROWELLEN-ERHITZUNG

Mikrowelle ist besser als ihr Ruf

Die Mikrowelle ist bei Köchen wie Gästen zu Unrecht verpönt: Sie ist nicht ungesund, aber wie bei jedem Garprozess sind Sorgfalt und Erfahrung wichtig.

GUIDO BÖHLER

Als Mikrowellengeräte auf den Markt kamen, wurden sie in Gastküchen vor allem zum Regenerieren verwendet. Nur feuchte Zubereitungsarten waren möglich, und für Garprozesse fehlte die Erfahrung. Im Gegensatz zum Combisteamer hängt die Garzeit von der Gargut-Menge ab. Zum Regenerieren oder Auftauen ist die «schnelle Welle» jedoch praktisch, aber diese Prozesse verwendet man für Convenience – in der Gourmetküche ein Imageproblem. Doch moderne Mikrowellengeräte können den Combisteamer für kleine Mengen ersetzen und werden immer öfter zum Garen verwendet. Immer noch steht das feuchte Klima im Vordergrund.

Es gibt zwar programmierbare und Grill-Heissluft-Kombi-Geräte, aber die Gisi Handels AG verkauft «sehr wenige Kombigeräte», so die Erfahrungen von Bruno Gisi. Doch Kunden von Haari AG verwenden das Kombigerät «Rapid Cook» auch für trockene Gar- und Backprozesse.

«HOT SPOTS» UND «COLD SPOTS»

Bei vielen Köchen und auch Gästen stösst die Mikrowelle auf Vorurteile. Aber sie «schadet dem Lebensmittel nicht, sofern wenn man es nicht überhitzt», bestätigt das Institut für Lebensmittelwissenschaft der ETH. Im Gegenteil: Die kurze Garzeit schont sogar die Vitamine.

Allerdings neigen Lebensmittel unter Mikrowellen von hoher Leistung und ohne Heissluft zu unregelmässiger Heisswerden, weil ihre Inhaltsstoffe die Wellen unterschiedlich absorbieren. Die Folge: «hot spots» und «cold spots» können entstehen bei zu schneller Erhitzung, vor allem beim Auftauen. Dies erweckt den Eindruck, mikrowellenerhitzte Speisen kühlen schneller wieder ab.

Die Mikrowellen-Erhitzung hat einige Besonderheiten: Sie findet innen und aussen gleichzeitig statt. Man neigt zu glauben, sie geschehe von innen nach aussen, weil die Speisen aussen rascher abkühlen. Die Schnelligkeit bewirkt, dass unangenehme Gemüsenoten nicht so wirksam verdunsten wie beim längeren Dämpfen. In der reinen Mikrowelle (ohne Heissluft- oder Grill-Funktion) steigt die Temperatur aussen nicht über 100 Grad, was mehrere Effekte hat: Es bildet sich weder Kruste noch Wasserdampf-Sperrschicht, Bräunung oder Röstaroma. Das Produkt trocknet an der Oberfläche stärker aus, und im Innern können durch «Dampfdestillation» mehr Aromen verloren gehen.

MIKROWELLEN

Die «schnelle Welle» ist auch für Garprozesse auf dem Vormarsch

Mit Mikrowellen kann man wesentlich schneller garen oder regenerieren als mit Dampf. Kombi-Geräte erweitern die Palette der Grundzubereitungsarten und bieten Vorteile für Kleinmengen. Und programmierbare Geräte ermöglichen einfaches Handling.

GUIDO BÖHLER

Wenn die Küche geschlossen ist und nur wenige Menu-Bestellungen eintreffen, gibt es Alternativen zum Combisteamer: Mikrowellengeräte, die man nur bei Bedarf einschaltet. Im Gegensatz zu einem Mini-Steamer lassen sie sich auch vom Buffet-Personal bedienen. Die Garzeit wird dank der «schnellen Welle» stark verkürzt. Da sie wenig Platz benötigen, eignen sie sich ausserdem für enge Küchen. Ein Beispiel ist der «Rapid Cook-Ofen» von Haari AG.

Dank Heissluft und Mikrowellen lässt sich darin ein rohes Mischstratzler in sieben Minuten garen und bräunen oder eine Portion tiefgekühlte Chicken-Nuggets in 2,5 Minuten backen. Auch das Regenerieren dauert nur halb so lang wie im Steamer: Im «Rapid» regenerierte Convenience von «Nestlé Food Services» ist gemäss Pierre Kelch, Gastro-Berater von Nestlé, «bei richtiger Handhabung nicht von normal regenerierter zu unterscheiden». Dank der Schnelligkeit bleiben sogar die Vitamine besser erhalten als beim langsamen Garen, wie ein Gutachten der UFAG-Laboratorien belegt.

WICHTIG: ERFAHRUNGEN SAMMELN

Ungeeignet ist die Mikrowelle zwar für rohe Teiglinge oder Pommes frites, dafür kann man rohes TK-Geftügel garen, ohne es aufzutauen. Laut Martina Walker, Koch- und «Rapid»-Expertin bei Haari, «entsteht weniger Saftverlust als beim konventionellen Braten». Allerdings gilt auch hier die hygienische Sorgfaltspflicht: Wer rohes Geftügel in den «Rapid» schiebt, muss vorsichtig sein: Der Garvorgang hängt stark von Grösse und Form des Gargutes ab. Ein Profikoch kann zwar den Garverlauf beurteilen und korrigieren, nicht aber jeder Angelernte. Wenn man daher das Gerät zum Backen von rohem Geftügel programmiert, darf man die Garzeit nicht allzu knapp bemessen, um nicht zuletzt auch hygienische Risiken zu vermeiden.

Auch andere Komponenten muss man allenfalls massgeschneidert vorgehen: Rösti-Kartoffeln sollten für den «Rapid» stärker vorgekocht oder vorgebraten werden als sonst für die Pfanne. Denn die Rösti muss auch

Foto: Guido Böhlér



SCHNELLES GAREN DANK MIKROWELLEN UND HEISSLUFT

Dank «schneller Welle» wird die Garzeit stark verkürzt. Immer mehr Köche verwenden Rapid-Öfen, um durchgehend warme Frischküche anzubieten.

innen den richtigen Gar- und Bräunungspunkt erreichen. Die allgemeine Regel lautet so in etwa: Je stärker man das Garen forciert, desto sorgfältiger muss man die Anteile von Heissluft und Mikrowelle aufeinander abstimmen.

«DIE GÄSTE SIND VERBLÜFFT»

Robert Eugster, Küchenchef des Hotels «Frohe Aussicht» im zürcherischen Zumikon, verwendet den «Rapid-Ofen», um durchgehend warme Frischküche anzubieten. Sein «Cor-don bleu soufflé» zum Beispiel brät er zuerst in der Pfanne an, fertig ist anschliessend im «Rapid» und schickt das Gericht inner von nur rund fünf Minuten.

«Die Gäste sind verblüfft und fragen, ob es wirklich frisch gegart ist», so Eugster. «Auch die Qualität eines Mischstratzler entspricht der von konven-

tionell zubereiteten. Und TK-Fonduebaguettes benötigen im Rapid nur zwei Minuten zum Fertigbacken. Sogar Hiestand-Vertreter anerkennen die Qualität», ergänzt Eugster. Andere Anwender setzen den «Rapid» eher zum Regenerieren von Convenience-Portionen ein. Claude Haari verzeichnet daher «seit drei Jahren wachsende Verkäufe».

DIE MIKROWELLE LIEGT IM TREND

Auch Bruno Gisi, Inhaber der gleichnamigen Küchentechnik-Firma, stellt «stark steigende Verkäufe von Mikrowellenöfen fest, vor allem bei den leistungsstarken mit vier Magnetronen». Er verkauft zu 70 Prozent programmierbare und zu 30 Prozent manuelle Panasonic-Geräte. Seine Kunden verwenden sie nicht nur zum Auftauen und Regenerieren sondern auch zum Garen: Dabei fer-

tigt eine Satellitenküche bis zu 4 Kilogramm Gemüse in GN-Schalen, das in der Zentralküche bereits vorgegart wurde.

VIELE GASTROKÖCHE SIND SKEPTISCH

Roh gegart werden können auch «Dream-Steam»-Produkte in Dampfdruck-Schalen der Firma Creative New Food. Laut Gisi verwenden auch 5-Sterne-Hotels die Mikrowelle, wenn sie ein einzelnes Kilo Gemüse zu garen haben.

Aber viele Gastköche bleiben trotzdem skeptisch: Gilden-Obmann René Maeder verwendet die Mikrowelle «nicht zum Garen, sondern vor allem in Randzeiten zum Wärmen einzelner Portionen». Zum Auftauen seien Mikrowellen «nicht genug schonend», und der Schnelligkeitsvorteil «entfalle seit der Einführung der Induktion».

Schiff rammte Bürgenstock-Ufer

Bei einem Schiffsunfall auf dem Vierwaldstättersee sind am Montagmorgen bei der Station Kehrsiten-Bürgenstock sieben Personen verletzt worden. Eine Person war am Abend immer noch in Spitalpflege. Wie die Kantonspolizei Nidwalden mitteilte, prallte das Motorschiff «Brunnen» um 10 Uhr mit rund 20 Passagieren an Bord bei der Schiffstation Kehrsiten-Bürgenstock gegen das Ufer. Wie es zum Unfall kam, ist noch unklar. Eine erste technische Untersuchung des

Schiffes durch Spezialisten ergab keine Hinweise auf einen technischen Fehler, wie die Schiffsahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) mitteilte. Die Befragung der Schiffsmannschaft habe andererseits auch keinen Hinweis auf menschliches Versagen gegeben.

Gesichert ist, dass der Unfall beim Anlegen geschah. Das 197 Tonnen schwere und 48 Meter lange Kursschiff prallte 20 bis 30 Meter von der Station entfernt gegen die Ufermauer

und eine Bootshalle. Dabei kamen mehrere der 20 Passagiere zu Fall. Sieben erlitten leichte bis mittelschwere Verletzungen.

An Mauer und Halle entstand nach Polizeiangaben erheblicher Sachschaden. Das Schiff war von Luzern Richtung Pilatusbahn in Alpnachstad OW unterwegs und hatte eine internationale Gästeschar an Bord. Die Verletzten Personen waren schweizerischer, deutscher, amerikanischer und indischer Nationalität. *KJV/sda*

«Landhaus» brannte ab

Köniz BE. Ein nächtlicher Brand hat das beliebte Restaurant Landhaus in Liebefeld (Gemeinde Köniz BE) stark beschädigt. Es entstand Sachschaden von über einer Million Franken. Verletzt wurde niemand. Die Brandursache ist noch unklar, wie die Kantonspolizei Bern mitteilte.

Gegen 140 Feuerwehrleute standen im Einsatz. Nach rund zwei Stunden hatten sie das gegen 03.20 Uhr im Restaurant Landhaus ausgebrochene Feuer unter Kontrolle. Ein Über-

greifen auf benachbarte Gebäude konnten die Feuerwehrleute verhindern.

Die Flammen zerstörten den Dachstock vollständig. Feuer und Wasser beschädigten das übrige Gebäude stark. Die Sicherheitskräfte mussten den Verkehr während längerer Zeit umleiten. Das weitherum bekannte und beliebte Restaurant Landhaus ist aus dem früheren Herrenhaus des Liebefeld-Gutes heraus entstanden, welches um 1700 herum gebaut wurde. *KJV/sda*

ZITAT DER WOCHE

«Wir geben dem Preisdruck nach, wenn wir es müssen, und verhalten uns preisintelligent, wenn wir es können.»

Otto Lindner jun., Vorstand der Lindner Hotels & Resorts, im Interview auf Seite 2

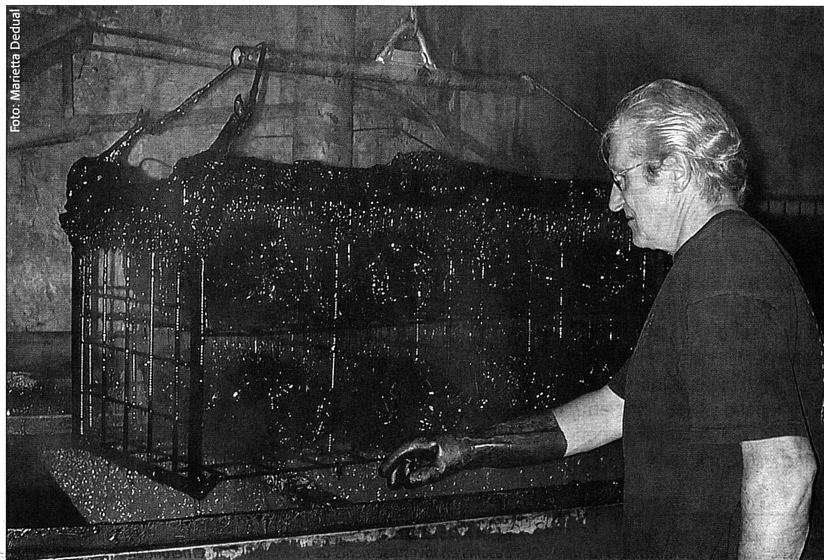
ST. MORITZ

Gewinner: Clean Energy

St. Moritz gewann mit «Clean Energy» als «Gesamt-Energie-Projekt» den mit 1500 Euro dotierten Preis im Wettbewerb «Gemeinde der Zukunft».

Seit 2001 schreibt das Gemeindeförderungswerk «Allianz in den Alpen» jährlich einen Wettbewerb für nachhaltige Projekte in den Berggemeinden aus. Neben der Nachhaltigkeit werden die Einbindung in das Gesamtkonzept der Gemeinde, die Kreativität und die Beispielfähigkeit für andere Gemeinden sowie die Art der Umsetzung bewertet.

Ziele des Gesamt-Energie-Projekts St. Moritz/Engadin sind die Förderung und die umweltverträgliche Nutzung einheimischer, erneuerbarer Energien. Ausserdem werden Massnahmen unterstützt, welche die Energieeffizienz steigern, die Energieverluste vermindern und nicht erneuerbare Energien substituieren. Die Bereiche Verkehr und Abfall-Entsorgung sollen verbessert sowie die Landwirtschaft im Tal und das bildungstouristische Angebot naturwissenschaftlicher und kultureller Ausrichtung unterstützt und ausgebaut werden. *KJV*



Schinken in Asphalt. Die Asphaltminen im Val-de-Travers waren ein Highlight des Mitarbeiterausflugs «Tour de hotellerieuisse». Schinken, im Asphalt gekocht, ist dort im Laufe der Jahre zur Spezialität des «Café des Mines» geworden. Sein Ursprung geht auf die Zeit um 1935 zurück. Damals wurde der Schinken direkt in den Wannen mit brodelndem, zum Giessen in Asphaltblöcke bereiten Asphalt gekocht. Dieser Schinken gehörte zu jedem wichtigen Ereignis im Leben der Bergwerksschneider von La Presta. Kochen im Asphalt mag zwar seltsam anmuten, bietet aber einen entscheidenden Vorteil. Dank konstanter Temperatur und exklusiver Packmethode entfaltet sich voll der Geschmack des Schinkens. Der Schmackhaftigkeit verdankt der Minen-Schinken seinen Ruf. – Daten: Aufheizen des Asphalts 4 Stunden; Temperatur des Asphalts über 160°C; Zeitaufwand Einpacken pro Stück 20 Minuten; Kochzeit 3,5 Stunden bis 4,25 Stunden. *KJV*

PEOPLE



Die stv. Geschäftsführerin **Susanne Berchtold-Mutter** hat nach fünfjähriger Tätigkeit bei Goms Tourismus auf Ende August ihre Stelle gekündigt. Zurzeit geniesst sie das Mutterglück mit ihrer jungen Familie. Susanne Berchtold-Mutter hat bei Goms Tourismus den Bereich «Presse- und Medienarbeit» aufgebaut. Sie war auch massgeblich an Konzeption und Umsetzung des Projekts «150 Jahre Cäsar Ritz» beteiligt. Seit Gründung von Aletsch Marketing hat Susanne

Berchtold-Mutter das Beratungsbüro «Daniel Fischer & Partner», Management & Marketing Consultants beim Aufbau der Destination Aletsch mit konzeptionellen Tätigkeiten unterstützt. Ihre Stelle bei Goms Tourismus wird wegen der Auslagerung der Aufgabenbereiche an Aletsch Marketing nicht mehr besetzt. *KJV*

Anne Rupp (22), Steigenberger Hotel Berlin, ist die Gewinnerin des diesjährigen Egon-Steigenberger-Preises und erhält berufsfördernde Mittel im Wert von 6000 Euro (9300 Franken). Der zweite Preis – 3000 Euro – ging an **Nicole Weber-Wiemers** (29), InterCityHotel Gelsenkirchen. **Tanja Cadruvi** (26), Steigenberger Belvédère Davos, konnte sich als Drittplatzierte mit 2000 Euro (3100 Franken) freuen. Tanja Cadruvi ist 1. Hausdame im Davoser Hotel. Die gelernte Hotelfachassistentin ist seit Juni 2003 dort be-

schäftigt. Zuvor arbeitete sie als Hausdame in Hotels in Laax und Flims. Insgesamt bewarben sich in diesem Jahr 19 Mitarbeiter um die Auszeichnung. Die Vor- und Endrunde wurde in Form eines Assessment-Centers (AC) mit einer Fachjury organisiert. *KJV*



Mary Stefanizzi (35) übernimmt die Leitung Verkauf Schweiz bei der Ferienhausspezialistin Interhome AG in Glattbrugg. Sie kommt nach fünf Jahren zurück, denn sie wurde bei

Interhome und der Tochtergesellschaft Utoring in Zürich ausgebildet. Danach war sie unter anderem in der Interhome-Geschäftsstellen in Barcelona und Paris, als Ferienberaterin bzw. Sachbearbeiterin Einkauf tätig. Zuletzt war Mary Stefanizzi Projektleiterin Event-Marketing Zentraleuropa bei Credit Suisse Private Banking. *KJV*

Rainer M. Willa ist der neue Director of Sales & Marketing des Swissôtel Zürich in Oerlikon. Er übernimmt die Position von **Christian Schaufelbuehl**, der zum neuen Director of Operations des Swissôtel Sydney in Australien ernannt wurde. Willa arbeitete zuvor zwei Jahre als Sales-Consultant bei American Express (Schweiz). In dieser Funktion betreute er hauptsächlich den Bereich «Merchant-Business», das Vertragspartnergeschäft (inklusive Hotels) des Kreditkartenunternehmens. *KJV*

GLOSSE

Polizei light

HANSPETER GSELL

Endlich hat das Adjektiv «light» auch Einzug in das Basler Gastgewerbe gefunden: Ab nächstem Jahr ist neben Light-Käse, Light-Salami und Light-Pudding auch die Polizeistunde «light» erhältlich. Nach Leichtmatrosen, «Coke light Man» und leichter Infanterie ein weiterer «Lightblick» sprachlichen Schaffens. Da kaum eines dieser lichten Subjekte ein besonders strahlendes Licht um sich wirft, ist zu befürchten, dass auch die «leichte Polizeistunde» ein fragwürdiges Schattendasein führen wird.



Wehmütig erinnere ich mich an die alte, klassische Hardcore-Polizeistunde. Ich sehe ihn noch vor mir, den alten Dorfpolizisten, wie er mit hohlem Kreuz und gezücktem Bussenblock die Wirtschaft betrat und jedem Gast einen Fünfliber und dem Wirt das Doppelte abknöpfte. Glück hatte man nur, wenn gleichzeitig ein Gemeinderat in der Beiz hockte.

In solchen Fällen wurde das Gesetz samt zugehöriger Polizeistunde kurzerhand ausser Kraft gesetzt. Waren jedoch keine Beamten anwesend, der Umsatz trotzdem ansehnlich, übernahm manchmal der Wirt den Fünfliber aus seiner eigenen Kasse, schloss die Vorhänge und servierte die nächste Runde im Schein der Rechaudkerzen. Gleichzeitig verdonnerte man den jüngsten Gast dazu, Wache zu stehen.

Ich stellte mich in den Schatten der alten Buche. Als ich eine verdächtige Gestalt erblickte, drückte ich wie befohlen den blauen Knopf und aktivierte damit die rote Lampe beim Buffet. Der Stammtisch verlegte daraufhin seine Tätigkeit in die Küche.

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

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Morbipustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christian Santschi

Redaktion:
Chefredaktor: Marietta Dedual (MD).
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH).

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Theres Lager Berger (TL), Daniel Stampfli (DS),
Dr. Karl Josef Verding (KJV).

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

Cahier des Chefs: Miroslav Halaba (MH),
Laurent Missbauer (LM).

Milestone: Dr. Peter Köhler (PK).

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

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard
Lob (GL), Tessin; Herbert Purscher (HP), Wien; Maria Pütz-
Willems (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel;
Sonja Städel (SS), Bern; Georg Uebachs (GU), Frankfurt;
Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Stöbel.
Abonnemente: Sabine Rothacher.
Stelleninserate: Marc Moser.
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter).
Innenredaktion: Marc Moser.

Druck:
Büchler Grafico AG,
Druckzentrum Bern.

Auflage:
11'157 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 (TOUREX)
– Vereinigung Diplometrierter Hoteliers-
Restaurateure SHV (VDH)
– Hospitality Sales & Marketing Association
(HSM) 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 (ACRG).

Kontakte:

Adresse:
Morbipustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 370 97 93, Fax 031 370 97 76,
E-Mail: abo@swiss-hotels.ch
Stelleninserate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch
Geschäftsanzeigen:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen
wird jede Haftung abgelehnt.



NIKLAUS MING / Portrait d'un hôtelier veveysan «fier de son travail, fier de sa réussite et fier de sa famille». **PAGE 2**



ERIC FAVRE / Interview du président de l'AEHL à la veille du Congrès mondial de l'AEHL qui aura lieu vendredi à Martigny. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

REMONTÉES MÉCANIQUES

Promotion auprès des jeunes

Les Remontées mécaniques suisses (RMS) travaillent à la formation d'une entité dont le but sera de promouvoir les sports de neige auprès des jeunes.

