

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 112 (2004)  
**Heft:** 41

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 17.08.2025

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

Heute mit **211** Stellenangeboten



**JOSEF SCHÜPFER** / Der Präsident der Basler Wirte fordert die Verbände auf, sich bei der Hotelklassifikation zu einigen. **SEITE 2**



**LOBBYING** / Stärken und Schwächen des Schweizer Tourismus-Lobbyings wurden wissenschaftlich untersucht. **SEITE 5**



# hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

Wann einigt sich die Branche?

MIROSLAW HALABA

Die Debatten, die letzte Woche im Nationalrat anlässlich des Rahmenkredits von Schweiz Tourismus geführt worden sind, boten den Politikern einmal mehr die Gelegenheit, über die Uneinigkeit in der Branche zu reden. Für viele Parlamentarierinnen und Parlamentarier hat sich der Tourismus noch nicht zu einer Einheit geformt, wie das andere Branchen tun. Die Landwirtschaft, um ein Beispiel zu nennen.

Dass Gastrosuisse eine neue Hotelklassifikation plant – obwohl schon eine besteht, die hotelleriesuisse laufend weiterentwickelt und dem Markt anpasst –, verstärkt das Bild einer Branche, die nicht an einem Strick zieht. Dieses Image ist der Branche nicht dienlich, das zeigt sich immer wieder. Der Tag der Tourismuswirtschaft, der jährlich die touristischen Dachverbände vereint, ist lobenswert. Doch das Bild einer vereinten Branche, das dieser Anlass vermittelt, bekommt Risse, wie die Realität zeigt. Die Entwicklung des touristischen Markts jedoch zeigt immer mehr, dass die einzelnen Sektoren der Branche kooperieren müssen. Die touristischen Dachverbände sind nun aufgerufen, das Problem der unvereinigen Branche anzugehen.

**GASTROSUISSE HOTELKLASSIFIKATION**

## «Übergriff auf Kernkompetenz»

Dass Gastrosuisse eine eigene Hotelklassifikation plant, stösst bei hotelleriesuisse auf Unverständnis. Eine Einigung war im Vorfeld nicht erzielt worden.

CHRISTINE KÜNZLER

Als «einen Übergriff auf die Kernkompetenz von hotelleriesuisse», sieht der stellvertretende Direktor Christian Hodler die geplante Hotelklassifikation von Gastrosuisse. Versuche der beiden Verbände, sich auf die hotelleriesuisse-Klassifikation zu einigen, sind gescheitert.

Grund für die eigene Hotelklassifikation ist für Gastrosuisse-Direktor Florian Hew die Unterstützung kleiner Hotelbetriebe. «Ich glaube, dass auch kleine Hotels überlebensfähig sind, wenn sie ihre Sache gut machen», so Hew. Gastrosuisse wolle nun versuchen, den grössten Teil der 2500 noch nicht klassifizierten Hotel-Mitglieder in den nächsten Jahren zu klassifizieren. Bezüglich möglicher Mitglieder-Verluste gibt man sich bei hotelleriesuisse gelassen: «Es ist denkbar, dass wir Mitglieder verlieren, denen unsere Anforderungen zu hoch sind», sagt Hodler.

Siehe Seiten 2 und 7 sowie Cahier français Seite 1

Foto: Mirosław Halaba



**AUCH GASTROSUISSE GREIFT NACH DEN STERNEN**

Wenn Gastrosuisse die geplante Hotelklassifikation auch wirklich umsetzt, dann kann es sein, dass auf den Türen kleinerer Betriebe zwei Klassifikationslabels hängen – mit einer möglicherweise unterschiedlichen Anzahl von Sternen.

**BERUFSAUSBILDUNG**

### Zu viele verlassen Branche

Damit in Zukunft weniger Personen noch während oder kurz nach der Ausbildung dem Gastgewerbe den Rücken kehren, sind gute Ideen gefragt.

Je nach Umfrage und Quelle sind die erhobenen Zahlen zu den Ausstiegen aus der Lehre oder kurz danach aus der Branche höher oder tiefer. Unabhängig davon ist aber klar, dass es zu viele sind. Denn die Lehrlingsausbildung verursacht Kosten. Damit sich die Situation in Zukunft verbessert,

und damit dem Gastgewerbe mehr gut ausgebildetes Personal erhalten bleibt, bedarf es der Anstrengung sowohl seitens der Lehrlinge als auch der Lehrbetriebe. Angehende Lehrlinge sollten die Auswahl des Berufes sowie der Lehrstelle gründlich prüfen. Lehrbetriebe tun gut daran – auch zu ihrem eigenen Vorteil –, die Selektion der Lehrlinge gezielt und seriös vorzunehmen. Auf jeden Fall sollten «Last-minute»-Besetzungen vermieden werden. Bereits mit diesen einfachen Massnahmen kann ein späteres Frustpotenzial reduziert werden. **DST**

Siehe Seite 3

**BUCHHALTUNG**

### Neuer Kontenplan fast fertig

Der neue Kontenplan für die Buchhaltung der Schweizer Hotellerie ist fast fertig. Er soll spartenbezogene und aussagekräftige Kennzahlen liefern.

Der neue Kontenplan weist über eine Sparten- oder Departementsrechnung den Umsatz und die Ergebnisse der einzelnen Sparten mit sämtlichen direkten Kosten inklusive den Personalkosten aus. Er liefert Kennzahlen wie zum Beispiel den Ausweis des Freien Cashflows oder des Verschul-

dungsfaktors. Mehr Vergleichbarkeit und mehr Transparenz für eine bessere Hotelfinanzierung werden erwartet. In der Arbeitsgruppe des Projekts ist unter anderem die UBS vertreten, und aus der Hotellerie Repräsentanten von Accor, Raffles, Seiler, sowie der Grand Hotels Bad Ragaz und Victoria-Jungfrau. – Im Moment befindet sich die Vorversion des neuen Kontenrahmens in der Vernehmlassung. Der neue Kontenrahmen soll Anfang 2005 publiziert werden und auch in die Schulung und Weiterbildung der Schweizer Hotellerie einfließen. **KJV**

Siehe Seite 11

**INHALT**

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



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

**HOTEL INFORMATIK**  
seit über 18 Jahren

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

**ERSTKLASSIGER SERVICE.**

Scano Lebensmittel AG | 8105 Regensdorf  
info@scano.ch, www.scano.ch, www.scanoshop.ch

**PARK HOTEL MICROS**  
flims

GaultMillau  
HOTEL DES JAHRES 2004

Park Hotel Waldhaus, Flims

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

## htr IN KÜRZE

**Frankreich /** Mit einer neuen Marketingstrategie will Frankreich bis im Jahr 2010 seine touristischen Einnahmen um 8 Mia. Euro steigern. In den ersten sieben Monaten des laufenden Jahres konnte die Talfallart leicht gestoppt werden. **Seite 4**

**Tourismuspolitik /** Eine neue Studie zum touristischen Lobbying in der Schweiz liefert neben theoretischen Grundlagen auch konkrete Tipps für die Praxis. Aufgrund von Experteninterviews wurde das Lobbying analysiert. **Seite 5**

**Marktbearbeitung /** Wachstumsmärkte wie Indien oder China bedürfen einer besonders nachhaltigen Betreuung. Deshalb kümmern sich verschiedene Tourismusdirektoren persönlich um die Quellmärkte im Fernen Osten. **Seite 10**

**Rechnungslegung /** Der neue Kontenplan für die Buchhaltung der Schweizer Hotellerie ist fast fertig. hotelleriesuisse, die SGH und weitere Interessierte hatten den betreffenden Forschungsauftrag an die EHL Lausanne gegeben. **Seite 11**

**Bierpreise /** Am stärksten schlägt der grösste Schweizer Bierbrauer im kommenden Jahr bei den Bierpreisen auf: Bier und Mineralwasser der Feldschlösschen Getränke AG werden ab Anfang 2005 um durchschnittlich 2,5 Prozent teurer. **Seite 13**

**Allergene /** Die Mitarbeiter in der Schweizer Gastronomie sind verpflichtet, auf Anfrage allergene Zutaten in den Speisen zumindest mündlich anzugeben zu können. Bis zum Frühjahr dieses Jahres bestand noch eine Übergangsfrist, die nun abgelaufen ist. **Seite 14**

**Französische Weine /** Die französischen Weinbauern kämpfen mit vollen Kellern, einer mengenmässig zu reichen Ernte in diesem Jahr und sinkender Nachfrage. Beim Bordeaux sind die Preise bereits zum Sommeranfang in den Keller gepurzelt. **Seite 15**

**Sepp Wimmer /** Nach einer aufwändigen Renovation während der Sommerferien, eröffnete das Zürcher «Zunfthaus zur Waag» wieder seine Türen. Das traditionsreiche, 1637 erbaute Haus wird seit 1. Oktober 2004 von Sandra und Sepp Wimmer geleitet. **Seite 17**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**Seiler Hotels /** Die Hotelgruppe feiert im Januar 2005 ihren 150. Geburtstag. In das von Alexander Seiler im Jahr 1855 übernommene Hotel Mont Cervin, Stammhaus der Gruppe, werden 15 Mio. Franken investiert. **CF Seite 2**

**Mövenpick /** Die Gruppe treibt, neben ihrer Expansion, ab jetzt bis Ende 2005 ein Rebranding mit neuem visuellen Auftritt. Das Motto der entsprechenden Image-Kampagne lautet: «True Excellence in Swiss Hospitality». **CF Seite 3**

**Qualitätssicherung /** Die Journé Académique des Weltkongresses der Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) im Hotel du Parc in Martigny hatte die Qualität in ihren verschiedenen Facetten zum Thema. **CF Seite 4**

**Walliser Tourismusgesetz /** Die Baustelle des neuen Walliser Tourismusgesetzes wird Mitte Oktober eröffnet, und eine fundamentale Debatte beginnt: Die Kommission zur Revision des Gesetzes nimmt ihre Arbeit auf. **CF Seite 5**

## FORUM

## Hickhack in der Tourismuspolitik

JEAN-MICHEL CINA\*

Die Politik beschäftigt sich immer wieder mit touristischen Fragestellungen. In den vergangenen vier Jahren standen die Verlängerung des Beherbergungssatzes der Mehrheit, die Finanzierung der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit und eine Weiterführung des Projektes «Innotour» zur Debatte. Vor wenigen Tagen wurde im Nationalrat die Finanzierung von Schweiz Tourismus für die Jahre 2005–2009 behandelt. Alle diese Debatten haben eines gemeinsam. Die verlässlichsten politischen Partner der Tourismusbranche sind die CVP und die FDP. Mal ist es nämlich die SP allein, mal sind es SVP und SP die – eine unheilige Allianz bildend – dem Tourismus weniger Unterstützung geben wollen.



Dabei müsste doch allen die Bedeutung des Tourismus für die Schweizer Wirtschaft bekannt sein. Es geht deshalb nicht an, dass die Schwächung eines Wachstumsektors unserer Wirtschaft bewusst in Kauf genommen wird. Wenn in Frankreich das Budget für die Landeswerbung erhöht wird, wenn in Österreich 1,5-mal mehr Mittel für die Landeswerbung zur Verfügung stehen, dann sind Kürzungen im Budget von Schweiz Tourismus nicht geboten. Wir dürfen uns keine weiteren Wettbewerbsnachteile auf Kosten der Tourismusbranche und damit indirekt auch der Rand- und Bergregionen einhandeln. Die Schweiz darf hinsichtlich Marketingbemühungen gegenüber unseren touristischen Nachbarländern nicht ins Hintertreffen geraten.

Durchaus Sinn macht das politische Anliegen, die Landeswerbung zu koordinieren. Alle vom Bund geförderten Institutionen, wie Schweiz Tourismus, Standortförderung Schweiz, Präsenz Schweiz, OSEC und Pro Helvetia, sind in das Konzept Gesamtkoordination Landeswerbung zu integrieren. Damit werden die verfügbaren Mittel noch effizienter und wirkungsorientierter eingesetzt. Sowohl Nationalrat als auch Ständerat sind bereit, dieses Postulat an den Bundesrat zu überweisen.

Das politische Ringen um die Unterstützung von Schweiz Tourismus geht in die nächste Phase. Die CVP wird die Entwicklung mit Sperberaugen verfolgen und sich für den Schweizer Tourismus einsetzen.

\* Jean-Michel Cina ist Nationalrat der CVP.

## JOSEF SCHÜPFER

## «Sterne: Einigung erforderlich»

Für den Präsidenten der Stadt-Basler Wirte, Josef Schüpfer, ist das gemeinsame Wirken mit den Basler Hoteliers nur positiv. Er rechnet sogar mit einer Fusion. Dass die Dachverbände bei der Hotelloklassifikation getrennte Wege gehen, ist für ihn persönlich nicht akzeptabel.

## INTERVIEW: GUDRUN SCHLENCZEK

Seit Anfang Jahr kooperieren der Wirteverband Basel-Stadt und der Basler Hotelier-Verein eng. Sind Sie zufrieden mit der Zusammenarbeit?

Sehr. So kann man die Branche nicht mehr auseinanderdividieren. Zusammenschweissen hat uns der Kampf um das neue Basler Gastgewerbe-gesetz. Neben der nun stärkeren politischen Vertretung spart die Kooperation auch klar Ressourcen. So brauchen wir zum Beispiel nach Wegweis zur Hotel & Gastro Formation heute nur noch einen Vertreter für beide Verbände zu schicken.

## «National ist die Fusion noch eine Utopie.»

So eng wie in Basel arbeiten keine anderen Sektionen der Hoteliers und Wirte zusammen. Denken Sie, dass das Beispiel Schule machen wird?

Wir haben immer Anfragen zu unserem Modell seitens anderer Kantonssektionen. Basel spielt hier klar eine Vorreiterrolle.

Eine gemeinsame Geschäftsstelle für den Wirteverband Basel-Stadt und den Basler Hotelier-Verein wird bereits angedacht. Wie weit ist es dann bis zur Fusion?

Eine Fusion des Wirteverbandes Basel-Stadt und des Basler Hotelier-Vereins wäre wünschenswert. Das Endziel ist eine Verschmelzung der beiden Verbände. In Basel wird das auch passieren. National ist das allerdings noch eine Utopie. Dabei wäre es genauso wünschenswert, wenn Gastrosuisse und hotelleriesuisse sich in ähnlichem Masse wie wir annähern würden.

Mit der Ankündigung von Gastrosuisse, dass man eine eigene Hotelloklassifikation einführen möchte, wird der Graben zwischen den Hoteliers und den Wirten auf nationaler Ebene nun wohl noch tiefer. Was meinen Sie dazu?

Meine ganz persönliche Meinung lautet: Man muss bei der Sterneklassifikation der Hotellerie nichts Neues erfinden. Die Sterne sind bei den Ziel-

Foto: Gudrun Schlenck



## PRÄSIDENT DES WIRTEVERBANDES BASEL-STADT

Josef Schüpfer kann sich vorstellen, dass der Wirteverband Basel-Stadt und der Basler Hotelier-Verein fusionieren. Er fordert mehr Einigkeit der Dachverbände.

gruppen bestens eingeführt. Der Gast kann mit zwei verschiedenen Klassifikationen doch nichts anfangen. Den ausländischen Touristen interessiert es wenig, ob hier konkurrierende Verbände unterschiedliche Systeme offerieren. Im Interesse der Kunden sollten sich die beiden Dachverbände wenigstens in dem Punkt einer einheitlichen Hotelloklassifikation einigen. In dieser Frage ist Einigkeit erforderlich.

## «Hotelloklassifikation: Im Sinne der Kunden sollten sich die Dachverbände einigen.»

Das ist ja nicht der einzige Punkt, bei dem national Wirte und Hoteliers sich verschieden ausrichten. Zum Beispiel lanciert Gastrosuisse auch bei der Mehrwertsteuer im Alleingang einen Vorstoss für einen Sondersatz für die Restauration. Wie gehen Sie auf regionaler Ebene

mit solchen Differenzen der Dachverbände um?

Ganz einfach: In Basel sind sowohl die Vertreter der Wirte als auch der Hoteliers für einen niedrigeren Mehrwertsteuersatz in der Gastronomie. Schweizweit sollte man in diesem Belang genauso an einem Strick ziehen.

Ihre erste gemeinsame Medienkonferenz mit den Basler Wirten ist der Preispolitik und der Prognose einer Preiserhöhung in der Schweizer Gastronomie gewidmet. Das ist eigentlich ein nationales Thema und wohl damit eher eines für den Dachverband als für einen Regionalverband.

Ich würde es sehr begrüßen, wenn Gastrosuisse dazu Stellung nehmen würde. Für uns ist das einfach ein wichtiges Thema. Wir haben seit zehn Jahren einen Ombudsmann für Gäste-reklamationen. Zwei von drei Fällen drehen sich dabei um den Preis. Die Kostenschraube kann zudem in der Gastronomie kaum mehr weiter angezogen werden. Deshalb muss jetzt am Preisgebilde gedreht werden, wenn höhere Allgemerkosten auf die Wirte zukommen – wie beispielsweise höhere Einkaufspreise oder Mehrkosten

beim Personal aufgrund neuer Regelungen bei der Pensionskasse.

## «Für 90 Prozent der Wirte ist die Polizeistunde die kostengünstigere Lösung.»

Herr Schüpfer, Sie sind bekannt für Ihre offene und liberale Haltung. Das neue Gastgewerbe-gesetz des Kantons Basel-Stadt, für das sich der Wirteverband Basel-Stadt und der Basler Hotelier-Verein stark machen und für das die Referendumsfrist bis Ende Oktober läuft, will aber die Polizeistunde wieder einführen. Warum plötzlich dieser Wunsch zur Selbstbeschränkung?

Erstens: Weil das die kostengünstigste Lösung für sicher 90 Prozent der Wirte in Zukunft sein wird. Wenn die Restaurationsbetriebe keine Bestimmungen zu den Öffnungszeiten haben, dann kämen zirka ab dem Jahr 2007, in Folge der neuen schweizerweiten Lärmschutzverordnung, massive Kosten auf die Unternehmer zu. Dann müssten sich die Betriebe nämlich so genannten Umweltverträglichkeitsprüfungen unterziehen, die mit Beträgen zwischen 20 000 und 40 000 Franken zu Buche schlagen. Das ist für kleinere Betriebe kein unerheblicher Betrag. Die wenigsten Betriebe werden überhaupt die neue Öffnungszeit bis 2 Uhr an Wochenenden ausschöpfen. Zweitens: Der liberale Gedanke hat bei der Abschaffung der Öffnungszeiten nicht gegriffen. Es gab zu viele Probleme. Ich war damals federführend bei der Liberalisierung in den Neunzigerjahren. Und habe mich nun belehren lassen müssen.

## Basler sagen eine Teuerung voraus

Seit dem 1. Januar dieses Jahres ist die Vereinbarung des Wirteverbandes Basel-Stadt und des Basler Hotelier-Vereins über eine engere Zusammenarbeit in Kraft. An der ersten gemeinsamen Medienkonferenz letzte Woche erklärte Wirte-Präsident Josef Schüpfer, Hotel Stadthof, Basel, den Journalisten, wie die Gastronomie sich zusammensetzen und wie viel «Arbeit» hinter dem Servieren eines einfachen Café crème steckt. Für 2005 prognostizieren die Verbände eine Preiserhöhung von 3 bis 5 Prozent aufgrund steigender Einkaufspreise, primär bedingt durch das Anheben der Schwerverkehrsabgabe, und der BVG-Revision. Die Kosten der Pensionskasse würden um durchschnittlich 16 Prozent steigen und dabei rund 5 Prozent mehr Arbeitnehmer obligatorisch versichert sein. GSG

AUSBILDUNG

# Lehrbetriebe sollten besser selektionieren

Viele Lehrlinge verlassen noch während der Ausbildung oder kurz danach die Gastgewerbebranche. Durch eine bessere Selektion der Lehrlinge und das Stellen von klaren Forderungen könnten Lehrbetriebe einen Teil dieser unerwünschten Abgänge verhindern.

ganz besonders ans Herz, die Auswahl des Berufes sowie der Lehrstelle gründlich zu prüfen. So könne ein grosser Teil des Frustpotenzials zum Voraus vermieden werden. Die Lehrbetriebe würden gut daran tun, die Selektion der Lehrlinge gezielt und seriös vorzunehmen.

## JÄHRLICHER BESUCH IN DEN LEHRBETRIEBEN

Entstehen während der Ausbildungszeit Spannungen zwischen dem Lehrbetrieb und den Lernenden, so empfiehlt Mariann Hänni, das gemeinsame Gespräch zu suchen. Sind die Lernenden nicht mündig, sollte ein gesetzlicher Vertreter beim Gespräch anwesend sein. Sind dann die Probleme nicht vom Tisch, «helfen wir

gerne, die Lehraufsicht ist aber Sache der kantonalen Ämter für Berufsbildung».

Die von hotellerieusuisse betreuten Lernenden, d. h. jene, die ein Schulhotel von hotellerieusuisse besuchen, werden einmal jährlich in ihren Lehrbetrieben besucht, und zwar zur Unterstützung des Lehrbetriebs und des Lehrlings. «Wir stellen dabei jeweils fest, dass rund 80 Prozent gut funktionieren», bilanziert Mariann Hänni. Nach einem persönlichen Gespräch wird ein Bericht verfasst, welchen das kantonale Amt für Berufsbildung erhält. Zurzeit zählen die sechs hotellerieusuisse-Schulhotels gesamtschweizerisch 1000 Lernende. Dies entspricht rund 13 Prozent der gesamten in der Branche ausgebildeten Personen.

Foto: Cornet



## BERUFSWAHL

Das Abklären von Neigungen und Interessen hat vor dem Berufswahlentscheid höchste Priorität. Denn Freude am Beruf ist eine wichtige Voraussetzung.

### DANIEL STAMPFELI

Laut einer Umfrage der Hotel & Gastro Union und ihrer vier Berufsverbände kehrt bis zur Hälfte der Gastrolehrlinge während oder kurz nach der Lehre dem Gastgewerbe den Rücken. Im Gegensatz dazu fördern die jährlich anlässlich der Abschlussprüfungen in den Schulhotels von hotellerieusuisse durchgeführten Umfragen bei Hotelfachassistenten (HOFA), Servicefachangestellten (SEFA) und Gastronomiefachassistenten (GAFA) deutlich tiefere Ausstiegsraten zu Tage.

«Die Lehrabbrüche und Ausstiege aus der Branche sind ein Problem», kommentiert Mariann Hänni, verantwortlich für die Schulhotels bei hotellerieusuisse, die sich verschärfende Situation. Bei der Ausbildung von Lehrlingen entstünden ja Kosten. Auch müsse ein Lehrling zuerst rekrutiert und selektioniert werden. Hinzu kommt das psychologische Element: «Für alle Beteiligten ist ein Lehrabbruch frustrierend», so Mariann Hänni. Der Lehrling stehe mit nichts da, dem Lehrbetrieb fehle der Lehrling, welchen er für zwei oder drei Jahre angestellt hatte.

### ZU OFT EINE «LAST-MINUTE-WAHL»

Für die steigenden Ausstiegszahlen können verschiedene Gründe ins Feld geführt werden. Ein Grund ist sicher im Wandel der Wohlstandsgesellschaft hin zu einer zunehmend weniger belastbaren Jugend zu sehen. Mariann Hänni macht von Seiten der Lehrlinge insbesondere falsche Berufsvorstellungen sowie Stress während den Spitzenzeiten im Gastgewerbe für viele Lehrabbrüche verantwortlich. Die Lehrstelle an einem Ort weg von zu Hause, vom angestammten Freundeskreis oder vom Partner sei heutzutage für das Durchhalten auch nicht gerade förderlich. Immer wieder stelle Mariann Hänni fest, dass die Berufswahl zugunsten des Gastgewerbes eine «Last-Minute-Entscheidung» sei. Die Wahl werde aufgrund mangelnder Alternativen getroffen, obwohl der Lernende für den gewählten Beruf gar nicht geeignet sei.

Vorbehalte macht Mariann Hänni aber auch gegenüber vereinzelt Lehrbetrieben. Oft würden ungenügende Schnupperlehren angeboten und den interessierten Jugendlichen würde zu wenig deutlich gezeigt, was der Beruf genau beinhaltet. Die Selektion der Lehrlinge erfolge teilweise unsorgfältig – auch hier im Sinne von «last minute». Dann erfolge auch die Einführung mangelhaft, der Betrieb nehme sich zu wenig Zeit für die Lernenden und das Betriebsklima sei nicht überall das beste.

### FRÜHZEITIG EXAKT ABKLÄREN

Aber auch ungenügende Leistungen und unakzeptables Verhalten der Lernenden während der Lehrzeit würden zu Beanstandungen Anlass geben, welche wiederum in der Auflösung des Lehrvertrages resultierten, so Mariann Hänni. Ein weiteres Problem könne das dauernde Einmischen der Eltern darstellen.

Nun sind Massnahmen gefragt, um dieser Entwicklung Einhalt zu gebieten. Mariann Hänni von hotellerieusuisse legt den Lehrstellensuchenden

Anzeige

-   
Schwarzwäldertorte
-   
Berliner gebacken
-   
Party-Schinkengipfel ungebacken
-   
Hawaii-Stange
-   
Laugen-Buttergipfel vorgebacken
-   
Semmel Grande vorgebacken



## ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG

FEINBACKWAREN, TIEFGEKÜHLT!

Neubruchstrasse • 8717 Benken SG ...und auch bei:

Bestellen Sie unsere Produktdokumentation: 055 293 36 55.



Casty Tiefkühlprodukte, 7526 Cinnoschel, Telefon 081 854 10 27 • Frut-Alpina, 7031 Laax, Telefon 081 921 44 44  
Produits surgelés Satisfaction SA, 1260 Nyon, Téléphone 022 361 20 34 • Produits surgelés E. Aeby, 1734 Tenfelingen Téléphone 026 418 23 45  
CC Abholmärkte: PRODEGA/GROWA • TOP CC • ALIGRO Marchés de gros

PA, publiziert.ch, SCHULERN

PASCAL VISITAINE

## «Oft als teuer empfunden»

Der Marketingdirektor von «Maison de la France» (MdF), Pascal Visitaine, will künftig das Preis-Leistungs-Verhältnis verbessern.

INTERVIEW: KATJA HASSENKAMP

**Herr Visitaine, glauben Sie, mit der neuen Strategie endlich die oft auseinander driftende Zusammenarbeit der verschiedenen Tourismusinstanzen bündeln zu können?**

Es ist nicht die Rolle von Maison de la France, sich in die Beziehungen der touristischen Instanzen einzumischen. Aber wir sind überzeugt, für alle Touristiker einen wichtigen Anstoss gegeben zu haben. Lassen Sie mich ein Beispiel anführen: Gestern war ich in Dijon, wo das Comité Régional du Tourisme alle seine Mitglieder eingeladen hatte, damit ich die neue Strategie erläutern kann. Sie stieß bei allen Anwesenden auf Zustimmung und daraus schliesse ich, dass alle Instanzen gemeinsam an deren Umsetzung arbeiten werden.

**Mit der angekündigten neuen Internet-Plattform soll der Nutzer buchen und online bezahlen können?**

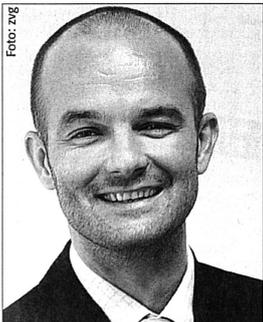
Der gesamte Auftritt soll bis zum 2. Semester 2006 neu gestaltet werden und alles ermöglichen, was sich moderne Internetautoren wünschen. Also wird er wohl auch eine Funktion der Online-Reservierung haben. Deshalb wird es eine Annäherung von franceguide.com und resinfrance.com geben.

**Was haben Sie mit den zusätzlichen 4 Millionen Euro gemacht?**

Wir haben sowohl für das Jahr 2003 als auch für das Jahr 2004 zusätzlich 4 Millionen Euro bekommen. Das hat es uns ermöglicht, unsere Präsenz auf einzelnen Märkten zu verstärken. In den USA beispielsweise haben wir zusammen mit Air France eine überdimensionale Werbefläche auf dem Time Square installiert mit dem Slogan «Lets fall in love again», die gut angekommen ist. Und in Deutschland haben wir vermehrt für die französischen Küsten geworben, denn einige Regionen, vor allem am Atlantik, hatten fälschlicherweise angenommen, dass der deutsche Tourist sowieso immer an französischen Küsten Urlaub macht.

**Sollen im Zuge der Neustrukturierung der Angebote auch die Preise gesenkt werden?**

Die IPOS-Studie hat gezeigt, dass Frankreich oft als teures Reiseland empfunden wird. Wir sind daher der Meinung, dass neben den touristischen Highlights Paris und Côte d'Azur auch die anderen Destinationen herausgestellt werden müssen, die ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis haben. Wir wollen keinen Preiskrieg führen, den würden wir im Vergleich zu anderen Mittelmeeranrainern sowieso verlieren. Aber wir wollen das Preis-Leistungs-Verhältnis verbessern, und der angekündigte «Plan Qualité France» ist ein erster Schritt dazu.



Pascal Visitaine, Marketingdirektor von Maison de la France.

MARKETINGSTRATEGIE

# Dynamik für den Tourismus

Frankreich will seine touristischen Einnahmen bis zum Jahr 2010 um 8 Mia. Euro steigern und weltweit Marktanteile zurückgewinnen. Laut Tourismusminister Léon Bertrand hat sich «sein Land zu lange auf seinen touristischen Lorbeeren ausgeruht».

KATJA HASSENKAMP

Die über 200 Seiten dicke Marketingstrategie 2005–2010 will aus dem alten Trott ausbrechen und die Tourismuspolitik des Landes dynamisieren, erklärte Thierry Baudier, Direktor von Maison de la France, anlässlich der Präsentation der neuen Strategie. Erstmals basiert sie auf umfassenden Analysen der touristischen Parameter: Einerseits wurden intern zwei Audits durchgeführt, um die Erwartungen der französischen Tourismusakteure zu beleuchten.

Andererseits hat man an die 100 Studien und Untersuchungen aufgearbeitet, um die internationale Konkurrenz und die zu erwartenden Entwicklungen der weltweiten Tourismusszene zu analysieren. Darüber hinaus wurde eine Umfrage in den wichtigsten Quellmärkten zum Frankreich-Image realisiert (IPSO), und auch die touristischen Geschäftspartner im Ausland wurden um eine Stellungnahme gebeten. Die Quintessenz der verschiedenen Inputs steht in einem klar gegliederten Dokument.

## ZUM ERSTEN MAL KEIN «RUNDUMSCHLAG»

Zuerst werden die voraussichtlichen gesellschaftlichen Entwicklungen, ihre Auswirkungen auf den internationalen Tourismus und mögliche französische Reaktionen aufgezeigt. Dabei ist sowohl die Rede vom «Leben mit wechselnden Krisen» (Wirtschafts-, Währungs-, Gesundheits- und sozialen Krisen, Terrorismus, Kriege und Naturkatastrophen), wie von neuen Destinationen (China, Indien, Brasilien), neuen Kundensegmenten (Senioren, urbane Konsumenten – im Jahr 2010 wird die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten leben) und neuem aktivem Konsumverhalten (Internet, Mobiltelefon).

Teil zwei stellt neun Hauptorientierungen vor und wie Baudier unter-

## ZWISCHENBILANZ 2004

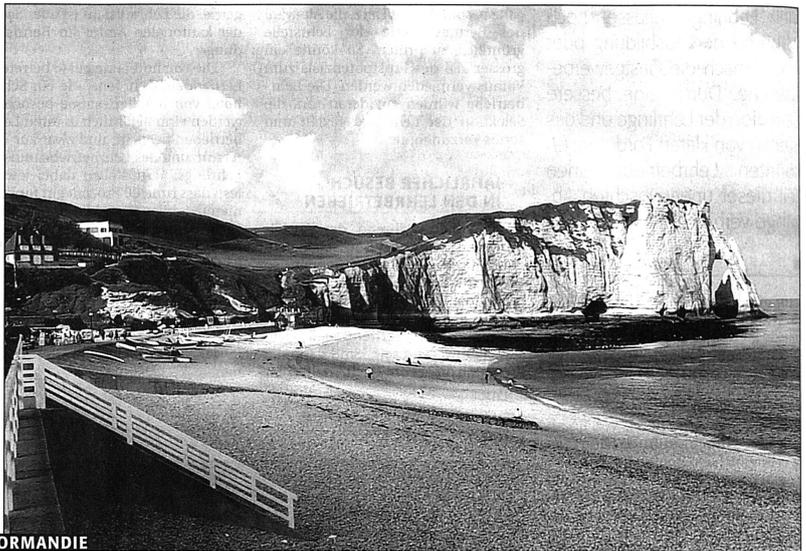
# Talfahrt wurde leicht gestoppt

Frankreich konnte in den ersten sieben Monaten 2004 einen Anstieg der ausländischen Gästezahlen um 2,6 Prozent registrieren.

KATJA HASSENKAMP

Vergleicht man jedoch den Zeitraum Januar bis einschließlich Juli 2004 mit dem vergleichbaren Zeitraum des Jahres 2002, so wird deutlich dass die diesjährigen Übernachtungszahlen der Ausländer immer noch um 9,3 Prozent hinter denen von vor zwei Jahren zurückliegen. Im Einzelnen waren die ersten sieben Monate des Tourismusjahres 2004 einerseits von einer Wiederkehr der US-Amerikaner (+8,3% Übernachtungen) und der Japaner (+13,6% Übernachtungen) charakterisiert, andererseits mussten in diesem Zeitraum starke Einbrüche bei den europäischen Übernachtungen hingenommen werden: –19,2 Prozent

Foto: Katja Hassenkamp



## NORMANDIE

Zu den diesjährigen Gewinnern gehört die Normandie im Norden Frankreichs. In den ersten sieben Monaten wurden 3,6 Prozent mehr Übernachtungen registriert. Im Bild die berühmten Kreidelfelsen von Etretat.

streicht, präsentiert Maison de la France zum ersten Mal keinen «Rundumschlag». Zur Erneuerung des Frankreich-Images ist eine Qualitäts-offensive (Plan Qualité France) geplant, die das touristische Angebot klarer strukturiert und das Preis-Leistungs-Verhältnis der einzelnen Offerten aufwertet.

Optisch sollen die Qualitätsangebote durch ein noch zu definierendes Qualitätslogo gekennzeichnet werden. Parallel dazu soll eine «signature France» nach dem Beispiel «100% Pure New Zealand» entworfen werden. Die Partnerschaften mit öffentlichen und privaten Playern aus anderen Wirtschaftssparten sollen verstärkt und neue Synergien geschaffen werden, um zusätzliche Mittel für die Tourismuspromotion locker zu machen.

## MARKETING-OFFENSIVE VIA INTERNET

Mit Blick auf eine notwendige verstärkte Direktvermarktung soll eine touristische Internet-Plattform geschaffen werden, wo sich der Endverbraucher informieren kann, wo

er aber auch direkt buchen und bezahlen kann. Dabei sind multiple Zugänge geplant: geographisch, nach Aktivitäten, Produkten und Kundensegmenten. Eng damit verbunden ist eine verbesserte Präsenz des touristischen Frankreichs in den Internet-Suchmaschinen und eine Marketing-Offensive via Internet. Dabei wird sowohl der Kauf von Schlüsselwörtern anvisiert, als auch Partnerschaften mit thematisch verwandten Web-Bereichen.

Um effektiver auf fernen Quellmärkten werben zu können, soll die Frankreich-Promotion Teil einer Europa-Promotion werden. Man will gemeinsam mit anderen europäischen Destinationen in China, Brasilien oder Australien auftreten – das spart Kosten und wird dem Konsumverhalten der «neuen Reisenden» gerecht, die mehrere europäische Länder besuchen.

Für die «reifen» europäischen Märkte will man das Nischen-Marketing verstärken und zudem sollen auf den einzelnen Quellmärkten für unterschiedliche Kundengruppen spezifische Produkte aufgelegt werden. Dabei ist sowohl die kulturelle Zu-

gehörigkeit (Welsch-/Deutschschweiz, Bayern/Sachsen) relevant, als auch das Profil (Angler, Golfer, Senioren, junge Leute) und die geographische Nähe zu Frankreich.

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN DEFINIERT

Für alle Märkte wird im dritten Teil der Marketingstrategie eine Bestandsaufnahme vorgelegt, es werden strategische Prioritäten definiert und schließlich die wichtigsten Produkte genannt, die vorrangig zu vermarkten sind. Als letztes werden einzelne Produktformen – Kultur-, Business-tourismus, Wellness, Golf... – verschiedenen Ländern und Ländergruppen vorrangig zugeordnet.

Das gesamte Strategiepapier zeichnet sich durch eine besonders lesbare Gliederung aus. Jedes Unterkapitel beinhaltet eine Bestandsaufnahme und gibt strategische Orientierungen vor. Dazu gesellt sich für die Quellmärkte eine Rubrik vorrangig zu promotender Produkte, sowie ein Absatz über konkret in Angriff zu nehmende Aktionen («actions à mener»).

bei den Skandinaviern, –7,3 bei den Schweizern und –6,2 Prozent bei den Italienern; die Zahl deutscher Übernachtungen ging zwar nur um 3,1 Prozent zurück, liegt aber im Vergleich zum Zeitraum Januar bis Juli 2002 um 15,4 Prozent zurück.

Ein Rückblick auf das vergangene Reisejahr macht deutlich: 2003 war auch für Frankreich ein miserabler Jahrgang. Die Zahl der Auslandsankünfte ging um 2,6 Prozent auf 75 Millionen zurück; die touristischen Einnahmen sanken um 5,4 Prozent auf 32,3 Mia. Euro und der Überschuss der touristischen Handelsbilanz ging um 14,5 Prozent auf 11,6 Mia. Euro zurück. Der Marktanteil Frankreichs an den weltweiten Tourismuseinnahmen ist seit 1991 von 7,7 Prozent auf 6,6 Prozent im Jahr 2003 zurückgegangen.

## 2004: REGIONALE UNTERSCHIEDE

Ersten Umfragen zufolge sahen die Ergebnisse in den ersten sieben Mo-

naten des laufenden Tourismusjahres je nach Region unterschiedlich aus. Wohl aus Angst vor einer erneuten Hitzewelle haben die Gäste in diesem Jahr die Provence und die Côte d'Azur gemieden (–6,5% Übernachtungen) und vermehrt «kühlere Regionen» besucht (+5,6%).

Nordfrankreich meldet ein Übernachtungsplus von 6,6 Prozent, die Bretagne und die Normandie haben jeweils 3,6 Prozent mehr Übernachtungen registriert und die Region Loiretal-Atlantik sogar 7 Prozent. Der Raum Paris konnte nach Angaben des Tourismusministeriums in den ersten sieben Monaten 2004 vor allem bei den Auslandsübernachtungen zulegen (+5,6%).

Die Consultantfirma MKG weist jedoch darauf hin, dass die Ergebnisse der Pariser Hotellerie nach einem guten ersten Halbjahr im August wieder rückläufig waren – der RevPAR («revenue per available room») ging um 8,8 Prozent zurück, was darauf zurückzuführen ist, dass die Pariser

Hoteliers sich im Sommermonat August auf einen Preiskampf eingelassen haben, um ihre Betten zu belegen.

## NULL- UND 1-STERN-HÄUSER PROFITIERTEN

Für ganz Frankreich konnte der RevPAR in den ersten acht Monaten 2004 laut MKG Consulting jedoch um 2,2 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres gesteigert werden. Betrachtet man die Ergebnisse der integrierten Hotelketten, so wird deutlich, dass vor allem die Null- und 1-Stern-Häuser in diesem Zeitraum gut abgeschnitten haben und ein RevPAR-Plus von 4,1 und 2,7 Prozent vorweisen können. Der durchschnittliche Zimmerpreis stieg in diesen Kategorien um 5,1 und 3,8 Prozent, während er in der 4-Sterne-Kategorie im Zeitraum Januar bis einschließlich August 2004 um 3,1 Prozent zurück ging; der RevPAR konnte in dieser Kategorie dennoch um hauchdünne 0,2 Prozent gesteigert werden.

SCHWEIZER TOURISMUSBRANCHE

# Lobbying muss professioneller werden

Eine neue Studie zum touristischen Lobbying in der Schweiz liefert neben theoretischen Grundlagen auch konkrete Tipps für die Praxis. Aufgrund von Gesprächen mit Experten aus Verbänden, Politik und Kommunikation wurde das touristische Lobbying analysiert.

Foto: Swiss-Image



**BERNER TOURISMUSPOLITIK UNTER ANALYSE**

Die Expertin Brigitte Zaugg hat auf der Grundlage von Gesprächen mit Vertretern der touristischen Verbände und Organisationen, mit Politikern, Beamten und Kommunikationsexperten das touristische Lobbying der Schweiz analysiert.

**SONJA STALDER**

Lobbying hat ein Imageproblem: Viele verbinden mit diesem Begriff nach wie vor «Filz» oder «Mauschelei». Zu diesem Schluss kommt Brigitte Zaugg in ihrer Studie «Lobbying im Schweizer Tourismus». Die Autorin plädiert jedoch für ein neues Verständnis des belasteten Begriffs. Sie versteht «Lobbying» als ein legitimes Tauschgeschäft: Die Tourismusbranche liefert die Informationen, auf deren Grundlage die Behörden und Politiker beispielsweise neue Gesetze ausarbeiten können.

**«ZU VIELE DIREKTOREN UND ZU VIELE PRÄSIDENTEN»**

Daraus folgt bereits, wie diese Informationen beschaffen sein müssen: Sie sollten auf die Bedürfnisse des Adressaten ausgerichtet sein und glaubwürdig wirken. Zudem müssen sie zum richtigen Zeitpunkt – das heisst möglichst früh – zur Verfügung stehen. Der ideale Lobbyist verfügt

deshalb über folgende Eigenschaften: Er sollte das Gras wachsen hören und das politische Umfeld sowie die geeigneten Ansprechpersonen bereits im Voraus kennen. Er argumentiert mit Sachverstand, formuliert überzeugend und präzise. Seine Erfolge behält er diskret für sich. Und: Erfahrene Branchenvertreter wirken authentischer als PR-Berater.

Brigitte Zaugg liefert aber nicht nur einen theoretischen Zugang zum Thema. Auf der Grundlage von Experten-

gesprächen mit Vertretern der touristischen Verbände und Organisationen, mit Politikern, Beamten und Kommunikationsexperten hat sie das touristische Lobbying der Schweiz

analysiert. Ihre Bilanz ist klar: Trotz wichtigen Erfolgen in der Vergangenheit hat die Tourismusbranche bis anhin zu wenig professionell lobbyiert. Ihr Haupt-Kritikpunkt: Die Verbände haben es nicht geschafft, mit einer geeinten Stimme die touristischen Anliegen zu vertreten (siehe Interview unten).

Sie zitiert in diesem Zusammenhang den Tessiner Ständerat und Schweiz-Tourismus-Präsidenten Dick Marty: «Die Strukturen im Schweizer Tourismus müssen vereinfacht werden. Es gibt zu viele Verbände, zu viele Direktoren, zu viele Präsidenten, zu viele Verwaltungsräte aller Art.»

**TOURISMUS-VERSTÄNDNIS ENTWICKELN UND FÖRDERN**

Die Autorin schliesst ihr Buch mit Vorschlägen ab, wie das Lobbying im Schweizer Tourismus verbessert werden könnte. Neben dem einheitlichen Auftritt empfiehlt sie unter anderem, die Mitarbeit in den verschiedenen politischen Ausschüssen und Kommissionen aktiver zu nutzen.

Zudem rät sie, der Verwaltung vermehrt aktuelle Informationen und konkrete Branchenbeispiele anzubieten. «Dabei geht es insbesondere darum, bei Parlamentariern und Verwaltungsbeamten das Tourismusverständnis zu entwickeln und zu fördern.»

Brigitte Zaugg: Lobbying im Schweizer Tourismus, FIF-Verlag, Bern. Das Buch ist für 48 Franken erhältlich unter: [fit@fit.unibe.ch](mailto:fit@fit.unibe.ch) oder Telefon 031 631 37 11.

**BRIGITTE ZAUGG**

# «Branche muss sich auf Wichtiges einigen»

Obwohl die Tourismusbranche in der Vergangenheit häufig strategielos und sogar kontrovers lobbyiert hat, konnte sie einige Erfolge verzeichnen. Brigitte Zaugg, Autorin der Studie «Lobbying im Schweizer Tourismus», empfiehlt den Verbänden ein geeintes Vorgehen.

Foto: ag



**BRIGITTE ZAUGG**

Die ehemalige Leiterin des wirtschaftspolitischen Dienstes von hotelleriesuisse hat mit der Studie «Lobbying im Schweizer Tourismus» ihren Dokortitel erworben.

