

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 112 (2004)  
**Heft:** 44

## 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 **135** Stellenangeboten



**GIÒ REZZONICO** / Der Tessiner Verleger kritisiert den Mangel an Vision und an Kooperation im Tourismus des Kantons. SEITE 2



**FLUGZIEL SCHWEIZ** / Die Swiss wird im Incoming-Flugmarkt u. a. von der expandierenden Air Berlin konkurrenziert. SEITE 6



# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

**BLICKPUNKT**

## Leithammel oder Schafhirt?

CHRISTINE KÜNZLER

«Entweder seid ihr Leithammel oder Schafhirte», sagte Tourismusprofessor Hansruedi Müller den Tourismusmanagern, die am Management-Seminar zum Thema Destinationsbildung teilnahmen. Und schob gleich nach: «Zu einem grossen Teil brauchen wir Schafhirten. Der Tourismusdirektor muss im Hintergrund sein und einige Hunde um sich haben.» Auch folgende Aussage stammt vom Tourismusprofessor – gemacht am gleichen Anlass: «Von meinen Studenten will niemand eine Destination übernehmen.»

Im schwierigen Prozess der Destinationsbildung sind Leithammel und Schafhirt Hauptakteure. Entscheidend ist, dass alle – Tourismusdirektoren und Vorstände – genau absprechen, wer welchen Part übernimmt. Denn der klar definierte Lead spielt in der Destinationsbildung eine wichtige Rolle. Zehn Jahre nach dem ersten Aufruf der Tourismusexperten, Destinationen zu bilden, verlaufen die Prozesse in der Schweiz immer noch harzig. Das liegt wohl auch daran, dass der Tourismusdirektor a) nicht weiss, ob er als Schafhirt oder Leithammel agieren soll und b) als Leithammel möglicherweise die notwendigen Kompetenzen nicht hat, um Quantensprünge zu realisieren. Quantensprünge, die die touristische Schweiz dringend braucht.

Siehe auch Seite 5

**INHALT**

Meinungen	2
Aktuell	3
Themenseiten	4/5/6
Tourismus	7/8/9/11
Hotellerie	13/14
Gastronomie/Technik	15/17/18/19
Die Letzte	20
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund



**STRATEGIEWECHSEL**

## Schweiz Tourismus speckt ab

Schweiz Tourismus strafft die interne Organisation und will so zusätzlich jährlich 2 Mio. Fr. frei machen. Damit werden die Marketingmittel aufgestockt.

CHRISTINE KÜNZLER

Grund für den Strategiewechsel sind der Finanzentscheid des Bundes und die künftige Koordination der Landeswerbung. Die 46 Mio. Franken jährlich, die Schweiz Tourismus (ST) erhalten wird, reichen nicht aus, um sich in den Zukunftsmärkten verstärkt zu positionieren. Deshalb will ST mehr Marketingmittel generieren. Die Dachorganisation will sich auch «fit machen», wie Direktor Jürg Schmid sagt. Damit sich ST innerhalb der Schweiz-Promotions-Organisationen gut positionieren kann.

Die Umstrukturierung hat personelle Konsequenzen. Urs Eberhard beispielsweise wird neu Stellvertreter von Jürg Schmid. Vizedirektor Michel Ferla wechselt nach Paris. Kündigungswelle habe es keine gegeben. Natürliche Abgänge indes würden nicht mehr ersetzt und offene Stellen mit internen Mitarbeitenden besetzt.

Siehe auch Seite 7 und Cahier français Seite 8

Foto: P&G



**MEHR MARKETINGMITTEL FÜR DIE WACHSTUMSMÄRKTE**

Mit den zusätzlichen Marketingmitteln, die Schweiz Tourismus durch die Umstrukturierung frei macht, wird die Präsenz in den strategischen Wachstumsmärkten China, Golfstaaten, Indien, Korea und Russland gestärkt (das Bild entstand am STM).

**HOTEL-RÜCKBAU**

## Zermatt: «The Matter»

Zermatt bekommt «The Matter». Das Vier-Sterne-Bed-and-Breakfast-Hotel entsteht am Ort des Luxushotels «into The Hotel», das nur wenige Tage geöffnet war und bis auf die Aussenfassade und Trennwände zurückgebaut wurde. Die Eröffnung ist für Dezember 2005 geplant. «Die Vergangenheit ist jetzt bewältigt», sagt der ehemalige «Giardino»-Hotelier Hans C. Leu. Die Münsinger Unternehmerfamilien Paul und Alexander Schärer engagierten ihn als Konzept-Berater. **CKJTV**  
Siehe Seite 13

**LAUSANNE**

## 10. Auflage der Gastronomica

Am kommenden Samstag öffnen die Türen zur 10. Gastronomica, die vom 30. Oktober bis 3. November im Palais de Beaulieu stattfindet.

Zum diesjährigen Stelldeichein der Branche in Lausanne kündigen die Messeverantwortlichen zahlreiche Exklusivitäten und Sonderschauen an. Ein festliches Programm erwartet die Besucherinnen und Besucher der Gastronomica, die zu ihrer 10. Auflage «10 Ereignisse pro Messetag» bieten

wird. Als eine Neuheit werden an der Messe zwei zusätzliche Ausstellungssektoren geführt: Im «Monde du Café» trifft sich die Kaffee-Branche zu Veranstaltungen wie Barista-Wettbewerbe, Degustationen und von Profis geleiteten Vorführungen.

Die neue Gliederung erweitert den Hotel-Sektor insbesondere durch den aktuellen Bereich «Wellness – Gesundheit – Wohlbefinden». Am traditionellen «L'Espace convivial» gewähren, wie alle zwei Jahre an der Gastronomica, bekannte Spitzenköche Einblicke in ihre Arbeit. **MJP**

Siehe Seiten 15 und CF 1

**ENERGIE SPAREN**

## Hotels zeigen Weg auf

Der bewusste Umgang mit Energie in der Hotellerie zählt sich aus: Das zeigen die Resultate der 51 Hotels, die bei der «Energiespargruppe Berner Oberland Hotels» mitmachen. Sie konnten im Jahr 2003 im Vergleich zur Ausgangsbasis im Jahr 2001 ganze 190 000 Liter Heizöl einsparen. Das entspricht einer Reduktion um 6,8% und einer Verminderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 470 Tonnen. Damit sind die Hoteliers auch besser auf eine allfällige CO<sub>2</sub>-Abgabe ab 2006 vorbereitet. **TL**

Siehe Seite 14

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

**ILLY**  
ILLYCAFE AG 8300 THALWIL  
TEL. 01 723 10 20 FAX 01 723 10 21  
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

**HUG**  
Wettbewerb Dessert Fantasien 2004  
«Mein Sieger-Rezept und weitere Ideen finden Sie auf: www.hug-luzern.ch»  
Gewinner Kat. Lehrlinge Daniel Studer, Hotel du Sauvage, Fribourg

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

**Polster-Möbel-Klinik**  
Zähringerstrasse 24, 8001 Zürich  
Telefon 079 403 39 93  
«De Stör-Polsterer chunnt»  
**A.C.H.T.U.N.G.!**  
Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen  
Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten  
• Gratisberatung und Offerten ganze Schweiz  
• Express-Ausführung in Ihrem Betrieb  
• Garantie bis 10 Jahre  
• Günstiger als jede Konkurrenzofferte (mind. 10%)  
• 30-jährige Gastronomie-Erfahrung  
• 1000 zufriedene Gastro-Unternehmer  
• Rufen Sie uns unverbindlich an: 079 403 39 93

**BOMMER + PARTNER**  
TreuhandGESELLSCHAFT  
Bern  
EBIT und EBITDA haben nichts mit Edith und Brigitta zu tun ...  
EBIT Earnings Before Interest and Taxes/Gewinn vor Zinsen und Steuern  
EBITDA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization/Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen.  
www.bommer-partner.ch  
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

## htr IN KÜRZE

**Toscana** / Im Herzen der Maremma entsteht inmitten von Reb- und Olivenbäumen auf einem ehemaligen Landgut ein aussergewöhnliches Hotel-Resort. Mit Golf, Spa, Wein – und Gastronomie von Alain Ducasse. **Seite 4**

**Destinationsbildung** / Seit zehn Jahren fordern die Tourismusexperten die Schweizer Ferienorte und Städte zur Destinationsbildung auf. Die Zwischenbilanz am Seminar der Tourismusmanager fällt ernüchternd aus. **Seite 5**

**Airlines** / Obwohl die Swiss und ST strategische Partner sind, bleiben einige Wünsche der Marketingorganisation unerfüllt. Zurzeit vergrössern vor allem Konkurrenz-Airlines aus dem In- und Ausland ihr Flugangebot in die Schweiz. **Seite 6**

**Dachmarken** / Die Dachmarken Graubündens und des Wallis sollen für integrative Synergien zwischen Tourismus und den Partnern sorgen. Es wird an der Optimierung der Strukturen und Prozesse des Partner-Marketings gearbeitet. **Seite 11**

**«Gastronomia» Lausanne** / Am Samstag öffnen die Türen zur 10. Auflage der Lausanner Branchenmesse. Die Organisatoren haben für die Jubiläumsausgabe nach dem Motto «10 Ereignisse pro Messetag» ein buntes Programm zusammengestellt. **Seite 15**

**Olympiade der Köche** / An der Kochkunstausstellung IKA 2004, stiegen alle angetretenen Schweizer Kochmannschaften im Vergleich zur letzten IKA im 2000 steil auf der Siegerterasse nach oben. Alle Equipen holten sich Gold und den ersten bis dritten Platz. **Seite 17**

**Nordsee** / Europas Nummer 1 in der Fischgastronomie hat sich ein Facelifting verpasst. Alle sieben Wochen werden die heute europaweit 421 Outlets künftig in eine neue Farbenwelt getaucht. Verhalten ist und bleibt allerdings die Expansion in der Schweiz. **Seite 18**

**Küchentechnik: Friteusen** / Die modernen Fritier-Geräte zeichnen sich in erster Linie mit immer perfekterer Technik und Bedienerfreundlichkeit aus. Für das Heissluft-Fritieren im Combiteamer sprechen hohe Stundenleistung und Ölsparungen. **Seite 19**

## AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

**«Gastronomia»** / Stéphane Dépraz leitet die 10. Jubiläumsmesseveranstaltung für Hotellerie und Restauration, «Gastronomia» im Palais de Beaulieu in Lausanne. Sie wird am Samstag eröffnet. **CF Seite 1**

**Küchen-Nachwuchs** / Sechs Küchenchefs leiten das «Restaurant des chefs» an der «Gastronomia» in Lausanne. Der Jurassier Georges Wenger benennt die didaktische Funktion dieses Restaurants. **CF Seite 6**

**3-Sterne-Wellness** / In Hotels der 3-Sterne-Klasse dienen Wellness-Anlagen vor allem dazu, sich von der Konkurrenz des Segments zu unterscheiden, und die Gäste durch zusätzlichen Komfort stärker zu binden. Das zeigen Beispiele aus der Romandie. **CF Seite 2**

**Zweitwohnungen** / Vermögenssteuer-Statistiken zeigen, dass die reichsten Gemeinden diejenigen sind, die vom Zweitwohnungs-Boom profitieren. Die Immobilienbranche wirft sich in diese Marktücke, während im Wallis das Tourismusgesetz revidiert wird. **CF Seite 7**

## FORUM

## Ausblick auf die «Gastronomia 2004»

CHRISTIAN REY\*

Vom 30. Oktober bis zum 3. November 2004 findet auf dem Ausstellungsgelände des Palais Beaulieu in Lausanne die zehnte Ausgabe der Gastronomia statt.



An dieser Messe werden sowohl hotellerieusuisse als auch der Regionalverband Hotellerie vaudoise teilnehmen; mit von der Partie an der zehnten Jubiläumsvorstellung der Gastronomia wird auch die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) sein.

Die Gastronomia ist die bedeutendste Messe für die Hotels, die Restaurants und das Catering der Romandie und findet alle zwei Jahre in der Waadtländer Kantonshauptstadt statt.

Anlässlich der zehnten Jubiläumsvorstellung der Gastronomia vom 30. Oktober bis zum 3. November 2004 in Lausanne ist hotellerieusuisse Ehrenpräsident dieser für die Romandie so wichtigen Branchen-Veranstaltung.

Der Stand von hotellerieusuisse wird in der Halle 7 im Hauptgebäude des Lausanner Palais de Beaulieu zu finden sein.

Auf einer gemeinsamen Fläche von insgesamt fast hundert Quadratmetern wird der Verband zusammen mit der Gruyèria AG, einer Einrichtungs- und Dekorationsfirma aus Bulle, seine Aktivitäten, seine Dienstleistungen und seine Produkte einem interessierten Fachpublikum präsentieren.

Mit Gruyèria konnte eine renommierte Design-Unternehmung für die Gestaltung des Auftritts von hotellerieusuisse an der Gastronomia 2004 im Palais de Beaulieu vom 30. Oktober bis zum 3. November gewonnen werden.

Im Jahr ihrer zehnten Jubiläumsvorstellung 2004 präsentiert die Gastronomia zahlreiche Neuerungen mit eigenen Präsentationen, wie beispielsweise rund um den Kaffee; und auch die Wellness bildet einen Schwerpunkt der diesjährigen Gastronomia in Lausanne; Themen also, die für den Hoteller von Interesse sind.

Lassen Sie sich von der Atmosphäre der Gastronomia inspirieren und reservieren Sie das Datum vom 30. Oktober bis zum 3. November in Ihrem Kalender.

\*Dr. Christian Rey ist der Präsident von hotellerieusuisse.

## GIÒ REZZONICO

## «Tessin braucht neue Visionen»

Erklärtes Ziel des Tessiner Verkehrsvereins ist es, die Talfahrt zu stoppen. Von einer Steigerung will niemand mehr reden. Der Locarneser Verleger Giò Rezzonico, der Publikationen für die Tourismusbranche herausgibt, analysiert die Stärken und Schwächen der Branche.

INTERVIEW: GERHARD LOB

Im Tessin ist Synergie zum beliebtesten Schlagwort geworden. In der Realität scheint die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure des Tourismusgewerbes aber nicht zu funktionieren. Woran liegt das?

Ein wichtiger struktureller Grund liegt darin, dass in der Tessiner Tourismusindustrie grosse Akteure fehlen. Es handelt sich um eine Vielzahl kleiner Unternehmer, die alle ihre eigenen Interessen verfolgen. Dabei geht der Blick aufs Ganze verloren.

Dieses Problem haben aber auch andere Regionen der Schweiz.

Doch im Tessin kommt zu dieser Struktur noch der Hang zu einer gewissen Streitsucht dazu. Das Einzelkämpfertum gedeiht auf einem fruchtbaren Boden. Das führt dazu, dass es hier sehr schwer ist, sich gemeinsam für ein Projekt zu erwärmen.

Es gibt aber auch positive Ausnahmen. In Ascona spannen die 5-Sterne-Hotels neuerdings zusammen.

Ich war in der Tat sehr positiv überrascht, dass die vier 5-Sterne-Hotels dies seit einem Jahr machen. Es gibt nun diese sehr schöne Werbung «20 Sterne in Ascona». Das ist äusserst clever. Aber warum funktioniert dies? Weil die Hoteldirektoren nicht aus dem Tessin kommen und eine andere Mentalität haben.

## «Eine Ausnahme macht Lugano, das eine Vision für die Zukunft hat.»

Woran krankt die Branche denn am meisten im Moment?

Das Tessin besitzt keine grossen Projekte für die Zukunft. Die Regierung spart nur, das ist das einzige Konzept. Eine Ausnahme macht Lugano, das eine Vision für die Zukunft hat. Lugano verhält sich zum ganzen Kanton wie die vier 5-Sterne-Hotels in Ascona zum Rest der Hotels. Aber, wie gesagt: Generell fehlt es an Visionen für den Tourismus.

Trotz drei Jahren an Restrukturierung unter dem ehemaligen Tourismus-Direktor Giuseppe Sinca hat

Foto: L. D'Adamio/Cer



GIÒ REZZONICO

Der Locarneser Verleger beklagt den Tessiner Mangel an politischem Willen, «wirklich zusammenzuspannen». Dem Tourismus fehlten die «grossen Akteure».

das Tessin neben dem ETT rund ein Dutzend eigenständige Tourismus-Büros, obwohl das Gebiet im Marketing auf drei Destinationen reduziert wurde. Warum wird nicht stärker zentralisiert?

So wie auf politischer Ebene keine Einigung erzielt wird, ist es auch im Tourismus nicht möglich. Es fehlt an politischen Willen, wirklich zusammenzuspannen. Auch sind die Probleme je nach Region unterschiedlich. Luganos Tourismus ist traditionell auf Business und Kongresse ausgerichtet, das heisst auf Italiener, die hier ihre Konten haben. Das wirft nicht mehr so viel ab. Das Locarnese hat viel Familientourismus, der unter der Abwesenheit der Deutschen leidet. Das sind die zwei Seelen des Tourismus. Die müsste man unter einen Hut bekommen.

Branchen ausserhalb der Hotellerie, die von den Urlaubsgästen profitieren, geben wenig oder nichts für die Tourismus-Promotion. Tessiner Politiker scheinen Mühe mit dem Image eines Ferienkantons zu haben. Woran liegt das?

Wollte ich böse sein, könnte ich sagen, dass Politiker bei Touristen keine Stimmen für Wahlen holen können. Das ist zwar übertrieben, aber gleichwohl ein wenig wahr. Es gibt wenig Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus. Es hängt damit zusammen,

dass sich die Tessiner überschätzen, sich als eine eigene Welt sehen. Sie haben Mühe, den Tourismus als einen wichtigen Baustein zu erkennen.

## «Politiker können bei Touristen keine Stimmen für Wahlen holen.»

Die Bereitschaft zum Service scheint im Tessin häufig zu fehlen. Die Tessiner hätten es am liebsten, wenn die Touristen zu Hause blieben und einfach das Geld überweisen würden, polemisierte kürzlich das «Magazin» der Zürcher Tages-Anzeiger in einem Artikel über das Tourismusland Schweiz.

Da ist leider etwas Wahres dran, auch wenn man nicht verallgemeinern sollte. Viele Tourismusoperatoren versuchen heute, eine Kultur der Gastfreundschaft aufzubauen. Doch das kommt noch nicht ganz durch.

Es ist auffällig, dass nur wenige Tessiner ihre Kinder auf eine Hotel- oder Tourismusfachschule schicken.

Das hängt mit der Mentalität der Nachkriegszeit zusammen. Der Durchschnitts-Tessiner wollte, dass sein Kind Anwalt, Arzt oder Bankier wird, um es zu Reichtum zu bringen. Allenfalls noch Staatsangestellter, um einen sicheren Job zu haben. Deshalb sind die Tessiner Hotels zu 90 Prozent von Personen geführt, die keine originär Tessiner Wurzeln haben.

Im Vergleich zu anderen Tourismusregionen gibt es im Tessin ein reichhaltiges Veranstaltungsangebot. Im Sommer überschneiden sich häufig sogar die Events. Trotzdem wird immer wieder behauptet, die Offerte sei zu klein, das Tessin biete nichts als Natur und Sonne. Gibt es ein Kommunikationsproblem?

Die Kommunikation wird kaum koordiniert. So gibt es bis heute keine Koordination eines einheitlichen Veranstaltungskalenders. Das Tessin hat ein enormes, touristisches Potenzial. Ich reise häufig und glaube, dies im Vergleich mit anderen Ländern beurteilen zu können. Es gibt eine extreme Vielfalt auf kleinem Raum, von Seen und Palmen bis zum Gletschergebiet.

Bei den Veranstaltungen überschneiden sich die Angebote häufig. Es macht den Anschein, dass sich Tessiner Event-Veranstalter häufig konkurrieren und nicht ergänzen.

Das stimmt. Eklatantestes Beispiel ist der Jazz. Es gibt fantastische Jazz-Festivals, in Ascona, Lugano, Bellinzona, und seit kurzem auch im Maggiala. Man könnte gut ein gemeinsames Programm «Ticino Jazz» auf die Beine stellen. Das ist leider noch nicht möglich, weil jeder für sich arbeitet.

Sie dürfen noch dem neuen Tessiner Tourismusdirektor Tiziano Gagliardi drei Ratschläge geben.

Ich wünsche ihm, ein «illuminierter» (aufgeklärter, Red.) Diktator zu sein. Er muss die Leute zur Zusammenarbeit bewegen. Sein Vorgänger hatte gute Ideen, die aber Papiertiger geblieben sind. Man muss die Zentralisierung des Tourismus vorantreiben. Doch diese zentralisierte Form muss so schlau gemacht werden, dass sie auf die diversen Seelen und Befindlichkeiten der einzelnen Regionen Rücksicht nimmt. Darüber hinaus braucht es noch grosse Projekte wie das Architekturmuseum in Mendrisio oder den Wasserpark in Rivera.

## Zur Person

Giò Rezzonico, 55, ist Verleger verschiedener touristischer Publikationen, darunter die «Tessiner Zeitung» und «Ticino Wein», sowie diverser Veranstaltungs- und Ausgekalender. Er war bis 1992 Chefredaktor des «Eco di Locarno» und später der Tageszeitung «La Regione». Für den Tessiner Verkehrsverein entwickelte die Firma Rezzonico das Internet-Infosystem Ticino-Info als touristische Dienstleistung. GL

Förderpreis für Bergstrecke

**Furka.** Die Dampfbahn Furka-Bergstrecke wird von der Luzerner Albert Koechlin Stiftung (AKS) mit einem Förderpreis von 50 000 Franken unterstützt. Die Bahn leistet einen wichtigen, nachhaltigen Beitrag zur Förderung der touristischen Attraktivität der Gotthard-Region, teilte die AKS mit. Die Tourismusbahn verkehrt auf der 1981 stillgelegten Bergstrecke von Realp UR nach Oberwald VS. Die Preisverleihung findet am 27. Dezember statt. *DST/sda*

Junge Ferientrends

**Junge Reisende.** Junge Schweizer und Österreicher sind Reiseweltmeister: Sie verreisen am häufigsten; jeden zweiten von ihnen zieht es mehr als zweimal pro Jahr in die Ferne. Europa ist im 2004 die beliebteste Weltregion der jungen Traveller. Erhoben wurden die Reisegewohnheiten in der Schweiz, Österreich und Deutschland, Skandinavien und Grossbritannien, Nordamerika, Singapur, Südafrika, Japan und Australien / Neuseeland. Die detaillierte Befragung

von mehr als 20 000 Kunden wurde von STA Travel, einem führenden Anbieter von Jugend- und Studentenreisen, zu seinem 25-jährigen Bestehen durchgeführt. – Die Engländer geben demnach am meisten Geld für ihre Ferien aus, dicht gefolgt von den Schweizern und Österreichern. «Junge Reisende setzen mit ihrem Entdeckergeist neue Ferientrends, denen die Reiseindustrie oft Jahre später folgt», so Stefan Helsing, Managing Director von STA Travel. *KJV*

1,3 Milliarden für HGV-Anschlüsse

**Bahn-Hochleistungsnetz.** Der Anschluss der Ost- und Westschweiz ans europäische Eisenbahn-Hochleistungsnetz (HGV) soll vorangetrieben werden. Die Verkehrskommission (KVF) des Nationalrates will 1,3 Mrd. Franken freigeben – 635 Millionen mehr als beantragt. Mit ihrem klaren Entscheid von 19 zu 4 Stimmen widersetzt sich die KVF dem Bundesrat. Dieser möchte das 1,3-Milliarden-Programm aus finanzpolitischen Gründen etappieren: Für eine erste Phase beantragt

er 665 Millionen, während er die Vorhaben einer zweiten Phase von einer umfassenden Neubeurteilung 2007/08 abhängig macht. Das Programm soll gemäss KVF so realisiert werden, wie es der Souverän 1998 mit der Zustimmung zur Finanzierung der Grossprojekte des öffentlichen Verkehrs (FinÖV) grundsätzlich gutgeheissen hat. Ergänzt wurde das Programm des Bundesrates erstens durch die Vorhaben, für die sich die Kantone stark machten: Es sind der

Anschluss des Flughafens Basel-Mülhausen (25 Mio.), die Strecken Biel-Belfort (40 Mio.), Bern-Neuenburg (100 Mio.), St. Margrethen-Sargans (70 Mio.) und St. Gallen-Konstanz (60 Mio.) sowie der Knoten Lausanne (30 Mio.). Hinzu kommen die übrigen Projekte, die in die zweite Phase verwiesen worden waren: die Strecke Winterthur-Flughafen Zürich (100 Mio.) und weitere Ausbauten für den Westanschluss der Knoten Lausanne (100 Mio.) und Genf (40 Mio.). *KJV/sda*

NEUER LOHNAUSWEIS

Boycott angedroht

Die Gewerkekammer droht mit Boycott, falls die Schweizerische Steuerkonferenz (SSK) die Einführung des neuen Lohnausweises nicht sisiert.

DANIEL STAMPFLI

An ihrer Herbstsession beschloss die Schweizerische Gewerkekammer, dem Vorstand des Schweizerischen Gewerbeverbandes (SGV) die Kompetenz zum Erlassen eines Boykottaufrufes gegen den Neuen Lohnausweis (NLA) zu übertragen. Der SGV sehe sich zu diesem ungewöhnlichen Vorgehen gezwungen, nachdem die Schweizerische Steuerkonferenz (SSK) am 30. September 2004 – trotz verschiedener noch ungelöster Fragen – beschlossen hatte, den NLA ab 2005 freiwillig und ab 2006 generell einzuführen. Wie der SGV weiter mitteilt, halte er ausdrücklich fest, dass er nach wie vor zu Gesprächen mit den politisch verantwortlichen Behörden bereit sei.

Ein solches Treffen sei von der Konferenz der kantonalen Finanzdirektoren (FDK) vorsorglich für den 24. November 2004 angesetzt worden. Der SGV werde daran allerdings nur teilnehmen, wenn die SSK ihre Entscheidung über die Einführung des NLA vorgängig sisiert. Für den Fall, dass dies nicht geschieht, will die Kammer den SGV-Vorstand mit der Vorbereitung von Boykottmassnahmen beauftragen. Diese sollen laut SGV möglichst alle KMU des Landes umfassen. Von einer Sisierung will man allerdings bei der SSK nichts wissen. Eine solche käme nicht in Frage, erklärte Christine Jann von der Steuerverwaltung des Kantons Bern auf Anfrage.

VERWEIGERER SOLLEN GEBÜSST WERDEN

Unternehmen, welche nach der generellen Einführung ab 2006 sich dem Ausfüllen des neuen Formulars widersetzen, würden laut Christine Jann gebüsst, da es sich um eine Mitwirkungspflicht-Verletzung handle. Auch Economiesuisse-Direktor Rudolf Ramseier will den Neuen Lohnausweis nicht akzeptieren. Er fordert ein Treffen der kantonalen Finanzdirektoren mit den Spitzen der Wirtschaft. Finanzminister Hans-Rudolf Merz soll dabei vermitteln.

Der Nationalrat hatte in der Herbstsession eine parlamentarische Initiative von Hans-Rudolf Gysin (FDP/BL) überwiesen, welche die Erstellung der Lohnausweise gesetzlich regeln will. Der Vorstoss verlangt zudem, auf die Bestimmungen über die Gehaltsnebenleistungen sei zu verzichten. Umstritten sind im neuen Lohnausweis insbesondere diese sogenannten Gehaltsnebenleistungen. Aus Sicht des Gewerbes sei zum Beispiel monatlich 1 Prozent des Neupreises des privat genutzten Geschäftswagens zu versteuern, zu teuer. Dafür würden die Abzüge für Weiterbildungskosten mit 10 000 Franken zu niedrig angesetzt.

DEUTSCHE REISEBÜROS

All-inclusive immer beliebter

Der deutsche Ferienkonzern Rewe Touristik präsentierte diese Woche in Luzern seinen Reisebüro-Partnern das Sommerprogramm 2005. Diese tun sich mit der Schweiz als Destination schwer und fordern für ihre Kunden attraktive Preise.

ROBERT WILDI

Die Zahlen, welche der Rewe-Vertriebschef Theodor van den Berg zum Auftakt der Veranstaltung verkündete, lassen sich sehen. Der Umsatz desrittgrössten deutschen Reiseveranstalters ist im zu Ende gegangenen Geschäftsjahr um 3,5 Prozent gestiegen, die Anzahl Gäste hat um 4 Prozent zugelegt.

Um 2300 Reisebüro-Partnern aus ganz Deutschland etwas Besonderes zu bieten, hat Rewe Touristik keine Kosten gescheut und sie für zwei Tage nach Luzern eingeladen. Warum gerade in die Schweiz? «Wir verlegen unseren traditionellen Grossanlass zur Vorstellung der Sommer-Programme alle zwei Jahre ins grenznahe Ausland», sagt Christiane Blaeser, die bei Rewe für die Eventorganisation zuständig ist. Vor zwei Jahren war der Reisekonzern in Salzburg zu Gast, nun war also die Schweiz mit Luzern an der Reihe.