MIROSLAW HALABA

La promotion des sports de neige auprès des jeunes devrait s'intensifier ces prochaines années. Les Remontées mécaniques suisses (RMS) travaillent, en effet, à la création d'une communauté d'intérêt dont le but sera de donner aux jeunes le goût des sports d'hiver, a indiqué la semaine



Une entité doit promouvoir les sports d'hiver auprès des jeunes.

dernière leur directeur, Peter Vollmer. Cette entité se grouperait notamment, autour des RMS, SwissSki, Swiss Snowsports ou Suisse Tourisme. «La stratégie devrait être définie cette année encore», a dit Peter Vollmer.

Les RMS ont constaté que les jeunes n'avaient plus beaucoup l'occasion de pratiquer les sports d'hiver. Le manque de finances publiques a conduit à une réduction ou à une disparition des subventions pour les camps de sport scolaire. D'autre part, bon nombre d'écoliers étrangers ne savent pas skier ou ne savent pas pratiquer le snowboard, soulignent les RMS.

La promotion auprès des jeunes – qui a fait l'objet, ces dernières années, d'actions ponctuelles – revêt dès lors une grande importance pour la branche des remontées mécaniques, car ces jeunes représentent les futurs clients des domaines skiables.

REMONTÉES MÉCANIQUES SUISSES

Investir pour maintenir l'offre

La branche suisse des remontées mécaniques veut maintenir son offre à jour. Pour ce faire, elle a besoin d'investir 1,4 milliards de francs d'ici 2009, a indiqué son association faîtière dont les membres ont tenu leur assemblée générale, la semaine dernière, à Meiringen.

Photo: Remontées mécaniques suisses



INVESTISSEMENTS

Les besoins en investissements de la branche concerneront en grande partie le remplacement d'installations.

MIROSLAW HALABA

L'Arc alpin helvétique ne va pas se doter de nouveaux domaines skiables, a indiqué, jeudi dernier à Meiringen (BE), Peter Vollmer, le directeur des Remontées mécaniques suisses (RMS) lors de la conférence de presse qui a précédé l'assemblée générale de l'association faîtière. Cela n'empêche pourtant pas la branche d'avoir un grand besoin de fonds pour les prochaines années. En effet, selon les estimations, c'est 1,4 milliard de francs qu'elle devrait investir d'ici 2009. C'est le double de ce qui était considéré comme nécessaire pour les cinq années précédentes. Si 15% de ces besoins concernent de nouvelles installations, l'essentiel, soit 64%, est destiné à la construction d'installations de remplacement.

DES RÉSERVES POUR LA POLITIQUE RÉGIONALE

Construits durant les années 70 et 80, de nombreux équipements sont en effet arrivés à bout de course et doivent être remplacés. Une part de 370 millions de francs devrait être investie

en Valais et 557 millions dans les Grisons. A noter que 350 millions de francs (26%) sont prévus pour des installations annexes, comme l'enneigement technique ou la restauration d'altitude. Pour les RMS, de tels investissements ont pour but principal de maintenir l'offre, voire de rattrapper le retard sur les pays concurrents. Ces fonds seront-ils disponibles? Toute la

question est là. C'est donc tout naturellement que les RMS ont profité de l'occasion pour relever les réserves que leur inspire la nouvelle politique régionale (NPR). Celle-ci qui entend notamment remplacer, par de nouveaux instruments, l'aide aux investissements dans les régions de montagne (LIM) dont la branche a profité pour un montant global de 350 millions de francs depuis 1974. Comme l'a expliqué Peter Vollmer, les RMS redoutent que la NPR ne mette plus autant de moyens financiers à disposition des régions de montagne que les instruments actuels et qu'elle soit une «manière déguisée» d'économiser des fonds publics.

MIEUX PRÉPARÉES POUR SOLLICITER DES CRÉDITS

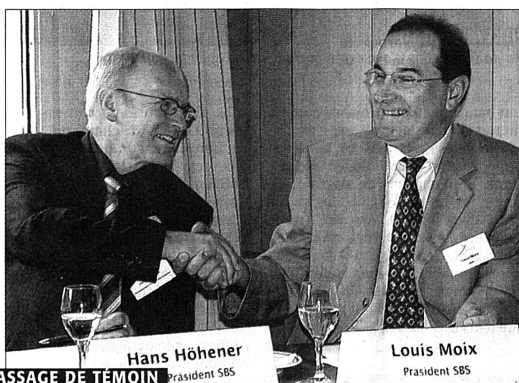
Ceci mis à part et malgré une politique de crédit des banques plus restrictive qu'auparavant, la branche a pris des mesures pour séduire les bailleurs de fonds. Les entreprises se sont restructurées ou sont en train de le faire. Coopérations et fusions leur ont permis, ici et là, d'améliorer la rentabilité et de présenter des perspectives d'avenir sans lesquelles les établissements bancaires ne délient pas leur bourse. Ainsi, en vue de l'introduction de l'accord sur les fonds

propres «Bâle II», les RMS ont créé et testé un instrument d'analyse des facteurs qualitatifs et quantitatifs de l'entreprise qui permet à une société de se présenter devant les banques pour demander un crédit. Financé à raison de 500 000 francs par le Secrétariat d'Etat à l'économie, cet instrument sera disponible dès janvier 2005.

Changement

L'assemblée des Remontées mécaniques suisses (RMS) a été marquée cette année par un changement à la présidence. Hans Höhener, de Teufen (AR), jusqu'ici vice-président, a remplacé le Valaisan Louis Moix. Durant son mandat de quatre ans, l'ancien directeur de Téléverbier s'est principalement engagé en faveur de la modification des structures de la branche, incitant les entreprises à se grouper pour renforcer leurs assises financières. La qualité des prestations et, partant, la formation du personnel ont aussi figuré parmi ses chevaux de bataille. Il salue ainsi en particulier la création d'un apprentissage spécifique aux entreprises de remontées mécaniques qui doit débuter en 2006. **MH**

Photo: Miroslaw Halaba



PASSAGE DE TÉMOIN Président RMS
Hans Höhener (à g.) est le nouveau président des Remontées mécaniques suisses. Il remplace le Valaisan Louis Moix (à d.), en fonction durant quatre ans.

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

DIVINEMENT BON.



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

concours Dessert
Fantasien 2004
HUG
Dessert
et
plus
La recette du vainqueur.
Vous trouvez plus des idées sur
notre page internet
www.hug-luzern.ch
Vainqueur catégorie professionnels
Roman Mäler, Guignard Desserts, Orbe

hoteljob

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@swisshotels.ch

HOWEG

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

Centre logistique 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

Oui aux allocations pour les mères

Votations fédérales. «Les parties signataires de la Convention collective nationale de travail pour les hôtels, restaurants et cafés disent oui aux allocations pour perte de gain en faveur des mères», ont fait savoir hotelleriesuisse, Gastro-suisse, Hotel & Gastro Union, Swiss Catering Association (SCA), Syna, Unia et FCTA.

Ces sept associations patronales et syndicats sont unanimes: les mères exerçant une activité lucrative ont droit à une allocation de maternité. Elles

disent par conséquent oui au projet de modification de la loi sur les allocations pour perte de gain en cas de service ou de maternité qui sera soumis en votation le 26 septembre.

La modification de la loi prévoit l'introduction d'une indemnité journalière de 80% du revenu pendant 14 semaines pour les mères qui travaillent. La CCNT en vigueur pour les hôtels, restaurants et cafés comprend aujourd'hui une assurance maternité de 70 jours au moins, pour autant que

l'employée ait été assurée pendant au moins 270 jours au moment de l'accouchement.

Pour les parties signataires de la CCNT, l'acceptation du projet permettrait à toutes les branches du pays de franchir un pas important en vue de concilier travail et famille, «une mesure qui est dans l'intérêt de l'ensemble de l'économie suisse et qui revêt une importance toute particulière dans l'hôtellerie et la restauration lesquelles emploient une forte proportion de femmes». LM

Tourisme suisse: une lueur d'espoir

Suisse Tourisme. «La lueur d'espoir qui se dessine à l'horizon du tourisme suisse semble s'amplifier peu à peu. Au cours des mois d'avril à juin, le nombre de nuitées dans les hôtels suisses a augmenté de 4% après trois années de régression», a relevé Suisse Tourisme (ST) dans un communiqué diffusé la semaine passée.

Cette augmentation de 4% du nombre de nuitées est principalement due aux touristes étrangers qui, par leur demande, ont fait grimper de

6,7% le nombre de nuitées entre avril et juin, a indiqué ST. D'autre part, les nuitées des clients venus de Suisse sont restées stables, progressant même légèrement de 0,4% par rapport à 2003.

Si l'on détaille un peu la provenance des nuitées étrangères, on constate que la croissance a été particulièrement nette pour les nuitées des hôtes en provenance du Japon et des Etats-Unis, deux marchés que ST a qualifiés de «particulièrement importants». En effet,

d'ici la fin de l'année, ST prévoit pour ces deux pays une augmentation des nuitées de respectivement 25 et 15% par rapport à l'année précédente.

Jürg Schmid, le directeur de ST, s'est réjoui de cette augmentation. En faisant allusion au financement de son office qui sera tout prochainement voté par le Conseil national, il a rappelé l'importance du travail effectué par ST aussi bien au Japon qu'aux Etats-Unis, ainsi que dans d'autres pays à l'étranger. LM

GRÄCHEN (VS)

Un beau temps payant

Des randonnées sans soleil remboursées: le dernier coup de la station de Grächen s'avère payant, avec des échos inattendus en Suisse romande.

GENEVIÈVE ZUBER

La station haut-valaisanne de Grächen peut remercier le soleil; il n'a quasiment pas fait défaut pendant l'action «Sunny-Wanderpass», qui s'est déroulée du 12 juin au 12 juillet. Pendant cette période, les remontées mécaniques ont proposé des abonnements de deux ou de six jours avec garantie de remboursement les jours de mauvais temps (pluie, brouillard ou sans soleil). Bilan comptable de l'opération: sur 426 journées vendues (99 abonnements), il a fallu en rembourser sept, soit une ristourne de 203 francs. Une bagatelle, au vu des résultats obtenus, «très positifs, et plutôt étonnants», commente Ruth Loosli, responsable marketing de Grächen Tourisme.

DES EFFETS SUR LES NUITÉES

«De nombreux médias romands, à savoir journaux, magazines et télévision, ont parlé de notre action», explique-t-elle. «Nous ne nous attendions pas un tel écho dans cette partie du pays, d'autant plus que les Romands vont relativement peu en vacances dans le Haut-Valais.» Mais grâce à ce battage médiatique, les nuitées romandes, à Grächen, ont grimpé de 5% à près de 10% en juillet et en août. Ces résultats ouvrent à la station de nouvelle perspectives pour la saison d'hiver également. «Nous sommes en train de revoir notre stratégie marketing et de cibler davantage sur le marché romand», ajoute Ruth Loosli.

Sur le moment, pendant l'action proprement dite, Grächen n'a pas vu sensiblement plus d'abonnements que d'habitude. Les effets se sont donc fait et pourraient continuer à se faire sentir à moyen terme. «Nous avons voulu prouver qu'il fait beau, et c'est habituellement le cas au début de l'été, qu'on peut marcher à cette période de l'année, un argument pour promouvoir l'avant-saison estivale.»

LA TENDANCE DES GARANTIES VACANCES

Avec le «Sunny-Wanderpass», la station a su surfer sur la vague des garanties vacances de plus en plus nombreuses sur le marché touristique international (contre la grippe, les aléas de la météo, les attentats...). La station haut-valaisanne n'en est pas à son premier coup marketing. On se souvient du «Grächen Dollar», monnaie de change locale lancée pour offrir une alternative au franc fort, puis de l'action «Payez (si vous êtes) contents!», Ruth Loosli: «Nous sommes une petite station, avec peu de partenaires. Cela nous permet, à l'office du tourisme, d'être créatifs.»

NIKLAUS MING

A la fois hôtelier et entrepreneur

On a beaucoup crié au casse-cou lorsque, en 1997, il avait annoncé son intention de développer son Hôtel Pavillon. Niklaus Ming l'hôtelier «entrepreneur» a réussi. Aujourd'hui, cinq ans après l'ouverture du «nouveau» Pavillon, il en est fier et il le dit.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Dans un canton de Vaud souvent engoncé dans le «ni oui, ni non» ou le «prêt à bien qu'oui, prêt à bien qu'on», Niklaus Ming détonne: la langue de bois: connaît pas! Alors oui, «il est fier de son travail, fier de sa réussite, fier de sa famille». Non, chez lui, le client n'est pas roi, il a des règles à

Portrait

Photo: Jean-Jacques Ethnoz



NIKLAUS MING

«J'ai la satisfaction d'avoir créé quelque chose qui va rester.»

respecter. Non, il ne peut pas s'attarder pour saluer chacun d'eux, au risque d'en oublier et d'en blesser un. Pas question non plus de modifier l'ordonnance du service parce que le teint ou les yeux brisés d'un garçon ne plaisent pas à un client, même habitué. Car si, bien sûr, la clientèle a compté, cette réussite c'est surtout à son esprit et à ses audaces d'entrepreneur qu'il la doit.

C'est en 1950 qu'il est venu pour la première fois à Vevey, «une véritable expédition dans l'Oldsmobile 36 de mon père». C'était pour les 50 ans de son oncle, Josef, directeur et propriétaire de l'actuel «Pavillon». C'est peut-être là qu'est née la vocation hôtelière de Niklaus Ming, enfant de Kastanienbaum (LU), fils d'un patron de distillerie et marchand de vins. Ses classes terminées, il entreprend une forma-

tion bancaire à Zurich où ses parents ont repris un restaurant-brasserie.

Mais, les vocations ça se développe. Ce sera l'Ecole hôtelière de Lausanne. Et le chapelet de stages: Lausanne, les hivers à Saint-Moritz, les étés à Vevey, Toronto, New York, à nouveau Vevey. Avec quelques hésitations cependant. L'époque était à la spéculation immobilière. «Rien n'était plus sûr, on croyait que tout allait être démolir, je suis reparti.» Pour une ouverture dans les Montagnes Rocheuses.

ville, avec «business corner» et spa, passant de 50 à 85 chambres.

L'entrepreneur ne s'embarrassait pas des incertitudes du marasme hôtelier. Entendait-il même les Cassandra qui criaient au casse-cou? Il avoue le découvrir aujourd'hui «au hasard de certaines conversations». Comme il découvre parfois amer qu'on attribue sa réussite à Nestlé alors que pour lui «le Pavillon étant un hôtel d'affaires, il trouve ses clients là où ils sont, c'était auparavant aux Ateliers mécaniques de Vevey, c'est aujourd'hui Sero et Nestlé. Rien de plus normal», insiste-t-il.

Voilà pour l'hôtelier. Voilà pour l'entrepreneur. Et puis, il y a l'homme. A vrai dire, il faut le deviner derrière les deux premiers. L'enfant de Kastanienbaum? «Un gosse normal». L'adolescent zurichois? Normal lui aussi, sérieux comme un banquier zurichois. Le père? Normal aussi, avec une précision: «Nous avions une maison sur les hauteurs de La Tour-de-Peilz, mais mes enfants ont beaucoup fréquenté les hôtels et les restaurants, il était donc normal qu'ils suivent des règles.» Le collègue? Bien moins austère qu'il n'y paraît assurent les hôteliers de la Riviera qui citent parfois ses bons mots. Et lui d'avouer qu'il se plaît en leur compagnie puisque «c'est très heureusement une spécialité de la région, nous avons toujours été très bons amis». Reste le patron. «Il est bien évident que mes employés ne sont pas ma famille. Je suis le patron et non le

père», précise Niklaus Ming. De là naissent respect et confiance mutuels. Pour preuve, on reste à l'Hôtel Pavillon, le personnel saisonnier mis à part, le roulement est en effet très faible. Et quand on s'en va, en Italie, au Portugal ou ailleurs ouvrir un bar, une pizzeria ou un petit hôtel, il n'est pas rare que le patron vienne prendre des nouvelles. Et quand les affaires n'ont pas marché comme prévu, on peut sans autre retrouver une place chez lui.

«Le Pavillon est un hôtel d'affaires, il trouve ses clients là où ils sont.»

Aujourd'hui, on voit moins la silhouette sévère de Niklaus Ming traverser les salles et restaurants du «Pavillon». Car la relève est assurée, Nicolas est à l'«operating», Christophe à l'hébergement et à la vente. Niklaus Ming, en entrepreneur, a conservé l'«immobilier» et gagné du temps libre. Le boxer Mitch en profite un peu, mais surtout son couple. «Nous n'avons jamais pu prendre de longues vacances, nous nous rattrapons maintenant», dit-il. Alors ce dernier été ce fut deux mois à voyager, cet hiver, ce sera deux mois à Zermatt, «un endroit idyllique où je connais bientôt tout le monde, en tout cas plus qu'à Vevey où je ne sors presque pas si ce n'est pour rencontrer mes collègues hôteliers».

Avec toujours un œil, bien sûr, sur les affaires de la Société de gestion hôtelière Ming S.A., fondée à la fin des années 90 pour faire de ce qui était en 1955 le plus petit hôtel de Vevey une affaire florissante. L'entrepreneur n'est jamais loin, fier de sa réussite d'hôtelier et d'homme «qui a la satisfaction d'avoir créé quelque chose qui va rester.»

N. Ming en bref

Date de naissance: le 1er avril 1936 à Lucerne.

Origine: de Lungern, dans le canton d'Obwald.

Situation familiale: marié à Monique, née Pfister. Trois enfants: Nicolas, Caroline et Christophe.

Un plat: tout afin de ne rien manquer.

Une boisson: un verre de vin blanc de l'endroit où il se trouve, mais surtout un chardonnay ou un riesling.

Un sport: du tennis, du golf depuis 40 ans, du ski. «La première fois que j'ai fait du ski, c'était sur des douves de tonneau retailées!», relève Niklaus Ming.

Un chien: Mitch, le cinquième boxer de la famille. JJE

Niklaus Ming et...

...le premier avril: «Je suis né un 1er avril, j'ai commencé mon apprentissage un 1er avril, j'ai pris la direction du «Pavillon» un 1er avril, j'ai acheté à la même date, enfin j'ai inauguré le nouvel établissement le 1er avril 1999.» Seul couac: c'est aussi un 1er avril qu'il a annoncé son mariage à sa famille et à ses amis, il a dû confirmer le lendemain.

...le tourisme vaudois: «Il faut lui assurer des nuitées de qualité. Quel que soit le niveau de l'établissement, nous ne pouvons pas faire de l'hôtellerie au rabais.»

...l'avenir du tourisme: «Nous devons absolument rester compétitifs et, pour cela, il n'y a pas d'autres solutions que d'investir.» JJE

«C'est une spécialité de la région: les hôteliers y sont amis.»

Le retour à Vevey, ce sera pour 1966. A 66 ans l'oncle Josef passe la main. C'est là qu'est née la vocation d'entrepreneur de Niklaus Ming. Seul gérant depuis 1968, il rachète le «Pavillon» en 1982. «Je ne voulais pas rester sur le statu quo, l'hôtel était trop petit, le «Touring» adjacent était dans un état lamentable.» Propriétaire, la Commune de Vevey ne savait pas ce qu'elle voulait en faire. D'après négociations lui permettront de le transformer, avant, en 1991, de racheter la parcelle et d'annoncer, en 1997, son intention de faire du «Pavillon» un complexe hôtelier d'envergure, en pleine

La chaîne Hilton s'installe à Evian

Evian (F). A partir de mai 2006, l'enseigne de la chaîne hôtelière américaine Hilton sera présente à Evian, à proximité du débarcadère, sur un terrain classé zone touristique depuis trente ans. Ce quatre étoiles comptera 139 chambres et 34 suites. L'hôtel et son restaurant occuperont 150 employés à l'année et 250 pendant la saison d'été. Le coût de la construction est estimé à 80 millions de francs. Ce projet est piloté par Georges Fenench, déjà propriétaire d'un Hilton à

Malte. Son apport de fonds s'élève à 10 millions d'euros, ce qui lui a permis d'attirer un pool de financier franco-néerlandais. La ville d'Evian, qui a vendu le terrain, est également partenaire: elle a acheté 340 places de parking (sur un total de 390) pour 8 millions d'euros. Evian veut en faire un parking pour les frontaliers.

Agrement implanté au bord du lac, cet établissement visera une clientèle qui recherche du confort sans avoir les moyens de s'offrir le Royal,

dont les tarifs sont dignes des plus grands palaces. Cet établissement s'adressera notamment aux touristes qui d'ordinaire résident en Suisse.

La station Evian dispose de deux solides atouts, en plus de son cadre: ses thermes et son casino. Mais elle a, en revanche, un inconvénient: sa monnaie. L'euro est en grande forme, ce qui handicape les Américains et les Japonais. Hilton a pris un pari commercial: aucun hôtel n'avait été construit à Evian depuis 80 ans. VT

Contact groups.ch affine son offre

Liestal (BL). Le spécialiste de l'hébergement pour les groupes, Contact groups.ch a amélioré les fonctions de son site Internet www.groups.ch. Depuis peu, les utilisateurs trouvent, d'une part, un lien direct avec l'horaire des transports publics proches du lieu d'hébergement et, d'autre part, des informations sur le degré d'accessibilité de ce lieu aux fauteuils pour handicapés. MH

Une fondue itinérante

La Gruyère. Une ambassade itinérante fondée sur la fondue fribourgeoise, c'est ce que proposent depuis trois ans Marie-Cécile Kolly, issu du milieu théâtral, et Jean-Luc Giller, professionnel de l'audio-visuel, en baladant, dans toute l'Europe francophone, leur restaurant mobile et leur caravane.

La «pinte à fondue» sert sa précieuse et mythique préparation sous un chapiteau en bois, véhiculé par camion, qui peut accueillir une centaine de

personnes, et ce à l'occasion de festivals culturels, de représentations de cirque, de marchés de Noël, d'événements touristiques, etc. Le bouche-à-oreille faisant son œuvre, la clientèle afflue à la vitesse que l'exotisme met pour conquérir ses adeptes.