**INTERVIEW: SONJA STALDER**

**Frau Zaugg, Warum nennen Sie das touristische Lobbying der letzten zehn Jahre eine «Erfolgsgeschichte»? Weil es auf eidgenössischer Ebene einige wichtige Resultate erzielt hat. Dazu gehören beispielsweise das Innotour-Gesetz, das Beherbergungskreditgesetz sowie der Mehrwertsteuer-Sondersatz für die Beherbergung.**

**«Die Verbände haben häufig panikartig und ohne Strategien lobbyiert.»**

**Welche Erfolgs-Faktoren gab es?** Die touristischen Interessengruppen haben ihre Argumente gegenüber den Behörden und den politischen Adressaten immer wieder hartnäckig vertreten. Auch konnten sie einige Privilegien für sich ableiten, indem sie die Tourismuspolitik geschickt mit der Regionalpolitik verquickelt haben. Und es ist ihnen gelungen, politische Leitfiguren in die praktische Lobbying-Arbeit einzubinden. Einige Verbände haben einflussreiche Politiker in ihre obersten strategischen Gremien geholt.

**Andererseits benennen Sie doch einige gravierende Schwächen des bisherigen Tourismuslobbyings. Ist das nicht ein Widerspruch?** Tatsächlich sind die genannten Erfolge trotz der Schwächen des touristischen Lobbyings zustande gekommen: Die Verbände haben nämlich häufig unprofessionell, das heisst panikartig und ohne Strategien lobbyiert. Zudem haben vor allem die befragten Politiker das unkoordinierte oder sogar kontroverse Vorgehen der verschiedenen touristischen Verbände kritisiert.

**Handelt es sich dabei um ein spezifisches Branchenproblem?**

Das ist schwer zu sagen. Der Tourismus ist – als historisch gewachsenes Konglomerat verschiedenster Anbieter – vielleicht tatsächlich ein Sonderfall. Andererseits haben andere Branchen einfach früher gemerkt, dass sie ihre Anliegen gemeinsam vertreten müssen. Ich denke hier etwa an die Maschinenindustrie.

**Sie empfehlen die Bildung einer überverbandlichen «Taskforce Tourismus». Wäre nicht der Schweizer Tourismus-Verband dafür zuständig?** Der STV hat ja bereits die «Kotour» – die Koordination Tourismuspolitik – auf die Beine gestellt. In diesem Gremium sind der STV, hotelleriesuisse,

Gastrosuisse, Seilbahnen Schweiz sowie der Verband öffentlicher Verkehr vertreten. Dort wird beispielsweise festgelegt, wer bei welchem Thema den Lead übernimmt. Dieser Ansatz müsste ausgebaut werden. Heute unterhält jeder Verband noch eine eigene Abteilung, welche die relevanten Lobbying-Themen herausfiltert.

**Gemäss Ihrer Dissertation kritisieren die Verbände den STV als zu wenig schlagkräftig. Andererseits scheinen sie nicht bereit, Kompetenzen abzugeben?**

Das ist tatsächlich so. Wahrscheinlich haben einige Exponenten Angst, ihre Privilegien zu verlieren. So lautet jedenfalls die Erklärung der von mir interviewten Interessensvertreter. Gleichzeitig werden genau diese Machtspiele von den befragten Politikern und Beamten kritisiert.

**«Wahrscheinlich haben einige Exponenten Angst, ihre Privilegien zu verlieren.»**

**Als Ansatzpunkte für bessere politische Rahmenbedingungen bezeichnen Sie ein Tourismusgesetz und ein Amt für Tourismus.**

Mit einem Tourismusgesetz und einem eigenen Amt würde der Tourismus auf Bundesebene aufgewertet. Dadurch bekäme die Branche das politische Gewicht, das ihr eigentlich zusteht.

**Diese Forderungen sind aber selbst in der Branche umstritten. Nicht alle Interessengruppen haben den gleichen Zugang zur politischen**

Macht. Vermutlich befürchten auch hier einige Exponenten, dass sie ihre Privilegien abgeben müssten, wenn der Einfluss der Administration gestärkt würde. Heute können sie direkt an die jeweiligen Stellen gelangen.

**Wenn sich die Tourismusbranche auf dieses Ziel einigen würde – wie müsste sie vorgehen?**

Eine wichtige Rolle müsste sicher die Kotour spielen: Sie müsste weiteren Interessengruppen geöffnet werden. Gleichzeitig muss man eine gemeinsame Position finden – auch unter Abstrichen an partikulären Interessen.

**Hätte das Anliegen im gegenwärtigen politischen Klima eine Chance?** Die Finanzlage des Bundes ist kritisch, das ist klar. Deshalb wäre es wichtig, dass sich die Branche auf ihre wichtigsten Begehren einigen würde.

**Welche sind dies?**

Sicher diejenigen, die bereits positiv aufgegleist werden konnten: Innotour, Beherbergungskredit, Mehrwertsteuer-Sondersatz, Finanzierung Schweiz Tourismus. Aber auch der öffentliche Verkehr ist sicher ein Thema. Das Satellitenkonto Tourismus liefert nützliche Daten, die beim Lobbyieren eingesetzt werden können.

**Zur Person**

Mit der Studie «Lobbying im Schweizer Tourismus» hat Brigitte Zaugg (37) an der Universität Bern ihren Dokortitel erworben. Ihr Doktorvater war Hansruedi Müller, Professor am Institut für Freizeit und Tourismus. Brigitte Zaugg arbeitete von 1992 bis 2001 bei hotelleriesuisse, zuletzt als Leiterin des wirtschaftspolitischen Dienstes. Die Ökonomin ist verheiratet und erwartet gegenwärtig ihr drittes Kind. SST

# Bildungszentrum GastroZürich – eine Erfolgsgeschichte

Das Bildungszentrum von GastroZürich hat sich in der Schweiz zu einem führenden, innovativen und wegweisenden Zentrum für Aus- und Weiterbildung im Gastgewerbe entwickelt. Eine Erfolgsgeschichte, die beeindruckt! Ein Interview mit der langjährigen Schulleiterin Elisabeth Ruf.

## Was für Aus- und Weiterbildungen bieten Sie an?

Wir sind bestrebt, die Ansprüche sämtlicher Mitarbeitenden sowie diejenigen des mittleren Kadern abdecken. Die Schulung der Lehrlinge ist Sache der Hotel & Gastroformation, die Ausbildung von eidg. dipl. Restaurateuren von GastroSuisse resp. der Hotelfachschulen. Unsere Aufgabe besteht darin, durch gastgewerbliches Grundwissen die Fähigkeit zu vermitteln, selbstständig und erfolgreich einen Betrieb führen zu können. Wir versuchen, diesen Anspruch mit einem breiten Kursangebot zu erfüllen.

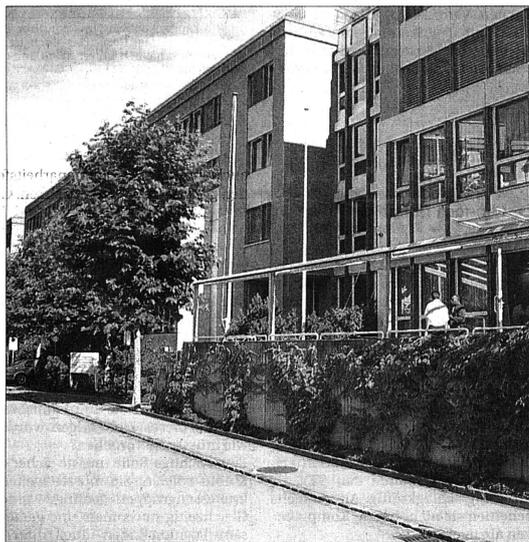
## Welche Schwerpunkte setzen Sie?

Unseren Auftrag verstehen wir schwerpunktmässig dahingehend, dass wir die uns anvertrauten Menschen einerseits in der Verwirkli-

chung ihrer eigentlichen Persönlichkeit, aber auch in der Mehrung ihres Fachwissens unterstützen, um eigenständig im Berufsleben den vielseitigen Anforderungen optimal gerecht zu werden.

## Wer besucht das Bildungszentrum?

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hotels, Restaurantbetrieben, Heimen und Spitälern aus der gesamten deutschen Schweiz pilgern in grosser Zahl nach Zürich. Selbst aus dem benachbarten Ausland, aus Deutschland, Österreich oder Frankreich können wir Kursteilnehmer begrüßen. Manchmal sind wir selbst erstaunt, von wie weit her die Kursteilnehmer anreisen. Aber offenbar ist es uns gelungen, nach Jahren des Aufbaus unseren guten Ruf als gastronomisches Aus- und Weiterbildungszentrum in der Schweiz



durch Mund-zu-Mund-Propaganda zu mehren.

## Wie viele Personen besuchen pro Jahr Ihre Schule?

Jährlich besuchen über 2600 Menschen unsere Kurse, welche 1 Tag, 2 Tage, 1 Woche, 3 Monate, ½ Jahr (Betriebsleiterseminar) oder sogar 9 Monate (Vorbereitungskurs Gastronomiekoch) dauern.

## Welche Ausbildungen sind zurzeit im Trend?

Gefragt sind nach wie vor Grundkurse im Service- und Küchenbereich, aber auch Trendkurse wie «Lustvoll kochen einmal anders – vegetarisch, diätetisch, alternativ», das Seminar «Single Malt Whisky – nosing and tasting, aber auch «Das erfolgreiche Team», «Stress und Konflikte – muss das sein?», um nur einige Beispiele zu nennen, sind sehr aktuell.

## Wie war die Entwicklung in den vergangenen Jahren?

Hervorragend. Die Entwicklung unserer Schule ist eine eigentliche Erfolgsgeschichte. Im Jahre 1997 starte-



trag zur Steigerung des Gastro- und Tourismus-Standortes Schweiz beitragen können.

## Was empfehlen Sie den Lesern/-innen der hotel+tourismus revue?

Wagen Sie es, buchen Sie einen unserer Kurse unter der Telefonnummer 044 377 55 11 oder über [info@gastrozuerich.ch](mailto:info@gastrozuerich.ch). Wir stehen Ihnen gerne Red und Antwort.

## Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Zufriedene Kursteilnehmer, die bereit sind, uns wiederum ihr Vertrauen zu schenken.

ten wir mit einem Umsatz von ca. Fr. 450 000.–, heute stehen wir bei 1,5 Mio. Fr. Die Besucherzahlen erhöhten sich in dieser Zeit von 557 im Jahre 1997 auf 2600 in diesem Jahr. Zahlen, die für sich sprechen!

## Wie sieht die zukünftige Entwicklung der Schule aus?

Wir hoffen, dass das Bedürfnis nach Aus- und Weiterbildung anhält und wir hier einen wesentlichen Be-

## Zahlen und Fakten

Jahresumsatz: 1,5 Mio. Fr.  
Mitglieder: 2300  
Mitarbeiter: 7 Festangestellte, ca. 60 Teilzeitanestellte  
Kursbesucher: ca. 2600 für 2004





**AUF ASIENREISE /** Die Schweizer Tourismusdirektoren bereisen regelmässig Quellmärkte im Fernen Osten. **SEITE 10**



**NEUER KONTENRAHMEN /** Die Arbeit an einem neuen Kontenplan für die Buchhaltung der Schweizer Hotels ist fast fertig. **SEITE 11**



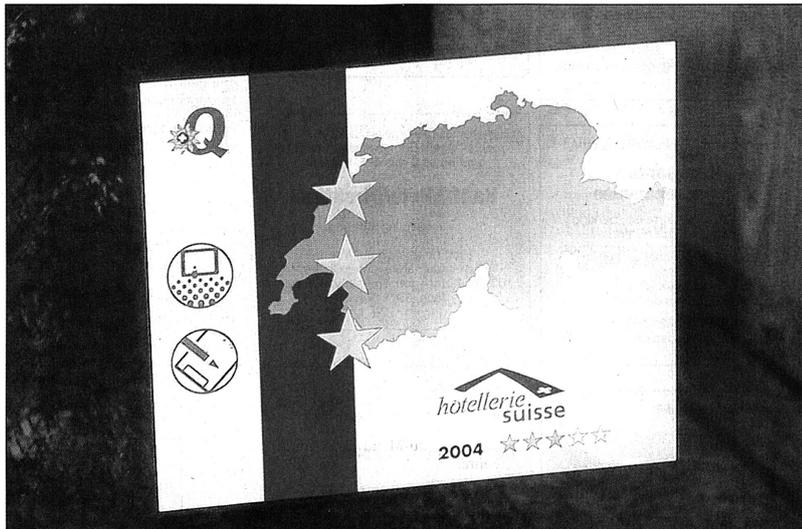
**hotel+tourismus revue**

**GASTROSUISSE PLANT EIGENE HOTELKLASSIFIKATION**

# Die vielen Sterne bringen kaum Erhellung

Ab 2006 will Gastrosuisse eine eigene Hotelklassifikation – ebenfalls mit Sternen – einführen. Gespräche mit hotellerie-suisse haben nichts gefruchtet. Tourismusvertreter befürchten Nachteile für die Gäste und fordern, dass sich die Verbände an einen Tisch setzen sollen.

Foto: Christine Künzler



**MUSS DER GAST EIN STERNEDEUTER SEIN?**  
 «Sind die drei Sterne nun von hotellerie-suisse oder Gastrosuisse verliehen worden?» – «Welche Qualität darf ich erwarten?»  
 Für den Gast sind zwei verschiedene Klassifikationssysteme verwirrend und somit keine Dienstleistung.

**CHRISTINE KÜNZLER**

Dass Gastrosuisse eine eigene Hotelklassifikation mittels Sternen lancieren soll, hat deren Präsidentenkonferenz letzte Woche einstimmig beschlossen. Klassifiziert werden sollen Hotels von 1 bis 5 Sterne. Damit sei der Verband vom ursprünglichen Projekt, das die Klassifikation von 1- bis 3-Sterne-Hotels vorsah, abgekommen, sagt Gastrosuisse-Direktor Florian Hew. Mehr marketing- und verkaufsorientiert soll das neue Klassifikationssystem werden. Zu den genauen Qualitätsanforderungen will er sich jedoch nicht äussern. «Wir werden versuchen, eine glaubwürdige Hotelklassifikation zu entwickeln.»

Für Christian Hodler, stellvertretender Direktor von hotellerie-suisse, verantwortlich für die Klassifikation, ist es indes naheliegend, dass die geplante Gastrosuisse-Klassifikation bei tieferen Qualitätsanforderungen ansetzt. «Nur so hat ein zweites Klassifikationssystem auf dem Markt eine Chance.» hotellerie-suisse halte in jedem Fall an ihren Qualitätsstandards fest und werde die Revision der Klassifikation wie geplant vorantreiben.

Versuche der beiden Verbände, sich auf das bestehende Klassifikati-

onssystem von hotellerie-suisse zu einigen, seien bis jetzt gescheitert, heisst es von beiden Seiten. «Wir haben noch vor der Gastrosuisse-Präsidentenkonferenz unsere Gesprächsbereitschaft signalisiert», hält Christoph Juen, Direktor von hotellerie-suisse, fest. hotellerie-suisse habe angeboten, 1- und 2-Sterne-Betriebe, die Mitglied bei Gastrosuisse – aber nicht bei hotellerie-suisse sind, zu klassifizieren. Für Hew war das Angebot von

hotellerie-suisse jedoch nicht valabel, wie er durchblicken liess.

**ZWEI KLASSENFÜHRER: SCHWIERIG FÜR DIE GÄSTE**

Für Christian Rey, Präsident von hotellerie-suisse, ist die Lancierung der Gastrosuisse-Hotelklassifikation ein «bedauerliches Projekt» und schade der ganzen Branche. Gerade auch in Hinsicht auf zukünftige Gäste. Auch

für Christoph Juen steht der Gast im Mittelpunkt: «Er kann zwei verschiedene Systeme nicht voneinander unterscheiden, er braucht ein einheitliches, kohärentes System.» Dasjenige von hotellerie-suisse bestehe seit über 25 Jahren und sei ständig weiterentwickelt worden, so Juen. Die Gäste vertrauten dieser Hotelklassifikation.

Probleme für den Gast orten auch Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands, und Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus. «Für die Gäste ist nicht nachvollziehbar, dass es sich um zwei unterschiedliche Systeme handelt. Sie werden die Sterne von Gastrosuisse gleichsetzen mit jenen von hotellerie-suisse», so Judith Renner-Bach. Das Ziel einer Klassifikation sei jedoch, dem Gast Orientierung zu verschaffen, doppelt Schmid nach. Bei zwei verschiedenen Klassifikationssystemen in einem so kleinen Land wie der Schweiz sei die Gefahr gross, dieses Ziel nicht nur nicht zu erreichen, sondern gar ins Gegenteil zu kehren.

Anders sieht man es bei Gastrosuisse: «Der heutige Konsument ist an verschiedene Marken gewohnt», sagt Hew. Als Beispiele führt er die unterschiedlichen Klassifikationen von Reisebüros und Hotelgruppen an. Gastrosuisse-Präsident Klaus Künzli, der zur geplanten Hotelklassifikation kei-

ne Stellung beziehen will, beantwortet die Frage, ob er sich vorstellen könne, dass an der Türe seines «Bären» in Ostermundigen künftig zwei Kleber prangen – jener von hotellerie-suisse mit der Klassifikation Landgasthof und jener von Gastrosuisse mit vier Sternen mit «Ja».

**VERBÄNDE: EINHEIT ODER KONKURRENZ?**

«Ich bedaure es, dass es den beiden Branchenverbänden nicht gelungen ist, eine einheitliche Klassifikation zu erarbeiten», fasst Jürg Schmid zusammen. Und Judith Renner-Bach: «Es zeigt einmal mehr, wie wenig Einheit im Tourismus besteht. Jetzt wird eine Parallelorganisation aufgezogen, die nicht nötig wäre.» Nötig ist für sie indes, «dass sich die beiden Verbände an einen Tisch setzen und eine gemeinsame Lösung finden». Eine Ansicht, die auch Jürg Schmid teilt. ST wäre, sagt er, auf Wunsch auch bereit, eine Vermittlerrolle zwischen den Verbänden zu übernehmen. «Wir bleiben für eine Zusammenarbeit mit Gastrosuisse offen», signalisiert Rey. Und Hodler will «das Verhältnis zu Gastrosuisse neu überdenken.»

Die beiden Verbände hätten ja auch positive Zusammenarbeitsfelder, gibt indes Hew zu bedenken. Gerade im Bereich Ausbildung und Arbeitgeberpolitik. So findet er denn auch, man sollte diese Zusammenarbeit auf Verbandsebene «nicht vermischen mit einer vielleicht zum Teil konkurrierenden Haltung im kommerziellen Bereich», wie eben der Hotellklassifikation. Für Peter Keller, Leiter Tourismus beim Seco, ist es verständlich, dass es innerhalb privater Systeme Konkurrenz gibt. «Die Frage, wie sich dies auf die Gäste auswirken wird, müssen sich die Verbände selber stellen.» Ein Stern sei ein Ersatz für eine Marke wie zum Beispiel jene einer Hotelgruppe, sagt Keller, und in diesem Sinne für KMUs hilfreich.

**Was meinen Hoteliers zur geplanten Klassifikation?**

Der Kandersteger Hotelier Casimir Platzer ist als Präsident des Hoteliervereins Berner Oberland Mitglied bei hotellerie-suisse und bei Gastrosuisse. Er sei, sagt er, einer von jenen, die für die Lancierung der Gastrosuisse-Hotelklassifikation gestimmt haben. Grund dafür: «Viele Mitglieder bei Gastrosuisse haben das Bedürfnis, sich klassifizieren zu lassen. Und zwar auf eine einfache und übersichtliche Art.» Die Normen von hotellerie-suisse seien zu umfangreich und kompliziert für die Hoteliers mit kleinen oder einfachen Häusern.

Zudem störe er sich daran, dass die Klassifikation von hotellerie-suisse auf

einer Selbsteinschätzung beruht. Seiner Ansicht nach sollte die Klassifikation durch eine neutrale Stelle, wie zum Beispiel dem Schweizer Tourismus-Verband, vorgenommen werden. Eine Idee, die Peter Keller, Leiter Tourismus beim Seco, nicht unterstützt: «Wenn Private klassifizieren, dann sollen das die Verbände mit gastgewerblicher Kernkompetenz tun.» Platzer würde es gerne sehen, wenn die beiden Verbände mittelfristig in möglichst vielen Bereichen zusammenarbeiten würden.

Robert Michel, Geschäftsführer der Swiss Budget Hotels – die meisten sind Doppelmittglieder bei beiden Verbänden – sieht eine andere Möglichkeit:

«Wenn beide Verbände klassifizieren, dann sollte man wenigstens eine Aufgabenteilung vornehmen», findet er. «Gastrosuisse klassifiziert 1- bis 2-Sterne-Häuser, hotellerie-suisse 3- bis 5-Sterne-Häuser.» Die Hotelklassifikation, gibt er zu bedenken, «ist eine Grundfeste des Schweizer Tourismus». Es wäre schade, wenn aus persönlichen Ambitionen dieses Fundament beschädigt würde. «Es kommt kein Gast mehr draus, wenn es keine einheitliche Hotelklassifikation mehr gibt.» Die Verbände sollten ihre Aufgaben grundsätzlich in der Verbesserung der Rahmenbedingungen für ihre Mitgliedsbetriebe sehen, und nicht im Marketing, so Michel. CK/KJV

**Wie finanzieren?**

Mit welchen Mitteln die Gastrosuisse-Hotelklassifikation finanziert werden soll, ist noch nicht klar: «Wir erarbeiten einen Businessplan», sagt Direktor Florian Hew. Ob Gastrosuisse dafür Innoutourgelder beziehen kann, ist offen. «Diese Frage müsste geprüft werden», so Peter Keller, Leiter Tourismus beim Seco. hotellerie-suisse wird für die Revision ihrer Klassifikation, die ab 2006 greift, mit Innoutourgeldern unterstützt. CK

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

**FRISCHAUF** 181008  
**BOX SPRING**  
 BETTENSYSTEME...  
 ... zertifiziert, 5 Jahre Vollgarantie!  
 ... boxspringbetten.ch  
 Made by Frischauf.ch...Heinz Hohl, www.tld.ch

**hoteljob**  
 Ihr Ansprechpartner für Stellen in der Hotellerie und Gastronomie  
  
 hoteljob, Schweizer Hotelier-Verein  
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern  
 Telefon 031/370 43 33, Fax 031/370 43 34  
 hoteljob.be@swiss-hotels.ch, www.hoteljob.ch

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

**BRITA Professional**  
 Innovative und kostensparende Wasserfilter-Systeme für die Gastronomie  
 www.brita.ch

**HESSER**

UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

**Wir sind auch die Spezialisten  
für Probleme mit der Bank, Umfinanzierungen,  
Sanierungen, Reorganistationen,  
Kostenrestrukturierungen und Marketing**

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
055/410'15'57 - 079/422'37'24  
Fax 055/410'41'06

Gesucht langfristige Pacht oder Kauf  
eines grösseren

**Restaurations- oder Hotel-  
betriebe**

mit Bar und Terrasse

an guter Passantenlage, vorzugsweise  
auf Stadtgebiet oder an Seepromenade,  
Gebiet Zürichseeregion, Zug oder Zentralschweiz.

Antritt ab Frühjahr 2005 möglich.

Wir freuen uns auf Ihr Angebot. Absolute  
Diskretion ist für uns selbstverständlich.

Offerten unter Chiffre 163770, hotel +  
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

163770/430630

A vendre

**Restaurant-Pizzeria «Menu»**

Mauborget 3, 1003 Lausanne en SARL

Prix net: CHF 180 000.-

Renseignements : Tél. 079 436 88 38

163770/430632

A remettre, à 20 min. de Lausanne,

**Ravissante  
auberge renommée**

Salles à manger, terrasse, parking  
Chambres tout confort.

Ideal pour jeune chef de cuisine  
ambitieux.

Ou associés  
(2 appartements de fonction).

Téléphone 079 212 59 59 ou  
www.cdca.ch

163765/178187

WALLIS - zu verkaufen

**Hotel Garni**

gepflegtes und bestens eingeführtes  
Haus, beim Bahn- und Post-Parkplatz,  
mit ca. 30 Betten, internationale Kund-  
schaft, gute Existenz, kann erheblich  
gesteigert werden.  
Ganzjahresbetrieb.  
Spezialpreis nach Absprache.

Lea Ruff  
Brückenweg 6, 3930 Visp VS  
Tel. 027 946 34 62, Fax 027 946 49 86

163811/430637

Zu verkaufen:

**Restaurant mit Wohnung**

direkt am Sandstrand, Nahe  
Stadzentrum, Las Marinas km 1,  
Denia/Alicante/Spanien

Wohnung 65 m<sup>2</sup>:

- 1 Schlafzimmer, grosses Bad mit  
Massage-Badewanne, Wohnzimmer  
mit Kaffee-Bar
- Gas-Zentralheizung, klimatisiert,  
TV/Radio Satellitenanlage mit  
3 Linien, Telefon
- komplett renoviert 1999.

Restaurant 160 m<sup>2</sup>:

Gästeraum ca. 90 m<sup>2</sup>, Küche ca. 30 m<sup>2</sup>,  
Lagerraum, 2 klimatisierte Weinkeller,  
komplette Backstube ca. 12 m<sup>2</sup>, Gas-  
Zentralheizung, klimatisiert, Telefon,  
Satellitenkabel für TV/Radio, möbliert,  
Terrasse ca. 100 m<sup>2</sup>.  
Immer ausreichend Parkplätze.

VP: 460 000 € Verhandlungsbasis

Kontakt: 0034 629 385 646,  
Hr. Thomas Schär

163763/139866

Erfahrener CH-Hotelier SHL, 46, mit  
mehrfähigem Erfolgsausweis, sucht  
gepflegtes 3- bis 4-★-Hotel in

**Kauf/Miete/Direktion**

zur liebevollen Führung.

Ich freue mich auf Ihre  
Kontaktanfrage unter Chiffre  
163645, hotel + tourismus revue, Post-  
fach, 3001 Bern.

163645/429611

Per Nov./Dez. 2004 oder nach Verein-  
barung vermieten wir an zentraler Lage  
in der neu renovierten Liegenschaft

**Rest. Löwen, Laupen**

- Restaurant mit Säli ca. 60 Sitzplätze  
und Terrasse ca. 30 Sitzplätze
- Vinothek oder Ladenfläche 75 m<sup>2</sup>
- 1-Zimmer-Studio

Sind Sie interessiert? Rufen Sie uns  
an, wir geben Ihnen gerne nähere  
Auskünfte. Tel. 079 222 55 54.

163768/412495

Stadt Bern  
Finanzdirektion



Die Stadt Bern sucht für das idyllische, neben dem neuen Zivilstandsamt gelegene

**Restaurant Altes Schloss Bümpliz**

eine zukünftige Betreiberin oder einen Betreiber.

Für die Nutzung in den Bereichen Gastronomie, Kultur, Seminare suchen wir ab  
dem Jahr 2006 eine Trägerschaft, die ihre Ideen bereits heute in die Umbau-  
planung einbringt und sich auch finanziell engagieren kann (z. B. Rohbaumiete).

Die Durchführung einer Praequalifikation ist der erste Schritt des Verfahrens zur  
Wahl einer neuen Betreiberschaft.

Grundsätzlich können sich alle Personen und Personengruppen/Unterneh-  
mungen melden, die sich für die Ausarbeitung eines Projekts bzw. Gesam-  
konzepts sowie als spätere Betreiberinnen/Betreiber als geeignet erachten.

Es wird erwartet, dass insbesondere im Nutzungsbereich Gastronomie ent-  
sprechende Kompetenzen ausgewiesen werden und dass Sensibilität gegen-  
über der historischen Bausubstanz und Affinität zu kulturellen Aktivitäten  
bestehen.

Eine Dokumentation mit den Bewerbungsgrundlagen erhalten Sie bei  
der Liegenschaftsverwaltung der Stadt Bern, Vermerk «Altes Schloss»,  
Schwanengasse 14, 3011 Bern, oder bei marlen.trojan@bern.ch ab dem  
11. Oktober 2004.

Die Bewerbungsdossiers für die Praequalifikation sind an obige Adresse bis am  
15. November 2004 einzureichen.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Peter  
Steiner von der Liegenschaftsverwaltung  
(031 321 6592) gerne zur Verfügung.

Gemeinsam  
für die Stadt Bern

Zu verkaufen am Vierwaldstättersee  
**Italienisches Spezialitäten-  
restaurant**

Herrliche Lage mit Sicht auf Vierwald-  
stättersee und Berge (10 Meter vom  
See entfernt). Moderner Grundriss +  
Innenarchitektur, mediterrane Terrasse.  
Grosse Stammkundschaft. 60 Innen- +  
44 Aussenplätze.  
Nutzen Sie die tiefen Hypothekar-  
zinsen! VP CHF 1 190 000.-.  
Seröse Anfragen an Chiffre L 177-  
776350, an Publicitas S.A.,  
Postfach 48, 1752 Villars-s/Glâne 1.

163802/382708

Zu vermieten ab sofort ein

**★★★★-Hotel**

im Kanton Freiburg. Es liegt direkt  
am See, verfügt über 50 Hotelsuiten,  
Speisesaal, Pizzeria, Wintergarten,  
Bar, Hallenbad, Solarium, Whirlpool,  
Dampfbad und Fitnessraum.

Sind Sie interessiert?

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:  
Postfach 1077, 1701 Freiburg

163810/184926

Wir kaufen Ihre

**IMMOBILIEN**

Seriöse Abwicklung. Vertrauen Sie uns Ihr  
Problem an.

S&B Immobilien AG  
Telefon 041 910 61 01

163563/430090

**AUS- UND WEITERBILDUNG**

SOUTHBOURNE SCHOOL OF  
**ENGLISH**  
BOURNEMOUTH ENGLAND

Cambridge First Certificate

Perfekt für künftige  
**Tourismus-Experten**

Telefon 031 950 28 27  
www.best-of-english.ch

**Fernstudium  
Betriebswirtschaft**

Betriebswirtschaftliches Institut  
Dr. Braunschweig AG, Basel  
Telefon 061 363 37 85  
e-mail info@bwlinstitut.ch  
Internet www.bwlinstitut.ch

**Sprachausbildung**

Originalpreise - hervorragende Schulen in  
**England USA Kanada Australien  
Neuseeland Frankreich Italien**  
Annemarie+Rolf Frischknecht Tel 01/926 39 58  
www.sprachausbildung.ch



In kurzer Zeit zum Erfolg durch praktisch  
anwendbares **FRANZÖSISCH**  
CCIEL, Negressauve  
F-79370 CELLES/BELLE  
Telefon 0033-5-49-279.275  
Fax: 0033-5-49-272.179  
E-Mail: cciel@mellecom.fr  
http://www.mellecom.fr/cciel

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

145391/382204

**Restaurant Löwen  
Waldbrücke 6032 Emmen**

neben eigenem Motel

Längerfristig zu vermieten, verpachten, verkaufen  
(auch Mietkauf möglich)

Aus gesundheitlichen Gründen suchen wir ein innovati-  
ves Wirtespaar ab Sommer 2005

Wir bieten:

- gemütliches Restaurant 70 Plätze
- heimeliges Säli 45 Plätze
- gepflegte Gartenwirtschaft, mit Bäumen, ein Drittel  
mit schöner Überdachung, Gartenumgebung  
mit Biotop
- diverse Gästezimmer können auf Wunsch auch  
übernommen werden (32 Betten oder + Anbau  
30 = total 60 Betten)
- grosse Wirteswohnung steht zur Verfügung
- genügend Parkplätze.

Das traditionelle Haus ist in sehr gutem Zustand und  
wurde laufend gut unterhalten.

Um kurze, schriftliche Bewerbung wird gebeten unter  
Chiffre 163764, hotel + tourismus revue, Postfach,  
3001 Bern.

163764/284268

**ANZEIGEN**

Günstig zu verkaufen 1 bemalter

**Pferderennschlitten**

mit Schwanenhals-Holmen (restauriert).  
Ein absoluter Blickfang für die Hotel-  
halle.

Telefon 033 223 63 09 oder  
079 434 45 09

163807/430636

Günstig zu verkaufen franz.

**Vaisselier Louis XIV**

sehr dekoratives und praktisches  
Nussbaum-Möbel, für den Speisesaal.

Telefon 033 223 63 09 oder  
079 434 45 09

163805/430636

Günstig zu verkaufen

**Jugendstil-Standspiegel**

mit Sujet «die Frau im Weinstock»,  
à la Mucha, hinter Glas geätzt und  
kunstvoll bemalt (beleuchtbar).  
Grösse: 210 x 107 x 17 cm.

Telefon 033 223 63 09 oder  
079 434 45 09

163807/430636

Er braucht. Sie hat.



Spende Blut. Rette Leben.



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

Jede Geste zählt !

Postfach, 8030 Zürich

PK 12-100-2

**Über Service  
compris und  
Exklusives.**

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

## EuroDisney kann aufatmen

**Frankreich.** Disneyland Paris, das seit Monaten von einem Konkursverfahren bedroht war und 2.4 Mia. Euro Schulden ausweist, konnte per Ende September seine Kreditbedingungen neu aushandeln. Das Abkommen mit den Gläubigern legt die Zinssätze für den Langzeitkredit neu fest, verschiebt den Rückzahlungstermin eines Teils der Schulden von 2014 auf 2012 und programmiert eine Kapitalerhöhung von 250 Mio. Euro bis zum 31. März 2005. **HAS**

## Schneesport für Kinder

«Go on snow!» Mit einer auf vier Jahre geplanten, rund 3 Mio. Franken teuren Kampagne «Go on snow!» fördern Schweiz Tourismus, Swiss-Ski, Seilbahnen Schweiz und Swiss Snowsports das Interesse am Wintersport bei Kindern und Jugendlichen. Diesen Herbst und Winter starten die Aktionen «Swiss Ski- and Snowboardschools on tour», «Schneespasstage» und der Schulwettbewerb «Film ab». – Die Zahl der aktiven Wintersportler hat in den letzten fünf Jahren um

rund 5% abgenommen. Dieser Rückgang ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass Schneesport für Kinder und Jugendliche heute nicht mehr unbedingt Teil der Freizeitgestaltung ist. Ein Grund für das abnehmende Interesse der Jugend am Wintersport dürfte darin liegen, dass immer weniger Schulen Schneesportlager anbieten und so vielen Kindern und Jugendlichen ein Erstkontakt mit dem Schneesport fehlt – was früher noch selbstverständlich war. **KJV**

## Der Tourismus sucht neue Wege

**Hotela Travel Summit.** Der «Hotela Travel Summit», der am 26. Oktober bei Gelegenheit des TTW in Montreux veranstaltet wird, bietet Gelegenheit zur Diskussion über die Wege des Tourismus in die Zukunft. Hier diskutieren Vertreter aus Incoming und Outgoing. Auch die neuen Geschäftsmodelle im Reisevertrieb sind ein Thema. Bislang gingen der Tourismus des Incoming und des Outgoing vielfach getrennte Wege. Unter dem Dach des Travel Trade Workshop (TTW) soll

künftig der Hotela Travel Summit, lanciert von der Hotela-Sozialversicherung, Bezugsgruppen und Leistungsträger aus den beiden Bereichen einmal pro Jahr zusammenführen, um innovative Modelle sowie unkonventionelle Konzepte zu diskutieren. Die Premiere findet am 26. Oktober unter dem Motto «Aufbruch» statt.

Das Programm beginnt um 13.30 Uhr. Erste Redner werden Olivier Evans, Direktionsmitglied der Swiss, und der Ballonweltumfahrer Bertrand Piccard

sein. Drei Workshops folgen: einer zu den neuen Verkaufswegen für Reisen, einer zur Angebotskonzeption, und einer über die neuen Plattformen für Marketing und Reservation im Internet.

Etwa 250 Teilnehmer werden erwartet. Die Anmeldefrist ist auf den 21. Oktober fixiert worden, aber es wird auch die Möglichkeit geben, sich vor Ort anzumelden. **KJV**

Information und Anmeldung: [www.hotela-travelsummit.ch](http://www.hotela-travelsummit.ch)

JUDITH RENNER-BACH UND JÜRIG SCHMID

# «Der Tourismus hat einen guten Rückhalt»

Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismusverbands, und Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus (ST), haben letzte Woche die Debatten um den ST-Rahmenkredit im Nationalrat mitverfolgt. Die htr konfrontiert sie mit einigen Aussagen der Politiker.

Foto: Christine Künzler, zgg

### INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

200.000 Mio. Franken für fünf Jahre: So viel soll Schweiz Tourismus vom Bund erhalten. Das entschied der Nationalrat letzte Woche mit 163 zu 6 Stimmen. Die Mehrheit der CVP, SP, pda war für 230.000 Mio. Franken in fünf Jahren.

Argumentiert worden ist viel: Zum Beispiel mit fehlender Nachhaltigkeit im Tourismus, zu tiefen Löhnen im Gastgewerbe, fehlender Gastfreundschaft, dem Bauboom im Engadin, mangelnder Ausbildung und Qualität, Strukturereinigung, Uneinigkeit in der Branche und ungenügenden Erträgen. Gerade so als wäre ST für all das zuständig. Die hotel-tourismus revue hat Judith Renner-Bach und Jürg Schmid mit einigen Voten der Politiker konfrontiert:



JUDITH RENNER-BACH UND JÜRIG SCHMID

Die Direktorin des Schweizer Tourismusverbands und der Direktor von Schweiz Tourismus ziehen die gleiche Bilanz: Die Politiker erkennen die Bedeutung des Tourismus in der Schweiz.

**Judith Renner-Bach:** Jede Parlamentarierin und jeder Parlamentarier stimmt entsprechend seinen Überzeugungen. Es ist nicht an mir, das Stimverhalten im Einzelnen zu kommentieren.

**«Innovationen, Zusammenarbeit und Qualität müssen mit erhöhtem Tempo vorangetrieben werden.»**

**Jürg Schmid:** Schade, dass es uns nicht gelungen ist, diese Entscheidungsträger für eine stärkere Finanzierung des Schweizer Tourismusmarketing zu begeistern. Die Landwirtschaft sowie der Natur- und Umweltschutz und der Tourismus sind ja in einem grossen Masse voneinander abhängig.

**Wie haben Sie die Diskussionen im Nationalrat grundsätzlich erlebt?**

**Judith Renner-Bach:** Tourismus ist ein Thema, das die meisten Politikerinnen und Politiker bewegt. Dies hat sich auch in der mehrstündigen Debatte gezeigt. Der Nationalrat ist sich der Bedeutung des Tourismus für die Schweiz bewusst. Finanz- und ordnungspolitische Überlegungen haben jedoch dazu geführt, dass der Antrag zu Gunsten von 230 Mio. Franken keine Mehrheit gefunden hat. Die grosse Anzahl Gegenstimmen beweist mir hingegen, dass der Schweizer Tourismus über einen guten Rückhalt im Parlament verfügt und dass unsere Informationen über den Tourismus angekommen sind.

**«Rund 30 Prozent des ST-Budgets kommt heute schon von den Branchenpartnern.»**

**Dem Bund 277.000 Mio. Franken zu beantragen, sei im Rahmen der Sparübungen im Bundeshaushalt eine mittlere Provokation seitens ST, sagte WAK-Sprecher Remo Gysin (SP).**

**Judith Renner-Bach:** ST hat mit ihrem Antrag aufgezeigt, wo welche Entwicklungsmöglichkeiten zu welchem Preis vorhanden sind. Wir befinden uns in einem Wachstumsmarkt. Die nationale Marketing-Organisation muss sich deshalb ohne Sparvorgaben Überlegungen machen können, wie sich das Tourismus-Marketing im besten Falle entwickeln wird. Das ist Zukunftsorientierung und nicht Provokation.

**Jürg Schmid:** Es ist unsere Aufgabe, dem Parlament aufzuzeigen, mit welchen Mitteln wir das touristische Potenzial der Zukunft optimal erschliessen können. Und dafür wären 277 Mio. Franken nötig. Dies war nie als Provokation gemeint, sondern ist eine realistische, sachliche Einschätzung der optimalen Potenzialaus-schöpfung.

**Eine weitere Aussage Gysins: «Wir möchten die Nutzniesser mehr zur Kasse bitten.» Damit spricht er die**

5-Sterne-Hotels an, denen es ja «gut» gehe. Auch die Regionen sollen «tiefer in die Tasche greifen».

**Judith Renner-Bach:** Die Nutzniesser beteiligen sich bereits heute an den Kampagnen. Aus diesem Grunde hat ST einen im Vergleich mit anderen nationalen Marketingorganisationen hohen Kostendeckungsgrad. Zudem darf nicht vergessen werden, dass das Marketing von ST überbetrieblich und branchenübergreifend ist. Kosten und Nutzen können in der Regel nicht eindeutig zugewiesen werden.

**Jürg Schmid:** Rund 30 Prozent des ST-Budgets kommt heute schon von den Branchenpartnern. Dieser Anteil ist heute bedeutend höher als noch vor fünf Jahren, und ich teile die Ansicht des Parlaments, dass er noch weiter steigen sollte – unabhängig vom Bundesbeitrag.

**Jean-Michel Cina (CVP): «Investitionen ins Marketing sind nicht Ausgaben, wir können damit neue Zielmärkte gewinnen.»**

**Judith Renner-Bach:** Ich verzichte darauf, Investitionen und Ausgaben zu definieren. Ich unterstütze jedoch die Aussage von NR Cina, dass die Finanzhilfe an ST eine wichtige Investition in die Zukunft unseres Landes ist. Die einzelnen Regionen werden davon profitieren, indem sie dank der Tourismusentwicklung weiterhin sinnvolle Arbeits- und Lebensräume anbieten können.

**Jürg Schmid:** Ausgaben für Tourismusmarketing sind in der Tat Investi-

tionen ins Wachstum, vor allem ins Wachstum der Randregionen.

**Ruedi Aeschbacher (EVP): «Es lohnt sich nicht, mehr Geld auszugeben für etwas, das immer schlechter wird.»**

**«Ich unterstütze die Aussage, dass die Finanzhilfe an ST eine wichtige Investition in die Zukunft ist.»**

**Judith Renner-Bach:** Die Schweiz steht nach wie vor auf der Wunschliste vieler Touristinnen und Touristen. Die bestehenden Probleme sind bekannt und werden angegangen: Qualitätsentwicklung, Strukturwandel, Neupositionierung der Berufsbilder usw. Das Erlebnis Schweiz basiert jedoch auf einer optimalen Zusammenarbeit von zahlreichen Betrieben aus verschiedenen Branchen, ohne dass ein einzelner mangelhafter Betrieb davon ausgeschlossen werden kann.

**Jürg Schmid:** Der Tourismus wird nicht immer schlechter. Ganz im Gegenteil, in den letzten Jahren war in der Branche eine deutliche Vorwärtswegung erkennbar. Aber die Branche als solche ist gefordert: Innovationen,

Zusammenarbeit und Qualität müssen mit erhöhtem Tempo vorangetrieben werden.

**Der Gast, der in die Schweiz komme, bezahle für die Vignette, für den teuren Parkplatz und die Flughafengebühr – für dieses Geld könne er im Ausland bereits übernachten, sagte Hans Kaufmann (SVP).**

**Judith Renner-Bach:** Diese Kosten gehören zu den zahlreichen externen Faktoren, die das Preis-Leistungs-Verhältnis im Tourismus negativ beeinflussen. Ich wünschte mir, dass bei der Festlegung von Gebühren und Abgaben vermehrt an die Auswirkungen auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus gedacht wird.

**Jürg Schmid:** Da hat Hans Kaufmann nicht unrecht. Aber: Auch unsere Mitbewerber kennen Gebühren. Und glücklicherweise kann man auch in der Schweiz für den Preis einer Autobahnvignette übernachten – sehr gut sogar.

**Die Nationalräte Adrian Amstutz (SVP), Hansruedi Wandfluh (SVP) – Mitglieder des Vorstandes der Parlamentarischen Gruppe Tourismus und Verkehr –, Hansjörg Walter (SVP) – Präsident des Bauernverbandes (Partnerschaft Tourismus und Landwirtschaft) –, Ursula Wyss (SP), Mitarbeiterin beim Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), und Daniel Vischer (Grüne), der sich für die Luftfahrt einsetzt, haben alle für 200 Mio. Franken gestimmt.**

Das Interview entstand auf schriftlichem Weg.

MARKTBEARBEITUNG

# Tourismusdirektoren zieht's nach Asien



«COME AND VISIT SWITZERLAND»  
Damit in Zukunft mehr Asiaten die touristische Schweiz besuchen, begeben sich Schweizer Tourismusdirektoren regelmässig auf Werbetour in die Quellmärkte im Fernen Osten.