PRÄSENTATIONS-CHANCE FÜR SCHWEIZER TOURISMUS

Für den Schweizer Tourismus ist der Besuch der Reisebüro-Angestellten natürlich eine einmalige Gelegenheit, sich in einem grossen Schaufenster zu präsentieren. Deshalb hat Schweiz Tourismus (ST) bei der Messe von Rewe aktiv mitgewirkt und dafür namhafte Marketing-Beträge freigesetzt. Für die deutschen Reisebüro-Agenten wurden beispielsweise drei grosse Schweiz-Abende mit allem drum und dran organisiert.

«Für den so erzielten Werbeeffect müssten wir mit herkömmlichen Massnahmen sehr viel mehr ausgeben», begründete die in Luzern ebenfalls anwesende ST-Sprecherin Daniela Bär die Investitionen. Sie ist überzeugt, dass der Reisebüro-Kanal für Schweiz-Buchungen aus Deutschland an Bedeutung gewinnt. «Heute erfolgen bereits 25 Prozent der Reservierungen aus dem nördlichen Nachbarland via Reisebüro», so Bär. Dieses Volumen bringe dem hiesigen Tourismus immerhin gegen 3,5 Millionen Logiernächte und einen Umsatz von 750 Millionen Franken. 2004 erwartet Schweiz Tourismus von der ersten Veranstaltung rund 620 000 Logiernächte, was einer Steigerung von 10 Prozent gegenüber 2003 entspricht. Alleine IST Autoreisen, eine Veranstaltermarke von Rewe Touristik, verzeichnete bis Ende August 2004 einen Zuwachs von 67 Prozent für die Schweiz.

Foto: Robert Wildi



DEUTSCHE REISEBÜRO-AGENTEN IN LUZERN

Schweiz Tourismus packte in Luzern die Gelegenheit, mehr als 2000 Reisebüro-Angestellten aus dem nördlichen Nachbarland die landschaftlichen und kulinarischen Vorzüge der Schweiz näher zu bringen.

Ist die Schweiz etwa zum Verkaufshit in den Schweizer Reiseläden avanciert? Mitnichten. Die zwar durchaus hoffnungsvollen Zahlen können nicht darüber hinwegtäuschen, dass unser Land bei den Deutschen unter einem Imageproblem leidet. Wie ihr vor einem Monat (Nr. 40) bereits recherchiert hatte, empfehlen fast alle Reisebüro-Mitarbeitenden ihren Kunden für Skiferien zuerst Österreich. Eine Umfrage bei den nach Luzern gereisten Reiseprofis bestätigt diese Tendenz eindeutig.

DI E DEUTSCHEN WOLLEN MEHR PREIS-TRANSPARENZ

«Das Angebot in der Schweiz ist sicherlich gut», bestätigen etwa zwei Damen von der Reisebüro-Kette Reisequelle mit insgesamt 160 Filialen in Deutschland. Allerdings, fügen sie an, seien die Preise deutlich zu hoch. «Aus diesem Grund verkaufen wir die Schweiz wenig.» Für Otto Plewa vom Reisebüro Neuborn in Würzburg bei Mainz ist klar, dass die Schweizer Feriendestinationen zu einer einheitlichen Preisbildung finden müssen. «Für unsere Kunden ist im Moment zu unübersichtlich, was sie letztlich für ihren Winterurlaub in der Schweiz ausgeben müssen.» Neben dem oft happigen Hotelpreis kämen hohe Nebenkosten für die Bergbahnen sowie für Essen und Trinken dazu. Er ist überzeugt, dass er die Schweiz erst dann wieder besser verkaufen könne, wenn die verschiedenen Leistungsträger in den Destinationen ihre Angebo-

te zusammenlegen und für einen attraktiven Gesamtpreis anbieten, so wie das in Österreich schon vielerorts praktiziert werde. «Das Preis-/Leistungsverhältnis in Österreich ist einfach besser», findet auch Carlo Löffelmann vom Reisebüro Holidayland in Hassloch in der Pfalz. Er fordert die Schweizer Hoteliers auf, zu investieren und ihre Angebote auf ein Niveau zu bringen, das die hohen Preise rechtfertige. «Wir hatten immer wieder Reklamationen von Gästen, die sich eine exklusive Reise in die Schweiz gönnen wollten, dafür tief in die Tasche greifen, und danach vom Angebot im Hotel enttäuscht worden sind.»

MEHR ALL-INCLUSIVE-HOTELS GEFRAGT

Bei solchen Aussichten würden ihre Kunden für die Skiferien viel lieber in günstigere Gefilde reisen, sagt Tanja Schweizer vom Knittlinger Reisebüro in Knittlingen bei Stuttgart. «Für das, was ich in der Schweiz zahle, kann ich mindestens zweimal nach Tschechien fahren», habe ihr letzthin eine Kundin gesagt. Damit die Schweiz in ihrem Reisebüro wieder an Nachfrage zulegen könne, seien unbedingt mehr Regionen und Hotels mit All-Inclusive-Angebot notwendig. «Vor allem Familien fragen bei mir immer öfter nach solchen Unterkünften nach», so Schweizer. Den Vätern und Müttern sei es wichtig, schon bei der Buchung eine Idee bezüglich der Gesamtausgaben für die Ferien zu erhalten.

«Calimera Terrace» kommt Jörg Lumpe vom gleichnamigen Reisebüro in Halle beim Stichwort Schweiz in den Sinn. Das Engelberger Hotel Terrace ist von ITS Reisen zum ersten Schweizer All-Inclusive-Hotel der Marke Calimera umfunktioniert worden und hat damit Erfolg. «Die Nachfrage für die ganze Schweiz hat sich bei mir vervielfacht, seit ich das All-Inclusive-Hotel in Engelberg anbieten kann», sagt Lumpe. Diese Aussage wird von Udo Schröder, Leiter Autorreisen bei Rewe Touristik, bestätigt. «Vom Interesse am Calimera Terrace in Engelberg haben auch andere Schweizer Angebote in unserem Programm profitieren können.» Allerdings räumt er ein, dass die Schweiz in den Katalogen des Veranstalters eine eher marginale Rolle einnimmt. Dies im Gegensatz zu Österreich, wo es unzählige All-Inclusive-Hotels gibt.

ZUSAMMENARBEIT MIT HOTELIEREN VERBESSERN

Die Fronten sind also klar und der Auftrag der deutschen Reisebüro-Mitarbeitenden an den Schweizer Tourismus unmissverständlich. Ihre persönlichen Eindrücke aus Luzern können ein Grundstein für bessere Geschäftsbeziehungen mit der Schweiz sein. Auch die Rewe-Manager haben die Gelegenheit genutzt, sich während der Produktmesse mit Schweizer Hoteliers zu treffen. Ihr Ziel: Die Zusammenarbeit verbessern und Konditionen schaffen, die ein Ausbau der All-Inclusive-Angebote ermöglichen.

«L'ANDANA», TENUTA LA BADIOLA, CASTIGLIONE DELLA PESCAIA

# Gourmet-, Golf- und Wellness-Landgut

An der südwestlichen Küste der Toscana, im Herzen der Maremma, entsteht inmitten von Reben und Olivenbäumen auf einem ehemaligen Landgut ein aussergewöhnliches Hotel-Resort. Mit Golf, Spa, Wein – und Gastronomie von Alain Ducasse.

MARTIN J. PETRAS

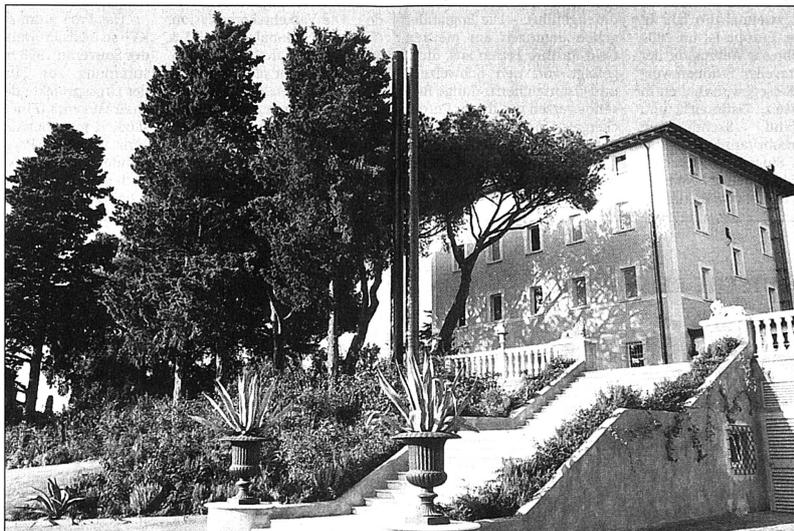
Um «L'Andana» zu erreichen, wird erst einmal Maremma-Feeling pur geboten: Um zum auf einem aufwändig renovierten und ausgebauten ehemaligen Gutshof entstandenen Hotel zu gelangen, biegen die Gäste erst einmal in eine schnurgerade, staubige und nicht enden wollende Allee, die von Zypressen und Pinien gesäumt ist.

Auch sonst verläuft auf dem 500 Hektaren grossen Landgut «Tenuta la Badiola» im Hinterland von Castiglione della Pescaia vieles in grosszügigen Massstäben: Idyllisch inmitten von riesigen Reb- und Olivenbaumflächen gelegen, entsteht ein exklusives und modernes Resort, das neben einem Hotel mit 33 Zimmern und Suiten, Spa, zwei Restaurants und Veranstaltungsräumen ebenfalls einen Golf-Club sowie eigene Wein-, Olivenöl-, Obst- und Gemüseproduktion umfassen wird.

## EXKLUSIVES LAND-RESORT MIT SPA UND GOLF-CLUB

Die Maremma galt früher als rückständiges Randgebiet im Süden der Toscana. Der seit Urzeiten kaum besiedelte, versumpfte Küstenlandstrich, der ab Ende des 18. Jahrhunderts nach und nach entwässert wurde, war bis noch vor wenigen Jahrzehnten fest in der Hand von Jägern, Schäfern und «Butteri», den toscanischen «Cowboys», die in der Maremma-Ebene wildlebende «Chianina»-Rinderherden hüteten. Seit einigen Jahren gilt die Maremma aber als das italienische Eldorado für tou-

Fotos: Martin J. Petras



«L'ANDANA», TENUTA LA BADIOLA, CASTIGLIONE DELLA PESCAIA

Auf einem toscanischen Landgut entstand ein exklusives Resort bestehend aus Hotel mit 33 Zimmern und Suiten, Spa, Golf-Club – und zwei Restaurants von Alain Ducasse.



Schon bei der Anfahrt wird Maremma-Feeling pur vermittelt.



«L'ANDANA»-GASTRONOMIE VON ALAIN DUCASSE

Im ehemaligen Wirtschaftsgebäude des Landguts entstehen zurzeit ein toscanisches Restaurant, ein Gourmet-Lokal sowie Veranstaltungsräume.

ristische und ökologische Projekte schlechthin.

«L'Andana», ein Projekt, das der lombardische Unternehmer Vittorio Moretti (Terra Moretti) gemeinsam mit der Alain-Ducasse-Gruppe und seinem Schwiegersohn Martino de Rosa (Gruppe WIISH) realisiert, wurde im vergangenen Frühling mit der Eröffnung von neun Zimmern im aufwändig renovierten Hotel-Hauptgebäude, einer ehemaligen Jagdvilla, lanciert. In diesen Tagen wurden im angrenzenden Wirtschaftsgebäude des Landguts, das kunstvoll mit viel Stein und Holz im typischen Landstil ausgebaut wurde, weitere 24 Zimmer und Suiten fertiggestellt. Das ambitionierte Projekt, dessen Investitionskosten mit 20 Millionen Euro beziffert wurden, wird im Frühling 2005 mit der Eröffnung von zwei neuen Restaurants von Alain Ducasse und dem Spa ergänzt, in welchem Produkte eingesetzt werden sollen, die von Oliven und Reben stammen, die auf dem Landgut gedeihen.

## TOSCANISCHE KÜCHE UND GOURMET-RESTAURANT

In einem freistehenden ehemaligen Gutsgebäude entsteht zurzeit auf rund 2000 Quadratmetern Restaurantfläche und 750 Quadratmetern Küchenfläche (3 Küchen) die «L'Andana»-Gastronomie: Vorgesehen sind im «Trattoria-Toscana»-Gebäude ein typisches Restaurant mit 60 Innensitzplätzen sowie 60 Sitzen auf einer gedeckten Terrasse und weiteren 40 Plätzen im Freien.

Zwei Stockwerke umfassen wird das «L'Andana»-Gourmet-Restaurant des französischen Starchefs sowie Gastro- und Hotelunternehmers Ducasse. Im Erdgeschoss werden die Gäste in einem «Cheminée-Raum» empfangen, mit Apéro bewirtet und anschliessend in den ersten Stock ins 45 Plätze umfassende Lokal geführt. Ebenfalls im Obergeschoss befinden sich die Veranstaltungsräume, die für Bankette mit einer Kapazität von bis zu 250 Personen geplant wurden.

www.andana.it; www.alainducasse.com

WEINGUT «PETRA», SUVERETTO

# Neue Weinkultur und moderne Architektur

Obwohl der Weinbau in der Maremma eher wenig Tradition hat, herrscht im Gebiet im Süden der Toscana ein regelrechter Weinboom.

MARTIN J. PETRAS

Das Weingebiet Toscana befindet sich im rasanten Wandel: Die toscanische Weinkultur von heute kann nicht mehr ausschliesslich mit dem traditionellen Anbau der klassischen Weingebiete zwischen Florenz und Siena gleichgesetzt werden. Seit einigen Jahren drängt eine neue aufstrebende Weinregion nach oben und spielt auch eine immer bedeutendere Rolle: die Maremma.

Da der Weinbau im früher als rückständig geltenden Süden der Toscana eher wenig Tradition hat, versuchen hier zahlreiche innovative Weinproduzenten, darunter auch Grossunternehmen, einen eigenen Stil zu finden und zu etablieren, ohne sich an festgesetzte Regeln halten zu müssen. Nicht umsonst ist in der Maremma ein regelrechter «Wein-Goldrausch» ausgebrochen.

Die moderne Wein-Zeitrechnung begann hier vor rund 25 Jahren, als der «Sassicaia» des Marchese Incisa della Rocchetta der Öffentlichkeit vorge-

stellt wurde. Und die südtoscanische Weinregion, ein ehemals sumpfiger, ins Hinterland ansteigend hügeliger Küstenlandstrich mit mediterranem Klima, zwischen den Flüssen Cecina im Norden und Fiora im Süden, drängt immer stärker nach oben.

Dass besonders die Gegend in der Nähe des mittelalterlichen Städtchens Suveretto ökologisch und touristisch ins internationale Blickfeld rückt, hat auch mit dem Schweizer Architekten

Mario Botta zu tun. Im Auftrag des lombardischen Industriellen Vittorio Moretti, dessen Gruppe «Terra Moretti» auch die Weinhäuser Bellavista und Contadi Castaldi in der Franciacorta, Lombardie, betreibt, schuf der Tessiner im Cornia-Tal auf dem 300 Hektaren grossen Weingut Petra ein spektakuläres Kellerei-Gebäude, das zu einer Attraktion nicht nur für Weinfreunde, sondern auch für Architekturfans wurde.

Von weitem ist das wie eine Arena wirkende Hauptgebäude von Petra über der Maremma-Ebene sichtbar. Und zugleich fügt sich der zylinderförmige, abgeschrägte Rundbau wie eine Blume harmonisch in die ansteigende Landschaft ein.

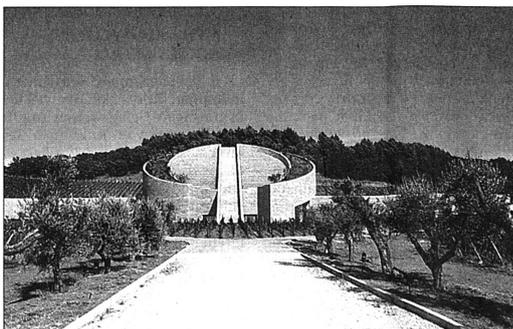
Doch gebaut wurde hier nicht nur fürs Auge: An die 130 000 Flaschen Wein wanderten im Sommer 2004 in die ultramodernen und gestylten Keller, darunter «Quercogobbe» (100%

Merlot), «Ebo» (40% Sangiovese, 30% Merlot, 30% Cabernet Sauvignon) und der 18 Monate im Barrique ausgebauten Spitzenwein «Petra» (60% Merlot, 40% Cabernet Sauvignon).

Die Kapazität der Petra-Weinkellerei, die in den kommenden Jahren sukzessive gesteigert werden soll, ist auf eine Produktion von rund 600 000 Flaschen ausgelegt.

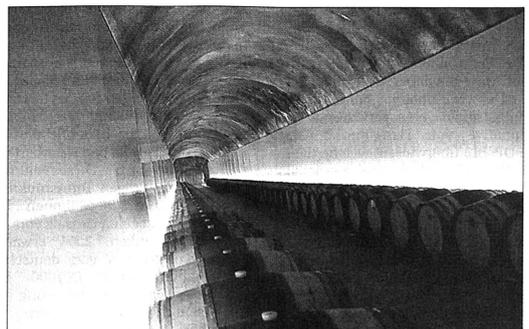
www.petrawine.it

Fotos: Martin J. Petras



DIE TOSCANISCHE «WEIN-ARENA» VON MARIO BOTTA

Die moderne Architektur der Weinkellerei Petra ist ein Sinnbild für die sich wandelnde Weinkultur.



MODERN AUCH IM INNEREN

Im kunstvoll beleuchteten Weinkeller reifen die Weine. Auf dem Weingut Petra werden 2004 werden rund 130 000 Flaschen Wein produziert.

Fotos: Christine Künzler



**ENGAGIERTE DISKUSSIONEN**

Das Thema Destinationsbildung stiess am zweitägigen Managementseminar der Tourismusmanager in Weggis auf grosses Interesse. Einige, dass es punkto Destinationsbildungsprozess noch viel zu tun gibt, waren sich sowohl die Referten (Hansruedi Müller links aussen; Daniel Fischer rechts aussen) als auch die Teilnehmenden (v.l. Urs Wohler, Judith Renner-Bach, Luciana Cramer, Sabine Gantenbein).

**DESTINATIONS BILDUNG**

## Zehn Jahre danach: «Nicht viel erreicht»

Seit zehn Jahren fordern die Tourismusexperten die Schweizer Ferienorte und Städte zur Destinationsbildung auf. Die Zwischenbilanz am Seminar der Tourismusmanager fällt ernüchternd aus: Mit der Destinationsbildung im Schweizer Tourismus hapert es.

**CHRISTINE KÜNZLER**

Der Zeitpunkt war offensichtlich gut gewählt! Die Tourismusmanager, die am Seminar des Verbands Schweizer Tourismus-Manager in Weggis teilnahmen, äusserten sich engagiert und mit Herzblut zum Thema «Destinationsbildung zwischen Theorie und Praxis». Vor zehn Jahren ist das Handbuch zur Destinationsbildung erschienen – zu einer Destination formiert haben sich erst wenige Schweizer Tourismusorte. «Wir haben noch nicht so wahnsinnig viel erreicht», bringt es Daniel Fischer, Berater und Organisator des Management-Seminars, auf den Punkt.

Die Frage von Eva Brechtbühl, bei Schweiz Tourismus (ST) verantwortlich für den Bereich Unternehmenskommunikation und Partnerschaften, «warum das Destinationsmanagement – obwohl es sein sollte – doch noch nicht ist», blieb bis Seminarende unbeantwortet. Doch Gedanken, wa-

rum dem so ist, machten sich alle anwesenden Tourismusmanagerinnen und -manager. Es könnte, meinten einige, daran liegen, dass der Lead fehlt: Es gibt niemanden, der die Führung im Destinationsbildungsprozess übernimmt. Denn die Tourismusdirektoren «haben nicht die Entscheidungskompetenz, die sie dafür brauchen», gab ein Tourismusdirektor zu bedenken. Andere Teilnehmenden wiederum sahen in der «fehlenden Integration der Politiker im Tourismus die absolute Schwachstelle».

Sinniert haben die Touristiker auch darüber, ob es vielleicht an der Zeit wäre, neue Destinationsmodelle zu diskutieren. Ein Gedanke, den Eva Brechtbühl aufnahm: «Wir werden auf neue Modelle kommen, die noch nicht

angedacht sind. Wir müssen neue Formen der Zusammenarbeit finden.» Sie sprach von einem «Zeitfenster, das es jetzt zu packen gilt, um etwas zu verändern». Damit meinte sie nicht nur den Strategiewechsel, den der Finanzentscheid der Politiker ST aufzwingt.

**DESTINATIONS PROZESSE: «NICHT VIEL VORHANDEN»**

Hansruedi Müllers Bilanz, die er an den Managementtagen zog, gibt zu denken: Weitgehend abgeschlossen sind Destinationsbildungsprozesse wie beispielsweise in Gstaad-Saanenland, im Heidiland und in Luzern. Laufende Destinationsprozesse, wie im Goms, am Thunersee oder im Oberrhein, beurteilt der Tourismuspro-

fessor mit Skepsis: «Wenn man dahinter schaut, so ist nicht viel vorhanden». Regionale Marketingkooperationen à la Unterengadin und Jungfrauengebiet sind seiner Ansicht nach nur als Übergangslösung okay. Die Eliminierung von Berner Oberland Tourismus (BOT) indes ist für ihn «das Schlimmste, was passiert ist». Er spricht von «disharmonischen Strukturen.»

«Beharrlich und mit viel Geschick strategische Kooperationsziele anstreben – auch branchenübergreifende –, sich jedoch dafür Zeit zu lassen», rät Müller den Tourismusmanagern. Auch sagte er ihnen, sich nicht zu viel vorschreiben zu lassen, wie eine Destination auszuformen habe. «Ich kenne die Lösung nicht, aber es lohnt sich, über die Destinationsbildung

nachzudenken», fasste er zusammen. Auch wenn er kein Patentrezept aus dem Ärmel schütteln konnte, wartete er mit viel wichtigen Inputs auf. Unter anderem machte er die Tourismusdirektoren darauf aufmerksam, Marke und Organisationsstrukturen nicht miteinander zu vermischen – was heute noch zu wenig beachtet werde.

Dass Kooperationen funktionieren können, zeigte Albert Wyler, Geschäftsführer der Titlis Rotair Bahn in Engelberg, mit seinem Referat auf. Mit Erfolg diversifizierte das Unternehmen in Bereichen der touristischen Dienstleistungskette und in Bergbahnunternehmungen. So gehört dem Unternehmen beispielsweise das Hotel Terrace an, das sich – mit Erfolg – auf indische Gäste ausrichtet.

**Destinationsbildung: Was ist zu tun?**

Welche Schritte in Richtung Destinationsbildung sind zu tun? Folgendes Vorgehen kann zum Ziel führen:

- Strategie entwickeln, beschliessen
- Jährliche Umsatzziele definieren
- Rolle und Kerngeschäft der Destinationsmanagement-Company klären
- Netzwerk mit Partnern aufbauen
- Basispakete und segmentorientierte Plattformen unterscheiden
- Von «non-profit» zu «profit»
- Management-Qualität: Instrumentarium der «Wirksamkeit» anwenden
- Corporate-Governance klären

- Führungs- und Marketingprozesse definieren
- Projektmanagement
- Benchmarks erlebbar machen
- Kooperationen sichern
- Innovationspool kreieren
- Professionelle Führungsarbeit
- Ziele und «Reporting-System» definieren, um Nutzen aufzuzeigen
- auf Resultate fokussieren
- Nach innen kommunizieren
- Leadership-Team bilden
- Unternehmergeist leben
- Neue Spielregeln andenken. CK

**Was lässt sich gegen Stress tun?**

Wie lässt sich besser mit Stress umgehen und wie dem Burnout-Syndrom vorbeugen? Zu diesem Thema sprach an den Managementtagen Aglaia Iten, Inhaberin der Calibur GmbH. Distress – der belastende Stress – macht nicht nur krank, er kann auch Hirnblockaden auslösen. Das heisst, der Betroffene ist in einem solchen Moment nicht mehr fähig, logisch zu denken. Um diese schädliche körperliche Energie abbauen zu können, ist regelmässig Sport und Bewegung angesagt. Aber noch besser ist, gar nicht

erst in Stresssituationen zu kommen. Als vorbeugende Massnahmen rät Aglaia Iten zu spüren, wann der kritische Stresspegel erreicht ist und dann Entspannungs- und Konzentrationsübungen zu machen. Ein hilfreiches Mittel, um Distress abzubauen – und damit einem Burnout-Syndrom vorzubeugen, ist ein lösungsorientiertes statt eines problemorientierten Denkens. Wer sich überlegt, wie eine Situation sein soll, damit sie besser ist, erzeugt in seinem Körper positive Energien. CK

Anzeige



# GIPFEL SONNIG

Der neue Vorbereitungskurs für die Höhere Fachprüfung dipl. Tourismus-Experte / -Expertin der Hochschule für Wirtschaft Luzern und der Internationalen Schule für Touristik Zürich bringt Sie schneller an die Spitze. 55 Tage berufs begleitend in knapp 20 Monaten. [www.ist-zurich.ch](http://www.ist-zurich.ch)



## AIRLINES

# Luftkampf um die Schweiz-Reisenden

Obwohl die Swiss und Schweiz Tourismus strategische Partner sind, bleiben einige Wünsche der Marketingorganisation unerfüllt. Zurzeit vergrössern vor allem Konkurrenz-Airlines aus dem In- und Ausland ihr Flugangebot in die Schweiz – besonders markant die Air Berlin.

FOTOS: ZUG



ROBERT WILDI

Zürich Tourismus setzt seit Anfang dieses Jahres auf eine Kommunikations- und Werbe-Partnerschaft mit Air Berlin. Das hat seinen Grund: Die deutsche Low-Cost-Airline hat in den letzten Jahren massiv expandiert – zuletzt mit 38,5 Prozent mehr Fluggästen in den ersten drei Quartalen 2004 gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Und vor allem hat Air Berlin seine Freude an der Schweiz entdeckt.

## KONKURRENTEN ÜBER DER SCHWEIZ

Die Air Berlin ist ein wachsender Konkurrent der Swiss Air Lines auf dem Schweizer Outgoing- und Incoming-Markt. Gemäss Ankündigung will sich die mit Zürich Tourismus kooperierende deutsche Low-Cost-Airline auf dem Schweizer Markt künftig mit neuen Strecken und höheren Frequenzen noch stärker positionieren.

### AIR BERLIN: ZÜRCHER FLUGPLAN MIT AMBITIONEN

Die Kooperation mit Zürich Tourismus scheint für beide Partner voll aufzugehen. Für die kommende Wintersaison wurde das Flugangebot nach und von Zürich markant aufgestockt. Zurzeit bedient Air Berlin die grösste Schweizer Stadt täglich aus vier deutschen Metropolen. In diesem Jahr hat auch «Niki», die Partnergesellschaft von Air Berlin, einen täglichen City-Shuttle zwischen Wien und Zürich aufgenommen. Nicht nur mit dieser Strecke ist die neue Low-Cost-Airline von Ex-Reiseführer Niki Lauda erfolgreich und soll bereits im ersten Jahr in die schwarzen Zahlen fliegen.

Ab November wird Air Berlin aus Zürich auch Palma de Mallorca ins

Streckennetz aufnehmen und damit Schweizer Fluggäste vom dortigen Drehkreuz zu allen weiteren spanischen Destinationen der Billig-Airline verbinden. Die Gespräche für den ambitionierten Sommerflugplan von Air Berlin nach Zürich laufen derzeit.

### NEUE SCHWEIZER STRECKEN UND HÖHERE FREQUENZEN

«Wir werden den Ansprüchen unserer Schweizer Fluggäste bisher voll gerecht», erklärt Air-Berlin-Sprecherin Angelika Schwaff die jüngste Erfolgsgeschichte in Zürich. Parallel dazu zu fliegen auch immer mehr Deutsche mit Air Berlin in die Schweiz und bringen dem hiesigen Tourismus Logiernächte. Der Zürcher Tourismus-Direktor Frank Bumann hat sich wieder-

holt erfreut über die kostengünstige Flugbrücke geäussert, da bei vielen Zürich-Reisenden dadurch ein genügend grosses Budget für Hotelübernachtungen auch im mittleren und oberen Segment vorhanden sei.