Etabli de février à juillet 2004 à Paris, la pinte à fondue a fait des débuts timides avant de servir une centaine de fondues par soir! Et, avec elles, d'implanter «extra-muros» un peu de verte Gruyère. JS

BALADE GOURMANDE

Neuchâtelois prêts à remettre ça

La première «Balade gourmande au Pays de Neuchâtel» a réuni 830 participants. Les organisateurs sont prêts à remettre ça l'an prochain.

MIROSLAW HALABA

«Nous sommes très satisfaits du déroulement de la manifestation», a indiqué Maude Ryter, une des organisatrices de la première «Balade gourmande au pays de Neuchâtel». Mise sur pied par le Stamm Neuchâtel-Jura de l'Association des anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne, cette balade, qui s'est déroulée le 12 septembre à Neuchâtel a réuni 830 participants, soit presque le nombre maximal de mille. Ceux-ci provenaient principalement de la région des Trois-Lacs, du



Vu le succès rencontré par leur balade, les organisateurs ont «très envie» de renouveler l'exercice en 2005.

canton de Vaud et des Montagnes neuchâteloises. Les randonneurs, qui s'étaient acquittés d'une finance d'inscription de 50 francs (adultes) ou de 22 francs (enfants), ont accompli un parcours d'environ 5 km qui les a amenés du palais Du Peyrou, au musée du Laténium, en passant par le Centre Dürrenmatt et Hauterive.

AVEC SEPT «HALTES GOURMANDES»

Une cinquantaine d'anciens gagnés d'Expo.02 ont accompagné les randonneurs et leur ont fourni des informations sur les lieux visités. La balade était entrecoupée de sept «haltes gourmandes» où étaient servis des spécialités locales. Quelques pénuries de nourriture ont été constatées. Mais, à en croire Maude Ryter, ces «erreurs de jeunesse», comme les a désignées la presse locale, n'ont toutefois pas compromis le bon déroulement de la manifestation. Forts de cette première réussite, les organisateurs devraient renouveler l'exercice l'an prochain. «Nous avons en effet très envie de remettre ça. Il y a encore plein d'endroits à découvrir dans le canton», indique Maude Ryter. La prochaine balade pourrait se dérouler au Val-de-Ruz.

CONSUMMATION DE VINS SUISSES

L'horeca va à contre-courant

On pourrait espérer que le secteur horeca (hôtels, restaurants, cafés) soit l'allié objectif des vins suisses. L'étude réalisée par l'institut MIS-Trend pour l'Interprofession suisse du vin montre qu'au contraire, le secteur de la restauration va à contre-courant.

PIERRE THOMAS

Pour Marie-Hélène Mauton, la directrice de MIS-Trend, l'institut qui a réalisé une étude sur les vins suisses, qu'on boive de moins en moins et, de surcroît, de vins indigènes, au café-restaurant est «préoccupant». Elle encourage donc les milieux viti-vinicoles suisses à faire des efforts par une adaptation du flaconnage, une formation aux sommeliers ou simplement un marketing ciblé. Mais c'est surtout le prix des vins qui choque les consommateurs: «trop chers!»

Ce seul fait, selon Hélène Mauton, «explique la baisse de la consommation» en horeca. En cinq ans, de 1999, date du premier sondage comparable, à 2004, elle a diminué de deux points, reculant de 25% à 23% des consommateurs réguliers qui admettent boire du vin hors du domicile.

Et c'est le domicile qui devient le lieu de prédilection de la consommation du vin, une forme de loisir pratiquée surtout les soirs de week-end, avec des amis. Chez les jeunes



DANS LES RESTAURANTS Selon l'étude MIS-Trend, la consommation de vins suisses dans les restaurants du pays a diminué.

consommateurs de vins de 18 à 29 ans, le recul est de quatre points: c'est particulièrement navrant, puisque les cafés et restaurants pourraient être les

lieux qui incitent à la découverte de nouveaux vins. Car la clientèle est là. Pour preuve, les jeunes abordent le vin de plus en plus tôt: les moins de 30 ans

affirment l'avoir fait à 19 ans. Mais ils sont sollicités par d'autres boissons, comme les alcools et les spiritueux (tels la vodka).

Autre forte régression en horeca, celle de la consommation du vin lors de repas d'affaires: ils étaient 46% en 1999 à prendre du vin «toujours ou presque» et ne sont plus que 35% aujourd'hui.

DES FIDÈLES VIEILLISSANTS

Si, globalement, l'image des vins suisses s'améliore et si le nombre de consommateurs a tendance à augmenter, la quantité bue, elle, diminue, passant de 11,3 dl/hebdo en 1999 à 10,6 dl/hebdo en 2004. Par exemple, les citadins alémaniques de moins de 45 ans boivent davantage de vins étrangers.

Et au restaurant, la consommation de vin suisse a diminué: 41% des consommateurs réguliers de vin commandent «national» aujourd'hui, alors qu'ils étaient encore 52% il y a cinq ans. Seuls les plus de 60 ans sont restés fidèles aux vins suisses dans ce contexte. La tendance à trouver le prix des vins excessifs dans les restaurants passe la barre des 50% (contre 45% en 1999).

Ce sont les 45 ans et plus qui se montrent sévères: six sur dix jugent les prix dans les restaurants excessifs, surtout en Suisse alémanique. Les Romands sont plus indulgents... Ce qui n'a rien de rassurant, puisque plus des deux tiers des vins suisses sont consommés en Suisse alémanique.

HOTELLERIESUISSE

Un groupe EXPER romand est né

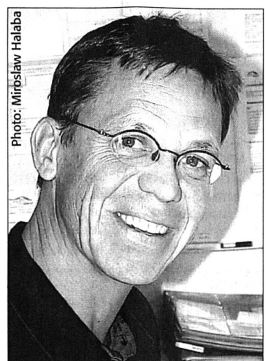
Fin août, hotelleriesuisse a créé le premier groupe EXPER en Suisse romande. Celui-ci s'ajoute aux seize autres groupes répartis dans le pays.

MIROSLAW HALABA

Créés il y a une soixantaine d'années, les groupes EXPER d'hotelleriesuisse, connus aussi sous le nom allemand d'ERFA, ont fait leurs preuves dans la branche. Basés sur la comparaison des comptes d'exploitations d'établissements hôteliers de même catégorie, ils donnent à leurs participants d'intéressantes informations pour leurs activités. Après quelques essais infructueux, faute d'intérêt, hotelleriesuisse est parvenue à mettre sur pied un premier groupe en Suisse romande. Placée sous la direction de Thomas Allemann, responsable des groupes EX- PER pour l'ensemble de la Suisse, l'entité romande a été créée le 31 août. Elle compte onze membres dans les ca-

tégories de trois à cinq étoiles avec lesquelles sera fait un galop d'essai. Une séance de travail a été fixée au 29 novembre. A cette date, les participants

recevront les premières comparaisons de résultats sur la base des données qu'ils auront fournies pour les années 2002 et 2003. Si l'expérience s'avère concluante, le groupe pourrait s'étoffer ou se scinder, un groupe réunissant les hôtels de deux et de trois étoiles et un groupe formé par les hôtels de quatre et de cinq étoiles.



Les groupes EXPER sont placés sous la direction de Thomas Allemann.

«UN LIEN PLUS DIRECT AVEC LE SIÈGE»

Thomas Allemann, qui est aussi responsable du service économique d'hotelleriesuisse, salue cette création. «Outre l'échange d'expériences, ce groupe établira un lien plus direct entre les membres romands et le siège d'hotelleriesuisse», a indiqué Thomas Allemann. Cette entité romande porte à dix-sept le nombre de groupes EX- PER et celui des participants à 175. L'organisation des séances du groupe – une à deux par an – est assurée par Thomas Allemann. Le siège d'hotelleriesuisse se charge aussi de la distribution des formules d'enquête, ainsi

Publicité

BDO
BDO Visura
Votre fiduciaire

La gestion des salaires c'est notre affaire
Notre expérience et nos compétences à votre service

BDO Visura
Place Pépinet 1
1002 Lausanne
Tél. 021 310 23 23
www.bdo.ch

Personne de contact:
Monika Baccio
monika.baccio@bdo.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'hôtellerie 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.



ERIC FAVRE, PRÉSIDENT DE L'AEHL

Développer et entretenir les réseaux

Après Madère et Montréal, c'est Martigny qui accueillera, du 23 au 26 septembre, le Congrès mondial des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL). Eric Favre, le nouveau président de l'AEHL, fait le point sur la nouvelle orientation de cet important réseau de relations.

INTERVIEW: LAURENT MISSBAUER

■ Eric Favre, vous êtes président de l'AEHL depuis quatre mois, comment voyez-vous l'avenir de l'AEHL?

L'avenir de l'AEHL s'annonce d'une façon particulièrement positive avec la création de l'EHLAC, l'EHL Alumni Center. Celui-ci permet en effet d'intégrer la gestion des Anciens directement dans le cadre de l'EHL. Cette gestion sera aussi davantage professionnelle à l'avenir. L'EHLAC est en effet dirigé depuis un mois par Bertrand Willi qui est engagé à plein temps à l'EHL.

«A l'avenir, la gestion de l'AEHL sera plus professionnelle.»

■ Les buts de l'AEHL se sont-ils modifiés avec la mise en place de cette nouvelle structure?

Non, les buts sont toujours les mêmes, à savoir disposer avant tout d'une association forte sur les marchés. La responsabilité principale de l'EHLAC sera ainsi de développer et de maintenir des relations professionnelles à long terme avec tous les diplômés de l'EHL. Les activités de l'Alumni Center comprendront notamment la création d'une bourse d'emplois plus conviviale sur Internet et l'amé-

Photo: Le Mirador Kempinski



ERIC FAVRE

«Le rôle du président de l'AEHL et du comité de l'AEHL est avant tout un rôle de sauvegarde des intérêts des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne.»

lisation des réseaux de communication entre les Anciens et les stamms. Lors de la journée académique du Congrès mondial de Martigny, Bertrand Willi présentera plus en détail les différents projets de l'Alumni Center.

■ Et vous, quels projets avez-vous en tant que président de l'AEHL?

Avec la création de l'EHLAC, les projets du président de l'AEHL ne sont plus aussi importants que par le passé. Ma présidence est ainsi avant tout honorifique. Je participerai certes à plusieurs séances mais mon rôle, et celui du comité de l'AEHL, sera avant tout un rôle de sauvegarde des intérêts de membres. Il s'agira en effet de s'assurer du bon fonctionnement du contrat

de mandat qui lie les deux entités et de la communication avec les membres. Nous devrions ainsi avoir une meilleure valeur ajoutée qui attirera certainement davantage de membres pour redynamiser les stamms.

«L'importance des stamms n'est pas à négliger.»

■ Quelle est justement l'importance de ces stamms? Que vous ont-

ils apporté au début de votre carrière d'hôtelier?

L'importance des stamms n'est pas à négliger. Il s'agit d'un réseau local qui vous donne immédiatement un contact sur place et qui vous permet de faire la connaissance d'hôteliers. D'hôteliers qui, le cas échéant, sont à la recherche de personnel. Pour ma part, quand je suis arrivé en Thaïlande, en 1983, j'ai pu tout de suite profiter de l'accueil du stamm de Bangkok des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne. En outre, quand vous débarquez pour la première fois dans un pays que vous ne connaissez pas, le stamm permet d'avoir accès à des contacts et de créer des relations sociales très intéressantes.

■ Un dernier mot, pour conclure, au sujet du Congrès mondial des Anciens de l'AEHL qui se tient à Martigny du 23 au 26 septembre?

C'est grâce au dynamisme d'Elisabeth Pasquier, la présidente du stamm du canton du Valais, que ce congrès a lieu en Valais et plus précisément à Martigny. Ce choix du canton du Valais comporte un certain nombre d'atouts. Il est en effet proche de Lausanne et cela permettra à certains Anciens de découvrir les nouvelles structures, autant au niveau des locaux qu'au niveau de l'évolution des programmes académiques de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Cela leur offrira aussi la possibilité de rencontrer et de discuter avec des étudiants actuels avant de se rendre à Martigny pour le cocktail dînatoire dans les jardins de la Fondation Gianadda et pour prendre part le lendemain à la journée académique et au dîner de gala à l'Hôtel du Parc à Martigny. Enfin, le choix du Valais en tant que région privilégiée, tant au niveau de la gastronomie que des vins, devrait nous garantir des moments très sympathiques!

Eric Favre en bref

Ancien de l'EHL (volée 1979), Eric Favre (47 ans) est président de l'Association des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) depuis le mois de mai de cette année. Il a travaillé dans différents hôtels à Lausanne, à Leyins (VD) et à Champoussin (VS), ainsi qu'en Thaïlande et en Arabie Saoudite, avant de diriger, de 1992 à 1995, l'Hôtel Mirador au Mont-Pèlerin, au-dessus de Vevey. Après avoir assuré de 1995 à 1999 la direction de l'Ecole hôtelière SSH les Roches de Bluche (VS), il est revenu, à la fin de l'année 1999, au Mirador dont il est aujourd'hui toujours le directeur général et membre du conseil d'administration. LM

LES RÉSEAUX DE L'AEHL

Le «réseautage» est tout un art de vivre

On en parle dans tous les milieux et plus que jamais chez les Anciens de l'EHL: le «réseautage» ou «networking» est devenu une tendance «lourde», une promesse de réussite. Il a ses papes, ses outils, mais pour bien «réseauter», il faut aussi y mettre du sien...

Photo: EHL



ÉTUDIANTS DE L'EHL

Selon Bertrand Willi, le directeur de l'Alumni Center de l'EHL, le réseau des étudiants et leurs attentes ont passablement évolué ces dernières années.

lui posant des questions, ce qui permettra d'établir le contact», explique la Canadienne Lise Cardinal, grande théoricienne du «networking» et auteur de plusieurs best-sellers sur la question*.

LE MEILLEUR MOYEN DE TROUVER UN EMPLOI

Témoignage d'une cadre dans un grand office du tourisme de l'Arc lémanique: «J'ai suivi un cours d'une journée et depuis lors, par exemple, je note des indications utiles au dos des

cartes de visite que je reçois, hobbies, intérêts, etc. Si je reprends contact, je pourrai demander à mon interlocuteur si la dernière pêche a été bonne, par exemple. Un truc parmi d'autres pour faciliter les relations.»

Selon le «Wall Street Journal», plus de neuf personnes sur dix décrochent un emploi grâce à leur réseau professionnel. Bertrand Willi est assez d'accord avec cette tendance. C'est pourquoi d'ailleurs la première priorité du centre qu'il dirige est de développer une plate-forme de l'emploi sur Internet. Trouver les talents que

l'on recherche lorsqu'on est en quête de collaborateurs ou alors un employeur à sa mesure: l'Alumni Center de l'AEHL a encore d'autres projets afin de mieux connecter l'industrie avec les étudiants et les diplômés de l'EHL.

«Les deux premières éditions du Forum international du networking ont eu lieu à Lausanne», précise Bertrand Willi, mais cette plate-forme d'échanges, pour être encore plus efficace, doit voyager à travers le monde. Les anciens étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne sont en effet implantés dans 65 pays, des potentialités se développent en particulier sur le continent asiatique; autant de raisons de décentraliser cet «outil» de «réseautage».

LES HÔTELIERS ET TOUS LES AUTRES

Quoi qu'il en soit, «ces différents outils sont dans une phase de remise en question, car l'Ecole hôtelière de Lausanne, le réseau des Anciens et leurs attentes ont passablement évolué au cours de ces dernières années», ajoute Bertrand Willi. Dix ans après avoir obtenu leur diplôme, les Anciens ne sont en effet plus qu'une minorité à travailler encore dans l'hôtellerie. Le réseau a donc tendance à se diversifier et ceux qui travaillent aujourd'hui dans le secteur bancaire par exemple «doivent aussi être intéressés par les possibilités de liens et de déve-

loppement professionnels que nous proposons.»

En comparaison avec d'autres grandes écoles, l'Ecole hôtelière de Lausanne, dans ce domaine, a plutôt vécu sur ses acquis, selon Bertrand Willi qui a été engagé pour relever ce challenge: redynamiser un réseau d'Anciens assez unique de par sa culture de l'entraide. Quant à l'art de l'exploiter au mieux, c'est tout un art de vivre. Il faut savoir y mettre du sien et cela s'apprend, comme le disent les spécialistes. Bertrand Willi: «L'Ecole hôtelière de Lausanne n'organise pas de cours pratiques de ce genre pour l'instant, mais c'est une idée à envisager.»

*www.lisecardinal.com

Publicité

BDO Visura
Votre fiduciaire

La gestion des salaires c'est notre affaire
Notre expérience et nos compétences
à votre service

Personne de contact:
Monika Bacso
monika.bacso@bdo.ch

BDO Visura
Place Pépinet 1
1002 Lausanne
Tél. 021 310 23 23
www.bdo.ch

Une promotion inspirée d'Easyjet

Crans-Montana. Le forfait «Sleep & ski» proposé par Crans-Montana Tourisme est désormais vendu selon le principe qui a fait le succès de la compagnie aérienne à bas prix Easyjet. Avec cette promotion, la station valaisanne n'entend pas seulement s'adapter aux nouvelles tendances du marché, mais souhaite également permettre à sa clientèle de bénéficier «de réductions importantes pour autant que les réservations aient été effectuées en avance», a expliqué Crans-

Montana Tourisme dans un communiqué diffusé la semaine passée.

Les réservations effectuées tôt seront ainsi récompensées par des réductions de prix «importantes». Ces réductions seront valables du 1er au 19 décembre, du 10 au 26 janvier et du 7 mars au 10 avril. Pour ces trois périodes, trois tarifs différents seront appliqués. La réduction la plus importante, peut-être obtenue en effectuant une réservation avant le 31 octobre. Un séjour de quatre

nuits, du 10 au 14 janvier, dans un hôtel 3 étoiles, avec la demi-pension et quatre abonnements de ski, reviendra à 567 francs si la réservation est effectuée après le 1er janvier 2005. Si le forfait est réservé avant le 31 décembre, la même offre coûtera 517 francs. Le prix devient encore plus avantageux si le séjour est réservé avant le 31 octobre. Il ne sera en effet facturé que 467 francs. Tous ces forfaits peuvent être réservés sur www.crans-montana.ch. LM

Lonay: les dix ans bien fêtés

Hotel & Gastro formation. Le bureau romand d'Hotel & Gastro formation à Lonay (VD) a bien fêté ses dix ans d'existence. Quelques deux cents personnes ont en effet pris part à la manifestation organisée la semaine dernière pour marquer notamment cet anniversaire. Placé sous la direction d'Alain Rohrbach (à l'arrière-plan sur la photo), le bureau romand est composé (de g. à d.) d'Antonella Mongillo, de Lucy Lagona, de Catherine Kilner Breguet et d'Anne-Françoise Petit. MH



CHÂTEAU DE VILLA, SIERRE

Une offre plus sélective

Le Château de Villa est à Sierre l'un des principaux centres de dégustation de vins en Suisse. Il étoffe aujourd'hui son offre et devient plus sélectif.

GENEVIÈVE ZUBER

Entre le restaurant et l'œnothèque, le Château de Villa écoule chaque année plus de 50 000 bouteilles, consommées sur place ou à l'emporter. Le concept marche fort tant auprès des autochtones que des touristes et le Château, quatre ans après l'ouverture de son œnothèque, ressent aujourd'hui le besoin d'améliorer son offre. Cette vitrine viticole propose désormais 580 crus différents au lieu de 500. Quant aux encaveurs, de Martigny à Visperterminen, ils sont près de 95, soit une dizaine de plus.

Pour ce faire, l'œnothèque, dirigée depuis un mois par Emmanuel Charpin, un ingénieur en œnologie diplômé de la Faculté de Dijon, a été agrandie. D'autre part, la politique de sélection des crus est devenue plus restrictive. «Jusqu'à présent, les producteurs étaient libres de remplir leurs casiers avec les vins de leur choix et de les y laisser «dormir», même s'ils ne marchaient pas vraiment», explique Jean-Jacques Zuber, chargé de communication pour le Château de Villa.

UNE CAVE MILLÉSIMÉE ET DAVANTAGE DE VINS

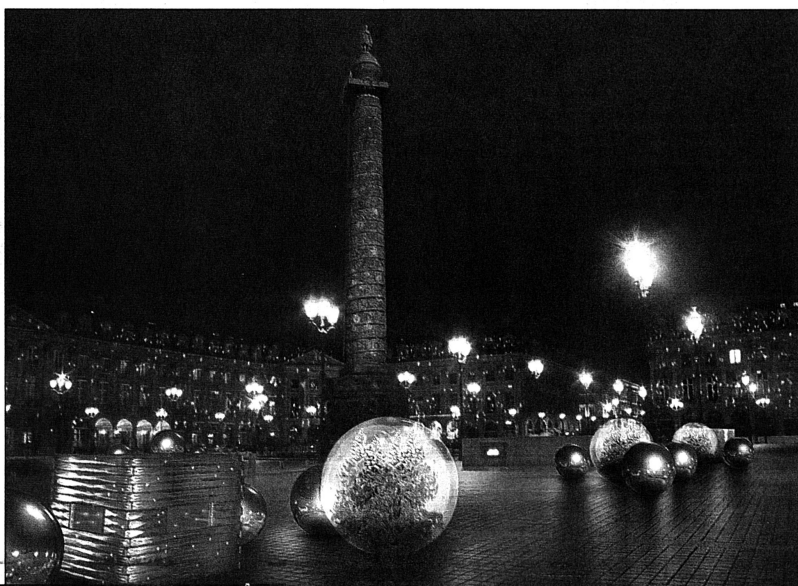
Les crus seront désormais soumis au verdict d'une commission de dégustation qui en teste tous les mois une quarantaine. «Les plus mal notés et ceux qui marchent le moins seront dirigés vers la sortie pour faire de la place aux jeunes talents, qui ne manquent pas.» La politique des prix a aussi été modifiée. Les encaveurs pourront désormais fixer leurs prix, histoire de motiver les vedettes qui n'ont pas besoin de cette vitrine pour se faire connaître. Le Château y ajoute un droit de bouchon fixe et, globalement, «l'augmentation ne sera que très légère», assure Jean-Jacques Zuber.