Anzeige

Aktionen gültig vom 11.10. bis 16.10.2004  
Alle Angebote exklusive MwSt

**Speck la**  
geräucht  
Stück zu ca. 3 kg  
**8<sup>90</sup>**  
kg

**Vollrahm**  
35%, UHT  
Tetra Pak zu 1 l  
**5<sup>75</sup>**  
1L

**Tempranillo**  
**Cabernet**  
**Sauvignon Solaz**  
75 cl  
**5<sup>15</sup>**  
Flasche

**Ernst 3-Ei Hörnli mittel**  
Sack zu 5 kg  
**2<sup>49</sup>**  
kg

**Napoli**  
**Weinglas**  
24 cl  
Pack zu 12 Stück  
Stück  
**-.99**

**Dunical**  
**Tischtuchrolle**  
125 cm x 40 m  
diverse Farben  
**69.-**  
Rolle

**Holen bringt's!**

**prodega**  
CASH+CARRY

Mooseedorf · Helmberg · Kriens · Pratteln · Dübendorf · Neuendorf · Rotkreuz · Chur · Reinach · Biel · Givisiez · Rupperswil · Rutschlikon · Crissier · Dietikon · St-Blaise · Conthey

Wachstumsmärkte wie Indien oder China bedürfen einer besonders nachhaltigen Betreuung. So lautet die Begründung verschiedener Tourismusdirektoren, weshalb sie sich persönlich um die Quellmärkte im Fernen Osten kümmern und diese regelmässig bereisen.

ROBERT WILDI

Die Ehefrau von Benno Küng ist Asiatin. Neben seiner langjährigen Erfahrung im asiatischen Tourismusmarkt ist dies ein weiterer Grund, weshalb der Verkaufs- und Marketingleiter von Interlaken Tourismus die Gäste Märkte Japan und Korea persönlich betreut. Er steht in regelmässigem Kontakt mit den lokalen Reiseveranstaltern und besucht sie in regelmässigen Abständen.

Küngs Chef, Tourismusdirektor Stefan Otz, kümmert sich derweil um China und Indien. Seine Begründung: «China und Indien sind unsere wichtigsten Zukunftsmärkte.» Otz ist überzeugt, dass seine persönliche Präsenz in diesen Ländern für Interlaken Tourismus das optimale Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag ermöglicht.

### VIELE REISEN – ÜBERSCHAUBARE KOSTEN

Mindestens einmal jährlich fliegt Stefan Otz nach Indien sowie nach China. Das kostet viel Geld. Er relativiert, da die Flugpreise in jüngster Vergangenheit stark gesunken seien. Obschon sich die Reisetätigkeit des gesamten Teams von Interlaken Tourismus in den letzten Jahren deutlich erhöht habe, seien die Kosten überschaubar.

Otz ist bei weitem nicht der einzige Tourismusdirektor, der die langen Geschäftsreisen zu den asiatischen Gäste Märkten persönlich zu unternehmen pflegt. Frank Bumann von Zürich Tourismus, Mario Lütolf (Luzern), Simon Bumann (Saas Fee), Armin Egger (Davos) oder Roland Imboden (Zermatt) sind nur ein paar Beispiele von vielen seiner Berufskollegen, die es genau gleich halten.

### AUSGEPRÄGTES HIERARCHIE-DENKEN

Für den Zürcher Tourismusdirektor Frank Bumann sind die persönlichen Kenntnisse und Erfahrungen innerhalb des Teams für die Zuteilung der Märkte ausschlaggebend. Natürlich seien auch die Erwartungen der Veranstalter sowie Kunden an den unterschiedlichen Destinationen wesentlich zu berücksichtigen. «In Asien ist zum Beispiel ein langjähriger persönlicher Kontakt massgebend für den Erfolg», so Bumann, der diese Märkte auch deshalb zur Chefsache erklärt hat.

Auch für den Davoser Tourismusdirektor Armin Egger verlangen gewisse Quellmärkte mit grossem Besucherpotenzial für die touristische Betreuung nach der obersten Führungsriege. Er meint damit in erster Linie China und Japan, die in seinen Einflussbereich fallen.

Der Zermatter Tourismusdirektor Roland Imboden hat eine weitere Erklärung für die zahlreichen Direktoren-Reisen nach Fernost. «Das Hierarchie-Denken ist in Asien noch sehr ausgeprägt», hat er festgestellt. Will heissen, dass sich mehr Türen öffnen, wenn der «Ranghöchste» persönlich zu Besuch kommt. In Anbetracht der für die Zukunft zu erwartenden Gäste scharen aus diesem Kontinent ist es für Imboden daher selbstredend, Asien für Promotionszwecke selbst zu bereisen.

### PERSÖNLICHE VERTRAUENSBASIS

Auch in Saas Fee weiss man, dass sämtliche Übersee-Märkte sowie Russland über ein enormes Potenzial für die Zukunft verfügen, welches es von oberster Stelle aus zu betreuen gilt. Nicht von ungefähr werden diese Märkte in Zusammenarbeit mit der kantonalen Marketing-Organisation «Matterhorn Region» sowie der überregionalen Organisation «Lake Geneva – Matterhorn Region» bearbeitet. Die jeweiligen Delegationen setzen sich stets aus den Tourismusdirektoren oder Marketing-Leitern der Destinationen zusammen. Für Simon Bumann ist es wichtig, mit den Vertretern an den Wachstumsmärkten eine persönliche Vertrauensbasis aufzubauen.

### UNTERSCHIEDLICHE GEWICHTUNG

Trotz des hohen Zukunftspotenzials der asiatischen Gäste Märkte nehmen diese in den meisten Schweizer Ferienregionen bisweilen eine marginale Stellung ein. Der überwiegende Teil der Touristen stammt aus Europa und in erster Linie aus der Schweiz selbst. Das gilt besonders für die Ferienorte in den Bergen, wo man die Prioritäten auch entsprechend setzt. In Zermatt werden beispielsweise 45 Prozent des gesamten Marketingbudgets im Inland ausgegeben. Roland Imboden weiss um die Wichtigkeit des Schweizer Marktes und ist deshalb bei vielen Werbe-Aktivitäten im Inland persönlich anwesend.

Auch für Davos hat der Schweizer Markt absolute Priorität. Direktor Armin Egger hält sich seinen Terminkalender für spezielle Anlässe und wichtige Veranstaltungen deshalb jederzeit offen. Weniger Bedeutung nimmt die Schweiz in den Werbemaassnahmen von Zürich Tourismus ein. «Unser Marketing ist überwiegend auf den Übernachtungstourismus im Freizeitbereich ausgerichtet und weniger auf den Tagestourismus», begründet Direktor Frank Bumann.

### DIREKTOR FÜRS INLAND – PERSONAL FÜRS AUSLAND

Von sehr vielen Schweizer Logiernächten lebt hingegen Savognin, wo sich der Tourismusdirektor Vendelin Coray deshalb persönlich um die Akquisition von Gästen im Inland kümmert und den Schweizer Markt bearbeitet. Im Gegensatz zu den meisten anderen Organisationen sind es in Savognin also die Mitarbeitenden des Direktors, welche pro Jahr mehrere Reisen ins ferne Ausland unternehmen.

### Die wichtigsten Auslandsmärkte

- Interlaken: Japan 16% / Grossbritannien 15% / Deutschland 14% / USA 12% / Korea 4% / Indien 4%
  - Zermatt: Deutschland 22% / England 9% / Japan 5% / USA 5% / Frankreich 4%
  - Zürich: Deutschland 15,1% / USA 11% / Grossbritannien 7,3% / Japan rund 5%
  - Saas Fee: Deutschland 27,7% / Benelux 10,5% / Grossbritannien 7,4% / USA 1,3% / Italien 1,3% / Japan 0,9%
  - Luzern: Europa 25% / USA 25% / Asien 25%
- ROW

## «Garantiert beste Rate»

**Mövenpick Hotels & Resorts.** Ab sofort gilt bei den Mövenpick Hotels & Resorts (MH&R) die «Best Available Rate Garantie»: Dem Kunden wird dabei garantiert, dass er zum Zeitpunkt der Buchung eines Zimmers (über die MH&R-Homepage, die Reservierungszentrale der Hotelgruppe oder das gewünschte Hotel) keinen günstigeren Preis findet.

Sollte der Kunde innerhalb von 24 Stunden nach seiner Buchung einen günstigeren Preis finden, erhält er für maximal

drei Tage eine Vergünstigung von 50 Prozent auf die von ihm gefundene, niedrigere Rate. Voraussetzung ist, dass es sich um das gleiche Arrangement handelt.

«Wir sind eine der ersten europäischen Hotelketten, die mit diesem Schritt noch weiter auf den Kunden zugehen», so Heiko Siebert, Director Reservations & Revenue Management bei MH&R. «Der Kunde spart so viel Zeit für eine aufwändige Suche nach besseren Angeboten.» *KJV*

## 20% Zuwachs in der Stadt Bern

**Logiernächte.** Im 2. Quartal 2004 wurden in den Hotels der Bundesstadt 81 249 (Vorjahresquartal: 63 709) Gäste registriert. Das sind 27,5% mehr Ankünfte als in der Vorjahresperiode. Zugleich lag die Zahl der Logiernächte mit 144 659 (gegenüber 120 750) um 19,8% über dem entsprechenden Vorjahreswert. Die Ankünfte der Auslandsgäste nahmen um 41,9% auf 43 522 zu, ihre Übernachtungen um 25,5% auf 83 222 Nächte. *KJV*

## 40 000 logierten bei Tutanchamun

**Basel.** Die Ausstellung «Tutanchamun – Das Goldene Jenseits» generierte der Stadt Basel nach ersten Schätzungen rund 40 000 Logiernächte. Diese Zahl trägt dazu bei, dass Basel in den ersten acht Monaten 2004 im Vergleich zum Vorjahr rund 100 000 mehr Logiernächte verzeichnete. Rechnet man die durch die Ausstellung generierten Logiernächte mit der gemäss BAK Economics durchschnittlichen täglichen Wertschöpfung von 350 Franken pro Tag und Gast hoch, resultiert

eine zusätzliche Wertschöpfung für die Stadt von 14 Mio. Franken. «Genauere Zahlen werden mittels einer Studie noch definitiv ermittelt», heisst es in der betreffenden Mitteilung von Basel Tourismus. (Die Ausstellung selbst hatte mehr als 600 000 Besucher.)

Im Kern der Vermarktungsstrategie von Basel Tourismus standen zwei Pauschalen, welche die Hotelübernachtung und den Eintritt in die Ausstellung kombinierten. Es wurde je eine Pauschale für Individual-

gäste und eine für Gruppenreisen ausgearbeitet. Daraus resultierten rund 4200 direkt über Basel Tourismus verkaufte Pauschalen mit etwa 5100 Logiernächten. Besonders erfolgreich war die Kooperation mit der Swiss und dem Produkt «Just Fly – TUT», mit Übernachtung, Eintritt und Flug.

Durch eine weit verzweigte Informationsdistribution an 1500 Reisemittler wurden 7000 Pauschalen direkt über Hotels abgewickelt, die Vertragspartner dieser Mittler sind. *KJV*

### KURZ UND BÜNDIG

#### 200 m hoher Business-Hotelbau in Dubai

Im Auftrag einer Kuwaiter Unternehmensgruppe berät die Firma «Feuring – Visionary Hotel Development» aus Mainz beim Bau eines Businesshotels der gehobenen Kategorie in Dubai. Das rund 500 Zimmer umfassende Haus wird in den nächsten drei Jahren im neuen Geschäftsviertel der Hauptstadt der Vereinigten Arabischen Emirate (VAE), in der Nähe zum World Trade Center entstehen. Der Entwurf stammt vom Architekturbüro von Gerkan, Marg und Partner. Der Entwurf sieht einen 52 Stockwerke hohen Hotel-tower mit 45 000 Quadratmetern Geschossfläche vor. Fertigstellungstermin soll 2007 sein. *KJV*

#### Mövenpick expandiert in Frankreich

Die Eröffnung des ersten französischen Mövenpick-Hotels im Disneyland bei Paris markiert den Start einer Expansion des Unternehmens in diesem Land. Das neue Hotel hat 400 Zimmer, von denen 250 als Familienzimmer konzipiert sind, in denen es Kajütenbetten für jeweils zwei Erwachsene und zwei Kinder gibt. Mövenpick will die Zahl seiner Betriebe im Hotelsektor verdoppeln und sich dabei auf den Mittleren Osten, Afrika und Europa konzentrieren. In Frankreich sind vier weitere Mövenpick-Hotels projektiert: in Paris, Lyon und an der Côte d'Azur. Bernard Garnier, zuvor in der Meridien-Gruppe tätig, ist neuer Senior Vice President France and Central & North Africa. *LM/KJV*

#### Preis-Obergrenze für Hotels an WM 2006

Ein Konsortium aus Hotelketten und Mittelstand-Hotels hat sich für die Zeit der Fussball-WM 2006 in Deutschland auf eine Obergrenze für Zimmerpreise verständigt. Insgesamt rund 45 000 Hotelzimmern, verteilt auf die zwölf WM-Austragungsorte, orientieren sich die Preise an den Tarifen von 2003 zusätzlich eines Inflationsaufschlags. *KJV*

#### 500 4-Sterne-Betten für das «Gesundheitsland»

Ein erklärtes, langfristiges Ziel für den Tourismus des österreichischen Bundeslandes Oberösterreich ist es, das «Gesundheitsland Nr. 1» in Österreich zu werden. Gemeinsam mit Gesundheits-Partnerorten (Bad Schallerbach, Bad Ischl, Bad Zell, Bad Hall, Terme Geinberg und Bad Leonfelden) und Oberösterreich Tourismus arbeitet das Land an einem gemeinsamen Gesundheits-Marketingkonzept. Mit einer Hotelbau-Offensive macht es einen weiteren Schritt: Bis 2005 entstehen rund 500 neue 4-Sterne-Betten in Bad Zell und Bad Schallerbach. *KJV*

### NEUER KONTENPLAN FÜR DIE HOTELLERIE

# Plan vermindert Kapitalkosten

Der neue Kontenplan für die Buchhaltung der Schweizer Hotellerie ist fast fertig, hotellerie-suisse, die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit und weitere Interessierte hatten den betreffenden Forschungsauftrag an die Ecole hôtelière de Lausanne gegeben.

KARL JOSEF VERDING

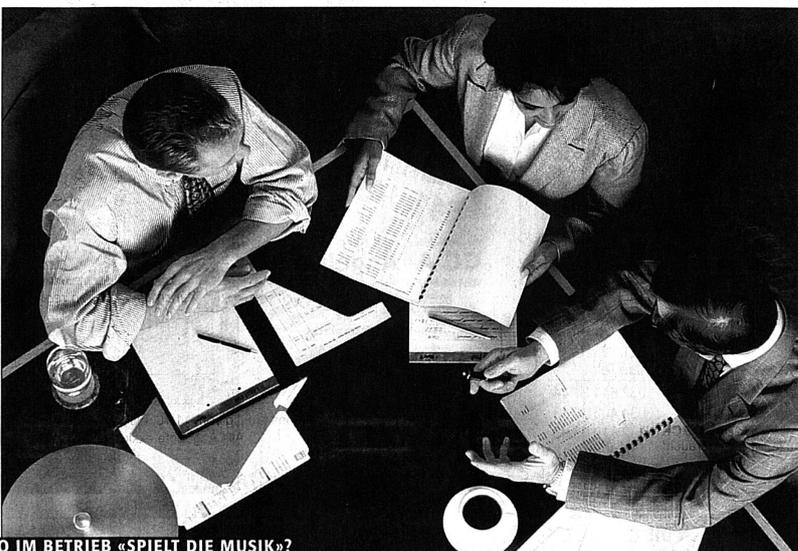
In der Arbeitsgruppe des Projekts – in der unter anderem die UBS vertreten ist, und in der aus der Hotellerie Vertreter von Accor, Raffles, Seiler, sowie der Grand Hotels Bad Ragaz und Victoria-Jungfrau sitzen – arbeitet für hotellerie-suisse Thomas Allemann mit. Er erwartet, dass der neue Kontenplan zur Professionalisierung der Hotelbranche beiträgt.

#### NEUE UND INFORMATIVE HOTEL-KENNZAHLEN

Martin Eltschinger von der Eltschinger Audit & Consulting AG, Oberrieden ZH, und Hans Knobel von der KPMG Fides Peat, Zürich, haben am neuen Kontenrahmen mitgearbeitet und ihre Praxiserfahrungen aus der Wirtschaftsprüfung mit Hotelbetrieben einfließen lassen. Sie erklärten gegenüber der htr, im neuen Kontenplan bestehe bereits für einen mittelgrossen Betrieb die Möglichkeit, über eine Sparten- oder Departementsrechnung den Umsatz und die Ergebnisse der einzelnen Sparten mit sämtlichen direkten Kosten inklusive den Personalkosten auszuweisen. Dadurch werde die Transparenz wesentlich erhöht, und es würden Entscheidungsgrundlagen geschaffen – auch aufgrund der besseren Vergleichbarkeit mit anderen Betrieben.

Der neue Kontenrahmen, so Knobel, liefere «wesentliche informative Kennzahlen wie zum Beispiel den Ausweis des Freien Cashflows oder des Verschuldungsfaktors.» Der über Jahre kumulierte Freie Cashflow sage aus, ob die Verschuldung einer Gesell-

Foto: Keystone



#### WO IM BETRIEB «SPIELT DIE MUSIK?»

Der neue Kontenplan eröffnet die Möglichkeit, über eine Sparten- oder Departementsrechnung den Umsatz und die Ergebnisse der einzelnen Sparten mit sämtlichen direkten Kosten inklusive den Personalkosten auszuweisen.

schaft zu- oder abnehme. Gerade für Klein- und Mittelbetriebe werde eine aussagekräftige Jahresrechnung aus Sicht der Banken immer wichtiger.

Kurt Zwahlen, Chief Financial Officer und Controller im Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken, Mitglied der Arbeitsgruppe zur Entwicklung des neuen Kontenplans, äussert zum Projekt: «Sicher ist nicht alles «Altschlecht und muss geändert werden, aber ich staune immer wieder, dass der Geschäftsgang in der Hotellerie nur an der Logiernächteentwicklung gemessen wird. Ich wünsche mir, dass sich der Hoteller mithilfe des neuen Kontenplans vermehrt des Erlös-Kosten-Verhältnisses bewusst wird.» Wenn sich jeder Hoteller bewusst wäre, so Zwahlen, «wie viel Geld er in der Restauration verliert, dann würde er sich sicher vermehrt um eine Zusammenarbeit unter den Kollegen

bemühen und damit eine vernünftige Auslastung der Restauration ermöglichen. Auch das Preisdumping hätte seine Grenzen, wenn er weiss, wo seine Preisuntergrenze liegt.»

Paul Petzold, Geschäftsleiter der Mirus Software AG, Davos Platz, ebenfalls Mitglied der Kontenplan-Arbeitsgruppe, betont, die von den Banken und anderen Finanzierungsinstituten geforderten Kennzahlen seien nun «auf einen Blick ersichtlich.»

#### «BESSERE MARGEN FÜR HOTELS BEI KREDITEN»

Christoph Glutz, Kaufmännischer Direktor der Grand Hotels Bad Ragaz, konnte eigene Erfahrungen in die Erarbeitung des neuen Kontenplans einbringen: «Der von der Arbeitsgruppe vorgestellte Kontenrahmen entspricht in den wesentlichen Zügen der von

den Grand Hotels Bad Ragaz seit dem Jahresabschluss 2001 verwendeten Gliederung.» Die Erfahrungen seien «durchwegs positiv». Die neuen Standards für Rechnungslegung und Transparenz hätten sich «in Form von vertretbaren Margen bei Krediten ausbezahlt». Wichtig sei auch die «gut strukturierte Spartenrechnung nach Logement, F&B, Wellness und Nebenbetrieben, sowie klare interne Buchführungsrichtlinien, welche eine konsistente Zuordnung der Erlöse und Aufwendungen sicherstellen.»

Im Moment befindet sich die Vorversion des neuen Kontenrahmens in der Vernehmlassung. Geplant ist, den neuen Kontenrahmen Anfang 2005 zu publizieren und diesen auch in die Schulung und Weiterbildung der Schweizer Hotellerie einfließen zu lassen. Für weitere Informationen: thomas.allemann@swiss-hotels.ch

### Neue Standards der Rechnungslegung

Der bisherige Kontenrahmen für die Buchhaltung der Schweizer Hotellerie datiert aus dem Jahr 1991. Seither hat sich die Darstellung von Jahresrechnungen international, aber auch national durch den Einfluss von Rechnungslegung-Standards wie US GAAP, International Financial Reporting Standards (IFRS) sowie Swiss GAAP FER stark verändert und auch vereinfacht. National entstand für kleine und mittlere Betriebe der Kontenrahmen KMU.

Der bestehende Kontenrahmen für das Schweizer Gastgewerbe trägt den heutigen Anforderungen, insbesondere bei der Darstellung der Erfolgs-

rechnung und dem Ausweis von wesentlichen Ergebnisstufen, wie EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Ertragssteuern und Abschreibungen) und EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Ertragssteuern) im Gegensatz zum neuen Kontenrahmen nicht Rechnung, betont Heinz Knobel von der KPMG, ein Mitglied der Arbeitsgruppe zur Entwicklung des neuen Kontenplans. Dieser ermöglichte branchenbezogen über Statistiken, aber auch nicht branchenbezogen einen guten ausserbetrieblichen Vergleich. Dies sollte unter anderem auch die Bewertung und damit Finanzierung von Hotelbetrieben erleichtern, so Knobel. *KJV*

### Einfluss des US-Modells der Kontierung

Andreas P. Wespi, Chief Financial Officer und Gesellschafter der in Lateinamerika aktiven Orotel's Corporation, Zürich, arbeitet nach amerikanischem Modell. Wespi hat für jeden von Orotel's aufgebauten Betrieb im Ausland das vom Educational Institute der American Hotel & Motel Association publizierte «Uniform System of Accounts for the Lodging Industry» eingesetzt: «als Leitfaden für die Finanzbuchhaltung und – wichtig – als Management-Tool». In diesem Monat erscheint die zehnte Auflage des «Systems». In seinen finanzwirtschaftlichen Abschlüssen und Analysen ist es unter anderem stark auf die Departemente

und Profit-Center fokussiert. International gesehen gilt das «Uniform System of Accounts» als Finanz-Tool der grössten Verbreitung in der Hotellerie und hält auch stark im aufstrebenden asiatischen Raum Einzug.

Um Kennzahlen der Schweizer Hotels mühelos mit dem internationalen Markt zu vergleichen, vertritt Wespi eine aufbauende Anpassung an dieses in neuer Auflage herausgekommene System mit den notwendigen Zusätzen, welche die Schweizer Gesetzgebung auferlegt. Auf diese Weise könnten sich die Schweizer Forschungsarbeit im Finanzbereich der Hotellerie auch international vermarkten lassen. *KJV*



# Food

**prodega**  
 Prodega CC Tel./Tél.  
 2504 Biel/Bienne 032 344 68 68  
 7000 Chur/Coire 081 286 14 14  
 1964 Conthey 027 345 33 33  
 1023 Crissier 021 633 13 13  
 8953 Dietikon 01 744 75 75  
 8600 Dübendorf 01 824 81 81  
 1762 Givisiez 026 460 83 33  
 3627 Heimberg 033 439 56 56  
 6010 Kriens 041 349 69 69  
 3302 Moosseedorf 031 858 48 88  
 4623 Neuendorf 062 387 97 97  
 4133 Pratteln 061 826 29 29  
 4153 Reinach 061 717 72 72  
 6343 Rotkreuz 041 799 85 85  
 5102 Rapperswil 062 889 30 30  
 8803 Rüschlikon 01 704 65 65  
 2072 St-Blaise 032 756 22 22  
 www.prodega.ch

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

**SIE HABEN DIE GÄSTE.**  
 Wir die Marken.  
 Scana  
 www.scanashop.ch, www.scana.ch, info@scana.ch

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

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

**HOWEG**  
 bringt Genuss in die Gastronomie • apporte les saveurs à la gastronomie  
 Logistik Zentrum Telefon  
 8953 Dietikon 01 746 55 55  
 Bestellservice Telefon  
 Bussigny 021 633 23 23  
 Kriens 041 348 07 00  
 Zermatt 027 967 32 02  
 www.howeg.ch

**Non-Food**  
**Rentokil Initial**  
 Rentokil Initial AG  
 Grosssäckerstrasse 21  
 8104 Weiningen  
 Telefon 01 752 14 14  
 Fax 01 752 14 15  
 www.rentokil-initial.ch

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN  
**schmocker** AG  
 Dammweg 15  
 CH-3800 Interlaken  
 Telefon 033 828 38 48  
 Telefax 033 828 38 38  
 info@schmocker-ag.ch  
 www.schmocker-ag.ch

**Strasser** Gastro Innenausbau  
 Bar Buffetanlagen  
 Hotel Empfangsanlagen  
 Telefon 033 334 24 24  
 info@strasserthun.ch  
 www.strasserthun.ch

**KLAFS**  
 Die Wellnessspezialisten  
 Sauna / Sanarium  
**Klafs Saunabau AG**  
 Oberneuhofstrasse 11  
 CH-6342 Baar  
 Telefon 041 760 22 42  
 Telefax 041 760 25 35  
 www.klafs.ch  
 baar@klafs.ch  
 Weitere Geschäftsstellen in:  
 Bern, Brig VS, Chur GR, Clarens VD, Dietikon ZH.

**111 JAHRE**  
 Cash-Carry  
**CCA Angehern**  
 Trübe für Profis  
 Engros-Frischmarkt  
 Engros-Lebensmittelmart  
 Engros-Nonfoodmarkt  
 CCA Gossau SG CCA Luzern  
 CCA Brüttisellen CCA Rapperswil  
 CCA Spreitenbach CCA Sargans  
 CCA Bern CCA Frauenfeld  
 www.cca-angehern.ch  
 Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:  
 0800 ANGEHERN

**WIDA Papiere AG**  
 Servietten- und Papiervarenfabrik  
 3000 Bern 5  
 www.wida.ch  
 info@wida.ch  
 Tel: 031 381 83 33  
 Fax: 031 381 83 83

**coolwave ag**  
 die kühlte welt für professionelle kühltechnik  
 industrie neuhof 4, ch-3422 kirchberg  
 tel. 034 445 69 80 / fax 034 445 69 83  
 info@coolwave.ch / www.coolwave.ch

**Distrimondo AG**  
 Oberebene 57  
 5620 Bremgarten  
 Alles was die Gastronomie (ver)braucht.  
 Telefon 056 648 23 00  
 Fax 056 648 23 29  
 info@distrimondo.ch  
 www.distrimondo.ch

Ihr Partner für Gastromobilien  
**MAZUVO** SWISS  
 Zulliger AG  
 Hardstrasse 12  
 8604 Volketswil  
 Tel. 01 908 26 26  
 info@mazuvo.ch  
 www.mazuvo.ch

**HAENNI**  
 PROMOTION  
 Werbe- und Geschenkartikel  
 Namensschilder mit Stil und Qualität,  
 starke Magnete, weltweit millionenfach bewährt  
 Generalvertretung Schweiz:  
 Haenni Promotion  
 Chnübüchli 48, CH-8197 Rafz  
 ☎ 01 869 4100, E-Mail: info@haennipromotion.ch  
 www.haennipromotion.ch

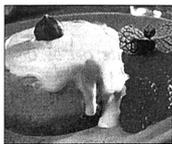
**hotel+tourismus revue «Marktplatz»**  
 'erscheint jeden ersten Donnerstag im Monat.  
**BUCHEN SIE JETZT IHR FELD!**  
 Telefon 031 370 42 42, inserate@swisshotels.ch

**Der Partner**  
 für textile Hotel- und Gastronomieausstattung  
 Tischwäsche · Frottierväsche · Bettwäsche  
 Bettwaren · Küchenwäsche · Sondergroßen  
 Berufskleidung · Einstickungen · Einwebungen  
 Spürbar Qualität  
**wäschekrone**  
 Tel. 0848 - 804100 · www.waeschekrone.ch

Mit Ungeziefer Kummer?  
 Wähl die Profi-Nummer:  
**Telefon 0800 777 877**  
**www.cws.com**  
**CWS BIO KILL**  
 preventive care

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

**Buitoni**  
 il gusto della vita



**ALLERGENE** / Seit diesem Frühjahr ist die Übergangsfrist abgelaufen: Allergene muss der Wirt mündlich deklarieren können. SEITE 14



**SEPP WIMMER** / Das Zürcher «Zunftthaus zur Waag» öffnete nach dem Umbau seine Türen; mit neuem Zunftwirt. SEITE 17



hotel+tourismus revue

SCHWEIZERHOF

Erst 26 und schon top

In einer bald dreimonatigen Umbauzeit ist «Jack's Brasserie» im Hotel Schweizerhof in Bern renoviert worden. Das Schwergewicht der Sanierungsarbeiten betraf den Küchenbereich. Das Restaurant selber ist einem «Facelifing» unterzogen worden: Herausstechend dabei die neue Polsterung im Leopardendesign. Der ganze Umbau soll 3 Mio. Franken gekostet

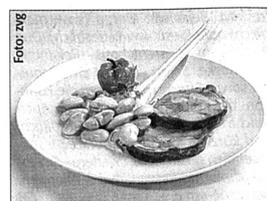


haben. – Eine Neuerung auch personell: nach der Sommerpause der «Schultheissenstube» wurde die erst 26-jährige Nadine Wächter (Foto) zur Chefin des Küchenbereichs dieses Berner «Gourmettempels» mit seinen 16 Gault-Millau-Punkten ernannt. In der Schweiz ist sie somit die jüngste Frau, die auf diesem Level die Verantwortung über eine bekundete Gourmetküche trägt. Die Gesamtverantwortung über die «Schweizerhof-Küchen» trägt Werner Rothen. GSG

ZUPPAMUNDIAL

Mehr als nur Suppen

Das Zürcher Restaurant «Zuppamundial», hinter dem Fernsehmoderator Kurt Aeschbacher als Initiator steht, bietet seit diesem Monat mehr als Suppen und Eintöpfe. Die Speisekarte wurde mit nach ayurvedischen Grundprinzipien zusammengestellten Gerichten erweitert. «Das ist eine Schweizerische Novität», freut sich Aeschbacher. Darüberhinaus werden die Gerichte mittels eines ayurvedischen Cateringservices angeboten. Dafür wird frisch gekocht, vakuumiert und dann in Portionsgrösse ausgeliefert. Bestellen kann man das Catering bei Susanne Lichtegg, Zürich (www.koerperformen-lichtegg.ch). Die Basismenüs kosten zwischen 24 und 32 Franken. Geliefert wird zweimal pro Woche. Wer sich nach der ayurvedischen Lebensphilosophie ernährt, bringt Körper, Geist und Seele ins Gleichgewicht und kann ohne Diät sein Gleichgewicht regulieren, so das Ziel dieser Heilkunde. Die Eckpfeiler sind die drei Bioenergien «vata (Luft und Raum), pitta (wasser und Feuer) und kapha (Wasser und Erde)». Die ayurvedischen Speisen im «Zuppamundial» sind auf der Karte gemäss den einzelnen Typen markiert. GSG



Ayurvedischer Kaninchenrollbraten.

BIERPREISE 2005

Feldschlösschen nivelliert Preise: Regionalbiere nicht mehr billiger

Wieder ist es der grösste Schweizer Bierbrauer, der am stärksten den Hebel bei den Preisen ansetzt. Ziel der Preispolitik ist neben einer Deckung der steigenden Kosten eine Gleichmacherei von lokalem und nationalem sowie alkoholfreiem und leichtem Bier.

GUDRUN SCHLENCEK

Am stärksten schlägt wiederum der grösste Schweizer Bierbrauer im kommenden Jahr bei den Bierpreisen auf: Bier und Mineralwasser der Feldschlösschen Getränke AG werden ab Anfang 2005 um durchschnittlich 2,5 Prozent teurer. Dieses Jahr waren es 2 Prozent.

Konkurrent Heineken Switzerland und Nummer zwei auf dem Schweizer Biermarkt erhöht ab 2005 dagegen nur für einige Produkte die Gastro-Preise um lediglich 1 bis 2 Prozent. Rund ein Drittel der Biere aus dem Heineken-Sortiment sollen sogar günstiger werden. Die Verkaufspreise für die Detailhandelskunden von Heineken bleiben insgesamt konstant.

Als Grund für die Preiserhöhung nennen die Schweizer Bierbrauer steigende Kosten für Personal, für Verpackungsmaterialien und Logistik aufgrund der neuen LSWA.

PREISVORTEIL DER LOKALEN BIEMARKEN FÄLLT WEG

Nicht alle Getränke der Feldschlösschen AG werden dabei gleich teurer, manche sogar günstiger. Das preispolitische Ziel des zu den dänischen Carlsberg Breweries gehörenden Schweizer Bierbrauers ist nämlich eine Vereinheitlichung der Verkaufspreise innerhalb der diversen Sortimente. Vorbei sind die Zeiten, in denen die lokalen Biermarken preispolitisch bevorzugt behandelt wurden: Ab 2005 werden regionale und nationale Biermarken gleich teuer verkauft.

Um dieses Ziel zu erreichen, schlägt der Bierbrauer bei den regionalen Biermarken wie Gurten, Wartec, Hürlimann pro Stange Lagerbier um 5 Rappen auf, bei den nationalen Bieren – Feldschlösschen, Cardinal – um nur 3 Rappen. Im gleichen Masse erhöhen sich die Preise für die Flaschenbiere, unabhängig von der Gebindegrösse. Preisangleichung praktiziert die Feldschlösschen Getränke AG ab 2005 ebenso bei den Spezialbieren.

ALKOHOLFREIES BIER NICHT MEHR TEURER

Im Klartext: Ab kommendem Jahr kosten alle Lagerbiere der Feldschlösschen Getränke AG ab Brauerei gleich viel. Gemäss sda-Meldung sieht Gastrosuisse dadurch sogar die Existenz von regionalen Biermarken gefährdet. Es wird sich zeigen, ob Gäste und Wirte auch bei gleichen Preisen sich immer noch für ein lokales Bier entscheiden. «Die Nachfrage bestimmt, ob wir eine Biermarke führen oder nicht», kommentiert Stefan Kaspar, Leiter Unternehmenskommunikation der Feldschlösschen Getränke AG. Ausge-

Foto: zvg



MARKE FELDSCHLÖSSCHEN NICHT MEHR TEURER

Die nationalen Marken sollen bei der Feldschlösschen Getränke AG in Rheinfelden preispolitisch nicht mehr benachteiligt sein. Ab 2005 kosten lokale Biere wie «Gurten» oder «Hürlimann» ab Brauerei genauso viel pro Liter wie «Feldschlösschen».

nommen von der Preisnivellierung ist das Carlsberg-Bier, das als Premium-Bier höherpreisig positioniert ist. Eingeschlossen dagegen sind das Leichtbier und die alkoholfreien Biere. Diese werden ab kommendem Jahr 3 Rappen pro Stange günstiger offeriert und liegen dann ab Brauerei auf dem gleichen Preisniveau wie die Lagerbiere. «Das ist durchaus ein politischer Entschluss» so Stefan Kaspar. «Der Biertrinker, der bewusst weniger Alkohol konsumiert, soll nicht dafür mehr bezahlen müssen.»

GASTRO-AUFSCHLAG PRO STANGE: BIS ZU 20 RAPPEN

Allgemein geht man bei Feldschlösschen davon aus, dass die Nachfrage nach alkoholfreien Bieren und Leichtbier noch steigen wird. Der Absatz des Feldschlösschen-Leichtbieres mit einem Alkoholgehalt von 2,4 Prozent, das letzten Herbst lanciert wurde, befindet sich auf jeden Fall auf

Budgetkurs. Kaspar: «Das Feldschlösschen 2.4» hat sich gut entwickelt und die Absatzmenge entspricht bereits beinahe dem alkoholfreien Schlossgold.»

Erfahrungsgemäss verteuere sich die Stange Bier bei einer solchen Preisrunde um jeweils zehn Rappen, kalkuliert Unternehmenssprecher Stefan Kaspar. Bei Heineken will man von einer solchen Prognose nichts wissen: «Die Kalkulation von Feldschlösschen ist aus der Luft gegriffen. Der Wirt bestimmt schlussendlich den Preis», kontert Leonore Schudel, Corporate Communications Heineken Switzerland.

Ganz daneben scheint man bei Feldschlösschen jedoch nicht zu liegen. Die Basler Wirte und Hoteliers prognostizierten an ihrer Medienkonferenz von letzter Woche eine Vertuierung der Stange Bier im kommenden Jahr um 10 bis 20 Rappen.

Dass der Preisaufschlag sich auf den Konsum auswirken wird, befürcht-

et man beim Schweizer Bierbrauerverband allerdings nicht. «Ich denke eigentlich nicht, dass der Preisaufschlag den Konsum beeinträchtigt», meint der stellvertretende Direktor Patrick Schäfl. «Dagegen wird die Promillesenkung einen gewissen Einfluss haben, besonders bei Ausflugslokalen.»

WARTEN NOCH ZU: EICHHOF UND SCHÜTZENGARTEN

Die beiden für die Gastronomie relevanten mittelgrossen Brauereien Eichhof und Schützengarten sind mit ihrer Preiskalkulation fürs kommende Jahr noch nicht so weit. Die Brauerei Eichhof will bis Ende Oktober entscheiden, ob ihr Bier teurer wird, die Brauerei Schützengarten kommende Woche. Eine Beibehaltung der diesjährigen Preise wäre für die mittelgrossen Brauereien auf jeden Fall eine gute Möglichkeit, sich von den grossen Mitspielern positiv abzugrenzen.

Biersteuergesetz: Die erste Hürde ist genommen

Die Biersteuer existiert seit 1935, aber sie ist nicht per Gesetz geregelt. Die ehemalige Biersteuer-Verordnung wurde bereits vor 10 Jahren durch eine Übergangslösung ersetzt. Diese soll jetzt wiederum durch ein neues Biersteuergesetz abgelöst werden. Nach den Sommerferien ist nun die Vernehmlassung abgelaufen. Nächstes Jahr kommt das neue Gesetz vor die Räte. Frühestens ab 2006 ist dann mit der Einführung der neuen Bestimmungen zu rechnen.

Bei der Interessengemeinschaft unabhängiger Klein- und Mittelbrauereibegrüsst man den Vorstoss. Unter

anderem auch, weil dann die Besteuerung nach Alkoholgehalt erfolgt: Je höher der Alkoholgehalt, desto höher die Steuer. Eine Besteuerung von alkoholfreien Bieren ist nicht mehr vorgesehen. Der Hauptgrund für die positive Haltung dem neuen Gesetz gegenüber ist aber, dass die Klein- und Mikrobrauereien dann degressiv besteuert würden. Heute werden noch alle gleich stark belastet. Egal ob Gross- oder Kleinbrauerei: Die Abgabe beträgt durchwegs 25 Franken pro Hektoliter. Ein heikler Punkt, das weiss man auch bei der Interessengemeinschaft, ist aber die mögliche Steueranhebung im

Zuge der Gesetzes Einführung. «Bevor man über die Höhe der Steuer diskutiert, muss erst die gerechte Behandlung der Brauereien sichergestellt werden», fordert jedoch Geschäftsführer Ralf Schröder.

Damit das neue Gesetz kein Loch in die Bundeskasse reissen soll, müssten bei einer Beibehaltung der Steuerhöhe und gleichzeitiger Begünstigung der kleinen und kleinsten Brauereien, die doch ungefähr gut 10 Prozent des Bierausstosses in der Schweiz bestreiten, zumindest die mittleren und grossen Brauereien für den Fiskus dann etwas tiefer in die Tasche greifen. GSG

## Die Käsedesserts der Küchenchefs

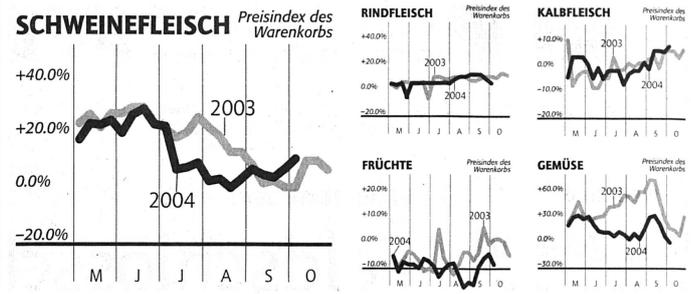
**Biosphäre Entlebuch.** Die zehn Gastro-Partner-Wirte der Region Entlebuch präsentieren an der ZAGG ihr neues Leporello mit je einem Dessert aus zertifizierten Käseprodukten der «Unesco-Biosphäre Entlebuch». Die Partner-Gastronomen sind: Thomas Hunzler und Katrin Schuler, Willy Felder, Edy Maag, Irene und Willy Kuster-Wicki, Stefan Wiesner, Peter und Urs Erni, René Duss, Werner Wyss, Rolf Kaufmann, Roger Eyer. GSG

## Kochbuch für Zöliakie

**Glutenfrei Kochen.** Zöliakie (Sprue) ist eine chronische Dünndarm-Entzündung, hervorgerufen durch das Getreideprotein Gluten. Klassische Symptome sind Bauchweh, Blähungen, Durchfall oder Eisenmangel. Dank besserer Diagnose wird Zöliakie heute häufiger erkannt: Nach neuesten Schätzungen sind rund 1 Prozent der Bevölkerung betroffen ([www.zoeliakie.ch](http://www.zoeliakie.ch)). Die Betroffenen müssen Gluten strikt meiden und auf Reis, Hirse, Mais oder Buchweizen auswei-

chen. Mitte September erschien das Kochbuch «Glutenfrei kochen und backen» mit 130 Rezepten von Carine Buhmann im AT Verlag Baden. Es enthält Warenkunde, Verdachts- und Verbots-Listen, Tipps und Informationen über die Zöliakie. Gemäss der Autorin haben «glutenfreie Normalbrotte und Wäheenteige den höchsten Schwierigkeitsgrad». Den glutenfreien Mehlen fehlt der typische Weizengeschmack. Gute Backersulfate gibt es dagegen bei Feinbackwaren. GB

PRODINDEX 4. 10. BIS 8. 10. 2004 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



## ÖSTERREICH

### Wirte sind empört

Heftig diskutiert wird in Österreichs Gastronomie der jüngste Vorschlag des Gesundheitsministeriums. Man fürchtet Speisekarten in Telefonbuch-Stärke.

HERIBERT PURTSCHER

«Wiener Schnitzel enthält Milch, Ei, Weizenmehl, Sojafett, Erdnussfett und Siedefett», so könnte die Speisekarte der Zukunft aussehen. Viel komplizierter wäre noch die Auflistung der Zutaten exotischer Gerichte. «Nicht sehr appetitanregend. Und ausserdem eine unerträgliche bürokratische Mehrbelastung für kleine und mittlere Betriebe», findet Helmut Hinterleitner, Sprecher der österreichischen Gastronomie.

Im Gegensatz zu einer EU-Richtlinie, die eine verpflichtende Kennzeichnung nur für verpackte Produkte vorsieht, könnte die Kennzeichnung in Österreich ab 25. November 2004 auch für unverpackte Produkte gelten. Der Entwurf sieht vor, dass «ein Hinweis auf allergene Bestandteile eines Produkts auf einem Schild nahe der Ware, auf der Speise- oder Getränkekarte bzw. auf einem Aushang anzuführen ist». Anzuführen wären auch Nährwerte, Herkunftsbezeichnungen bei Tieren und allenfalls gentechnisch veränderte Inhaltsstoffe. «Das bedeutet höheren Personalbedarf, teure Schulungen und unübersichtliche, buchdicke Speisekarten», kritisiert Gastronomie-Geschäftsführer Thomas Wolf. Ein Blick in die Statistik relativiert auch die Bedeutung für den Konsumenten: Laut Ernährungsbericht lesen nur 12 Prozent der Konsumenten kleingedruckte Angaben.

### NACHSEHS FÜR ALLERGIERISCHE SEHR ANWISCHLICH

Angesichts der unüberschaubaren Menge allergener Stoffe wäre jeder Gastbetrieb mit diesen Auflagen masslos überfordert. Besonders Wirte, die ein täglich wechselndes Sortiment anbieten. «Man vergisst, dass gastronomische Zubereitung von Spontanität und Produktvielfalt lebt».

Die Gastronomen fürchten auch haftungsrechtliche Folgen: «Wenn ein Gast behauptet, er habe vom Essen eine allergische Reaktion bekommen, könnte der Wirt belangt werden, da ein Gegenbeweis nur schwer zu führen ist.» Kritisch könnte es bei der Verwendung von Halbfertigprodukten werden: «Da weiss man nie genau, was es alles enthält.» Auch liegen bei vielen offen zugekauften Waren schlicht und einfach keine Kennzeichnungen vor. Durch die übliche Bearbeitung verschiedener Produkte in einer Maschine wäre es ausserdem kaum zu vermeiden, dass kleinste Mengen allergener Stoffe von einem Produkt zum anderen «verschleppen» werden. Die Tourismuswirtschaft appelliert nun dringend an Gesundheitsministerin Maria Rauch-Kallat, Abstand von derartigen Massnahmen in der Gastronomie zu nehmen.

## DEKLARATION VON ALLERGENEN

# Zentral: Das Listen der Zutaten

Die Gastronomie ist verpflichtet, auf Anfrage allergene Zutaten in den Speisen zu deklarieren. Experten geben Tipps, wie man das am besten macht.