In den knapp eineinhalb Jahren, seit man Zürich anfliege, sei der Kundestamm aufgrund des attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses stetig gewachsen, bestätigt Schwaff. Sowohl Air Berlin als auch Niki arbeiten mit einem flexiblen Preissystem. Der Startpreis für den City-Shuttle und zahlreiche Flüge nach Mallorca beträgt inklusive Steuern und Gebühren 29 Euro. Je näher der Abflugtag rückt, umso teurer werden die Tickets. «Aus der Mischung der sehr günstigen sowie der teureren Tickets können wir kostendeckend wirtschaften», erklärt Schwaff.

Sie kündigt an, dass sich Air Berlin auf dem Schweizer Markt künftig mit neuen Strecken und höheren Frequenzen noch stärker positionieren wolle. Dies ist ganz im Sinne des Schweizer und vor allem Zürcher Tourismus.

### LUFTHANSA MIT STARKER SCHWEIZER POSITION

Neben Air Berlin machen auch weitere deutsche Low-Cost-Carrier wie Germania Express oder Germanwings der Swiss immer mehr ausländische Touristen streitig, die in die Schweiz fliegen. Eine starke Position im Schweizer Markt hält auch Lufthansa (LH). Deren Chef Wolfgang Mayrhuber sagte kürzlich im «Management-Magazin», dass er die Marktanteile in der Schweiz weiter ausbauen

wolle, während die Swiss spare und schrumpfe. LH-Specherin Katrin Meier hält indes fest, dass das effektive LH-Flugangebot in der Schweiz seit 2001 nicht gewachsen sei, aber im Verhältnis zur kleiner werdenden Swiss Marktanteile gewonnen wurden.

Mit Helvetic Airways ist der Swiss auch aus nationalen Kreisen Konkurrenz erwachsen. Die junge Günstig-Airline bedient mit einem einheitlichen Tarif von 99 Euro plus Taxen pro Wegstrecke inzwischen bereits 17 Destinationen in neun Ländern und steigert den Anteil der ausländischen Fluggäste nach Zürich – neben Geschäftsreisenden auch immer mehr Ferienreisende – kontinuierlich. Gemäss Helvetic-Kommerzchef Thomas Frischnecht liegt die Quote heute bei rund einem Viertel.

## Swiss Air Lines: Kein Ausbau des Langstrecken-Netzes

Bei der Swiss wird der verschärfte Wettbewerb im Airline-Business nicht ohne Sorge zur Kenntnis genommen. «Es ist immer schwieriger, verlorene Marktanteile zurückzugewinnen, als den bestehenden zu verteidigen», räumt Sprecher Dominik Werner ein. Mit aggressiven Werbetaufträgen wird beispielsweise Helvetic Airways insbesondere auf deren erfolgreichen sowie neuen Strecken bekämpft.

Neben dem Wettbewerb im Flugmarkt Europa muss sich die Swiss auch um ihre Konkurrenzfähigkeit auf den Wachstumsmärkten im Fernen Osten

sorgen. Für den Schweizer Tourismus offenbart sich zurzeit in Ländern wie China, Indien und Korea ein gewaltiges Potenzial an neuen Gästegruppen. Entsprechend wertvoll wäre ein möglichst dichtes Netz an Direktverbindungen. Das bestätigt auch Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus. Den diesbezüglichen Austausch mit der Swiss möchte er allerdings nicht kommentieren.

«Swiss hat ein vitales Interesse, am Wachstumsmarkt China teilzuhaben und sich darbietende Möglichkeiten zu nutzen», sagt Dominik Werner. Ein Aus-

bau der Langstreckenflotte sei momentan jedoch kein Thema, da sich die Swiss in einer Konsolidierungsphase befindet. «Nach erfolgreichem Turnaround wollen wir wieder eine aktivere Rolle in der Anbindung der Schweiz ans Ausland einnehmen.»

Für den Transport von chinesischen Touristen stehen für die Swiss daher bis auf weiteres Kooperationen mit ausländischen Fluggesellschaften im Vordergrund. Diese nutzen die «Turnaround-Situation der Swiss voll aus und machen sich hierzulande immer breiter. ROW

## Chinesen kommen auf dem Luftweg

Die Swiss wird bis auf weiteres keine Direktverbindungen nach China anbieten. Die wichtigsten europäischen Flughäfen mit Direktverbindungen ins bevölkerungsreichste Land der Erde und grösste Reiseland der Zukunft sind München, Frankfurt, Amsterdam, Paris, Rom, Budapest und Wien. Dies wird von verschiedenen Schweizer Touristik-Betrieben so akzeptiert. «Europa offeriert unzählige Sehenswürdigkeiten in verschiedenen Ländern, weshalb die allermeisten chinesischen Touristen nicht auf direktem Weg in die Schweiz reisen wollen», sagt etwa Urs

Fehr vom Kuoni-Incoming-Büro. Aus diesem Grund lobbyiert Kuoni bei der Swiss auch nicht für mehr Direktverbindungen aus China oder Indien.

Auch ohne Direktverbindungen sei im kommenden Jahr ein markantes Gästewachstum von rund 30 Prozent aus China zu erwarten, ist Fehr überzeugt. Zumindest auf innerschweizerischen Strecken kann auch die Swiss davon profitieren. Denn: «Nach einer Zwischenlandung im Ausland gelangt der grösste Teil der chinesischen Touristen auf dem Luftweg in die Schweiz», sagt Fehr. ROW

## FLUGHAFEN BERN-BELP

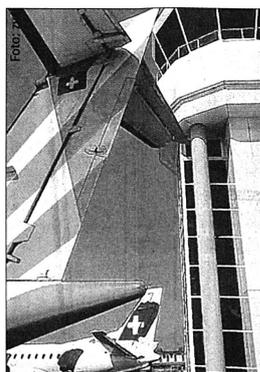
# Bern will Direktverbindung nach London

Der Kampf um ausländische Touristen und Flugfrequenzen ist auch für die Schweizer Flughäfen von existenzieller Natur. Von der Luftfahrt-Krise der letzten Jahre wurden insbesondere kleine Regional-Airports hart getroffen. Berns Flughafen weiss sich zu helfen.

gutes Beispiel für einen Flughafen, der sich in der Not zu helfen wusste. Die Lufthansa hat mit drei täglichen Verbindungen nach München, die KLM Alps – dreimal täglich nach Amsterdam – sowie die Intersky – täglich nach Berlin und nach Wien – sind mit grösseren Flugzeugen eingesprungen und haben gemäss Flughafen-Direktor Charles Riesen seit dem Swiss-Rückzug sogar für Steigerungen der Passagierzahlen um rund 9 Prozent gesorgt.

### BERNER WUNSCHPARTNER SIND DIE SWISS AIR LINES

Das macht Lust auf mehr. Riesen steht fast täglich mit diversen Fluggesellschaften in Kontakt und diskutiert über neue mögliche Verbindungen nach Bern. Eine sehr grosse Nachfrage besteht etwa für Direktflüge von



Das touristische Potenzial des Berner Flughafens wartet auf volle Nutzung.

und nach London. «Sowohl Geschäftsreisende als auch Touristen verlangen immer mehr nach einer solchen Verbindung», so Riesen. Zurzeit kann Bern auf dem Luftweg von der britischen Metropole London nur mit Umsteigen via München und Amsterdam erreicht werden.

### SKITOURISTEN NUTZEN CHARTER-VERBINDUNG

Lediglich im Winter gibt es für britische Skitouristen bereits Direktverbindungen London, allerdings nur im Charter. Ein Wunschpartner Riesen für die lukrative Strecke Bern-London wäre die Swiss, die kürzlich ab Basel wieder Flüge nach London City Airport aufgenommen hat. «Wir hatten leider vergeblich vorgeschlagen, den Basel-Flug bis nach Bern zu ziehen.»

Ein Wachstumspotenzial für Bern-Belp bietet gemäss Riesen auch der Kongress- und Incentive-Tourismus. «Man kann heute mit reputierten Fluggesellschaften aus praktisch allen Destinationen weltweit mit einmaligem Umsteigen direkt vor die Türe Berns und des Oberlands fliegen», so der Direktor.

### BERNS MICE-MARKT SOLL SEINE CHANCE ERKENNEN

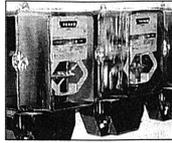
Berns Flughafen-Direktor fordert den lokalen MICE-Markt (MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) auf, dieses Potenzial zu erkennen und zu fördern – und zwar insbesondere in Bearbeitung der direkt verbundenen und wertschöpfungsstarken Destinationen und Wirtschaftsmetropolen Amsterdam und München.

ROBERT WILDI

Aufgrund des vollständigen Rückzugs der Swiss Air Lines sowie der Betriebseinstellung der lokalen Gesellschaft Swisswings hat der Flughafen Bern-Belp in den letzten Jahren an Flugbewegungen eingebüsst. Der Airport Bern-Belp ist allerdings auch ein



**SCUOL /** Das Projekt «The Cube» soll zusätzliche Gäste und neues Leben in die Unterengadiner Gemeinde bringen. SEITE 8



**ENERGIEMANAGEMENT /** Hotels, die sich aktiv mit dem Thema Energie befassen, können Geld sparen. SEITE 14

**Tourismus  
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

**GSTAADER BERGBAHNEN**

## Neue Wege für das Marketing

Mit dem Label «Gstaad Mountain Rides» werden alle Bergbahnen der Region Gstaad unter einem Dach vereint. Die zukunftsgerichtete Strategie der Ende März 2004 gegründeten Bergbahnen Destination Gstaad AG sieht über 70 Mio. Franken für Investitionen vor.

**DANIEL STAMPFLLI**

Mit total über 70 Mio. Franken verfüge die Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG) über das ehrgeizigste Investitionsprogramm des Berner Oberlandes, wurde an der ersten ordentlichen Generalversammlung nach der Fusion von neun Bergbahnunternehmen der Destination Gstaad erläutert. Laut Business-Plan soll massiv in den Ausbau der technischen Beschneidung der diversen Skigebiete investiert werden.

Ebenfalls um- und aufgerüstet werde im Bereich der Transportanlagen. In Gang befinden sich Retrofits an sechs bestehenden Anlagen. Sie sollen die Betriebssicherheit dieser Anlagen erhöhen. Bis 2007 sollen zusätzliche sieben neue Anlagen bisherige Anlagen ersetzen und teilweise Gebiete alternativ und attraktiver erschliessen. Der Ausbau-Schwerpunkt liegt dabei mit fünf Anlagen im grössten Skigebiet der Region, Schönried-Saanenmöser-Zweisimmen-St. Stephan.

### KONSEQUENT AUF DREI ZIELGRUPPEN AUSRICHTEN

Neue Wege wollen die Verantwortlichen auch im Marketing beschreiben. Gstaad Saanenland Tourismus GST übernimmt im Mandat die Vermarktung des Bergbahnangebotes. Nahtstelle zwischen Bergbahngesellschaft und Tourismusorganisation ist der Gstaader Tourismusdirektor Roger Seifritz, der in der Geschäftsleitung der BDG mit konsultativer Funktion einsetzt.

Kernelement es in dieser engen Zusammenarbeit entstandenen Marketingkonzeptes ist die konsequente Ausrichtung auf die drei Zielgruppen Geniesser, Familien und Snowboarder/Freestyler. Das im neuen Konzept verankerte neue Markensystem und Erscheinungsbild unter dem international verständlichen Label «Gstaad Mountain Rides» soll eine zielgerichtete Kommunikation ermöglichen.

**UMSTRUKTURIERUNG BEI SCHWEIZ TOURISMUS**

# Mittel sollen ins Marketing fließen

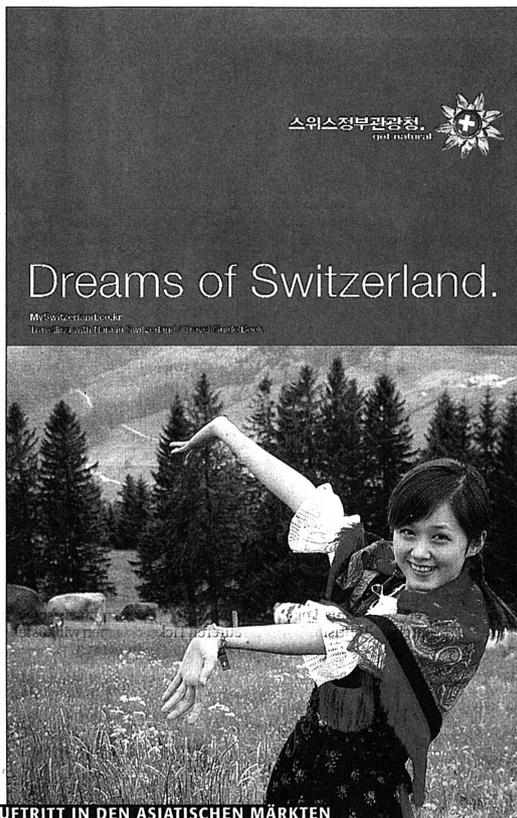
Der bundesrätliche Finanzentscheid und die geplante Koordination der Landeswerbung haben Schweiz Tourismus (ST) zu einer Strategieänderung bewogen. Eine Straffung der Organisation soll zusätzliche Marketingmittel in der Höhe von jährlich 2 Mio. Franken bringen.

**CHRISTINE KÜNZLER**

Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid bezeichnet den anstehenden Strukturwandel als «eine Vorwärtsstrategie aus der Stärke heraus», als einen «einvernehmenden und integrierenden Schritt». ST wolle, gerade im Hinblick auf die Koordination der verschiedenen Schweiz-Promotions-Organisationen, namentlich OSEC, Präsenz Schweiz und Pro Helvetia, einen guten Job machen. «So, dass man uns nicht übersieht und nicht um uns herum kommt», sagt Schmid.

Die 46 Mio. Franken, die ST in den nächsten drei Jahren jährlich vom Bund erhalten wird, reichen zwar aus, um «einen starken Beitrag zu leisten, damit der Schweizer Tourismus am prognostizierten Branchenwachstum teilhaben kann», schreibt die Dächerorganisation in einer Medienmitteilung. Weil die Mittel aber nicht genügen, um die Präsenz in den Zukunftsmärkten zu stärken, trifft ST nun die organisationsinternen Strukturen und gewinnt so Zusatzmittel in der Höhe von gegen 2 Mio. Franken jährlich, die vollumfänglich ins Marketing und in die internationale Promotion der Marke Schweiz fließen sollen. Diese Massnahme, so Schmid, sei keine Hauruck-Entscheidung, vielmehr seien diese

Foto: ZG



### AUFTRITT IN DEN ASIATISCHEN MÄRKTEN

Damit Schweiz Tourismus die Präsenz in den Zukunftsmärkten verstärken kann, sollen mehr Marketingmittel fließen – durch interne Umstrukturierungen.

Schritte schon lange diskutiert worden. «Jede Firma muss sich alle fünf Jahre die Frage stellen, ob sie alles richtig macht», so Schmid. «Das haben wir nun getan.»

### «NICHTS WIRD MEHR SEIN WIE HEUTE»

Für ihn wäre es im jetzigen Umfeld und nach den klaren Voten der Politiker falsch gewesen, alles wie bis anhin zu belassen. «Die Welt wird sich in den nächsten drei Jahren gewaltig verändern», prognostiziert er. «Nichts wird mehr sein, wie es heute ist.» Und das, sagt er, betreffe nicht nur Schweiz Tourismus. Das Tourismusmarketing stehe einem der grössten Strukturwandel der Tourismusgeschichte gegenüber.

Künftig, so hat ST entschieden, sollen noch mehr Mittel in die direkte Gästekommunikation fließen, denn die Präsenz in den strategischen Wachstumsmärkten (China, Golfstaaten, Indien, Korea und Russland) soll gestärkt werden. ST will sich dafür einsetzen, mehr Mittel aus der Privatwirtschaft zu generieren.

### SCHLANKERE STRUKTUREN UND ABFLÜSSE

Die ST-Struktur soll schlanker und die Produktionen und Abläufe vereinfacht und beschleunigt werden, schreibt ST. Die Organisation in den Bereichen Märkte und Marketing wird neu gestaltet, was zu wesentlichen Kosteneinsparungen führe. Die Märkte

Europa, Nordamerika, die Nordischen Länder und Osteuropa, das MICE-Segment (Kongress- und Seminarbereich) sowie die Zukunfts- und Nebenmärkte werden neu zu einem Bereich zusammengefasst. Urs Eberhard, bisher Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Europa, übernimmt als «Leiter Märkte» per sofort die Stellvertretung von Jürg Schmid und wird zum Vizedirektor befördert. Vizedirektor Michel Ferla wechselt nach Paris. Er übernimmt von dort aus die Führungsverantwortung für die Märkte Frankreich, Belgien und Spanien. Zudem ist er in der französischsprachigen Schweiz für die Förderung der Destinationsbildung sowie die Koordination mit den Branchenpartnern verantwortlich.

Roger Zbinden, bisher Länderleiter Japan, hat neu die Verantwortung für die Märkte China, Hongkong, Japan, Korea, Singapur und Taiwan. Die einzelnen Landesvertreter jedoch bleiben. Der Markt Deutschland wird mittelfristig von heute fünf Niederlassungen (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg München) auf vier reduziert. Hamburg wird dann von Berlin aus betreut.

Die Bereiche Produkt-Marketing Leisure und Marketing-Services werden unter einer Führung zusammengefasst. Urs Emch, bisher Leiter Marketing-Services, leitet diesen neuen «Bereich Marketing» als Mitglied der Geschäftsleitung. Die Leitung der Abteilung «Strategische Partnerschaften» übernimmt neu Jörg Krebs. Er leitet zudem den Markt Schweiz und ist verantwortlich für strategische Sonderprojekte (zum Beispiel EM 08).

### ST PLANT NEUES HOTEL-BEWERTUNGSSYSTEM

«Es gab keine Kündigungswelle», sagt Schmid. «Personalabbau stand nicht im Mittelpunkt unserer Strukturveränderungen.» Indes würden aber natürliche und altersbedingte Abgänge nicht mehr ersetzt. Zum Teil habe man mit internen Mitarbeitern auch offene Stellen besetzt.

ST setzt weiterhin stark auf Qualität. «Zwei Drittel der Schweizer Tourismusbetriebe bieten heute gute bis hervorragende Dienstleistungen an. ST fokussiert ihre Promotion und internationale Vermarktung konsequent auf diese zwei Drittel.» Künftig sollen ausschliesslich Betriebe mit dem Willen zur Qualität in die internationale Vermarktung von ST eingebunden werden. Neu soll ein Hotelbewertungssystem für die Gäste entwickelt und auf MySwitzerland.com aufgeschaltet werden, um die erlebte Qualität transparent wiederzugeben.



Urs Eberhard ist zum Vizedirektor befördert worden.

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

**Lagerverwaltung?**  
... mit der einfachen und effizienten Software von GastroSoft  
Bist du ein Gastronom? Hast du Betriebe zu administrieren? Dann ist unser System die Lösung für dich. Ihre Gäste und Mitarbeiter lieben.

**gastrosoft**  
the future's gastro software  
Fon: 056 631 57 41  
www.gastrosoft.ch

**Oh Pastamia!**

**Conva tech**  
Conva tech AG  
Galsbergstrasse 46  
8280 Kreuzlingen  
Tel: 071 677 98 86  
Fax: 071 677 98 89  
info@convatech.ch  
www.convatech.ch

**happy4YOU**

**WELLBEING?**  
Matratzen leasen anstatt kaufen mit happy lease&sleep.

**happy systems**  
I wett i hott es happy-Bett.  
Tel. 071 387 44 44, www.happy.ch

«DAS VERSICHERUNGSANGEBOT DER HOTELA HAT UNS ÜBERZEUGT.»

Rund 4000 Unternehmen aus der Schweizer Tourismus- und Freizeitindustrie vertrauen in die Dienstleistungen der HOTELA.

**HOTELA**  
WWW.HOTELA.CH

## Wallis in Belgien auf Werbetour



**Winterstart.** Wallis Tourismus hat sich zusammen mit Schweiz Tourismus und seinen Partnern Aletsch, Saas-Fee/Saastal, Thyon und Veysonnaz in der Skihalle von Peer/Belgien den belgischen Feriengästen und Medien präsentiert. Gemeinsam wurden Stammgäste und Medienschaffende in die Skihalle eingeladen (auf dem Bild, von links, Urs Zehäusern, Direktor Wallis Tourismus; Steve Locher, ehemaliger Skichampion; Jean-Michel Cina, Nationalrat).

Wallis Tourismus und seine Destinationen pflegen ein ausgezeichnetes Verhältnis zu den belgischen Medien. Gerade eben hat ein belgisches Filmteam nach intensiven Dreharbeiten das Wallis wieder verlassen und schon kündigt sich bereits der nächste belgische Fernsehsender für eine Sendung aus dem Wallis zu Beginn des Winters an. Die Belgier verbringen jährlich rund 600 000 Logiernächte im Wallis – in den letzten Jahren mit wachsender Tendenz. *DST*

## Tschentenalp mit Gewinn

**Adelboden.** Die Erfolgsrechnung der Tschentenalp-Bahnen, Adelboden, schliesst das Geschäftsjahr 2003/04 (per 30.4.) mit einem Gewinn von knapp 30 000 Franken ab. Im Vorjahr war noch ein Verlust von fast einer halben Million eingefahren worden. Der Betriebsertrag konnte um 8 Prozent gesteigert werden. Es resultierte ein Gewinn vor Abschreibungen und Steuern von 490 000 Franken. Er liegt um 57 Prozent über jenem des Vorjahres. *DST*

## Verzicht auf Dividende

**Rothornbahn und Scalottas AG.** Auf Antrag des Verwaltungsrates der Rothornbahn und Scalottas AG, Lenzerheide, beschloss die Generalversammlung, für das Geschäftsjahr 2003/2004 (per 30.6.04) keine Dividende auszuschütten. Im betreffenden Geschäftsjahr hatte ein Verlust von 1,08 Mio. Franken resultiert. Der Verkauf des Hotel La Palanca und eine Rückstellung auf den gesamten Fehlbetrag der Rothornbahn und Scalottas AG bei der Pensionskasse Ascoop be-

lasteten das Ergebnis einmalig mit 1,07 Mio. Franken. Im Kerngeschäft hingegen verzeichnete das Unternehmen ein ausgeglichenes Ergebnis.

Während im Sommer 2003 der Verkehrsertrag um 35 Prozent und der Gastronomieertrag gar um über 50 Prozent gesteigert werden konnte, verzeichnete im Winter 2003/04 der Gastronomieumsatz eine Einbusse von knapp 15 Prozent und der Verkehrsertragsumsatz einen Rückgang von etwas mehr als 10 Prozent. *DST*

### FRANZÖSISCHE STUDIE

## Vielfältiger Gruppen-Tourismus

Anlässlich der Autobusmesse MIT International hat die französische Tourismusdirektion eine Studie zum Thema Gruppentourismus vorgestellt.

KATJA HASENKAMP

Auch wenn es sich bei den Befragten ausschliesslich um Franzosen handelt, dürften einige der Erkenntnisse europaweit Geltung haben. Erste Erkenntnis der Studie ist die Tatsache, dass Gruppenreisen relativ krisenanfällig sind, da kein Veranstalter ein Fiasko vorprogrammieren möchte. Das bezieht sich sowohl auf professionelle Gruppenreisen (Firmen- und Schulfahrten), als auch auf Club- und Vereinsreisen.

Wenn man früher noch allgemein von Gruppenreisen reden konnte, so sollte man heute differenzieren. Die Studie unterteilt die Gruppenreisen in sechs Kategorien – 1. Individuallakunden (aktiv oder junge Rentner), die sich aus einem bestimmten Interesse einer programmierten Reise anschliessen; 2. Club- und Betriebsratsreisen; 3. Seniorenreisen (alte Senioren); 4. Professionelle Gruppenreisende (Incentives, Schulungen); 5. Schulreisen (Klassen- und Schulfahrten); 6. Jugendreisen –, die alle höchst unterschiedliche Erwartungshaltungen haben.

So gehört zur ersten Kategorie eine autonome, reiseerfahrene Klientel, während die «alten» Senioren sich zur Gruppenreise entschliessen, weil sie sich nicht mehr zutrauen, alleine zu verreisen. Und wenn die Mitglieder des Kegelclubs zu ihrem Vergnügen verreisen, so soll der Opelverkäufer mit der Reise zusätzlich motiviert und auf die Firmenethik eingeschworen werden.

### AUF ÄNGSTE UND VORURTEILE EINGEHEN

Daher müssen für alle Kategorien spezifische Programme erarbeitet werden, die oft sogar noch zusätzlicher Segmentierung bedürfen z. B. nach Kaufkraft, Wohnort oder kulturellem Hintergrund. Vor allem für ausländische Gruppen gilt es dem Kulturkreis Rechnung zu tragen, aus dem sie kommen. Es muss besonders auf eventuelle Ängste und Vorurteile eingegangen werden und die offiziellen touristischen Stellen sollten versuchen, bereits im Vorfeld eventuelle Fehlinformationen über das Reiseziel zu korrigieren, indem sie gegenüber den ausländischen Reiseveranstaltern eine offene Informationspolitik praktizieren. Aber auch die Leistungsträger vor Ort (Hoteliere, Gastwirte, Verkehrsämter...) müssen lernen, vermehrt den unterschiedlichen Erwartungshaltungen der Gruppen gerecht zu werden, und zwar sowohl in Sachen Logistik als auch hinsichtlich der zwischenmenschlichen Beziehungen und der Gästebetreuung.

Foto: Swiss-Image



### SUCHE NACH NEUEN GÄSTESEGMEN TEN

Mit dem Bau von «The Cube» erhoffen sich die Promotoren für Scuol Impulse und neue Gäste-segmente. Ganz allgemein lautet das Motto «Spass am Berg».

### SCUOL

## Neuer Schwung im Unterengadin

In Scuol soll mit «The Cube» ein Jugendhotel der neuen Generation entstehen. Der örtliche Verkehrsverein sowie der Hotelierverein unterstützen das Projekt. Erwartet wird nicht nur eine zusätzliche Gästeschar, sondern auch neues Leben für die Gemeinde.

ren eingeleitet. Zwar befindet sich das direkt neben der Bergbahn gelegene Terrain in einer Hotelzone, doch bestimmte Parameter wie die Höhe des Hotel-Kastens weichen von den Vorschriften des Zonenplans ab. Scheiwiler gibt sich gleichwohl optimistisch. «Wenn alles gut läuft, kann die Eröffnung am 12. Dezember 2005 erfolgen.»

### KAMPF DEM EINSCHLAFEN DER REGION

Das Interesse der Bergbahnen an «The Cube» ist nicht uneigennützig. Die Transportanlagen erwarten zusätzliche Gäste. Denn die Aktivitäten im Jugendhotel sind eng mit «Spass am Berg» verknüpft. Dabei sollen nicht nur Skifahrer und Snowboarder auf ihre Kosten kommen, sondern auch all diejenigen, die nicht in teure Wintersport-ausrüstungen investieren können. Scheiwiler ist überzeugt, dass «The Cube» nicht nur 40 neue Arbeitsplätze schafft, sondern auch der ganzen Region neue Impulse gibt: «Sonst schläft die Region hier irgendwann ein.»

Ähnlich äussert sich auch Martin Nydegger, Direktor von Scuol Tourismus: «Ein bisschen Leben tut der Gemeinde gut». Für die Destination sei «The Cube» eine einmalige Chance, neue Gäste-segmente zu erschliessen. «Es ist für uns dabei entscheidend,

dass das Projekt eine grosse internationale Hotelkette hinter sich hat.»

«The Cube» gilt im Unterengadin als Investition in die Zukunft. «Die Jugendlichen von heute sind die Feriengäste der anderen Hotels von morgen», sagt Nydegger. Daher unterstützt der lokale Verkehrsverein das Projekt. Es wird nicht als Konkurrenz für die bestehende Hotellerie gesehen. Es geht auch nicht darum, eine Krise zu überwinden. Seit der Eröffnung des Vereina-

Tunnels 1999 hat die etwas abgelegene Region bei den Logiernächten nämlich zulegen können. Die Hotellerie in Scuol verzeichnete ein Plus von 20 Prozent. Zwar ist die Zahl der Logiernächte seither wieder leicht zurückgegangen. «Doch wir liegen immer noch deutlich über den Zahlen aus den Jahren vor Inbetriebnahme des Vereina-Tunnels», sagt Nydegger. Rund 900 000 Übernachtungen werden im Jahr in dieser Destination verzeichnet.