Nouveaux également: la constitution d'une cave millésimée, dans laquelle le Château va investir 50 000 francs, et davantage de vins au verre proposés chaque semaine.

LES GENS

C'est **Fiorenzo Fässler**, directeur jusqu'au 31 juillet de la représentation de Suisse Tourisme en Italie, qui a été nommé directeur des Swiss Deluxe Hotels. Agé de 42 ans, Fiorenzo Fässler, qui a été remplacé à Suisse Tourisme Italie par **Dino Dulio**, succède ainsi à **Peter Marti** qui dirigeait les Swiss Deluxe Hotels depuis 1989. La nouvelle stratégie de l'association – qui regroupe 35 hôtels – sera dévoilée lors de l'assemblée générale qui aura lieu le 28 octobre à Montreux. LM

Photo: Suisse Tourisme



LES ECRANS DE LA PLACE VENDÔME

Le photo-montage montre le cadre dans lequel aura lieu du 25 novembre au 5 janvier la nouvelle opération promotionnelle de Suisse Tourisme en France. A l'intérieur des écrans géants seront diffusés plusieurs films touristiques sur la Suisse.

SUISSE TOURISME FRANCE

Une opération d'envergure pour offrir une autre image de la Suisse

«La Suisse est dynamique, attrayante et surprenante». Tel est l'un des messages que la représentation de Suisse Tourisme en France entend faire passer, du 25 novembre au 5 janvier, sur la prestigieuse Place Vendôme à Paris. Le coût de l'opération est de 650 000 euros.

LAURENT MISSBAUER

«La Suisse, ce n'est pas seulement le chocolat, les vaches et les clichés. C'est aussi le château d'eau de l'Europe, le paradis des voyages romantiques en trains panoramiques et le berceau de personnalités mondialement connues telles que Mario Botta, René Burri, Bertrand Piccard ou encore Zep pour n'en citer que quatre», explique Mark Schumacher, le directeur de la représentation de Suisse Tourisme en France, qui est à l'origine d'une des plus grandes opérations promotionnelles jamais organisées par Suisse Tourisme dans l'Hexagone.

DES «SENSATIONS SUISSES» EN QUATRE VOILETS

Devisée à 650 000 euros, soit un peu plus d'un million de francs, cette opération promotionnelle, intitulée «Sensations suisses», se déroulera du 25 novembre au 5 janvier sur la Place Vendôme et comportera quatre volets dénommés «Naturellement Suisse»,

«Romance suisse», «Suisse en vue» et «Suisse création». Le contenu de chacun de ces volets sera présenté dans quatre écrans géants sur la Place Vendôme. Le coût de l'opération sera réparti entre les différents partenaires, à commencer par Suisse Tourisme et le Comité Vendôme. Ce dernier regroupe les boutiques installées sur la Place Vendôme et anime tous les ans, «avec des décors enchanteurs», la Place Vendôme et sa colonne d'Austerlitz, mais aussi le célèbre Hôtel Ritz fondé par l'hôtelier valaisan César Ritz.

Présence Suisse, par l'ambassade de Suisse en France, et Pro Helvetia, par le biais du Centre culturel suisse de Paris, responsable du quatrième écran «Création suisse», ont également participé au financement de l'opération. Il en a été de même pour l'Office du

tourisme du canton de Vaud, les CFF, Lyria, les vêtements de ski Alprausch et l'Office national français de forêts qui sera notamment mis à contribution pour la mise en place des sapins «féériques» sur la Place Vendôme.

«UN VOYAGE IMPRÉVU PROPICIE À LA ROMANCE»

Les deux écrans qui concerneront plus particulièrement le tourisme seront «Naturellement Suisse», qui invitera les Français à venir aux sources de quatre fleuves et à découvrir les quatre cultures de la Suisse, et «Romance suisse», une présentation de la Suisse en tant que destination idéale pour un «voyage imprévu propice à la romance», par exemple, en train panoramique ou dans un palace centenaire.

Les cinq objectifs de «Sensations suisses»

Lancée afin de continuer à fêter le 100e anniversaire de la présence de Suisse Tourisme (ST) en France célébré l'année passée avec la campagne «La Suisse à 100 euros» – le premier bureau de représentation touristique, de renseignement et de vente de la Suisse a en effet été ouvert à Paris en 1903 –, l'opération «Sensations suisses» poursuit cinq objectifs. Mark Schumacher, directeur depuis le 1er juin 2003 de la représentation de ST en France, les a détaillés comme suit:

1. Poursuivre les festivités du 100e anniversaire de ST en France.
2. Présenter une Suisse aux antipodes des clichés éculés auxquels elle est souvent associée en France, c'est-à-dire présenter une Suisse moderne, dynamique, attrayante et surprenante.
3. Créer des retombées médiatiques qui justifient l'importance des moyens investis dans l'opération.
4. Favoriser des synergies entre Suisse Tourisme, Présence suisse et Pro Helvetia.
5. Motiver les tour-opérateurs à promouvoir davantage la Suisse et la diversité de ses offres touristiques auprès de leurs clients. LM

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

De nombreuses critiques pour Aletsch Marketing. Créée le 3 février, la société Aletsch Marketing qui regroupe les régions touristiques en amont de Brigue, a été accusée par les hôteliers Art Furrer et Peter Bodemann de gaspiller de l'argent pour des campagnes publicitaires inefficaces. Les deux hôteliers ne sont pas les seuls à émettre des réserves sur le travail de Daniel Tüscher, le directeur d'Aletsch Marketing. Mario Breide, le directeur de Riederalp Tourisme, a ainsi déploré que la campagne publicitaire estivale ait été «complètement ratée». Quant au directeur de Brigue Tourisme, Beat Pfammatter, il estime qu'Aletsch Marketing doit travailler de façon plus professionnelle. Page 9

Certains hôteliers se plaignent de Switzerland Travel Centre (STC). Des représentants de groupes d'hôtels se réuniront en novembre avec Suisse Tourisme (ST) afin d'améliorer leur collaboration avec STC. Cette collaboration ne donne actuellement pas toujours satisfaction. Olaf Reinhardt, président des Alpine Classic Hotels, déplore en effet que, lors de présences communes de ST et d'Alpine Classic à des salons à l'étranger, ST incite les visiteurs à réserver sur STC et non pas sur le système de réservation d'Alpine Classic. «Nous devons donc payer des commissions et courons le risque que les clients ne passent plus par notre système. ST, qui est financé avec nos impôts, concurrence ainsi, par le biais de STC, des entreprises privées». Eva Fischer, directrice des Swiss Quality Hotels, n'est pas satisfaite non plus de STC: «Lors des présentations effectuées par ST au salon de Moscou, notre système de réservation n'a jamais été mentionné et nous avons eu le sentiment d'être considérés comme des concurrents plutôt que comme des partenaires». Page 13

IMPRESSUM

h+ hotel + tourisme revue

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

Éditeur: Société suisse des hôteliers
Morbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Responsable des médias: Christian Sautsch.

Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (VD)
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miriela Holiba (MR)
Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)
Correspondants: Jean-Jacques Frensch (JJE), Véronique, Danielle Emery Mayor (DEM), Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Tarnier (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (CZ), Valais.

Édition: Cheffe d'édition: Iris Strebel
Abonnements: Sabine Rothacher
Annonces: Marc Moser
Publicité: Olivier Egloff (Chef de vente)
Administration: Marc Moser
Impression: Buchler Graf AG, Druckzentrum Berne.

Tranche: 11'157 Ex. contrôlés REMP 2003, 20'000 Ex. imprimés
Prix de vente: (TVA incl.)
Vente au numéro: Fr. 4.50, Abonnement 1 an: Fr. 145.-
ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Morbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (Lettres de lecteurs, les gens, etc.)
Tél. (031) 370 42 16, Fax (031) 370 42 24.
E-Mail: info@swisshotels.ch
Abonnements: Tél. (031) 740 97 95, Fax (031) 740 97 76.
E-Mail: abonnement@swisshotels.ch
Annonces: Tél. (031) 370 42 42, Fax (031) 370 42 23.
E-Mail: insertions@swisshotels.ch
Publicité: Tél. (031) 370 42 42, Fax (031) 370 42 23.
E-Mail: insertions@swisshotels.ch
Internet: www.swisshotels.ch

stellen revue marché de l'emploi

htr

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

hotel+tourismus revue

Hotel
Restaurant
Cateringwww.randstad.ch
Randstad (Schweiz) AG
Aarberggasse 35
3001 Bern

good to know you


randstad
flexible work solutions

Im Auftrag unserer Mandantin, einem bestens positionierten 3 Sterne Seminar- und Kongresshotel im Raume Bern mit einem sehr erfolgreichen und speziellen Gastrokonzept, suchen wir nach Vereinbarung einen

Küchenchef w/m

In dieser Funktion führen und coachen Sie eine mittelgrosse Küchenbrigade, sind für die Lehrlingsausbildung, die gesamte Administration (Einkauf, Lagerbewirtschaftung, Menüplanung, Kalkulation, Einhalten des Hygienekonzeptes, Bankettorganisation etc.) sowie für die Weiterentwicklung des bereits sehr erfolgreichen Foodkonzeptes verantwortlich. Nebst guten Berufskennntnissen verfügen Sie über eine hohe Führungskompetenz, sind ein «Praktiker», der gerne am Herd steht, sind organisiert, stressgewandt, kreativ, ehrgeizig und offen bezüglich der Arbeitszeiten. Zudem suchen Sie eine längerfristige Position, welche Ihnen ein hohes Mass an Eigenverantwortung und Gestaltungsfreiheit ermöglicht. Interessiert? Dann senden Sie mir Ihr komplettes Bewerbungsdossier zu.

Kontakt

Andreas Schenk, 031 328 65 65.

163633

Zur Führung der uns angegliederten erfolgreichen Restaurants und des Gastronomiebereichs des Schiffsbetriebs in der einzigartigen Umgebung des Walensees suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Gastronomie Manager/in

Sie bewegen sich gerne in einem dynamischen Umfeld, setzen Innovationen zielgerichtet um und sind bereit, Überdurchschnittliches zu leisten. Wir sind vom Potential des Walensees überzeugt und suchen eine Person, die sich mit unseren Visionen identifizieren kann und auch neue Ideen mit einbringt.

Things to do?

Bestehende Betriebe erfolgsorientiert leiten, Synergien ausmachen und nutzen. Aufbau eines angegliederten Caterings: Definition des Angebotes und der Umsetzungsmöglichkeiten.

How to be?

Gut ausgebildet, branchenerfahren und initiativ
Integrierend, motivierend und gästeorientiert

Next step?

Interessiert? Weitere Informationen und Details unter
Tel. 081 720 35 35. Schriftliche Bewerbung an:

Walensee Event AG
Herr Björn Caviezel
Alte Spinnerlei
8877 Murg

163630

Faszination Tourismus

Mit einer klugen Diversifikation, Schaffung von Erlebniswelten und einzigartigem Auftritt ist es unser Mandanten gelungen, sich in einem komplexen Markt erfolgreich zu etablieren. Domizil: Mittlere Schweizer Stadt. Der Ausbau der Aktivitäten, ehrgeizige Wachstumsziele und die Sicherung der Wirtschaftlichkeit erfordern eine weitere Professionalisierung und Verstärkung auf Ebene Marketing & Sales. Sie sind frontorientiert und übernehmen wichtige Projekte im Bereich Key Account Management persönlich. Ein kompetentes Marketing- & Verkaufsteam ist Ihnen direkt unterstellt. Die Schaffung wettbewerbsüberlegener Dienstleistungssysteme, Mithilfe bei der Festlegung der Preispolitik mit Fokus auf die ökonomischen Ziele sowie die effektive Umsetzung der Marketingstrategie sind weitere Schwerpunkte Ihres spannenden Aufgabenmixes.

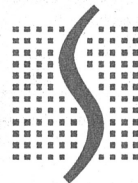
Leiter/in Marketing & Sales

Sie packen mit an, integrieren und generieren durch die Evaluation und Bereitstellung optimaler Communication-Services nach innen und aussen einen echten Mehrwert für das Unternehmen und den Standort. Sie präsentieren gut, sind bei wichtigen Anlässen persönlich vor Ort, Ihre Art ist gewinnend und entsprechende Leistungsausweise aus dem Marketing- und Absatzbereich bringen Sie mit. Rhetorische Fähigkeiten gehören dazu; In Englisch können Sie sich sehr gut verständigen. Sie sind zwischen 30 und 45 Jahre alt, bringen einen Betriebswirtschaftsabschluss oder die Weiterbildung zum dipl. Marketingleiter mit resp. verfügen über adäquate Erfahrung. Der Tourismus ist Ihnen aus der beruflichen Praxis vertraut. Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns jedenfalls auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen. Am effizientesten für beide Seiten: Vorab CV via E-Mail einsenden. Ihr Berater: Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · Postfach · 8500 Dübendorf 1
Tel. 01 802 12 00 · Fax 01 802 12 07
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

163589


**SEEDAMM
PLAZA**

KONGRESSE · HOTEL · SEMINARE

PFÄFFIKON SZ
GANZ OBEN AM ZÜRICHSEE

**** Hotel, Seminar- und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA, direkt am Zürichsee, mit rund 40 Seminar- und Kongressmöglichkeiten, aktuellster Infrastruktur, zwei à la carte Restaurants, einem grossen Bankettbereich und 142 Hotelzimmer mit modernstem Komfort und Casino Zürichsee.

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

So herausfordernd wie unser Betrieb ist auch die Stelle als:

Assistentin/Stellvertreterin des Leiters Restauration

Restaurant Plätzli mit Bar, Bistro, Terrasse und Original Japan Restaurant Nippon Sun (Eintritt per 1. 1. 2005).

Aufgabenbereich

- Mitverantwortung im gesamten operativen Bereich der Restaurants
- Betreuung der lokalen und internationalen Gäste
- Stellvertretung des Restaurationsleiters
- Mitkoordination und Führung der rund 18 Mitarbeiter
- Ausbildung der Lehrlinge
- Mitplanung und -organisation verschiedener Food Festivals

Tatsachen

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

Sie sind

- Gastgeberin aus Leidenschaft
- ausgebildet im Service
- erfahren in der Führung
- flexibel und belastbar
- ein Organisationstalent
- mehrsprachig

Interessiert? Senden Sie Ihre Unterlagen, oder informieren Sie sich telefonisch bei:
Ursula Keist, Team Coach, SEEDAMM PLAZA, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon SZ
Telefon: 055 417 1783, Fax: 055 417 1782

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

163597

INHALT: Deutsche Schweiz 3-10 / Svizzera italiana 12 / International 12 / Stellengesuche 12

SOMMAIRE: Suisse romande 10 / Marché international 12 / Demandes d'emploi 12

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

**www.gastrosuisse-
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@gastrosuisse.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

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

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

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

www.gastrojob.ch

Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

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

Adecco
HOTEL & EVENT

Stellenangebote Seite 3.
Offres d'emplois page 3.

www.adecco.ch

Making people
successful



Für die Grand Hotels Bad Ragaz AG suchen wir eine engagierte Persönlichkeit als

PERSONALBEREICHSLEITER/IN

In Ihrer Funktion betreuen Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Ihres Zuständigkeitsbereiches. Sie pflegen gerne Kontakte zu Menschen aus verschiedenen Kulturen sowie zu internen und externen Stellen. Mit Ausnahme der Lohnbuchhaltung sind Sie für sämtliche Belange des Personalwesens in Ihrem Aufgabengebiet verantwortlich. Anspruchsvolle Projektaufgaben im HR runden diese nicht alltägliche Kaderfunktion ab. Die Stelle eignet sich auch für Job-Sharing.

Sie haben die Ausbildung zur Personalfachfrau/-mann mit eidg. Fachausweis erfolgreich abgeschlossen und konnten bereits mehrere Jahre im Human Resources eines Hotels, Touristikbetriebes oder im medizinischen Umfeld Ihre praktischen Erfahrungen sammeln. Sie sind mit arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Bestimmungen bestens vertraut. Unternehmerisches Denken und Handeln, Kontaktfähigkeit auf allen Stufen sowie persönliche Belastbarkeit sind für Sie selbstverständlich. In den Sprachen (D, E und evtl. I) zeigen Sie sich ebenso satteflert wie im MS-Office-Umfeld.

Wir bieten Ihnen eine selbständige Tätigkeit mit viel Eigenverantwortung in einem interessanten, vielseitigen und dynamischen Umfeld.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Hanspeter Schwendener, Leiter Human Resources, nimmt gerne Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto entgegen und beantwortet erste Fragen telefonisch (081 / 303 27 20).



CH-7310 Bad Ragaz · Telefon +41 (0)81 303 30 30 · Fax +41 (0)81 303 27 21 · www.resortragaz.ch

163634

Am 25. März 2005 öffnet die Weltausstellung Expo 2005 in Aichi, Japan für 185 Tage die Tore. Dabei wird sich die Schweiz in einem 1300m² grossen Pavillon präsentieren. Parallel zu einer informativen Ausstellung unter dem Motto „Der Berg“ ist eine kommerzielle Fläche mit abtrennbarer VIP-Lounge, einem 140 plätzigen Restaurant mit Bar und einem Shop/Merchandising-Bereich geplant.

Den hauptsächlich japanischen Besuchern werden in modernstem Ambiente authentische Schweizer Gerichte in innovativer Form serviert und Schweizer Qualitätsprodukte zum Kauf angeboten.

Im Auftrag von Präsenz Schweiz suchen wir belastbare Gastronomie-Profis für folgende Positionen:

GeschäftsleiterIn Gastronomie/VIP/Shop (D/F + E + JP -wenn möglich-) Stellenantritt per sofort

Shop LeiterIn (D/F + E + JP -wenn möglich-) Stellenantritt per 1. Feb 2005

Restaurant LeiterIn (D/F + E + JP -wenn möglich-) Stellenantritt per 1. Feb 2005

Küchenchef (D/F + E + ev. JP) Stellenantritt per 1. Feb 2005

Ihre Aufgabe:

Im Vorfeld sind Sie von der Schweiz aus massgeblich an der Planung und Organisation des Projekts beteiligt. Während der Expo gilt es das Konzept vor Ort mit Ihrem Team effizient umzusetzen.

Ihr Profil:

Sie überzeugen durch hohe Fach- und Sozialkompetenz. Sie verfügen über einen zeitgemässen, verbindlichen Führungsstil und mehrjährige Führungserfahrung in der Gastronomie im In- und Ausland. Mit Freude und Begeisterung für dieses spannende Konzept vermögen Sie ihre Mitarbeiter Tag für Tag aufs Neue zu motivieren. Administrative Arbeiten liegen Ihnen genauso wie das selbstsichere Auftreten bei repräsentativen Anlässen. Auch bei hohem Arbeitsaufkommen handeln Sie stets gästepflichtig und teamorientiert. Wenn Sie zudem über strategisches Talent verfügen, weltoffen, flexibel und bereit sind, dieses einzigartige Projekt mit viel Power professionell zum Erfolg zu führen, dann würden wir Sie gerne kennenlernen.

Geboten wird ein vielseitiges und äusserst interessantes Aufgabenfeld in einem - zeitlich bis Nov 2005 begrenzten - einmaligen Projekt mit Reisetätigkeit und zeitgemässer Entlohnung.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige und komplette Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugnissen, Referenzen und einem aktuellen Foto.



Jürg Landert, gastronomie, konzepte, consulting ltd. renggerstrasse 60, ch-8038 zürich
telefon: +41 1 480 29 29, fax: +41 1 480 29 49, e-mail: jl@jlz.ch website: www.jlz.ch

163607



Innovation und Tradition unter einem Dach.

Die Candrian Catering AG ist eine in Zürich ansässige Firma mit eigenen Restaurations- und Hotelbetrieben. Das Bahnhofbuffet Zürich, der umfassendste Betrieb der Gruppe, zählt mit seinen Restaurants, Banketträumen, Kiosken und Verkaufsstellen sowie einem Mitarbeiterbestand von rund 450 Mitarbeitenden zu den grössten und gepflegtesten Bahnhofrestaurationen Europas.

Um eine optimale Betreuung unserer Mitarbeitenden im Bahnhofbuffet aber auch in unseren acht Partnerbetrieben zu gewährleisten suchen wir auf 1. Dezember, bzw. anfangs Oktober folgende Verstärkung für unser kleines, effizientes Team:

Verantwortliche/r Saläre und Lehrlinge (100 %)

Diese Doppelfunktion beinhaltet zwei spannende Gebiete der Personalarbeit: Etwa zwei Drittel Ihrer Arbeitszeit setzen Sie für den reibungslosen Ablauf der Saläradministration ein. In der restlichen Zeit stellen Sie die Rekrutierung und Betreuung aller Lehrlinge (3 KV, 18 Köche, 4 Service, 1 Bäcker/Konditor) sowie sämtliche damit zusammenhängende administrativen Aufgaben sicher.

Assistent/in HR Manager (100 %)

Zusammen mit Ihren Teamkolleginnen bewältigen Sie die gesamte Personaladministration der Candrian Catering AG. Dazu gehört auch das Salärwesen der Partnerbetriebe, aber natürlich in erster Linie die Rekrutierungen und aktive Betreuung und Beratung unserer Mitarbeitenden.

Bei beiden Positionen stellen wir uns vor, dass Sie bereits Erfahrung im Personalwesen, bzw. in Salärwesen haben und ein Flair für die Gastronomie mitbringen. Auch sind Eigenschaften wie Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Diskretion aber auch Durchsetzungsvermögen für Sie selbstverständlich.

Neben viel Freude an Zahlen und Worten und einer hohen Sozialkompetenz haben Sie ebenso viel Spass an persönlichen Kontakten mit Mitarbeitenden aus 40 Nationen. Sie sind mit allen EDV-Instrumenten bestens vertraut und wenn Sie die Software «Navision» kennen, umso besser!

Im Gegenzug bieten wir Ihnen eine spannende Tätigkeit mit Aufstiegschancen in einem lebhaften Umfeld an. Ihr zukünftiger Arbeitsplatz befindet sich an exklusiver Lage im Hauptbahnhof.

Vollständige Dossiers inkl. Foto und Gehaltsvorstellungen erreichen uns per Post. Selbstverständlich werden Ihre Angaben vertraulich behandelt. Wir freuen uns auf Sie!