GUIDO BÖHLER

«Allergiker sollen mit weniger Risiken auswärts essen können», fordert das Kantonale Labor Zürich. Die zehn wichtigsten Allergene (siehe Box) sind seit der Lebensmittelrevision im Jahr 2002 sogar deklarationspflichtig. Der Koch muss diese Allergene mündlich deklarieren können – auch wenn sie nur in Spuren vorkommen und aus Convenience-Waren stammen. Bis zum Frühjahr diesen Jahres bestand noch eine Übergangsfrist, die nun abgelaufen ist. Aber erst wenige Betriebe können Gästefragen seriös beantworten. Georg Schächli, Allergieexperte des kantonalen Labors Zürich: «Die Gastronomie besitzt nicht immer Klarheit über die Zusammensetzung der Gerichte. Beim Informationsstand und Problem-Bewusstsein besteht Handlungsbedarf».

Der Koch ist verpflichtet, Verschleppungen – das sind unabsichtliche Vermischungen – zu vermeiden, also «sauber» zu arbeiten. Er darf etwa für Gäste, die Gluten nicht vertragen, keine Hamburger in derselben Pfanne braten wie Burger auf Basis von Getreide. Auch für unabsichtliche «Verschleppungen» über 1 Promille gilt die Deklarationspflicht. Verantwortungsbewusstsein ist gefordert, und bei einer Lebensmittel-Kontrolle muss man mit Fragen zu Allergenen rechnen.

### VORSICHT VOR «VERSCHEPPUNGEN»

«Ebenfalls Derivate wie Erdnuss-, Sesam- oder Sojaöl müssen deklariert werden», so Schächli, «jedenfalls bis zum Unbedenklichkeits-Nachweis». Das Management der Informationen fordert den Wirt. Fast alle Würzmischungen enthalten Milchzucker, doch gerade die Milchzucker-Unverträglichkeit ist weit verbreitet. «Heikel wird es, wenn ein Gastronom den Lieferant wechselt oder ein Lieferant sein Rezept ändert», so Schächli. Am besten verzichtet man auf Convenience, wenn man entsprechende Diäten kocht. Zudem können Produktheftsteller Verschleppungen gleichfalls nicht immer vermeiden. «Die Situation der undeklarierten Allergene in vorverpackten Produkten besserte sich stark», weiss Schächli jedoch. «Die Industrie ist kooperativ». «Nestlé Food Services» deklariert die gesetzlichen zehn Allergene im «Caring»-Katalog und plant, weitere anzugeben.

### DIE ANTWORT «JA» ODER «NEIN» REICHT

Auch Hilcona deklariert sie in der Zutatenliste. Dagegen haben die kleingewerblichen Hersteller eher Mühe mit der Allergen-Deklaration. Schächli: «Wir müssen viele Klein-

Foto: zög



### VERSTECKTE ALLERGENE IN CONVENIENCE

Arbeitet der Koch mit vorverarbeiteten Produkten aus der Industrie, so ist er darauf angewiesen, dass der Hersteller Allergene korrekt auflistet. Bei kleingewerblichen Herstellern besteht punkto Deklaration aber noch Nachholbedarf.

betriebe, darunter jene aus anderen Kulturkreisen, zuerst dafür sensibilisieren».

Eine Voraussetzung für die Allergen-Rückverfolgbarkeit ist, streng nach Rezept und mit lückenloser Rohstoff-Deklarationen zu arbeiten. Unbekannte Zutaten oder Reste beizugeben ist dabei tabu. Trotzdem kann der Koch die Mengen variieren, denn er muss Allergene bei Gästeanfragen nicht mengenmässig angeben. Die Antwort «ja» oder «nein» reicht. Bei unvermeidbaren Verschleppungen darf sie auch lauten «kann ... enthalten».

Schächli rät, Etiketten bis zum Service-Ende aufzubewahren. Dies ermöglicht eine fundierte Antwort bei Fragen und eine schnelle Rückverfolgung, falls ein Gast mit Unverträglichkeit reagiert. Schächli gibt weitere Tipps: Gute Basis ist ein ausreichendes

Selbstkontroll-Konzept, getrennte und gut gereinigte Behälter, zertifizierte Rohstoffe oder Lieferanten-Inspektionen. Wer gezielt für Allergiker kocht, muss aber höhere Anforderungen erfüllen und im Bedarfsfall für diese separat produzieren.

### BEIM REZEPTIEREN ZUTATEN MIT ALLERGENEN ERFASSEN

Bereits Erfahrung besitzen Gemeinschaftsverpflegungsbetriebe. SV Schweiz erhält «jährlich zwar nur fünfzig Gästefragen – vor allem zu Gluten –, aber bei steigender Tendenz», so SV-Group-Sprecherin Silvia Schmidrig. «Gästefragen werden seriös abgeklärt, was aber einige Zeit dauert. Bisher kamen zwei Fälle von allergischem Schock vor». Einen Schritt weiter geht Alexander Holzmann, Küchenchef des Herlberger Alters- und Pflegeheims

«im Berberg» und Mitglied der Kurskommission des Schweizer Kochverbandes. Er erfasst die zehn Allergene aller Zutaten beim Rezeptieren und druckt auf Anfrage eine Liste mit der vollständigen Allergen-Deklaration aus. «Dadurch vermeide ich Stress und falsche Antworten in der Küche, wenn ein Gast fragt», so Holzmann. «Ausserdem habe ich Belege und bin abgesichert.» Allergiker können bei ihm ein allergiefreies Menü vorbestellen. Hätte er bei seinen Stammgästen einen Sellerieallergiker, würde er generell selleriefreie Convenience verwenden. Erleichtert wird eine solche Allergen-Transparenz durch moderne Küchen-Software wie zum Beispiel «CatchUp» ([www.avantgarde-software.com](http://www.avantgarde-software.com)).

Tip: Tagung zum Thema am 26. 10. an der Hochschule Wädenswil ([www.iqfs.ch](http://www.iqfs.ch)).

## Die vielen Inhaltsstoffe, die zu Allergien führen

Rund 2 Prozent der Erwachsenen und 8 Prozent der Kinder in industrialisierten Ländern reagieren auf Lebensmittel-Allergene. Viele Lebensmittel können Allergien auslösen, aber die verschärfte Deklarationspflicht gilt nur für die hierzulande wichtigsten zehn:

Milch, Hühnerfleisch, Fisch, Krustentiere, Soja, Hartschalenobst (Nüsse etc.), Erdnüsse, Sesam, Sellerie, glutenhaltiges Getreide (Weizen, Roggen, Gerste, Dinkel, Einkorn, Emmer, Kamut, Hafer). Wenige Milligramm von allergenen Lebensmitteln reichen für eine Überreaktion des Immunsystems, und dies in-nerhalb Minuten. Co-Faktoren wie Schwä-

che, Stress, Kälte oder kalte Getränke, Hitze, Alkohol und Medikamente können sie verstärken.

Keine Allergie sondern ein Verdauungsenzym-Mangel ist die Milchzucker-Unverträglichkeit. Sie kommt häufig vor, führt aber zu anderen Beschwerden als die echte, seltene Milchprotein-Allergie. Ebenfalls von Unverträglichkeit oder Intoleranz spricht man, wenn Zusatzstoffe wie Tartrazin, einige Konservierungsmittel, schwefelige Säure oder Glutamat Beschwerden auslösen. Diese Pseudo-Allergien haben andere Mechanismen, aber die Symptome sind ähnlich.

Glutenfreie Produkte von Mehl über Brot, Kuchen bis Pizza und Müesli liefern spezialisierte Firmen. Eine Liste findet man unter folgendem Link im Internet: [www.spitalkoche.ch/glutenfrei.htm](http://www.spitalkoche.ch/glutenfrei.htm). Beispiele: Morga ([www.morga.ch](http://www.morga.ch)) oder Riesel ([www.riesel.ch](http://www.riesel.ch)). Das Riesalmehl besteht aus Reismehl, Maisstärke, Sojamehl und Eiweisspulver sowie Quarkmehl, um die Funktion des Glutens zu ersetzen. Auch milchfreie Produkte sind dort erhältlich, und kürzlich lancierte Emmi eine laktosefreie Milch. Für weitere Ernährungsinformationen bei Allergien: [www.sge-ssn.ch](http://www.sge-ssn.ch) GB

## FRANZÖSISCHE WEINE

# Volle Keller, tiefe Preise, neue Regeln

Die französischen Weinbauern, vor allem jene aus Bordeaux, kämpfen mit einer sinkenden Nachfrage. Neue Regeln sollen die Vermarktung verbessern.

■ **KATJA HASSENKAMP**

Ängstlich blickt so mancher französische Winzer auf seine Erträge, denn der Jahrgang 2004 fiel mengenmäßig üppig aus, und dabei sind noch viele Keller voll: Frankreich kämpft seit gut vier Jahren mit der Überproduktion, obwohl das Erntevolumen in den Jahren 2002 und 2003 gering war.

Waren zuerst die Tischweine vom rückläufigen Absatz betroffen, so haben inzwischen auch die AOC-Weine (Appellation d'origine contrôlée) mit sinkenden Konsum- und Exportzahlen zu kämpfen. Das hat sicherlich auch damit zu tun, dass die AOC-Labels in der Vergangenheit oft allzu schnell vergeben worden sind. Inzwischen gibt es 467 Appellations, die für 54 Prozent des französischen Weinvolumens stehen und sogar 57 Prozent der Anbaufläche für sich beanspruchen.

## NEUE REGELN FÜR FRANZÖSISCHE AOC-WEINE

Inzwischen steht das Institut National des Appellations d'Origine (INAO) bereits im Kreuzfeuer der Kritik. Von der Krise gebeutelt – das Einkommen der AOC-Winzer ist auf das Niveau von 1990 zurückgefallen – haben sich die Winzer endlich entschlossen die geltende Reglementierung unter Ägide von INAO-Präsident René Renou und Landwirtschaftsminister Hervé Gayraud zu überdenken.

Seit Juli steht nun fest, dass es in Zukunft zwei grosse Produktgruppen geben wird. Einmal die Weine der gehobenen Kategorie, die von einem so genannten «Angebots-Marketing» (marketing de l'offre) eingerahmt werden. Deren Produzenten selektieren ihre Kunden und garantieren ihnen ein Produkt mit spezifischen Charakteristika. Zum andern gängige Weine, die sich an einem «Nachfrage-Marketing» (marketing de la demande) orientieren, also der Nachfrage unterschiedlichster Kundensegmente gerecht werden. Sie können zu jeder Tageszeit und zu jedem Anlass konsumiert werden und mit ihnen können die Winzer auch auf vorübergehende Modeerscheinungen reagieren.

## BORDEAUX MIT STARKER PREISBAISSE

Nachdem im vergangenen Jahr nur 5,5 Millionen Hektoliter geerntet wurden, rechnet das Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB) für diese Ernte mit einem Ertrag von 7 Millionen Hektolitern – das bei sinkendem Absatz und rückläufigem Export. In nur einem Jahr ging der Bordeaux-Konsum in den französischen Restaurants um 7,6 Prozent zurück, und beim Export lag das Minus sogar bei 9 Prozent. Das hat dazu geführt, dass die Preise bereits zum Sommeranfang in den Keller gepurzelt sind und dass der Lagerbestand vor allem der einfachen Bordeauxweine heute noch beachtlich ist.

Der Wein des letzten Jahres ist auf Grund aussergewöhnlicher klimatischer Bedingungen von sehr guter Qualität, aber geringer Menge. Die für 2004 angekündigte Menge hingegen, spricht nicht unbedingt für gute Qualität, jedoch hält sich das CIVB noch mit einer Beurteilung zurück.

## BURGUND HOLT GEGENÜBER BORDEAUX AUF

Während die Bordeaux-Winzer immer noch mit rückläufigen Exportzahlen kämpfen, hat sich das Blatt für die Burgunderweine seit Anfang des

Jahres gewendet. Das Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) meldet für die ersten sechs Monate 2004 ein Ansteigen der exportierten Volumen um 3 Prozent (38 Millionen Flaschen gegenüber 36 Millionen Flaschen im ersten Semester 2003), und der Exportumsatz stieg sogar um 21 Prozent von 205 auf 250 Millionen Euro. Besonders hohe Umsatzsteigerungen konnten auf den Märkten USA (+40%), Kanada (+53%) und Japan (+110%) registriert werden, während die Erholung des europäischen Marktes langsamer geht.

Nachdem im Jahr 2003 nur etwas über 1 Million Hektoliter geerntet worden sind – das bedeutet einen Rückgang gegenüber 2002 um 28 Prozent –, erwartet man für den Jahrgang

2004 ein Volumen von 1,7 Millionen Hektolitern.

## CHAMPAGNERPREISE SOLLTEN STABIL BLEIBEN

Nach einer geringen Ernte im vergangenen Jahr (1,6 Mio. hl), rechnen die Champagnerwinzer für dieses Jahr mit 2,7 Millionen Hektolitern. Im Gegensatz zu anderen französischen Weinregionen ist die Champagne von der Absatz- und Exportkrise verschont geblieben, und daher ist eine üppige Ernte höchst willkommen. Der Ertrag pro Hektar wurde vom Institut National des Appellations d'Origine auf 13 000 Kilogramm pro Hektar festgelegt, wobei 1000 Kilo für die Reserve abgeführt werden müssen, die es in

schlechten Jahren ermöglicht, eine gleichbleibende Qualität zu garantieren. Damit es nicht erneut zu einer Preisexplosion kommt, haben sich Winzer und Champagnerhäuser im Sommer auf einen Fünfjahresplan geeinigt, der exzessive Preissteigerungen für die Trauben verhindern soll. Indirekt werden davon auch die Champagner-Verkaufspreise betroffen, die für die nächsten fünf Jahre eher stabil bleiben dürften.

## CÔTES DU RHÔNE: EFFORTS IM MARKETING

Das Wetter meint es in diesem Jahr mit den Winzern des Rhônetales gut, denn die Trockenheit im letzten Sommer dürfte erneut geringere Mengen

bringen. Zudem haben sich die Winzer darauf geeinigt, den Ertrag pro Hektar von 51 auf 45 Hektoliter zurückzuführen. Das als Antwort auf die Weinkrise: Minus 9 Prozent beim Absatz in Frankreich und minus 12 Prozent beim Export. Parallel dazu will man mit neuen Marketingmethoden den Konsum ankurbeln. Ein erster Schritt ist eine Zusatzindikation auf den Etiketten, was neue Kundenschichten bringen soll: «Kräftiger Wein» (vin corsé) und «Fruchtiger Wein» (vin fruité). Langfristig plant man, drei Produktgruppen anzubieten: Markenweine bekannter AOC-Labels, Modeweine (vins tendance) und Rebsortenweine. Diese werden sich auch preislich deutlich unterscheiden, damit jedes Kundensegment auf seine Kosten kommt.

Anzeige

48 Spiegelau-Gläser  
oder  
18 Riedel-Gläser

+ Schürzen, Korkenzieher, Tonweinkühler,  
Karaffen, Kochbuch, Bar- und Menükarten, usw. ...

# GRATIS!\*

Für ein Monat „Österreich glasweise“  
in Ihrem Restaurant

\*Teilnahmebedingungen siehe unten

**So einfach funktioniert's:** Sie bieten Ihren Gästen zwischen November 2004 und Januar 2005 über mindestens 1 Monat vier Österreichische Weine (von 3 Winzern) glasweise in Ihrem Restaurant an und erhalten dafür von uns vorab das umfassende Promotionpaket (siehe unten) im Wert von **SF 1.300 GRATIS** zugesandt. Weiters bestellen Sie zwischen November 2004 und Januar 2005 mindestens 120 Flaschen **WEIN AUS ÖSTERREICH** bei Ihrem Händler (kann auch bei mehreren Händlern erfolgen). Anmeldung bis 15. Dezember 2004, Anmeldeformular bei Ihrem Händler oder unter [www.weinausosterreich.at/oesterreichglasweise](http://www.weinausosterreich.at/oesterreichglasweise)

### Und das ist in Ihrem kostenlosen persönlichen Promotionpaket enthalten:

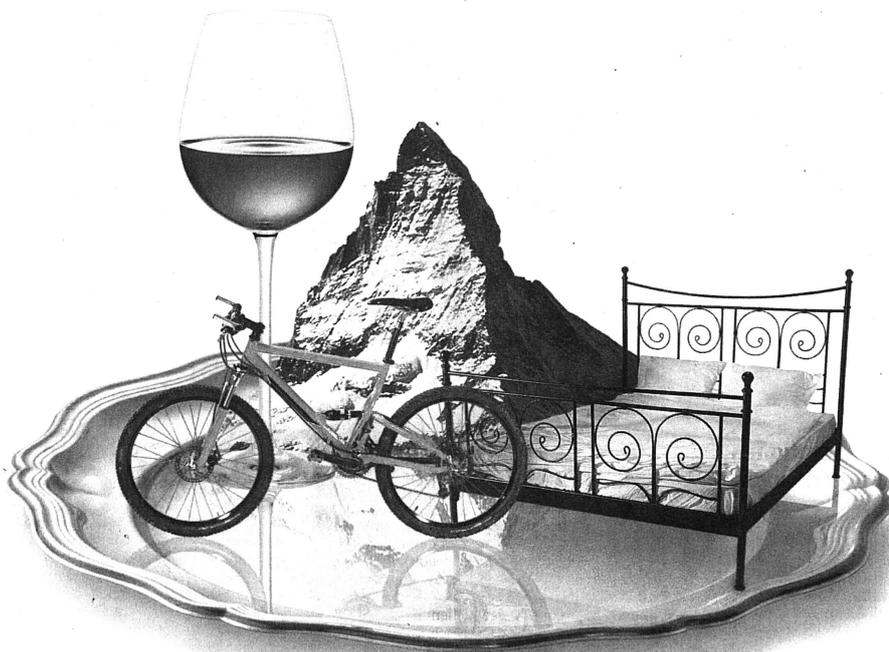


- 48 Spiegelau-Gläser Grüner Veltliner Reserve ODER 18 Riedel-Gläser Riesling Grand Cru (geeicht)
- 2 Dekantierkaraffen
- 5 Korkenzieher
- 5 Kellnerschürzen
- 5 Tonweinkühler
- 25 Menükarten
- 25 Barkarten
- 125 Angebotskarten (5 Motive)
- 50 Tischaufsteller „Wein aus Österreich“ (2 Motive)
- 1 Rezeptbuch „Meine Österreichischen Lieblingsgerichte“ von Alois Mattersberger
- 1 Postersatz Weinland Österreich
- weiteres Werbematerial wie Logotafel, Dekorationsbänder, Imagebroschüren, ...

# Profis lesen die htr.

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

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



**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 Hotellerieuisse 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.



FRANKFURTER BUCHMESSE

## Medaillen für Schweizer Kochbücher

Ein regelrechter Medaillenregen ergiesst sich in diesem Jahr über die Schweiz – verliehen von der GAD, Gastronomische Akademie Deutschlands.

GEORG UBENAUF

Wie in jedem Jahr eröffnet die Gastronomische Akademie Deutschlands (GAD) die renommierte Frankfurter Buchmesse mit den Ehrungen ihres «Literarischen Wettbewerbs». Eine hochrangige Jury hat in diesem Jahr für Schweizer Autoren und Bücher Schweizer Verlage insgesamt eine Goldmedaille, acht Silbermedaillen und den begehrten «Sonderpreis für Originalität» vergeben. Rechnet man den ehemals in Bern domizilierten Münchner Hallwag-Verlag hinzu, kommt sogar noch eine Goldene Feder dazu.

### AT-VERLAG MIT ACHT MEDAILLEN

Medaillengewinner ist insbesondere der nach Baden verzogene AT-Verlag. Nicht nur geht der «Sonderpreis für Originalität» an den AT-Verlag, auch alle acht Schweizer Silbermedaillen heimst der AT-Verlag ein. «Innige regionale Verbundenheit» in «Symbiose mit seinem originellen Kochstil» wird Stefan Wiesner bescheinigt, der mit seinem Buch «Gold, Holz, Stein» laut GAD-Lob «beweist, dass er zu Recht der derzeit kreativste, ungewöhnlichste Schweizer Koch ist». Dafür also der Sonderpreis für Originalität. Und Esther Rothacher als Pressesprecherin des AT-Verlages mochte es «zuerst gar nicht glauben, dass so viele Medaillen auf uns entfallen». Von A wie Ayurveda-Kochbuch über W wie Wild, Wildeisen (Annemarie) und Wildpflanzen bis Z wie Zumbraun-Loosli (Natalie) reicht die Titel- und Namenspalette der ausgezeichneten AT-Werke.

### GOLD FÜR «FISCH, SCHAL- UND KRUSTENTIERE»

Eine der fünf vergebenen Goldmedaillen erhält das Autorenteam Bruno Hausch und Christine Messer-Hausch für ihr opulentes Werk «Fisch, Schale und Krustentiere». Das meerblau gebundene grossformatige und 494 Seiten starke Werk im Schubert ist bei «Opt Art» in Burgdorf BE zum zehnjährigen Jubiläum des «Culinary Chronicle» erschienen, wird aber vornehmlich vom deutschen Verlag Walter Hädecke vertrieben (der auch die Ehrung dafür kassiert).

Alle Details gibt es – wie jedes Jahr – erst bei der festlichen Medaillen-Vergabe, zu der meist nicht nur die Verlage, sondern auch viele der ausgezeichneten Autoren nach Frankfurt reisen. Die hr wird in der kommenden Ausgabe ausführlich darüber berichten.

### KURZ UND BÜNDIG

#### Neue Feldschlösschen-Lagerhalle eingeweiht

Nach knapp einjähriger Bauzeit wurde letzte Woche die erweiterte Lagerhalle am Hauptsitz der Feldschlösschen Getränke AG in Rheinfelden eingeweiht. Der 18-Mio.-Bau mit computergestütztem Warenlager bringt rund 50 neue Arbeitsplätze nach Rheinfelden. Während bisher Staplerfahrer wissen mussten, wo sie welche Artikel finden, werden nun sämtliche Warenbewegungen in einem Informatiksystem erfasst. *MJP*

SEPP WIMMER

# «Heute reicht es nicht mehr, nur Essen und Trinken anzubieten»

Das traditionsreiche Zürcher Zunfthaus «Zur Waag» hat ab 1. Oktober einen neuen Zunftwirt: Sepp Wimmer will als Pächter mit 5-Jahres-Vertrag in der frisch renovierten «Waag» den Gästen ein Stück Zürich vermitteln, gewürzt mit Fantasie und österreichischem Charme.

INTERVIEW: HELGA WIENRÖDER

Ein Gastgeber mit österreichischen Wurzeln in einem so traditionellen Schweizer Zunfthaus – wie geht das zusammen?

Die Vorsteherschaft der «Waag» hat mich offiziell zu einem Gespräch eingeladen und genau unter die Lupe genommen. Was vermutlich den Ausschlag gab, war, dass die Zunft zur Waag klar den Wunsch hatte, dass ich persönlich dahinterstehe und nicht eine Gruppe. Vermutlich wurde auch meine Vergangenheit in der «Sonne» mit in die Waagschale geworfen und die dort gemachten Erfahrungen mit der Hauptklientel einer gehobenen Mittelschicht.

### «Man muss mit einer erlebbareren Gastronomie Emotionen verkaufen.»

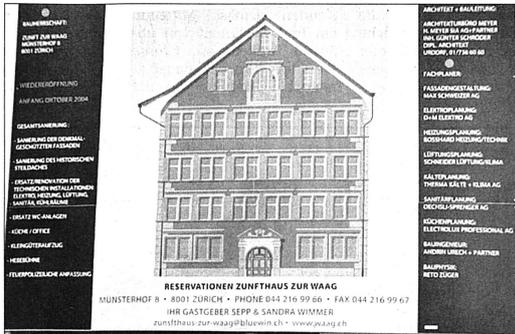
Der Unterschied zu Ihren früheren «Sonne»- und «Terrasse»-Gästen ist nicht zu übersehen. Das Zunfthaus zur Waag hat wohl eine ganz andere Klientel.

So viel anders als die Stammgäste der Küssnacher «Sonne» sind die «Waag»-Kunden wohl doch nicht. Natürlich gab es in Küssnacht einige Unterschiede bei den Gästen in den verschiedenen Restaurants und im Garten. Doch denke ich, dass ich ehemalige Gäste vom Zürichsee in der «Waag» wieder treffen werde, auch deshalb, weil ich als Küssnacher aktiv in verschiedenen Vereinen tätig bin und viele Kunden persönlich gut kenne.

Nun lebt die «Waag» nicht nur von Stammgästen, sondern auch von Touristen und anderen Besuchern. Welchen Kundenmix wünschen Sie sich?

Das «Zunfthaus zur Waag» hat immer stark von Touristen profitiert, vor allem auch aus den USA. Nach dem 11. September sind viele dann eine

Foto: Helga Wienröder



### WIEDERERÖFFNUNG MIT NEUEM ZUNFTWIRT

Das «Zunfthaus zur Waag» in Zürich wurde nach einer aufwändigen Renovation wieder eröffnet. Der neue Zunftwirt Sepp Wimmer kurz vor Abschluss der Arbeiten.

Zeitlang weggeblieben. Doch das ändert sich jetzt, wie ich an den vielen Vorbestellungen feststellen konnte. Die «Waag» hat auch schon früher ein sehr gutes Marketing betrieben und mit den Conciergen von 4- und 5-Sterne-Hotels zusammengearbeitet. Für mich ist es eine Herausforderung, einerseits die bestehende Struktur zu erhalten und Stammgäste auch weiterhin zu verwöhnen, und andererseits zur Durchmischung der Gästestruktur noch mehr jüngere Leute und Touristen zu gewinnen.

Mit welchen Vorsätzen und neuen Ideen wollen Sie Ihre Ziele erreichen?

Indem ich versuche, einige spezielle Dienstleistungen spürbar zu machen. Heute reicht es eben nicht mehr, einfach nur Essen und Trinken anzubieten, sondern man muss mit einer erlebbareren Gastronomie Emotionen

aktiv verkaufen. Die kann man kreieren und darin sehe ich eine meiner Stärken. Ich bin der Ansicht, dass man in den Zürcher Zunfthäusern den Zunftwirt eigentlich kennen sollte. Der sollte eine Persönlichkeit in Zürich sein und ebenso populär wie nahbar. Also kein unsichtbarer Manager, der am Abend nach Hause geht und die Gäste alleine im Restaurant lässt. Man kann zum Beispiel auch Mozart auf der ganzen Welt hören – die Noten sind überall die gleichen. Aber es ist schliesslich der Dirigent, und das ist auch an meiner Rolle so, der das Zusammenspiel bestimmt. Und viele Gäste wollen in der Restauration den Dirigenten sehen. Daher arbeite ich auch an der Front mit. Diese Haltung muss man auch den Mitarbeitern vermitteln.

Was wird neu auf der Speisekarte stehen?

Die Speisekarte muss vor allem Kauflust vermitteln. Klassische Gerichte und Kreatives werden sich die Waage halten. Als Wirt kann man nicht mit verschränkten Armen irgendwo stehen und erwarten, dass der Gast zufrieden nach Hause geht. Die fetten Jahre vor der Jahrtausendwende sind vorbei, viele Gäste wollen oder müssen sparen. Ich lege Wert auf eine authentische Küche, mit frischen Produkten möglichst aus der Gegend. Die Gäste sollen wissen, dass es in der «Waag» Gerichte gibt, von denen man weiss, dass sie «the best of» sind, egal ob Geschnetzeltes Zürcher Art oder Hackbraten, Zürichseefische oder Weine vom See. Die Preise werden angemessen, aber nicht abgehoben sein.

### «Es liegt mir daran, die Schwellenangst vor dem Traditionshaus zu nehmen.»

Der Denkmalschutz hat Ihnen die Auflage erteilt, dass inskünftig keine Blumen mehr die Fenster der «Waag» schmücken dürfen. Könnte das nicht manchen Zürichern und auswärtigen Gästen seltsam vorkommen, die das Haus schon lange kennen?

Wir müssen sehen, wie die Gäste reagieren. Früher hörte man oft, dass man sich in der «Waag» verabredete wie: «das Zunfthaus mit dem schönen Blumenschmuck am Münsterplatz». Auf jeden Fall hoffe ich auf die Bewilligung, im nächsten Jahr eine blumengeschmückte Terrasse, vielleicht auch mit ein paar Stehtischen für ein Bar-Feeling vor der «Waag» zu installieren. Es liegt mir daran, die Schwellenangst vor dem Traditionshaus zu nehmen. Warum nicht mit einem Abholservice vom Parkhaus oder einer Sänfte, mit welcher die Gäste in den 3. Stock getragen werden, weil das Haus keinen Lift hat. Vielleicht fänden das auch Brautpaare romantisch. Ich selbst habe vor 19 Jahren meine Hochzeit in der «Waag» gefeiert und sie hat mir Glück gebracht. – Ich habe noch viele Ideen, aber momentan will ich nicht mehr darüber verraten.

### Zur Person

Sepp Wimmer, 44, absolvierte die Hotelfachschule in Salzburg. Nach seiner Lehre im elterlichen Betrieb kam er als erst 24-Jähriger zu seinem ersten Engagement als Direktor ins Hotel Sternen nach Unterwasser. Danach folgten Stationen in Buochs (Direktion des 4-Sterne-Seehotels Rigiblick von 1987 bis 1992), in Küssnacht (Direktion des Seehotels Sonne von 1993 bis 2000) sowie der Aufbau des Restaurants Terrasse in Zürich von 2000 bis 2001. Als selbstständiger Gastronomieberater eröffnete Wimmer danach vier Restaurants, darunter auch für Swiss Casinos.

Ab 1. Oktober 2004 sind Sandra und Sepp Wimmer neues Zunftwirt-Ehepaar im 1637 erbauten und unter Denkmalschutz stehenden «Zunfthaus zur Waag». *HW*

## Die Zürcher Zünfte, ihre Zunfthäuser und Zunftwirte

**Haus zum Rüden**  
Gesellschaft zur Constaffel  
Willi Gloor

**Zunfthaus zur Safran**  
Zunft zur Safran  
Gianni Segantini

**Zunfthaus zur Meisen**  
Zunft zur Meisen  
Pascale und Bernhard Liechti

**Zunfthaus zur Schmidn**  
Zunft zur Schmidn  
Norbert Zirn

**Restaurant Weisser Wind**  
Zunft zum Weggen  
Oscar Zünti

**Savoy-Hotel Baur en Ville**  
Vereinigte Zünfte zur Gerwe  
und zur Schuhmachern  
Hansjörg Schläpfer

**Widder Hotel**  
Zunft zum Widder

**Zunfthaus zur Zimmerleuten**  
Zunft zur Zimmerleuten  
Andreas Wüss

**Zunfthaus zur Schneidern**  
«Zum Königsstuhl»  
Zunft zur Schneidern  
Herbert Fandl

**Hotel zum Storchen**  
Zunft zur Schiffeuten

**Zunfthaus zur Haeu**  
Zunft zum Kämbel  
Josef Schrotter

**Zunfthaus zur Waag**  
Zunft zur Waag  
Sepp Wimmer

**Zunfthaus Grünes Glas**  
Zunft Riesbach  
Walter Schöpflin

Neben den 13 Zunfthäusern gibt es in Zürich weitere 13 Restaurants, welche die so genannten «jüngeren Zünfte», die ab 1867 gegründet wurden, beherbergen.

Infos: [www.sechselauten.ch/Zunft](http://www.sechselauten.ch/Zunft)

Reklame

Willst Du Fisch hygienisch essen, nimm «GENE-FISH» zum Zitronen pressen.

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

## «Sechs in the City»

**Hamburg.** Die Küchenchefs der sechs Spitzenhotels der Hamburger Innenstadt bitten am 21., 22. und 23. Oktober unter der vielsagenden Überschrift «Sechs in the City» zu einer kulinarischen Rundreise von einem Haus zum anderen.

Mit dabei sind die beiden Traditionshäuser «Raffles Hotel Vier Jahreszeiten» und «Kempinski Hotel Atlantic» sowie das «Park Hyatt», das «Steigenberger Hotel», das «Side» und das «Le Royal Méridien». Ein Sechsgang-Menu wird in jedem der

renommierten Restaurants im eigenen Stil und auf unterschiedliche Weise interpretiert und serviert. Die Grundzutaten sowie deren Reihenfolge (Gänseleber, Hummer, Steinbutt, Steinpilze, Reh und Blaubeeren) bleiben dabei in allen Häusern identisch.

Ein weiterer Clou der Schlemmerreise durch die Hansestadt ist der persönliche Chauffeur, der die Teilnehmer in einer Phaeton-Limousine von Hotel zu Hotel zum nächsten Gang fährt. **MJP**

## 1. Prodega-CC-Markt im Wallis

**Conthey.** Nach einer 12-monatigen Bauzeit öffnete diese Woche in Conthey der 1. Prodega-Cash+Carry-Markt im Wallis seine Türen. Der insgesamt 17. Prodega-CC-Markt der Schweiz, der eine Gesamtladenfläche von 4200 Quadratmetern umfasst, bietet seinen Kunden gemäss Mitteilung ein Profi-Sortiment von über 30000 Artikeln an. Grossen Wert lege Prodega dabei auf regionale Produkte aus dem Wallis. **MJP**

## 15 Jahre CCA in Bern

**Bern.** Der Berner CCA-Engrossmarkt feiert in diesen Tagen ein Jubiläum: 15 Jahren sind seit der Eröffnung an der Murtenstrasse vergangen. Cash+Carry Angehörige möchten sich laut Mitteilung anlässlich des Jubiläums bei seinen Kunden für die Treue bedanken. So können die Gastronomen und Lebensmittelhandeldetaillisten, die zur Festwoche vom 18. bis 22. Oktober 2004 geladen werden, zahlreiche Aktionen und Aktivitäten erwarten. **MJP**

## In Konkurrenz zu Hollywood

**Adelboden.** In Hollywood der Walk of Fame als Verewigung der Stars aus dem Film- und Showgeschäft – in Adelboden der FIS Ski World Cup Adelboden-Place of Fame als Verewigung der bisherigen und zukünftigen Adelboden-Siegfahrer. Dieser Place of Fame wurde mitten auf Adelbodens Dorfplatz mit Skiprominenz und einem Volksfest eröffnet. Der Grundstein dazu war bereits im vergangenen Februar gelegt worden. **DST**

## ZITAT DER WOCHE

**«Es gibt zu viele Verbände, zu viele Direktoren, zu viele Präsidenten, zu viele Verwaltungsräte aller Art im Schweizer Tourismus.»**

Dick Marty, Tessiner Ständerat und Präsident von Schweiz Tourismus, auf Seite 5

## PEOPLE



**Mario Lütolf** (43), der scheidende Direktor von Luzern Tourismus, wird per 1. November 2004 die Leitung des Bereichs «Marketing und Verkauf» der künftigen Zentralbahn übernehmen. Die Zentralbahn ist das Fusionsprodukt aus SBB Brünigbahn und Luzern-Stans-Engelberg-Bahn (LSE). **DST**

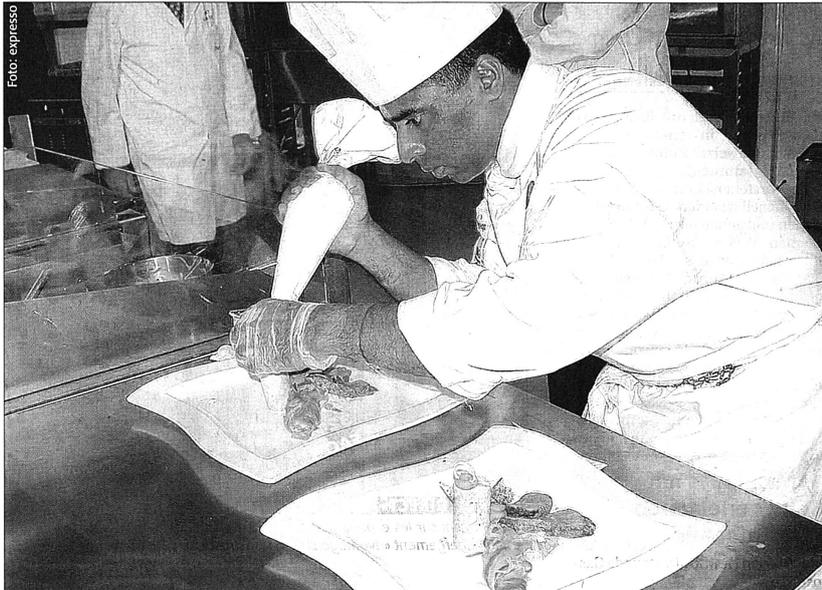
Nach über dreissig Jahren Tätigkeit bei Mövenpick wird **Rinaldi Veri**, seit 21 Jahren District Manager Tessin und Geschäftsführer des Mövenpick-Restaurants Parco Ciani in Lugano, per Ende Dezember 2004 in den Ruhestand treten. Sein Nachfolger wird **Stefan Brunner**, der den Betrieb per 15. Oktober 2004 übernehmen wird. **MJP**



**Sandro Agosti** heisst der Nachfolger von **Doris Küng** als Geschäftsführer des Verbandes Appenzellerland Tourismus AR (VAT AR). Der Absolvent der Universität St. Gallen wird seine Stelle am 1. November antreten. **DST**



**Mélanie Braune**, Absolventin der Schweizerischen Tourismusfachschule Siders, ist neu verantwortlich für Marketing & Verkauf bei den Swiss Budget Hotels und Nachfolgerin von **Peter Bächli**. Im Aussendienst ist neu **Max Koçan** tätig. **DST**



**Die ZAGG-Sieger.** Der Star der Kocharena an der diesjährigen ZAGG war **Varathan Nithiyapawanantham**, Küchenchef im Hotel-Restaurant Eichberg in Seengen und Mitglied der Aargauer Kochgilde. Bei den Regionalteams ging denn auch die Aargauer Kochgilde als Gesamtsieger hervor. Auf den zweiten Platz schaffte es der Cercle des Chefs de Cuisine Berne CCCB. Die Nationalteams Schweizer Koch-Nationalmannschaft, Schweizer Jugend-Nationalteam und Swiss Army Culinary Team kochten an der ZAGG unter den gleichen Bedingungen wie in wenigen Wochen an der Internationalen Kochkunstausstellung IKA in Erfurt: Sie wurden nach dem Punktesystem der IKA beurteilt und holten alle drei Gold. «Das war eine gute Hauptprobe,» kommentiert die Trainerin des Schweizer Jugendnationalteams, **Doris Vögeli**. «Die Teammitglieder gingen völlig erschöpft aber glücklich nach Hause.» **GSG**

## WEINJOURNALISTEN-PREIS

### Prämierte Wein-Artikel

Der «Prix du Champagne Lanson» wurde bereits zum fünften Mal in der Schweiz durchgeführt. 24 Weinjournalisten sandten ihre Artikel ein, die in den letzten 12 Monaten in der Schweizer Presse erschienen. Die Sieger lauten **Martine Bernier**, Yvorne, für ihren Artikel «Pourquoi choisir la biodynamie?», publiziert in «terre & nature» und **Jérôme Estébe**, Genf für den in der «Tribune de Genève» erschienenen Artikel «Ces beaux vins bon marché dont est jalonné le Chalonnais». **Peter Keller**, Zürich, konnte für seinen kritischen, in der «NZZ» erschienenen Artikel «Chile gegen Bordeaux» einen Spezialpreis entgegennehmen. **MJP**

Foto: zvg



LE PRIX DU CHAMPAGNE LANSON 2004

Die Preisträger des diesjährigen Prix du Champagne Lanson: Die Weinjournalisten **Jérôme Estébe**, **Martine Bernier** sowie **Peter Keller** (v. l. n. r.).

## GLOSSE

### Preisjammern

HANSPETER GSELL\*

«Es besteht Erklärungsbedarf über die Preisbildung im Gastgewerbe», meinte ein Wirt-Ombudsmann. Es sei den meisten Gästen viel zu wenig bewusst, dass sie nicht in erster Linie für Speisen und Getränke bezahlen, sondern für die Dienstleistung.



Diese Aussage, gemacht im Zusammenhang mit bevorstehenden Preiserhöhungen in der Gastronomie, ist beinahe so alt wie die Menschheit. Und doch ist es anscheinend bis heute niemandem gelungen, die Gäste preislich derartig zu disziplinieren, dass sie höhere Preise freudig und naturgegeben willkommen heissen. Die Gastronomie ist wohl die einzige Branche, die ihre Preise erklärungsbedürftig findet und sie mit ihren Kunden in aller Öffentlichkeit diskutiert. Oder kennen Sie etwa die Bruttowarenrendite Ihres Metzgers und die Gewinnmarge Ihres Zahnarztes?

Was aber, wenn die Gäste diese Zusammenhänge sehr wohl kennen und gerade deshalb die Preisbildung kritisch hinterfragen? Vielleicht haben sie schon längst begriffen, dass ein Lächeln mehr wert ist als der Preis einer Tasse Kaffee. Und sicher wissen sie auch, dass eine Stunde Gastfreundschaft mehr wert ist als die fünfzehn Franken für das Mittagmenü.

Wehleidiges Jammern und weinerliches Nörgeln gehören in keinem Fall zu den gastfreundlichen Tugenden. Ganz im Gegenteil! Ich möchte nämlich bei einem guten Essen und einem Glas Wein sorgenlos Ihre Gastfreundschaft geniessen. Ich weiss nämlich auch noch nicht, wie ich nächstes Jahr die Prämie für meine Krankenversicherung bezahlen soll.

\* 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

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

Gegründet 1892

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

**Leitung Medien:**  
Christan Santschi

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

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

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

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

**Milestone:** Dr. Peter Käbler (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 Loh (GL), Tessin; Herbert Purtscher (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Fransiska Richard (FR), Basel; Sonja Süder (SS), Bern; Georg Ubersauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich

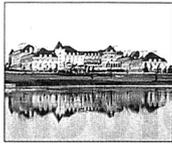
**Verlag:**  
Verlagsleitung: Iris Strehel,  
Abonnemente: Sabine Rothacher,  
Stellensysteme: Marc Moser,  
Geschäftszweigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter),  
Insendienst: Marc Moser

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

**Anzeige:**  
11157 Ex. WEMF-belegtaugl. 2003,  
20'000 Ex. Vertriebsauftrag  
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)  
Einzelnummer Fr. 4.20, Jahresabonnement Fr. 145.-,  
ISSN: 1424-0440

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

**Kontakte:**  
Adresse:  
Morbijustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern.  
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)  
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,  
E-Mail: htr@swiss-hotels.ch  
Abonnemente:  
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 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  
Geschäftsreisen:  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch  
Internet: www.swiss-hotels.ch  
Für unvollständige Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



**MÖVENPICK /** Le premier hôtel Mövenpick de France a été ouvert à Disneyland Paris. Quatre autres projets sont prévus en France. **PAGE 3**



**VALAIS /** La commission chargée de la révision de la loi sur le tourisme commencera ses travaux à la mi-octobre. **PAGE 5**



**hotel+tourismus revue**

«BENCHMARK» ÉNERGIE

**Les hôteliers vaudois sont partants**

Le projet de «benchmark» pour l'énergie dans l'hôtellerie vaudoise devient une réalité. Une première séance de travail a été fixée au 19 octobre.

MIROSLAW HALABA

Le premier «benchmark» hôtelier romand pour l'énergie est en passe de voir le jour. En effet, sur l'initiative d'Hôtellerie vaudoise et de l'un de ses vice-présidents, Hans Wyssbrod, directeur du Grand Hôtel Résidence, à Sainte-Croix, vingt-deux hôteliers ont décidé de se lancer dans l'aventure. Charles Weimann, l'ingénieur mandaté par l'Agence de l'énergie pour l'économie\* (AEnEC) pour coordonner l'activité de ces groupements en Suisse romande, ne cache pas qu'il aurait préféré démarrer l'expérience avec une trentaine de participants. Il ne désespère cependant pas d'atteindre ultérieurement ce chiffre, cette première expérience pouvant, en effet, intéresser d'autres candidats.

**L'ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES AU PREMIER PLAN**

Créés dans la foulée des objectifs mondiaux de réduction des émissions de gaz carbonique et d'économie d'énergie, les «benchmarks» ont pour objectif premier de donner aux entreprises participantes le moyen d'échanger leurs expériences. Ainsi le «benchmark» romand, qui s'ajoute aux six groupements du même type recensés dans l'hôtellerie allemande, se réunira pour une première séance le 19 octobre. Elle permettra aux participants de s'informer sur la démarche de ce groupement et de définir la manière de travailler. Le groupe devrait se réunir deux à trois fois par an.

**LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE SOUS LA LOUPE**

Les participants seront surtout invités à réunir et à communiquer à l'AEnEC, d'ici six mois environ, des informations sur leur consommation d'énergie (électricité, gaz, eau). Ces dernières seront traitées par l'AEnEC. Elle en tirera différents ratios (consommation par chambre, par exemple) qui pourront alors être comparés et discutés par les participants lors d'une prochaine séance, explique Charles Weimann.

\* www.enaw.ch

UNE CLASSIFICATION DE GASTROSUISSE

**Projet accueilli avec scepticisme**

L'annonce, la semaine dernière, par Gastrosuisse de son intention de lancer, dès 2006, une nouvelle classification hôtelière suscite le scepticisme, notamment, auprès d'hôtelleriesuisse. On s'interroge avant tout sur la coexistence de deux systèmes de classification.