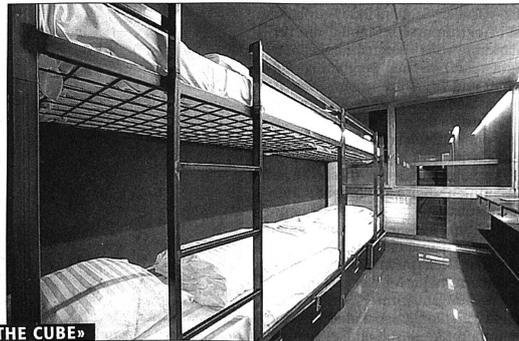
### GERHARD LOB

Egon Scheiwiler kommt ins Schwärmen, wenn er von «The Cube» spricht. Mindestens einmal pro Woche stellt der Direktor der Bergbahnen Scuol – offizieller Name: Bergbahnen Motta Naluns Scuol-Ftan-Sent AG – das Jugendhotel-Projekt im Unterengadin vor und sein Enthusiasmus ist ungebrochen. Dank einer Reise nach Tröpolach am Nassfeld in Kärnten, wo der erste «Cube» in Betrieb ist (siehe Kasten), konnte Scheiwiler bereits den gesamten Verwaltungsrat der Bergbahnen vom Projekt überzeugen. Jetzt muss noch die Bevölkerung gewonnen werden. Denn im konservativen Unterengadin gibt es einige Ängste, dass das neue Jugendhotel in Scuol all zu viel Unruhe bringen und der bestehenden Hotellerie schaden könnte.

### QUARTIERPLANVERFAHREN EINGELEITET

Die Bergbahnen sind im Unterengadin die treibende Kraft für «The Cube». Der 36 Meter lange, 36 Meter breite und 14,2 Meter hohe Hotel-Würfel mit den 273 geplanten Betten soll im Baurecht auf einem Terrain der Bergbahnen erstellt werden. Das Investitionsvolumen beträgt 15 Mio. Franken; Investorin ist die Vienna Hotelmanagement AG unter der Leitung von Rudolf Tucek, dem ehemaligen Direktor des österreichischen Verkehrsvereins. Um Rekursen gegen das Bauprojekt zuvor zu kommen, haben die Bergbahnen ein Quartierplanverfah-

Foto: zvg



Im Jugendhotel der neuen Generation werden die Zimmer «Boxes» genannt. Es gibt sie für 2, 4 oder 8 Personen.

## «The Cube»: Das Hotel für die junge Generation

Die Fun- & Sporthotelmarke «The Cube» ist ganz auf eine junge Zielgruppe und ihre Bedürfnisse ausgerichtet. «The Cube» steht für Dynamik, Lifestyle, Internationalität. Dies soll sich auch in der neuartigen Architektur des Hotels mit Glas, Beton, Licht und moderner Möblierung widerspiegeln. «Gateways» statt Treppen führen in die «Cube Boxes» (2er-, 4er-, 8er-Zimmer) mit vorgelegtem «Showroom». Ausgestattet mit einer Auhängung für Mountainbikes, Snowboards oder Carver und Trockenstäben für Sportschuhe, werden diese

Räume speziell klimatisiert, so dass auch die Sportkleidung bis am nächsten Tag wieder trocken ist.

Für eine Jugend, die ständig Abwechslung, Abenteuer und Erholung sucht, werden 24 Stunden am Tag Entertainment-Dienstleistungen als Flash-Erlebnisse all-inclusive angeboten. «Niemand fährt nur irgendwohin zum Schlafen und Essen. Es geht um die Umsetzung eines ganzheitlichen Erlebnis-konzepts. Wie schon im Wellness-Tourismus zu sehen ist, muss sich eine zukunftssträchtige Hotellerie mit einer Ge-

samterlebnis-Dienstleistung auseinandersetzen», erklärte Rudolf Tucek, Vorstandsvorsitzender der Investorengesellschaft Vienna International Hotelmanagement AG, anlässlich der Eröffnung dieses Jahres. Insgesamt sind elf weitere «Cubes» in Österreich und der Schweiz geplant. Etwas weitere fortgeschritten als in Scuol ist ein entsprechendes Projekt in Savognin GR. *GL*

Internet: www.cube-hotels.com

**BÖRSENBAROMETER**

## Kein «guldener Oktober»

Die noch vorhandenen Hoffnungen auf eine Trendwende erfüllten sich weiterhin nicht. Schuld trägt eindeutig der auf Rekordhöhe gekletterte Ölpreis.

■ **WERNER LEIBACHER**

Auch wenn leicht reduzierte Wachstumsprognosen 2005 ebenfalls für Beruhigung sorgen: weitaus stärker beobachtet wurde im Berichtsmonat der in New York auf über 55 Dollar je Barrel (159 l) kletternde Rohölpreis. Denn ein Ölpreis auf dieser Höhe bremst nicht nur das generelle Wirtschaftswachstum und begünstigt die Teuerung. Vor allem beschneidet eine solche Entwicklung die Kaufkraft der Konsumenten, Hausbesitzer und Mieter: wenn letztlich weniger Geld im Portemonnaie vorhanden ist, werden viele wohl auch im touristischen Bereich sparen (müssen). Das aber sind für Hotels, Reiseveranstalter, Restaurants, Bahnen und Airlines ungünstige Voraussetzungen, ist von dieser Entwicklung doch fast jedes Land betroffen.

Es kann darum nicht verwundern, wenn aus der allgemein lethargischen Stimmung auch die touristischen Werte nicht herausragen konnten. Ganz im Gegenteil: im Luftverkehr, wo die Kerosin-Verteuerung unmittelbar und direkt spürbar ist, ging der Kurszerfall weiter. Wenn zum Beispiel die Aktie der Delta Airlines – einst enger Partner der Swissair – innert Monatsfrist von 9 auf unter 3 Dollar absackt oder wenn eine Aktie Lufthansa sich einfach nicht wenigstens auf 10 Euro erholen kann, dann spricht das für den desolaten Zustand der Branche.

**SWISS: POSITIVE MELDUNGEN VERPUFFTEN**

Auch die Aktie Swiss, die sich nach dem lange Monate erdauerten Zustandekommen eines Betriebskredits über 350 Mio. Franken von 8 auf 9 Franken verbessern konnte, gab bald wieder unter 8 Franken nach, der Verbesserung des Ladefaktors und weiteren Einsparungen beim Kabinenpersonal zum Trotz. Wie hart der Wettbewerb im Luftverkehr geworden ist, demonstriert auch die Klage von acht europäischen Wettbewerbern (darunter Lufthansa, Iberia, British Airways) gegen den Sanierungsplan der Alitalia. Auch bei den Billig-Airlines wird mit harten Bandagen gekämpft; Streckennetze werden revidiert, ein holländischer Billig-Flieger ging in Konkurs.

Etwas besser tönt es für den Freizeitpark-Betreiber Eurodisney in Frankreich, der mit seinen Gläubigern eine Umschuldung arrangieren konnte. Jetzt muss allerdings der laufende Betrieb rentabler gestaltet werden, wozu etliche neue Attraktionen beitragen sollen. Der Eurodisney-Aktienkurs drückt mit seinem Verharren auf tiefstem Niveau aber weiter Skepsis über das Gelingen aus.

**JUNGFRAUBAHN LEGT DEUTLICH ZU**

In der Schweiz fällt positiv erneut die Jungfrau-Aktie auf: seit dem Aktiensplit von 1:10 hat der Titel nun bald 30 Prozent zugelegt. Dafür verantwortlich waren nicht nur gute Verkehrszahlen, sondern auch die Erwartung, vom sich abzeichnenden China-Boom mitprofitieren zu können.

Auf internationaler Ebene ist der weitere Vorstoss der Aktie McDonald's zu erwähnen. Während Konsumgüterwerte wie Coca-Cola, Wendy, Unilever oder Nestlé kursmässig Mühe hatten, zog die Schnellimbiss-Kette aus den neuen Rezepturen (weniger Fett, weniger Zucker) in den USA eindeutigen Nutzen. Auch für die auf ein neues Höchst vorrückenden Starbucks hielt die positive Meinung der Anleger an.

**BERGBAHNEN**

## 40 Prozent erhöhen ihre Tarife

Auf die kommende Wintersaison hin erhöhen 40 Prozent der Schweizer Bergbahnen ihre Tarife – dies nach mehreren Jahren der Zurückhaltung.

Wie Erhebungen des Dachverbandes Seilbahnen Schweiz in 85 Wintersportdestinationen und bei Tarifverbänden ergaben, werden Tages- und Wochenkarten um 2 bis 3 Prozent teurer. Im nächsten Winter kostet eine Tageskarte im Schnitt 45 Franken. Am teuersten sind die Tageskarten in der Region Zermatt und im Oberengadin. Dort werden für den Tagespass 66 bzw. 64 Franken verlangt. Begründet wird die Preisanpassung mit einem gewissen Nachholbedarf und auf Grund von Investitionen. In den letzten fünf Jah-



Die Bergbahnen in der Region Zermatt gehören zu den teuersten.

ren seien die Bergbahntarife laut Seilbahnen Schweiz kaum angehoben worden.

Um den Nachwuchs wieder vermehrt für den Wintersport zu gewinnen, haben einige Bahnen die Preise für Kinder und Jugendliche auf den kommenden Winter gesenkt.

Insgesamt investierten die Schweizer Bergbahnen 93 Mio. Franken. Grösstenteils wurden alte Anlagen durch moderne, leistungsfähigere ersetzt. 3 Mio. Franken flossen in Beschneidungsanlagen. Bei diesen Investitionen seien allerdings nur die fest installierten Anlagen erfasst worden. 1100 der total 7400 Pistenkilometer in der Schweiz können mittlerweile künstlich beschneit werden. Der Anteil künstlich beschneiter Abfahrten stieg gegenüber dem letzten Winter um 2 auf 15 Prozent.

DST/sda

**WALLIS**

## Kooperation mit Coop

Wallis Tourismus bietet zusammen mit den Walliser Bergbahnen eine Prämie für Coop-Supercard-Kunden an. Bei 45 Bergbahnen (22 im Unterwallis, 23 im Oberwallis) können die Coop-Supercard-Kunden während der gesamten Wintersaison 2004/05 Gutscheine von 60 Franken einlösen. Die Gutscheine erhalten die Kunden beim Einsatz von 6000 Punkten. «Die tolle Kooperation hat uns gezeigt, dass wir in Zukunft vermehrt gemeinsame Marketingaktivitäten durchführen werden», sagt Marcel Perren, Marketingleiter von Wallis Tourismus. Für den Walliser Tourismus öffne die Zusammenarbeit mit Coop-Supercard neue Marketingkanäle. Aufgelistet sind die beteiligten Bahnen auf der Internetseite von Wallis Tourismus (www.wallis.ch).

DST

Anzeige

Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste mehr Umsatz mehr Gewinn

Rufen Sie uns an: 0848 133 000

seit 1934

www.wirbank.ch • Basel • Bern • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano

**HESSER**

UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELIERE & 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, Reorganisationsen,  
Kostenrestrukturierungen und Marketing

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
055/410'15'57 - 079/422'37'24  
Fax 055/410'41'08



"An der Grimselstrasse..."

Zu verkaufen in  
Guttannen  
**Hotel-Restaurant**

Gut unterhaltener und  
gemütlicher Gastbetrieb an  
der belebten Grimselpass-  
strasse, ca. 50 Sitzplätze,  
9 Gästezimmer, große  
Wirtinwohnung, gut  
ausgestattete Küche,  
grosszügige Keller- und  
Vorratsräume mit Lingerie,  
Parkplätze vorhanden.

**VP CHF 550'000.-**

Griwaplan Immobilien&Architektur  
Chloé Diamant Edg. dipl. Immobilien-Treuhänder  
CH-3318 Grimseldorf Architekten HTU/STV  
Tel. 033 853 45 00  
Fax 033 853 45 16  
info@griwaplan.ch - www.griwaplan.ch

**Liehaberobjekt  
Landgasthof Peidenbad**

Saal, neu renov. Gaststube, moderne  
Küche, 6 Hotelzimmer u.v.m., direkt  
an der Verbindungsstrasse Ilanz-Vals  
wird zu günstigen Konditionen  
verkauft durch:

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

161927/430008

**HOTEL DEUTSCHSCHWEIZ**

Zu pachten gesucht, mit späterem Kauf.  
Das Hotel sollte mind. 20 Zimmer haben.  
CD Interinvest AG, Fax 062 752 12 20

Zu vermieten ab 1. Januar 2005 oder  
nach Übereinkunft im Industriegebiet  
Bürun LU

**Restaurant Muracher,  
Bürun LU**

Restaurant/Bar 22 Plätze  
Säli 46 Plätze  
Gartenwirtschaft 40 bis 60 Plätze  
Parkplätze 20

**Attraktive Konditionen**

Weitere Auskünfte unter Tel. 041 935  
41 41 oder info@businesspark.ch

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie  
bitte bis 15.11.04 an Albert Koehlin  
Stiftung AKS, Reussteg 3, 6003 Luzern.

164059/413289

Pächterin gesucht für  
**Landgasthof im  
Appenzeller Vorderland**  
in Wolfhalden. Pachtmöglichkeit  
ab Frühjahr 2005.

InteressentInnen melden sich bitte  
bis Ende November 2004 schriftlich bei  
Markus Rohner, Gemeinderat, Dorf 36,  
9427 Wolfhalden

**Zu vermieten**

nach Übereinkunft an der Promenade  
in Brunnen

**Gelateria/Café/Snackbar**

Postfach 164, 6440 Brunnen.

164061/6173

Zu vermieten an Toplage im Herzen  
vom Berner Oberland ertragsstarker

**Restaurants-,  
Confiserie- und Barbetrieb**

Inventar muss übernommen werden.

Solvente, fachlich ausgewiesene  
Unternehmer senden ihre  
Bewerbung an:  
Rossel Invest, Postfach 1,  
3800 Interlaken.

164067/430685

Zu verkaufen im Mittelpunkt des  
Berner Oberlandes, in Interlaken, am  
berühmten Höhenweg sowie zentral an  
der Fussgängerzone Jungfraustrasse

**Hotel mit  
Geschäftsräumlich-  
keiten**

- Zwei Ladenlokale sowie Restaurant  
im Erdgeschoss
- 90 Gästebetten in 56 Zimmern
- Vier Parkplätze
- Güter Zustand
- Umnützung möglich

Verkaufsrichtpreis 6,4 Mio. Fr.

Von Graffenried AG  
Liegenschaften  
Beratung und Vermittlung  
Marktgass-Passage 3  
3000 Bern 7  
Tel. 031 320 59 64  
nadine.kuersteiner@graffenried.com  
www.graffenried.com  
www.immobern.ch

**Zu verkaufen:** kleines, gut gehendes  
und bestens erhaltenes

**Hotel**

in Zuoz - Oberengadin  
mit separatem Tages-Café und viel  
Umschwung - Nähe Bahnhof  
und 18-Loch-Golfplatz.

Weitere Informationen erhalten Sie unter  
Chiffre 164115, hotel + tourismus revue,  
Postfach, 3001 Bern.

164115/193004

**Qualifiziertes Team**

sucht per sofort oder nach Übereinkunft einen  
gepflegten Restaurationsbetrieb in Miete  
in der Stadt Zürich oder Region.

Auch Beteiligung mit operativer Führung wäre  
eine Möglichkeit.

Absolute Diskretion wird zugesichert.

Interessenten melden sich unter Chiffre  
164066, hotel + tourismus revue, Postfach,  
3001 Bern.

164066/343030

In der Nähe von Lugano, an sonniger  
Lage, zu verkaufen **kleines**

**Hotel mit Restaurant**

9 Zimmer, 70 Sitzplätze, Terrasse, private  
Parkplätze, 3-Zi-Wirtinwohnung.  
Gute Existenz für Fachleute, die Wert auf  
persönliche Gästebetreuung legen.

VP Fr. 1 200 000.-

Interessenten melden sich bitte unter  
Chiffre 164078, hotel + tourismus revue,  
Postfach, 3001 Bern.

164078/423710

**LUZERN - Emmenbrücke**

An bester Verkehrslage Nähe Autobahn-Ausfahrt  
mit 4 direkten Buslinien (6-Minuten-Takt nach Luzern)  
verpachten wir

**Rest. Landhaus mit Wintergarten**

grosser Parkplatz

Ein Bijou für einen kreativen Koch.

60 Plätze mit grosszügiger Sommerterrasse

24 Plätze Sitzungszimmer

40 Plätze Speiseraum

70 Plätze unterteilter Saal (110 Plätze möglich)

Im Parterre vom \*\*\*\*-Hotel Landhaus Emmenbrücke

(Auf Wunsch kann das Hotel später  
dazugepachtet werden.)

Solvente Berufsleute mit nötigem Eigenkapital  
bitten wir um schriftlich Bewerbung an:

Erwin Schriber, Neukirchstrasse 3, 6020 Emmenbrücke

164065/384136

**Zweit-Existenz**

Zu verkaufen in **Flawil SG** an zentraler  
Lage, gut gehendes

**Restaurant «Bären»**

Rest/Bar; ca. 60 Sitzplätze, gute Zufahrt,  
genügend Parkplätze, grosse Wirtin-  
wohnung, 1033 m<sup>2</sup> umb. Raum,  
252 m<sup>2</sup> Land.

VP Fr. 645 000.-

E-Mail: info@thoma-immo.ch

Internet: www.thoma-immo.ch

**THOMA<sup>+</sup>**

Immobilien Treuhand AG

THOMA St. Gallen 071 277 80 80

**ZU VERKAUFEN**

Liegenschaften in Lugano  
50 Meter vom Seeufer

**6-stöckiges Gebäude**

**Hotel-Restaurant**

Untergeschoss bis 2. Stock  
34 Zimmer je mit Badezimmer  
- Speisesaal mit 280 Plätze  
- Garagen- und Parkplätze.

**Wohnhaus**

3. Stock bis 6. Stock  
20 Wohnungen

Interessenten bitte an folgende  
Adresse schreiben:

Postfach 441, 6902 Lugano

164064/21865

Wir suchen im Bündlerland ein

**\*\*\*\*-Hotel**

mit 40 bis 80 Zimmer zu pachten.

Ihr Angebot wird vertraulich behandelt.

**SWISS INTERNATIONAL HOTELS**

Butzenstrasse 39, 8039 Zürich  
Telefon 01 487 14 54

164079/387252

**Offre très exceptionnelle  
pour se mettre**

«à son compte»

«à bon compte»

Valais centre sur le coteau

A 5 minutes d'une ville

**Devenez propriétaire**

d'un relais gastronomique  
avec 5 appartements

- En bordure des vignes;
- Libre tout de suite;
- Estimation officielle Fr. 1 260 000.-;
- Construction 1984;
- Cédé en cas de décision rapide par  
liquidateur Fr. 990 000.-

Le revenu locatif des appartements  
couvre l'engagement hypothécaire:

- Du restaurant (70 places);
- Du bistrot (50 places);
- Ainsi que des appartements.

**Pour traiter Fr. 250 000.-**

Informations disponibles auprès du  
liquidateur sous chiffre U 036-249096,  
à Publicitas S.A., case postale 48,  
1752 Villars-s/Glâne 1.

164058/382708

**ANZEIGEN**

Nicht vergessen:  
**Tourismstag**  
zum Thema «Kooperationen im Tourismus»

Wann: 25. November 2004

Wo: MythenForum Schwyz

Weitere Informationen und Anmeldeformular:

www.itw.ch oder Telefon 041 228 41 45

FACHHOCHSCHULE  
ZENTRALSCHWEIZ

**HSW**  
HOCHSCHULE FÜR  
WIRTSCHAFT  
LUZERN

**LUZERN**  
FACEBOOK

Luzern Tourismus AG - Tourist Board

**VIERWALDSTÄTTERSEE**  
LAKE LUZERN.CH

**AUS- UND WEITERBILDUNG**

**ozeania**

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

Der groovy  
Sprachreiseplaner ist da!

Sprachreisen Australien Neuseeland -  
am besten mit ozeania

Ozeania Reisehaus Tel. 056 484 20 20  
5442 Filisbach Fax 056 484 20 21

**Italienisch in Florenz**

**Spezialangebot:**

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag,  
in kleiner Gruppe und Unterbringung  
in Einzelzimmern  
Total SFR 790.-

Fragen Sie uns bezüglich längerer  
Kursdauer bzw. spezielle Kurse  
für den Tourismus.

Scuola Toscana  
Via dei Benci, 23  
50122 Firenze/Italia  
Tel. und Fax 0039/055 244583  
www.scuola-toscana.de

153472/390239

**SOUTHBOURNE SCHOOL OF  
ENGLISH**  
BOURNEMOUTH ENGLAND

**Lernen & Arbeiten**  
für Hotel- & Gastroprofis

Tel. 031 950 28 27

www.best-of-english.ch

A vendre  
**four électrique**

pour pizzas (Marque OEM,  
type cappa). Etat presque neuf  
(2 fois 6 pizzas).

Téléphone 022 738 18 02,  
079 621 78 77

164068/430686

www.**boxspringbetten.ch**

Made by Frischauf.ch...Heinz Hohl. www.tild.ch

**Über Internet und  
nette Gäste.**

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

## Gute Jubliäums-Saison Pferde und Tourismus GPS als Gästebegleiter

**Meiringen-Hasliberg-Bahnen.** Trotz Umsatzrückgang von 5% gegenüber dem Rekordsommer 2003, wird die zu Ende gehende Sommersaison als erfreulich angesehen. Der Durchschnitt der letzten drei Jahre wurde um 10% übertroffen. Wurden im Mai und in der ersten Oktoberhälfte gegenüber dem letzten Jahr Rekordumsätze erzielt, so fiel der Juni buchstäblich ins Wasser. Im Juli, August und September stabilisierten sich die Umsätze knapp unter dem Vorjahr. Neben dem

30-jährigen Jubiläum der Meiringen-Hasliberg-Bahnen als Saisonhöhepunkt, wurde der Ausflugsverkehr zum Panoramarestaurant Alpen-Tower gesteigert. Das tägliche Frühstücksbuffet, der Showroom mit Kristalladler und neuem Alpinerium, und der erneute Ausbau der Wanderwege waren Erfolgsfaktoren. 500 Familien profitierten vom Spezialangebot: Die ganze Familie fuhr für 30 Franken zum Alpen-Tower und genoss die Spielmöglichkeiten der Mägisalp. **KJV**

**«Pferd Austria».** Zur Förderung der Reitkultur in Österreich haben sich zehn Institutionen und Verbände in Oberwaltersdorf (Niederösterreich) zur Plattform «Pferd Austria» zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, der Tourismuswirtschaft und in weiterer Folge allen Reitsportbegeisterten Zugang zum betreffenden Know-how und zu professionellen Partnern zu erleichtern. Mittlerweile werden etwa 75 000 bis 80 000 Rösser in Österreich gehalten. Ihre Besitzer

wenden im Durchschnitt 300 bis 500 Euro (460 bis 765 Franken) pro Monat für ihr Hobby auf. Die neue Arbeitsgemeinschaft wird eine Studie zum «Wirtschaftsfaktor Pferd» ausarbeiten. Der Aufbau einer Internet-Anlaufstelle, sowie Fachkonferenzen und ein Jugendklub sind geplant. Ausdrücklich freut man sich auf die Kontaktaufnahme und den Erfahrungsaustausch mit vergleichbaren Organisationen aus dem Ausland. **KJV**

**Global Positioning System.** Als erste Tourismusorganisation der Schweiz setzt Schaffhausen Tourismus für die Gästebetreuung professionelle GPS-Technologie ein. Im Tourismus-Office sind ab sofort GPS-Geräte erhältlich, die es dem Gast ermöglichen, ohne Ortskenntnisse und längeres Kartenstudium jedes interessante Ziel von Schaffhausen und Stein am Rhein auf Anhieb zu entdecken – darunter Weinbauern und Hotels in der Landschaft. Geräte mit GPS (Global

Positioning System), einem Mobiltelefon ähnlich, sind fähig, jeden Standort auf der Welt auf wenige Meter genau zu bestimmen. Zusammen mit der Zuger Firma GEO-Tracks GmbH, die das weltweit grösste GPS-Tourenportal führt (www.swiss-cycling.ch mit über 3600 Freizeittouren in Europa), wurden für den Start dieses Projektes vier Biketouren, zwei Weintouren, eine Gourmettour, eine Wanderung und die Stadtführung von Schaffhausen aufgearbeitet. **KJV**

### LAKEFRONT CENTER LUZERN

## Hotelbetten anstelle von Güterwagen

Auf dem ehemaligen Güterbahnhof Luzern entsteht für 100 Mio. Franken das «Lakefront Center»: ein Hotel-, Geschäfts- und Wohngebäude.

KARL JOSEF VERDING

Das «Lakefront Center» soll das linke Seeufer aufwerten. Die Promotoren, Ernst Maréchaux und Bodo von Düring mit ihrer Moosmatt Promotion AG, haben das Vorhaben vorgestellt. Beteiligt sind zudem das Credit Suisse Asset Management und die Rüssli Architekten Luzern.

Als grösster Mieter im Lakefront Center wird die internationale Hotelgruppe Radisson SAS mit einem Business- und Kongresshotel des 4-Sterne-Segments mit 167 Zimmern und 334 Betten nach Luzern kommen. Die andere Hälfte der rund 21 000 Quadratmeter Nutzfläche verteilen sich auf Flächen für Büros und Bildung sowie Ladenflächen. Im 6. Obergeschoss und im Attikageschoss werden zusätzlich 23 exklusive Mietwohnungen entstehen.

### «GROSSES POTENZIAL FÜR EINEN NEUEN STADTTEIL»

Der achtgeschossige, 110 Meter lange Bau weist eine Nutzfläche von 21 000 m<sup>2</sup> auf. Eine Erweiterung mit zusätzlichen 40 000 m<sup>2</sup> Nutzfläche ist vorgesehen. Luzern habe in diesem Gebiet ein grosses Potenzial für einen neuen Stadtteil, schreiben die Promotoren.

In unmittelbarer Bahnhofnähe entstehen im jetzigen Projekt rund 6000 m<sup>2</sup> Büro- und Schulungsflächen, welche einerseits den Universitätsstandort in diesem Bereich ergänzen und andererseits Raum für die Ansiedlung von wertschöpfungsintensiven Dienstleistungsbetrieben und Firmen schaffen sollen. – Die rund 1100 m<sup>2</sup> Ladenfläche im Erdgeschoss unterliegen aufgrund des Standorts dem Bahnhofregime und sollen mit ihren verlängerten Öffnungszeiten die Bedürfnisse der Bahnreisenden, der Hotel-Gäste und der sonstigen Nutzer des «Lakefront Centers» befriedigen.

### ÜBERBAUUNGS-PROJEKT NEU AUFGEGRIFFEN

Vor drei Jahren griffen Ernst Maréchaux und Bodo von Düring mit ihrer Moosmatt Promotion AG das Projekt einer Neubauaufbauung auf dem Areal des ehemaligen Güterbahnhofs wieder auf. Sie erwarben von einer Investorgruppe die Vorarbeiten und Rechte an diesem Vorhaben.

Als Investor konnte das Credit Suisse Asset Management für diesen Bau mit Anlagekosten von rund 100 Mio. Franken gewonnen werden. Die Rüssli Architekten aus Luzern haben mit der SBB den Bebauungsplan entwickelt, der Grundlage für das vorliegende Projekt war.



HIGHLIGHTS UNTER DACHMARKEN

Touristische Highlights wie die Oberengadiner Seen und das Matterhorn werden in Beziehung mit dem Dachmarken-Auftritt des ganzen Kantons gesetzt.



### DACHMARKEN GRAUBÜNDEN UND WALLIS

# «Starke Synergien entstehen»

Die kantonalen Dachmarken Graubündens und des Wallis sollen für integrative Synergien zwischen dem Tourismus und seinen Partnern sorgen. In beiden Kantonen wird an der Optimierung der Strukturen und Prozesse des betreffenden Partner-Marketings gearbeitet.

KARL JOSEF VERDING

Gemäss Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus, besteht «eine grosse Nachfrage auch ausserhalb des Tourismus, die neue Dachmarke «Wallis» benutzen zu dürfen. Zum Teil müssen wir gar Anfragen vorerst zurückweisen, da Produkte oder Unternehmungen die geforderten Bedingungen – noch – nicht erfüllen. Wir haben klare, hohe Qualitätsanforderungen an die Benutzer der Dachmarke». Yvan Aymon, Chef des Partner-Marketings von Wallis Tourismus, wacht darüber, dass sie eingehalten werden. Für die mit dem htr-Milestone preisgekrönte Zertifizierung «Valais Excellence»

müssen die Betriebe ihr Managementsystem gemäss ISO 9001 für Qualität, ISO 14 001 für Umwelt und OHSAS 18 001 für Sicherheit fit machen und halten.