Candrian Catering AG
Restaurants Bahnhofbuffet Zürich
z. Hd. Frau Kathrin Siegenthaler
Postfach, 8023 Zürich
Tel. 01/217 15 37, Fax 01 217 15 09
www.bahnhofbuffet.ch

163623

Wir suchen für die Wintersaison 2004/2005

Küchenchef und

Pizzaiolo (Koch)

Erfolgreiches Berghotel mit A-la-carte-Restaurant: 160 Betten / 80 Plätze. Junges, gut eingespieltes Team. Praktiker vor PC-Freaks; lückenlose Referenzen Bedingung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bitte an:

Hotel Glogghuis, Franz Furling
6068 Melchsee-Frutt
Tel. 041 669 77 77, www.glogghuis.ch

163673

DOMINO GASTRO

Wir suchen dringend!
JungköcheInnen/Chef de Partie/Servicefachangestellte/ReceptionistInnen

Zürich u. Umgebung 043 960 31 51
Basel u. Solothurn 061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ, SE 055 415 52 84
Bern, Ober, Interlaken 043 960 31 55
St. Gallen, Bodensee 043 960 31 55
Zürichsee, Rapperswil 055 415 52 84
Aargau, Baden, Tessin 055 415 52 84
Graubünden, Davos 043 960 31 51
Engadin, St. Moritz 043 960 31 53
Wallis, Zermatt, Genf 061 261 56 50
Romandie, Lausanne 061 261 56 50

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch
DOMINO GASTRO

163471

Wir suchen für die Region Zürich

Projektleiter(in) Unterhaltsreinigung

Als Projektleiter(in) Unterhaltsreinigung betreuen Sie Kunden und Objekte in der Region Zürich. Sie sind verantwortlich für Planung und Ausführung der Unterhaltsreinigung. Sie kommunizieren mit dem Kunden und führen regelmässige Kontrollen durch.

Anforderungen:

Ausbildung als Hotelfachassistentin oder Hauswirtschaftsleiterin oder Erfahrung in einer ähnlichen Position.

Die Aufgabenstellung erfordert regelmässige Einsätze an den Samstagen sowie in den Abendstunden.

Mündliche Spanisch- und/oder Italienischkenntnisse von Vorteil.

Wir bieten:

Weitreichende Kompetenzen und Verantwortung, grosse Freiheit und Selbstständigkeit.

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

CRS Daniela Kälin Postfach 1923 8065 Zürich
Fax 044 808 99 98 Daniela.Kaelin@crs.ch

163471

Gastro help
Postfach 402
8853 Lachen
Tel. 055 462 35 25
Fax 055 462 35 27
info@gastrohelp.net

DER GUTE JOB FÜR HOTEL GASTRO TOURISMUS



seit 1.9.2004 unter neuer Geschäftsleitung
www.gastrohelp.net

Vom Saisonjob bis zur Lebensstelle.

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

htr

Adecco HOTEL & EVENT



Küchenchef M/W

Für ein in der Schifffahrtsgastronomie tätiges Unternehmen suchen wir per sofort einen zielorientierten Leader. Idealerweise bringen Sie bereits Führungserfahrung mit und sind im Bereich Gruppenverpflegung versiert. Weitere Voraussetzungen für diese ungewöhnliche Herausforderung ist eine hohe Mass an Organisationsgeschick, Weitblick und Belastbarkeit. Sie arbeiten auch gern aktiv mit und verstehen es, jeden Anlass zu einem besonderen Ereignis zu machen. Ausserdem bietet sich Ihnen hier die Möglichkeit, den Küchenbereich nach Ihren eigenen Vorstellungen aufzubauen. Wenn Sie eine längerfristige Anstellung anstreben und das Ungewöhnliche suchen, erzähle ich Ihnen bei einem persönlichen Gespräch gern mehr über diese interessante Aufgabe.

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

Commis de cuisine M/W

Für ein sehr modern eingerichtetes und gut frequentiertes Restaurant der Gemeinschaftsgastronomie in Bern suchen wir eine fröhliche Persönlichkeit mit viel Sinn für Teamarbeit. Sie haben eben erst die Prüfung als Koch bestanden oder bringen bereits ein oder zwei Jahre Berufserfahrung mit. Sie kochen gern mit marktfrischen Produkten, können die Arbeit selber gut organisieren und behalten auch in hektischen Situationen stets einen kühlen Kopf. Geregelter Arbeitszeiten (Montag bis Freitag, 7 bis ca. 16 Uhr) ist nur einer der interessanten Aspekte dieser Stelle. Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf.

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

Réceptionist/in

Für ein gepflegtes Vier-Sterne-Hotel in der Umgebung Zürich suchen wir eine aufgestellte Persönlichkeit, die sehr gute Kenntnisse in Fidelio, Word sowie Excel mitbringt, Englisch beherrscht und ein wenig Französisch spricht. Wenn Sie bereits Berufserfahrung in der Drei- bis Vier-Sterne-Hotellerie mitbringen, freue ich mich Sie kennenzulernen. Es erwartet Sie eine attraktive Stelle in einem eingespielten Team, angenehme Stammgäste und eine gute Referenz für Ihre berufliche Zukunft. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

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

Bardame

Für ein schönes, im Toggenburg gelegenes Drei-Sterne-Hotel suchen wir per Anfang Oktober eine motivierte Fachkraft, die ihren Beruf mit viel Begeisterung und persönlichem Engagement ausübt. Es erwartet Sie eine elegante Lounge mit breitgefächertem Publikum und ein junges gut eingespieltes Team. Wenn Sie eine neue Herausforderung mit einem tollen Arbeitsklima suchen ist dieses Haus wirklich empfehlenswert. Eine Unterkunft im Haus kann auf Wunsch zur Verfügung gestellt werden. Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

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

Chef de service M/W

Servicefachangestellte M/W

Für die Neueröffnung eines Trendlokals im Herzen von Bern suchen wir per sofort einen kompetenten und einsatzfreudigen Chef de service sowie drei motivierte Servicefachangestellte. Sie haben Freude am Beruf, sind temperamentvoll und bringen ein ganz spezielles Flair für die Gästebetreuung mit. Das Arbeiten in einem jungen Team macht Ihnen Spass und Sie übernehmen zudem gern Verantwortung. Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

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

Streitgasse 20 | 4010 Basel | 061 264 60 40
Marktgasse 32 | 3000 Bern 7 | 031 310 10 10
Grabenstrasse 40 | 7000 Chur | 081 258 30 75
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | 041 419 77 66
Poststrasse 15 | 9001 St. Gallen | 071 228 33 43
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | 01 297 79 79
Bd. Jacques-Dalcroze 7 | 1204 Genève | 022 718 44 77
Petit Chêne 38 | 1001 Lausanne | 021 343 40 00
Rue des Terreaux 7 | 2001 Neuchâtel | 032 722 68 88
Viale S. Franscini 30 | 6901 Lugano | 091 910 20 30

www.adecco.ch

Making people
successful in a changing world

Traumjob nicht dabei?

Wir haben immer tolle Stellenangebote für

Restaurantleiter | Chefs de service | Hotelfachassistenten

Chefs de partie | Betriebsassistenten

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



Hotel-Restaurant
Wetterhorn
3818 Grindelwald

Für unseren gepflegten A-la-carte-Betrieb suchen wir für die kommende Wintersaison oder auch Jahresstelle motivierten, einsatzfreudigen **Jungkoch** sowie aufgestellte

Serviceangestellte

Zimmer oder Studio vorhanden. Eintritt nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.
Frau Lohner, Tel. 033 853 12 18
www.hotel-wetterhorn.ch
wetterhorn@grindelwald.ch

163615



hotel ROMANA

Für die kommende Wintersaison suchen wir ab ca. 10. Dezember für interessante Tätigkeit in

***Hotel mit Bar / Pizzeria

Servicemitarbeiterin Chef de Partie Commes de Cuisine Küchengehilfe Pizzaiolo

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Zeugnisse und Foto:

Christine und Piero Savodelli
Hotel Romana, 7460 Savognin
Tel. 081 684 15 44
www.hotel-romana.ch / info@hotel-romana.ch

163584



163584

WEISSE ARENA GRUPPE

Dabei sein, wo Wintererlebnisse wahr werden.

Als eines der führenden Tourismusunternehmen im Alpenraum betreiben wir 15 Gastronomiebetriebe am Berg und im Tal. Jeder mit individuellem Konzept und Angebot. In einzelnen Betrieben sind noch Stellen für die Wintersaison 2004/2005 frei.

TEGIA LARNAGS

Tagsüber Skihütte, abends Gourmetrestaurant. Die spezielle Mischung von rustikaler Bodenständigkeit und kulinarischer Raffinesse macht den Reiz der Tégia Larnags aus.

ServicefachmitarbeiterInnen

Tégia Larnags, Marianne Bauer, CH-7032 Laax, Tel +41 81 927 99 10, e-mail: marianne.bauer@laax.com, www.laax.com/larnags



BERGHAUS NAGENS

Auf 2127 m.ü.M. inmitten des Schneesportgebietes der Alpenarena gelegen. Mit 130 Betten, insgesamt 1350 Innen- und Terrassenplätzen, 3 Selbstbedienungen, Hausbar und der Bar Alp Nagens, zählt der Betrieb zu den grössten Berghäusern der Alpen.

Réceptionist/in (Erfahrung mit Protel Hotelsystem von Vorteil)

Koch (m/w)

Hilfskoch (m/w, mit Erfahrung)

Gouvernante (Hotelfachangestellte)

Berghaus Nagens, Dieter Kramer, CH-7032 Laax, Tel +41 79 611 01 28, e-mail: dieter.kramer@laax.com, www.laax.com/nagens



ALPENHOTEL

Für jeden ein Extra, für alle ein Preis.

***Hotel in Flims Dorf, 42 Zimmer, Hotelbar, Sauna, Fitness, alles inklusive, Frühstücksbuffet, 4-Gang-Abendessen

Jungkoch (m/w)

Officemitarbeiter

Servicemitarbeiterin

Berghaus Nagens, Dieter Kramer, CH-7032 Laax, Tel +41 79 611 01 28, e-mail: dieter.kramer@laax.com, www.laax.com/alpenhotel

HOTEL
SIGNINA

Ideal für vielseitige Sportler. Eigenes Tenniscenter, Erlebnisbad Laguna mit Saunalandschaft, Massage- und Fitnessbereich, Hotelbar, Jägerstube. Das Hotel liegt unmittelbar bei der Talstation der Bergbahnen Crap Sogn Gion.

Chef Saucier (m/w)

Hotel Signina, Walter Röxel, CH-7032 Laax, Tel +41 81 927 99 10, e-mail: walter.roxel@laax.com, www.laax.com/signina

RIDERS PALACE

Das erste High-tech- und Designhotel der Alpen vereint Sport, Musik, Parties und Digitalerlebnis unter einem Dach und ist auf Begegnung und Unterhaltung ausgerichtet.

Réceptionist/in

Mitarbeiterin Réception und Bar (je zu 50%)

Riders Palace, Philipp Gschwend, CH-7032 Laax, Tel +41 81 927 97 09, e-mail: philipp.gschwend@laax.com, www.laax.com/riderspalace

Unsere Beherbergungsbetriebe verfügen während der Wintersaison über insgesamt 900 Betten. Die Reservierungen werden zentral verwaltet

Mitarbeiterin Zentralreservierung

(mit Réceptions- und Reservationserfahrung, D/E in Wort und Schrift)

Hotel Signina, Monika Ingold, CH-7032 Laax, Tel +41 81 927 99 09, e-mail: monika.ingold@laax.com, www.laax.com/signina

Mit Ihrer Begeisterung, Ihrem Fachwissen und Ihrer Berufserfahrung tragen Sie dazu bei, unseren Gästen ein nachhaltiges Bergenerlebnis zu vermitteln. Und in Ihrer Freizeit geniessen auch Sie die Annehmlichkeiten der Weisse Arena, zum Beispiel mit dem gratis Bergbahnabonnement. Wohnmöglichkeiten vorhanden.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto an die Kontaktadresse der einzelnen Betriebe.

163598

laax.com

UTO KULM

Top of Zurich ★ ★ ★

Top of Zurich!
Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich und vielseitig wie unser Betrieb sind auch die anspruchsvollen Stellen als kreativer, selbstständiger

Chef de Partie/ Gardemanger Chef de Partie/ Tournant (m/w)

Wir stocken unsere Teams auf. Sie sind eine erfahrene, motivierte Person, die sich gerne neuen Herausforderungen stellt, in einem aussergewöhnlichen Betrieb Ihr Können und Fachwissen immer wieder aufs Neue einbringt und auch in hektischen Zeiten den Kopf nicht verliert.

Eine überdurchschnittliche Entlohnung und trotzdem eine geregelte Arbeits- und Freizeit sind für uns selbstverständlich.

Interessiert? – Dann rufen Sie noch heute unsere stellvert. Direktorin **Ria Liem Ringger 044/457 66 96** an.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

163552

Hotel-Restaurant UTO KULM
Telefon: 044 457 66 96
Internet: www.utokulm.ch

8143 Uetliberg
Fax: 044 457 66 99
e-mail: utokulm@uetliberg.ch



SORELL HOTELS

Als expandierende Hotelkette beschäftigen wir in 7 Hotels in Zürich, Wetzikon, Bern und Schaffhausen über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir haben Entspannung und Gaumenfreuden zu bieten: Im stilvollen ***Komfort verwöhnen wir unsere Gäste mit Speisen aus frischen Produkten und einem herzlichen Service.

**EIN KÜCHENCHEF-STELLVERTRETER
SOWIE EIN JUNGKUCH MIT PFEFFER SIND FÜR
UNS DAS SALZ IN DER SUPPE!**

Deshalb suchen wir Sie zur Ergänzung des eingespielten Teams in unserem

HOTEL ZÜRICHBERG ZÜRICH
PER SOFORT ODER NACH VEREINBARUNG

IHR JOB:

Sie bereiten die Mahlzeiten aus frischen und saisonalen Produkten zu, halten dabei die Hygienevorschriften ein und arbeiten umsichtig im Team. Engagiert tragen Sie dazu bei, dass die Gewährleistung der hohen Qualität der Speisen erhalten bleibt.

IHR PROFIL:

Sie bringen neben einer abgeschlossenen Berufsausbildung auch Praxis, Teamgeist, Flexibilität, innovatives Denken und Freude an der Gastronomie mit. Es ist für Sie eine Herausforderung, Ihre Ideen im Team umzusetzen. Ihr Sinn für Humor und Ihre Umgänglichkeit ermöglichen es Ihnen, in hektischen Zeiten nicht den Kopf zu verlieren.

IHR PROFIT:

Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem lebhaften Hotelbetrieb, fünf Wochen Ferien, faire und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen, zeitgemässe Entlohnung und fortschrittliche Sozialleistungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennen lernen! Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an: Frau Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, Mühlebachstrasse 86, Postfach, 8032 Zürich.

163638

SORELL HOTELS • MÜHLEBACHSTRASSE 86 • POSTFACH
CH-8032 ZÜRICH • FON +41 1 388 35 35
INFO@SORELLHOTELS.COM • WWW.SORELLHOTELS.COM
HOTELS DER ZEV-UNTERNEHMUNGEN

AG

ACTIVE GASTRO ENG

5*-JOBS À LA CARTE

Jungkoch/Chef de partie, So./Mo. frei (w/m)
Wir suchen junge Berufsleute mit abgeschlossener Kochlehre. Als Chef de partie bringen Sie 2 bis 3 Jahre Berufserfahrung mit. Für einen klassischen Betrieb mit trendigen Einflüssen in der Stadt Zürich.

Sous-chef (w/m)

Moderner Trendbetrieb in der City von Zürich sucht die rechte Hand des Küchenchefs. Sie führen Ihr Team souverän durch die Arbeit und verlieren im hektischen Alltag nie die Übersicht. Wenn Sie ausserdem ein Teamplayer sind, steht Ihrer neuen Stelle fast nichts mehr im Wege.

Stv. Produktionsleiter oder Produktionsleiter Tagesdienst (w/m)

Wir suchen für einen grossen Produktionsbetrieb in der Region Zürich eine organisationsstarke Persönlichkeit. Sie sind verantwortlich für die gesamte Produktion, Planung, Hygiene, Kontrolle und Präsentation von neuen Gerichten. Die Führung eines Teams von ca. 30 Mitarbeitern bedeutet für Sie eine echte Herausforderung. Sie verfügen über mehrere Jahre Erfahrung in der Grossproduktion und lieben das Grosse und Überdimensionale. Grosse Produktionsfirma in der Region Zürich.

Chef de bar/Bar (w/m)

Wir suchen einen charmanten und professionellen Barchef und Barmitarbeiter mit Ausstrahlung, der den Shaker mit Leichtigkeit schwingt und den Kontakt zu seinem anspruchsvollen Klientel zu pflegen weiss. Sie sind eine gepflegte Persönlichkeit mit Klasse und als Chef de bar bringen Sie bereits Führungserfahrung mit. Es erwartet Sie ein einmaliger Betrieb an sensiblen Stellen in der Stadt Zürich.

Service, So./Mo. frei (w/m)

Sie sind jung, ambitioniert und lieben ein gepflegtes Ambiente. Sie haben die Servicefachlehre erfolgreich abgeschlossen und suchen nach einem geschmackvollen Betrieb an bezaubernden Orten in Zürich.

Chef de Service (w/m)

Wir suchen eine starke Persönlichkeit mit der Fähigkeit Entscheidungen zu fällen und Verantwortung zu übernehmen. Sie koordinieren den Serviceablauf, schulen und führen Ihre Service-Crew. Es erwartet Sie ein neu renoviertes Speiselokal mit anspruchsvollem Service in der Stadt Zürich.

Betriebsassistent (w/m)

Sie lieben und schätzen die Front und geniessen den Kontakt zu den Gästen in vollen Zügen. Sie verfügen über einige Jahre Serviceerfahrung und haben von Vorteil eine Hotelfachschule absolviert. Trendiger und lebhafter Bar-/Restaurantsbetrieb in der Stadt Zürich.

Geschäftsführer (w/m)

Für einen lebhaften Betrieb in der Region Winterthur suchen wir einen organisationsstarken und innovativen Gastronomen. Sie haben bereits Führungserfahrung gesammelt und sind der geborene Gastgeber. Sie sind eine flexible Persönlichkeit mit viel Power und Durchsetzungsvermögen.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter
www.activegastro.ch

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. **Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.**

01-432 73 73

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

Wengen – Mürren

LAUTERBRUNNENTAL

Ihr neuer Arbeitsplatz – 72 Wasserfälle, die schönsten Seen und Berge sowie das Auge reich und ein Naturparadies für Skifahrer, Wanderer, Biker, Flyer, Jumper und Genieser!



Hotel-Restaurant

Schützen

CH-3822 Lauterbrunnental

**Nur 15 Minuten von Interlaken entfernt
Ein Katzenprung!**

Für die Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir ab Mitte Dezember oder nach Übereinkunft

Offene Stellen:

– Service-Mitarbeiterinnen

Deutschsprachig, Englischkenntnisse erwünscht.
Vielseitiger Arbeitsbereich mit Schichtbetrieb.

Mit Ihrer gesunden und positiven Einstellung machen Sie aus unserer eingespielten Crew ein

DREAM-TEAM!

Interessiert? Dann senden Sie uns doch Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen oder schauen Sie sich unseren Familienbetrieb aus der Nähe an.

Kontaktadresse:

Familie P. von Allmen

Hotel/Restaurant Schützen AG

Dorfstrasse

CH-3822 Lauterbrunnental, Tel. 033 855 30 26

Berner Oberland/Schweiz

E-Mail: bewerbung@hotelschuetzen.com

163617

GSTAAD

COME UP – SLOW DOWN

Haben Sie Lust, in einer führenden Ferien-Destination zu arbeiten?

Gstaad Saanenland Tourismus und die Bergbahnen Destination Gstaad AG organisieren den Support für Ihre IT-Systeme neu und suchen auf den 1. Dezember 2004 oder nach Vereinbarung

Verantwortlicher IT-Support

Sie nehmen in einem auf modernem Stand ausgerüsteten IT-System insbesondere folgende Aufgaben wahr:

- Unterhalt und Systempflege Serverfarm (Exchange, SQL etc.)
- Unterhalt der Sicherheitssysteme und Peripheriegeräte (Drucker etc.)
- Betreuung der Ausstellungen
- Betreuung Ephone (Voice over IP-Telefonsystem)
- Support Spezialsoftware (Ticketcorner, Gstaad TV, Kassensysteme)
- Mitarbeiter-Support bei Hardware- und Software-Problemen
- Clients (Windows XP, MS-Office)

• Weiterausbau der beiden Unternehmens-Systeme

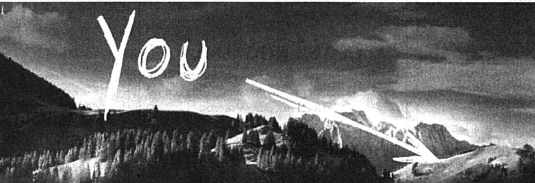
Der Zugriff auf externe IT-Firmen ist gewährleistet. Zusätzlich übernehmen Sie bei Bedarf weitere Aufgaben ausserhalb des IT-Bereiches.

Sie haben eine Grund- oder Zusatzausbildung im IT-Bereich (z.B. SIZ Supporter oder Netzwerk), verfügen bereits über Praxis in der Wartung von Netzwerken und im IT-Support (Windows, Office). Sie sind dienstleistungsorientiert, zeitlich flexibel und scheuen keine hektischen Situationen.

Es erwartet Sie ein abwechslungsreiches, dynamisches und unkompliziertes Arbeitsumfeld. Fühlen Sie sich angesprochen? Dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung.