MIROSLAW HALABA

L'affaire était dans l'air depuis quelque temps déjà. Gastrosuisse n'a donc pas véritablement surpris la branche en annonçant, la semaine dernière, son projet de nouvelle classification hôtelière. Pour l'association faitière des cafetiers-restaurateurs et hôteliers, ce projet doit permettre aux petites entreprises hôtelières de subsister. Elle considère son action comme un engagement en faveur de la petite hôtellerie. «On pense dans les milieux touristiques suisses que seuls les grands établissements peuvent survivre. Or, nous estimons de notre côté que les petits hôtels peuvent être viables s'ils travaillent de manière efficace», a indiqué Florian Hew, le directeur de Gastrosuisse.

Cette nouvelle classification, qui répond, dit Gastrosuisse, à une revendication formulée «de longue date» par ses membres, porterait sur les hôtels d'une à cinq étoiles. Ce qui va plus loin que le projet initial qui prévoyait de limiter le classement des établissements d'une à trois étoiles. L'objectif de Gastrosuisse est de mettre en place une classification «simple, conviviale et axée sur la vente». Allusion au système de classification d'hôtelleriesuisse que d'aucuns considèrent comme compliqué. Le système reprendra le symbole des étoiles considéré comme «bien ancré au niveau mondial». On ne sait pas, pour l'heure, quels seront les critères de qualité qui seront retenus pour procéder au classement. «Nous nous efforcerons de développer un système de classification crédible», a expliqué Florian Hew.

**SUR L'EXPÉRIENCE DE LA «SUISSE EN DIRECT»**

Combien d'hôtels seraient ainsi classifiés? Gastrosuisse vise les quelque 2500 à 3000 hôtels sur le total de 6000 que compte notre pays et qui ne sont pas encore classifiés. Le lancement de l'opération est prévu pour le début de 2006. Un plan d'exploitation prévisionnel sera établi d'ici le printemps 2005. Ce projet repose sur les

Photo: Miroslaw Halaba



«SUISSE EN DIRECT» C'est notamment sur les expériences faites avec le paquet de prestations «Suisse en direct», qui comprend notamment un guide de l'hébergement «avantageux», que Gastrosuisse planifie son projet de nouvelle classification hôtelière.

expériences faites avec le paquet de prestations «Suisse en direct» destiné aux petits et moyens hôtels. Ce paquet comprend un guide hôtelier et une présentation sur Internet. Il a été suivi, cette année, par une promotion lancée en collaboration avec Suisse Tourisme et la plate-forme Switzerland Travel Center et intitulée «Hôtels avantageux». Une campagne qui a rencontré «beaucoup de succès», a indiqué Gastrosuisse.

**LES ÉCHANGES N'ONT PAS ABOUTI**

Ce projet suscite toutefois le scepticisme. Il n'est en tout cas pas du goût d'hôtelleriesuisse qui voit, dans cette démarche, un empiètement sur son domaine de compétence. Des échanges sur cette question ont bien eu lieu entre les deux associations, mais ils n'ont pas abouti. «Chacun ira ainsi de son propre chemin et je ne pense pas que ce soit une bonne idée», a indiqué le président d'hôtelleriesuisse, Christian Rey, inquiet surtout de l'impact que cette nouvelle classification aura auprès des clients. «Le client aura de la peine à différencier deux systèmes de classification. Car, ce qu'il faut, c'est un système homogène et cohérent», a souligné, le directeur d'hôtelleriesuisse, Christoph Ley. Le di-

recteur de Gastrosuisse ne se montre cependant pas inquiet. Pour Florian Hew, en effet, le client est habitué aujourd'hui à vivre avec diverses classifications. Et de songer notamment à celles des groupements hôteliers.

**HOTELLERIESUISSE MAINTIEN LE CAP**

En charge du dossier de la classification, Christian Hodler, directeur-adjoint d'hôtelleriesuisse, aborde un autre élément du débat. Il est vraisemblable, estime-t-il, qu'un deuxième système de classification ne pourra

avoir de chance sur le marché que si les critères de qualité s'avèrent inférieurs au système actuellement pratiqué. En tout état de cause, hôtelleriesuisse maintient le cap. Comme l'a souligné Christian Rey, l'association poursuivra ses travaux de mise en place de la nouvelle classification. Celle-ci entrera en vigueur avec la parution, fin 2006, du Guide suisse des hôtels 2007. Elle tiendra compte, rappels-le, de l'évolution du marché et des besoins des hôtes. Il est notamment question d'introduire une différenciation dans les catégories de trois à cinq étoiles.

**Quel impact sur la clientèle?**

Comment réagira le client à la vue de deux classifications? C'est la question que se pose notamment la directrice de la Fédération suisse du tourisme (FST), Judith Renner-Bach. Celle-ci est d'avis que l'hôte placera les deux systèmes, celui d'hôtelleriesuisse et celui de Gastrosuisse, sur le même pied d'égalité.

Directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid, lui emboîte le pas. Le but d'une classification, explique-t-il, est de donner au client des points de re-

pères. Il est à craindre, estime-t-il, qu'avec deux systèmes de classement exploités dans un petit pays comme la Suisse, cet objectif ne puisse pas être atteint. Cela pourrait même avoir des effets contraires.

Tant Judith Renner-Bach que Jürg Schmid regrettent, en tout cas, que les deux associations n'aient pas pu trouver de terrain d'entente. Pour la directrice de la FST, cela montre, une fois de plus, que l'unité est difficile à trouver dans le tourisme. **MH**

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

**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  
Personne de contact:  
Monika Basco  
monika.basco@bdo.ch  
Tél. 021 310 23 23  
www.bdo.ch

**HUG**  
concours Dessert  
Fantasien 2004

La recette du vainqueur:  
"Vous trouvez plus des idées sur  
notre page internet  
www.hug-luzern.ch  
\*Vainqueur catégorie apprentis  
Daniel Studer, Hotel du Sauvage, Fribourg

Gastroconsult  
FIDUCIAIRE POUR L'HÔTELLERIE ET LA RESTAURATION

**Nous vous offrons un Service 5★**

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

- \* compétence
- \* professionnalisme
- \* discrétion
- \* flexibilité
- \* efficacité

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

**happy YOU**

**CONTROLE DES COÛTS?**  
Avec le nouveau concept de location happy lease&sleep.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit-happy.

Tél. 071 387 44 44, www.happy.ch

La coupe filante pour des légumes taillés à la perfection!

www.gaufrettes.ch  
Brunner SA, Lausanne, tél. 021 784 15 14

## VERBIER

Plusieurs  
rénovations  
d'hôtels

Quatre hôtels de Verbier ont entrepris d'«importantes rénovations», a annoncé la semaine passée Verbier Tourisme dans son bulletin d'information.

■ LAURENT MISSBAUER

«Les pessimistes ne cessent de répéter que l'hôtellerie va mal. Sans jouer les optimistes béats, force est de constater que cette branche se porte relativement bien à Verbier. Les grands projets sont certes toujours en attente mais plusieurs établissements ont entrepris d'importantes rénovations.» C'est ainsi que débute l'article intitulé «Renouveau dans l'hôtellerie» du bulletin d'information de Verbier Tourisme dans lequel on apprend que l'Hôtel Le Farinet (3 étoiles) a rénové la totalité de ses chambres (58 lits) et que l'ensemble de l'établissement bénéficie de connexions Internet sans fil.

L'Hôtel 4 Vallées (4 étoiles) a quant à lui rénové quatre chambres, alors que le Chalet d'Adrien (5 étoiles) a agrandi son spa et étoffé son offre par un fitness. Autre nouveauté: l'Hôtel de Verbier (3 étoiles) connaît désormais une exploitation en deux temps. Du 1er décembre au 30 avril, il est géré par Inghams, un tours-opérateur du groupe Hotelplan alors que du 1er mai au 31 octobre il est dirigé par Patrick Bruchez qui en reste le propriétaire.

## HÔTELS SEILER, ZERMATT

## Le 150e anniversaire approche

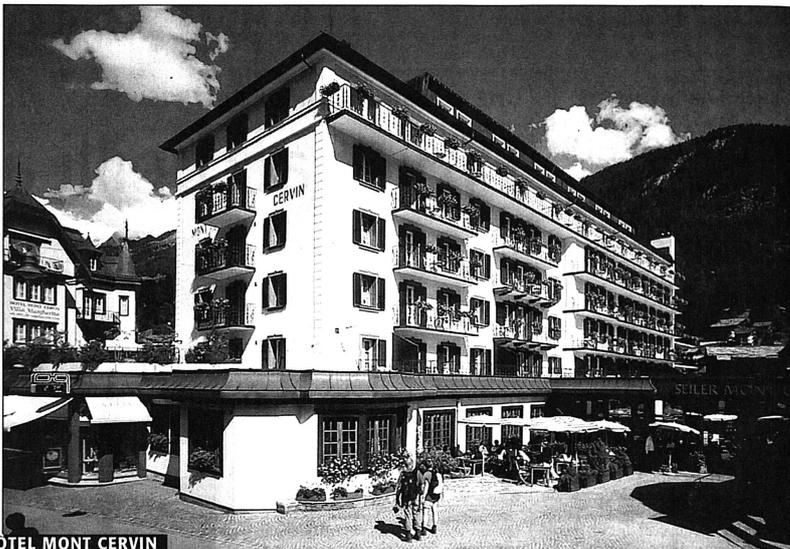
Les Hôtels Seiler fêteront leur 150e anniversaire au mois de janvier. Dans cette optique, quelque 15 millions de francs ont été investis dans la transformation et l'agrandissement de l'Hôtel Mont Cervin, le fleuron de cette entreprise fondée en 1855 par Alexandre Seiler.

■ LAURENT MISSBAUER

L'année 2005 sera à marquer d'une pierre blanche à Zermatt. On n'y célébrera pas seulement les 75 ans du Glacier Express – c'est en effet le 22 juin 1930 que le Glacier Express a relié pour la première fois Zermatt à St-Moritz – mais également le 150e anniversaire de Seiler Hotels, groupe qui a été fondé par Alexandre Seiler (1819-1891) et qui comprend aujourd'hui trois hôtels 4 étoiles, le Monte-Rosa, le Nicoletta et le Schweizerhof, ainsi qu'un 5 étoiles, le Mont Cervin.

C'est ce dernier qui, en vue du 150e anniversaire du groupe, vient de faire l'objet d'importants travaux de rénovation qui ont nécessité l'investissement de 15 millions de francs. Ces travaux ont notamment consisté dans la «transformation complète» du sixième et dernier étage afin d'y aménager de nouvelles suites de luxe, y compris une suite en duplex de 190 m<sup>2</sup> qui offre une vue panoramique sur le Cervin. A eux seuls, les investissements qui ont été consentis au sixième étage se sont élevés à 5,5 millions de francs, a annoncé le groupe hôtelier zermattois.

Photo: Seiler Hotels



**HÔTEL MONT CERVIN**

En vue du 150e anniversaire des Hôtels Seiler qui sera fêté en 2005, l'Hôtel Mont Cervin a fait l'objet d'importants travaux de rénovation, notamment au niveau du dernier étage, qui ont nécessité l'investissement de 15 millions de francs.

Simultanément à ces travaux au dernier étage, l'espace de bien-être,

qui a été agrandi et qui dispose désormais d'une surface totale de 1700 m<sup>2</sup>, et la piscine ont été renoués pour un montant total de 8 millions de francs. Le nouveau complexe comprend, au sous-sol, des saunas et des bains de

vapeur. Le rez-de-chaussée comporte deux nouveaux bassins, alors que le premier étage est réservé aux soins prodigués sous l'enseigne «Daniela Steiner Spa», a encore indiqué le groupe Seiler Hotels.

Annonce

**"UN MONDE  
D'OPPORTUNITÉS  
VOUS ATTEND"**



**CHESS  
PARTNERSHIP**

LONDON EDINBURGH GENEVA NOTTINGHAM

## Consultants de Recrutement

**Spécialistes de recrutement dans le domaine hôtelier  
(restaurants, hôtels et gastronomie collective)  
en Suisse et au niveau international.**

**Nous cherchons actuellement, pour plusieurs des principales  
organisations mondiales, des candidats pour les postes suivants  
Directeur Général - Cadre Moyen et Supérieur - Exécutive - Chef**

**Nous avons des postes vacants en  
Europe - Caraïbe- Moyen Orient - Asie**

**On espère recevoir de vos nouvelles  
Veuillez contacter Lorenza Alessie bureau de Genève:**

**Tel: 022 819 1870**

**E-mail: lorenza.alessie@chess-partnership.com**

**www.chess-partnership.com**



INVESTOR IN PEOPLE

## Le Gruyère à Beaulieu

**Gastronomie.** Alors que le Vacherin fribourgeois vient de faire sa demande d'AOC auprès des instances fédérales, la Confédération du Gruyère, qui chante bien haut les vertus du Gruyère AOC, sera l'invitée d'honneur du Salon Gastronomique 2004 qui se tiendra du 30 octobre au 3 novembre au Palais de Beaulieu de Lausanne. Selon son Gouverneur, Francis Egger, cette présence s'inscrit dans «un contexte du goût et du partenariat entre producteurs, fabricants, res-

taurateurs, commerçants et consommateurs.»

Le Conseil de la Confédération, en collaboration avec la Préfecture vaudoise, organisera une cérémonie d'intronisation le dimanche 31 octobre au pied du chalet où se fabriquera chaque jour le célèbre fromage: la Confédération des Chevaliers du Bon Pain s'associera également à cette manifestation. D'autres chapitres de la Confédération se dérouleront cette année en l'honneur du HC Götteron et de Gilberte de Courgenay. JS

## Ouverture du 1er «Swiss Wine Bar»

**Berne.** Swiss Wine Communication (SWC), la société de marketing qui assure la promotion des vins helvétiques, ouvrira le 8 octobre son premier «Swiss Wine Bar» à Berne, à la Zeughausgasse 16. Avec cette ouverture, SWC entend renforcer le message «Le vin suisse est un produit de qualité qui mérite d'être découvert et redécouvert» qu'elle a diffusés ces dernières semaines par le biais d'une «vaste campagne publicitaire». LM

## Une nouvelle succursale Prodega

**Conthey.** Prodega a inauguré lundi 4 octobre sa nouvelle succursale valaisanne, une halle de 4500 mètres carrés construite à Conthey, la plus grande zone industrielle du canton. Il s'agit de la cinquième succursale ouverte par la chaîne en Suisse romande, après Crissier (VD), Bière, Givisiez (FR) et St-Blaise (NE).

A Conthey, ce marché de gros et à l'emporter (cash & carry) propose 30 000 articles aux professionnels de la restauration, de l'hôtellerie et du

commerce de détail. L'objectif de la chaîne est de réunir sous un même toit et à des prix «avantageux» tout ce qu'il leur faut, de A jusqu'à Z, pour que leur entreprise fonctionne (vaisselle, fours, produits de nettoyage, mobilier, denrées alimentaires, boissons, etc.).

Directeur de Prodega-Conthey, Xavier Lagerer se dit très optimiste au vu de l'accueil reçu par ses équipes de promotion. «Tous les établissements publics du canton ont été personnellement visités. Il en res-

sort que 50 à 60% d'entre eux sont intéressés, voire très intéressés à s'approvisionner chez nous. Un résultat supérieur à nos attentes.»

Le marché de Conthey met particulièrement l'accent sur les produits frais du terroir. Pour ce faire, une zone froide de 10 degrés de 1000 mètres carrés a été aménagée dans ce nouveau centre commercial, qui se veut «un pro au service des pros». Ce marché, qui occupe 32 personnes, a coûté 18 millions de francs. GZ

### MÖVENPICK

## Une nouvelle identité visuelle

Le groupe Mövenpick entend désormais communiquer avec une nouvelle identité. Les opérations de «rebranding» seront achevées d'ici la fin 2005.

■ LAURENT MISSBAUER

Les neuf lettres Mövenpick rouge-orangé toutes cernées d'or et surmontées d'une mouette tricolore – Möve en allemand – appartiennent désormais au passé. La nouvelle identité visuelle de la marque se veut à la fois plus sobre et plus élégante. Le rouge-orangé des neuf lettres a ainsi été remplacé par un bordeaux de bon aloi et la mouette stylisée avec ses trois couleurs rouge, or et bleu a cédé sa place à une mouette uniquement parée d'or. Elle ne vole par ailleurs plus avec un angle de quarante-cinq degrés par rapport aux neuf lettres de Mövenpick mais parallèlement à celles-ci. Histoire certainement de voler plus loin et d'être davantage en osmose avec la nouvelle politique expansionniste du groupe qui entend doubler la taille de son secteur hôtelier (actuellement 53 hôtels totalisant 10914 chambres).



Photo: Mövenpick  
True Excellence in Swiss Hospitality.

Mövenpick a communiqué sa nouvelle identité visuelle avec toute une série de nouveaux slogans. Ce «rebranding», associé à une campagne image basée notamment sur la «True Excellence in Swiss Hospitality», à savoir «La véritable excellence en matière d'hospitalité suisse», est déjà achevé «pour l'essentiel» dans les 23 hôtels que le groupe compte au Moyen-Orient. «D'ici à la fin de l'année 2005, il devrait être terminé pour l'ensemble de nos établissements», a expliqué Steven Nikolov, «Senior Vice President Sales & Marketing» de Mövenpick Hotels & Resorts.

En Suisse romande, les différents travaux de «rebranding» sont déjà bien entamés. «Au Mövenpick de Lausanne-Ouchy, ils sont en effet pratiquement terminés», assure Alain Gozzer du département des relations publiques de Mövenpick Hotels & Resorts au siège central d'Adliswil, dans le canton de Zurich. «Au Mövenpick de Genève, les travaux sont encore en cours. Tout sera cependant achevé au plus tard à la fin de la présente saison d'hiver», ajoute Alain Gozzer.

### MÖVENPICK HOTELS & RESORTS

# L'ouverture du Mövenpick de Paris en annonce quatre autres en France

L'objectif de Mövenpick est de doubler sa taille d'ici cinq ans. Cette expansion passera notamment par la France où il vient d'ouvrir un hôtel à Disneyland Paris. Celui-ci est le premier hôtel français de Mövenpick qui prévoit d'en ouvrir quatre autres dans l'Hexagone.

■ LAURENT MISSBAUER

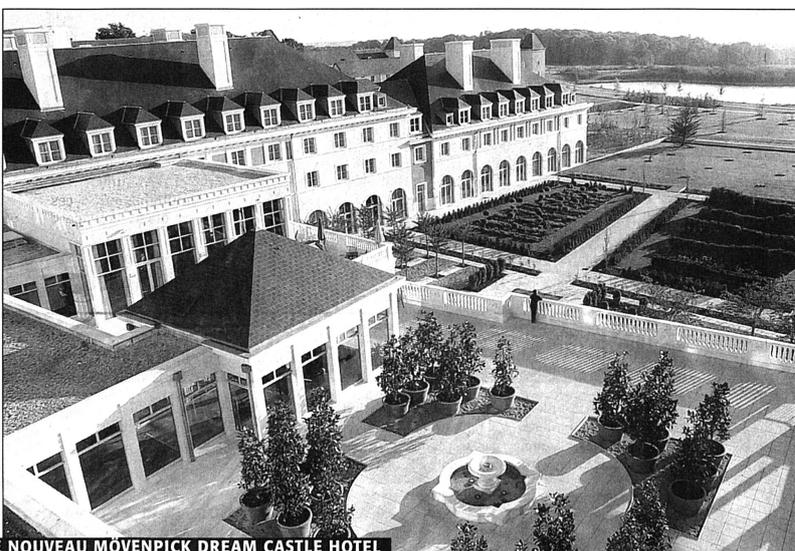
La nomination, il y a un peu plus de quatre ans, à la direction de Mövenpick Hotels & Resorts du Parisien Jean Gabriel Pérès, un ancien membre de la direction du groupe hôtelier Méridien, ne s'était pas traduite jusqu'ici par l'ouverture de nouveaux hôtels Mövenpick dans l'Hexagone. Cela appartient désormais au passé. La chaîne basée à Adliswil, dans le canton de Zurich, vient en effet d'ouvrir le premier Hôtel Mövenpick de France à proximité de Disneyland Paris.

## DES PROJETS À PARIS, À LYON ET SUR LA CÔTE D'AZUR

L'ouverture cet été de ce nouvel hôtel de 400 chambres – dont 250 d'entre elles sont des chambres familiales équipées de lits superposés pouvant accueillir deux adultes et deux enfants – s'inscrit dans la politique d'expansion de Mövenpick qui «entend doubler la taille de son secteur hôtelier pour les trois à cinq prochaines années.» Cette expansion se concentrera sur le Moyen-Orient et l'Afrique, mais aussi sur l'Europe.

A cet effet, après son premier Hôtel Mövenpick à Marne la Vallée, la chaîne suisse compte ouvrir prochainement quatre autres hôtels en France: «Mövenpick travaille actuellement sur quatre projets d'hôtels: deux à Paris,

Photos: Laurent Missbauer



## LE NOUVEAU MÖVENPICK DREAM CASTLE HOTEL

Le premier hôtel que la chaîne helvétique Mövenpick a récemment ouvert en France, à Marne la Vallée, à proximité de Disneyland Paris, est un établissement de 400 chambres destiné aussi bien aux familles qu'à une clientèle de congrès.

un à Lyon et un autre sur la Côte d'Azur», explique Susanne Meinhard, la directrice générale du Mövenpick Dream Castle Hotel Paris.

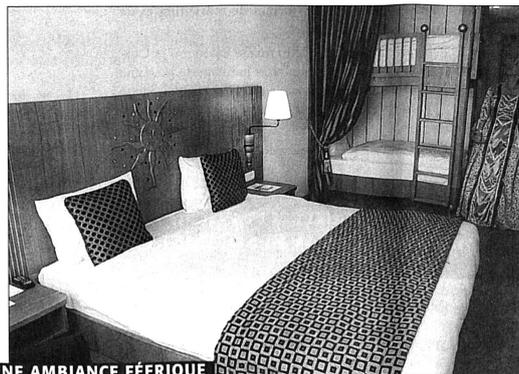
Cette expansion sur le marché hexagonal est d'ailleurs allée de pair avec quelques changements au comité exécutif de Mövenpick Hotels & Resorts. Bernard Garnier, un ancien du groupe Méridien, a en effet pris cette semaine ses fonctions de «Senior Vice President France and Central & North Africa», a confirmé Alain Gozzer au siège central de Mövenpick. Stefan Flury, jusqu'ici «Senior Vice President Europe», continuera à être respon-

sable du marché européen, sans toutefois s'occuper de la France.

## AVANT TOUT POUR LE MARCHÉ ALLEMAND

On relèvera encore que le Mövenpick Dream Castle Hotel Paris fait l'objet d'une gérance tripartite entre deux tours-opérateurs, Thomas Cook Allemagne et Dertour, ainsi que Mövenpick Hotels & Resorts. Il a été construit avec le soutien de Disneyland qui, disposant désormais d'un «très bon taux d'occupation» dans ses quatre hôtels Santa Fe (1000 chambres), New York

(565 chambres), Sequoia Lodge (1011 chambres) et le luxueux Disneyland Hotel (500 chambres), a décidé d'élargir son offre avec quatre nouveaux «Disney selected Hotels» situés à dix minutes de navette gratuite du parc d'attractions. Ces quatre hôtels visent chacun des marchés différents. Si l'Holiday Inn (395 chambres) s'adresse à un marché international sans distinction particulière, l'Hôtel Kyriad (300 chambres) et le My Travel's Explorers Hotel (390 chambres) visent respectivement les Français et les Britanniques. Quant au Mövenpick, il s'adresse avant tout aux Allemands, mais aussi aux Suisses. Le marché suisse fait l'objet de différentes promotions, entre autres de la part de Frantour qui annonce notamment une opération «Enfants gratuits», aussi bien à l'hôtel qu'en TGV-Lyria, du 9 janvier au 17 mars.



## UNE AMBIANCE FÉRIQUE

Les 250 chambres familiales avec lits superposés plaisent beaucoup aux enfants, selon Susanne Meinhard, la directrice du Mövenpick Dream Castle Hotel de Paris.

## Un hôtel enchanté

Le nouvel Mövenpick Dream Castle Hotel est un hôtel à thème qui joue sur les appellations d'hôtel enchanté. Le hall d'entrée s'appelle ainsi «La cour royale», la directrice de l'hôtel a été proclamée «Châtelaine» et un des trois restaurants rend hommage aux trois mousquetaires. Quant au fitness, il est appelé «Chambre des tortures»... Dans le même style, les soins proposés par le centre de beauté ont des appellations qui sortent de l'ordinaire. Les épilations pour femme, les massages et les soins du visage pour homme deviennent respectivement «Les misères de la fée Carabosse», «Les douceurs de la Reine Guenivière» et «Les soins du Roi Arthur». LM

Réclame

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

Tel. 021 310 23 23  
www.bdo.ch

CONGRÈS MONDIAL DE L'AEHL

# La qualité, une notion aux multiples facettes

La journée académique du congrès mondial des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), qui a eu lieu le 24 septembre à l'Hôtel du Parc de Martigny, a passé en revue les différentes facettes de la qualité, une notion qu'il n'a pas été aisé de définir avec précision.

■ LAURENT MISSBAUER

Qu'est-ce que la qualité? Telle est la question à laquelle les participants du congrès mondial de l'AEHL ont tenté de répondre au cours d'une journée académique particulièrement riche. La qualité a en effet été le fil rouge de

Photo: Swiss-Image



LE LAC DES BRENETS EN AUTOMNE

La qualité va de pair avec la communication. Le Canada est réputé pour ses belles couleurs en automne, il en va de même pour la Suisse. Encore faut-il le faire savoir.

chacun des quatre exposés proposés. De la présentation de Valais Excellence, jusqu'à l'analyse du comportement de l'hôtelier face à ses crédits, ses ressources humaines et ses clients, le thème de la qualité a en effet été largement débattu. Il en est notamment ressorti que la qualité est une notion qui comporte de multiples facettes et qui «est très difficile à définir», a notamment relevé Christine Demen Meier, professeur de marketing à l'EHL.

## IDENTIFIER LES ATTENTES DE LA CLIENTÈLE

«Une des préoccupations principales que l'hôtelier doit avoir en matière de qualité, c'est d'identifier les attentes de la clientèle», a expliqué Paul Muller, le directeur général de Manotel. Une identification qui passe

notamment par des enquêtes téléphoniques auprès d'anciens clients, par les questionnaires de satisfaction dans les chambres mais aussi par les certifications. «Ces dernières, par exemple au niveau de la sécurité, sont spécialement demandées par les tours-opérateurs britanniques et obligatoires pour travailler avec eux», a précisé Paul Muller.

Pour Manuel Leuthold, directeur de l'UBS pour la Suisse romande, davantage que la qualité c'est la capacité de gestion qui doit être importante pour l'hôtelier. Il n'en demeure pas moins que les labels de qualité permettent d'avoir des outils avec lesquels on peut assurer une meilleure gestion et, par là, une qualité plus régulière, estime Anne Cheseaux qui a également souligné l'importance de faire appel à des consultants afin de procéder à de bons investissements et d'améliorer ainsi la qualité.

Annnonce

## HOTELA TRAVEL SUMMIT

Sommet de l'industrie du tourisme suisse

Mardi 26 octobre 2004, à 13h30, Centre de congrès, Montreux



NE MANQUEZ PAS  
LE RENOUVEAU DU TOURISME SUISSE!

Venez découvrir sur le vif comment le tourisme helvétique s'engage dans des voies innovantes. A la veille du TTW Montreux, le premier HOTELA Travel Summit, par ses orateurs de référence et ses passionnants ateliers, constitue la nouvelle plate-forme ouverte à

des questions brûlantes et des idées créatives. Cette rencontre entre personnalités expérimentées, œuvrant dans l'industrie du tourisme, vous garantit une après-midi captivante.



### VERS DE NOUVEAUX HORIZONS!

Bertrand Piccard, conférencier invité, vous emmènera dans son fascinant univers d'aventures.



### RENOUVEAU DANS L'AVIATION?

Oliver Evans, membre de la Direction administrative de SWISS International Air Lines et chef du département Sales et Marketing, nous promet des développements instructifs sur l'avenir de l'aviation en général, et de SWISS en particulier.



### INVITÉ D'HONNEUR: ANDREAS SCHMID!

L'invité d'honneur Andreas Schmid, Président d'Unique Airport Zurich et Président de Kuoni, répondra aux questions personnelles de Hanna E. Rychener, Hans-Jörg Leuzinger et Harry John.

### NOUS VOUS RECOMMANDONS SPÉCIALEMENT L'UN DES TROIS ATELIERS AVEC ANIMATEUR.

#### Atelier I

Renouveau dans la vente de voyages. Nouveaux modèles commerciaux.

Quels changements sont entraînés par le recul ou la suppression des provisions dans la branche des voyages? Dans cet atelier, des professionnels des agences de voyages analyseront la situation et débattront les questions inhérentes aux nouveaux modèles permettant de générer des recettes.

Animation: Urs Hirt et Peter Kuhn, TRAVEL INSIDE.

#### Atelier II

Renouveau dans la conception de l'offre. Mise en scène entre style et kitsch.

Cet atelier transmettra les principes de «l'économie du vécu». Les expériences pratiques issues de mises en scène d'offres réussies seront échangées.

Animation: D' Hansruedi Müller, professeur et directeur FIF, Université de Berne.

#### Atelier III

Renouveau dans l'internet. Plates-formes de marketing et de réservation innovantes sur l'internet.

Possibilités d'emploi du Web pour le tourisme Incoming et Outgoing: quelles sont les opportunités offertes par l'internet comme première source d'information et pour le suivi des clients? Suisse Tourisme et Travel.ch fourniront un aperçu des possibilités du Web.

Animation: Gregor Waser, journaliste spécialisé.

INFORMATIONS DÉTAILLÉES ET INSCRIPTION:  
[WWW.HOTELATRAVELSUMMIT.CH](http://WWW.HOTELATRAVELSUMMIT.CH)



Nous remercions les entreprises suivantes pour leur soutien:



Les co-partenaires



Patronage



Partenaires médias

hotel+tourismus revue  
TRAVEL INSIDE  
travel manager

## L'IMPORTANCE DU FACTEUR HUMAIN

Tous les efforts qualitatifs entrepris ne servent cependant à pas grand chose si le savoir-faire et surtout le «savoir-être» de la personne qui est au contact de la clientèle laissent à désirer, remarque Samuel Salvisberg, membre de la direction de l'EHL: «Nous insistons ainsi beaucoup sur les notions d'aspect et de respect, comme la longueur de cheveux ou le veston et la cravate obligatoires. Toutes les deux à trois semaines, nous mettons d'ailleurs sur pied des ateliers sur le thème: on n'a pas une seconde chance de faire une première impression.»

Enfin, lorsqu'une certaine qualité est acquise, il faut encore savoir la communiquer. Vous pouvez avoir le personnel le plus agréable de votre région, mais si vous ne le faites pas savoir, vous risquez de ne pas rencontrer le succès que vous méritez. Il en va de même au niveau touristique. La Suisse dispose de nombreux atouts mais, comme l'a récemment fait remarquer l'éditeur Pierre-Marcel Favre, ces atouts sont insuffisamment mis en avant. Le Canada bénéficie en automne de magnifiques couleurs, mais cela vaut aussi pour la Suisse. On commence fort heureusement à en prendre de plus en conscience et Valais Tourisme, de même que Suisse Tourisme, communiquent aujourd'hui beaucoup mieux que par le passé sur l'automne, mais aussi sur le vin et la gastronomie, une thématique autour de laquelle la France ou le Piémont ont développé depuis longtemps des offres de qualité.

## Patrick Messeiller et le «SBAM»

Invité à s'exprimer sur le thème de la qualité lors de la journée académique du récent congrès mondial de l'AEHL à Martigny, Patrick Messeiller, le directeur de l'Office du tourisme de Verbier, a rappelé qu'un label de qualité doit être impérativement reconnu pour qu'un client l'exige. Il a également insisté sur le fait qu'à «trop vouloir standardiser la qualité, on risquait de perdre son identité et son caractère».

«De tels labels peuvent marcher dans les grandes chaînes hôtelières mais, pour moi, la qualité c'est de mettre sans cesse en pratique le «SBAM», c'est à dire ne jamais oublier de Sourire, de dire Bonjour, Au revoir et Merci», a expliqué Patrick Messeiller.

Au niveau de la communication et de la presse, il a déploré que «certains médias de Suisse romande avaient trop tendance à se livrer à des exercices d'autoflagellation» qui anéantissent bon nombre d'efforts entrepris pour améliorer la qualité dans le tourisme. LM

## Dernier sauvetage à Château-d'Œx

**Canton de Vaud.** Le conseil communal (législatif) de Château-d'Œx a accepté d'allouer une somme de 680 000 francs au plan de sauvetage de l'Office du tourisme de Château-d'Œx, plan de sauvetage préconisé par la municipalité. Cette somme de 680 000 francs correspond aux pertes cumulées des exercices 2002 et 2003, aux pertes de l'année en cours, à des arriérés de TVA et à divers intérêts et amortissements. Depuis 1978, c'est la cinquième fois que la commune

est ainsi appelée au chevet de son office du tourisme, la dernière intervention en date ayant eu lieu en juin dernier. Elle a, en effet, tour à tour déjà racheté le minigolf, la piscine, le camping (tous auparavant propriétés de Château-d'Œx Tourisme), cautionné un compte courant et versé divers montants permettant d'honorer les factures courantes.

Aux termes de ce que la commune présente comme un «dernier plan de sauvetage», l'office du tourisme lui cédera

la parcelle abritant le manège de la station. Si elles n'ont pas assorti le dernier crédit de conditions précises, les autorités demandent par ailleurs expressément à l'Office du tourisme de Château-d'Œx de se concentrer dorénavant sur ses activités de base, services à la population et aux hôtes.

Rappelons que, dès le 1er novembre prochain, ce sera la tâche d'un nouveau directeur, en l'occurrence à Olivier Bovet qui succède ainsi à Gianni Di Marco. **JJE**

## Le tourisme se cherche des voies

**Hotela Travel Summit.** Le tourisme se cherche des nouvelles voies pour le futur. L'«Hotela Travel Summit», qui se tiendra le 26 octobre dans le cadre du TTW à Montreux, sera une occasion de le faire.

Mise sur pied par les assurances sociales Hotela, cette manifestation est placée sous le titre «Le renouveau? Le renouveau!». Elle se propose (cf. htr du 16 septembre) de réunir, durant un après-midi, les représentants du tourisme réceptif et de l'outgoing. Deux mondes

qui, en raison de la complexité grandissante de la branche touristique, tendent toujours plus à se rapprocher. Le tourisme se cherche donc une nouvelle identité, comme l'ont souligné les organisateurs de la manifestation.

Le programme, dont le début est annoncé pour 13 h 30, est copieux et varié. Le thème du renouveau sera tout d'abord abordé par deux orateurs: Olivier Evans, membre de la direction de Swiss, et l'aérostier Bertrand Piccard. Trois ateliers

suivront ces présentations. Le premier portera sur le renouveau dans la vente des voyages, le deuxième sur la conception de l'offre et le troisième sur les nouvelles plates-formes de réservation et de marketing sur Internet.

Quelque 250 participants sont attendus. Le délai d'inscription a été fixé au 21 octobre, mais il y aura aussi possibilité de s'inscrire sur place. **MH**

Informations et inscription: www.hotelatravelsummit.ch

### LOI SUR LE TOURISME (VS)

# Les grands travaux de révision commencent

Le chantier de la nouvelle loi cantonale valaisanne sur le tourisme va s'ouvrir ces prochains jours. Un débat fondamental sur fond de crise.

**GENEVIEVE ZUBER**

C'est à la mi-octobre que la commission extra-parlementaire chargée de la révision de la loi sur le tourisme (LT) commence ses travaux. En effet, le secteur touristique est confronté à de telles mutations, que la loi de 1996 a déjà fait son temps. «La loi de 1996 n'est pas mauvaise», estime François Seppey, chef du service cantonal du développement économique et touristique. «Elle demande une mise en route d'une véritable politique du tourisme. C'est un début, mais pour atteindre cet objectif, la LT ne suffit pas.»

Or, à entendre les différents milieux concernés, il faut maintenant que le tourisme valaisan fasse sa mue, avant qu'il ne soit largué par la concurrence. Le financement de la promotion touristique, l'équilibre

hôtellerie-parahôtellerie, le management par destination (la loi doit-elle l'imposer, recourir à des mesures incitatives?): les problématiques fondamentales du secteur vont être mises sur la table.

#### DAVANTAGE DE MOYENS POUR LA PROMOTION?

De l'avis général, la promotion touristique manque de moyens, tant les destinations que l'organe fatier cantonal. Valais Tourisme dispose en effet d'un budget plus faible que les autres régions alpines concurrentes. «Ce sont 5,2 millions de francs contre 20 à 25 millions de dollars pour le Tyrol», note Enrique Caballero, le député motionnaire à l'origine de la révision de la loi.

Pour financer la promotion touristique, la loi actuelle prévoit une «taxe d'hébergement» perçue chez les seuls hébergeurs. Les communes peuvent

le remplacer par une «taxe de promotion touristique», et élargir ainsi le champ des assujettis (restaurants, commerces...). Une quarantaine de communes ont opté pour cette solution, si bien qu'en Valais coexistent plusieurs

régimes avec des prestataires plus ou moins soumis à la taxe, des propriétaires exonérés s'ils ne mettent pas leurs logements en location... Alors que tout le monde profite du tourisme. Une idée, qui revient souvent, est de cantonaliser la taxe de promotion touristique. Il s'agira aussi de débattre si l'Etat doit s'impliquer financièrement davantage, le tourisme étant un secteur clé de l'économie valaisanne.

#### L'HÔTELLERIE EST UN THÈME PRIORITAIRE

Autre gros morceau: l'avenir de l'hôtellerie. François Seppey salue la loi actuelle qui a induit une aide étatique de l'ordre de 66 millions de francs depuis 1998. Mais le secteur hôtelier, en pleine mutation, nécessite d'autres moyens. Quant à la maîtrise du développement – du boom dans certaines stations – de la parahôtellerie, la balle serait plutôt dans le camp des communes (aménagement du territoire, zonification). «On peut toutefois imaginer», ajoute François Seppey, «des systèmes d'aide à la location et à la rénovation au niveau

Photo: Swiss-Image



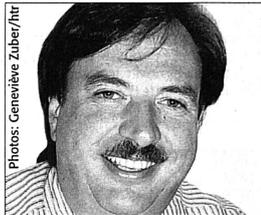
**VALAIS**

Sur quels piliers s'appuiera à l'avenir le tourisme valaisan? La commission chargée de la révision de la loi sur le tourisme commencera ses travaux à la mi-octobre.

canton pour lutter contre les lits froids.»

De quoi accouchera la montagne, au terme d'une procédure de révision qui s'annonce animée? Le frein cantonal aux dépenses, la tendance aux

économies tous azimuts, mais aussi un certain esprit de clocher, la peur de céder du pouvoir local au profit de collaborations plus larges: autant d'éléments qui pèseront sans doute sur le débat.



Beat Anthamatten, hôtelier à Saas Fee



Patrick Béro, dir. de l'Ass. hôtelière VS



Enrique Caballero, dir. Chablais Tourisme



Marie-Fr. Perruchoud, Haute Ecole VS

#### Qu'attendez-vous de la nouvelle loi cantonale sur le tourisme?

«Le tourisme a déjà 160 ans en Valais mais, contrairement à l'île Maurice ou à d'autres grandes destinations, il n'y a pas de stratégie dans sa législation. Comme base de réflexion, nous avons le nouveau document cantonal «Politique du tourisme». Selon moi, l'Agenda 2, le développement durable – économique, social, de management, etc. – doit aussi être un pilier de la nouvelle loi.»

«Une prise de conscience généralisée de l'importance du tourisme – 30% du PIB – s'impose en Valais. Il faut nous donner les moyens de l'adapter aux nouvelles exigences mondiales. D'où la nécessité d'une nouvelle loi. Notre patrimoine est notre seule ressource réellement sûre. C'est peut-être provocateur, mais l'avenir passe par la transformation du Valais en un immense parc touristique.»

«L'un des enjeux essentiels est d'octroyer davantage de moyens à la promotion touristique. Dans l'arc alpin, le Valais est déjà à la traîne alors que la concurrence entre régions alpines est encore appelée à se durcir. D'autre part, la loi doit imposer le regroupement des forces par destinations régionales, encore insuffisant, et leur donner des missions pour éviter les coquilles vides.»

«Il faudra tout d'abord corriger les défauts de la loi sur le tourisme de 1996, un projet qui était généreux à la base mais qui s'est finalement presque réduit à des taxes et règlements après le passage des juristes. La nouvelle loi devra être incitative et offrir une vision cantonale du tourisme avec, à la clé, pas plus de sept ou huit destinations régionales.»

#### Quelles sont vos propositions et quelles sont vos idées pour améliorer la loi actuelle?

«Il faut plus de moyens promotionnels pour Valais Tourisme, une sorte de TVA touristique pour tout le monde en Valais. La loi doit aussi obliger les communes à se doter d'une politique touristique, et ce rapidement. Il faut conscientiser les enfants dès l'école primaire, nommer un ministre cantonal du tourisme, comme l'a d'ailleurs proposé Patrick Béro, et assouplir les règles qui nous entravent.»

«La nouvelle loi doit être incitative, donner aux prestataires les moyens de travailler au lieu de leur mettre les bâtons dans les roues. Je suis très déçu que les associations professionnelles, dont l'AHV, aient été écartées de la commission extra-parlementaire. Pour élaborer un projet de loi réussi, il aurait été nécessaire d'y associer les principaux intéressés. Ce n'est pas de bon augure pour la suite.»

«Tout le canton, tous les prestataires sont bénéficiaires de la promotion touristique. Il est donc injuste que les taxes ne soient payées que par certains. S'il y a toujours une taxe dans la prochaine loi, elle doit être cantonalisée et non plus être du ressort communal. On peut la pondérer par un coefficient de dépendance au tourisme, qui serait par exemple plus élevé pour les assujettis de Verbier que de Sion.»

«La création d'un fonds, d'une structure de coaching peuvent être des instruments d'aide à la mise en place de ces regroupements, une mise en place qui coûte de l'argent, nécessite des expertises, etc. Pour la promotion, on parle beaucoup d'une taxe cantonale. Depuis la disparition de Valais Incoming, le Valais n'a plus de structure cantonale de vente des produits; un vide à combler.»

#### La nouvelle loi peut-elle apporter des éléments de solution aux problèmes de l'hôtellerie et de la parahôtellerie?

«Le soutien à l'hôtellerie doit devenir une priorité. La charge fiscale des établissements ouverts à l'année doit être diminuée, car ils créent des emplois, forment des apprentis et toute l'économie en profite. En ce qui concerne la parahôtellerie et le problème des lits froids, la loi doit inciter les petits propriétaires à louer par des bonus en cas d'occupation supérieure au taux moyen.»

«Il faut développer l'aide aux investissements; prévoir aussi la défiscalisation, ou des allègements fiscaux, en cas de réutilisation des objets hôteliers. Une mesure qui permettrait de sauvegarder des hôtels. Comme on le sait en effet, bien des établissements ferment et sont transformés en immeubles car, dans ce cas-là, les banques prêtent de l'argent à des taux favorables.»

«L'avenir de l'hôtellerie et de la parahôtellerie doivent être un souci prioritaire dans les réflexions de la commission, même si l'aide à l'hôtellerie dépend d'autres lois. Les lits froids, non occupés, posent un sérieux problème. On pourrait par exemple lever une plus-value sur l'achat des logements de vacances, étant donné qu'ils sont valorisés par la promotion touristique.»

«L'hôtellerie doit être soutenue pour affronter de grandes mutations. La polarisation de la demande – soit pour des hôtels de luxe, soit pour des établissements bon marché – s'annonce comme une tendance lourde, internationale. De ce fait, nos trois-étoiles (80% du parc), ont aussi besoin d'instruments d'aide au changement, financiers et de coaching, comme les destinations.»

## Oui au nouveau régime financier

**hotellerie suisse.** Deux oui et une liberté de vote, c'est ce que le Comité exécutif d'hotellerie suisse propose à ses membres pour la votation populaire prévue le 28 novembre.

hotellerie suisse est ainsi favorable au projet de nouveau régime financier (NRF) qui prévoit une prolongation, jusqu'à fin 2020, des compétences de la Confédération pour le prélèvement des impôts fédéraux directs et de la taxe à la valeur ajoutée (TVA). «Ce projet est très important pour l'hôtellerie», écrit l'association faitière de l'hotellerie suisse dans son communiqué diffusé mardi.

Il donne la possibilité de fixer dans la législation un taux de TVA spécial pour les prestations d'hébergement. Ce taux, qui est actuellement de 3,6%, est situé entre le taux réduit (2,4%) et le taux normal (7,6%).

Le oui est également proposé pour le projet de nouvelle péréquation financière entre la Confédération et les cantons. hotellerie suisse y voit trois objectifs principaux. Le projet a le

mérite de désenchevêtrer les tâches et les responsabilités de la Confédération et des cantons. Il atténue les disparités cantonales en matière de capacité financière et de charge fiscale. Enfin, il augmente l'efficacité dans l'accomplissement des tâches de l'Etat.