### FOKUS: «ANSPRUCHSVOLLE STADTMENSCHEN»

«Es entstehen starke Synergien», stellt Urs Zenhäusern fest. Die Dachmarke wird heute von den Dachorganisationen der Walliser Wirtschaft – Wallis Tourismus, Walliser Landwirtschaftskammer, Walliser Industrie- und Handelskammer, Staat Wallis, Informationsstelle Wallis – benutzt. Hinzu kommen offizielle Organisationen wie Gemeinden, Schulen, oder grosse Veranstaltungen. Die Dachmarke wird ebenfalls vom öffentlichen Verkehr benutzt, sowie von den Walliser Tourismusdestinationen und touristischen Leistungsträgern. Im Landwirtschaftsbereich wird die Marke sehr stark vom Dachverband für Walliser Weine und dem grössten Weinproduzenten Provins getragen, sowie als Marke für Früchte und Gemüse.

Gemäss Zenhäusern steht die Marke Wallis «für Lebensqualität im ernsthaften, aber auch vergnüglichen und

genügsamen Sinn – mit der Überzeugung, dass in unserer oberflächlichen und gekünstelten Konsumwelt das Echte und Natürliche einen exklusiven Mehrwert darstellt. Die Marke Wallis spreche «insbesondere anspruchsvolle, gut situierte Stadtmenschen mit kulturellem Niveau an».

Welche Probleme gibt es noch für die Dachmarke zu lösen? – Zenhäusern: «Primär gilt es die hohen Anforderungen für die Anwendung der Dachmarke halten zu können, damit die ausgestrahlte Botschaft glaubwürdig bleibt. Gegenwärtig arbeiten wir an der Professionalisierung der Struktur für die Dachmarke. Dieser Prozess sollte noch im Herbst abgeschlossen werden können.»

### «GRAUBÜNDEN-IDENTITÄT SCHAFFT INTEGRATION»

Gieri Spescha, zuständig für die Kommunikation des Vereins Marke «graubünden», hält die Dachmarken des Wallis und Graubündens nur für «bedingt vergleichbar». Valais Excellence sei «eher ein Qualitäts-Label, das interessierte Partner unter Erfüllung gewisser Bedingungen in ihre bestehenden Kommunikationsauftritte

– also ohne Aufgabe ihrer bestehenden kommunikativen Identität – einfügen». Beim Ansatz von Graubünden gehe es «dagegen um einen umfassenden Dachmarken-Ansatz, bei welchem bisherige Einzel-Identitäten und -Auftritte zugunsten der neuen Graubünden-Identität fallengelassen und in die neue Corporate Identity integriert werden».

### BÜNDNER VORBILD FÜR DIE NATIONALE KOORDINATION?

Die Bündner Dachmarke verfolgt gemäss Spescha «nicht primär das Ziel, innerhalb des Tourismus Strukturen oder Auftritte zu ändern, sondern unter einem gesamtwirtschaftlichen Aspekt Kooperationen mit nichttouristischen Partnern zu optimieren und «kommunikative» Synergien besser nutzen zu können». Spescha sieht einen aktuellen, nationalen Bezug: «Was sich zurzeit auf nationaler Ebene zwischen den Image-Organisationen Schweiz Tourismus, Präsenz Schweiz, Seco, Pro Helvetia – betreffend Auftrag des Parlaments, bessere Koordination, einheitlicher Auftritt und so weiter – anbahnt, wurde beim Graubünden-Ansatz schon von Beginn weg erkannt und, natürlich in viel kleinerer und damit auch einfacherer Dimension, umgesetzt.»

Die Palette der Bündner Markenpartner ausserhalb des Tourismus wächst ständig: von der Graubündner Kantonalbank über Nahrungsmittel («Natürlich aus Graubünden»), Rätia Energie (Strom), und den öffentlichen Verkehr bis hin zu Büchern und Holz aus Graubünden, den Museen oder etwa dem kantonalen Sportamt («GraubündenSPORT»). «Qualitäts-Grundsätze sind», so Spescha, «auf Dachebene über Vision, Mission und Kernwerte festgelegt.»

### Win-win-Situation

Das Qualitätssicherungs-System «Valais Excellence», dessen Siegel heute 65 Betriebe und Körperschaften tragen dürfen, wird weiterentwickelt: Es entstehen unter anderem Branchenlösungen für «Events» und «Ausbildung». – «Wir sind in einer Win-win-Situation», stellt Yvan Aymon, Chef des Partner-Marketings und Vizedirektor von Wallis Tourismus fest. «Die Marke profitiert von der Qualitätssicherheit der Betriebe, Produkte und Dienstleistungen, die sie tragen, und diese umgekehrt von der Kraft der Marke.» Mehrere Auslands-Regionen wollen die System-Lizenz; die belgische Region Wallonien hat sie bereits erworben. **KJV**

### «Griffige, übergreifende Regionenmarke»

«Das Internet spielt insofern eine sehr wichtige Rolle, als auf dem Markenportal griffig und plakativ die Idee der übergreifenden Regionenmarke sichtbar wird», betont Gieri Spescha vom Verein Marke «graubünden». – «Vorläufig besteht kein separater Internetauftritt für die Dachmarke. Sie wird jeweils von den Benutzern auf ihren Plattformen integriert», erklärt Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus. – Werden durch die Partnerschaften auch neue finanzielle Mittel für die Dachmarke generiert? «Grundsätzlich stehen der neuen Dachmarke keine zusätzlichen finanziellen Mittel zur Verfügung», stellt Zenhäusern fest. «Die Dachmarke profitiert jedoch

enorm von der Anwendung durch die Benutzer.» Denn: «Wenn die Walliser Landwirtschaft Werbung betreibt, profitieren der Tourismus und die anderen Branchen ebenfalls von deren Auftritt und natürlich umgekehrt.» Spescha hält fest: «Eine direkte Auswirkung auf die Finanzierung von Graubünden Ferien gibt es durch den Regionenmarken-Ansatz nicht. Indirekt insofern, als die allgemeine Markenpflege und Imagewerbung für Graubünden im Gegensatz zu früher nicht mehr – allein – durch die kantonale Tourismusorganisation bewerkstelligt werden muss. Dadurch kann sich Graubünden Ferien ausschliesslich auf die Ferienwerbung konzentrieren.» **KJV**

Reklame

Nie mehr von Hand Zitronen pressen, mit «GENE-FISH» hygienischer die Fische essen. \*Fax: 041 361 04 85, sherton@bluewin.ch

# 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.



## Gewinn verdoppelt

**Starwood Hotels & Resorts.** Das Gesamt-Unternehmen mit seinen Einzelmarken Westin, Sheraton, Four Points by Sheraton, St. Regis, The Luxury Collection und W Hotels hat den Gewinn im dritten Quartal 2004 gegenüber dem Vorjahreszeitraum mehr als verdoppelt. Er beträgt 107 Mio. Dollar (128 Mio. Franken). Starwoods RevPAR (revenue per available room, Umsatz pro verfügbares Zimmer) steigerte sich um 12,3%, wobei die Marke Sheraton – in der Schweiz als Joint-

Venture ArabellaSheraton vertreten – mit 16,1% den Spitzenwert der weltweiten Steigerung erzielte. Die Average Daily Room Rate (ADR, Durchschnittspreis pro Zimmer) Starwoods stieg um 8%. Die Management- und Franchise-Honorare an Starwood im dritten Quartal 2004 stiegen um 18,1%. Der Gesamtumsatz Starwoods für Hotels und Timeshare-Objekte betrug 1,37 Mrd. Dollar (1,64 Mrd. Franken), was einen Zuwachs von 17,6% darstellt. *KJV*

## Das «Oberland» in Bolivien

**La Paz.** Das Berner Oberland ist in Bolivien vertreten: In einem Vorort von La Paz steht das «Hotel Oberland». Namensgeber ist laut «Der Bund» der aus Zweisimmen stammende Ernst Hardegger. Er baute 1991 zusammen mit einem anderen Schweizer das 4-Sterne-Hotel im Chalet-Stil. Seit fünf Jahren gehört das Haus dem Aargauer Walter Schmid. Obwohl er keine enge Beziehung zum Berner Oberland hat, verzichtet er auf einen Namenswechsel. *CK*

## Das Hotel Belvoir ist verkauft

**Scuol.** Die Hotel Belvédère AG hat die Hotel Belvoir AG gekauft. Die neue Besitzerin hat damit auch sämtliche Arbeits- und Lieferantenverträge übernommen. Der Wechsel erfolgt auf den 1. Dezember 2004. Das 1989 gebaute 3-Sterne-Hotel Belvoir liegt im Zentrum von Scuol, verfügt über 77 Betten und einen direkten Zugang zum Erlebnisbad «Bogn Engiadina». In den letzten Jahren lag die Auslastung über 75 Prozent, mit einem hohen Anteil an Stammgästen.

Für Julia und Kurt Baumgartner, die 1999 das Hotel Belvédère erwarben und inzwischen das ganze Haus saniert haben, bedeutet dieser Schritt in erster Linie eine Stärkung der Marktposition und eine Vorwärtsstrategie in einer für den Tourismus schwierigen Zeit, heisst es in einer Pressemitteilung. Mit dem neuen Hotel erweitern sie das 4-Sterne-Haus Belvédère mit 110 Betten um 77 weitere Betten. Baumgartners rechnen sich davon Synergien beim Einkauf, beim Verkauf,

sowie beim Personal- und Rechnungswesen aus.

Durch die im Bau stehende Passerelle zwischen dem «Belvédère» und dem «Bogn Engiadina» haben neu beide Betriebe einen Direktzugang zum Bad, was weitere Optionen eröffnet. Das Hotel Belvoir wird wie bis anhin als 3-Sterne-Hotel mit guter Küche weitergeführt. Für die Belvoir-Stammgäste soll sich nach der Übernahme nichts verändern. *CK*

www.belvoir.ch

### «SWISS BACKPACKERS»

## Das «Q» für alle Mitglieder

Alle Herbergen der «Swiss Backpackers» werden mit Ablauf des Jahres 2004 das Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus tragen. Damit zeigen sie, dass auch günstige Hotels Qualität bieten. Der Verein hat dieses Jahr fünf neue Mitglieder erhalten.

### CHRISTINE KÜNZLER

Bereits heute besitzen 70 Prozent der Betriebe der «Swiss Backpackers» das Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus. In kürzester Zeit werden weitere folgen, so dass der Anteil der Q-zertifizierten Betriebe auf 90 Prozent steigt. Alle Mitglieder haben sich verpflichtet, bis Ende 2004 oder während des ersten Jahres der Mitgliedschaft im Verein der Swiss Backpackers das «Q» der Stufe I (oder höher) zu erlangen, heisst es in einer Pressemitteilung.

Der Entscheid für die Qualitätsstandards der Swiss-Backpackers-Hotels fiel letztes Jahr. Im Februar dieses Jahres dann folgte ein spezieller Qualitätscoachingkurs eigens für den Swiss-Backpackers-Verein. Danach haben, zusätzlich zu den vier bereits ausgezeichneten Betrieben, weitere elf inklusive der Geschäftsstelle des Vereins sich für die Zertifizierung fit gemacht. «Es ist faszinierend, wie sehr die Vorbereitung auf die Zertifizierung einem die Augen öffnet und zu direkt bemerkbaren Verbesserungen im Ablauf und dadurch zu grosserer Kundenzufriedenheit führt», zieht Catherin Quirin vom Sekretariat der «Swiss Backpackers» Bilanz.

### «SWISS BACKPACKERS» WACHSEN WEITER

Fünf neue Mitgliedshäuser sind dieses Jahr zu den «Backpackers» gestossen. Vier wurden im Rahmen der Generalversammlung in Basel offiziell in den Verein aufgenommen: Das «Backpacker Venus» auf der Bettmeralp, das «Swissroof» in Sent/Scuol, die «Hasli Lodge» in Meiringen und die «Downtown Lodge» in Grindelwald ist ab der Wintersaison 04/05 mit dabei. Das «Mol'Express» aus Moleson ist ebenfalls ab der Wintersaison 04/05 mit dabei.

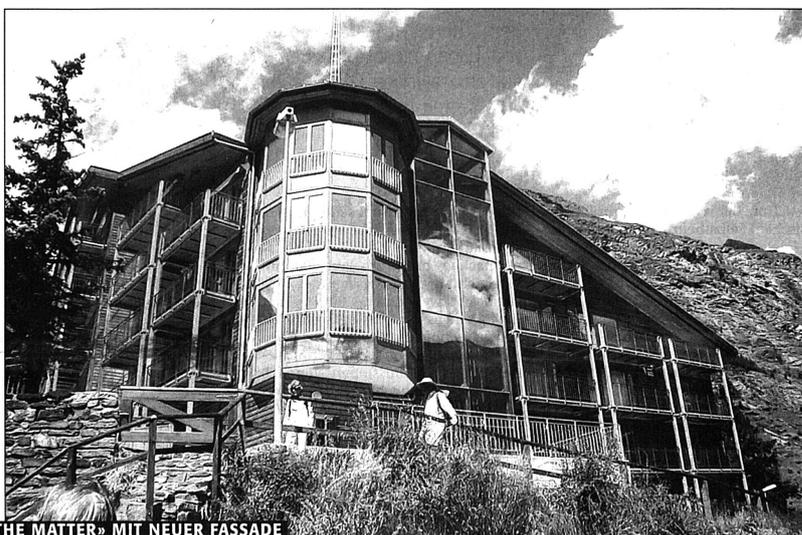
Die «Swiss Backpackers» haben sich zu einem Verein zusammengeschlossen, um gemeinsam einen starken Marktauftritt zu ermöglichen. Als individuell geführte Hostels in der Schweiz bündeln die «Swiss Backpackers» so die Marketinganstrengungen der einzelnen Betriebe. Dabei konzentrieren sie sich auf das Segment der Low-Budget-Touristen, also jener jungen und jung gebliebenen Reisenden, denen Erlebnis und das unkomplizierte Knüpfen von Kontakten wichtig sind.

### ZERMATT

## Aus dem «Into The Hotel» wird ein 4-Sterne-«Bed-and-Breakfast»

Das Zermatter Luxushotel «Into The Hotel», das nur wenige Tage geöffnet war, ist bis auf die Aussenfassade und Trennwände zurückgebaut worden. Entstanden soll jetzt das 4-Sterne-Bed-and-Breakfast-Hotel The Matter. Die Eröffnung ist im Dezember 2005 geplant.

Foto: Christine Künzler



### «THE MATTER» MIT NEUER FASSADE

Die Fassade ist baulich verändert worden, das Innere ausgehöhlt – «The Matter» erinnert nur noch vage an das einstige luxuriöse «Into The Hotel», das rund zwei Wochen nach seiner Eröffnung wieder geschlossen werden musste.

### CHRISTINE KÜNZLER

Die Leidensgeschichte ist lang und hat Zeitungen, ein Buch und Prozessakten gefüllt: Das vom Zermatter Künstler Heinz Jüni als Luxushotel konzipierte «Into The Hotel» wurde am 29. Februar 2002 in Zermatt eröffnet und Tage später wieder geschlossen. Der Grund: happige bauliche Mängel. Die sind inzwischen mit viel Aufwand behoben worden: Das Gebäude ist bis auf die Grundmauern und die Abgrenzungswände ausgehöhlt und die Fassade angepasst worden. Jetzt wird das Gebäude, das wie ein Adlerhorst auf einem Felsen klebt, wieder zum Leben erweckt. Das Haus wird zum 4-Sterne-Bed-and-Breakfast «The Matter».

«Die Vergangenheit ist jetzt bewältigt», sagt der ehemalige «Giardino»-Hotelier Hans C. Leu. Die Besitzer der Immobilie, die Münsinger Unternehmerfamilien Paul und Alexander Schärer, haben ihn als Berater für das neue Konzept engagiert. Als Berater im eigentlichen Sinn will sich Leu jedoch nicht abstemplen lassen. «Wenn interessante Projekte an mich herangetragen werden, helfe ich beim Konzept mit», erklärt er seine Rolle.

Das Appartementhaus, das Schärer aus dem Gebäude des ehemaligen «Into The Hotel» machen wollten, habe man, so Leu, vor allem deshalb fallen gelassen, weil Zermatt das Gesetz über den Zweitwohnungsbau verschärft hat. Wie viel Schärer, Besitzer der Büromöbelwerkstatt USM, in das neue Hotel investieren, soll nicht an die Öffentlichkeit. Rund 25 Mio. Franken dürfte das ehemalige «Into The Hotel» gekostet haben.

### IN DREI JAHREN SCHWARZE ZAHLEN

Für das Hotel The Matter will man sich laut Leu vom Schnickschnack – wie fahrbare Bars und drehbare Betten – des ehemaligen «Into The Hotel» endgültig lösen. «Jetzt können wir neustarten», sagt er. Unterstützt wird er von Martin Emch von der Turicum Hotel Management AG, der als Koordinator dafür verantwortlich ist, dass Leus kreative Ideen umgesetzt werden. Das Team hat in sechs Monaten das Konzept für das neue Hotel entworfen. Weil es ein Hotel sein musste, das 10 Monate im Jahr geöffnet bleibt, hat man sich für die Bed-and-breakfast-Lösung ent-

schieden, fasst Leu zusammen. Serviert werden neben dem Frühstück nur kleine Snacks. «Wir wollen das beste Bed-and-Breakfast-Hotel von Zermatt sein», fügt er an. Und diesmal soll das Hotel für Schärer etwas abwerfen. Leu: «Wir wollen nach den ersten drei Jahren schwarze Zahlen schreiben.» Die Auslastung soll dann im Schnitt der Zermatter Hotels liegen: bei 66 Prozent. Anspresen soll das Haus vor allem internationale Gäste zwischen 30 und 60 Jahre. «Wir gehen davon aus, dass rund die Hälfte deutschsprachige Gäste sein werden».

### GROSSZÜGIGKEIT IST EIN WICHTIGES ELEMENT

Das neue Hotel umfasst 27 Zimmer – davon 16 Suiten –, eine Lounge und Smokers-Lounge sowie einen Wellnessbereich mit Schwimmbad, Saunen, Fitness- und Behandlungsräume. Kosten sollen die Zimmer zwischen 200 und 700 Franken, das «riesige Brunchbuffet» – das bis um 13 Uhr serviert wird – inklusive. Grosszügigkeit, halten Leu und Emch unisono fest, sei ein Hauptelement im Hotel. Nicht nur im Bereich des Frühstückbuffets, auch im Bereich der Zimmer. So ist die Presidential-Suite, die im «Into The Ho-

Foto: Marietta Dedual



### DAS KONZEPT-TEAM

Hans C. Leu ist der kreative Kopf des Planungs-Teams, Martin Emch sorgt als Koordinator für die Umsetzung der Ideen.

Anzeige

www.professionelle-nassreinigung.ch

## Cartoonist in Wellnesshotels



**Weggis.** Der Cartoonist Peter Weggis besucht die Wellnesshotels «Alexander» und «Gerbi» in Weggis. Der Cartoonist aus Deutschland zeigt dabei seine neuesten Arbeiten zum Thema Wellness. Der von seinen Hühner-Cartoons bekannte Zeichner hat mit seinen frechen Hühnern uns Menschen unsere schwachen Seiten aufgezeigt. Mit seinen «Wellness-Cartoons» darf wieder geschmunzelt werden. Die Ausstellung dauert noch bis März 2005. *DST*

## 25 Prozent mehr Logiernächte

**Basel.** In den ersten drei Quartalen 2004 verzeichneten die Basler Hoteliers 607'859 Logiernächte. Das sind über 25 Prozent mehr als in der entsprechenden Vorjahresperiode. Wie die «Basler Zeitung» schreibt, hätten zu diesem guten Ergebnis sowohl inländische als auch ausländische Gäste beigetragen. Basel-Tourismus-Direktor Daniel Egloff führt 40'000 der Mehrübernachtungen vor allem auf die Tutanthamun-Ausstellung zurück. *DST*

## Hotel Muralto schliesst

**Locarno-Muralto.** Der Trend hin zu einer Umnutzung von Hotels in Luxuswohnungen greift auch im Tessin immer stärker um sich. Jüngstes Beispiel: Das 4-Sterne-Hotel Muralto. Aus dem gediegenen Traditionshaus an bester Lage gegenüber vom Bahnhof Locarno sollen dank einer Investition von 15 Millionen Franken 20 Eigentumswohnungen entstehen. Gegen den entsprechenden Bauantrag sind keine Rekurse eingegangen. Die Baubewilligung wird voraussicht-

lich in wenigen Tagen vorliegen.

Die Destination Lago Maggiore verliert mit dem Hotel Muralto ein wichtiges Haus. Und die Hotel-Meile am Seeufer von Muralto dünnt immer stärker aus. Bereits geschlossen hat das «Verbania» in Stockwerkeigentum scheint eine beschlossene Sache, und selbst vom 4-Sterne-Hotel Reber wird bereits gemunkelt, dass es in Luxusapartements umgebaut werden soll. *GL*

### LESERBRIEFE

## Eine Klassifikation für alle Hotels

Zur Kontroverse um die Hotelklassifikation zwischen hotelleriesuisse und Gastrosuisse

Der Gast erwartet eine einheitliche Einstufung des Beherbergungsangebotes, die mindestens in der Schweiz vergleichbar ist. hotelleriesuisse hat vor 25 Jahren auf Verbandsbasis die Hotelklassifikation eingeführt. Nach aufwändigen Abklärungen und nicht ohne anfänglichen internen Widerstand entwickelte der damalige SHV ein modellhaftes System, das von weiteren Ländern (Österreich, Deutschland) mit wenigen Anpassungen übernommen wurde.

Trotz der nicht ganz unproblematischen Selbstbeurteilung durch die Hoteliers hat sich das System weiterentwickelt und durchgesetzt. Schon von Beginn an zeigte sich, dass die Einstufung in Sterne-Kategorien bei den Ein- bis Zwei-Sterne-Betrieben problematischer als in den höheren Stufen, da in der Schweiz vor allem Kleinstbetriebe mit minimalem Personalbestand und beschränkter Infrastruktur vorhanden sind. Im Hinblick auf eine neue Klassifikation könnte Gastrosuisse mit seinem Know-how eingebunden werden und neue tragfähige Kriterien einbringen.

Bekanntlich sind vor allem die grösseren Hotelbetriebe der höheren Stufen in den Ferien- und Stadtregionen Mitglieder von hotelleriesuisse. Die kleineren Betriebe in den übrigen Regionen sind nicht im Hotelier-Verein. Es ist daher aus Gästesicht bedauerlich, dass ein grosser Teil des Beherbergungsangebotes (Anzahl Betriebe) nicht dem Hotelier-Verein angehört und daher nicht mit Sternen klassiert ist.

Die derzeitige Kontroverse zwischen hotelleriesuisse und Gastrosuisse ist sehr bedauerlich. Zwei, wenn möglich unterschiedliche Klassifikationssysteme in der Schweiz sind nicht im Interesse der Gäste. Einmal mehr wird der Öffentlichkeit vor Augen geführt, dass man sich im Schweizer Tourismus nicht einig ist und nicht in der Lage ist, im wichtigen Bereich der Qualitätsabstufung auf nationaler Ebene zu kooperieren.

Es ist zu hoffen, dass die beiden Dachverbände nochmals an den gleichen Tisch sitzen und einen gemeinsamen Weg suchen, allenfalls unter der Federführung des Schweizer Tourismus-Verbandes, der bei der Ferienwohnungs-Klassifikation bereits Erfahrungen gemacht hat.

Alberto Vonaesch,  
Tourismusdirektor Ostschweiz und  
St. Gallen-Bodensee Tourismus

### KURZ UND BÜNDIG

## Graubünden: Weniger Logiernächte im August

Mit rund 625'000 Hotel-Übernachtungen weist Graubünden gegenüber dem Vergleichsmonat des Vorjahres einen Rückgang von 6,4 Prozent auf. *DST*

### ENERGIE-MANAGEMENT

# Mit wenig Aufwand Geld sparen

Der vernünftige Umgang mit Energie ist eine grosse Herausforderung – auch für die Hotellerie. Betriebe, die sich aktiv mit dem Thema auseinandersetzen, haben nicht nur in Bezug auf eine allfällige CO<sub>2</sub>-Abgabe gute Karten in der Hand, sondern sparen ganz einfach Geld.

■ THERES LAGLER

Das Resultat kann sich sehen lassen: Die 51 Hotels, die bei der «Energiespargruppe Berner Oberland Hotels» mitmachen, haben im Jahr 2003 im Vergleich zur Ausgangslage des Projekts vor zwei Jahren 190'000 Liter Heizöl eingespart. Das entspricht einer Reduktion des Heizölbedarfs um 6,8 Prozent und ergibt eine Verminderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen von 470 Tonnen. Diese Angaben sind dem Oktober-Informationsbulletin der «Energiespargruppe Berner Oberland Hotels» zu entnehmen.

Schwieriger gestaltet sich das Stromsparen, wie Lorenz Perincioli, Energiefachmann und Moderator der Gruppe, im Bulletin weiter schreibt. Der Trend des ständig wachsenden Stromverbrauchs sei zwar im vergangenen Jahr erstmals gebrochen worden. Die Einsparung von 170'000 kWh Strom entspreche aber lediglich einer Reduktion von 1,2 Prozent und falle damit noch bescheiden aus. Massnahmen zum Sparen von Strom seien oft anspruchsvoll und erst nach einer gewissen Zeit messbar, hält Perincioli fest. Die 51 Hotels wollen sich deshalb im nächsten Jahr schwergewichtig mit der Effizienzsteigerung des Strombedarfs befassen.

### ENTWICKLUNG DEHNT SICH AUF ROMANDIE AUS

Die Energiespargruppe im Berner Oberland hat Pilotcharakter, da sie

## Zahlen und Fakten

Die Schweizer Hotellerie ist relativ energieintensiv: So hat sie im Jahr 2001 8,4 Prozent des Energieverbrauchs im Dienstleistungssektor (145'946 Terajoule) und 1,4 Prozent des gesamten Energieverbrauchs in der Schweiz (861'780 Terajoule) für sich beansprucht. Das hat eine gemeinsame Studie der Hotelfachschule Lausanne (EHL) und des Instituts für Tourismuswirtschaft in Luzern (ITW) ergeben. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen betragen zwischen 390'000 und 530'000 Tonnen pro Jahr. Auf Branchenebene belaufen sich die jährlichen Kosten für die Energieträger auf fast 300 Mio. Franken. Für den Unterhalt der technischen Anlagen kommen nach Schätzungen noch einmal 200 bis 300 Mio. Franken dazu. *TL*

Foto: Keystone



### WIE VIEL HEIZÖL MUSS ER LIEFERN?

Schon bald weniger: Die Erfahrungen der Energiespargruppen im Bereich Hotellerie zeigen nämlich, dass mit günstigen Sofortmassnahmen wie dem besseren Regulieren der Heizung bis zu 10 Prozent der Energiekosten gespart werden können.

den Anfang machte. Unterdessen sind aber weitere so genannte Benchmarkgruppen entstanden. 16 Hotels aus Zürich und 15 aus Luzern haben sich zu einer Gruppe zusammengeschlossen, im Raum Bern-Solothurn sind es 42 Hotels und in der Waadt 22 Hotels. Um vom Bund anerkannt zu werden, benötigt eine Benchmarkgruppe allerdings 30 Mitglieder. Thomas Stetter von der Energieagentur der Wirtschaft, die die Aktivitäten koordiniert, rechnet damit, dass die Gruppe im Waadtland in rund neun Monaten akkreditiert werden kann. «Wir beginnen jetzt mit den Arbeiten und suchen parallel dazu weitere acht Betriebe», fährt er aus.

Mitmachen in einer Benchmarkgruppe können Hotels, deren jährliche Energiekosten unter 200'000 Franken liegen. Für die grossen Stadthotels mit höheren Energiekosten besteht die Möglichkeit, sich einer so genannten Energiemodellgruppe anzuschliessen. 12 Kongresshotels in Zürich nehmen dieses Angebot wahr. Doch gratis ist es nicht. Der jährliche Mitgliederbeitrag für eine Benchmarkgruppe kostet seit diesem Jahr 700 Franken, derjenige für eine Energiemodellgruppe, die eine intensivere Betreuung beinhaltet, 7'000 Franken.

### HEIZUNG REGULIEREN BRINGT SCHON VIEL

Doch abschrecken sollte dies nicht, betont Thomas Stetter. Zur Begründung zieht er die Resultate der Benchmarkgruppe Bern-Solothurn herbei: «70 Prozent der Hotels haben innerhalb eines Jahres schon mehr Geld eingespart, als der Mitgliederbeitrag kostet.» Jürg Michel, Verantwortlicher für Energiefragen bei hotellerie-

suisse, pflichtet dem bei. «Die Erfahrungen zeigen, dass ein Hotel mit Sofortmassnahmen ohne grosse Investitionen 10 Prozent der Energiekosten einsparen kann.» Ein Betrieb mit einem Umsatz von 2 Mio. Franken erzielt so bereits eine jährliche Einsparung von 6'000 Franken, wenn man davon ausgeht, dass die Energiekosten rund 3 Prozent ausmachen.