Gstaad Saanenland Tourismus, Herr Michel Matti, Haus des Gastes, 3780 Gstaad,
Tel 033 748 81 81, Fax 033 748 81 83, email: m.matti@gstaad.ch, www.gstaad.ch

163608



Hotel-Restaurant Kreuz

CH-3715 Adelboden

Wir suchen ab Anfang Dezember oder nach Übereinkunft in Saison- oder Jahrestelle eine/n

Service-Mitarbeiterin

sowie

Koch

Haben Sie Berufserfahrung im A-la-carte-Service, sind freundlich und gepflegt, dann bewerben Sie sich mit Foto bei:

Familie Bernhard Rosser-Frieden

Dorfstrasse 28

3715 Adelboden

Tel. 0041 33 673 21 21

www.kreuz-adelboden.ch

Unser aufgestelltes Team freut sich auf Sie.

163609

Bergrestaurant Bussalp

Schüttel- und Wanderparadies

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir auf ca. Mitte Dezember 2004 noch folgende motivierte und deutschsprachende Mitarbeiter

Buffetmitarbeiterin Service m/w Allrounder/Küchenhilfe

Wenn Sie Lust haben, in einem Schüttelparadies auf 1800 m oberhalb Grindelwald zu arbeiten, dann rufen Sie uns doch einfach an:

Tel: 033 853 37 51

Fax: 033 853 37 41

oder e-mail:

bussalp@grindelwald.ch

163622

PRIVATKLINIK
BETHANIE



SEFA als GastgeberIn für unseren Room-Service 50 und 100 %

Die Privatklinik Bethanien ist die Klinik am Zürichberg mit 96 Betten. Unsere Patienten haben im Rahmen der Wohlfühlgastronomie Anspruch auf ein umfassendes und qualitativ hoch stehendes Dienstleistungsangebot.

Aufgabengebiet

Zur Ergänzung unseres Hotellerie-Teams suchen wir per Anfang 2005 oder nach Vereinbarung eine fachlich versierte, frontorientierte Persönlichkeit für die anspruchsvolle gastronomische Beratung und Betreuung unserer Patienten und Besucher. (40-Stunden-Woche im Schichtbetrieb von 7.00 bis 21.00 Uhr, ohne Zimmerstunde, 5 Wochen Ferien).

Anforderungen

Einer Gastgeberin mit Herz und Kompetenz sowie Berufsabschluss als Servicefachangestellte oder einer gleichwertigen Ausbildung bieten wir eine interessante, abwechslungsreiche und nicht alltägliche Herausforderung in einem kollegialen Team an.

Interessiert?

Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Patrick A. Reiter, Leiter Hotellerie, Tel. 043 268 73 00. Ihre Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Marie-Therese Diethelm, Leiterin Personaldienst, oder bewerben Sie sich unter www.klinikbethanien.ch. Wir freuen uns auf Sie.

Member of

THE SWISS
LEADING
HOTELS

... als GastgeberIn für unseren Room-Service

Toblerstr. 51 · CH-8044 Zürich · Tel. +41 (0)43 268 70 70

www.klinikbethanien.ch

163636

HOTEL LES SOURCES DES ALPES

RESTAURANT LA MALVOISIE

LEUKERBAD
LOCHER LES BAINS

Wir sind das führende Haus im Walliser Ferienort Leukerbad, der Ort mit dem grössten alpinen Thermalbadeangebot Europas.

Für die Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir für unser Restaurant «La Malvoisie» mit 15 Punkten Gault Millau einen kreativen

Chef Pâtissier (m/w)

Sie sind ein motivierter, talentierter und ambitionierter Pâtissier, der bereits einige Jahre Hotelerfahrung mit sich bringt.

Bitte schicken Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Relais- & Châteaux Hotel Les Sources des Alpes

3954 Leukerbad

Tel. 027 472 20 00

Fax 027 472 20 01



M. und M. Colombo, Direktion

163612



TEL ++41 33 856 51 31 / FAX ++41 33 856 51 32
Internet: www.silberhorn.ch / E-Mail: hotel@silberhorn.ch

Das Hotel Silberhorn mit 70 Zimmern und Appartements liegt an einer bevorzugten Lage im Ortszentrum von Wengen nur wenige Schritte von unserem kleinen Gebirgshof und der Männlichen-Bahn entfernt.

Für die kommende Wintersaison suchen wir noch folgende motivierte Mitarbeiter:

Küche:
Jungkoch/in
Entremetier

A-la-carte-Restaurant Silberhornstube:

Servicefachangestellte (w/m)
mit guten Englisch-Kenntnissen

In unserem Hotel-Restaurant:

Chef de Service
Chef de rang
Commis de rang
Englisch-Kenntnisse erforderlich

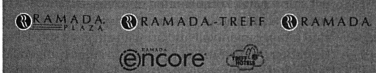
Bar Anonym
Barmaid

Falls Sie sich angesprochen fühlen, freundlich, teamfähig sind und auch noch Begeisterung und Humor mitbringen, freuen wir uns, Sie kennen zu lernen.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:
Hotel Silberhorn, z. Hd. Frau Astrid Kunz, 3823 Wengen
oder an astrid.kunz@silberhorn.ch
oder rufen Sie uns ganz einfach an: Tel. 033 856 51 31

163635

Die meisten Karrieren beginnen mit einem Anruf!



Für unser 4 Stern-Hotel im Sommer- und Wintersportort Engelberg – mit 128 Zimmern, 3 Restaurants, Seminar- und Kongressräumlichkeiten eines der führenden und gleichzeitig das grösste Hotel im Ort, suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung...

... für unser lebhaftes Restaurant:

à la carte-Kellner/in D/E

... zur Unterstützung unserer kreativen Küchenbrigade:

Chef pâtissier m/w

Chef de partie m/w

... für unsere Réception:

Réceptionist/in D/E

Ihr Umfeld ist ein junges Team, das Spass an seiner verantwortungsvollen Aufgabe und am kollegialen Betriebsklima hat.

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Entlohnung, Verpflegung im Haus und auf Wunsch ein Zimmer in einem unserer zentral gelegenen Personalthäuser.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an:

RAMADA-TREFF HOTEL REGINA TITIS

Roland Odermatt, Direktor

Doristrasse 33, 6390 Engelberg

Telefon 041 639 58 58, Telefax 041 639 58 59

163636

SPITÄLER CHUR AG

Fontanaspital
Kantonsspital
Kreuzspital

Die Spitäler Chur AG erfüllt mit Ihren acht Departementen auf vielen Spezialgebieten Zentrumsaufgaben für den ganzen Kanton Graubünden und ist zudem für die erweiterte Grundversorgung der Spitalregion Churer Rheintal verantwortlich.

Zur Unterstützung der Küchenführung im Kantonsspital suchen wir per 1. April 2005 einen/eine

KüchenchefIn StellvertreterIn

Ihre Aufgaben:

- Leitende Mitarbeiter in der Produktion
- Übernahme von Führungsaufgaben in einem Team mit 31 Mitarbeitern
- Mitverantwortung bei der Umsetzung der Betriebsziele
- Überwachung und Optimierung der Betriebsabläufe

Unsere Erwartungen:

- Kochausbildung
- Diätkochausbildung mit Abschluss
- Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis
- Führungserfahrung
- Hohe Sozialkompetenz

Unser Angebot:

- anspruchsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit
- ein Arbeitsplatz mit Raum für Eigeninitiative
- Anstellungsbedingungen nach kantonalen Richtlinien

Herr Marcel Coray, Küchenchef, gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon 081 256 67 64, Mail marcel.coray@scag.gr.ch

Ihre schriftliche Bewerbung (Lebenslauf, Foto, Zeugnisse) richten Sie bitte an den Personaldienst, Kantonsspital, Loëstrasse 170, 7000 Chur

Nr. 12/04

graubünden

HOTEL PARNASS ZERMATT

Für unser gepflegtes, persönlich geführtes *** Sterne Hotel mit familiärer Atmosphäre suchen wir auf Mitte Dezember noch folgende Mitarbeiter:

- ServicefachmitarbeiterIn (kein à-la-carte-service), D/F/E

Sind Sie zuverlässig, verantwortungsbewusst und freundlich, so freuen wir uns auf Ihr Bewerbungsschreiben mit Foto.

Frau Th. Noll
Hotel Parnass
CH-3920 Zermatt



parnass@zermatt.ch
Telefon +41 27 967 11 79
Telefax +41 27 967 45 57

163080

Blatter's Bellavista HOTEL AROSA

Für unseren 4****Familienbetrieb mit 80 Zimmer und 7 Ferienwohnungen der Luxusklasse suchen wir für die kommende Wintersaison, ab Anfang Dezember bis April 2005

Réceptionist/in

Sie verfügen über ein gutes und sympathisches Auftreten, kennen sich mit Fidello aus und haben Erfahrung an der Saisonréception.

Chef de Rang m/w

Für unser Halbpensionsrestaurant und Rest. Blatterstuba. Deutsche Muttersprache oder sehr gute Kenntnisse der deutschen Sprache.

Barkellner

Für unsere Arvenbar, deutsche Muttersprache oder sehr gute Kenntnisse der deutschen Sprache, Erfahrung an der Bar.

Masseur/in

Sie massieren unsere Gäste und führen Kontrollgänge in der Erholungszone und im Hallenbad durch.

Sie erwarten ein moderner Arbeitsplatz in einem motivierten Team. Unterkunft kann zur Verfügung gestellt werden. Senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns!

Doris & Thoni Blatter - Blatter's Bellavista Hotel
CH-7050 Arosa
Tel. 0813 786 666 Fax 0813 786 600
info@blatterbellavista.ch www.blatterbellavista.ch



163616

Sie haben Talent Wir haben Arbeit



www.kellyservices.ch

Réceptionist/in, w/m

Anforderungen: Sie haben eine Ausbildung in der gehobenen Hotellerie oder eine abgeschlossene KV-Lehre und bereits erste Berufserfahrungen gesammelt. Wir suchen aufgestellte Persönlichkeiten zur Vervollständigung des Front-Office-Teams. **Aufgaben:** Sie verfügen über ausgezeichnete Umgangsformen und haben Späde-Kenntnisse. internationalen Gästen eine hervorragende Dienstleistung zu bieten. Fließend-Kenntnisse sind Voraussetzung. Sprachkenntnisse D/E ein Must, weitere Sprachen erwünscht.

Angebot: 100% für ein gehobenes Businesshotel in der Region Zürich-Nord
100% für Business- und Gruppenhotel in Zürich City
60% für ein Stadthotel in Zürich-Nord

Gerne gibt Ihnen Herr Bruno Ehrat nähere Angaben oder freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bruno.ehrat@kellyservices.ch.

Gouvernante

Anforderungen: Sie bringen eine abgeschlossene Hofa- oder Gafalehre mit, sehr gute Deutschkenntnisse. Weitere Fremdsprachenkenntnisse wie E/F und einige Jahre Berufserfahrung verheissen Ihnen zur erfolgreichen Bewerbung.

Aufgabe: Für diese spannende Herausforderung suchen wir eine junge Persönlichkeit (bis Mitte 20) mit Freude am Beruf. Zu Ihren vielseitigen Aufgaben gehört ebenso die Lehrlingsbetreuung.

Angebot: Ein attraktives Arbeitsumfeld im Herzen der Stadt Zürich mit geregelten Schichtarbeitszeiten erwartet Sie. Personalzimmer sind vorhanden. Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Bruno Ehrat erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte und würde sich freuen, Sie in einem persönlichen Gespräch kennen zu lernen. bruno.ehrat@kellyservices.ch

Sous-Chef w/m

Anforderungen: Sie bringen mehrjährige Erfahrung in der Bankett- und Seminargastronomie mit und haben auch «Punkte gesammelt» in der gehobenen Küche.

Aufgabe: Sie sind ein guter Motivator und Kommunikator und den kostenbewussten Umgang mit erstklassigen Rohprodukten gewohnt. Sie bringen eigene kreative Ideen mit ein und führen Ihre 19-köpfige Crew ans Ziel, indem Sie auch selber mit anpacken!

Angebot: Unser Kunde bietet Ihnen die Chance, sich zu entwickeln und Ihr Können unter Beweis zu stellen, einen guten Lohn und den 13. ab dem ersten Tag. In einem Team, das Sie in Ihrer Aufgabe unterstützt und fordert. Ihr Idealalter: zwischen 28 und 35 Jahre.

Senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an bruno.ehrat@kellyservices.ch

Commis de cuisine w/m, 100%

Aufgaben: Mit Ihrer täglichen Arbeit begeistern Sie die Gäste und haben ein grosses Qualitäts- und Hygienebewusstsein. Möchten Sie als kreativer Profi schon heute die Erfolgseier hochsteigen?

Anforderungen: Sie bringen eine abgeschlossene Kochlehre und erste Berufserfahrung mit.

Arbeitsort: Mehrere Betriebe in Downtown Zürich

Angebot: Unsere Mandanten bieten mehrere Herausforderungen: sei es im urbanen, chilen Tagesbetrieb oder im mediterranen à la carte Betrieb oder....
oder.... **Wir finden die richtige Herausforderung für Sie!**
stephanie.brown@kellyservices.ch gibt Ihnen gerne weitere Infos!

Chef de partie w/m, 100%

Ein gehobenes und innovatives Restaurant mit internationaler Küche braucht Ihre Unterstützung!

Aufgaben: Als Kreativeur aus Leidenschaft sind Sie es gewohnt, Ihre Gäste mit Liebe zum Detail zu verwöhnen? Legen Sie Wert auf Qualität und Frischprodukte? Dann sind SIE unsere gesuchte Persönlichkeit! Kontaktieren Sie uns noch heute!

Anforderungen: Sie bringen eine abgeschlossene Kochlehre und Erfahrung mit.

Arbeitsort: Zürich-City, Mo-Fr

Angebot: Ein moderner Arbeitsplatz sowie ein kleines und familiäres Team erwarten Sie. Ein leistungsorientiertes Salär sowie ein freies Weekend sind weitere Pluspunkte. stephanie.brown@kellyservices.ch liefert Ihnen mehr Details.

Servicefachangestellte/r 100%

Für unseren Kunden, ein gehobenes Restaurant im Herzen der Stadt Zürich, suchen wir Verstärkung.

Aufgaben: Als charmante/r Serviceprofi verwöhnen Sie montags bis freitags Businessgäste auf kulinarisch hohem Niveau.

Anforderungen: Sie sind eine junge, motivierte und freundliche Persönlichkeit mit Fähigkeitsausweis. Sie überzeugen durch Ihre gewinnende und aufgestellte Art. Sie arbeiten montags bis freitags mit Zimmerservice.

Samstag/Sonntag geniessen Sie Ihre freien Tage!

Arbeitsort: Im Herzen der Stadt Zürich

Angebot: Ein familiäres Umfeld braucht Sie. Personalzimmer sind vorhanden! stephanie.brown@kellyservices.ch gibt Ihnen gerne nähere Angaben oder freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Kelly Services (Schweiz) AG, Schaffhauserstrasse 359, 8050 Zürich
Tel. 01 319 66 69, Fax 01 312 60 78

Talent an der Arbeit

Seit 25 Jahren in der Schweiz

KELLY
CATERING

163605

Restaurant Chemistube 3772 St. Stephan

Für unseren Familienbetrieb mitten im Snow Paradise Gstaad mit Strassenzufahrt suchen wir für die Wintersaison 2004/2005 einen

Koch (m/w, CH)

Auf Wunsch Zimmer im Haus.

Auf Ihre Bewerbung freut sich

Fam. André Kohli
Rest. Chemistube
3772 St. Stephan
Tel. 033 722 22 40

163592

Sils-Maria, Engadin, Hotel Maria***
Für kommende Wintersaison suchen wir in Jahresstelle für unser Hotelbüro/Réception eine einsatz- und kontaktfreudige, belastbare

MitarbeiterIn/ kaufmännische Angestellte (PC-kundig)

die gerne in einem lebhaften Betrieb, flexibel und unkompliziert ihre Fähigkeiten einsetzt. Englisch- und oder Italienischkenntnisse von Vorteil.

Eintritt Anfang Dezember oder nach Übermittlung.

Über Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen freut sich:

K. Moeckli, Hotel Maria, 7514 Sils-Maria, Engadin, Telefon 081 832 61 00

163556

Neu ab Dezember 2004 "Alpine Residence & Spa"

Wellness, Treatment's, Day Spa und Wine Lounge.
anspruchsvolles, exklusives Alpen- Ambiente...

Der Schlüssel für Erfolg und Karriere

Wir haben unsere Schwerpunkte auf eine ausgezeichnete Küche (Gourmet-Rest. 16 Gault & Millau - Punkte) und einen excellenten Service gelegt. Bringen Sie Ihre positive Ausstrahlung in unsern Betrieb ein und zwar ab Winter 2004/2005

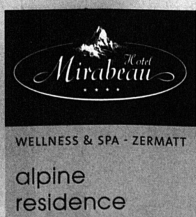
RECEPTIONIST/IN (D, F, E)

in unseren Restaurants, Bar und Wine Lounge als
**CHEF DE RANG
BARFACHFRAU**

in der Küche als
CHEF DE PARTIE

Etage Lingerie als
ZIMMERMÄDCHEN und PORTIER
(sprachenkundig)

Wir freuen uns auf Ihre ausführliche Bewerbung
(auch per E-Mail möglich)



Familie Sepp & Rose Julien - CH-3920 Zermatt
Tel 0041(0)27/966 26 60 - Fax 0041(0)27/966 26 65
info@hotel-mirabeau.ch - www.hotel-mirabeau.ch



Die Eiger Nordwand erklettern...

ist keine Voraussetzung, um bei uns zu arbeiten!

Unsere Schwerpunkte liegen in einem ausgezeichneten Service (Gourmet- und Hotelrestaurant) mittels einer freundlichen und natürlichen Gästebetreuung sowie einer sich auf Qualität orientierenden Kochkunst. Daher suchen wir motivierte und positiv eingestellte Mitarbeiter, für die kommende Wintersaison oder auch für länger:

im Service

CHEF DE SERVICE
(zur Führung einer mittelgrossen Brigade)

in der Küche
**CHEF DE PARTIE
COMMIS DE CUISINE**

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto (auch per E-Mail möglich) senden wir Ihnen gerne unsere detaillierten Unterlagen zu.

Wir freuen uns auf Ihr Interesse!

★★★★

Hotel - Restaurant

KIRCHBÜHL

Grindelwald

Familie Brawand, Postfach 44, 3818 Grindelwald

E-Mail: christian.brawand@kirchbuehl.ch
www.kirchbuehl.ch



163462



HOTEL
MONT CERVIN
UND RESIDENCE



Im Jahr 2005 feiern die SEILER HOTELS ZERMATT ihr 150-jähriges Jubiläum. Diesen Sommer blieb wegen umfassender Renovationen unser HOTEL MONT CERVIN ***** geschlossen.

Zur Wiedereröffnung Anfang Dezember suchen wir für die Wintersaison mit Möglichkeit der Verlängerung auf kommenden Sommer folgende qualifizierte Mitarbeiter:

- Réceptionistin (D/E/F) mit Erfahrung
- Reservationssekretärin (D/E/F) mit Erfahrung
- 2. Nachtportier
- Chasseur
- Zimmermädchen
- Hotelfach- und Servicepraktikant/innen
- Chef de rang (sprachkundig)
- Demi chef de rang (sprachkundig)
- Commis de rang, m
- Restaurationsfachfrau/-mann (À-la-carte-Service, D/E/F)
- Commis de bar
- Pâtissier Stv. (mit Erfahrung)

Suchen Sie in unserem Jubiläumsjahr eine neue, anspruchsvolle Herausforderung, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Seiler Hotels Zermatt AG
HOTEL MONT CERVIN*****
Frau Jeannette Allet
3920 Zermatt
Tel.: 027 966 87 54 Fax: 027 966 87 57
E-Mail: personalbuero@seiler-zermatt.ch
www.seilerhotels.ch/de/montcervin

150 years since 1855



one of
The
Leading
Hotels
of the
World

163593



CASTELLO DEL SOLE
ASCONA

Wir möchten die Sommersaison 2005 mit Ihrer kompetenten Mithilfe anpacken. Verfügen Sie über beste Qualifikationen und Erfahrung im Empfangsbereich, sind wir gespannt auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto für die Position:

Réceptionist/in

Unbedingte Notwendigkeit sind beste Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Englisch. Grundkenntnisse der italienischen Sprache sind von Vorteil. Wir arbeiten mit dem Frontoffice-System Fidelio.

Es erwartet Sie eines der schönsten und führenden Fünfsternehotels der Südschweiz. Über Ihre rasche Kontaktnahme freut sich Frau Pia Hungerbühler, Personalchefin.

HOTEL CASTELLO DEL SOLE

CH-6612 ASCONA
TEL. 091 791 02 02
FAX 091 792 11 18

<http://www.castellodelsole.com>
e-mail: castellodelsole@bluewin.ch



Swiss Deluxe Hotels



RELAIS & CHATEAUX

163590



Grand Hotel
ZERMATTERHOF
CH-3920 Zermatt

Sind Sie interessiert, in einem abwechslungsreichen Arbeitsumfeld eines Fünfsternehauses internationale Kundschaft zu verwöhnen und ihr einen unvergesslich schönen Aufenthalt zu bereiten? Dann sind Sie bei uns richtig!

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab kommende Wintersaison 2004 eine/n

Leiterin Hauswirtschaft
Sous-chef

Um diese anspruchsvollen Aufgaben zu meistern, verfügen Sie über Berufserfahrung in der 5*- oder 4*-Hotellerie, lieben den Umgang mit Menschen, sind zuverlässig, teamfähig sowie durchsetzungsfähig und bringen Verantwortungsbewusstsein mit.

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

GRAND HOTEL ZERMATTERHOF

Frau Danielle Bachmann
Bahnhofstrasse 55
3920 Zermatt
Tel. 027 966 66 00
Fax 027 966 66 99

mailto: personalbuero@zermatterhof.ch



Swiss Deluxe Hotels



163620

HOTEL
MONT CERVIN
UND RESIDENCE



Im Jahr 2005 feiern die SEILER HOTELS ZERMATT ihr 150-jähriges Jubiläum. Diesen Sommer blieb wegen umfassender Renovationen unser HOTEL MONT CERVIN ***** geschlossen.