Pour ce qui est du dernier objet, soit le projet de loi relative à la recherche sur les cellules souches embryonnaires, le Comité exécutif d'hotellerie suisse propose, en revanche, la liberté de vote. MH

## Financement français pour la CGN

**Lac Léman.** La France participera dorénavant au financement de la Compagnie générale de Navigation sur le lac Léman (CGN). Une convention entre les autorités de France voisine et la compagnie a été signée en ce sens. Renouvelable, cette première convention est conclue pour les exercices 2005 et 2006 pour une somme de près de 850 000 francs.

L'Etat français paiera également un peu plus de 200 000 francs à la compagnie pour la

fin de l'exercice 2004. Ces sommes serviront pour moitié à couvrir les déficits d'exploitation de la compagnie touristique qui étaient jusqu'à présent pris en charge par les cantons de Vaud, de Genève et du Valais. L'autre moitié sera affectée à l'amélioration des prestations, notamment l'ouverture d'une ligne entre Chens-sur-Léman et Nyon – dix traversées par jour pour le trafic frontalier – et l'achat de matériel conforme aux nouvelles normes de sécurité européennes. JJE



Photo: Laurent Mischbauer

### MÉLI-MÉLO

#### La campagne «Go on snow» à Lausanne

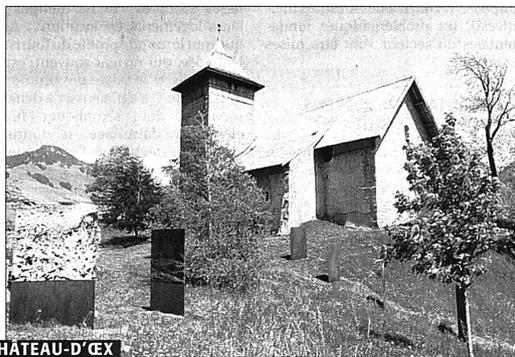
Destinée à intéresser davantage les enfants et les adolescents aux joies des sports d'hiver, la campagne «Go on snow» – soutenue par Suisse Tourisme, Swiss-Ski, les Remontées mécaniques suisses et Swiss Snowsports – débutera à Lausanne. Une rampe de 160 m<sup>2</sup> et un village de neige appelé «Swiss Snow Kids Village» seront ainsi à disposition des enfants du 10 au 14 octobre devant le Musée olympique de Lausanne. Une manifestation similaire sera mise sur pied du 24 au 27 novembre à Genève, au M-Parc de Carouge. LM

### PAYSAGES EN POÉSIE

## L'exposition n'a pas rencontré le succès qui avait été escompté

Le pari des organisateurs de l'exposition «Paysages en poésie», qui s'est ouverte le 25 juin et qui se terminera le 24 octobre dans les Alpes vaudoises, était d'ouvrir la montagne à l'art et à la culture. A l'heure du bilan, le succès semble être très mitigé.

Photo: Paysages en poésie



CHÂTEAU-D'ÉX

L'exposition des «Paysages en poésie» de Château-d'Éx, à proximité de la station, a été la plus fréquentée.

#### JEAN-JACQUES ETHENOX

En l'absence de contrôle sur les trois lieux choisis pour les expositions – La Berneuse, à Leysin, le Col de La Croix, au-dessus de Villars, et Château-d'Éx –, force est de relever qu'un bilan n'est pas facile à tirer. Trois expositions reconnues de très haute qualité par les spécialistes, mais plus ou moins bouddées par le «grand public» selon leur emplacement. Car l'association Regards du Monde a doublé la difficulté. Non seulement elle demandait l'effort intellectuel, mais il fallait aussi consentir un effort physique. On en veut pour preuve que l'exposition de Château-d'Éx, à proximité de la station, a récolté la palme de la fréquentation devant celle de La Berneuse, alors que celle du col de La Croix est restée confidentielle. La faute aux mauvaises conditions météorologiques

des week-end estivaux, «la faute aussi», rétorque l'organisateur Pierre Starobinski, ancien directeur de l'Office du tourisme de Leysin, «au manque de diffusion de l'information». La polémique restera ouverte.

#### «DES MISES EN SCÈNE DIFFICILES À COMPRENDRE»

Il reste que ce genre de manifestation a sa place. Si du côté des offices du tourisme on juge les mises en scène

«difficiles à comprendre» le mariage devrait pouvoir se faire, notamment en termes de randonnées organisées et guidées même pour une manifestation «pointue». Pour preuve, «même le néophyte qui prenait le temps de lire s'y retrouvait», notait un directeur d'office du tourisme.

Il y a donc de la place pour l'art à la montagne, à condition de l'expliquer et de prendre le temps de comprendre quelques idées novatrices, donc forcément dérangeantes.

### LES GENS

Le Mövenpick Dream Castle Hotel de Marne la Vallée – le premier hôtel de la chaîne helvétique Mövenpick à récemment ouvert en France – est dirigé par **Susanne Meinhard**. De natio-



nalité allemande, Susanne Meinhard a longtemps travaillé en France, à Cannes et à Paris, avant d'occuper, de 1993 à 1999, différents postes à Bruxelles, à Dubaï, à Bangkok et en Chine. Elle a ensuite intégré le groupe Radisson SAS et dirigé trois hôtels à Amsterdam, à Dublin et à Manchester. Sa nomination en tant que directrice générale du Mövenpick Dream Castle Hotel situé à proximité de Disneyland Resort Paris lui a permis de revenir sur un site sur lequel elle avait déjà travaillé auparavant. En 1992, elle avait en effet fait partie de l'équipe d'ouverture de l'Hôtel Newport Bay Club à Disneyland Paris. LM

C'est **Bertrand Savioz** qui dirige depuis cet été l'Hôtel du Parc à Martigny. Diplômé de l'Ecole Hôtelière de Genève, Bertrand Savioz (41 ans) a débuté sa carrière professionnelle en



Asie avant de rejoindre la chaîne Mövenpick en qualité de «Rooms Division Manager» de l'Hôtel Mövenpick de Genève. Rappelons que l'Hôtel du Parc de Martigny appartient au groupe Partouche, propriétaire et exploitant du «Casino du Lac» à Meyrin. LM

### D'UNE LANGUE À L'AUTRE

**Une nouvelle stratégie pour Maison de la France.** «Nous nous sommes trop longtemps reposés sur nos lauriers.» Tel est l'un des avis que Léon Bertrand, le ministre français du tourisme, a prononcé lors de la présentation de la nouvelle stratégie de marketing du tourisme français en général et plus particulièrement de Maison de la France, l'Office national français du tourisme, pour la période 2005-2010. Les nuitées étrangères des six premiers mois de cette année ont certes augmenté de 2,6% par rapport à 2003, ces chiffres sont toutefois inférieurs de 9,3% par rapport à ceux de 2002. Les nuitées scandinaves, suisses et italiennes ont ainsi respectivement baissé de 19%, 7% et 6%. Parmi les mesures préconisées dans la nouvelle stratégie figurent notamment une offensive de qualité (Plan Qualité France), une mise en valeur de la plate-forme Internet, une promotion conjointe de la France avec d'autres pays européens sur les destinations lointaines et un développement de produits de niche sur les marchés traditionnels, tels que, par exemple, la Suisse. Page 4

**Le lobbying touristique doit être davantage professionnel.** Une nouvelle étude, intitulée «Le lobbying dans le tourisme suisse», vient d'être publiée par l'Institut du tourisme et des loisirs de l'Université de Berne. Rédigée par Brigitte Zaugg, qui a travaillé de 1992 à 2001 au siège central d'hotellerie suisse, cette étude passe en revue quelques-uns des plus importants succès enregistrés au cours de ces dernières années par le lobbying touristique en Suisse, notamment la loi Innoutour et le taux de TVA préférentiel accordé à l'hôtellerie. Elle ne manque cependant pas de mentionner que le lobbying touristique pourrait être plus efficace s'il était mené avec davantage de professionnalisme. Page 5



**Le retour d'Halloween.** La fête d'Halloween, très populaire aux Etats-Unis bien que ses origines soient européennes – ce sont les Celtes qui l'ont créée avec la légende des esprits qui rappellent le 31 octobre les personnes décédées pour leur indiquer quelle forme de citrouille ils doivent prendre –, constitue pour les restaurants, les hôtels et les parcs d'attractions un bon prétexte pour proposer animations, cocktails et autres spécialités culinaires, un peu comme on le ferait à Carnaval ou à la St-Valentin. Passé maître dans l'exploitation de ce genre de fêtes, Disneyland Paris a mis sur pied un vaste programme Halloween du 1er au 31 octobre. Dans ses restaurants, il propose ainsi des apéritifs sans alcool, le «Casper» à base de nectar de mandarine et de sirop de grenadine, ou avec alcool, tel le «Diabolique» à base de jus d'abricot et de Bacardi. Notons qu'au Labyrinthe d'Eviannaz (VS), ce sont des soupes de courge qui sont proposées du 8 au 31 octobre. LM

### IMPRESSUM

#### ht+ hotel + tourisme revue

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

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

Responsable des médias: Christian Santschi

Rédaction: Rédacteur en chef: Manetta Dedual (MD)

Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halabaz (MH)

Rédacteur: Laurent Mischbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethenox (JJE), Véronique Emery Mayor (DEM), Valérie Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds, José Seydoux (JS), Fribourg, Véronique Tarnier (VT), Genève, Pierre Thomas (PT), Lausanne, Genevieve Zuber (GZ), Valais.

Editeur: Cheffe d'édition: Ines Strebel

Abonnements: Sabine Rothacher

Annunciations: Marc Moser

Publicité: Olivier Föllmi (Chef de vente), Adressat: Martin Meyer

Impression: Buehler Grafico AG, Druckzentrum Berne

Tirage: 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: Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne

Rédaction: (lignes de service, les gens, etc.)

Tel: 031-370 42 16, Fax: 031-370 42 24

E-Mail: ht@swiss-hotels.ch

Abonnements: Tel: 031-370 42 42, Fax: 031-370 42 23

E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Annunciations: Tel: 031-370 42 42, Fax: 031-370 42 23

Publicité: Tel: 031-370 42 42, Fax: 031-370 42 23

E-Mail: insen@swiss-hotels.ch

Internet: www.swiss-hotels.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

## VEBO

Solothurnische  
Eingliederungsstätte für Behinderte

Unser Ziel ist die soziale und berufliche Eingliederung von Menschen mit einer Behinderung.

Im Bereich Zentralküche in Oensingen, in der wir pro Tag ca. 800 Mahlzeiten zubereiten, suchen wir per 1. Dezember 2004 eine/einen

### Koch / Köchin (Pensum 100%)

**Aufgabenbereich:**

- Planung und Produktion der Diätmenüs (ca. 150 pro Tag)
- Betreuung, Förderung und Ausbildung von Menschen mit einer Behinderung
- Eventuell Koordination der Gesamtküche mit 15 Mitarbeitern umfassend die Kostenstellen: Diätküche / Warme, kalte Küche / Berufliche Massnahmen, Bankette

**Wir erwarten von Ihnen:**

- Abgeschlossene Berufslehre als Diätkoch/-köchin und evtl. als Eidg. dipl. Küchenchef/in
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Führungserfahrung
- Effiziente, systematische und auf Qualität bedachte Arbeitsweise unter Anwendung des QM-Systems VEBO (ISO-zertifiziert)
- Sozialkompetenz
- Alter 28 - 40 Jahre
- Initiative zur persönlichen Weiterentwicklung
- Sozialpädagogische Ausbildung ist von Vorteil

**Wir bieten Ihnen:**

- Selbständige, verantwortungsvolle und vielseitige Tätigkeit
- Sorgfältige Einarbeitung in einen ausbaufähigen Tätigkeitsbereich
- ein motiviertes und engagiertes Team
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- 5 Tage Woche
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen

Falls Sie sich angesprochen fühlen, konflikt- und teamfähig sind und auch noch Begeisterung mitbringen, freuen wir uns, Sie kennen zu lernen.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bis am 15. Oktober 2004 an:

**Genossenschaft VEBO**  
Solothurnische Eingliederungsstätte für Behinderte  
Aloysia Sieber  
Werkhofstrasse 8  
4702 Oensingen

163825



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:

### Seminar- und Kongress-Koordinator

(Eintritt per 15. 11. 2004).

**Aufgabenbereich**

- Verkauf von Seminar- und Bankettanlässen
- Beratung und Betreuung unserer internationalen Gäste
- In-house-Koordination
- Offertenwesen, Rechnungskontrolle
- Nachbetreuung der Gäste

**Tatsachen**

- selbständige und herausfordernde Tätigkeit
- verantwortungsvolles Arbeitsumfeld
- flexible und dynamische Organisationsstruktur
- top Infrastruktur
- junges, kompetentes Team

**Sie bringen mit**

- Grundausbildung im Gastgewerbe mit Schwerpunkt F & B
- abgeschlossene Hotelfachschule
- Erfahrung in der Organisation Eventbereich
- Kenntnisse Fidelio Sales & Catering
- Ihr Organisationstalent

**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](mailto:ursula.keist@seedamm-plaza.ch)  
[www.seedamm-plaza.ch](http://www.seedamm-plaza.ch)

163797

„Erzählen Sie unseren Gästen keine Märchen,  
das mache ich - und zwar tagtäglich!“

Martin Vogel  
Hotelier und Märchenonkel

...dafür suchen wir einen **Küchenchef**



In einem ruhigen, wunderschönen Ferienort, eine Autostunde von Zürich gibt es ein Märchenhotel mit einer sehr gepflegten Halbpension. Da wir keine Passantenlage haben, gibt es nur wenig à-la carte.

Möchten Sie unsere kleine Küchenbrigade leiten?

Das Beste von diesem wahren Märchen: Diese Jahres- oder Saisonstelle ist frei.

Märchenhotel Bellevue \*\*\*\*  
Martin Vogel  
8784 Braunwald



[www.maerchenhotel.ch](http://www.maerchenhotel.ch)  
[info@maerchenhotel.ch](mailto:info@maerchenhotel.ch)  
Tel 055 653 71 71

163871

INHALT: Deutsche Schweiz 2-12 / Svizzera italiana 14 / International 14 / Stellengesuche 14

SOMMAIRE: Suisse romande 14 / Marché international 14 / Demandes d'emploi 14

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](mailto:jobservice@gastrosuisse.ch)

Hotel Restaurant  
Catering

good to know you

**randstad**  
flexible work solutions

**Wir suchen laufend  
Hotel- und Gastroprofis**

[www.randstad.ch](http://www.randstad.ch)  
Randstad (Schweiz) AG,  
Schaffhauserstrasse 340,  
8050 Zürich, Tel. 01 317 56 56  
Aarberggasse 35,  
3001 Bern, Tel. 031 328 65 65

**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](mailto: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](mailto:info@gastrojob.ch)

**Adecco**  
HOTEL & EVENT

Stellenangebote Seite 3.  
Offres d'emplois page 3.

[www.adecco.ch](http://www.adecco.ch)

Making people  
successful



Wir sind beauftragt, für eine Spitzenrestauration im Herzen von Zürich einen

### Food & Beverage Manager – Restaurationsleiter

zu suchen.

Sie sind verantwortlich für die gediegene À-la-carte-Restauration, die stilvolle Bar und für den kleinen, aber feinen Bankettbereich. Sie fühlen sich in einem Luxusbetrieb zu Hause und vermitteln den MitarbeiterInnen die anspruchsvollen Standards mit Überzeugung.

Für diese anspruchsvolle Aufgabe steht Ihnen eine bewährte Mitarbeitercrew zur Verfügung.

In Zusammenarbeit mit der Direktion und dem Küchenchef gestalten Sie die innovativen Angebote und partizipieren massgeblich am Erfolg des Unternehmens.

Wir sprechen qualifizierte Fachleute an, die eine mehrjährige Praxis in anerkannten Spitzenhäusern nachweisen können und die Freude an der aktiven Zusammenarbeit in einem jungen, ambitionierten Führungsteam haben.

Wir freuen uns, in Kontakt mit Spitzenkandidaten zu treten und sichern Ihnen volle Diskretion zu. Wir orientieren unsere Auftragsgeberin über die Kandidatur erst nach einem ersten persönlichen Gespräch.

ENGEL & ASSOCIATES, Max Engel, Huttenstrasse 60, 8006 Zürich  
Tel. 01 261 15 50, E-Mail: me@eaa.ch

163857

## JAKOB

HOTEL AM HAUPTPLATZ  
8640 RAPPERSWIL

Per 1. Januar oder nach Vereinbarung

### Geschäftsführer/in oder Geschäftsführerpaar

Für unser gut gehendes Hotel/Restaurant/Bistro/Bar suchen wir eine dynamische, neue Führung.

Rapperswil liegt am oberen Zürichsee und ist ein beliebter Ausflugsort der Region. Die Agglomeration der drei Kantone ZH, SZ und SG birgt ein grosses Gästepotenzial, sei es für den Alltag in Bar und Bistro, sei es für kleine Gesellschaften im Saal, für Seminare und ganz besonders für unser 3-Sterne-Hotel mit den 20 schönen Zimmern.

Unser Haus liegt inmitten der historischen Altstadt, es wurde 1999 nach neuem Konzept wieder eröffnet. Das Team besteht aus guten Berufsleuten und Allroundern und hat einen guten Drive. Der JAKOB ist auch ein Kulturhotel.

Die neue Leitung soll die volle Verantwortung des operativen Geschäfts übernehmen und das Haus mit grosser Selbstständigkeit führen.

[www.jakob-hotel.ch](http://www.jakob-hotel.ch)

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Referenzen an: JAKOB – Hotel am Hauptplatz, Hauptplatz 11, 8640 Rapperswil, z. Hd. Herrn Martin Klöti.

163827



Wir sind beauftragt, für ein sehr renommiertes Hotelunternehmen in Zürich einen

### EXECUTIVE KÜCHENCHEF

zu suchen.

Die innovative Küche begründet seit Jahren den exzellenten Ruf des Restaurants.

Dessen anspruchsvolle Gäste erwarten ein kreatives Angebot, das auch modernen Trends auf sehr hohem Niveau folgt.

Die kleine, feine Bankettabteilung veranstaltet Anlässe bis zu 100 Couverts.

Der Küchenchef gehört zum Topkader, steht einer 11-köpfigen Brigade vor und sein Wirkungskreis genießt im Unternehmen einen sehr hohen Stellenwert.

Wir sprechen qualifizierte Fachleute an, die eine mehrjährige Praxis in anerkannten Spitzenhäusern nachweisen können und die Freude an Erfolgserlebnissen haben.

Wir freuen uns, in Kontakt mit Spitzenkandidaten zu treten und sichern Ihnen volle Diskretion zu. Wir orientieren unsere Auftragsgeberin über die Kandidatur erst nach einem ersten persönlichen Gespräch.

ENGEL & ASSOCIATES, Max Engel, Huttenstrasse 60, 8006 Zürich  
Tel. 01 261 15 50, E-Mail: me@eaa.ch

163856



Für das **SSA** Restaurant suchen wir per 1. Dezember 2004 eine/n begeisterte/n, front- und verkaufsorientierte/n

### Restaurant- und Cateringleiterin

welche/r als Gastgeberin neben der Restaurant-Leitung auch das Cateringteam an unseren internen wie externen Anlässen organisiert. Diese Schlüsselposition möchten wir mit einer lebendigen Persönlichkeit besetzen, welche mit Freude unsere Philosophie vorlebt, ihr Können tagtäglich einbringt und an die Mitarbeiter weitergibt sowie durch Vorbild unser junges, engagiertes Team führt.

Sie suchen als kompetente Fach- und Führungsperson eine facettenreiche, operative Tätigkeit als Gastgeberin. Sie sind selbstmotiviert, initiativ und kreativ, um unsere Gäste tagtäglich zu verwöhnen. Sie haben Erfahrung in den Bereichen Personalführung, Verkauf und Administration und setzen unser Restaurant- und Cateringkonzept gekonnt um.

Ist dies genau die Herausforderung, auf die Sie gewartet haben? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Gleichzeitig suchen wir per 1. Dezember 2004 eine/n

### Teamleiterin Service

Sind Sie ein/e aufgeweckte/r, motivierte/r Gastgeberin und wollen Sie die Gäste Ihre Freude am Beruf spüren lassen? Lieben Sie die Arbeit an der Front? Liegt Ihnen das Verkaufen und das Wohl der Gäste am Herzen? Möchten Sie Ihr Service-Knowhow unter Beweis stellen und Erfahrung im Führen unseres Service- und Barteams sammeln?

haben wir Ihre Neugierde geweckt? Dann zögern Sie nicht und richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung an: **X-TRA Production AG**, Elke Henschel, Limmatstrasse 118, 8031 Zürich oder senden Ihre Unterlagen online an: [team@x-tra.ch](mailto:team@x-tra.ch)

163540



[www.st-petersinsel.ch](http://www.st-petersinsel.ch)

### Ihre Herausforderung mit Mehrwert!

Gesucht für die erfolgreiche Führung unseres anspruchsvollen, national bekannten und beliebten Restaurations- und Hotelbetriebes auf der idyllischen **St. Petersinsel im Bielersee**

### Geschäftsführer/in, ev. Paar (Jahresstelle - Eintritt Winter 2004/05)

Die "Insel" ist ein stark frequentierter Sommersaisonbetrieb (März - Oktober) mit insgesamt 300 Sitzplätzen in 6 Räumlichkeiten und Gartenrestaurant, 23 Betten in 11 Zimmern. Dazu gehören als Outlets noch ein Self-Service und ein "Bazar" mit kleiner Restauration am See. Nebst der durch die Witterung stark geprägten Frequenz der Individual- und Hotelgäste, sind täglich Bankette, Seminare und andere Anlässe mit den unterschiedlichsten Ansprüchen zu betreuen. Die Küche ist frisch und kreativ, der Service anspruchsvoll und persönlich. Ein komplexer Betrieb für eine gut ausgebildete Fachkraft, die die anspruchsvolle Herausforderung sucht und sich profilieren will.

Als Profi mit Erfahrung und Leistungsausweis sind Sie guter Verkäufer und Organisator. Sie kennen sich aus in der Küche, im Service und in der Administration. Sie sind führungsstark dank Fachkompetenz und Weitsicht und sehen sich als Teil eines erfolgreichen Teams. Sie geben Schwung und sind Vorbild. Eingebettet in die Hess Group werden Sie in der Aufgabe betreut und unterstützt. Auch die fortschrittlichen Anstellungsbedingungen sind interessant und entsprechen der Aufgabe. Sprachen, die Sie beherrschen sollten, sind Deutsch und Französisch.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie bitte Ihr vollständiges Bewerbungsdossier (Diskretion zugesichert) an: St. Petersinsel, c/o Hess Group AG, Herr Marius Grossrieder, Steinhölzli, 3097 Liebfeld  
Fragen beantworten: Herr M. Grossrieder, Frau M. Anliker 031 970 31 31

163798

## Das Haus mit Bad Bubendorf



Lassen Sie sich von uns herausfordern?  
Wir suchen eine frontbezogene Persönlichkeit welche ab Dezember 2004 oder Januar 2005 als

### Teamleiter/in Service

unsere Brigade in jeder Hinsicht aktiv unterstützt und die Philosophie unseres Baselbieter Landgasthofes „das Haus mit Herz“ über einen längeren Zeitraum mitprägt und mitgestaltet.

Sind Sie Feuer und Flamme? Dann sprechen Sie mit Nicolas Neuhaus, unserem F&B Manager oder mit Roland Tischhauser, unserem Gastgeber, über die attraktive Stelle in einem aussergewöhnlichen Gastrobetrieb im Baselbiet.

Weitere Infos über uns Haus unter [www.badbubendorf.ch](http://www.badbubendorf.ch)

**Hotel Bad Bubendorf**  
Kantonsstrasse 3, 4416 Bubendorf/BL  
Telefon 061 935 55 55 [info@badbubendorf.ch](mailto:info@badbubendorf.ch)

163844

## FLUMSER BERG

Im Herzen unserer attraktiven Ferien- und Freizeitregion Flumserberg mit 17 Bergbahnen und 65 Km Pisten, liegt Ihre neue Herausforderung. Für das kürzlich vollständig renovierte und ganzjährig geöffnete

### Bergrestaurant Kabinenbahn

in der Talstation der 4er-Gondelbahn Tannenboden-Maschgenkamm suchen wir per 1. Juni 2005 einen

### Pächter

#### Ihr Profil

- mehrere Jahre Erfahrung in der Führung eines ähnlichen Betriebes
- ausgeprägtes Organisations Talent
- Engagement, Initiative und Innovationskraft
- äusserst belastbare Persönlichkeit
- Eigenkapital zur Übernahme des Betriebsinventars vorhanden

#### Wir bieten

- lebhaftes Bergrestaurant mit 200 Innen- und 200 Aussenplätzen
- moderne free-flow-Selbstbedienungseinrichtung
- grosse Iglu-Bar mit 120 Innenplätzen
- Schneebau
- 5 Gästezimmer mit 1-5 Betten und Massenlager mit 36 Betten
- Wirtwohnung mit 4 Zimmern
- 4 Personalzimmer
- faire Pachtbedingungen

Für erste Auskünfte wenden Sie sich bitte an Herrn René Zimmermann, Telefon 061 720 15 18 oder E-Mail: [r.zimmermann@flumserbergbahnen.com](mailto:r.zimmermann@flumserbergbahnen.com).

Ihre aussagekräftigen und vollständigen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte bis 27. Oktober 2004 an:

#### Maschgenkamm Bahnen Flumserberg AG

Ernst Bollhalder  
Präsident des Verwaltungsrates  
Bachtelweg 13  
8121 Bengen

[www.flumserberg.com](http://www.flumserberg.com)

163674

**Gastro help**  
Postfach 402  
8853 Lachen  
Tel. 055 462 35 25  
Fax 055 462 35 27  
[info@gastrohelp.net](mailto:info@gastrohelp.net)

**DER GUTE JOB FÜR HOTEL GASTRO TOURISMUS**

seit 1.9.2004 unter neuer Geschäftsleitung  
[www.gastrohelp.net](http://www.gastrohelp.net)

**hoteljob**

**Ihre Stellenvermittlung**

**hotellerte  
suisse**

Hoteljob Personalberatung  
Montbijonstrasse 130 Telefon 031 370 43 33  
Postfach, CH-3001 Bern Telefax 031 370 43 34  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch) e-mail: [hoteljob.be@swiss-hotels.ch](mailto:hoteljob.be@swiss-hotels.ch)

**Der neue Job wartet.**

Die besten Arbeitgeber inserieren in der **htr stellen revue**. Denn hier gibt's jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
[insertate@swiss-hotels.ch](mailto:insertate@swiss-hotels.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

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

**Adecco**  
HOTEL & EVENT



Temporär-, Dauer- und Kaderstellen

**Chef de réception w/m**

Für ein romantisch-historisches Drei-Sterne-Hotel am Bodensee suchen wir per sofort eine stillichere Frontpersönlichkeit. Mit Charme und Esprit betreuen Sie die Kundschaft und geben Ihr Wissen gerne an die Auszubildenden weiter. Sie sprechen mindestens eine Fremdsprache fließend und kennen sich mit Hotelreservations-Systemen sowie den gängigen Office-Programmen bestens aus. Es versteht sich von selbst, dass Sie bereits in einer ähnlichen oder gleichen Position Erfahrungen gesammelt haben. Wenn Sie in der Region wohnen und für eine neue Herausforderung bereit sind, freue ich mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

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

**Kundenberater/innen**

Für den grössten unabhängigen Finanzberater Europas suchen wir per sofort qualifizierte und interessierte Aussendienstmitarbeiter/innen. Sie haben eine Berufslehre abgeschlossen, wohnen in Zürich und bringen neben verkaufs- und kundenorientiertem Handeln und Denken grosse Selbstständigkeit, Verhandlungsgeschick und Zielstrebigkeit mit. Ihre Aufgabe ist es, Kunden im Versicherungs- und Finanzbereich kompetent zu beraten. Ich freue mich auf Ihren Anruf.

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

**Servicefachangestellte/r**

**Kantone Aargau und Zürich**  
Für einen innovativen Betrieb im Aargau sowie mehrere Betriebe im Grossraum von Zürich suchen wir junge, dynamische, belastbare und motivierte Berufsleute mit einer abgeschlossenen Servicelehre und mindestens einige Monaten Berufserfahrung. Sind Sie kundenorientiert und gastfreundlich? Wenn Sie zudem mobil oder bereit sind, ein Personalzimmer zu nehmen, dann sind das die besten Voraussetzungen. Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

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

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

www.adeco.ch

Making people  
successful in a changing world

**Traumjob nicht dabei?**

Wir haben immer tolle Stellenangebote für

**Réceptionisten | Hotelfachassistenten | Chefs de service  
Chefs de partie | Betriebsassistenten**

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



**HOTEL MONOPOL LUZERN**

Für unser einzigartiges \*\*\*\*-Sterne-Hotel im Herzen der Stadt Luzern mit 165 Betten und lebhafter Gastronomie (Restaurant français Arbalète, Bistretto, Bankette, Seminare) suchen wir eine/n fachlich ausgewiesene/n

**Direktor/in** oder  
**Direktionsehepaar**

Für diese vielseitige und herausfordernde Aufgabe sollten Sie folgende Voraussetzungen mitbringen:

- fundierte Ausbildung/Erfahrung in ähnlicher Position
- marktorientiertes, unternehmerisches Denken
- Flexibilität und Einsatzfreude
- Fähigkeit, ein Team von ca. 50 Mitarbeitern erfolgreich zu führen

Wir freuen uns auf eine engagierte Persönlichkeit und erwarten gerne Ihre Bewerbungsunterlagen an Hotel Monopol AG, Herr J. Linsi, Pilatusstrasse 1, 6003 Luzern

16388

**Kantonsspital St.Gallen**

**Betrieb & Organisation**

Das Kantonsspital St.Gallen und das Spital Rorschach bilden als selbständig öffentlich-rechtliche Institution das Unternehmen Spitalregion St.Gallen Rorschach. Rund 3'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen die spezialisierte Zentrumsversorgung sowie die Grundversorgung der Regionen St.Gallen und Rorschach sicher.

Infolge Pensionierung des jetzigen Stelleninhabers suchen wir per 1. Januar 2005 oder nach Vereinbarung eine/n

**Leiter/in Hoteldienst (100%)**

Unser Hoteldienst mit rund 250 Mitarbeitenden ist verantwortlich für die Verpflegung, die Reinigung, den Wäschedienst sowie die Personalunterkünfte im Kantonsspital. Als Leiter/in Hoteldienst schaffen Sie die Voraussetzungen für betrieblich optimale Abläufe und kundenorientierte Dienstleistungen. Eine grosse Bedeutung kommt der Personalführung sowie der Budgetverantwortung im Sach- und Personalbereich zu. Die breite Quervernetzung im Spital erfordert für diese Position interdisziplinäres Denken. Die Bereitschaft für Veränderungen sowie die aktive Mitgestaltung bei der Entwicklung von Abläufen wird erwartet. Sie vertreten den Hoteldienst innerhalb und ausserhalb unseres Betriebes.

Voraussetzungen für diese verantwortungsvolle Kaderstelle sind eine fundierte Ausbildung im Hotelfach auf Niveau Fachhochschule, Weiterbildung in Führungs- und Qualitätsmanagement sowie einige Jahre Berufserfahrung im Hotel- und hauswirtschaftlichen Bereich. Belastbarkeit, flexibles Denken und Handeln sowie kommunikative Fähigkeiten verbunden mit hoher Führungs- und Sozialkompetenz zeichnen Ihre Persönlichkeit aus.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr G. Bücher, Leiter Departement Betrieb & Organisation, Tel. 071 494 11 11. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an Frau A. Lüchinger Haag, Bereichspersonalleiterin, Spitalregion St.Gallen Rorschach, 9007 St.Gallen.

Weitere Stellen: www.spitalregion.ch

163830

Leiter/in Hoteldienst

**JUNGFRAUBAHNEN**

Die Jungfrauabahn Management AG vermarktet verschiedene Ausflugsziele und Bahnen. Dazu gehören Jungfrau-Top of Europe, Kleine Scheidegg, Grindelwald First, Schynige Platte, Grütschalp-Mürren und Harder Kulm sowie der Wintersport der gesamten Jungfrau-Region. Für den Bereich Marketing/Verkauf suchen wir per 1. März 2005 oder nach Vereinbarung eine/einen versierte/versierten

**Verkaufsleiterin / Verkaufsleiter**

(Arbeitsort Interlaken)

Diese Stelle beinhaltet die Tätigkeit im internationalen Marketing/Verkauf mit täglichem Kontakt zu den betreuenden Märkten. Dazu gehört auch die Betreuung der Branchenpartner sowie Medienfachleuten vor Ort und in der Region. Im weiteren übernehmen Sie die Vertretung der Jungfrauabahn in verschiedenen touristischen und bahnspezifischen Arbeitsgruppen. Die Reisetätigkeit mit Schwergewicht Europa beansprucht ca. 30% Ihrer Arbeitszeit.

Wir erwarten eine höhere touristische Fachausbildung (Tourismus-Experte oder Tourismus-Fachmann) oder gleichwertige Weiterbildungen im Marketing wie Marketingplaner, Verkaufskoordinator oder Verkaufsleiter. Sie sind sprachlich gewandt und kommunizieren in D, E, F, von Vorteil auch in Spanisch oder Italienisch. Sie kennen das internationale Tourismus-Geschäft und verfügen über Erfahrungen im Outgoing sowie im Incoming. Kenntnisse der Jungfrau-Region sind erwünscht und von Vorteil. Im Umgang mit Menschen aus verschiedenen Herkunftsländern fühlen Sie sich wohl und gewandt. Sehen Sie sich als Repräsentant der Jungfrauabahn und haben Erfahrung im Bereich von Präsentationen, Pressekonferenzen und ähnlichen Anlässen? Dann warten wir gespannt auf Ihre Unterlagen.

Jungfrauabahn, Franziska Inaebnit, Leiterin Personalabteilung, Harderstrasse 14, 3800 Interlaken

Für Auskünfte steht Ihnen Urs Kessler, Leiter Marketing und Betrieb (033 828 71 11), gerne zur Verfügung.

163862



**BAHNHOF BUFFET ZÜRICH**

Innovation und Tradition unter einem Dach.

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

Für die selbständige Leitung unseres lebhaften Betriebes Panini/Brezel, in dem wir Passanten im HB Zürich glückliche Brötchen, frisch gebackene Brezel, dampfender Kaffee, Würste vom Grill und natürlich Getränke in verschiedensten Variationen zum Verkauf anbieten, suchen wir einen belastbaren

**Leiter Kiosk/Take Away (m/w)**

In dieser frontorientierten Position übernehmen Sie die Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf des Ihnen unterstellten Kioskes. Sie planen Mitbereiterinsätze, Sie optimieren Abläufe, Sie überwachen Ihr Budget und Sie sind verantwortlich für Coaching und interne Schulung. Aber an erster Stelle sind Sie an der Front präsent und sind massgeblich daran beteiligt, unser oberstes Ziel zu erreichen: Zufriedene Gäste!

Sie sind eine starke Persönlichkeit mit hohem Qualitätsbewusstsein. Sie haben bereits in einer ähnlichen Position erste Erfahrungen gesammelt. Zu Ihren Stärken gehören Durchsetzungswillen, Flexibilität, Schnelligkeit in Handeln und Denken und Ihre organisatorischen Fähigkeiten. Ihre Führungserfahrung sowie Ihr Flair für den Verkauf machen Sie vielleicht genau zu der Person, die wir schon bald herzlich willkommen heissen!

Wenn Sie sich für diese spannende Herausforderung in einem äusserst lebendigen Umfeld in unserem fortschrittlichen Unternehmen interessieren, dann sollten Sie keinen Moment zögern, uns Ihre Bewerbung zukommen zu lassen. Kathrin Siegenthaler oder Stefan Mühlemann freuen sich darauf, Sie kennen zu lernen!

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

163817



**GOLF-RESTAURANT**

Für unser GOLF-Restaurant am Fusse der Rigi mit traumhafter Sicht auf das Bergpanorama und einem aussergewöhnlichen Ambiente suchen wir einen

**KÜCHENCHEF w/m  
ab 1. März 2005**

Stellen Sie sich einer neuen Herausforderung!

Für **Golfer und Nicht-Golfer** bieten Sie eine umfangreiche Auswahl an Pasta- und Bankettküchen. Köstlichkeiten für den kleinen Hunger sowie ein aussergewöhnliches à-la-carte- und Süssspeisen-Angebot an.

Kreativität, Belastbarkeit, Flexibilität, Ausgeglichenheit, Einsatzplanung, Kalkulation, Einkauf, Führungsqualität und Schnelligkeit zeichnen Sie aus.

Sie sind motiviert und schätzen Teamarbeit in familiärer und ungezwungener Clubatmosphäre.

Wir bieten Ihnen eine modern eingerichtete Küche im führenden Clubrestaurant der Golferszene. Leistungsbezogene Entlohnung sowie 13. Monatslohn pro rata, Ferien **Mitte November bis Ende Februar**.

Sind Sie interessiert?

Herr FRANZ, Gastgeber und Pächter freut sich auf Ihren Anruf oder auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Wir freuen uns, Ihnen das GOLF-RESTAURANT wo der Gast immer im Mittelpunkt steht persönlich vorzustellen.

GOLF-RESTAURANT  
KUSSNACHT AM RIGI  
Heimo FRANZ  
Grossarm  
6403 Küssnacht am Rigi  
Tel.-Nr. 041 850 48 41

163816

## SANTA LUCIA

...molto italiano...

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

Für die Leitung unserer schönen italienischen Restaurants SANTA LUCIA in Baden und SANTA LUCIA in Wiedikon, Zürich, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

## 2 GeschäftsführerInnen

die unsere schönen Betriebe (je ca. 200 SP) mit viel Elan ziel- und erfolgsorientiert führen.

Um diese Herausforderung mit Bravour zu meistern, bringen Sie eine fundierte gastronomische Ausbildung, solide Erfahrung aus einer vergleichbaren Position sowie gute Kenntnisse der Italianità mit. Wenn Sie zudem eine organisierte Arbeitsweise, Zuverlässigkeit, gute administrative Kenntnisse wie auch Einsatzbereitschaft zu Ihren persönlichen Stärken zählen, dann sollten wir uns kennenlernen!

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto:

BINDELLA terra vite vita SA,  
Manuela Widrig, Human Resources  
Hönggerstrasse 115, 8037 Zürich  
Telefon: 01-276 62 24

BINDELLA terra vite vita

163889

## HERBST: NEUE STELLEN – z.B.



**Service:** Sefa m/w, 4-Tage-Service, 1 Tag Bar in traditionsreichem Hotel, Region Solothurn.  
**Chef de service/Restaurantleiter:** 7er-Brigade (3 Lehrlinge), à la carte und Seminare, Schulung MA, Bestellungen usw. in 4\*-Ferien- und Tagungshotel Kt. Glarus.

**Küche:** Commis/Chef de partie in sehr gepflegten 14-P.G.M-Betrieb, Nähe Uster ZH.  
**Sous-chefs/Küchenchefs:** in mittlere Brigade (2 Lehrlinge), à la carte und Bankette, in gepfl. 3\*-Hotel, Reusstal AG, in 8er-Brigade (inkl. 2 Lehrlinge), Führungserfahrung: Tagungen, Bankette, in 4\*-Hotel Stadt Zürich.

**Hauswirtschaft:** Leiterin Hw: 6 MA + Aushilfen, Etage, Wäscherei, Economat Non-Food, Werterhaltung, Mitglied Leitungsteam; in Landgasthof Agglomeration Bern.

www.gastrouisse-jobservice.ch

163836

GASTROUISSE  
JOB SERVICE

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

FRANZISKANER  
HOTEL BAR RESTAURANT

Wir suchen für unser Restaurant mitten in der Altstadt, wo Zürich ausgeht und sich trifft, per sofort oder nach Vereinbarung, einen neuen

## KÜCHENCHEF

Sie haben ein Repertoire voll pffiger Kochideen, sind qualitätsbewusst, ein Organisationstalent, übernehmen gerne Verantwortung und vertragen auch mal etwas Druck: Wenn Sie Lust auf eine neue Aufgabe in einem jungen Team haben, passen Sie genau zu uns.

Falls Sie sich angesprochen fühlen, dann schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: Hotel Franziskaner AG, Frau Reichenbach, Niederdorfstrasse 1, 8001 Zürich.  
www.hotel-franziskaner.ch / service@hotel-franziskaner.ch

163872

## New Challenge

Hotel &amp; Gastro-Personalvermittlung

## Direktionsassistentin

Als Allrounderin mit Führungserfahrung in der Business-Hotellerie, unterstützen Sie in diesem jungen, dynamischen und unkomplizierten Konzept, den Betriebsverantwortlichen in allen Belangen der Restauration, Réception und Hauswirtschaft. Umgebung Zürich.

## Event und Kongressleitung

In dieser Aufgabe sind Sie Ansprechperson, Betreuerin, Administratorin, Koordinatorin und Verkäuferin. Nebst Erfahrungen in der Administration und dem Verkauf von Kongress und Seminaranlässen bringen Sie Führungserfahrung mit. Der Arbeitsort befindet sich im Grossraum Zürich.

## Chef de Service

Jungen, qualifizierten Servicefachprofi bietet sich in einem bekannten Gastro-Unternehmen in Zürich eine Karriereentwicklungsmöglichkeit mit Perspektiven an.

## Sales Assistentin

Als kommunikative, extrovertierte Persönlichkeit ist der Verkauf eine Ihrer Stärken. Sie bringen Erfahrung an der Réception, Réservation oder dem Hotel-Verkauf mit und möchten für ein \*\*\*\*Hotel in Zürich arbeiten.

## Sous-Chef's

Kochkünstler mit Flair und Freude an der gehobenen à la carte-Küche und/oder dem Bankett & Event-Bereich sollten sich die Möglichkeiten bei meinen Kunden in Zürich nicht entgehen lassen. Je nach Rucksack und Erfahrungen, kann der Einstieg in ein grosses oder kleineres Team Ihr nächster Schritt sein.

163882

Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

## New Challenge

Gabriela Weber Tel. 01/201 24 66  
Seestrasse 160 Fax 01/202 58 68  
8002 Zürich E-mail: newchallenge@bluewin.ch

Ich mache meinen Weg!



Compass Group (Schweiz) AG führt 300 Restaurants in den Bereichen Administration & Industrie, Ausbildung, Gesundheitswesen und in der Verkehrsgastronomie in der ganzen Schweiz. Mit 2500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erarbeiten wir im laufenden Finanzjahr einen budgetierten Umsatz von CHF 270 Mio. Compass Group (Schweiz) AG gehört zu Compass Group PLC mit Sitz in London. Der weltweite Marktleader im Bereich Gemeinschafts- und Verkehrsgastronomie arbeitet mit 400'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 90 Länder.

Um unsere Geschäftsziele zu erreichen, spielen exzellente Fachkräfte und Gastgeber eine entscheidende Rolle. Wir suchen daher für verschiedene Betriebe (Personalrestaurants, Spitäler und Kliniken) in und um Zürich/Basel sowie im Raum Ostschweiz ausgewiesene

## Küchenchefs

(Damen und Herren)

## Ihr Job:

Leitung und Betreuung des Ihnen unterstellten Bereiches gemäss dem Unternehmensleitbild. Im Zentrum Ihrer Tätigkeit steht nebst der aktiven Mitarbeit in der Küche, die konstante Entwicklung der Geschäftstätigkeit, der Einkauf, das Bestellwesen sowie das Controlling bezüglich Qualität und Hygiene. Ihre Arbeit beinhaltet ebenfalls die Rekrutierung, Einsatzplanung und Schulung der unterstellten MitarbeiterInnen. Planung und Kalkulation des Foodangebots in Zusammenarbeit mit der Abteilung Angebotsplanung sowie die Repräsentation der Compass Group (Schweiz) AG im Tagesgeschäft runden Ihre Tätigkeit ab.

## Ihr Profil:

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre (Koch) und Fachhochschule (eidg.dipl. Gastronomiekoch, eidg.dipl. Küchenchef) und haben sich während mehreren Jahren, bestenfalls in der Gemeinschaftsgastronomie und/oder mit Spitalerfahrung, eine hochstehende Führungsqualität mit Durchsetzungsvermögen aneignen können. Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden und der Gäste erfolgreich umsetzen kann und Sie beherrschen es, Ihr Team zu aussergewöhnlichen Leistungen zu motivieren. Sie sind ein Organisationstalent und mit Ihrer Passion für Dienstleistung wickeln Sie mühelos das Tagesgeschäft ab. Wenn Sie zudem aufgeschlossen gegenüber neuen Kochtechniken sind, keine Scheu vor dem PC haben und nebst der deutschen Muttersprache auch Englisch und/oder Französisch sprechen, dann würden wir uns freuen Sie näher kennen zu lernen.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit sich in einem dynamischen und vielseitigen Umfeld weiterzuentwickeln. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto, vorzugsweise elektronisch an die untenstehende Adresse.