### TEST FÜR ENERGIEFITNESS AUF HOTELPOWER.CH

Die freiwillige Mitarbeit in einer Energiespargruppe birgt aber noch einen anderen Vorteil: Sie ist Voraussetzung dafür, dass sich ein Hotel von einer allfälligen CO<sub>2</sub>-Abgabe befreien

lassen kann. Der Bund fasst diese Lenkungsabgabe ins Auge, um die klimapolitischen Ziele im Rahmen des Kyoto-Protokolls zu erreichen (siehe Box). Vom Projekt «Hotelpower», das vom Bundesamt für Energie, der Energieagentur der Wirtschaft und hotelleriesuisse unterstützt wird, können aber schon bald alle Hoteliers – unabhängig von einer Mitgliedschaft – profitieren. Im Verlauf des Novembers wird die Internetplattform [www.hotelpower.ch](http://www.hotelpower.ch) aufgeschaltet. Sie bringt Fallbeispiele und Merkblätter zu Themen wie «Fenster erneuern» oder «gute Beleuchtung». Zudem enthält sie ein Selbstanalyse-Tool, mit dem sich die Energieeffizienz des eigenen Betriebs berechnen lässt.

## CO<sub>2</sub>-Abgabe oder Klimarappen?

Der Bundesrat hat letzte Woche vier Vorschläge in die Vernehmlassung geschickt, wie die klimapolitischen Ziele der Schweiz erreicht werden könnten. Die Schweiz muss laut CO<sub>2</sub>-Gesetz bis 2010 die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zum Jahr 1990 um 10 Prozent senken.

**Variante 1:** Dieser Vorschlag sieht eine CO<sub>2</sub>-Abgabe auf Brenn- und Treibstoffen vor. Die Abgabe für Brenn- und Treibstoffe soll ab dem Jahr 2006 rund 35 Franken pro Tonne CO<sub>2</sub> oder 9 Rappen auf einen Liter Heizöl betragen. Auf Treibstoffen würden ab 2006 15 Rappen pro Liter erhoben, ab 2008 dann 30 Rappen. Die Erträge aus dieser Lenkungsabgabe sollen an die Wirtschaft und via Krankenkasse auch an die Bevölkerung zurückfliessen.

**Variante 2:** Sie gleicht der ersten, verzichtet aber auf die Erhöhung der

Treibstoffabgabe von 15 auf 30 Rappen pro Liter im Jahr 2008.

**Variante 3:** Sie enthält ebenfalls eine CO<sub>2</sub>-Abgabe auf Brennstoffen von 9 Rappen pro Liter. Auf Treibstoffen würde hingegen der von der Erdöl-Vereinigung vorgeschlagene Klimarappen in der Höhe von einem Rappen pro Liter erhoben. Hier würden die Einnahmen zur Förderung von Biotreibstoffen sowie für bauliche Massnahmen an Gebäuden verwendet.

**Variante 4:** Sie verzichtet gänzlich auf eine CO<sub>2</sub>-Abgabe und schlägt stattdessen die Einführung eines Klimarappens von 1,6 Rappen pro Liter Treibstoff vor. Die Einnahmen würden gleich wie bei Variante 3 eingesetzt.

Die Vernehmlassung zu diesen vier Modellen dauert bis am 20. Januar 2005. *TL*



**KOCH-OLYMPIADE** / Alle Schweizer Mannschaften holten sich dieses Jahr Gold und schafften es unter die ersten drei. SEITE 17



**FRITEUSEN** / Die Geräte-Hersteller versuchen, die Fritier-Geräte sicherer, servicefreundlicher und günstiger zu machen. SEITE 19

**Gastronomie  
& Technik**

**hotel+tourismus revue**

**ÖSTERREICHS WIRTE**

## Offensiv gegen ein Rauchverbot

Durch eine freiwillige Selbstverpflichtung der Branche konnte in Österreich ein gesetzliches Rauchverbot vorerst noch abgewendet werden.

**HERIBERT PURTSCHER**

Während in Irland, Norwegen und Schweden ein totales Rauchverbot in Gastronomiebetrieben erlassen wurde, beschreitet man in Österreich einen anderen Weg. Die kürzlich abgeschlossene Vereinbarung zwischen dem Fachverband Gastronomie und dem Gesundheitsministerium sieht vor, dass in Speisebetrieben 40 Prozent der Sitzplätze für Nichtraucher vorgesehen sein müssen. Ausgenommen von dieser Verpflichtung sind Kleinbetriebe, in denen der Gästebereich weniger als 75 m<sup>2</sup> misst.

Für die Umsetzung der Vereinbarung wurde ein Etappenplan erarbeitet. Demnach müssen bis Ende 2004 bereits 30 Prozent der betroffenen Betriebe diese Auflagen erfüllen. Bis Ende 2005 sollen es 60 und bis Ende 2006 schliesslich 90 Prozent sein.

### FALLS ABMACHTUNG NICHT GREIFT, DROHT EIN VERBOT

«Bis 2007 wird beobachtet. Funktionierte das Abkommen nicht, ist eine gesetzliche Verpflichtung denkbar», stellte Österreichs Gesundheitsministerin Maria Rauch-Kallat bei der Präsentation des Stufenplans klar.

Trotz diesem Demoklosschwert im Rücken ist Österreichs Gastro-Branche froh, den Weg der freiwilligen Selbstbeschränkung gehen zu können. Denn die Ministerin scheint ansonsten entschlossen, Österreich zu einer weitgehend «rauchfreien Zone» zu machen. So hat sie erst in dieser Woche weitere scharfe Massnahmen gegen die 2,3 Millionen Raucher angekündigt: In allen überdachten öffentlichen Räumen wird ab 2005 das Rauchen generell verboten sein. Wer sich trotzdem eine Zigarette anzündet, kann von den Sicherheitskräften des Gebäudes verwiesen werden. Geldstrafen wird es – zumindest vorläufig – keine geben. Fehlen in einem Gebäude die Rauchverbotsschilder, wird eine Geldbusse von bis zu 720 Euro fällig.

### KURZ UND BÜNDIG

#### Emmi lanciert auch Käse mit Pflanzenfett

Joghurt mit Pflanzensterinen, das den Cholesterinspiegel positiv beeinflussen soll, kennt man bereits auf dem Markt. Das grösste Schweizer Milchverarbeitungsunternehmen Emmi aus Luzern geht nun noch einen Schritt weiter und hat den Käse «Minicol» lanciert, der ebenfalls positiv auf den Cholesteringehalt im Körper wirken soll. Der Grund dafür liegt im Austausch von Milchfett gegen pflanzliches Fett, das ja kein Cholesterin enthält. In der Schweiz ist der neue Käse noch nicht zugelassen. GSG

FOTOS: ZVG



«GASTRONOMIA», PALAIS DE BEAULIEU, LAUSANNE

10. Auflage der «Gastronomia» in Lausanne: Die Branche trifft sich an der Westschweizer Branchenfachmesse vom kommenden 30. Oktober bis zum 3. November.

### GASTRONOMIA, LAUSANNE

# Festprogramm zum 10. Jubiläum

Anlässlich der 10. Auflage der Lausanner Branchenausstellung Gastronomia möchten die Messeverantwortlichen den Besucherinnen und Besuchern ab Samstag ein besonders festliches Programm bieten unter dem Motto: «Zur 10. Auflage 10 Ereignisse pro Messetag».

**MARTIN J. PETRAS**

«Wir müssen die Fachbesucher zufrieden stellen, die an die Messe kommen, um vor Ort Antworten auf konkrete Fragen zu erhalten», erklärt Stéphane Dépraz, Gastronomia-Projektverantwortlicher, die Bedeutung der Westschweizer Branchenfachmesse, «und genauso müssen wir den Erwartungen unserer Aussteller Rechnung tragen».

Laut Dépraz entspricht die oft diskutierte Durchführung einer einzigen gesamtschweizerischen Branchenmesse nicht den Bedürfnissen des

Marktes: «Anders als noch so vor zehn Jahren reisen immer weniger Deutschschweizer zur Messe nach Lausanne – und auch weniger Westschweizer fahren nach Basel.»

#### ZEHN EREIGNISSE PRO MESSETAG

Bereits zum zehnten Mal werden am kommenden Samstag im «Beaulieu» in Lausanne die Türen der traditionellen Branchenfachmesse öffnen – mit zwei neuen Eingängen für die Besucher. «Gastronomia – International Exhibition for Hotels, Restaurants and Catering»: Der auf englisch geführte Schriftzug im Messelogo unterstreicht die Ambitionen der Messerorganisatoren, sich mit der Jubiläums-Durchführung auch auf dem internationalen Parkett zu etablieren.

So ist es wenig erstaunlich, dass die Verantwortlichen der Gastronomia dieses Jahr ein besonders festliches Jubiläumsprogramm zusammengestellt haben, das die Messebesucherinnen und -besucher unter dem Motto «Zur 10. Auflage 10 Ereignisse pro Messetag» vom 30. Oktober bis 3. November

2004 erwartet. Stärker als zuvor sollen Exklusivitäten und Sonderschauen den inländischen wie auch ausländischen Fachleuten der Hotel-, Restaurant- und Catering-Branche am Ufer des Lac Léman geboten werden.

#### ZWEI NEUE AUSSTELLUNGSBEREICHE

Dazu gehören auch die zwei neuen Ausstellungssektoren: «Monde du Café» findet statt in der Halle 9 mit Sonderschauen, wie zum Beispiel dem Barista-Wettbewerb, Degustationen und von Kaffee-Profis geleiteten Vorführungen. Speziell behandelt wird in der Halle 31 dieses Jahr neu auch das Thema «Wellness – Gesundheit – Wohlbefinden» mit den weiteren Bereichen Bad, Hygiene, Pflege und Pressing.

Die weiteren Ausstellungssektoren teilen sich auf in die Bereiche: Hotel-einrichtungen, Restaurants und Bars mit Dekoration, Mobiliar sowie Tischkunst; Nahrungsmittel und Getränke mit Alkohol sowie Tabak; Küchenaus-rüstungen und Material mit Berufskleidung sowie Wäsche; Informatik

mit E-Business sowie Sicherheit; Berufsverbände und Organisationen, und last but not least Fachschulen, Verlage sowie Fachpresse.

#### SPITZENKÖCHE, WETTBEWERBE, EHRENGÄSTE

«L'Espace convivial» erlaubt den Besucherinnen und Besuchern, bekannte Chefs wie Philippe Chevrier, Didier De Courten, Etienne Krebs, Urs Messerli, Marcel Thürler und Georges Wenger live bei der Arbeit am Herd wie auch beim Anrichten ihrer kulinarischen Kunstwerke zu beobachten – und auch ihre Gäste zu sein. Zu den weiteren Höhepunkten der diesjährigen Gastronomia gehören unter anderem das «Gastropodium», die Creation der «Cuvée Gastronomia 2004», die Überreichung der «Sésames de l'Accueil», die ein Restaurant und ein Hotel für ihren besonderen Kundempfang auszeichnen, und der Konditionen-Wettbewerb, die «Truffe d'Or». Passend zur diesjährigen Jubiläums-Gastronomia haben die Messeorganisatoren die Gründungs-partner hotellerieuisse und Gastro-uisse (Halle 7) als Ehrengäste eingeladen. Siehe auch CF Seite 1



«L'ESPACE CONVIVAL»  
Die Zusammenkunft von bekannten Spitzenköchen (im Bild die Teilnehmer der Gastronomia 2002) gehört an der Gastronomia zur Tradition.

### Gastronomia 2004

10. Gastronomia Lausanne:  
30. Oktober bis 3. November 2004

Öffnungszeiten:  
10.00 bis 18.00 Uhr

Eintrittspreise:  
15 Franken für die Fachbesucher ohne eine Einladung oder 45 Franken für die Besucher ohne eine Einladung

Öffentliche Verkehrsmittel:  
Bus Nr. 3 ab Bahnhofen SBB und LEB oder Bus Nr. 2 ab Stadtzentrum

Zufahrt:  
Autobahnausfahrt Lausanne Nord/  
Ausfahrt Blécherette, Markierung «Beaulieu»

www.salongastronomia.ch

Reklame

...modernste Kassiersysteme mit umfassendem Service für jeden Einsatzort!

selecta III

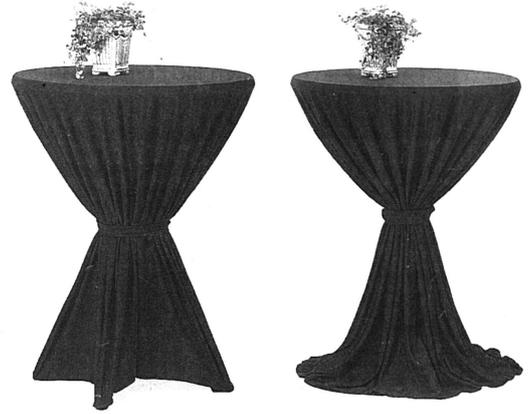
Tel. 062 388 27 51  
Fax 062 388 27 27  
Mail: systeme@ch.selecta.com  
www.ch.selecta.com/systeme

## Hiestand – Frisch aus der Entwicklungs-Backstube



Frisch aus der Entwicklungs-Backstube stehen sie im Rampenlicht der Gastronomie in Lausanne – sieben Herbstneuheiten von Hiestand. Ein kleiner Ausblick: Mit gleich drei neuen Gipfeln startet die Bäckerei Hiestand zur Gipfel-Offensive und unterstreicht damit ihre Kompetenz und Position als Innovator! Knusper-Laugengipfel – erster tiefgekühlter Laugen-Buttergipfel mit Körnerbestreuung. Croissant français – Premium-Qualität mit noch mehr Butter. Frucht-Müesli-Gipfel – fruchtiges Müesli im knusprigen Gipfelmantel. Unwiderstehlich präsentieren sich die neuen Plunder: Bananensplit – die beliebte Kombination erstmals in einem Plundergebäck. Dazu der Winterspezial Magma mit zartschmelzendem Kakao und feuriger Chili. Als Standbesucher profitieren Sie von unseren attraktiven Messeangeboten und den speziellen Gastronomie-Promotionen.

**Hiestand Schweiz AG**  
Ifangstrasse 9  
8952 Schlieren-Zürich  
Telefon 044 738 43 1  
www.hiestand.ch  
info@hiestand.ch  
Gastronomie: Halle 14, Stand 1428



## Wäschekrone – Mit Wohlfühlfaktor

Auf Kundenbedürfnisse prompt und flexibel zu reagieren, wird im Hotel- und Gastgewerbe gross geschrieben. Denn: Wo man sich verstanden fühlt, fühlt man sich auch wohl. Dieses Motto hat sich der Laichinger Profiausstatter schon immer auf die «Wäsche» geschrieben und deshalb drei Neuheiten mit Wohlfühlfaktor ins Programm genommen: elegante Tisch- und Stuhlhussen im praktischen

Standardmass und einen pfiffigen Saunakitt für Sie und Ihn. Alle drei Qualitätsartikel haben eines gemeinsam: Sie verhüllen auf attraktive und kostengünstige Art und Weise. **Wäschekrone Schweiz**  
Via Cantonale  
6576 Gerra Gambaragno  
Info-Hotline 0848 804100  
www.waeschekrone.ch  
Gastronomie: Halle 107, Stand 603

## Kraft Foods – Medaille d'or Grand Cru



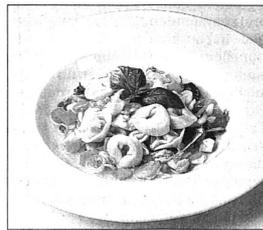
Medaille d'or Grand Cru ist eine exklusive Selektion aus 100% Premium-Arabica-Bohnen und steht für höchsten Kaffee-Genuss. Die Bohnen stammen aus den besten Anbaugebieten der Welt. Der exzellente Andenkaffee aus dem Hochland Kolumbien gibt dem Medaille d'or Grand Cru das reiche, runde und ausgewogene Aroma. Für den vollen Körper ist der exklusive Arabica aus der Cerrado-Region in Brasilien verantwortlich. Die herrlich aromatischen Bohnen aus Kenia vollenden die Spitzenqualität des Grand Cru. Sie besitzen eine elegante Frucht und verleihen dem Medaille d'or Grand Cru den langen, unvergesslichen Abgang. Bezugsquelle: Medaille d'or Grand Cru ist als 1 kg Bohnen-Packung bei Prodega, Spar/TopCC, Howeg und weiteren Cash&Carrys erhältlich. In den kommenden Wochen wird Medaille d'or Grand Cru zu einem attraktiven Probierpreis angeboten.

**Kraft Foods Schweiz AG**  
Telefon 01 387 82 82  
Fax 01 387 82 22  
gch@krafteuropa.com

## Pasta Buitoni – «Italianità, anche per la salute»

Unter diesem Motto produziert Buitoni speziell gefüllte Pasta, welche feine und aromatische Geschmacksvariationen ohne belastende Zutaten kombiniert. Auf blähende Ingredienzien wird bewusst verzichtet. Ebenso sind die Produkte frei von Palmfett, Kokosfett, Schweinefett, Talg und gehärteten Fetten. Dadurch sind sie leicht verdaulich und bekömmlich. Angeboten werden die «Girasoli Broccoli» mit einer leichten Broccoli-Ricotta-Füllung, die «Tortelloni Fiorentina» mit einer aromatischen Ricotta-Spinat-Füllung und seit Oktober die «Tortellini Pollo Pomodoro» mit einer feinen Poulet-Tomaten-Füllung. Serviert mit leichten Saucen ergeben sich bekömmliche, vollwertige Gerichte, die somit zum allgemeinen Wohlbefinden beitragen. Natürlich steht der «gusto vero italiano» wie bei allen Produkten von Buitoni im Vordergrund.

**Nestlé Food Services**  
9404 Rorschach  
Hotline 071 844 85 30

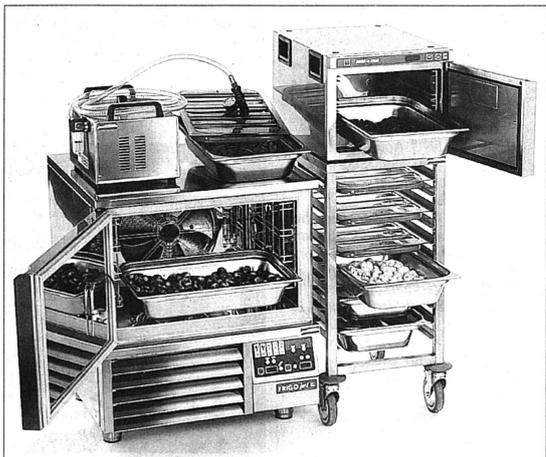


## Hugentobler – Grossküchenapparate

Gastronomie – diese Messe bedeutet ein Stelldichein der schweizerischen Gastroszene. Hugentobler Kochsysteme HG 3000 AG, seit 38 Jahren aktiv im Gastgewerbe tätig, wird dieses Jahr wiederum an der Gastronomie teilnehmen. Sie stellt ihre sensationellen und erfolgreichen Grossküchenapparate vor. Hugentobler wird als offizieller Salvis-Werksvertreter auch dieses Jahr zusammen mit Salvis einen Stand betreiben. Vorgeführt werden sämtliche Salvis-Geräte wie zum Beispiel der Drucksteamer Vitality, der Herd Vision, der Salamander Vitesse und die neue

Kombi-steamerlinie. Weitere Produkte-Highlights sind die neue Friteusen-Linie von FriFri, der Hold-o-mat und Hold-o-mat mit Kerntemperatursteuerung, Freeze'n'go – das neuartige Kochsystem von Hugentobler, der Induktions-Griddle (Aufheizzeit von 0 auf 200 °C in weniger als 4 Minuten).

**Hugentobler AG**  
Kochsysteme HG 3000  
Grubenstrasse 107  
3322 Schönbühl  
www.hugentobler.ch  
info@hugentobler.ch  
Gastronomie: Halle 36, Stand 3608



## Hilcona – Mit kulinarischen Angeboten in den Herbst

Mit einem Mix aus neuen und bewährten Produkten startet die Hilcona AG, Schaan (FL), in den Herbst. Neben den beliebten Agnolotti mit Kürbisfüllung bietet der Marktführer für tiefgekühlte Pasta-Spezialitäten in diesem Jahr zwei neue Saison-Produkte an: Tortelli mit Lauch-Käse-Füllung und Maisgnocchi heissen die beiden Newcomer, die Pasta-Fans typisch herbstliche Gaumenfreunden beschermen. Die tiefgekühlten Pasta-Spezialitäten lassen sich nach Bedarf portionieren und im Handumdrehen im Kochtopf oder im Kombidämpfer zubereiten. Übrigens: Weitere Ideen für tolle Pasta-Gerichte finden sich in einer neuen Rezeptbroschüre, die unter Telefon +423 235 93 11 kostenlos angefordert werden kann.

**Hilcona AG**  
Benderstrasse 21  
FL-9494 Schaan  
Telefon +423 235 93 95  
www.hilcona.com  
hilcona@hilcona.com  
Gastronomie: Halle 14, Stand 1403



**BASEL**

## Drei Könige übernimmt Chez Donati

Die Hotel Drei Könige AG übernimmt ab März 2005 das renommierte «Chez Donati» in Basel. Ein externes Restaurant auch für die Hotelgäste.

**GUDRUN SCHLENCZEK**

«Das ist eine einmalige Gelegenheit», freut sich Rudolph Schiesser. Der Direktor des 5-Sterne-Hotels «Drei Könige» in Basel wird nämlich ab März 2005 noch mit 13 Gault-Millau-Punkten gekrönt «Chez Donati» wirten. Das bekannte italienische Spezialitäten-Restaurant passt nicht nur als konzeptionelle Ergänzung zum hoteleigenen französischen Gourmet-Restaurant, sondern auch aufgrund der räumlichen Nähe. Chez Donati liegt nur wenige hundert Meter vom Hotel entfernt auf der gleichen Rheinuferseite. Gekocht wird aber weiterhin an beiden Orten mit den bestehenden Crews. Rudolph Schiesser übernimmt die gesamte Service- und Küchenbrigade seines Vorgängers Peter Wyss. Im Background will man dafür vernetzen, sowohl die Kassen als auch bei der Mitarbeiterführung. Bezahlen kann der Hotelgast so seine Restaurantrechnung vom «Chez Donati» auch erst im Hotel. «Unser Ziel ist, dass unser Hotelgast bei uns ist», erklärt Schiesser, der in seinem Stadthotel keine Halb- oder Vollpension offeriert.

Für Schiesser ist die Gastronomie zwar ein eigenständiges Profitcenter aber ebenso ein Imagefaktor gegenüber den Geschäftskunden des Hotels. «Wir machen hier eine Mischrechnung.» Nach dem laufenden Hotelumbau wird die Aktiengesellschaft vier Gastroeinheiten zählen: im Hotel das Gourmet-Restaurant, eine Bar, die Brasserie und extern das «Chez Donati» mit 140 Sitzplätzen innen und 30 aussen.

**LESERBRIEF**

## Tiefe Preise bringen mehr Kunden

Rabattsysteme (htr 42/2004, Seite 3)

Wenn die Preise günstiger sind, dann kommen die Kunden auch eher. Und es geht ja immer darum, Kunden anzuziehen. Dass nun ab 2005 die Tageskarten der Schweizerischen Bundesbahnen SBB um 7 Prozent teurer werden, ist weder intelligent noch weitblickend. Erneut werden sich die Autofahrer das nächste Jahr ausrechnen, dass sie eine Tagesfahrt mit vier erwachsenen Personen im Privatauto, bei immer noch zu tiefen Treibstoffpreisen, wesentlich günstiger zu stehen kommt als ein Kauf von vier Tageskarten der SBB für Erwachsene. Der Preis einer Einzel-Tageskarte beträgt neu 56 Franken, aber nur mit Halbtaxabonnament. Auch eine Mini-gruppen-Tageskarte – für 3 bis 5 erwachsene Personen – fehlt im Angebot. Dabei ist der Bund im Rahmen der Kohlendioxid-Reduktion vertraglich dazu verpflichtet, den öffentlichen Verkehr in den kommenden Jahren zu fördern. Stattdessen erfüllen die SBB den vielseitigen Wunsch der treuen Kundschaft nach einer Zweitageskarte immer noch nicht. Von einer Zweitageskarte für rund 70 Franken pro Person könnte auch der Schweizer Tourismus und damit die Hoteliers, Berggasthäuser etc. profitieren. Und ausserdem: Wenn die Gäste mit der Bahn anreisen, dann brauchen sie nicht die Promillegrenze für Autofahrer zu fürchten.

Marcus Stoercklé jun., Basel  
Vorstandsmitglied  
bei «Pro Bahn»

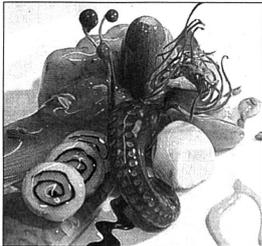
«OLYMPIADE DER KÖCHE» 2004

# Schweizer Köche im Siegeszug

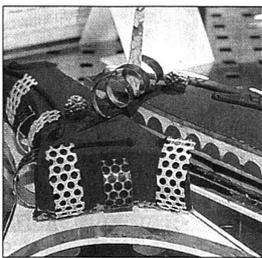
Alle an der IKA 2004 angetretenen Schweizer Kochequipes holten Gold und einen ersten bis dritten Platz. Ein Quantensprung zur Olympiade 2000.

**GUDRUN SCHLENCZEK**

An der «Olympiade der Köche» 2004, wie die weltweit wichtigste Kochkunstausstellung IKA in Erfurt kurz genannt wird, stiegen alle angetretenen Schweizer Kochmannschaften im Vergleich zur letzten IKA im 2000 steil auf der Siegertreppe nach oben. Mit der neuen Nationalmannschaft schaffte es die Schweiz von Platz 5 auf Platz 2. Die Jungnationalmannschaft erreichte den ersten Platz (2000: Platz 7). Den grössten Sprung nach vorne legte die Schweiz bei den Regionalteams hin: Musste man sich an der letzten Olympiade mit dem elften Platz und Silber zufrieden geben (Aargauer Kochgilde), so holte das Culinary Art Team des «Cercle des Chefs de Cuisine de Berne» (CCCB) nun Gold und den Sieg über 54 aus aller Welt angetretene Regionalmannschaften. Kein Team schickte die Schweiz für den Gemeinschaftsverpflegungs- und den Pâtisseries-Wettkampf.

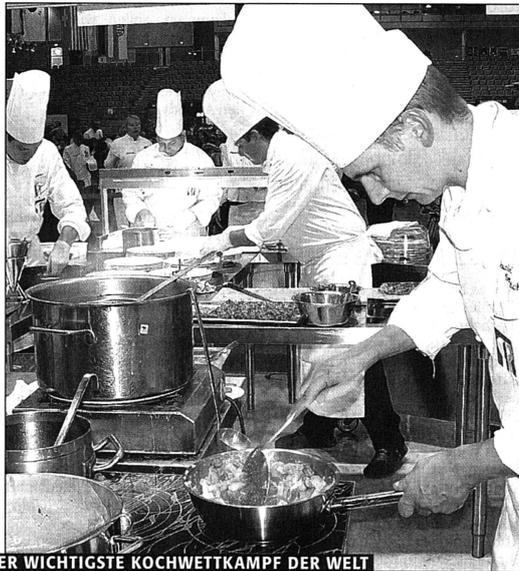


Gekrönt: Gedämpfte Rotbarbe mit gefülltem Sepia und Krake des CCCB.



Die «Eiger-Torte» des CCCB mit weissem Toblerone-Mousse.

Fotos: zvg/expresso



**DER WICHTIGSTE KOCHWETTKAMPF DER WELT**

32 Nationalmannschaften aus aller Welt kochten an der alle vier Jahre stattfindenden Olympiade um die Wette. Im Bild vorne: Der Schweizer Daniel Sennrich.



**DAS BESTE REGIONALTEAM**

Der Cercle des Chefs de Cuisine de Berne CCCB hat sein formuliertes Ziel erreicht, holte Gold und belegte den ersten Platz unter 54 Regionalteams aus aller Welt.



**ERFOLGREICH: SCHWEIZER KOCHNATI**

Die Schweizer Kochnationalmannschaft freut sich über ihre Goldmedaillen und den zweiten Platz. Den ersten belegte das Nationalteam aus Schweden.



**SCHWEIZER NACHWUCHS BESIEGTE ALLE**

Zum ersten Mal dabei und schon an der Spitze: Der Erfolg der Schweizer Jungnationalmannschaft lässt auch in Zukunft mit siegreichen Schweizern rechnen.