Zur Wiedereröffnung Anfang Dezember suchen wir für die Wintersaison mit Möglichkeit der Verlängerung auf kommenden Sommer folgende qualifizierte Mitarbeiter:

- Chef de bar m/w

(längerfristiges Engagement, gute Fremdsprachenkenntnisse D/F/E)

Suchen Sie in unserem Jubiläumsjahr eine neue, anspruchsvolle Herausforderung, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Seiler Hotels Zermatt AG

HOTEL MONT CERVIN

Frau Jeannette Allet
3920 Zermatt

Tel.: 027 966 87 54 Fax: 027 966 87 57

E-Mail: personalbuero@seiler-zermatt.ch
www.seilerhotels.ch/de/montcervin

150 years since 1855



one of
The
Leading
Hotels
of the
World

163621

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalone, 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
9059	Sous-chef	37	CH	sofort	D/E	ZH	
9063	Sous-chef	42	CH	Nov.	D/F/I	BE/SO/Restaurant	
9064	Koch/Service	34	CH	Nov.	D/F/I	BS/BL/50-80%	
9065	Alleinkoch	61	CH	sofort	D/E	AC/BL/SO/BS	
9074	Koch	48	DE	C	Okt.	D/F	BE-Oberl./zus. m. 9075
9078	Hilfsschön	41	CH	Okt.	D	ZH	
9081	Küchenchef	41	CH	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH/3-4*-Hotel	
9091	Koch	23	DE	C	Nov.	D/E	3-5*-Hotel/Restaurant
9094	Küchenchef	34	GB	LEG	Okt.	E	BE
9099	Commis de cuisine	19	CH	Okt.	D	ZH	
9101	Küchenchef	52	DE	B	n. Ver.	D/E	ZH/Ost-CH
9102	Casserolier/Allrounder	44	CH	sofort	D	Bern u. Umgebung	
9106	Hilfsschön	20	CH	sofort	D	BE	
9115	Koch	24	CH	Nov.	D/F/I	CH (TI)	
9121	Küchenchef	38	FR	C	Okt.	D/F	Zentral-CH
9123	Koch/Pâtissier	24	FR	B	Nov.	D/E/F	BE/GE
9128	Küchenhilfe/w	35	RU	B	sofort	D	Restaurant
9130	Koch	38	CH	Nov.	D/F	JU/NE/Seeland	

Service/Service

1	2	3	4	5	6	7	8
9066	Chef de service/w	38	CH	Okt.	D/E/F	ZH/SG/SZ	
9068	Chef de service	36	IT	LEG	Okt.	D/E/F/I	West-CH
9069	Service/w	22	PT	B	Nov.	D/E/F/I	Zentral-CH
9072	Service/w	55	FI	LEG	Okt.	D/E/F	ZH/BS/GE
9075	Service/w	48	CH	Okt.	D/F	BE-Oberl./zus. m. 9074	
9096	Chef de rang	22	AT	B	Okt.	D/E/F	Ost-CH
9098	Service/w	45	CH	Okt.	D/F	BE/Seeland	
9105	Service/w	33	CH	sofort	D/I	ZH	

1	2	3	4	5	6	7	8
9107	Service	29	AL	B	sofort	D/I	Restaurant
9108	Buffetmitarbeiterin	20	CH	sofort	D	Zürich u. Umgebung	
9109	Service/w	40	CH	sofort	D	ZH	
9111	Sefa	33	YU	C	sofort	D	Zürich-Unterland
9118	Sefa	25	DE	LEG	Nov.	D/F	ZH
9122	Chef de service/w	58	NL	B	sofort	D/E	GR/Kleinbetrieb
9124	Service/w	23	CH	Okt.	D/E/F/I	LU	
9125	Kellner	23	CH	n. Ver.	D	ZH/Hotel	
9126	Chef de service	48	FR	LEG	Nov.	D/E/F/I	TI/GR/4-5*-Betrieb
9133	Restaurantleiter	46	CH	sofort	D/E/F/I	Zentral-CH	
9135	Kellner	51	CS	C	Okt.	D/I	Restaurant

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
9061	Betriebsassistent	30	DE	G	Okt.	D/E/F	BS/BL
9067	Réceptionniste	30	FR	LEG	Okt.	E/F/I	West-CH/TI
9070	Anfangsreceptionniste	61	CH	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	
9076	Réceptionniste	33	CH	n. Ver.	D/E/F	AG/ZH/Kleinbetrieb	
9080	Réceptionniste	24	DE	B	Okt.	D/E	
9082	Réceptionniste/Service	36	FR	LEG	n. Ver.	E/F	BE/FR
9084	Restaurantleiter	39	CH	Nov.	D/E/F	ZH/Frauenfeld	
9087	Réceptionniste	21	DE	LEG	Nov.	D/E/F	LU/4-5*-Betrieb
9088	Réceptionniste	30	CH	Nov.	D/E/F		
9092	Réceptionniste	21	CH	Nov.	D/E/F	4-5*-Hotel	
9100	Réceptionniste	41	CH	sofort	D/E/F/I	BE-Oberland/Hotel	
9103	Réceptionniste	31	MA	C	sofort	D/E/F	GR/VD/SG/ZH
9110	Réceptionniste	26	DE	LEG	Nov.	D	4-5*-Hotel
9113	Réceptionspraktikantin	26	CH	sofort	D/E/F/I	BL/BS	
9114	Réceptionspraktikantin	24	CH	sofort	D/E/F		

1	2	3	4	5	6	7	8
9116	Anfangsreceptionniste	44	CH	Nov.	D/E/F/I	Mittelland/JU/BS/BL	
9117	1. Réceptionniste	36	FR	LEG	Nov.	D/E/F	BE/LU/BS/BE/Zentral-CH
9131	Direktionsassistentin	34	CH	sofort	D/E/F	BE/Seeland	
9136	F&B Assistent	34	CH	n. Ver.	D/E	LU/ZH	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
9073	Masseurin	42	CH	sofort	D/E/F/I	BE-Oberland/GR/TI	
9104	Hausw/angestellte	26	CH	sofort	D	ZH	
9112	Hilfskraft/w	24	PT	LEG	sofort	D	Bern u. Umgebung
9119	Portier	38	PT	B	Nov.	F/I	LU/VD/BE/GE/FR
9120	Gouvernante	26	TR	C	sofort	D/I	Zürich/3-4*-Hotel
9127	Zimmerfrau	33	FR	LEG	sofort	F	Bern u. Umgebung
9129	Gouvernante	33	CH	Nov.	D/E	St. Moritz/Davos	
9132	Gouvernante	24	CH	Nov.	D	ZH/TG	
9134	Zimmerfrau	40	CH	Okt.	D/F	FR	

1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
3 Alter - Age
4 Nationalität - Nationalité
5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:

Eintrittsdatum / Date d'entrée:

Arbeitsbewilligung / Permis de travail:

Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐

Art des Betriebes / Type d'établissement:

Bevorzugte Region / Région souhaitée:

Name / Nom:

Vorname / Prénom:

Strasse / Rue:

PLZ/Ort: / NPA/Lieu:

Geburtsdatum / Date de naissance:

Nationalität / Nationalité:

Telefon privat / No de téléphone privé:

Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:

Bemerkungen / Remarques:

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: Französisch / Français: Italienisch / Italien: Englisch / Anglais:

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement:

Ort / Lieu:

Funktion / Fonction:

Dauer (von/bis) / Durée(de/à):

1.

2.

3.

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date:

Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: ☐ Ja - ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui - ☐ Non
Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:
hoteljob.be@swiss-hotels.ch / Schweizer Hotelier-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern

DOWN TOWN BAR

Für die Après-Ski-Bar mitten in Grindelwald suchen wir 2 motivierte Mitarbeiter!

Du hast ein unternehmerisches Denken und bist voller Ideen die du umsetzen möchtest? Dann warte nicht länger und sende uns deine Bewerbung mit Foto an

IG Egerpark, Postfach 92, 3818 Grindelwald
Tel 033 854 31 31, Fax 033 854 31 30, conny.rolf@eger-grindelwald.ch

163901

HOTEL BELLEVUE
WENGEN
SWITZERLAND

In Wengen an schönster Aussichts- lage im Berner Oberland, 3*Hotel mit 33 Zimmern, 63 Betten und 14 Mitarbeitern/-innen.

Auf die Wintersaison ab 17. Dezember 2004 suchen wir Sie als unsere neuen Mitarbeiter. Geniessen Sie bei uns neben der Arbeit die Naturschönheiten der Jungfrau-Region (Ski-fahren/Snowboarden usw).

Wir suchen:

sportliche, temperamentvolle **Sprachtalente** (Deutsch Muttersprache, Englisch, Französisch und wenn möglich Italienisch) als

Réceptionist/in

für den Empfang und mit Serviceerfahrung zur Mithilfe im Abendservice und als

Service-mitarbeiter/in

für den Speisesaal für Frühstück und den Abendservice (kein à la carte).

«Allrounder»

(Handwerker/Portier/Küchenmitarbeiter) flexibel, belastbar, vielseitig und handwerklich begabt sowie mit Deutsch- und Englischkenntnissen und Fahrausweis. Arbeitsbereich: Gästeempfang, Transport, Mithilfe in Küche, Office und bei Reinigungsarbeiten.

In unsere Hotelküche zum Verwöhnen unserer Halbpensionsgäste (kein A-la-carte-Restaurant)

Koch/Köchin/Jungkoch als Stellvertretung unseres Küchenchefs

eine/n erfahrene/n

Hilfskoch/-köchin oder ein/e Jungkoch/-köchin (Deutschkenntnisse erforderlich)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Bellevue Wengen

Judith Engi, 3823 Wengen
Tel. 033 856 66 55, Fax 033 856 66 44
info@bellevue-wengen.ch www.bellevue-wengen.ch

163629

HOTEL REGINA
★★★★

Wir sind ein 4-Stern-, 160-Betten-Hotel im autofreien Ferienort Wengen und suchen noch für die kommende Wintersaison ab Mitte Dezember in jungem und dynamischem Team folgende Mitarbeiter

Service

Chef de Rang Sommelier

Verantwortlich für den Weinservice im «Le grand Restaurant» und im «Chez Meyer's»

Cuisine – Küche

Sous Chef - Saucier Chef de partie Commis de cuisine

Für eine äusserst anspruchsvolle Küche, gute Französischkenntnisse notwendig. Chez Meyer's 15 Gault-Millau-Punkte, mit 25 Plätzen.
«Le grand Restaurant» mit täglich wechselnden Menüs, durchschnittlich 140 Personen.

Wir offerieren geregelte Arbeitszeit in einer phantastischen Bergwelt im Zentrum der Schweiz, in ruhigem Arbeitsklima und multikulturellen Mitarbeitern.

Wir freuen uns auf Ihr Angebot unter:
Ariane und Guido Meyer
Hotel Regina
CH-3823 Wengen
Regina@wengen.com
Tel. 033 856 58 58 / Fax 033 856 58 50



163465

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN

KKL
Luzern

Das KKL Luzern ist ein einzigartiges Kultur- und Kongresszentrum im Herzen der Zentralschweiz. Jährlich besuchen über 400 000 Gäste dieses faszinierende Werk des französischen Architekten Jean Nouvel. Die Konzert- und Tagungsereignisse sind eng verknüpft mit massgeschneiderten kulinarischen Erlebnissen für Veranstalter und Gäste. Um die hohe Qualität und attraktive Präsentation unseres kulinarischen Angebotes für die Kunden des KKL Luzern weiter zu steigern, suchen wir eine/n

Chef Gardemanger

Ihre Ausbildung zum Koch/zur Köchin haben Sie erfolgreich absolviert und Berufserfahrungen in der gehobenen Gastronomie gesammelt. Sie kochen leidenschaftlich gerne und arbeiten auch für eine grössere Gästeschar auf gleichbleibend hohem Qualitätsniveau. Gemeinsam mit dem KKL-Küchenteam kreieren Sie besondere Köstlichkeiten für anspruchsvolle Gäste. Sie werden sowohl in unserer Veranstaltungsgastronomie (Stehcocktails, Flying Dinner® und grosse Bankette) wie auch für die KKL Outlets tätig sein. Ihr Team mit bis zu fünf Mitarbeitenden führen Sie zielorientiert und motivierend. Ausserdem sind Sie zuständig für eine effektive Warenbewirtschaftung und die Sicherstellung der Hygienemassnahmen.

Das engagierte KKL-Team freut sich auf eine jüngere, verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die sich mit diesem modernen Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Luzern identifiziert. Sie sind lernfreudig, qualitäts- und gästeorientiert und bringen professionelles Engagement, Flexibilität in Bezug auf Ihre Einsatzbereitschaft und Enthusiasmus für das KKL Luzern mit.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an die KKL Luzern Management AG, Human Resources, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Für Fragen steht Ihnen gerne Peter Lachmaier, Küchenchef KKL Luzern, unter Tel. 041 226 72 21 zur Verfügung.

Weitere Informationen unter www.kkl-luzern.ch

163557

GRAND HOTEL NATIONAL LUZERN

«THE SMALL LUXURY GRAND HOTEL»
Direkt am See gelegen und doch mitten in der Stadt Luzern befindet sich unser renommiertes ****-Sterne-Hotel mit 40 Hotelzimmern u. -suiten.

Für eine der schönsten Bars in Luzern suchen wir einen jungen engagierten

Chef de Bar (m/w) / 2. Barmann/-frau

Haben Sie Spass mit aussergewöhnlichem Charme unsere internationalen Gäste zu verwöhnen und mit Pfiff und Eigeninitiative Ihre Ideen einzubringen. Sie arbeiten mit motivierten Mitarbeitern und wollen Verantwortung übernehmen, dann möchten wir Sie gerne kennen lernen.

Barbara Gremmel, Leiterin Personalbüro, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

GRAND HOTEL NATIONAL
Haldenstrasse 4 – 6006 Luzern
Tel. 041 419 09 09 – Tel. direkt 041 419 09 62 – Fax 041 419 09 10
b.gremmel@national-luzern.ch – www.national-luzern.ch

163631

zum HIRSCHEN
Lounge hotel bistro

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

**Mitarbeiterin Service
Mitarbeiterin Bar / Lounge / Bistro** 100% 100%

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen, oder Ihren Anruf unter 041 854 33 33, verlangen Sie Hr. Daniel Hofstetter

Hotel zum Hirschen, Unterdorf 9, 6403 Küssnacht
www.zumhirschen.ch info@zumhirschen.ch

163470

EUROPE
FERIENHOTEL ZERMATT

Warum nicht dort arbeiten, wo andere Ferien machen?

In unserem persönlich geführten ***Hotel mit Charme und nicht ganz alltäglichem Angebot können wir Ihnen ein angenehmes und freundschaftliches Betriebsklima garantieren.

Für die Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir

Servicefachfrau
(mit Erfahrung)

die mit Freude und Elan unsere Gäste im Speisesaal sowie an der Hotelbar betreut und verwöhnt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Ferienhotel Europe
Marianne & Rudi Julen
CH-3920 Zermatt

Tel. 0041 27 966 27 00
Fax 0041 27 966 27 05
info@europe-zermatt.ch
www.europe-zermatt.ch

163613



Wintersaison 2004/05 mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol im Heidiland

Unser lebhafter und anspruchsvoller Hotel- und Restaurantbetrieb liegt mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol. Mit Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute schon auf die neue Herausforderung der kommenden Wintersaison.

Unterstützen Sie uns mit Ihrem fachlichen Können als:

3 Servicefachangestellte (CH, A, D) 1 Buffet-Zimmerhilfe (EU-Bürger)

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne und auch Schnee und arbeiten gerne in einem jungen dynamischen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste in der kommenden Wintersaison gemeinsam.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder auf Ihren Anruf.

Hotel Furt, Artho Meli
7323 Wangs-Pizol
Tel. 081 723 21 66, Fax 081 723 40 66
www.hotel-furt.ch
E-Mail: hotel.furt@epin.ch

163436

UTO KULM
Top of Zurich ★★★★★

Top of Zurich!
Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich wie unser Betrieb ist auch die Stelle als

Service-mitarbeiter/in

Wenn Sie gerne Gäste verwöhnen, selbständiges Arbeiten gewöhnt sind und in hektischen Situationen die Nerven nicht verlieren sowie ein gutes Arbeitsklima schätzen, dann rufen Sie noch heute unsere Restaurantleiterin **Frau Anja Beivi** an, Telefon **044 457 66 66**.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Hotel-Restaurant UTO KULM 8143 Uetliberg
Telefon: 044 457 66 66 Fax: 044 457 66 99
Internet: www.utokulm.ch e-mail: utokulm@uetliberg.ch

163624

Seehotel Sternen
6048 Horw/Luzern Tel. 0 413 482 482

Für unseren lebhaften **** Hotel- und Restaurantsbetrieb mit 25 Zimmern und 3 Restaurants (Sommer 150 Gartensitzplätze) sowie Konferenz- und Banketträumlichkeiten für bis zu 135 Personen in der idyllischen Horwer Bucht direkt am Vierwaldstättersee haben wir folgende Jahresstelle nach Vereinbarung zu besetzen:

COMMIS SAUCIER

Haben Sie Interesse, mit Freude und Einsatzbereitschaft unser Küchenteam zu verstärken? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an folgende Adresse:

Seehotel Sternen
Roland Meier, Küchenchef
Winkelstrasse 46, 6048 Horw
www.seehotel-sternen.ch
du@seehotel-sternen.ch

163513

BADEHOTEL BRISTOL
LEUKERBAD

Für unser renoviertes 4*-Wellnesshotel mit hervorragender Küche und privatem Thermalbadepark suchen wir für die Wintersaison oder nach Vereinbarung:

Rezeption (D/F) **Rezeptionist (m/w)**
mit Erfahrung, D/F/I, Fidiolenkenntnisse

Etage **Portier**

Für unser Restaurant (gehobene Gastronomie, à la carte, Bankett und Halbpension)

Küche (F oder D) **Pâtissier (m/w)**
Chef de partie (m/w)

Service (D/F) **Chef de rang/**
Commis de rang (m/w)
Restaurantmanager (m/w)

Sie haben Erfahrung in der gehobenen Gastronomie; Sie sind zuvorkommend und freundlich, dynamisch und belastbar; Sie formen und motivieren Ihre Brigade, arbeiten selbstständig und haben Organisations-talent.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto: Hotel Bristol, Rathausstr. 51, 3954 Leukerbad
www.bristolleukerbad.ch
Tel.: +41 27 472 75 00, Fax: +41 27 472 75 52
E-Mail: bristolleuk@bluewin.ch

163632



Ein Hotel des Ferienvereins

Crans – Montana Wallis

Für unser modern eingerichtetes Ferien-Sporthotel mit Hotelbar, Cafeteria und Wellness-Zentrum suchen wir für die kommende Wintersaison ca. 15. Dezember bis 5. April 2005 oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter:

Betriebsassistent/in CH D/F (Jahresstelle)
Réceptionist/in CH D/F (Jahresstelle o. Saisonstelle)
Junge Hofa D/F
Servicemitarbeiter/in (Muttersprache Deutsch)
Barmaid für unsere Hotelbar D/F (auch Anfängerin)
Jungkoch (Jahresstelle oder Saisonstelle)

Sie sind eine sympathische und freundliche Persönlichkeit, arbeiten gerne in einer familiären Atmosphäre, und das Wohl der Gäste liegt Ihnen ganz besonders am Herzen. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Club-Hotel Valaisia

Didier Steiner, Direktor
 3963 Crans-Montana
 Telefon 027 481 26 12 Telefax 027 481 26 60
 valaisia@datacomm.ch www.ferienverein.ch

163903



***Jugendstil-Ferienhotel mit 150 Betten,
 Restaurant Viva, Bar, Saunalandschaft.

Wir suchen ab Wintersaison 2004/2005

Chefin de réception

in Jahresstelle

Sind Sie eine kontaktfreudige und aufgestellte Persönlichkeit, haben Sie ein freundliches und sicheres Auftreten, Verantwortungsbewusstsein sowie gute Sprachkenntnisse?

Réceptionistin

in Jahresstelle

Service/Bar-Mitarbeiter

Jungkoch

Interessiert? Dann sollten wir uns kennen lernen!
 Senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen
 mit Foto oder rufen Sie uns an.

HOTEL PISCHA

Jürg und Heidi Trepp
 7270 Davos Platz
 Tel. 081 413 55 13
 E-mail: pischa@bluewin.ch
 www.hotel.pischa.ch



163451



Zermatt –
 einer der bekanntesten Ferienorte der
 Alpen – bietet für Berg- und Schnee-
 begeisterte mit seinen zahlreichen
 Freizeitaktivitäten den idealen Ort für
 eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4****-Romantik-
 Hotel Julen wurde durch herzliche
 Gastlichkeit und ungezwungenes
 Ambiente zur Legende.
 Um unsere anspruchsvollen Gäste
 auch weiterhin hervorragend verwöh-
 nen zu können, suchen wir noch
 folgende Mitarbeiter:

diplomierter Masseur/Bademeister

mit Berufserfahrung

Eintritt per sofort.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit
 Foto und Lebenslauf an folgende
 Adresse:

Romantik-Hotel Julen
 Familie Daniela und Paul Julen
 CH-3920 Zermatt
 Telefon +41-27-966 76 00
 Telefax +41-27-966 76 76
 Internet: www.julen.com
 E-Mail: info@julen.com

163575



Für unser bekanntes Restaurant in
 Bern suchen wir einen

Jungkoch od. Chef de Partie

sowie einen

Servicefachangestellten

Tätigkeitsbereich Speiseservice/Buffer.

Fachabschlüsse unbedingt
 erforderlich.

Eintritt nach Vereinbarung.

Sonntag geschlossen.
 Interessenten melden sich jeweils
 Di.-Do. von 10.00-12.00 Uhr bei

John Harper
 Badgasse 1, 3011 Bern
 Tel. 076 372 68 34 / Fax 031 311 21 31

163627

Restaurant Bahnhofbuffet
 3718 Kandersteg, Berner Oberland

Gesucht ab sofort oder
 nach Übereinkunft:

– Servicemitarbeiterin – Betriebsassistentin

Familie Stettler, Tel. 033 675 13 50

163626

Hotel Wellenberg – Ihr Zuhause in Zürich

Wir suchen für unser gepflegtes ****Hotel Wellenberg mit 45 Zim-
 mern, in der Altstadt von Zürich gelegen, per sofort oder nach
 Vereinbarung eine erfahrene

Réceptionistin (80%)

Sie sind eine jüngere Persönlichkeit mit Réceptionserfahrung und
 fühlen sich in einem kleinen Team wohl. Sie sind gepflegt, kom-
 munikationsfreudig und gerne bereit, zusätzliche Verantwortung zu
 übernehmen. Sie überzeugen an der Réception mit Ihrer posi-
 tiven Ausstrahlung und haben Freude im Umgang mit unserer
 anspruchsvollen Kundschaft.