## Ihr Ansprechpartner:

Patrick Grzinic, Recruiting, Compass Group (Schweiz) AG, Oberfeldstrasse 14, CH-8302 Kloten, Telefon +41 (0)43 557 11 23 oder patrick.grzinic@compass-group.ch, www.compass-group.ch.



MARKEN MIT PERSÖNLICHKEITEN

163815

Hotel Weiss Kreuz  
N. + T. Rüegg-Banzer  
Neudorfstrasse 50  
CH-7430 Thuisis



www.weisskruz.ch  
info@weisskruz.ch  
fon 0041 (0)81 650 08 50  
fax 0041 (0)81 650 08 55

## Hotel Weiss Kreuz

Unser \*\*\*Hotel zählt mit 42 Zimmern, à la carte Restaurant, Banketträumlichkeiten und Weinbar zu den wichtigsten Gastronomiebetrieben in der Ferienregion Heizenberg-Domlesch. Auf den 1. Dezember oder nach Vereinbarung suchen wir

## Küchenchef/in

Wir stellen uns eine pflichtbewusste, engagierte Persönlichkeit vor, die ihr Fachwissen mit Leidenschaft und Kreativität in unseren Betrieb einfließen lassen möchte und gewohnt ist, ein junges, motiviertes Team von sechs Personen zu führen. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Wir freuen uns auf Sie!

Hotel Weiss Kreuz  
Nicole und Thomas Rüegg-Banzer  
Neudorfstrasse 50, 7430 Thuisis  
Fon 081 650 08 50, trueegg@weisskruz.ch

163835

## Mehr brauchen Sie nicht.

Die htr stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
inserate@swiss-hotels.ch, www.htr.ch



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

## HOTEL UZWIL



Das ISO-9001 zertifizierte \*\*\*\*Hotel Restaurant Uzwil, Bahnhofstrasse 67, 9240 Uzwil, bietet in 43 Gästezimmern den Komfort, den besonders Geschäftsreisende zu schätzen wissen. Das Restaurant «Allegra» mit seinen 80 Plätzen empfiehlt sich für ein gemütlich-genussliches Zusammensein in einem ungezwungenen Rahmen. Für spezielle Anlässe stehen zudem verschiedene «Stübli» für 6 bis 8 Personen zur Auswahl und der grosse Saal bietet Platz für Bankette bis 55 Personen. Auf unserer Speisekarte stehen sowohl traditionelle Schweizer Gerichte wie auch Angebote der internationalen Küche. Die «Tabasco-Bar» mit ihrem einmaligen Ambiente ist die perfekte Krönung eines unvergesslichen Aufenthalts. Per 1. November 2004 haben wir die folgende Stelle zu besetzen:

Küchenchefin/  
Küchenchef 100%

Als Küchenchef/in sind Sie für die Organisation des gesamten Küchenbereichs (4 Mitarbeitende) sowie für die Einhaltung der hohen Qualitätsanforderungen punkto Angebot und Hygiene verantwortlich. Zudem kümmern Sie sich um die Ausbildung unserer Lernenden sowie um diverse administrative Arbeiten.

## Ihr Profil

- Abgeschlossene Berufslehre und einige Jahre Berufserfahrung
- Weiterbildung als Gastronomiekoch und Lehrmeister/in von Vorteil
- Ausgeprägter Sinn für eine qualitativ hochstehende bürgerliche Küche
- Persönlichkeit mit Führungserfahrung und Teamplayerqualitäten
- Ganzheitliche unternehmerische Denkhaltung

## Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG  
Hotel Restaurant Uzwil  
Martin Sterli, Hotel Manager  
Bahnhofstrasse 67  
CH-9240 Uzwil

managed by SV

163834

# AG

ACTIVE GASTRO ENG

TOP OF THE JOBS

**Jungkoch/Chef de partie (w/m)**  
Wir suchen junge Berufslufter mit abgeschlossener Kochlehre. Als Chef de partie bringen Sie 2-3 Jahre Berufserfahrung mit. Für einen beliebigen Betrieb mit trendigen Einflüssen in der Stadt Zürich.

**Küchenchef (w/m)**  
Gesucht wird der Küchenprofi, der sich sowohl in der Bankett- als auch in der marktführenden à la carte-Küche auf hohem Niveau behaupten kann. Sie verfügen über mehrere Jahre Erfahrung als Küchenchef und sind eine Leaderpersönlichkeit. Es erwartet Sie ein neu renoviertes traditionelles Haus in der Stadt Zürich mit Speiserestaurant und Bankettmöglichkeiten bis zu 200 Personen.

**Sous-chef (w/m)**  
Wir suchen die rechte Hand des Küchenchefs. Das Führen und Schulen einer grossen Brigade fällt Ihnen leicht. Für einen beliebigen Grossbetrieb im Herzen von Zürich mit einem Top-Speiselokal und grossen Bankettmöglichkeiten.

**Service (w/m)**  
Sie sind jung, ambitioniert und lieben ein gepflegtes Ambiente. Sie haben die Servicefachlehre erfolgreich abgeschlossen und suchen nach einem gepflegten Betrieb in der Stadt Zürich.

**Assistant Manager (w/m)**  
Sie sind verantwortlich für das Bestellwesen, Warenpräsentation, Mitarbeiter-schulung, Controlling etc. und sind die Ansprechperson für diverse Betriebe dieser Grossunternehmung. Sie haben eine gastronomische oder kaufmännische Ausbildung und die Hotelfachschule absolviert. Sie verfügen über ca. 1 Jahr Führungserfahrung und sind ein leidenschaftlicher Gastgeber. Es erwartet Sie ein Grossunternehmen am Stadtrand von Zürich.

**Restaurantleiter (w/m)**  
Möchten Sie ein dynamisches Team in einem Top-Hotel in der Stadt Zürich ergänzen? Sie nehmen die Fäden an der Front in die Hand und führen ein Service- und Barsteam von ca. 20 Personen. In diesem Gourmet-Restaurant treten Sie als eleganter Gastgeber in Erscheinung und überzeugen Ihre internationalen Gäste mit Ihren Sprach- und Fachkenntnissen.

**Telefonische Kundenbetreuung (w)**  
Für diese Stelle suchen wir eine offene, kommunikative und dienstleistungsstarke Persönlichkeit. Sie bearbeiten die Kundenanfragen und Produktbeanstandungen und sind die primäre Ansprechperson für die Kunden. Sie sind sprachgewandt (D/E/F/I) und verfügen über eine kaufmännische Ausbildung oder mehrjährige Berufspraxis in einer kundenorientierten Position (zum Beispiel Reception). Es erwartet Sie ein Grossunternehmen in der Lebensmittelindustrie.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter [www.activegastro.ch](http://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: [r.eng@activegastro.ch](mailto:r.eng@activegastro.ch) / [www.activegastro.ch](http://www.activegastro.ch)

## SV

catering & services

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

### Koch 100% (w/m)

Zu Ihrem Aufgabengebiet gehört die Produktion der Speisen auf allen Posten in unserem Personalrestaurant Culinarium Alfred Escher-Haus in Zürich. Zudem haben Sie die Möglichkeit, unsere anspruchsvollen Gäste im bedienten à la carte-Restaurant mit Ihrer Kreativität zu bezaubern. Auch helfen Sie bei externen Anlässen mit.

**Ihr Profil**  
- abgeschl. Kochlehre mit einigen Jahren Berufserfahrung  
- belastbar, teamfähig und flexibel

**Wir bieten**  
- geregelte Arbeitszeiten (MO-FR)  
- permanente Aus- und Weiterbildung  
- Entwicklungsmöglichkeiten  
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Herrn Ralph Koch, Restaurant Manager:

SV (Schweiz) AG  
Credit Suisse Financial Services, CFMP 201  
Culinarium Alfred Escher-Haus  
Postfach 3  
CH-8070 Zürich



Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser Schiff. Sonne und Wärme, Fröhlichkeit, Freude, südländischer Tatsch und viel Raum für Eigeninitiative bietet unsere garantiert einmalige Seerosenbar.

### Die Barleiterin

Bei Ihnen treffen sich Leute aus der Region, Ferien- und Hotelgäste, Geschäftsleute aus nah und fern. Zu Apéro oder Cocktail, zum Feierabendbier und im «Ausgang», mittags wie abends, auch zum Essen oder zu einem kleinen Imbiss.

Sie verstehen es, erwartungsvolle Gäste mit Ihrer intuitiven und natürlichen Art zu begeistern. Sie sind voller Phantasie, Ideen und Tatendrang.

Sie sind etwa 23 bis 32 Jahre alt, humorvoll und herzlich. Jetzt wollen Sie sich einbringen, eigene Träume und Vorstellungen verwirklichen, auch etwas Verantwortung übernehmen.

Eine faszinierende Aufgabe in einem wunderschönen Lokal, Freiräume und Unterstützung erwarten Sie.

Darf ich Sie zu einem Drink in die Seerosenbar einladen?

Caesar Huber  
Hotel Restaurant Schiff  
mit Seerosenbar  
8808 Pfäffikon SZ  
Telefon 055 416 17 18  
[www.schiff-pfaeffikon.ch](http://www.schiff-pfaeffikon.ch)

163843

## HOTEL ELITE

ART DECO HOTEL BIEL

Im ersten Haus am Platz, dans cette belle ville bilingue de Bienne, am Fusse des Berner Jura, nous cherchons

### Chef de Réception

Sie sind herzlich mit Gästen et exacte dans les chiffres. Sie haben Organisationstalent et vous êtes une personne positive et dynamique. «Standards» und «Leadership» sind für Sie keine Fremdwörter. De travailler dans un team dynamique et motivé ist Voraussetzung, damit die Arbeit Spass macht, n'est-ce pas? Attention: Diese Stelle ist eine echte Herausforderung!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.  
A bientôt

Hans Robert Weiss  
\*\*\*\*HOTEL ELITE  
ART DECO HOTEL BIEL  
Bahnhofstrasse 14  
2501 Biel/Bienne

163864

## Ucliva

...einfach zu Hause!

Für die kommende Wintersaison (evtl. Jahresstelle) suchen wir für unser kinderfreundliches Öko Hotel

### engagierte Persönlichkeiten

als  
Servicemitarbeiter/in  
und  
Réceptionist/in

Freude am Dienen  
Gastgeber/in mit Herz  
Ökologie und biologische Küche

Sollten für Sie diese Begriffe keine Fremdwörter sein, freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Kompetenz im zuständigen Fachgebiet setzen wir voraus.

Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Alfred Kral  
Öko-Hotel Ucliva  
7158 Waltensburg/Vuorz  
Tel. 081 941 22 42 [www.ucliva.ch](http://www.ucliva.ch) / [info@ucliva.ch](mailto:info@ucliva.ch)

163855

## Der neue Job wartet.

Die besten Arbeitgeber inserieren in der htr stellen revue.

Inserieren und Abonnieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
[inserate@swiss-hotels.ch](mailto:inserate@swiss-hotels.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

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



**DOMINO GASTRO**  
*The Personal-Profis*

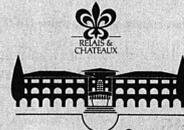
- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

**Wir suchen dringend!**

**Jungköcheln/innen/Chef de Partie/Servicefachangestellte/Réceptionist/innen**

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel u. Solothurn	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ, SEE	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](http://www.dominogastro.ch)  
[personal@dominogastro.ch](mailto:personal@dominogastro.ch)  
**DOMINO GASTRO**



## giardino

ASCONA

**Giardino - kein Luxushotel im üblichen Sinn, vielmehr ein südliches Landhaus voller Italianität und mediterranem Flair!**

Für unser Hotel- und à-la-carte-Restaurant Aphrodite mit der besten Hotchküche der Schweiz (17 Punkte GaultMillau) suchen wir ab Anfang Februar 2005 einen

## MAÎTRE D'HÔTEL

Sie bringen den Anspruch an höchste Servicequalität mit, haben Freude an der persönlichen Betreuung der rund 130 Restaurantgäste und führen 20 Mitarbeiter zusammen mit zwei Chef de Service. Wir freuen uns auf eine Führungspersönlichkeit mit Charme und der Fähigkeit, in den Sprachen D, I, F, E zu kommunizieren.

Mit Spannung erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto an:

Isolde Karle  
Human Resources Manager  
Relais & Châteaux Hotel Giardino  
CH-6612 Ascona  
Telefon 091 785 88 88

163886

## 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. Die KKL Luzern Management AG sucht nach Vereinbarung eine/n

### Leiter/in World Café

Im World Café, das seit Juli 2004 als Selbstwahl-Restaurant geführt wird, bieten wir unseren Gästen in kosmopolitischer Umgebung rund 90 Sitz- und 40 Stehplätze an, während des Sommers kommen 120 Terrassenplätze an schönster Lage hinzu. Der Gast trifft seine Auswahl direkt an den Präsentationsbars, unser Angebot reicht dabei von authentischen Speisen rund um den Globus bis zum hochwertigen Kaffeegenuss und trendigen Weinen im Offenausschank.

Ihre Aufgabe besteht darin, das Tagesgeschäft mit Ihrem Team sicherzustellen. Sie sind besorgt für die attraktive Angebotspräsentation und für das Wohlbefinden unserer Gäste. Sie schulen die Mitarbeitenden bezüglich Angebot sowie Beratung und achten auf die Einhaltung der Standards. Sie erstellen die Einsatzpläne und nehmen die Tagesabrechnung vor. Ebenso sind Sie mitverantwortlich für die Qualitätskontrolle und die Angebotsgestaltung.

Sie verfügen über eine hohe Fachkompetenz und fundierte Erfahrung in der Leitung eines Gastronomiebetriebes. Sie verstehen es, Ihr Team gäste-, qualitätsorientiert und motivierend zu führen. Ebenso führen Sie einfachere Gästegespräche in Englisch und Französisch. Wir erwarten von Ihnen zudem ein überdurchschnittliches Engagement, hohe Flexibilität und einen spezifischen Enthusiasmus für das KKL Luzern. Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Luzern sowie ein engagiertes und interessantes Umfeld.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an die KKL Luzern Management AG, Human Resources, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Für Fragen steht Ihnen gerne Kai Bregenzer, Stv. Leiter Restaurant und Bars, unter Tel. 041 226 70 44, zur Verfügung.

Weitere Informationen unter [www.kkl-luzern.ch](http://www.kkl-luzern.ch)

KKL  
culture  
convention  
cuisine  
experience

163714

HOTEL  
**MONT CERVIN**  
UND RESIDENCE



Im Jahr 2005 feiern die SEILER HOTELS ZERMATT ihr 150-jähriges Jubiläum. Diesen Sommer blieb wegen umfassender Renovierungen unser HOTEL MONT CERVIN \*\*\*\*\* geschlossen.

Zur Wiedereröffnung anfangs 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/E/F)

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](mailto:personalbuero@seiler-zermatt.ch)

[www.seilerhotels.ch/de/montcervin](http://www.seilerhotels.ch/de/montcervin)

150 years since 1855



163841



*Willkommen*

Ab 15. November 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir Sie als

**LeiterIn  
Kongressrechnungswesen**

Als Background bringen Sie eine kaufmännische Grundausbildung und etwas Berufspraxis sowie gute EDV-Anwenderkenntnisse mit.

Sie erkennen schnell die Zusammenhänge, haben ein Flair für Zahlen und Verträge, sind im Fidelio-Front-Office bestens vertraut und arbeiten gerne selbständig und exakt. Sie möchten nicht auf das Hotelambiente verzichten, freuen sich aber auf geregelte Bürozeiten.

Dann freue ich mich auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Anja Landert, Leiterin Human Resources.



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA  
3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 26 77 • FAX 033 828 28 80  
[interlaken@victoria-jungfrau.ch](mailto:interlaken@victoria-jungfrau.ch) • <http://www.victoria-jungfrau.ch>  
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

163879



*Park Hotel Vitznau*

CH-6354 Vitznau/Luzern  
Tel. +41 (0)41 399 60 60, Fax +41 (0)41 399 60 70  
E-Mail: [Personal@phv.ch](mailto:Personal@phv.ch)  
Internet: [www.parkhotel-vitznau.ch](http://www.parkhotel-vitznau.ch)

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung in Jahresstelle eine motivierte und erfahrene

**Hauswirtschaftsleiterin**

welche die Verantwortung über den gesamten Hauswirtschaftsbereich übernimmt. Sie planen, koordinieren und kontrollieren die Arbeitsabläufe und bilden unsere Lehrlinge aus.

Wenn Sie bereits in verschiedenen Erstklasshotels Ihre Fachkompetenz, Sozialkompetenz und Ihr betriebswirtschaftliches Denken vertiefen konnten und jetzt eine neue Herausforderung suchen, dann sind Sie bei uns im Märchenschloss am Vierwaldstättersee genau richtig. Das Beherrschen der deutschen, italienischen und englischen Sprache ist Voraussetzung.

Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und aktuellem Foto. Herr Peter Molnar, Personalchef, steht Ihnen bei allfälligen Fragen gerne zur Verfügung.



Swiss Deluxe Hotels

**PARK HOTEL VITZNAU**

Herr Peter Molnar  
Personalchef  
6354 Vitznau



163876



Raffles Le Montreux Palace  
MONTREUX, SWITZERLAND

cherche un / e

**RESPONSABLE  
BANQUETS ET CONFÉRENCES**

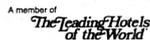
Nous sommes le leader suisse dans l'organisation de banquets et conférences et voulons renforcer notre équipe par une personne directement rattachée au directeur de la restauration.

Nous cherchons une personnalité avec un talent pour la communication et la formation, titulaire d'un diplôme supérieur en hôtellerie, parlant français, allemand, anglais, ayant de l'entregent, un excellent contact avec une clientèle internationale, le sens des responsabilités et un bon esprit d'équipe, capable de gérer de grands volumes d'affaires, disponible, au bénéfice de bonnes connaissances informatiques (Fidélité Sales et Catering) et si possible avec une expérience internationale réussie dans une position similaire. Age idéal: entre 28 et 34 ans.

Pour cette position de cadre, nous offrons les nombreux avantages d'un hôtel de luxe faisant partie du groupe Raffles Int, des prestations sociales de premier ordre ainsi qu'une formation continue.

Les candidatures, avec CV, photographie, copies des certificats, références et prétentions de salaires seront adressées à l'attention de Carole Tarpinian, responsable des Ressources Humaines.

Grand-Rue 100 - 1820 Montreux  
Tel. ++ 41 21 962 10 42 - Fax ++ 41 21 962 10 43  
E-mail: [carole.tarpinian@montreux-palace.com](mailto:carole.tarpinian@montreux-palace.com)  
<http://www.montreux-palace.com>



163891



**Grand Hotel  
ZERMATTERHOF  
CH-3920 Zermatt**

Sind Sie interessiert, in einem führenden Swiss Deluxe Fünfsternternhaus internationale Kundschaft zu verwöhnen? Dann sind Sie bei uns richtig!

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab der Wintersaison 2004/05 folgende kompetente Mitarbeiter/innen:

**Leiterin Hauswirtschaft/Gouvernante**      **Sous-chef**  
**EconomatmitarbeiterIn**      **HotelfachassistentIn**  
**Zimmermädchen**      **Officemitarbeiter/Küchenbursche**

Unser luxuriöses eingerichtetes Haus verfügt über 58 Zimmer und 26 Suiten, 2 Restaurants, 2 Bars, einen Bankett- und Kongressaal sowie einen grosszügig eingerichteten Wellnessbereich.

Fühlen Sie sich angesprochen und haben Sie das nötige Fachwissen? 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](mailto:personalbuero@zermatterhof.ch)



Swiss Deluxe Hotels



163822

HOTEL  
**MONT CERVIN**  
UND RESIDENCE



Im Jahr 2005 feiern die SEILER HOTELS ZERMATT ihr 150-jähriges Jubiläum. Diesen Sommer blieb wegen umfassender Renovierungen unser HOTEL MONT CERVIN \*\*\*\*\* geschlossen.

Zur Wiedereröffnung anfangs 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
- Hotelfach- und Servicepraktikantin/innen
- Chef de rang (sprachkundig)
- Demi chef d'étage (sprachkundig) m
- Commis de rang
- Restaurationsfachfrau/mann (À-la-carte-Service, D/E/F)
- Chef de bar m/w längerfristiges Engagement, gute Fach- und Sprachkenntnisse, D/E/F)
- Stv. Bademeister/Fitnesstrainer (m. Ausbildung u. Berufserfahrung)
- Tournante Spa
- Kosmetikerin

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](mailto:personalbuero@seiler-zermatt.ch)

[www.seilerhotels.ch/de/montcervin](http://www.seilerhotels.ch/de/montcervin)

150 years since 1855



163842

**BEREST AG**

Unternehmensführung, Beratung und Treuhand für Hotels und Gastronomie

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz. Zur Ergänzung unserer Abteilung Rechnungswesen suchen wir eine/n

**Sachbearbeiter/in Finanz- und Rechnungswesen**

Wir erwarten für diese Position eine/n junge/n Branchenfachmann/-frau. Sie übernehmen Mitverantwortung im Führen der Finanzbuchhaltung der Gruppengesellschaften und helfen beim Erstellen von Abschlüssen mit.

Sie dürfen eine interessante Position in einem attraktiven Unternehmen erwarten. Möchten Sie mehr erfahren? Dann freue ich mich auf einen Informationsaustausch mit Ihnen und erwarte vorgängig Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Simon Müller  
BEREST AG  
s.mueller@berest.com  
www.berest.com

163859

Thamerstrasse 30 • 4054 Basel  
Telefon 061 228 95 55  
Fax 061 228 95 59

**ferienregion HEIDLAND**  
SARGANSERLAND - WALENSEE - WARTAU

Die Geschäftsstelle "Ferienregion Heidiland" ist als regionale Tourismus-Marketingorganisation tätig. Die Region tritt touristisch unter der Dachmarke "Heidiland" auf und umfasst die Gebiete Sarganserland-Walensee und Wartau.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine(n) engagierte(n)

**Verantwortliche(r) IT/Administration/Finanzen**

Für das vielfältige und anspruchsvolle Arbeitsgebiet bringen Sie folgendes Profil mit:

- Abschluss einer Höheren Tourismusfachschule oder mehrjährige Erfahrung im Tourismus
- Gute Kenntnisse in Finanz- und Rechnungswesen
- Vertrautheit mit den Aufgaben in der Administration
- Erfahrung in der Web-Betreuung
- Sie verfügen über gute MS-Office-Kenntnisse
- Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre alt
- Sie arbeiten selbstständig und zielorientiert
- Sie sind teamfähig, belastbar und flexibel

Haben wir Interesse geweckt? Wenn ja, dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis spätestens 18. Oktober 2004 an:

Ferienregion Heidiland  
Marco Wyss, Direktor  
Zürcherstrasse 11  
7320 Sargans  
www.heidiland.com

163865

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. Das KKL-Gastronomiekonzept trägt den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Gäste durch ein differenziertes Angebot Rechnung. Zur Vervollständigung des Führungsteams sucht die KKL Luzern Management AG per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

**Chef de Service tournant (100%)**

Das *World Café* ist ein Ort zum Geniessen selbst bei knappem Zeitbudget. An den Präsentationsbars bietet das KKL Luzern dem Gast Kulinarisches rund um den Globus an, trendige Weine im Offenausschank sowie hochwertigen Kaffeegenuss. Die *Seebar* ist eine bequeme Longue in stimmungsvoller Umgebung. Die KKL-Seebar offeriert ihren Gästen klassische Cocktails, auserlesene Weine und kleine Barspezialitäten an.

Die *Waterfront* schliesslich bietet sommerliches Grillvergnügen im Freien und mit freiem Blick auf den Vierwaldstättersee unter dem regensicheren KKL-Dach. In diesen drei KKL-eigenen Restaurationsbetrieben stellen Sie bei Abwesenheiten der Verantwortlichen das Tagesgeschäft mit Ihrem Team sicher. Dabei führen Sie die Mitarbeitenden gäste- und qualitätsorientiert.

Sie verfügen über einen Abschluss zum/zur Servicefachangestellten und haben bereits praktische Erfahrung in Teamführung (bis 10 Mitarbeitende). Kenntnisse in der Herstellung von Cocktails und Drinks sind von Vorteil. Sie können sich mit unseren Gästen auch in Englisch und Französisch unterhalten. Wir erwarten von Ihnen ein überdurchschnittliches Engagement, Flexibilität und Begeisterung für das KKL Luzern. Das engagierte KKL-Team freut sich auf eine jüngere (ab 25 Jahren), verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die sich mit diesem modernen Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Luzern identifiziert.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an die KKL Luzern Management AG, Human Resources, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Für Fragen steht Ihnen gerne Kai Brengener, Stv. Leiter Restaurant und Bars, unter Tel. 041 226 70 44 zur Verfügung.

**KKL**  
culture  
convention  
cuisine  
experience

Weitere Informationen unter [www.kkl-luzern.ch](http://www.kkl-luzern.ch)

163715

**HOTEL BELLEVUE AU LAC**

**Die Herausforderung am schönen Thunersee...**

Unser idyllisch gelegenes \*\*\*Hotel mit 45 Zimmern, zwei Restaurants, Seeterrasse sowie gepflegten Banketträumlichkeiten, sucht per **1. November 2004** oder nach Vereinbarung einen engagierten

**Küchenchef**

Sie lieben es, vorwiegend marktfrische Topprodukte, insbesondere Fischspezialitäten, mit viel Herzblut und Engagement zu lustvoll interpretierten Köstlichkeiten umzusetzen. Wenn mitdenken, führen, planen, organisieren und umsetzen für Sie keine Fremdwörter sind, dann freuen wir uns, Sie persönlich kennen zu lernen.

Frau Helene Hebeisen freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. Hotel Bellevue au Lac AG Staatsstrasse 1, 3652 Hilterfingen.

163851

In unserem internationalen Unternehmen profitieren Sie unter anderem von:

- branchenübergreifenden Reisevergünstigungen
- breiten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- internationalen Transfermöglichkeiten

**Vergessen Sie die Gegenwart: Kuoni bietet Ihnen eine Zukunft als FIT Sales Manager South Europe Incoming Services**

Für unsere FIT-Abteilung (Individualkunden) suchen wir für die Region Südeuropa Verstärkung im Verkauf.

In dieser Position erstellen Sie im Bereich Individualreisende Marktanalysen. Sie entwickeln Verkaufspläne und setzen diese entsprechend um, identifizieren sich mit potenziellen Kunden und sind verantwortlich für das Führen der Verkaufsgespräche.

Für die Funktion als FIT Sales Manager South Europe setzen wir Verhandlungssicherheit in Italienisch, Englisch und Spanisch voraus, Portugiesisch- und Französisch-Kenntnisse sind von Vorteil.

Sie haben eine Weiterbildung im Tourismus abgeschlossen und möglicherweise schon im Verkauf oder Marketing gearbeitet? Sie sind sich gewohnt, mit PowerPoint, Excel und Word zu arbeiten? Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Kuoni Reisen AG, Incoming Services, Frau Michaela Atland, Überlandstrasse 360, 8051 Zürich, Tel. +41 1 325 22 33.

Weitere Stellen: [www.kuoni.ch](http://www.kuoni.ch)

**KUONI**  
A World of Difference

163890

**Casinotheater Winterthur**  
Theater Events Restaurant  
Stadthausstrasse 119, 8400 Winterthur

Das Casinotheater Winterthur ist ein lebendiges Haus mit Theater, Restaurant, Bar und Sälen für tausend- und eine Veranstaltungsmöglichkeit. Theater und Gastronomie vereinen sich bei uns zu Neuem, Spannendem und nicht Alltäglichem.

Für unser Casinotheater Restaurant suchen wir einen/eine

**Restaurantleiter/In**

Als qualifizierter/e und erfahrener/e GastgeberIn wünschen Sie sich einen farbigen und gut organisierten Arbeitsplatz. Übrigens unser kulinarisches Angebot sind frische saisonale Gerichte, nicht zuviel auf der Karte aber reichlich auf dem Teller. Gut gekocht und fein abgeschmeckt, freundlich serviert.

Möchten Sie in unserem Restaurant Regie führen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Casinotheater Winterthur  
Thomas Keel, Direktor, Stadthausstrasse 119  
8400 Winterthur, Tel. 052 260 58 91

163874

Ein mittelgrosses Stadthotel in Raum Zürich sucht per sofort oder nach Vereinbarung einen

**Front Office Manager (m/w)**

Für diese Position, in welcher Sie Verantwortung für den gesamten Front Office Bereich tragen, erwarten wir eine entsprechende Berufs- und Führungserfahrung sowie Erfahrung in Yield- und Revenue Management. Ausserdem achten Sie auf eine bestmögliche Leistung des Teams hinsichtlich der Qualität, Produktion und Service am Gast.

Sie sind der/die geborene/r Gastgeber/in! Die Arbeit an der Front und der tägliche Kontakt mit den Gästen bereitet Ihnen grosse Freude. Sie sind eine Persönlichkeit mit mehrjähriger Erfahrung im F/O-Bereich und sind nicht älter als 30 Jahre. Eifer, Einsatzfreude, Flexibilität und Teamgeist zählen zu Ihren Stärken. Ausserdem verfügen Sie über ein ausgeprägtes Organisations- und Sprachtalent (E/F).

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann zögern Sie nicht, uns Ihre Bewerbung mit Foto zu schicken unter Chiffre 163814 an [hotel+tourismus@revue](mailto:hotel+tourismus@revue), Postfach, 3001 Bern.

163814

**HIRSCHEN AM SEE**  
HOTEL • RESTAURANT • SEETERRASSE • TAVERNE • BAR

Das Hotel Hirschen am See ist ein Drei-Sterne-Haus mit dem mediterranen Restaurant «Bacino» und seiner Seeterrasse, einer idyllischen Taverne mit italienischen Spezialitäten, einer ruhigen Bar und 16 gemütlichen Zimmern. Das Restaurant «Bacino» ist ein helles, freundliches und lockeres italienisches Konzept auf einem gehobenen Niveau. Es wurde im März 2004 eröffnet.

Wir suchen zur Ergänzung unserer Küchenbrigade auf den 1. November 2004 einen ehrgeizigen

**SOUS-CHEF (m/f)**

Wir stellen uns vor, dass Sie eine jüngere peppige Persönlichkeit mit positiver Ausstrahlung sind, die mit viel Kreativität und Motivation unsere Gäste kulinarisch verwöhnt. Sie sind innovativ, kostenorientiert und trotzdem qualitätsbewusst. Sie haben ein Flair für die leichte mediterrane Küche und Sie wünschen sich eine spannende und abwechslungsreiche Aufgabe. Es macht Ihnen Spass, Ihr Team anzuspornen und für die Sache zu gewinnen. Dass Sie bereits Erfahrung in der gleichen Position mitbringen sowie über Bewilligung C oder CH/EU-Pass verfügen setzen wir voraus.

Wir bieten Ihnen eine attraktive Stelle in Meilen direkt am Zürichsee an, wo Sie Ihre Begeisterung für die frische, marktorientierte Küche mit einer fröhlichen Brigade von zehn Mitarbeitenden teilen.

Jann Hess freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung!  
Candrian Catering AG  
Human Resources, Postfach, 8023 Zürich  
Tel. 01/217 15 38, [www.bahnhofbuffet.ch](http://www.bahnhofbuffet.ch)

GASTHOF HIRSCHEN AM SEE • SEESTRASSE 856 • 8706 OBERMEILEN

163866

**Der neue Job wartet.**

Die besten Arbeitgeber inserieren in der htr stellen revue. Denn hier gibt's jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
[inserate@swiss-hotels.ch](mailto:inserate@swiss-hotels.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

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

**htr**

163870

**Neustart!**

Nach gut einjähriger Pause nimmt die Aktionshalle Baden, ehemals Halle 36, den Betrieb wieder auf.

Welches Team will mit Innovation, Kreativität und viel Herzblut für die Kultur diesen Neustart angehen?

**Die Geschäftsleiterin oder der Geschäftsleiter** (80-100%) ist für die Gesamtorganisation zuständig und hat die operative und finanzielle Verantwortung über den Betrieb. Sie sind eine Persönlichkeit mit ausgewiesenen kaufmännischen Kenntnissen, Führungserfahrung und Aus- oder Weiterbildung im kulturellen Bereich. Sie vereinbaren unternehmerisches Denken mit Flair für Kultur und repräsentieren die Aktionshalle gegenüber Behörden, Kunden und weiteren Anspruchsgruppen. Zusammen mit den Bereichsleitern der Ressorts Kultur und Gastronomie entscheiden Sie über die Zukunft der Aktionshalle.

Ihre Aus- oder Weiterbildung im kulturellen Bereich, das feine Gespür für kulturelle Bewegungen und Potenziale sowie Ihre Kenntnisse der regionalen, nationalen bis hin zur internationalen Kulturszene machen Sie zur geeigneten Persönlichkeit für die **Bereichsleitung des Ressorts Kultur** (ca. 70%). Sie zeichnen für das kulturelle Programm sowie für das Einhalten Ihres Ressortbudgets verantwortlich. Sie sind am Puls des Marktes und arbeiten für die Programmgestaltung eng mit dem Ressort Gastronomie zusammen.

Das Angebot und die Geschicke in der Kulturbeiz sowie vor und hinter der Bar liegen voll und ganz in den Händen der **Bereichsleiterin oder des Bereichsleiters Ressort Gastronomie** (80-100%). Sie bringen Aus- oder Weiterbildung im Gastronomiebereich oder mehrjährige Erfahrung in ähnlicher Position mit und verfügen über das Wirtentat. Als dienstleistungsbereite Persönlichkeit mit hoher organisatorischer Kompetenz sind Sie für diese Aufgabe wie geschaffen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! Aktionshalle Baden c/o Andrea Wehrli, Kreuzlibergstrasse 4, 5400 Baden oder an awehrli@yahoo.de

163849

**FLUMSERBERG CAFE REST. POSTHUS**

Für die kommende Wintersaison suchen wir zur Verstärkung unseres Teams tüchtige Mitarbeiter/innen:

**Koch (m/w)****Service Mitarbeiter (m/w)****Küchenhilfe (m/w)****Buffettochter**

Auf einen Anruf oder eine schriftliche Bewerbung freuen sich:

**Cafe-Rest. Posthus**  
Fam. F.J. Wildhaber,  
8898 Flumserberg, Tel. 081 733 18 33

158028

**Scuol HOTEL FILLI Engadin**

Für unser gepflegtes 3\* Hotel mit Spezialitäten-Restaurant suchen wir ab Mitte Dezember eine(n) junge(n)

**SOUS CHEF(IN)**

Wir erwarten gute Fachkenntnisse, Selbstständigkeit, Initiative, Organisation, neue Ideen und Flexibilität.

Wenn Sie diese Herausforderung gerne annehmen möchten, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung an:

Marco de Gennaro, Hotel Filli, CH-7550 Scuol  
Tel. 081 864 99 27, Fax. 081 864 13 36  
E-Mail: [hotel.filli@bluewin.ch](mailto:hotel.filli@bluewin.ch)  
Homepage: [www.filli-scuol.ch](http://www.filli-scuol.ch)

163812

Eine Botschaft in Bern sucht per sofort eine/n

**Koch/Köchin**

für die Residenz der stellvertretenden Missionsschöpfung.

Erwartet wird Erfahrung in Menüplanung, Einkauf und Freude am Kochen von Mittag-/Abendessen für einen kleinen Kreis von 8-12 Personen sowie gelegentliche Organisation, Durchführung und Aufsicht von grösseren Anlässen (Buffet).

Flexible Arbeitszeiten (40 Stunden/Woche inkl. Samstag), entsprechend der repräsentativen Verpflichtungen.

Sprachkenntnisse in Englisch und Deutsch erforderlich. Erfahrung als Chef in einer privaten Residenz von Vorteil.

Bitte senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit CV und Referenzen unter Chiffre V 005-391672 an Publicitas S. A., Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

163852

**malik**

management zentrum st.gallen  
syntegration®

Wir sind ein Anbieter von qualitativ hochstehenden Management-Workshops. Mit grossem Erfolg arbeiten wir für unsere Kunden im In- und Ausland und für unsere europaweiten Lizenznehmer.

Für unsere Geschäftsleitung in Zürich-Glattbrugg suchen wir per sofort eine engagierte

**Geschäftsleitungs-Sekretärin**

Sie sind eine einsatzfreudige, unkomplizierte und selbständig arbeitende Persönlichkeit, die flexibel ist, zapacken kann und auch in anspruchsvollen Situationen die Übersicht bewahrt. Sie sind gewandt im Umgang mit Kunden auf Vorstands- und Geschäftsleitungsebene und haben ausgezeichnete Umgangsformen.

Sie haben eine kaufmännische Ausbildung und/oder Matura. Neben den klassischen Sekretariatstätigkeiten übernehmen Sie vielseitige Sachbearbeitungs- und Assistenzaufgaben. Sie haben mindestens 5 Jahre Sekretariats Erfahrung, beherrschen den PC (MS-Office und Lotus Notes) und sind stilischer in der deutschen Sprache. Englisch und Französisch sprechen Sie fließend.

Sie erwarten ein moderner Arbeitsplatz in einem jungen, internationalen, weiterhin wachsenden Team sowie attraktive Fortbildungsmöglichkeiten und zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Bitte senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen an Marianne Dau, Malik Management Zentrum St.Gallen, Rittmeyerstrasse 13, 9014 St.Gallen. Tel. 071 274 3 - 417, E-mail: [recruiting@mzsg.ch](mailto:recruiting@mzsg.ch)

163793

**hoteljob****Stadt Zürich**

Für einen renommierten 4\*-Hotel-Restaurationsbetrieb suchen wir nach Vereinbarung einen flexiblen, engagierten

**Sous-chef (w/m)**

Sie vertreten den Küchenchef bei dessen Abwesenheit und helfen aktiv bei der Menügestaltung/-planung mit. Weiter sind Sie zusammen mit dem Küchenchef für den gesamten Wareneinkauf und die Warenlagerung verantwortlich. Auch in turbulenten Situationen behalten Sie den Überblick und ein reibungsloser Service und zufriedene Gäste sind für Sie stets eine Herausforderung.

Ob hektischer Mittagsbetrieb, gepflegter à-la-carte-Service, anspruchsvolle Geschäftsleute oder erwartungsvolle Bankettschicht – Sie bringen für jede Gelegenheit eine passende, kreative Idee mit.

Wenn Sie die entsprechende Ausbildung in der Schweiz absolviert haben und/oder eine umfassende Schweizer Erfahrung in der Gastronomie mitbringen und zwischen 25 und 30 Jahren jung sind, freuen wir uns auf Ihr komplettes Bewerbungsportfolio, z.Hd. Frau Nadja Hager.

163800



Schweizer Hoteller-Verein  
hoteljob Personalberatung und Stellenvermittlung  
Münsterstrasse 130, Postfach, 3001 Bern  
Telefon 031 370 43 33, Telefax 031 370 43 34  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch), [hoteljob.be@swiss-hotels.ch](mailto:hoteljob.be@swiss-hotels.ch)

Für unsere kleinen Stadthotels Seehof & Rössli suchen wir per 1. November 2004 eine flexible

**Réceptionistin**

wenn möglich mit Fidello-Kenntnissen. Der Einsatz erfolgt in beiden Hotels und ist zwischen 60-80%.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:  
Hotel Seehof, Philine Golay, Seehofstrasse 11,  
8008 Zürich.

163860



HOTEL MONOPOL LUZERN

Das 4-Sterne Hotel Monopol im Herzen der Stadt Luzern sucht auf den 1. November 2004 oder nach Vereinbarung seinen neuen

**Chef de Rezeption (m/w)**

Dank Ihrer Erfahrung an der Rezeption sind Sie vertraut mit dem Umgang mit internationalen Gästen, Fidello, dem Wechsel zwischen den Sprachen D, F, E, und einem lebhaften Kontakt zu Reisebüros und Tour-Operators.

Sie verwalten und verkaufen 73 Zimmer, führen ein junges Team und sind die Zentrale für das rege Leben des Hotels.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann zögern Sie nicht, uns Ihre Unterlagen zu schicken. Besuchen Sie auch unserer HP unter [www.monopol-luzern.ch](http://www.monopol-luzern.ch).

Hotel Monopol Luzern  
Dir. U. Füeg  
Pilatusstrasse 1  
6002 Luzern  
Tel.: 041/226 43 43  
E-Mail: [mail@monopol-luzern.ch](mailto:mail@monopol-luzern.ch)

163832

**Hotel Landhaus Saanen**

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine

**Servicefachangestellte**

Deutsch/Französisch  
Saison- oder Jahresstelle

**Koch/Köchin**

Jahresstelle

Unser familiär geführtes \*\*\*Hotel im Saanenland verfügt über ein Restaurant mit 90 Plätzen, Banketträumlichkeiten bis 250 Personen und 35 Hotelbetten.

Wir bieten eine selbständige und interessante Tätigkeit, ein breites Zielpublikum und eine traumhafte Umgebung. Unser Ziel ist es, mit unseren Mitarbeiter/innen zusammenzuarbeiten und ihre Ideen miteinander zu verbinden.

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns schon jetzt. Gerne stellen wir Ihnen unseren Betrieb in einem persönlichen Gespräch genauer vor.

**Hotel-Restaurant Landhaus**

Familie Dieckmann-Broggi

3792 Saanen

Frau Tatjana Röhlin

Telefon 033 748 40 40

[www.landhaus-saanen.ch](http://www.landhaus-saanen.ch)

163863



Haberi's  
SCHÜTZENHAUS  
3053 MÜNCHENBUCHSEE

Haberi's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Bistro, Brasserie, Gourmet- und Bankettsaal. Eine gedeckte Sommerterrasse sowie die Vinothèque Le Millésime ergänzen das Angebot.

Zur Ergänzung unseres Teams haben wir folgende Stellen zu besetzen:

**Chef de Partie**

für unsere mittlere Küchenbrigade in Jahresstelle.

Sind Sie kreativ, motiviert, belastbar und können sich für ein vielseitiges Küchenangebot begeistern so erwartet Sie in Haberi's Schützenhaus eine interessante Aufgabe.

**Aide du Patron-Betriebsassistent/in**

Die Aufgabe umfasst die administrative Führung und die Weiterentwicklung der F + B Abteilung, aktive Mithilfe im Service, Durchführung von Banketten sowie Ablösung der Serviceleitung. Gerne besprechen wir mit Ihnen die Möglichkeiten einer erfolgreichen Zusammenarbeit und erwarten gerne Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf.

Mit bestem Dank und mit freundlichen Grüßen

Jakob Häberli  
Rückfragen 031 868 89 88

163840

**3818 Grindelwald**

im Zentrum direkt neben  
Bergbahn First

Wir suchen auf kommende Wintersaison Eintritt 15. Dezember 2004 in heimeliges Spezialitätenrestaurant mit guter, anspruchsvoller Stammkundschaft

nette, freundliche und kontaktfreudige

**Servicefachangestellte**

sowie

**HOFA ODER GAFA als Rezeptions-Anfängerin**

mit Sprachkenntnissen für Rezeption, Betreuung unserer Gäste an der Hausbar und Frühstücksservice.

Es freut sich auf Ihre Bewerbung:

R. und A. Gruber-Abegglen  
Tel.: 033 853 42 42  
Fax: 033 853 42 88  
E-Mail: [altespost@grindelwald.ch](mailto:altespost@grindelwald.ch)  
[www.altespost-grindelwald.ch](http://www.altespost-grindelwald.ch)

163705



Wir – vom Waldhotel National als modernes, unkompliziertes und unkonventionelles Ferien-Erlebnis-Hotel – suchen für die kommende Wintersaison (Anfang Dezember bis Mitte April) noch folgende Teammitglieder:

**F&B Assistent (m/w)**

Die Herausforderung für jeden Hotelfachschüler!

**Night-Auditor**

Der Allrounder, für die Sicherheit in der Nacht!

**Bademeister**

Eröffnen Sie mit uns am 2. Dezember 2004 unseren neuen Wellnessbereich!

Möchten Sie in einem jungen und aufgestellten Team Berge versetzen, dann freuen wir uns über Ihre Bewerbungsunterlagen.