**MILITÄRKÖCHE: MANÖVER NACH OBEN**

Die Militärköche können stolz sein: An der letzten IKA schafften es die Schweizer in dieser Disziplin nur auf Platz 11 und diesmal holten sie sich den dritten Rang.

**KURZ UND BÜNDIG**

**Neue Shows am Salon Culinaire Mondial 2005**

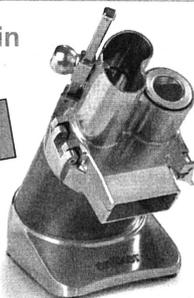
Am Salon Culinaire Mondial 05 an der IGEHO in Basel wird zum ersten Mal in drei Kategorien gekocht: Der Culinary World Masters versammelt die Top-Ten-Nationalmannschaften des Weltbundes der Kochverbände (WACS). Neu dazu kommen der European Culinary Challenge, an dem sich die acht besten europäischen Regionalteams messen, und die Culinary Art Show. GSG

Anzeige

anliker GSM: Amortisiert in nur sechs Monaten!

Besuchen Sie uns an der GASTRONOMIA in Lausanne, vom 30. Okt. bis 3. Nov. 2004.

www.gaufrettes.ch  
Brunner AG, 8302-Kloten



## SYSTEMGASTRONOMIE

# Nordsee: Erlebnis rauf, Preise runter

Nordsee bringt mit einem neuen Promotionskonzept und mit Verkaufspreisreduktionen frischen Wind ins Geschäft. In der Schweiz befindet man sich nach vier Jahren aber noch immer in der Pilotphase. Die Expansionsziele sind verhalten: Mittelfristig 12 Outlets.

■ GUDRUN SCHLENCEZK

Europas Nummer 1 in der Fischgastronomie und fünfgrößte Gastro-Unternehmung in Deutschland mit einem Gesamtumsatz von 345 Mio. Euro hat sich ein Facelifting verpasst: Die heute 421 Stores der Nordsee GmbH aus Bremerhaven in Deutschland (369), Österreich (50), der Schweiz (4) und der Slowakei (1) wurden zeitgleich einem neuen Promotionskonzept unterzogen. Neunmal im Jahr sollen die Nordsee-Outlets ihr Gesicht respektive ihre Farbwelt verändern. Während man sich bei den früheren Aktionen auf bestimmte neue Werbemittel beschränkte, kommunizieren die Outlets in Zukunft immer rund alle sieben Wochen lang eine neue Farbwelt mittels grossformatiger Bilder, die jeweils ausgewechselt werden.

Es reiht sich also das ganze Jahr Aktionswelt an Aktionswelt. Die erste seit diesem Monat ist cayennerot und steht unter dem Motto «Scharf auf

Fisch». Die Aktionen, die am besten ankommen, sollen wiederholt und durch neue ergänzt werden. Passend stehen Spezialgerichte auf der Karte, für das Restaurant zwei und den Take-away eines. Neue Foodbilder sollen den Appetit anregen.

## «WIR ERWARTEN EIN FREQUENZPLUS VON 5%»

Begleitet ist das Facelifting von einer Preisreduktion. In Deutschland senkt man verschiedene Produkte unter die Schallgrenze von 5 Euro. Der Klassiker Alaska-Seelachs kostet statt 5,25 Euro neu 4,95 Euro. In der Schweiz wurden die Preise bei rund fünf Produkten, vor allem bei gewissen Salatprodukten, leicht gesenkt, wie bei Salat mit Crevetten, gemischtem Salat aber auch Fischprodukten wie Kabeljaurückenfilet. Im Durchschnitt liegt die Preisreduktion in der Schweiz bei diesen Produkten bei 5 Prozent. «Wir erwarten durch diesen Wechsel eine Frequenzerhöhung von 5 Prozent», so die für die Medienarbeit von Nordsee zuständige Ines Uhlig aus Hamburg.

Warum man in der Schweiz besonders bei den Salaten die Preisschraube nach unten gedreht hat, erklärt Thomas Keller vom Management der Schweizer Franchisenehmerin Candrian Catering AG: «So isst der Gast vielleicht eher noch einen Salat zusätzlich.» Keller stellt jedoch klar: «Wir machen nicht auf Preiskampf.» Die Kosten für die wechselnden Gestaltungen

FOTOS: ZYG



## FISCH-SYSTEMER AUF KUNDENFANG

Nordsee, Europas Nummer 1 in der Fischgastronomie, erhofft sich – dank neuer Promotionswelt und gesenkten Preisen –, dass noch mehr Kunden abbeissen.

tragen die insgesamt 14 Nordsee-Franchisenehmer selbst.

In der Schweiz hat die Candrian Catering AG aus Zürich zwar keinen Master-Franchisevertrag für die

Schweiz, kann aber effektiv wie mit einem solchen agieren. «Falls ein anderer Franchisenehmer in der Schweiz sich für einen Standort interessiert, muss er erst bei uns anknöpfen, ob wir

nicht selbst an diesem Interesse hätten», erklärt Thomas Keller die Vertragskonditionen.

## RETURN-ON-INVESTMENT IN 5 BIS 10 JAHREN

Mit vier Standorten innerhalb von vier Jahren hat die Candrian Catering AG vorsichtig mit dem Nordsee-Konzept expandiert. Aber auch für die Zukunft tönen die Ausbaupläne nicht überraschend: 12 Standorte stellen sich Franchisenehmer und -geber mittelfristig für die Schweiz vor. Keller: «Ob das in fünf oder 10 Jahren sein wird, ist offen.» Dann erwartet man sich bei der Candrian Catering AG auch den entsprechenden Return-on-Investment. «Im Augenblick befinden wir uns noch in der Aufbauarbeit.»

Dass es neben Nordsee keinen anderen solchen Fisch-Systemer gibt, ist für Keller nachvollziehbar: «Fisch ist ein sehr heikles Produkt. Die Produktion und das Handling von Fisch-Convenience ist weit komplizierter als bei üblichen Fleischarten.» Bezogen werden die Fischprodukte von den Nordsee-Lieferanten von Deutschland bis Asien. Besonders hoch ist der Conveniencegrad in den Modulen «Restaurant» und «Snack» (Take-away). Beim «Meeresbuffet» kommt frischer und geräucherter Fisch zum Zuge, es braucht eine Küche vor Ort sowie Sitzplätze. Neuer operativer Manager bei Candrian für Nordsee in der Schweiz ist seit Juni Uwe Albrecht, der Steffen Strössenreuther ablöste.

## PUBLI-REPORTAGE

# Das Cafitesse Kaffeesystem lässt keine Wünsche offen

Gastronomie:  
Halle 28, Stand 2806

*Aromatischer, frisch gebrühter Kaffee ist überall ein Muntermacher: am Frühstückstisch, im Speiserestaurant, in der Lobby, auf Terrassen und in Gartenwirtschaften – an Seminaren und Banketten wie an Tagungen und festlichen Anlässen. Dank Cafitesse werden tausend Gäste genau so gut bedient wie der Individualgast. In Spitätern und Heimen ist dieses Kaffeesystem auch sehr erfolgreich, weil es ganz besonders für die dezentrale Kaffeezubereitung die ideale Lösung ist.*

**C**afitesse ist mehr als einfach Kaffee: Dabei handelt es sich um ein umfassendes Kaffeeversorgungs-system, das Anwender wie Kaffeeconsumenten rund um den Erdball begeistert. Entwickelt hat es die 1753 gegründete, holländische Firma Douwe Egberts in Utrecht – der grösste und erfahrenste Kaffeeröster Europas. Von Café und Vitesse abgeleitet, weist der Name Cafitesse auf die schnelle Zubereitung hin: Eine Tasse ist in nur vier bis sechs Sekunden mit Kaffee gefüllt. Und dies mit einem krönenden Schäumchen!

### ERSTKLASSIGER KAFFEE

Douwe Egberts stellt aus reinem Bohnenkaffee ein hervorragendes Convenience-Produkt für den professionellen Einsatz her. Kaffeebohnen aus den besten Provenienzen werden geröstet und gemahlen. In einem speziellen Brühprozess entsteht mit viel Kaffee und wenig Wasser ein Konzentrat, das zwanzigmal stärker ist als gewöhnlicher Kaffee. Dieser Kaffeeextrakt wird rasch abgekühlt, luftdicht

verpackt und tiefgefroren. In den Kaffeemaschinen von Cafitesse entsteht sodann ein den höchsten Ansprüchen genügender, frischer Kaffee in beliebiger Stärke von stets gleichbleibend guter Qualität. Das Sortiment enthält drei Mischungen – mehrheitlich aus reinen Arabicas – worunter eine coffeinfreie.

### DIE MASCHINEN

Die Cafitesse-Maschinen sind rund um die Uhr betriebsbereit. Sie zeichnen sich durch ihr schönes Design aus und beanspruchen wenig Platz. Sie sind leicht zu bedienen und zu reinigen. Der Kaffee lässt sich in jeder gewünschten Menge für Tassen, Kannen oder Krüge stufenlos portionieren. Alle Maschinen verfügen über eine Heisswasser-Ausgabe. Das absolut hygienische Cafitesse-System gibt es weltweit bereits seit fast 50 Jahren.

### REPA AG, SEON

1982 hat Repa AG die Cafitesse-Alleinvertretung für die Schweiz und



Das Cafitesse-System ist ein Vergnügen: Für den Betrieb, das Personal wie für die Gäste.

das Fürstentum Liechtenstein übernommen. Sie wurde 1959 gegründet und befasst sich bereits seit 1965 mit der Installation und dem Service von

Getränke-Ausschankanlagen. Erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter analysieren bei der Kundschaft die individuelle Ist-Situation, erstellen

Wirtschaftlichkeitsberechnungen für den Geräte- und Produktbedarf und entwickeln die jeweils optimale Lösung. Repa AG garantiert einen jederzeit professionellen Service.

### KAUFEN ODER LEIHEN

Repa AG lässt ihren Kunden die Wahl zwischen zwei Verrechnungssystemen. Wer Cafitesse-Maschinen erwirbt, profitiert von einem niedrigeren Kaffeepreis. Serviceleistungen und Reparaturen werden verrechnet. Die andere Möglichkeit: Repa AG stellt die Kaffeemaschinen zur Verfügung. Ein Mindestbezug wird vereinbart. Serviceleistungen und Reparaturen werden nicht verrechnet. Der Kaffee kostet in diesem Fall etwas mehr. Bei beiden Versionen ist das Preisangebot (auch unter Berücksichtigung des geringen Betriebsaufwandes) günstig.

### Vorteile des Cafitesse-Systems:

- Stets frische Kaffeezubereitung in Sekunden
- Keine Verluste an Kaffee und Aroma
- Hohe Leistung, einfachste Bedienung
- Wenig Reinigungsaufwand, HCCP-Standard
- Maschine(n) leihweise (verbrauchsabhängig)
- Fixe Kosten, perfekte Kontrolle

## Lehrgang «Fleisch»

Basel. Fleischproduzent Bell hat in Zusammenarbeit mit Werner Wirth, Metzzermeister und Autor des Buches «Intelligente Küche – mehr Genuss, Sicherheit und Freude mit Fleisch» sowie mit dem Küchengerätehersteller Salvis AG den interaktiven Lehrgang «Fleisch – von Profis für Profis» entwickelt. Das Lehrmittel besteht aus sieben Lektionen samt Arbeitsblättern zum Thema Fleisch, unterteilt in die Bereiche «Fleisch und Genuss», «Fleisch-Qualität»,

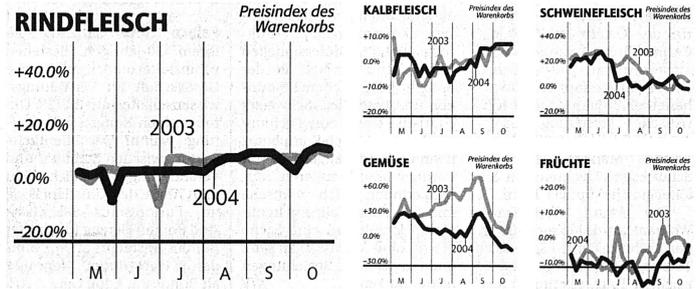
«Einkauf und Lagerung», «Hygiene – was heisst das beim Fleisch?», «Fleisch-Behandlung», «Fleisch-Zubereitung» und «Tipps zu den einzelnen Fleischarten». Die einzelnen Bereiche werden in Text, Bildern und Filmsequenzen in anschaulicher Weise erklärt. Praxisnahe Erklärungen sowie Darlegung der Hintergründe runden den Lehrgang ab. *MJP*

CD, Buch und Arbeitsblätter: 60 Franken. Infos: Bell AG, Support Geschäftsbereich Handel, Postfach, 4002 Basel

## Branchenmesse: ZGM 2005

Zürich. Bereits zum siebten Mal wird die Zürcher Fachmesse für das Gastgewerbe, die Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung (ZGM) vom 20. bis 23. Februar 2005 in den Hallen Event 550 auf dem ABB-Areal beim Bahnhof Zürich-Oerlikon durchgeführt. Bei ihrer letzten Austragung im Jahr 2003 präsentierten sich an der Zürcher Gastronomiemesse rund 130 Branchenaussteller und registriert wurden an die 10000 Fachbesucher. *MJP*

## PRODINDEX 25. 10. BIS 30. 10. 2004 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



## FRIERIEN

### Fritiertes aus dem Vakuum

Die Convenience-Industrie wie auch die Gastronomie suchen nach dem Geheimnis der perfekten Friture. Aber auch Hochschulen forschen daran.

GUIDO BÖHLER

Sogar Spitzenköche zerbrechen sich den Kopf über Verbesserungen beim Fritieren, hat kürzlich «Facts» berichtet: Der mit 3 Michelin-Sternen dekorierte britische Koch Heston Blumenthal erfand eine Methode für die «besten Fritten der Welt», doch sie ist für die Praxis viel zu kompliziert: Zuerst werden die Kartoffelstäbchen im Wasser vorgegart, in einem Vakuumapparat angetrocknet, dann bei 140 Grad in Öl frittiert und erneut getrocknet. In einer Kurzfritüre bei 180 Grad erhalten sie den letzten Schliff. «Aber auf diese Weise können wir nur vier Portionen aus Mal herstellen», so Blumenthal.

### DER FRIERPROZESS WIRD ERFORSCHT

Das Antrocknen der Oberfläche verbessert die Krustenbildung. Vakuum ist dazu nicht unbedingt nötig, verstärkt aber den Effekt, ohne dass die Pommes bräunen. Die ETH Zürich erforscht seit Jahren den Frierprozess, und neuerdings auch die Hochschule Wädenswil. Diese offeriert nun «Bromatik»-Kurse für Köche zu solchen Themen der Küchenphysik und -chemie (Veranstalter: Kochverband, Hotel & Gastro, Luzern).

### DAMPF VERHINDERT EINDRINGEN VON ÖL

Was beim Fritieren geschieht, ist an Hochschulen ziemlich gut bekannt: Im Fritiergut verdampft das Wasser an der Oberfläche und wird aus dem Innern des Lebensmittels nachgeliefert. Dieses wird nicht heisser als 100 Grad solange Wasser verdampft. Der Dampf verhindert anfänglich das Eindringen von Öl, da das Lebensmittel unter Überdruck steht. Aber dieser verliert mit der Zeit Kraft: Je mehr das Fritiergut an Wasser verarmt, desto schwächer wird er. Das Fett berührt nun das Lebensmittel direkt und trocknet die Oberfläche rascher aus als das Innere: die Oberfläche wird knusprig. Die 100-Grad-Front dringt nun langsam ins Innere vor. In die freigewordenen Hohlräume dringt Öl ein, und die Temperatur der Fritiergut-Oberfläche steigt auf über 100°C: Dort entsteht die Bräunung (Maillardreaktion genannt), aber auch unerwünschtes Acrylamid. Bei zu tiefer Fritiertemperatur oder bei zu grosser Fritiergut-Menge wird der Dampfdruck zu schwach: Viel Öl dringt ein, und das Produkt wird gummig. Längere Verweildauer und höhere Temperaturen hingegen beschleunigen nicht die Garung, sondern nur den Fettverderb. Das meiste Fett dringt erst nach dem Korbheben ein: Abtropfen in der Warmhalte-Zone ist daher sinnvoll.

## KÜCHENTECHNIK: FRIERIEN

# Trend zur Perfektionierung bei den modernen Fritier-Geräten

Die Fritier-Geräte haben in den letzten Jahren einen regelrechten Innovationsschub erlebt: Von der Programmierung bis zur eingebauten Ölkontrolle ist heute alles zu haben. Auch im Combisteamer kann man Fritiergut ausbacken, aber wie gut wird es?

GUIDO BÖHLER

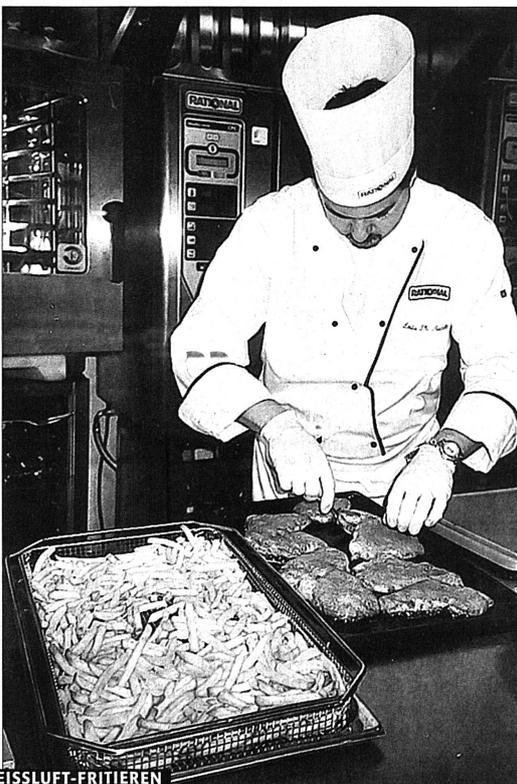
In der Entwicklungs-Pipeline der Friteusen-Konstrukteure scheinen keine bahnbrechenden Erfindungen mehr zu stecken. Die Konstrukteure versuchen daher, die Geräte sicherer, servicefreundlicher und günstiger zu machen. Bewährt hat sich die Computersteuerung, welche «frifri aro SA» vor fünf Jahren lanciert hat: Sie passt Heizleistung und Backzeit der Fritiergutmenge an. «Unabhängig von der Menge entsteht eine konstante Qualität», bestätigte kürzlich die Hotelfachschule Belvoirpark.

### VEREINFACHTE REINIGUNG DANK FUGENLOSEM BECKEN

Nützlich ist auch die dreiminütige Ölfiltration, welche die Öl-Lebensdauer stark verlängert. «Hugentobler Kochsysteme AG» verkauft gemäss Angaben von Marketingleiter Daniel Haldimann 85 Prozent der Friteusen mit diesem Filter-System.

Nun führt «frifri» eine neue Friteusengeneration ein mit mehreren Verbesserungen: Das fugenlose Becken vereinfacht die Reinigung, der

Foto: Guido Böhler



HEISSLUFT-FRIERIEN

Einer der Hauptvorteile des Fritierens mit Heissluft liegt in der hohen Stundenleistung und in der Öl-Einsparung.

### Heissluft-Fritieren ist eher «Rösten»

Man kann Pommes frites im Öl vorfritieren und in heisser Luft fertig backen. Die Qualität liegt dann zwischen herkömmlichen Ofenfrites und Friteusen-Frites, aber der Backprozess ist eine Gratwanderung zwischen «weich» und «angebrannt». Im Ofen sollte die Temperatur maximal 190 Grad betragen, und die Pommes dürfen nicht braun werden, sonst steigt der Acrylamid-Gehalt rasant an. Die Bräunung ist bei Heissluft-Frites weniger gleichmässig, und im Mundgefühl sind sie trockener. Ihr Fettgehalt beträgt nur 6 Prozent verglichen mit 12 Prozent bei ölfrittierten. «Fettfrei» sind sie keineswegs, da sie Vorfritier-Öl enthalten. Auf diese Weise hergestellte Frites sollte man weder «Pommes» noch «frittiert» nennen, um keine falschen Erwartungen zu wecken. «Röstkartoffel» ist treffender. *GB*

neue Heizungshalter ist servicefreundlicher und die Steuerung mit 24 Volt macht das Gerät betriebssicherer. Hinzu kommt ein neuer elektronischer Sicherheitsthermostat mit einer Genauigkeit von +/- 1°C. Er steckt gut geschützt in einer robusten Stahlhülse. «Gastrofrit» nennt ihre programmierbare Friteuse «acrylamid-hemmend». Allerdings gab es dieses Modell schon vor der Acrylamid-Entdeckung. Die Programme erlauben wie bei «frifri» eine automatische Qualitätskonstanz unabhängig von der Fritiergut-Menge.

Dabei erkennt ein Regler die Endphase des Fritiervorgangs an der Abflachung der Temperaturkurve und beendet den Prozess mit der Korbhebe-Automatik. Gemäss Verkaufsleiter Roger Hohl kann man knusprige Pommes mit einem Acrylamidgehalt von nur 100 Mikrogramm pro Kilo frittieren. Dies entspricht der Empfehlung der Hotelfachschule Belvoirpark und dem kantonalen Labor Zürich (www.klzh.ch, www.belvoirpark.ch). Allerdings kann und soll man auch

Auch der Combisteamer kann ein Fritiergut ausbacken, jedoch nur vorfritiertes. Seit drei Jahren bietet «Rational» GN-Fritier-Körbe an. Ein 1/1-GN-Korb fasst drei Kilo. Der Backprozess dauert zwar zwölf Minuten, aber der Steamer kann voll beladen werden. Bei sechs Einschüben zu 1,5 kg und vier Chargen pro Stunde resultiert eine Leistung von 36 kg/h. Dagegen erreicht eine Friteuse mit zehn Litern Öl nur rund 25 Kilogramm pro Stunde.

Aber wie steht es mit der Produktqualität? «Je länger man das Fritiergut backt, desto knuspriger wird es», erklärt Max Giacomuzzi, Geschäftsleiter von Rational. «Besonders gut werden die stärker vorfritierten Ofenfrites, weil sie mehr Ölgeschmack besitzen, sowie die Ummantelten.» Solche mit Stärke «gecoateten» Frites bieten Kadi sowie Frigemo an.

### HEISSLUFT-FRIERIEN IST NICHT ÜBERALL EIN THEMA

Den Hauptvorteil des Heissluft-Fritierens sieht Giacomuzzi in der hohen Stundenleistung und den Öl-Einsparungen. Am häufigsten verwendet man die Fritierkörbe für Frites, Potato Wedges und Frühlingsrollen, auch bei Banketten oder nach Feierabend: «Ein Restaurant kann noch spät abends Schnitzel & Pommes anbieten», so Giacomuzzi.

Die Fritierkorb-Verkäufe von Rational liegen stetig zu, aber nicht bei allen Küchentechnik-Anbietern ist Heissluft-Fritieren ein Thema. «Hugentobler erhielt nie eine Anfrage», stellt Haldimann fest. Der Grund liege nicht nur bei der unterschiedlichen Fritesqualität, sondern sei auch organisatorisch bedingt. «Während der Servicezeit ist der Combisteamer zum Regenerieren reserviert und auf 130 Grad eingestellt», so Haldimann. «Der Wechsel auf 200 Grad und zurück kostet Zeit und Energie.»

Friteusen anderer Anbieter auf 170°C einstellen und so hohe Acrylamidwerte vermeiden.

## Heissluft-«Fritieren» in der Praxis

Vor allem die GV wendet Heissluft-Fritieren an. Dazu die Erfahrung in der Küche des Merian-Iselin-Spitals in Basel: Der Backgrad kommt gleichmässiger heraus, wenn man weniger einfüllt. Und die Produkte werden relativ knusprig, wenn man sie genügend heiss und lange backt. SV Schweiz machte eine Umfrage bei Ihren Betrieben.

Für «à la carte» verzichtet die Restauration der Messe Zürich auf Heissluft-Fritieren, weil die Combisteamer während des Services keine Kapazität haben. Bei Events wird es hingegen eingesetzt. Produkte: Potato-Wedges, Chili Poppers, Meatballs, panierte Vegi-Schnitzel, Cordon-bleu und Frühlingsrollen. Sie werden in der Friteuse blan-

chiert und anschliessend in Heissluft gefertigt. Die Vorteile: schneller, günstiger und gesünder (weniger Öl).

Das Personalrestaurant der Karl Steiner AG verwendet Heissluft-Fritieren teilweise für panierte Gemüseschnitzel, Röstigalletten, Frühlingsrollen, vorgebackene panierte Truten-schnitzel und Pommes Duchesse. Die Vorteile: rationaler und weniger Öl-Verbrauch. Geschmacklich bestehe kein nennenswerter Unterschied, aber das Aussehen der Produkte sei nicht optimal. Das Personalrestaurant Keymile AG gibt Tipps: angetaute Produkte wie panierte Dorschfilets oder «Panade»-BAER-Käse in Heissluft mit Dampf backen: Sie werden knusprig wie aus der Friteuse. *GB*

## «Top Travel Woman»

**Carmen Breuss.** Die Direktorin der Österreich Werbung, Carmen Breuss, wurde als «Top Travel Woman 2004» geehrt. Die 44-jährige Touristiklerin arbeitet seit 24 Jahren für die touristische Vertretung Österreichs in Zürich, seit 2001 ist sie Region Manager für die Schweiz und Liechtenstein. Sie leitet ein vierköpfiges Team.

Der Award «Top Travel Woman» wurde letztes Jahr von der Fachzeitschrift «Schweizer Touristik» ins Leben gerufen. Er zeichnet Touristikerinnen aus,

die sich durch beruflichen Einsatz, Fachkompetenz, Führungsqualität, professionellen Auftritt und Einfluss in der Branche hervorheben. Leserinnen und Leser der «Schweizer Touristik» sowie eine Fachjury wählen aus. – «Sich Kompetenz nehmen und rangehen», rät Carmen Breuss anderen Touristikerinnen. «Ich wünsche mir, dass Frauen allgemein mit mehr Herzblut an eine Sache gehen, ohne verbissen zu sein, und dass sie ihre Beziehungen besser nutzen.» *KJV*

## Kongress und Kunst

**Palace Hotel Luzern.** Zu ihrem 20-jährigen Bestehen veranstaltet die Schweizerische Gesellschaft für Verwaltungswissenschaften am 28./29. Oktober einen Kongress «Verwaltung: wohin? Der öffentliche Sektor zwischen Stabilität und Veränderung.» Zugleich sieht man Werke des Künstlers Dave im «Fusionismus»-Stil. Gäste sind Roman Herzog (deutscher Bundespräsident a. D.), Bundesrat Hans-Rudolf Merz und alt Bundesrat Adolf Ogi. *KJV*

## Acht «Wein-Oscars»

**Bern.** Anlässlich des Finales von der Schweizer Weinbranche und dem Weinmagazin «Vinum» organisierten ersten «Grand Prix du Vin Suisse» wurden letzte Woche im Stadttheater Bern in acht Kategorien die «Oscars» für den Schweizer Wein vergeben. «Coupe Chaselas»: Jean-René Germanier SA, Vétroz – Fendant Balavaud Grand Cru 2003; «Reinsortige trockene Weissweine traditionell»: Les Fils Maye SA, Riddes – Franc Tireur Pâlen Traminier 2003; «Reinsortige trockene

Weissweine Barrique»: Domaine Cornulus, Savèze – Pâlen Cœur du Clos 2002; «Süssweine»: D. & A. Mercier, Sierre – Ermitage 2001; «Pinot Noir»: Caveau de Salquenen, Salgesch – Grand Maître 2002; «Reinsortige Rotweine traditionell»: Serge Roh, Vétroz – Cornalin de Vétroz 2003; «Reinsortige Rotweine Barrique»: Tenuta Vitivincicola Trapletti, Colderio – Cudrè Merlot 2000; «Assemblagen»: Cantina Monti, Cademario – Malcantone Rosso dei Ronchi 2002. *MJP*

## ZITAT DER WOCHE

**«Die Hoteliers haben die schwierigste Aufgabe, sie haben den Gast 24 Stunden täglich um sich.»**

Tourismusprofessor Hansruedi Müller zum Thema Destinationsmanagement am Seminar der Tourismusmanager in Weggis.