Eine spannende, anspruchsvolle Herausforderung und ein junges
 Team erwarten Sie. Gerne erwarte ich Ihre Bewerbung und
 stehe Ihnen bei Fragen gerne zur Verfügung.

Hotel Wellenberg

Réne Hälg, Direktor
 Niederdorfstrasse 10
 8001 Zürich
 www.hotel-wellenberg.ch

163558



Für unser lebendiges In-Restaurant suchen wir einen initiativen

Servicemitarbeiter und Weinfachmann (m/w)

Wenn Sie über Serviceerfahrung verfügen und ein Weinfachmann sind,
 können wir Ihnen die richtige Stelle anbieten. Neben Ihrer Tätigkeit
 im Service sind Sie für den Weinverkauf in unserer Vinothek (über
 600 Weine) verantwortlich. Ich freue mich, Sie kennenzulernen!

Anett Solbrig, Restaurant Opus, Bahnhofstr. 16, 6003 Luzern

041 226 41 41, anett.solbrig@remimag.ch, www.restaurant-opus.ch

163619



**** HOTEL RESTAURANT CH-NATERS - BRIG

Für unser ****Hotel suchen wir per sofort eine

Hotelsekretärin

sowie eine

Réceptionistin

Was wir erwarten:

- kaufmännische Grundausbildung
- Gästeempfang
- Mitarbeiterinteilung und Führung
- sehr gute Computerkenntnisse
- Deutsch und Französisch in Wort und Schrift
- Italienisch und Englisch von Vorteil

Was Sie erwartet:

- abwechslungsreiche, herausfordernde Tätigkeit in einem kleinen, aufgestellten Team
- ein modern eingerichteter Betrieb
- fortschrittliche Sozialleistungen

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie Ihre
 Bewerbungsunterlagen mit Foto an:
 Bauunternehmung Imhof, Furkastrasse 18
 3904 Naters, Tel. 027 923 10 42

163591



Grindelwald

Wir suchen auf den 1. Oktober oder nach
 Übereinkunft

Hotelsekretärin/Réceptionistin D/E/F

Sie haben Réceptionserfahrung in der
 gehobenen Hotellerie. Sie sind selbstständig, flexibel,
 teamorientiert und haben eine kaufmännische
 oder gleichwertige Ausbildung.

Sie schätzen gute Arbeitsbedingungen.

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Frau Janine Berthod oder Helena Konzett

****Hotel Kreuz & Post

3818 Grindelwald

Telefon 033 854 54 92

163687



Hotel LA PALANCA

Voa Sporz 33

CH-7078 Lenzerheide

www.la-palanca.ch info@la-palanca.ch

Unser 3-Sterne-Hotel La Palanca in Lenzerheide
 ist im typischen Bündner-Stil gebaut und
 liegt am Fusse des Piz Scalottas.

Es hat 29 Doppelzimmer und 3 Junior-Suiten.

Für die Wintersaison 2004/2005 suchen wir eine/einen
 motivierte/n

Réceptionistin/Réceptionist

mit Erfahrung im kaufmännischen Bereich

Haben Sie Lust in einem kleinen aber feinen Hotel zu arbeiten
 und Ihr Wissen zu vertiefen?

Dann rufen Sie uns unverbindlich an, oder senden Sie uns Ihre
 Bewerbungsunterlagen zu.

Wir freuen uns auf Sie.



Tel.: 081 384 31 31
 Fax: 081 384 53 64

Hotel LA PALANCA
 Gabriela Vitali-Földi
 Direktion
 Voa Sporz 33
 CH-7078 Lenzerheide

info@la-palanca.ch
 www.la-palanca.ch

163565

Hotel Alpbach *** Meiringen-Hasliberg

Wir suchen zur Ergänzung unseres
 Teams auf die kommende Winter-
 saison

Chef de Partie

Sie sind kreativ, arbeiten gerne
 selbstständig und sind bereit,
 Verantwortung zu übernehmen.
 Gerne würden wir Sie kennen
 lernen. Senden Sie uns Ihre Unter-
 lagen oder rufen Sie uns an:



Hotel Alpbach
 Herr Jean-Claude Gerber
 3860 Meiringen
 Tel. 033 971 18 31
 Fax 033 971 44 78
 www.alpbach.ch
 info@alpbach.ch

163614



Das Panoramahotel Santsblick befindet
 sich an einer der schönsten Aussichts-
 lagen der Ostschweiz. Wir suchen für
 die Neueröffnung im Dezember 2004
 noch folgende Mitarbeiter/innen:

- Servicefachangestellte/n
- Commis de Cuisine

Wir wenden uns an junge Berufsfach-
 leute, welche über eine abgeschlossene
 Berufslehre verfügen. Sie sind
 begeisterungsfähig, belastbar und
 bereit, Ihre fundierten Kenntnisse in
 der Gastronomie umzusetzen?

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
 Dann freuen wir uns auf Ihre
 Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Panoramahotel Santsblick
 Urs Thürlimann
 9030 Abtwil

163583

Die meisten Karrieren beginnen mit einem Anruf!



Für unser 4 Stern-Hotel im Sommer- und Wintersportort Engel-
 berg – mit 128 Zimmer, 3 Restaurants, Seminar- und Kongress-
 räumlichkeiten eines der führenden und gleichzeitig das grösste
 Hotel im Ort, suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung,...

... für unser lebhaftes Restaurant:

à la carte-Kellner/in D/E

... zur Unterstützung unserer kreativen Küchenbrigade:

Chef pâtissier m/w

Chef de partie m/w

... für unsere Réception:

Réceptionist/in D/E

Ihr Umfeld ist ein junges Team, das Spass an seiner verantwor-
 tungsvollen Aufgabe und am kollegialen Betriebsklima hat.

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Entlohnung, Verpflegung im
 Haus und auf Wunsch ein Zimmer in einem unserer zentral
 gelegenen Personalthäuser.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an:

RAMADA-TREFF HOTEL REGINA TITLIS
 Roland Odermatt, Direktor
 Dorfstrasse 33, 6390 Engelberg
 Telefon 041 639 58 58, Telefax 041 639 58 59

163618

ServicemitarbeiterIn Köche BuffetmitarbeiterIn



KAPPELENBRÜCKE
RESTAURANT - TERRASSE

z'Bärn am See

Für die **Neueröffnung** Ende Oktober 2004 der Kappelenbrücke in Hinterkappelen bei Bern suchen wir:

sympathische und dynamische Teamplayer

Haben Sie Lust in einem der schönsten Betriebe der Region zu arbeiten, in einem Restaurant in dem GASTFREUNDSCHAFT und LIEBE ZUM BERUF gross geschrieben wird und Teamwork und Zusammenarbeit verlangt werden?
Wir bieten einen angemessenen Lohn, Unterkunftsmöglichkeiten (ehemalige Hotelzimmer), gute Verpflegung und die Herausforderung bei einer Neulancierung mitzuwirken.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie Ihre Unterlagen an folgende Adresse:

Herr Roberto Grisanti / Herr Michael Büchi
Restaurant Kappelenbrücke, 3032 Hinterkappelen

163604

Saas Fee

Heimeliges Familienhotel mit Walliser- und Grill-Spezialitäten-Restaurant inmitten des sonnigen Gletscherdorfes.

Zur Ergänzung unseres aufgestellten Gastgeber-Teams suchen wir auf diesen Winter (Jahresstelle möglich)

Erfahrene Servicefachkraft
Freundliche Servicemitarbeiter/in
(wir lernen Sie gerne an)

Besuchen Sie unsere Home-Page: www.hotel-tenne.ch
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Restaurant-Hotel Tenne
Fam. Richard u. Emanuela
Berchtold-Bumann
3906 Saas-Fee
Tel. 027 957 12 12

163611

Grindelwald

Wir suchen auf Mitte Dezember für die Wintersaison **aufgestellte Dancing-Crew**

Barmaid (Chef de Bar)
Sie sind eine belastbare Persönlichkeit und haben grosse Bar-Erfahrung

Barkellnerin
Sie sind jung, hübsch, flink und haben Bar-Erfahrung.

Sie schätzen gute Arbeitsbedingungen.
Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung,
wenn möglich schriftlich mit Foto.

Herr oder Frau Konzett
****Hotel Kreuz & Post, 3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92

163606

Casino Barrière de Montreux

Complexe de loisirs unique en Suisse romande, notre établissement offre 3 restaurants de qualité, 2 bars, un fantastique espace jeux de 300 machines à sous et 13 tables de jeu, un salon panoramique et une incroyable salle de spectacles, banquets ou conférences.

Pour renforcer son équipe, le Casino Barrière de Montreux est à la recherche de son/sa futur(e)

RESPONSABLE DES VENTES

Le poste:
- représenter notre établissement et assurer la commercialisation de l'ensemble de nos services auprès des entreprises et PCO dans toute la Suisse;
- en charge de la négociation et de la vente des différentes prestations (banquets, dîners de gala, cocktails, séminaires de 10 à 1500 convives).

Profil exigé:
- maîtrise de l'allemand (ou suisse-allemand) et du français parlés et écrits, connaissances de l'anglais parlé;
- bonne expérience commerciale;
- autonomie, dynamisme et flexibilité (déplacements fréquents en Suisse);
- organisation et conscience professionnelle.

Merci d'adresser votre dossier complet avec photo à:

Service du personnel
Casino Barrière de Montreux
Rue du Théâtre 9
1820 Montreux
www.casinodemontreux.ch

Les candidatures ne correspondant pas au profil ne seront pas retenues.

163610



MONTREUX-VEVAY
RIVIERA-LAVAL

Active depuis plus de 30 ans dans le tourisme d'affaires (MICE), notre destination cherche à renforcer son équipe de vente, notamment pour le segment congrès, et met au concours le poste de

DIRECTOR OF CONVENTION SALES

PROFIL RECHERCHÉ:

- au bénéfice d'un diplôme d'une école de tourisme, hôtellerie ou HES
- expérience dans la branche et carnet d'adresses qualifié
- personnalité de contact, dynamique et motivée
- langue maternelle française avec excellentes connaissances de l'allemand et de l'anglais (parlé et écrit)

NOUS PROPOSONS UN POSTE À RESPONSABILITÉS COMPRENANT:

- gestion d'une équipe de 3 personnes
- vente et promotion des infrastructures de Montreux, à savoir le Centre de Congrès, Raffles Le Montreux Palace et le Casino Barrière
- opportunité d'évoluer sur le marché international

Date d'entrée: 1^{er} janvier 2005 ou à convenir

163609

VEUILLEZ ADRESSER VOTRE DOSSIER
COMPLÉTÉ AVEC PHOTO À:

Montreux Convention Center Ltd
Case postale 1151
1820 Montreux 1

A l'att. de M. Philippe Besson
Tél. 021 962 20 90 bessonp@montreuxcongres.ch
www.montreuxcongres.ch

Suisse.

Hôtel Europe ***
3961 Zinal
Valais-Suisse

Nous cherchons une secrétaire-réceptionniste pour un poste à l'année

Secrétaire/Réceptionniste

- Expérience au moins un an dans l'hôtellerie
- Français, allemand, anglais
- Bonnes connaissances de la comptabilité et l'informatique
- Sens des responsabilités

Veillez adresser votre dossier complet avec photo à:

Hôtel Europe ***
M.MME Rémy et Frédérique Bonnard
Directeurs
CH-3961 Zinal
tél. 0041/27/475/44/04
fax 0041/27/475/44/14

163315

Hiver pub-restaurant cherche **barmaids, serveuse**
bonne présentation, Euros 1800.-/mois.
Tél. 027 306 1637

163639



ROMANTIK HOTEL BELLA TOLA
3961 St-Luc - Valais
Hôtel Historique de l'année 2001

cherche pour la prochaine saison
d'hiver 2004/2005
mi-décembre 2004 à mi-avril 2005

Chef de partie Commis de partie Chef de rang Demi-chef de rang

Hôtel de charme de 32 chambres -
60 lits
Restaurant à la carte -
salons pour banquets
Salon de thé

Nouveau: espace wellness
avec piscine
couverte, sauna, bain-vapeur,
whirlpool et massages

Nous nous réjouissons de
recevoir votre
dossier complet avec photo.

Famille A.-F. et C. Buchs
3961 St-Luc
Tél. 027 475 14 44 - Fax 027 475 29 98
buchs@bellatola.ch
www.bellatola.ch
www.sierre-anniviers.ch

163564

ht
Tout sur Internet et les
bénéfices nets.

Abonnements et annonces:
tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23,
www.ht.ch

TÉLÉ NENDAZ

cherche afin de compléter sa brigade
pour ses restaurants d'altitude
au milieu du domaine des 4 Vallées

SAISON D'HIVER 2004-2005

Cuisiniers
Aides de cuisine, garçons d'office
Serveuses, Serveurs
Caissières
Employés de self service polyvalents
Barmaids

Faire offre écrite à
Télé-Nendaz SA, CP 364, 1997 Haute-Nendaz

163566



Séminaires, Events & Congrès

Depuis plusieurs années, le service de vente de notre groupe exploite avec succès le marché des Séminaires, Events & Congrès. Pour développer ultérieurement les activités de nos hôtels en Suisse romande et au Tessin, nous recherchons

un collaborateur (h/f) romand à temps partiel 25-50%

au bénéfice d'une solide expérience dans l'hôtellerie. Cette personne aura pour tâche principale de consacrer de 4 à 8 jours par mois à l'acquisition de nouveaux clients.

Si cette proposition vous intéresse, merci de prendre contact avec nous pour un premier entretien sans engagement.

Mme. Béatrice Tschumi
www.meetingclick.ch
Swiss International Hotels
www.sih.ch
Butzenstrasse 39, 8038 Zurich
Tél. +41 (0)1 487 14 50

163585

HOTEL MONTPELIER VERBIER
(16 GM)
&
Restaurant «LE HAMEAU» Verbier
(13 GM)

cherchent pour la saison d'hiver 2004/2005
(du 10.12.2004 - 15.04.2005)

Responsable du Service
Rest «LE HAMEAU»
Serveurs/Serveuses
Chef de Partie (confirmé)
Commis de cuisine (confirmé)
Stagiaire de cuisine
Stagiaire de service
Portier/remplaçant portier de nuit
Surveillant/e de Piscine (poste à 50%)

Veillez s.v.p. adresser votre offre écrite avec CV & photo à l'adresse suivante:

Hôtel Montpelier & Restaurant «Le Hameau»
Jürg Brupbacher
Rue du Centre Sportif N° 37
CH-1936 Verbier/Suisse
Fax +41 27 771 61 58

163517



Ville d'art, d'histoire et d'accueil
au carrefour des Alpes

Notre directeur ayant fait valoir ses droits à la retraite, nous cherchons dès le 1^{er} mars 2005 un (une)

DIRECTEUR ou DIRECTRICE

- Tâches**
- développer le tourisme et les activités qui lui sont liées comme un véritable secteur économique de la ville, fédérer l'offre et la renforcer
 - créer et promouvoir une image globale et unique de Martigny
 - élaborer le plan marketing clients et partenaires et le mettre en œuvre
 - gérer l'administration et les ressources financières de l'office
 - élargir l'offre, développer des complémentarités et mettre en place des collaborations nécessaires à l'échelle de la région et de l'espace transfrontalier

- Profil souhaité**
- + formation supérieure ou jugée équivalente avec expérience dans le domaine du tourisme et du marketing
 - + parfaite maîtrise (parlée et écrite) du français, de l'allemand et de l'anglais, la connaissance de l'italien constituerait un avantage
 - + esprit d'initiative, facilité d'adaptation, disponibilité, flexibilité
 - + sens de l'organisation et des contacts
 - + maîtrise des outils informatiques courants
 - + aptitude à gérer une entreprise touchant aux domaines de la promotion, du marketing, de l'information, de l'animation et de l'accueil

Le cahier des charges sera envoyé sur demande écrite.

Délai de postulation: 25 octobre 2004.

Merci d'adresser vos offres de service, sous pli recommandé et confidentiel, à M. Jean-Michel Clerc, président de la Société de développement de Martigny/Martigny Tourisme, Place centrale 9, 1920 Martigny.

163562

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.-**. Mit jeder Abo-Bestellung können Sie zudem **monatlich 5 Gutscheine à 100 Franken** von Exlibris gewinnen!



Ja, ich bestelle die htr:

- ☐ 1 Schnupperabo für nur Fr. 25.- (10 Ausgaben)
☐ 1 Jahresabo für nur Fr. 145.- (49 Ausgaben)

Name: _____ Vorname: _____

Firma: _____ Tel. tagsüber: _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort: _____ E-Mail: _____

☐ Ich nehme nur an der Verlosung teil.

Teilnahmebedingungen: Das Angebot ist für Neuabonnenten in der Schweiz und bis Ende 2004 gültig. Preise inkl. 2.4% MWSt. Die Teilnahme der Verlosung ist nicht abhängig von einer Bestellung. Mitarbeitende von htr und htr+ sind nicht teilnahmeberechtigt. Die Ziehung der GewinnerInnen erfolgt jeweils Ende Monat. Diese werden schriftlich benachrichtigt. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Coupon ausfüllen und einsenden an: hotel+tourismus revue, Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Böisingen

Abonnieren:

Tel.: 031 740 97 93

Fax: 031 740 97 96

abo@swisshotels.ch

www.htr.ch

htr

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



HOTEL LUGANO DANTE
CenterPer il nostro dinamico team
cerchiamo:

Night Auditor

Scuole di segretariato d'albergo o formazione equivalente. Conoscenza del programma Fidelity. Lingue nazionali ed Inglese. Pratico/a e referenziato.

Per appuntamenti dal lunedì al venerdì
Tel. 091 910 57 16 (ore 8.00-11.30)

Inviare curriculum vitae a:
HOTEL LUGANO DANTE Center
Piazza Cioffaro 5
6900 Lugano

Offresi ottime condizioni, contratto a tempo indeterminato.

163625



HOTEL CASA BERNO ASCONA

Member of
swiss golf Hotels

Wir suchen für die lange Sommersaison 2005 (Mitte März bis Ende Oktober) folgende Mitarbeiter:

- | | |
|-----------------------|---|
| Administration | Empfangssekretärin
(mit guten Sprachkenntnissen,
Hotel- und EDV-Erfahrung)
Receptionspraktikantin
Hotelpraktikantin
(für Reception/Service) |
| Hauswirtschaft | Hotelfachassistentin/Tournante
(Buffet, Etage, Lingerie) |
| Restaurant | Restaurationskellner/in
(gute Deutschkenntnisse) |
| Küche | Chef de Partie
Commis de Cuisine
Commis Pâtissier |

Bitte richten Sie Ihre Offerte mit Zeugniskopien und Foto an:

Pierre Goetschi, Dir.
Hotel Casa Berno
6612 Ascona

Tel. 091 791 32 32

E-Mail: hotel@casaberno.ch

Internet: www.casaberno.ch

163570

Für unser neues Hotel-Projekt, an der Westküste Thailands, Khao Lak (100 km von Phuket) 4-Sterne-Hotel, welches im November 2005 eröffnet wird

suchen wir eine/n Partner/in – Investor/in

mit folgenden Qualitäten und Erfahrung:

Küchenschef/in und/oder
Hotel/Restaurantmanager/in und/oder
evtl. Gastro-Gastgeberehepaar
Englisch-Kenntnisse

Mindestbeteiligung/Investition
Fr. 100.000.–

Falls Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre detaillierte Bewerbung.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Ihr zukünftiger Partner (Schweizer 47 Jahre mit Familie und 12 Jahre Thailanderfahrung) gerne zur Verfügung.

Anchor House Bungalow, 167/1 Moo 2
T. Bophut, Koh Samui 84320 / Thailand
Fax: ++66 (0)77 230 586
E-Mail: anchor@samart.co.th

163110

STELLENGESUCHE

Après dix ans passés dans la région de Winterthur, je souhaite un retour aux racines

chef de cuisine

Spécialités: Bourgeoise, Méditerranéenne, Mauricienne et Antillaise.
Petite et Moyenne brigade; ou cuisinier seul.

Hugues Mosimann. Natel 079 421 64 70.

163567

STELLEN-VERMITTLUNG

www.Arosa.com
Stellenbörse von Arosa

163284

HORESTO-jobs

Hotellerie - Restauration - Tourismus

Stellenangebote im In- und Ausland

Offres d'emploi en Suisse et à l'étranger

www.horesto.ch www.horesto.com

Tel: 01 721 19 47 info@horesto.com

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

154930/4071646

www.gastroa.ch Tel. 081 382 21 57

PERSONALVERMITTLUNGEN

Tel. 079 475 11 33 www.adsjob.com

Qualifiziertes Personal aus Österreich

IMAGE

× × × × × × × × × ×

WIRTEPRÜFUNG!

× Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner

× Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein

× Lokal unter Ihrer Führung. Interessiert?

× Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Beruf: _____ Alter: _____

Tel.: _____ htr

Vom Koch bis zur Gouvernante.

htr

Abonnieren und inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.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 Hotellier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch

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. / sans TVA) |
| – Zuschlag Aufschaltung Internet | Fr. 25.– pro Woche/Anzeige |

Termine:

– Ausgabe Nr. 40/2004
– Erscheint 30. 9. 2004
– Anzeigenschluss 27. 9. 2004
– Wiederholungen 27. 9. 2004

Nr. 41/2004
7. 10. 2004
4. 10. 2004
4. 10. 2004

Nr. 42/2004
14. 10. 2004
11. 10. 2004
11. 10. 2004

Nr. 43/2004
21. 10. 2004
18. 10. 2004
18. 10. 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 untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.