Waldhotel National  
Steffen Volk  
Direktor  
7050 Arosa  
[www.waldhotel.ch](http://www.waldhotel.ch)



163837

# 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

## Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

Eine Dienstleistung von

hoteljob

**SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?**

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

**CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?**

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaiteriez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

### Stellengesuche / Demandes d'emploi

**Küche / Cuisine**

1	2	3	4	5	6	7	8
9139	Sous-chef/Kü'chef	57	CH	n. Ver.	D/E/F	LU/GR	
9140	Chef de partie/Sous-chef	37	DE	B	sofort	D/E	Ost-CH
9141	Koch	44	DE	C	sofort	D/E/F	BE-Oberland
9142	Küchenchef	36	AT	B	Nov.	D/E/F/A	ZG/Luzern/Zürich
9143	Koch/w	39	DE	L-EG	Nov.	D	Deutsch-CH
9146	Koch	53	CH	sofort	D/E/F	BE	
9148	Sous-chef	51	AT	C	sofort	D/E	ZH
9149	Alleinkoch/Kü'chef	34	DE	B-EG	sofort	D/E	
9156	Chef de partie/w	44	CH	sofort	D/E/F	BE/SO	
9159	Koch	34	DE	L-EG	sofort	D/E/F	BE-Oberland/GR
9160	Alleinkoch/Kü'chef	36	FR	B-EG	n. Ver.	D/E/F/A	AG/ZH
9164	Commis de cuisine/w	19	CH	Nov.	D	ZG/ZH/AG/LU	
9166	Küchenchef	30	CH	Nov.	D/E/F	ZH/GR	
9170	Alleinkoch/Kü'chef	57	CH	Dez.	D/F	GR/SG	
9176	Commis de cuisine	28	FR	B	n. Ver.	D/F	ZG/BS
9177	Hilfskoch	36	DE	C	Nov.	D/E/F/A	Chur/Lugano
9184	Entremetier	32	IT	L-EG	n. Ver.	E/I	GR/TI/ZH/LU
9185	Chef de partie	25	DE	L-EG	Dez.	D/E	Zentral-CH
9186	Küchenchef	48	CH	n. Ver.	D/F/I	Zentral-CH/Tagesbetrieb	
9187	Koch	21	IT	C	sofort	D/F/I	
9189	Koch	37	CH	Dez.	D/E/F	Bergregion	
9191	Küchenhilfe	25	PT	L-EG	Dez.	D/E/F	GR/SG/BE-Oberland
9197	Koch/w	23	CH	Nov.	D/F	Zürcher Unterland	
9199	Chef Entremetier	43	DE	L-EG	Nov.	D/E/F/A	CR/BS/BE/S

**Hauswirtschaft/ménage**

1	2	3	4	5	6	7	8
9138	Office-MA	29	CM	B	Dez.	E/F	BE-Oberland
9150	Gouvemante	26	CH	Nov.	D	ZH/SG	
9152	Gouvemante	43	CH	sofort	D/E/F/I		
9153	Portier	54	PT	B	sofort	BE	
9158	Portier	40	FI	B	sofort	D/E	Zentral-CH
9161	Portier/Officehilfe	28	IT	L-EG	sofort	I	GR
9168	Gouvemante	23	CH	Nov.	D/F/I	SZ/ZH/LU	
9169	Hofa	37	CH	Nov.	D/E/F	Bern u. Umgebung	
9171	Masseurin/Kosmetikerin	39	CH	n. Ver.	D/E/F	Deutsch-CH	
9173	Office-MA	36	PT	L-EG	sofort	I	BE
9179	Masseurin	49	CH	Dez.	D/E	Zentral-CH	
9192	1. Hausdame	23	CH	Okt.	D/E/F	4-5*-Hotel/ZH/BE/BS	

**Administration/administration**

1	2	3	4	5	6	7	8
9137	Anfangsreceptionist	31	CH	Dez.	D/E/I	Zentral-CH/TI	
9147	Réceptionist	23	CH	n. Ver.	D/E/F	ZH/LU/ZG/80%	
9155	Night Auditor	31	DZ	B	sofort	D/E/F	ZH/AG/LU/SO/BE/BL
9162	Night Auditor	33	CH	sofort	D/E/F	BS	
9165	Réceptionist	23	AT	L-EG	n. Ver.	D/E/F	Deutsch-CH/3-5*-Hotel
9174	Anfangsreceptionist	39	DE	B	sofort	D/E/F/I	2-3*-Hotel
9178	Anfangsreceptionist	37	CH	Nov.	D/E/F/I	FR/Bern/60-80%	
9180	Anfangsreceptionist	23	CH	Dez.	D/E/F	VD/ZH/Bergregionen	
9181	Back-Office/w	27	CH	n. Ver.	D/E/F/I		
9188	Geschäftsführer	59	CH	Dez.	D/I	GR/TI	
9190	Night Auditor	55	DE	B	sofort	D/E/F	4-5*-Hotel
9195	Réceptionist	26	CH	Nov.	D/E/F	Thun, Bern, temporär	
9198	Betriebsassistent	38	AT	L-EG	Okt.	D/E/F	

**REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS**

**Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)**

**Alter - Age**

**Nationalität - Nationalité**

**Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers**

**Eintrittsdatum - Date d'entrée**

**Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques**

**Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)**

**Service/service**

1	2	3	4	5	6	7	8
9144	Sefa	26	CH	Dez.	D/F	BE-Oberland	

**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**

## altstadt hotel

Per Mitte November oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n selbständige/n, sprachgewandte/n

### Réception-/Bar-Mitarbeiter/in

Sie kümmern sich um den Service in der Caffè-Bar und das Check-in und Check-out der Hotelgäste. Sie bringen die entsprechende Berufserfahrung mit und sind zwischen 24 und 34 Jahre alt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:  
Hotel Altstadt, Frau Reichenbach, Kirchgasse 4  
8001 Zürich, Tel. 01 250 53 53  
[www.hotel-altstadt.ch](http://www.hotel-altstadt.ch) [service@hotel-altstadt.ch](mailto:service@hotel-altstadt.ch)

163875



Ein Hotel des Ferienvereins

Für unser lebhaftes Ferien-Sporthotel im sonnigen Engadin, Nähe St. Moritz, mit 120 Zimmern, A-la-carte-Restaurant, Bar mit Livemusik und grossem Wellnessbereich, suchen wir ab Dezember 2004

### Réceptionist/in

mit deutscher Muttersprache und guten Französischkenntnissen in Jahresstelle.

Haben Sie bereits Erfahrung an der Réception oder eine kaufmännische Ausbildung und Interesse, an einer Hotelréception die ersten Erfahrungen zu machen? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Es warten auf Sie ein eingespieltes Team sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

**Club-Hotel Schweizerhof**  
Daniel und Verena Christen  
Direktion  
CH-7514 Sils-Maria

Telefon 081 838 58 58  
Telefax 081 838 58 50  
[www.schweizerhof-sils.ch](http://www.schweizerhof-sils.ch)

163823

## La Ginabelle

ZERMATT

Das Haus der familiären Gastlichkeit

...ein Ferienhotel und ein junges Team von motivierten Mitarbeitern.

Sie sind begeisterungsfähig und teamorientiert. Kreativität und Fachwissen nennen Sie Ihr Eigen.

Sie lieben die Berge, frische Luft und sportliche Betätigung. Dann sind Sie die/der künftige Mitarbeiter/in in unserem Team.

Für die kommenden Wintersaison suchen wir folgende Mitarbeiter:

### Chef de rang

### Réceptionistin (d/e/f – mit Erfahrung)

Nebst zeitgemässen Arbeits- und Entlohnungsbedingungen und eigenen Studios bieten wir Ihnen ein tolles Arbeitsklima.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Familie Abgottspon-Schell   
Postfach 317 CH-3920 Zermatt  
Telefon +41 27 966 50 00 Fax +41 27 966 50 10  
E-mail: [info@la.ginabelle.ch](mailto:info@la.ginabelle.ch) [www.la.ginabelle.ch](http://www.la.ginabelle.ch)

163328



PARK HOTEL  
DU SAUVAGE

In unserem erlebnisreichen Seminar- und Ferienhotel (75 Zimmer) mit diversen Sälen im Jugendstil und dem Tagesrestaurant Kristall haben wir ab Nov. / Dez. 2004 folgenden Positionen zu besetzen:

### Küchenchef m/w

Mit Fachkompetenz und Freude führen Sie Ihr Team. Sie erstellen ein kulinarisches Angebot für unsere internationalen Hotel- und Seminargäste sowie für das à la carte Restaurant Kristall. Sie arbeiten eng mit der Direktion zusammen, erstellen Kalkulation und Budget und tätigen den Wareneinkauf.

### Chef de partie tournant

Als einsatzfreudiger und vielseitiger Fachmann für unser Halbpension Restaurant mit (100 Plätze) erwartet Sie ein interessantes Aufgabengebiet.

### Servicefachmitarbeiter/in für unser Bistro-Restaurant Kristall.

In Saison- oder Jahresstelle. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder rufen Sie uns an.



**Parkhotel du Sauvage**  
CH 3860 Meiringen  
M. & S. Rösli, Dir.

Tel. +41 33 971 41 41 / Fax. +41 33 971 43 00  
[personal@sauvage.ch](mailto:personal@sauvage.ch) [www.sauvage.ch](http://www.sauvage.ch)

163847



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

Zur Ergänzung unseres Reservationsteams suchen wir:

### Mitarbeiter/in Reservation

Für diese abwechslungsreiche Funktion stellen wir uns eine hilfsbereite, freundliche und teamfähige Persönlichkeit vor, welche idealerweise bereits über Reservationserfahrung und gute Fidelitätenkenntnisse verfügt. Zudem beherrschen Sie die Sprache Französisch.

Wir bieten Ihnen in einem lebhaften Umfeld mit grossem Entwicklungspotential eine vielseitige Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsumfeld mit interessanten Mitarbeitervergünstigungen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Beatrice Bucher, Personalabteilung, Tel. +41 41 825 50 20, [beatrice.bucher@shp.ch](mailto:beatrice.bucher@shp.ch)

163888

### SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG · CH-6443 Morschach · Telefon +41 41 825 50 50  
[info@shp.ch](mailto:info@shp.ch) · [www.swissholidaypark.ch](http://www.swissholidaypark.ch)

### New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

### Berufserfahrungen bilden die Basis für jede Karriere!

In verschiedene Betriebskonzepte in Zürich & Umgebung suche ich Sie, gelernte/r Fachfrau/mann als

### Commis oder Demi-Chef de Partie sowie

### Servicefachfrau/mann

(Berufsleute zwischen 20 - 26 Jahren)

Sie möchten Ihr Fach-Know-how und Ihr Engagement in junge, dynamische Teams in Zürich und Umgebung einbringen und sich weiterentwickeln!

Interessiert und gespannt? Dann rufen Sie mich an.

### New Challenge

Gabriela Weber Tel. 01/ 201 24 66  
Seestrasse 160 Fax 01/ 202 58 68  
8002 Zürich E-mail: [newchallenge@bluewin.ch](mailto:newchallenge@bluewin.ch)

163883

### Romantik-Hotel

## Chesa Grischna

7250 Klosters

Das originelle Bündner Kleinhotel im Herzen von Klosters mit A-la-carte-Restaurant und kreativer Frischmarktküche (13 Gault-Millau-Punkte) zählt zu den führenden und beliebtesten Häusern in der Ferienregion Klosters und verlangt von jedem Mitarbeiter viel Kreativität, Spontaneität und Flexibilität.

Wir suchen für die Wintersaison 2004/2005

### Barman

mit guten Sprachkenntnissen für unsere pulsierende Chesa-Bar mit Live-Musik und A-la-carte-Restaurant

### Chef de rang Restaurant

mit A-la-carte-Erfahrung u. Sprachkenntnissen

### Zimmermädchen mit Erfahrung

### Portier mit Erfahrung

Bitte senden Sie Ihre aussagekräftigen Unterlagen mit Foto oder kontaktieren Sie für erste Fragen

**Romantik-Hotel Chesa Grischna**  
Bahnhofstrasse 12, 7250 Klosters  
Tel. 081 422 22 22

163873

## SV

catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie und Teil der internationalen SV Group. Wir sind die Spezialistin im Business-, Care und Event Catering sowie im Hotelmanagement und setzen in diesen Geschäftsfeldern die Qualitätsmassstäbe. Für unseren Hauptsitz in Dübendorf suchen wir Sie per 1. Dezember 2004 als

## Sales Consultant (w/m)

Ihre neue Aufgabe umfasst den aktiven Verkauf unserer Dienstleistung. Sie repräsentieren unser Unternehmen, unterbreiten Offerten und führen Verhandlungen mit potentiellen Businesspartnern bis zum Vertragsabschluss. Mit der Ausarbeitung von Betriebsführungsofferten und Präsentationen schaffen Sie gemeinsam mit einem jungen, erfolgsorientierten Team die optimale Voraussetzung, unsere Marktstellung weiterhin auszubauen.

### Ihr Profil

- kaufmännische Ausbildung oder Hotelfachschule
- Weiterbildung im Verkauf oder Marketing
- Verkaufserfahrung, vorzugsweise in der Gastronomie
- gute PC-Kenntnisse
- stiltsicheres Deutsch, gute Französischkenntnisse
- verhandlungsstarke und kommunikative Persönlichkeit mit Organisationstalent

### Wir bieten

- spannende Herausforderung in einem nicht alltäglichen Tätigkeitsgebiet
- 13. ML ab Eintritt, 5 Wochen Ferien
- überdurchschnittliche Sozialleistungen
- moderner Arbeitsplatz in Dübendorf

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie an Isabelle Schütz, Human Resources Manager:

163813

SV (Schweiz) AG  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
Postfach  
CH-8600 Dübendorf 1



## CONCERTO

Esskultur

Für einen aussergewöhnlichen Gastronomiebetrieb mit im St.-Galler Kulturzentrum suchen wir einen

### - qualifizierten Küchenchef m/w - Koch/Köchin

Gerne geben wir Ihnen einen Einblick in unsere Philosophie. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:

Direktion: Frau Daniela Hauser  
Museumstrasse 25  
9000 St. Gallen

Tel. 071 242 07 79 // [info@concerto.ch](mailto:info@concerto.ch)

Ein Unternehmen der Peter Schildknecht Gastronomie

163850



Dans le cadre de l'expansion de nos restaurant de spécialités, nous cherchons un

**Gérant**

d'origine et de langue italienne

Jusqu'à la propre gérance d'un restaurant, vous souhaitez comme gérant remplaçant une introduction dans le concept et les tâches de Molino à Genève.

Vous voulez élargir votre expérience professionnelle et vous engager pour notre clientèle et nos employés? Vous êtes libre/flexible, habitez près de Genève ou Lausanne, et vous possédez un certificat cantonal de capacité A.

Nous offrons un poste de travail attractif avec tous les avantages d'une grande entreprise. Les conditions de travail attirantes et les assurances sociales excellentes sont bien entendu chez nous.

Madame Jacqueline Rhinow se réjouit de votre candidature que vous soumettez par écrit à Jelmoli AG, Dep. Gastronomie, Case postale 3020, 8021 Zurich.

MOLINO-Gastronomie déjà renommée à: Berne, Brigue, Dietikon, Fribourg, Genève, Genève (La Praille), Lucerne, Montreux, St-Gall, Thônex, Uster, Wallisellen, Winterthour, Zurich (Limmatquai), Zurich (Stauffacher), Zurich (Frascati).

**Gasthaus zum Löwen, Mollis GL**  
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir junge(n)  
**Servicemitarbeiter/-in**  
in Jahresstelle ab Ende Oktober.

Auf Ihre Bewerbung freuen sich Familie Schenkel & Mitarbeiter  
Tel. 055 612 13 33, Fax 055 612 15 52  
Sonntag ab 15.00 Uhr und Montag Ruhetag

156737

**Kurhaus**  
Zur Verstärkung unseres jungen und dynamischen Teams wünschen wir uns Ihre Unterstützung auf diesen Winter in unser HP und a la Carte Restaurant als:

**Koch / Sous Chef**

**Jungkoch**

Wenn Sie Freude an der Arbeit haben und Erfahrung haben, Fachkompetent sind, Deutschsprachig, flexibel und ein hilfsbereiter netter Kollege dann freuen wir uns auf Ihre (elektronische) Bewerbung.

Unser Hotel ist im Region Klosters/Davos und gegenüber (100m) dem Madrisa Bergbahn.

163892

Hotel Kurhaus, Landstrasse 24, 7252 Klosters Dorf  
Tel 081 422 44 41 Fax 081 422 46 09  
www.hotelkurhaus.ch

Wir suchen für die Winter-saison eine zuverlässige

**Zimmerfrau/  
Küchengehilfin**

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Fam. Rubi, Hotel Chemihütli  
3855 Axalp  
Tel. 033 952 10 10

163828

Das Panoramahotel Säntisblick befindet sich an einer der schönsten Aussichtslagen der Ostschweiz. Wir suchen für die Neueröffnung im Dezember 2004 noch folgende Mitarbeiter/innen:

**- Chef de Partie**

Wir wenden uns an junge Berufsfachleute, welche über eine abgeschlossene Berufslehre verfügen. Sie sind 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 Säntisblick  
Urs Thürlimann  
9030 Abtwil

163890



Sind Sie naturverbunden und sportbegeistert? Wir bieten Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz am Fusse des Säntis. Für unser \*\*\*\*Familien- und Sporthotel suchen wir per Mitte Dezember 2004 folgende motivierte Mitarbeiter in Jahresstellung:

**Küchenchef m/w**

Ihr anspruchsvolles Aufgabengebiet erstreckt sich von der Menügestaltung über die Kalkulation und Rentabilitätskontrolle, die Führung der 4 mitarbeitenden Köche und Lehrlinge bis hin zum Einkauf und zur Produktion des Angebotes sowie die Einhaltung der Hygienevorschriften. Sie sind ein «Praktiker» der gerne am Herd steht und helfen erfolgreich mit, die hohen Qualitätsansprüche unserer internationalen Kundschaft zu erfüllen.

**Chef de service m/w**

Als Gastgeber aus Leidenschaft lieben Sie den direkten Kundenkontakt. Ihre Persönlichkeit zeichnet sich durch Organisationstalent, kommunikative Stärken sowie die Eigenschaften aus, auch unausgesprochene Gästewünsche erkennen zu können. Sie sind mehrsprachig und haben ein gepflegtes Erscheinungsbild.

**Jungkoch m/w**

Direkt dem Küchenchef unterstellt sind Sie hauptsächlich für den Entremetier- und Saucierposten verantwortlich. Sie können ihr fachliches Wissen einsetzen und weiter ausbauen. An den Freitagen des Küchenchefs übernehmen Sie dessen Vertretung.

**Hotelfachassistentin**

Sie sind ein fleissiges Heinzelmännchen, das sich für die Sauberkeit im und rund um das Hotel zuverlässig und hilfsbereit kümmert. Die korrekte Zimmerreinigung, Wäsche- pflege und die sorgfältige Handhabung der Maschinen und Arbeitsmaterialien ist Ihnen ein Anliegen.

Zimmer im Mitarbeiterhaus vorhanden. Fühlen Sie sich angesprochen und bringen Sie die entsprechenden Voraussetzungen mit, dann erwarten wir gerne ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Hotel Säntis, 9657 Unterwasser  
Sonja Hild-Moser, Direktorin  
Telefon: 071 998 50 20, Fax 071 998 50 21  
E-Mail: saentis@beutler-hotels.ch, www.beutler-hotels.ch

163898



Wir suchen auf die kommende Wintersaison (per 15. Dezember)

**1 Chef de Partie (Pâtisserie/Gardemanger)**

mit 2-3 Jahren Berufserfahrung. Arbeiten Sie gerne in einem kleinen Team? Verstehen Sie es, mit Ihren kreativen Ideen unsere anspruchsvollen Gäste zu begeistern?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Jürg & Sibylla Degiacomi  
CH - 7502 Bever-St. Moritz

Telefon +41 81 851 16 16  
reception@chesa-salis.ch  
www.chesa-salis.ch

163854



Das \*\*\*\*Hotel Primrose au Lac sucht ab sofort zur Unterstützung des Teams folgende Mitarbeiter:

- \* Chef de Réception
- \* Réceptionnistin
- \* Zimmermädchen
- \* Portier / Nachtportier

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto und Zeugnis an Frau Nouri Hotel Primrose au Lac 1716 Schwarzwald Telefon 026 412 72 72 Fax 026 412 73 73  
www.hotel-primrose.com  
information@hotel-primrose.com

163890

Wir suchen für die Wintersaison 2004/2005

**ein (Ehe-)Paar für Etage/Lingerie**

- CH-Erfahrung notwendig  
- Deutschkenntnisse von Vorteil  
Daniel Ackermann und Moya Loy  
Hotel Hohe Promenade  
7050 Arosa (Tel. 081 378 77 00)

163870

FÜR UNSER KLEINES RESTAURANT IN INTERLAKEN SUCHEN WIR EINEN **INDISCHEN KOCH** MIT PIZZAKENNTNISSEN. AB JANUAR 2005. BITTE BEWERBEN SIE SICH TELEFONISCH!

HERR BUTT  
TELEFON 033 821 24 14  
NATEL 079 468 17 04

163890

Für das \*\*\*\*Hotel Victoria – das internationale First-Class-Haus direkt am Bahnhof SBB in Basel – mit 107 Zimmern und einer vielseitigen Restauration suchen wir für das Front-Office per 1. Januar 2005 den

**Shiftleader D/F/E (m/w)**

Durch Ihre mehrjährige Réceptions- erfahrung in der Stadthotellerie sind Sie der versierte «Allrounder» an der Front, der sich als Shiftleader in einem motivierten Team einbringen möchte.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen. Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

BäleHotels-Hotel Victoria  
c/o Hotel Europe  
Ruth Bunke, Personalleiterin  
Clarastrasse 43, 4005 Basel  
Telefon 061 690 87 75  
www.balehotels.ch

163881

**Berghaus Gobeli**  
Am Rinderberg 1500 m ü.M.

Fam. Hans Wagner  
3770 Zweisimmen  
Tel. und Fax 032 631 21 74

Für die Wintersaison ab 15. Dezember suchen wir noch

**Koch**

In kleine Brigade, flexibel, mit Erfahrung, verantwortungsbewusst

**Servicemitarbeiterin**

Selbständig, zuverlässig, mit Sprachkenntnissen.

Wir bieten gute Entlohnung, Kost und Logis im Haus, Gratis-Skiabo Region Gstaad, gutes Arbeitsklima.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf und Ihre Bewerbung.

163861

**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

**Servicemitarbeiter/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 Belvi** 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

163838

**kunsthausestaurant**

ESSEN · BAR · WEINE

Der pulsierende Betrieb im Zentrum des Zürcher Kulturlebens sucht Sie:

**Gelernter Koch (w/m)**

Berufsausbildung, Praxiserfahrung, selbständig und flexibel. Sie sind passionierter Fachmann mit Freude an der mediterranen Küche. Die Arbeit im Team, Verantwortungsbewusstsein und ein moderner Arbeitsplatz sprechen Sie an? Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle Herausforderung in einem modernen Umfeld.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Rolf Schmid (Geschäftsführer), Mike Dittmar (Küchenchef)  
Restaurant Kunsthaus, Heimplatz 1, 8001 Zürich  
044 251 53 53, www.kunsthausestaurant.ch

163878



Für unser kleines, gepflegtes Hotel Garni mit internationaler Kundschaft suchen wir für die kommende Wintersaison oder länger

**1 sprachenkundige Mitarbeiterin für die Réception**

Falls Sie gerne selbstständig arbeiten, Erfahrung im Hotelfach haben, nett und zuvorkommend sind, sind Sie die ideale Ergänzung in unserem kleinen Team.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung an:

Catherine Wyrsch  
Hotel Sarazena  
Bahnhofplatz 14  
Postfach 119  
3920 Zermatt

163702

Für unser Stadrestaurant «7-Stube» suchen wir nach Übereinkunft eine

**Servicemitarbeiterin**

mit Berufserfahrung, guten Deutschkenntnissen und Spass an einer nicht unhektischen Arbeit in einem jungen Team.

Sind Sie motiviert und wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste umsetzen kann...

...dann richten Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Herr Roger Burkhardt oder Herr Peter Schiltknecht.

**HOTELBERN**

Zeuhausgasse 9, CH-3011 Bern, Telefon +41 (0)31 329 22 22  
hotelbern@hotelbern.ch, www.hotelbern.ch

163877



Zwischen Baden und Koblenz gelegen, beherbergt das Schloss Böttstein 32 Hotelzimmer, zwei Restaurants, festliche Säle und Kellergewölbe und einen schönen Schlossohof. Folgende Positionen sind nach Vereinbarung zu besetzen.

**Hausdame  
Servicemitarbeiterin/  
Koch/Köchin**

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit folgenden Anschriften: Schloss Böttstein, Brigitte Bischofberger, Schlossweg 20, CH-5315 Böttstein, www.schlossboettstein.ch

163796



Zur Verstärkung unseres aufgestellten Teams suchen wir für unser gepflegtes Restaurant mit Gartenterrasse eine junge, freundliche, Deutsch sprechende

**SERVICEMITARBEITERIN**

(per 1. Dezember)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an!

Beatrice Hunkeler & Fabrizio Piantanida  
Restaurant Schlossberg  
Dorfstrasse 17  
4806 Wikon  
Tel. 062 752 11 10 Fax 062 752 49 24

156541



als Sous-Chef in mittelgrossen Betrieb und

**Servicemitarbeiterin**

als Aushilfe im À-la-carte-Service

Gesucht von

Restaurant Rümisplatz  
Rümkircherstrasse 5b, 8352 Rümkon  
(an der Stadtgrenze Winterthur)  
Tel. 079 638 37 35, www.tennisarena.ch

163884



Wir sind ein gemütliches Ausflugsrestaurant am Uetliberg mit 150 Sitzplätzen (bedient und mit Selbstbedienung) und grossem Kinderspielplatz. – Bekannt und speziell bei uns sind diverse Käsespezialitäten.

Für unsere Küche suchen wir eine kreative, engagierte und motivierte Persönlichkeit als

## Koch

### mit Unternehmergeist (m/w)

Als erfahrene Fachkraft kochen Sie mit Leib und Seele. Der Umgang mit Gästen macht Ihnen Spass und motiviert Sie zu neuen Kreationen. Zusammen mit Ihrem Assistenz-Koch sind Sie für die gesamte Küche verantwortlich, kaufen selber ein und sorgen für die Gmütlberg-Atmosphäre.

Fühlen Sie sich von dieser Herausforderung angesprochen und möchten Ihre Selbstständigkeit unter Beweis stellen? Sprechen Sie Deutsch und möchten Sie mehr darüber erfahren? Dann rufen Sie noch heute unseren Geschäftsführer, **Herrn Oscar Candrian für ein erstes Gespräch an, Tel. 044 463 92 60.**

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Restaurant Gmütlberg,  
Oscar Candrian, 8143 Uetliberg, Tel 044 463 92 60

163839

Um unser Team zu verstärken, suchen wir per sofort eine/n

## Mitarbeiter/In in der Küche

Unser Restaurant hat 45 Innen- und im Sommer nochmals 30 Aussenplätze, liegt mitten im Herzen von Zürich und ist bekannt als Fischrestaurant.

Wenn du motiviert bist, gerne in einem jungen, unkomplizierten Team arbeiten möchtest, mediterrane Küche liebst und zudem deinen Ideen freien Lauf lassen willst, dann bist du genau die richtige Person.

Wir bieten dir gute Arbeitsbedingungen und einen fairen Lohn.

Bringst du Erfahrung mit in deinem Beruf, fühlst dich wohl in einem kleinen Team und suchst eine spannende Herausforderung für längere Zeit?

Dann zögere nicht uns sende uns dein Dossier noch heute an:

Maurizio Davini  
Wolfbachstrasse 35  
8032 Zürich  
079 669 40 53

163846



Das Schulhotel Regina führt interkantonale Fachkurse für den Berufsschulunterricht von Servicefachangestellten durch. Im Herbst und Frühsommer findet jeweils ein fünf-wöchiger Blockkurs statt.

Auf den Spätherbst 2004 suchen wir für das Schulhotel Kreuz in Leissigen

## eine Servicefachlehrerin oder einen Servicefachlehrer

**Unterrichtspensum**  
18 Lektionen pro Woche

**Kursdaten**  
15. November bis 17. Dezember 2004  
1. Mai bis 3. Juni 2005  
Fortsetzung der Teilzeitanstellung möglich

### Anforderungen

Abgeschlossene Ausbildung als Servicefachangestellte/r mit berufsbezogener Weiterbildung und mindestens fünf Jahren Berufserfahrung. Bereitschaft zur Mitarbeit im Lehrerteam.

### Anstellung

Besoldung und Anstellung richten sich nach der Besoldungsordnung für die Schulhotels von hotellerie.suisse. Wir bieten eine verantwortungsvolle und vielseitige Arbeit mit Jugendlichen und eine umfassende Einführung in die Unterrichtstätigkeit. Für 2005 ist der Besuch des Didaktikkurses (19. bis 23. September 2005) vorgesehen.

### Sind Sie interessiert?

Für Auskünfte stehen wir Ihnen ab 11. Oktober 2004 zur Verfügung. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bis Freitag, 15. Oktober 2004, an

**Schulhotel Regina**  
Peter Rieder, Rektor  
3800 Matten b. Interlaken  
Telefon 033 826 01 30  
schulhotel-regina@swiss-hotels.ch

163828



CH-3906 Saas-Fee

In Mitten einer bezaubernden Ferienlandschaft befindet sich unser renommiertes Ferienhotel mit 88 Betten. Der gastronomische Bereich umfasst drei Restaurants mit vielseitigem Speiseangebot und für das vitale Wohlbefinden steht ein attraktives Wellness-Center zur Verfügung.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die Wintersaison (ab Dez. 2004 oder nach Übereinkunft) noch folgende Mitarbeiter/innen in Saison- oder Jahresstellung:

## Réceptionist/in

mit Erfahrung und guten Sprachkenntnissen in D, E, F

## Allrounder/in (wird angelernt)

für Hotelbar, Réception und Hotelrestaurant

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

Romantik Hotel Beau-Site  
Familie Zurbriggen-Roosen  
CH-3906 Saas-Fee

Tel. 027 - 958 1560  
Fax 027 - 958 1565

Info@beausite.org  
www.beausite.org

163795



ROMANTIK  
HOTELS & RESTAURANTS  
INTERNATIONAL



## 1. Réceptionist/-in

Sind Sie auf der Suche nach einer Herausforderung, bei der Sie die Gäste täglich mit Fachkompetenz, Freundlichkeit und Ihrem Lächeln verwöhnen können?

Unser Idealkandidat hat einen Abschluss in der Hotellerie, Erfahrung an der Réception und besitzt administrative Kenntnisse. Er/sie arbeitet selbständig, ist flexibel, denkt unternehmerisch und übernimmt gerne Verantwortung.

Wenn Sie zudem über gute mündliche und schriftliche Kenntnisse der deutschen, englischen und französischen Sprache verfügen und Interesse an einer abwechslungsreichen Stelle in einem internationalen Hotelunternehmen haben, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme

Mövenpick Hotel Egerkingen  
Isabelle Nowak, Human Resources Manager  
Höhenstrasse 12, 4622 Egerkingen

Tel. 062 389 19 31  
isabelle.nowak@moevenpick.com

163818

## Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und À-la-carte-Restaurant suchen wir für die kommende Wintersaison folgende bestverdienende, motivierte Mitarbeiter:

## Chef de partie Commis de cuisine Servicemitarbeiterin

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung, tolle Atmosphäre in jungem Team sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten. Ja, Sie fühlen sich angesprochen? So senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel Vorab  
z. H. Herrn G. R. Meiler  
7017 Flims Dorf

163869

## Erfolgreiches Gastronomieunternehmen sucht professionelle Partner

Sind Sie bereit, Zeit und Eigenkapital für eine erfolgreiche Zukunft zu investieren?

Möchten Sie mit uns neue Standorte mit einem bewährten, trendigen Konzept als Franchisenehmer realisieren?

Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre Zuschrift unter Chiffre Nr. 163695 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

163695



HOTEL UND  
RESTAURATIONSBETRIEBE  
DER THERMALQUELLE AG  
5330 ZÜRZACH  
TURMHOTEL/TURMPAVILLON\*\*\*

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

## • Réceptionist/in

(Sprachen D, F, E)

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

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

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

163712



Chalet-Hotel & Wintergartenrestaurant DAVOS

Das einzige Chalet-Hotel in Davos sucht auf die Wintersaison 04/05 noch Mitarbeiter im Bereich:

Erfahrener Koch mit abgeschlossener Berufsehrer, für Halbpension und à la Carte Restaurant.  
Deutsch sprechend.

Servicemitarbeiterin mit Berufserfahrung, für Halbpension und à la Carte Service sowie Frühstückservice.  
Deutsch sprechend.

Wir sind ein Kleinbetrieb mit 40 Betten und einem Wintergarten à la Carte Restaurant mit 30 Sitzplätzen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungen mit Foto.  
Herr John Henderson, Chalet-Hotel Larix  
7270 Davos Platz ; Tel: 081 413 11 88  
e-mail: info@hotel-larix.ch ; www.hotel-larix.ch

163801



## Ochsen Zug

In unserem geschichtsträchtigen Gasthaus im Herzen von Zug verwöhnen wir unsere Gäste mit Freude. Einfühlsam und fröhlich vermitteln wir gute Begegnungen in schlichten, naturbelassenen Räumen. Zur Ergänzung und Unterstützung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung ein

## Chef de Réception (m/w)

Sie sind GastgeberIn aus Berufung, etwa 25 bis 35 Jahre jung, haben Réceptionserfahrung und/oder Hotelfachschulabschluss. Sie schätzen es sehr, Verantwortung zu übernehmen, sind dynamisch, ausdauernd und belastbar, haben ein sicheres Auftreten und lieben den Kontakt mit internationaler Kundschaft.

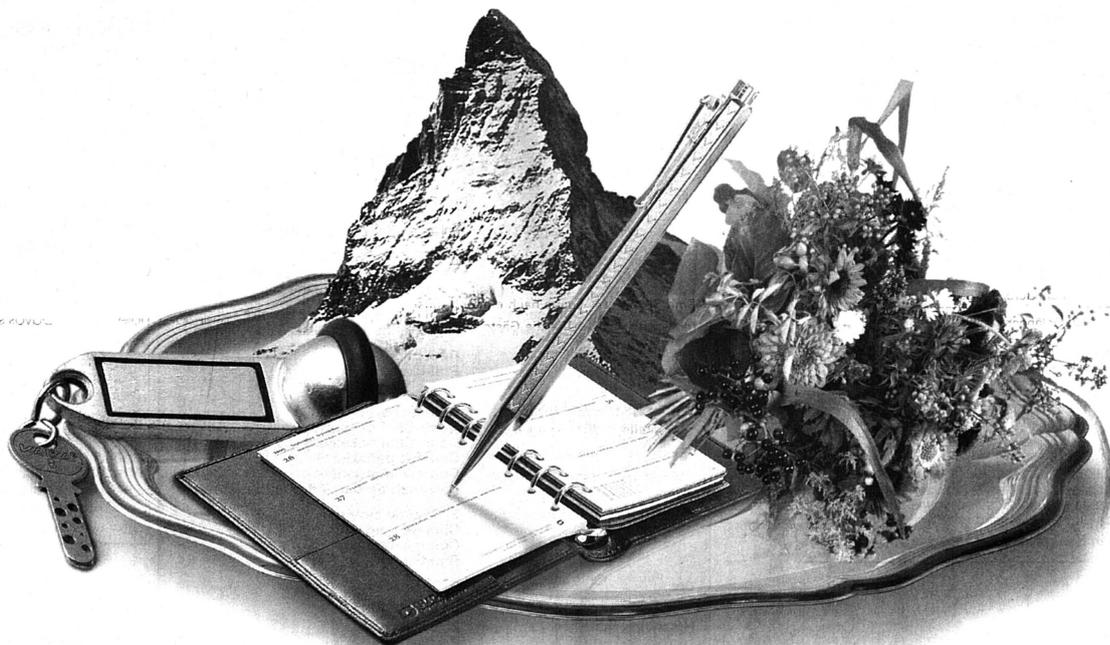
Eine spannende, anspruchsvolle Aufgabe, ein junges Team und Unterstützung erwarten Sie. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Matthias Hegglin, City-Hotel Ochsen, 6300 Zug  
Telefon 041 729 32 32, info@ochsen-zug.ch

163867

# Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr stellen revue** bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



Inserieren und Abonnieren:

Tel.: 031 370 42 42

Fax: 031 370 42 43

[inserate@swisshotels.ch](mailto:inserate@swisshotels.ch)

[www.htr.ch](http://www.htr.ch)



**htr**

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



**HÔTEL DES TROIS COURONNES**  
FOUNDED 1974

Hôtel \*\*\*\* de luxe  
membre «Leading Small Hotels  
of the World»  
Nous recherchons pour tout de suite  
ou à convenir:

**UNE ASSISTANTE  
DE DIRECTION/  
SALES MARKETING**

Jeune diplômée de l'Ecole hôtelière ou  
d'une expérience réussie dans un poste  
similaire, vous avez le sens du service  
personnalisés et êtes soucieux de  
donner le meilleur de vous-même dans  
l'exercice de votre métier, de langue  
maternelle française, très bonnes connaissances  
orales et écrites d'anglais,  
l'allemand serait un atout supplémentaire.  
Vos candidatures complètes  
(lettre de motivation, CV, photo, certificats)  
doivent être adressées à l'attention  
de notre responsable de Ressources  
Humaines, Madame Malya Renaud  
Crisci.

Rue d'Italie 49, CH-1800 Vevey  
Tél. +41 21 923 32 00  
Fax +41 21 923 33 99

163868

**Hôtel-Restaurant  
BEL-AIR**

Cuisine bourgeoise, spécialités de poissons et diverses  
quinzaines selon les saisons.

Vous cherchez une place stable, dans une petite brigade,  
vous êtes dynamique et aimez relever les défis, vous vous  
intégrez facilement dans une équipe, alors vous répondez  
au profil du

**CHEF DE PARTIE –  
SOUS CHEF DE CUISINE**

Que nous recherchons pour de suite ou à définir.

Faites nous votre offre de service

**R&R Chervet, Tél. 026 673 14 14**  
1788 Praz-Vully (bord du lac de Morat)  
www.bel-air-lac.ch  
e-mail: bel-air@bel-air-lac.ch

**IMAGE**



**www.gastro-s.ch**  
gastro S Haus Howald GmbH  
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8  
5080 Laufenburg  
Tél. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44  
E-Mail: jobs@gastro-s.ch



**la Rocca**  
HOTEL UND RESTAURANT

**TICINO**

**LAGO MAGGIORE**

In unser 4-Sterne-Ferienhotel bei Ascona (4 km) suchen wir  
für die kommende Sommersaison (Mitte März bis Ende Oktober)  
in junges und motiviertes Team

fachlich qualifizierte, motivierte und fröhliche Mitarbeiter

**SEKRETÄRIN/RECEPTION**

Berufserfahrung, gute PC-Kenntnisse, Sprachen D, E, F, I)

**KOCH / KÖCHIN / ALLEINKOCH**

kreative italienische und mediterrane Küche  
mehrjährige Berufserfahrung

**SERVICE-MITARBEITER/INNEN**

Halbpension und à la carte  
Berufserfahrung sowie Sprachen D, E, evtl. I

**ALLROUNDER**

**PORTIER / GÄRTNER / UNTERHALT /  
OFFICE**

**ZIMMERMÄDCHEN/WÄSCHEREI**  
auch Ehepaar möglich.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto

Familie D. & F. Krähenmann  
La Rocca\*\*\*\*

Hotel-Restaurant

6613 Porto-Ronco/Ascona

E-mail: hotel@la-rocca.ch

www.la-rocca.ch

63877

**STELLENGESUCHE**

Flotte Serviertochter/Servicefach-  
angestellte sucht Stellung.  
Tel. 0049 171 27632 92/1  
0049 160 14971 54/2  
079 381 69 30

163851

**Sous-chef/Küchenchef**

29-jähriger motivierter, flexibler, belastbarer  
und ehrgeiziger Koch sucht eine  
neue Herausforderung als Sous-chef  
oder Küchenchef auf Anfang November  
im Raum Innerschweiz. Mehrjährige Erfahrung  
in der gehobenen Gastronomie.

Sie erreichen mich unter  
Tel. 079 412 94 57

163885

Innovatives internationales Paar mit  
Herz sucht ab Januar 2005

**neue Herausforderung**

zum Betrieb einer Pension/Seminar-  
haus/Café-Bistro mit Ambiente

für aufgestellte, weltoffene Gäste am  
See, in den Bergen, am Mittelmeer oder  
auf einer Insel. Schweiz und Europa.

Angebote und Hinweise bitte an:  
Tel. 079 340 61 67 oder an  
mpb@teilzeitmanagement.ch

163848

**INTERNATIONAL**



**POST  
HOTEL  
LAKE LOUISE**



Das von Schweizer Hand geführte Erstklasshotel in den  
kanadischen Rocky Mountains sucht ab Anfang Mai  
2004 Mithilfe in den folgenden Positionen:

**Chef de Partie  
Demi Chef de Partie  
Etagengouvernante**

Falls Sie die nötigen Voraussetzungen mitbringen und  
sich für ein Jahr Auslandsaufenthalt verpflichten können,  
senden Sie Ihre Bewerbung (inkl. Ihrer Telefonnummer)  
bitte an das

Relais & Châteaux Post Hotel  
P.O. Box 69 Fax: 001 403 522 39 66  
Lake Louise, AB E-Mail: jobs@posthotel.com  
TOL 1E0  
Kanada

Ein 1 Jahr gültiges Visum für qualifizierte Bewerber bis  
zum 35. Altersjahr ist über das Austauschabkommen  
zwischen Kanada und der Schweiz sowie auch zwischen  
Kanada und Deutschland erhältlich.

Bitte besuchen Sie unsere Website: [www.posthotel.com](http://www.posthotel.com)

163706



**Giardino – DAS Ferienhotel der Schweiz!**

Herzlich willkommen in unserem Team,  
in dem wir höchste Gastfreundschaft und Servicequalität  
durch Lebensfreude und positive Ausstrahlung leben.

Für die Sommersaison 2005 vom 4. März bis 6. November  
engagieren wir noch folgende Mitarbeiter:

**Front Office**  
Sprachen D/I/F/E  
(EDV: Fidelio)

**Küche Ristorante Aphrodite**  
(17 Punkte Gault/Millau)

**Service Ristorante Aphrodite**

**Bar**

**Hauswirtschaft**

**Giardino di Bellezza**  
(Beauty & Spa)

**Receptionist  
Praktikantin**

**Chef de partie  
Demi-Chef de partie  
Demi-Chef pâtissier  
Commis pâtissier  
Commis tournant  
Hilfskoch für das Mitarbeiterrestaurant**

**2. Chef de service  
Chef de rang  
Commis de rang  
Praktikantin**

**2. Chef de bar  
Commis de bar**

**Zimmerfrau  
Portier  
Mitarbeiter Reinigung/Spa**

**Kosmetikerin  
Masseurin**

Mit Spannung erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto an:

Isolde Karle  
Human Resources Manager  
Relais & Châteaux Hotel Giardino  
CH-6612 Ascona

Telefon 091 785 88 88

163887

**Suche in Wintersaison  
Stelle als Koch**

Ich bin 34 Jahre alt und habe lange Zeit  
in Amerika auf diesem Beruf gearbeitet.  
Zurzeit bin ich im Restaurant Waldegg  
(Schuggbock), 9053 Teufen, beschäftigt  
und freue mich auf eine neue Herausforderung.

Steven Mühlemann, Freudenbergstr. 3  
9410 Heiden, Tel. 071 891 40 60

163784

**Erfolg ist die Überzeugung,  
aus der die Dinge geschehen!**

Kompetente Führungspersönlichkeit  
in 4\* Hotellerie mit Herz, Esprit und  
langjährigen Erfahrungen

» internes und externes Marketing und  
Sales,

» fundiertes F & B- und Qualitäts-  
management,

» BWL-Know-How, Reengineering,  
» führungs- und organisatorischer  
Erfahrung

sucht mehr als eine neue Herausforderung  
in Kaderposition

**F & B-Manager, Direktor,  
Betriebsleiter, Touristik**

nach Vereinbarung ab November 2004

Mobil 076 421 45 84 \*  
conveyers@web.de

163833

Fähigkeitsausweis als Wirtin frei, auf  
Wunsch als

**Mitarbeiterin**

dabei.

Tel. 079 482 25 23  
031 741 05 89

163845

**Hotelfachpersonal**

aus Nord- und Südtirol für die Winter-  
saison für renommierte Tourismusbetriebe  
zur Verfügung.

Agentur Messner, Tel. 0043 512 567 353

163799

**STELLENVERMITTLUNG**

[www.adsjob.com](http://www.adsjob.com) Tel. 081 382 21 57  
**PERSONALVERMITTLUNGEN**  
20 jähriger Leistungsausweis,  
individuell, kompetent, erfahren

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  
E-Mail: [insertate@swisshotels.ch](mailto:insertate@swisshotels.ch)

134930/401646

**IMPRESSUM**

**htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi**

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit  
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern  
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
Mondijoustrasse 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 Strehel  
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser  
E-Mail: [insertate@swisshotels.ch](mailto:insertate@swisshotels.ch)

**Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):**

– Frontseite / première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)  
– Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

**Termine:**

– Ausgabe Nr. 42/2004  
– Erscheint 14. 10. 2004  
– Anzeigenschluss 11. 10. 2004  
– Wiederholungen 11. 10. 2004

Nr. 43/2004  
21. 10. 2004  
18. 10. 2004  
18. 10. 2004

Nr. 44/2004  
28. 10. 2004  
25. 10. 2004  
25. 10. 2004

Nr. 45/2004  
4. 11. 2004  
1. 11. 2004  
1. 11. 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.