## PEOPLE

**Christopher Cox** (33) ist neuer Verkaufs- und Marketingdirektor des Badrutts Palace Hotels. Mit **Rahel Bigger-Morf** (44) als PR & Marketing Manager komplettierte Cox sein Team. Als Director of Sales für die Märkte Deutschland, Grossbritannien, Belgien und Skandinavien ergänzt **Illu Tirasci** (30) das Sales Team um Christopher Cox. Sales Manager für die Schweiz, Frankreich und Spanien ist **Gabriele Frei** (30). Als Sales & Marketing Executive holte sich Christopher Cox die bisherige Event Managerin des Hauses, **Simone Raffener** (25) ins Boot. *DST*

Seit Ende September haben **Armin** und **Sabine Röttele** wieder eine neue Aufgabe. Der ehemalige Küchenchef des Hotels Giardino in Ascona führt neu zusammen mit seiner Frau das «Restaurant im Schloss Neuweier» im deutschen Baden-Baden. Der Betrieb liegt innerhalb eines renommierten Weinguts und wurde für eine siebenstelligen Eurosumme frisch renoviert. Röttele ist so wieder zurück in seiner badischen Heimat. Man darf auf seine im «Giardino» mit 17 Gault-Millau-Punkten bewertete Küche gespannt sein. Nach dem Verlassen des Giardino im 2002 nahm sich Röttele aus privaten Gründen ein Jahr Auszeit. *GSG*

Die Leiterin der BLS-Schiffahrt, **Christine Sustréanu-Dreier**, hat auf Ende Jahr gekündigt. Sie übernimmt ab Anfang 2005 die Geschäftsleitung einer internationalen Reederei in Basel. Sustréanu übernahm die Leitung der BLS-Schiffahrt am 1. August 2003. Zuvor war sie Geschäftsführerin einer Reederei mit Sitz in Basel, wohin sie nun aus beruflichen wie privaten Gründen zurückkehrt. Die Leitungsstelle für die BLS-Schiffahrt soll in den kommenden Tagen wieder ausgeschrieben werden. *sda/GSG*

**Leo Jeker** wurde von der Generalversammlung zum interimistischen Präsidenten der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden ITG gewählt. Er ersetzt **Hansjörg Trachsel**, welcher als Regierungsrat gewählt wurde und Nachfolger des Volkswirtschaftsdirektors **Klaus Huber** wird. *DST*

**Susanne Weiss** (41) zeichnet als Global Director of Sales für insgesamt 36 Rezidor-SAS-Hotels in Deutschland, der Schweiz, in Russland und den Baltischen Staaten verantwortlich. Zuvor war sie bei der Hotelgruppe Accor Dorint Smard GmbH in München als Director Corporate Sales tätig. *DST*

## SERVICE-SHIP AWARD 2004

# Railbar-Steward prämiert



**AWARD 2004 GEHT AN ELVETINO-MANN**  
Jörg Hilber von der Vereinigung Service-Ship übergab anlässlich der Tagung auf dem Vierwaldstättersee dem Railbar-Steward Kwasi Nyankson den Award 2004.

Die Vereinigung «Service-Ship» hat sich der guten Dienstleistung verschrieben. Jährlich wird deshalb ein Service-Award verliehen.

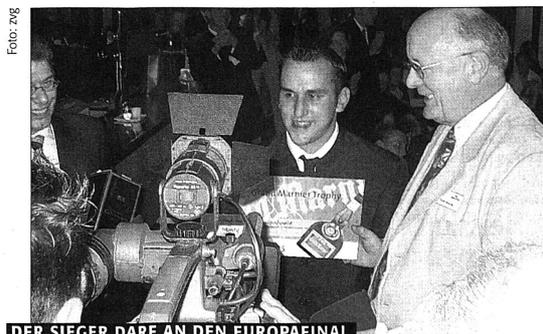
Letzte Woche veranstaltete die Vereinigung «Service-Ship» die dritte «Service-Ship Veranstaltung» unter dem Motto «Wir sind ein einzig Volk von Dienstleistern» auf dem Vierwaldstättersee. In diesem Rahmen wurde auch der «Service-Ship Award 2004» verliehen. Der Auserkorene heisst Kwasi Nyankson (im Foto rechts). Er stammt aus Ghana, wohnt in Luzern und ist Railbar-Steward bei der SBB-Gastronomieunternehmung Elvetino. Das Schweizer Fernsehen porträtierte Nyankson in der Sendung «Queer». Seine überzeugende Bedienungsart erhielt nicht nur die Launen der Zugs- pendler, sondern sorgt auch für erfreuliche Umsätze. «Ich verkaufe eben Getränke und Glück» lautet seine Erklärung. Nach einer Grussbotschaft von Redaktor Patrick Rohr aus dem SF-Studio übergab Jörg Hilber von der Service-Ship den Award 2004. *GSG*

## GRAND MARNIER TROPHY 2004

# Trophy für Gstaader Barkeeper

Die Grand Marnier Trophy 2004 ging an Barkeeper Jonas Libansky. Den zweiten Platz teilen sich Peter Roth und Florian Kessler.

Am Montag fand in der «Seebar» des KKL Luzern die Grand Marnier Trophy 2004 statt. Nach einem spannenden Finale konnten die Veranstalter Haecy Drink & Wine AG und Swiss Barkeeper Union Jonas Libansky, Barkeeper im Grand Hotel Bellevue in Gstaad, als glücklichen Sieger küren. Den gemeinsamen zweiten Platz teilen sich der Barkeeper der Zürcher «Kronenhalle», Peter Roth, und der junge Barfachmann aus dem «Quellenhof Bad Ragaz», Florian Kessler. *GSG*



**DER SIEGER DARF AN DEN EUROPAFINAL**  
Jonas Libansky holte sich die Grand Marnier Trophy 2004. Die nächste Herausforderung für den Barkeeper ist der Europafinal vom 6. bis 9. Juni 2005 in Monaco.

## GLOSSE

### Der Eber und der Geist

HANSPETER GSELL\*

*Es nieselt leicht und herbstliche Nebelschwaden ziehen bedrohlich durch die Gassen der kleinen Stadt. Kaum jemand wagt sich allein vor die Türe, Mütter verstecken ihre kleinen Kinder im Haus. Denn es ist Herbst und die kleinen grauen Männer sind wieder unterwegs. So wie heute. Der runzlige Alte, den Kopf wie eine Riesenschildkröte in seinen speckigen Trenchcoat eingezogen, bewegt sich erstaunlich behend über das abgewetzte Kopfsteinpflaster. Und obwohl seine Schürze seltsam quietschen, hört ihn niemand, als er das Haus durch den Hintereingang betritt.*



*Der Koch hatte ihn bereits erwartet und macht ihm ungeduldig Zeichen ihm zu folgen. Eilig verlässt er sie zusammen in der Besenkammer. Dort öffnet der Alte mit fahigen Händen seinen Mantel. Der Gestank ist überwältigend und der Koch erschrickt fürchterlich. Noch nie hatte er einen so grossen Trüffel gesehen! Schnell werden sie handelseinig, ein paar Tausender wechseln den Besitzer und der Alte verschwindet wieder unerkannt im Dunkel der Nacht.*

*Der Weisse Trüffel aus Alba soll angeblich so betörend riechen, dass die Sau ihn für den Eber hält. Und ein möglicherweise leicht angetrunkenen Kollege schwadronierte letzthin, dass «tausend Mythen und Mysterien den weissen Trüffel zum König aller Delikatessen, zum Traum jeden Feinschmeckers machen». Sicher ist jedoch, dass nicht nur alte Trüffelsauen, sondern auch mancher Koch und noch mehr Gäste ob des mythischen Geruchs von allen guten Geistern verlassen werden.*

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

## IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

**Herausgeber:**  
Schweizer Hoteller-Verein  
Mönchjustrasse 130  
Postfach  
3001 Bern

**Leitung Medien:**  
Christan Santschi

**Redaktion:**  
Cherfedaktion: Marietta Dedual (MD)

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

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

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

**Milestone:** Dr. Peter Kühler (PK)

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

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

**Korrektur:** Paul Le Grand

**Korrespondenten:** Katja Hasenkamp (HAS), Paris; Gerhard Lob (CL), Tessin; Heibert Putscher (HP), Wien; Maria Pütz-Williams (MAP), München; Franziska Richard (FRZ), Basel; Sonja Städel (ST), Bern; Georg Ubersauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

**Verlag:**  
Verlagsleitung: Iris Stebel  
Abonnemente: Sabine Rothacher  
Stellensanierung: Marc Moser  
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter)  
Innendruck: Marc Moser

**Druck:**  
Bühlerei Grafic AG,  
Druckzentrum Bern.

**Auflage:**  
11'157 Ex. WEMF-beglaubigt 2003,  
20'000 Ex. Vertriebsauflage

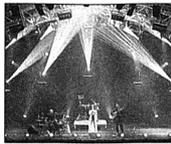
**Verkaufspreise:** (inkl. MwSt)  
Einfachnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–,  
ISSN: 1424-0440

**Offizielles Organ für:**  
– Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD)  
– Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)  
– Vereinigung 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:  
Mönchjustrasse 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  
Stellensanierung:  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: inserte@swiss-hotels.ch  
Geschäftsanzeigen:  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: inserte@swiss-hotels.ch  
Internet: www.swiss-hotels.ch  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



**VERBIER /** Des voix se sont élevées pour rappeler l'importance des résidences secondaires pour le canton du Valais. **PAGE 7**



**CAPRICES FESTIVAL /** Une étude l'a montré: le Caprices Festival s'est révélé très positif pour Crans-Montana. **PAGE 8**



hotel+tourismus revue

STÉPHANE DÉPRAZ

# «Nous cherchons la qualité du visiteur»

Samedi, le salon international de l'hôtellerie et de la restauration Gastronomica ouvrira ses portes pour la 10<sup>e</sup> fois à Beaulieu-Lausanne. Responsable de ce projet, Stéphane Dépraz fait le point sur cette importante manifestation du calendrier romand.

## INTERVIEW: MIROSLAW HALABA

### Quelles sont les nouveautés de cette 10<sup>e</sup> édition de Gastronomica?

Les nouveautés sont très nombreuses. La principale est l'ouverture de deux nouveaux secteurs, l'un consacré au wellness et au bien-être et l'autre au monde du café. Autre nouveauté importante pour l'accueil de nos visiteurs: nous avons porté le nombre d'entrées d'une à trois.

La situation économique est assez difficile actuellement. Comment s'est déroulée la vente des surfaces d'exposition pour le salon 2004?

Nous avons eu beaucoup plus de difficultés qu'auparavant à faire entrer les inscriptions des exposants. Si un seul téléphone suffisait il y a encore six ans pour les obtenir, il en faut trois maintenant. Il convient de noter que nous avons aussi un taux de fidélisation d'environ 80%.

### «Cette année, nous avons réparti les animations dans tout le salon.»

### Les exposants ont-ils demandé des surfaces plus petites?

Non, un bon nombre d'exposants ont même pris des surfaces plus grandes. Il faut savoir que depuis quelques années il y a dans la branche des regroupements et des créations de partenariats. Si bien que les exposants ont tendance à réserver des surfaces plus grandes qu'ils occuperont avec plusieurs distributeurs qui n'étaient pas forcément présents avant.

### Avez-vous pu acquérir de nouveaux exposants?

Oui, cela fait partie du jeu. Nous essayons toujours d'en avoir de nou-

veaux. Ceux-ci représentent 10% environ de la surface totale. Ils proviennent pour moitié du secteur technique et pour moitié du secteur de l'alimentation. Ce sont souvent des entreprises qui ne font pas beaucoup d'expositions et qui profitent de la plate-forme médiatique qu'offre le salon pour lancer un nouveau produit.

### Quels ont été les grands axes de la promotion pour l'édition 2004?

Nous essayons toujours de toucher la même clientèle que précédemment, mais de manière différente. Ainsi, depuis mars, Gastronomica a été très présent sur le terrain. A titre d'exemple, nous avons soutenu l'Euro-Gastro Challenge, nous étions présents à l'assemblée des chefs de cuisine à Morges, à la journée des établissements de collectivité à Lucerne, aux assemblées générales des cafetiers et des hôteliers vaudois et suisses. Par cette présence, nous marquons notre attachement à la profession et à la formation professionnelle.

### «Les idées pour de nouveaux secteurs peuvent venir de partout.»

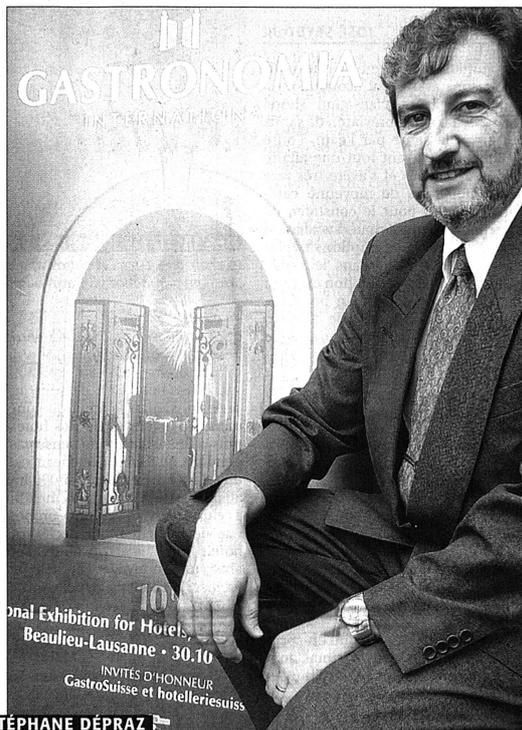
### Cette année, le salon fête sa 10<sup>e</sup> édition. Comment cela se concrétisera-t-il?

Nous avons surtout réorganisé l'animation dans les halles. Jusqu'à présent, les animations se déroulaient principalement dans les halles 1, 6 et 7. Cette année, nous les avons réparties dans tout le salon afin que chaque secteur ait quelque chose d'attrayant et de dynamique à proposer. Ainsi, par exemple, le concours de la Truffe d'or prendra place dans la halle 10, le concours des apprentis de cuisine et de service d'Hotel & Gastro Union se déroulera dans la halle 17, le monde du café sera dans la halle 9, les dégustations de vins et de «Single Malt» dans la halle 12.

### Cette année, les invités d'honneur sont les deux fondateurs du salon: hôtellerie-suisse et Gastro-suisse. Quel a été le soutien de ces associations durant ces dix éditions de Gastronomica?

Depuis 1986, nous avons toujours eu des relations privilégiées avec ces associations. Le salon avait d'abord été présidé par Carlo de Mercurio,

Photo: Laurent Müssbauer



STÉPHANE DÉPRAZ

L'édition 2006 devrait permettre à Gastronomica de développer les secteurs qui ont été mis en place cette année, comme le wellness, indique Stéphane Dépraz.

d'hôtellerie-suisse, avant de l'être par Rodolphe Romano, de Gastro-suisse. Ces associations soutiennent aussi l'organisation du concours des Sésames de l'accueil, le seul prix professionnel qu'elles remettent conjointement. Cela nous paraissait donc évident de les honorer à l'occasion de cette dixième édition.

### Gastronomica a deux nouveaux secteurs cette année. Quels pourraient être les secteurs susceptibles de trouver une place à Gastronomica?

En 2006, nous devrions développer ce que nous avons mis en place cette année. Le secteur wellness, par exemple, a toutes les chances de prendre de l'ampleur au cours des éditions futures, car c'est une tendance qui va durer. Pour ce qui est du développement d'autres secteurs, nous devons rester très souples afin de répondre à la demande du marché. Les

On a souvent discuté de l'organisation, en Suisse, d'une seule grande foire de la restauration et de l'hôtellerie. Ce thème est-il toujours d'actualité?

Non, car cela ne répond pas à la demande de nos exposants. Gastronomica a été créé sur l'initiative de ces derniers qui voulaient avoir une foire en Suisse romande. Les visiteurs professionnels ne font plus tous les salons comme il y a encore dix ans. Si nous avons toujours des difficultés à faire venir les visiteurs de Suisse alémanique à Lausanne, nous découvrons aussi que les Romands ne montent plus à Bâle. Nous devons satisfaire les visiteurs professionnels qui viennent au salon pour chercher des réponses à leurs questions. Cependant, nous devons aussi répondre prioritairement aux attentes de nos exposants.

### Vers quel type de salon se dirige Gastronomica pour les éditions à venir?

Nous cherchons à professionnaliser toujours plus le salon. Les exposants nous demandent sans cesse de mieux cibler les visiteurs. Nous ne faisons pas la chasse au nombre de visiteurs. Ce que nous cherchons, c'est la qualité du visiteur. Un exposant qui a fait un salon grand public ne veut pas voir passer les mêmes gens lorsqu'il vient à Gastronomica. Les exposants veulent avoir affaire à des interlocuteurs de qualité. C'est pour répondre à cette demande que nous accueillons la réunion des présidents de section d'hôtellerie-suisse, le Gastropodium de Gastro-suisse, la journée de networking de l'Ecole hôtelière de Lausanne. C'est ce genre d'événements que nous devons développer pour professionnaliser le salon.

idées peuvent venir de partout. On en a la preuve cette année avec le secteur café qui nous a été suggéré par deux exposants.

## Le salon Gastronomica en bref

Quelques informations pratiques pour les visiteurs du salon Gastronomica.

**Lieu:** Palais de Beaulieu à Lausanne.

**Ouverture:** du samedi 30 octobre au mercredi 3 novembre, chaque jour de 10 h à 18 h.

**Sésames de l'accueil:** remise des prix lundi 1<sup>er</sup> novembre à 11 h 30.

**3<sup>e</sup> Gastropodium:** lundi 1<sup>er</sup> novembre à partir de 10 h, au Forum de Beaulieu.

**Single Malt:** tous les jours, séminaires de 14 h à 16 h, à la halle 12.

**Journée d'études viticoles:** mardi 2 novembre, à la salle de cinéma.

**Espace convivial:** restaurant gastronomique animé par les grands chefs. Toutes places sont réservées.

**Concours des apprentis de cuisine de service:** halle 17.

**Concours de la Truffe d'or:** halle 10.

**Ecole professionnelle de pizzaiolos:** halle 32.

**Bières et vins suisses:** respectivement halle 17 et halle 12.

**Le Monde du café:** tous les acteurs de la filière du café sont réunis dans la halle 9.

**Gastronomica 2006:** du 4 au 8 novembre 2006. MH

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

**BDO**  
BDO Visura  
Votre fiduciaire

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

Personne de contact:  
Monika Baco  
monika.baco@bdo.ch

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

Gastronomica 30.10. - 3.11.2004

Visitez nous  
à notre stand 708, halle 7

Tissage de Toiles Berne SA  
Téléphone: +41 (0)31 340 85 85 www.tlwbern.ch  
Fax: +41 (0)31 340 85 01 info@tlwbern.ch

UN SERVICE DE 1<sup>ERE</sup> CLASSE.

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

Brasserie et Restaurant  
**MICROS**  
Brasserie et Restaurant le Lyrique, Genève

Produits Micros-Fidelio de  
Check-In Data 021 632 91 00.  
Chez eux chez les meilleurs.

CHECK IN DATA

## NAPPAGE

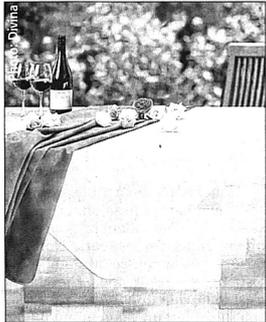
## Le succès de l'«easy»

Lancée il y a un peu plus de deux ans, la gamme anti-taches «easy» de Divina a déjà conquis son marché. La clé du succès: sa facilité d'entretien.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Vingt pour cent coton pour le toucher, huitante pour cent polyester pour la solidité et pour la commodité: c'est la formule du succès. En effet, lancée un peu avant Gastronomie 2002, la gamme Easy de la maison Divina à Rheineck (SG) a dépassé toutes les prévisions et elle couvre aujourd'hui près de 50% des ventes du spécialiste en textile.

Son secret? Une imprégnation «Scotch Guard» permettant aux nappes ou sets de «repousser» les liquides qui restent ainsi en surface, sans pénétrer les fibres. De là, il suffit d'absorber le liquide renversé à l'aide d'une éponge ou d'une serviette, qui peut être de papier, pour éviter taches et auréoles.



La gamme Easy couvre aujourd'hui près de 50% des ventes de Divina.

«Ainsi composé et traité, ce nappage anti-taches intéresse prioritairement les cafés, les restaurants, ou encore les cafétérias et les bars», précise Jocelyne Hauser, responsable du marché romand pour le spécialiste saint-gallois. «Il n'empêche», ajoute-t-elle, «certains établissements de bon standing l'ont déjà adopté, sous forme de napperon sur une nappe de coton, il ne dépare absolument pas une grande table.»

Quelques précautions sont cependant à prendre, notamment éviter de laisser sécher la tache, auquel cas elle s'incrusterait et il sera nécessaire de laver la nappe, sur le mode précautionneux afin d'éviter la dégradation de l'imprégnation.

Précisons enfin que, créée dans les années cinquante, la société Divina emploie aujourd'hui une soixantaine d'employés et travaille essentiellement avec des matières premières européennes.

Réclame

**LEUCHTEN** The Lamp Collection

**ksi**

Exklusiv bei

**Buchecker**

Tel. 041 360 42 44  
www.buchecker.ch

## LE WELLNESS DANS LES HÔTELS 3 ÉTOILES

## Une offre pour fidéliser les clients

Les spas sont en vogue. Dans les hôtels 3 étoiles, les offres de wellness servent toutefois davantage à se démarquer de la concurrence et à fidéliser les clients par une offre de confort supplémentaire qu'à attirer une nouvelle clientèle. Le point en Suisse romande.

JOSÉ SEYDOUX

On peut affirmer d'emblée que, pour des raisons avant tout économiques, en-deçà de la spécialisation «hôtel wellness» ou spa (abréviation de sanus per aqua, la santé par l'eau), l'offre wellness reste avant tout une affaire des 4 et 5 étoiles et s'avère très rare dans l'hôtellerie de moyenne catégorie. Il suffit, pour le constater, de chercher le pictogramme «Installation wellness» dans la description des établissements figurant dans le Guide suisse des hôtels; sa mention exige en effet l'offre suivante: bain bouillonnant, solarium, bains de vapeur, sauna, salle fitness, massage, salle de repos (avec moniteur/trice sportive).

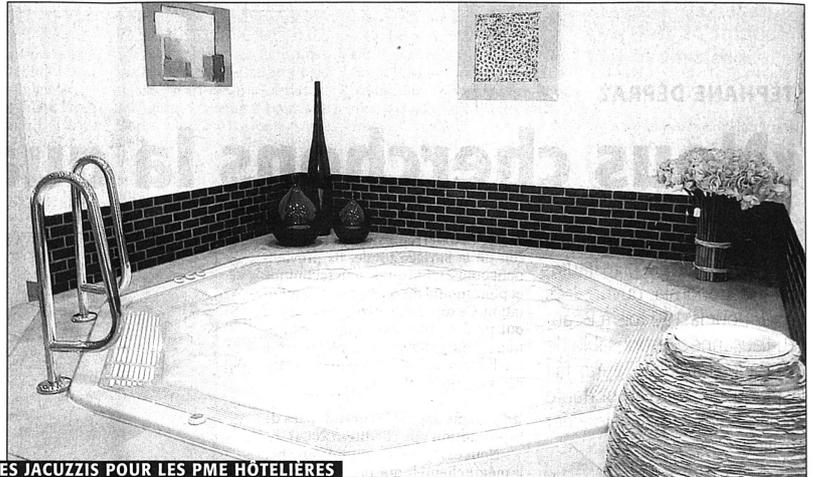
## UNE FORME DE SÉJOUR NOUVELLE MAIS EXIGEANTE

Suisse Tourisme, on le sait, joue à fond la carte des séjours de bien-être, l'harmonie entre le corps et l'esprit débouche sur «un produit de notre époque» qui tient autant du fait de société que de la recherche d'innovation dans l'offre ou de la diversification hôtelière. Ceci étant, la brochure 2004 «Bien-être» de Suisse Tourisme contient quasi exclusivement des offres d'hôtels 4 et 5 étoiles. Car, loin des temples dédiés au culte du corps et à la religion du bien-être total, dont les équipements sont aujourd'hui devenus le «must» des hôtels de luxe, les PME de l'hôtellerie moyenne ne sont pas légion, fussent-elles des adeptes du cocooning en tant qu'élément de marketing.

«Les installations wellness, dans un hôtel 3 étoiles, permettent d'offrir un plus, de surcroît gratuit, qui fait envie mais qui reste une mesure de marketing pur pour améliorer l'image de l'hôtel plutôt que pour attirer réellement une clientèle supplémentaire», souligne Enzo Stretti, propriétaire à Lausanne de l'Hôtel Jan, un établissement 3 étoiles. Celui-ci a supprimé sa mention «spa» et son salon de beauté avec esthéticiennes (transformé en suite avec whirlpool et douche/hammam). «C'était un succès, mais le volet spa n'attirait que des gens de l'extérieur et non les clients de l'hôtel», explique Enzo Stretti qui dispose aujourd'hui d'un petit centre doté d'un sauna et d'un jacuzzi et, sur 55 chambres, de quinze chambres équipées d'un whirlpool et dotées de l'espace et de l'insonorisation nécessaires pour ce type d'équipement.

A Lausanne toujours, l'Hôtel Belverive propose, depuis une année, une

Photos: Laurent Missbauer



## DES JACUZZIS POUR LES PME HÔTELIÈRES

Le choix en jacuzzis et autres whirlpools est aujourd'hui particulièrement vaste pour les hôtels 3 étoiles. Ici un modèle présenté par la maison Cavin à Renens (VD) lors de la conférence de presse inaugurale du salon Gastronomie.

offre wellness (sauna, hammam, fitness avec trois machines). Son directeur, Laurent Joliat, est explicite: «Le succès est encore au-dessous de nos prévisions, mais je remarque une demande plus élevée de nos hôtes depuis la fin de l'été; je ne pense pas, cependant, qu'il faille chercher à justifier un tel investissement (120 000 francs) au niveau de la rentabilité, mais plutôt à celui du service – gratuit – proposé en vue de se démarquer de l'offre des hôtels 3 étoiles à Lausanne, d'attirer ainsi une nouvelle clientèle et de fidéliser la clientèle actuelle.»

## LA NOTION DE SERVICE AVANT LA RENTABILITÉ

Il est aussi possible, en Suisse romande toujours, de loger dans un hôtel 3 étoiles et de profiter d'un centre thermal ou thermoludique adjacent. C'est notamment le cas à Ovronnaz où un appart'hôtel de 350 lits jouxte le centre thermal: «Tout le

monde aime le bien-être, c'est notre cheval de bataille et la demande existe, elle est encore plus grande chez nous que dans les grands spas de luxe, mais les hôteliers risquent de trop investir dans ce thème à la mode, alors que les coûts d'exploitation avec près de 50% de frais de personnel sont très élevés», met en garde Philippe Stalder, le directeur général de l'Hôtel des Bains Thermalp.

On retrouve une situation similaire à Lavey-les-Bains où le Grand Hôtel des Bains (74 chambres, 3 étoiles), avec accès direct à l'espace wellness et au centre médical, joue la même carte. «Dans le marché concurrentiel d'aujourd'hui, chacun cherche à se différencier et l'offre wellness en 3 étoiles est une alternative, à mon sens, tout à fait satisfaisante», affirme Christiane Leprat, directeur général des Bains de Lavey. «Dans un marché où les séjours sont plus fréquents qu'il y a seulement quelques années, le tarif est un paramètre important qui ouvre un mar-

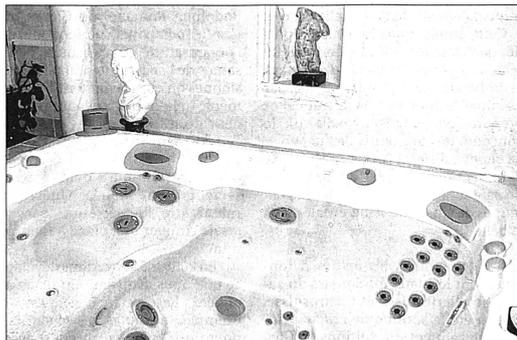
ché», ajoute-t-elle en citant l'exemple des hôtels 2 étoiles et 3 étoiles de thalasso en France. Selon elle, la rentabilité est liée à deux facteurs: le coût de l'installation et la fréquentation. «Bien sûr, notre espace wellness est moins luxueux que celui d'un palace, mais l'accueil (relationnel et sensation de cocooning) est un facteur primordial...»

## PAS DE BUDGET, PAS DE TEMPS, PAS DE VISION

Les fabricants et distributeurs d'équipements wellness peinent à convaincre les hôteliers 3 étoiles. «Les contraintes – prix, manque de locaux et frais d'exploitation – y sont trop grandes, mais un tel équipement peut faire pencher la balance dans le choix d'un hôtel», reconnaît Sylvie Nagadh, assistance de direction auprès de Fitconcept, à Gland, représentant de la marque suédoise Tylö, leader de la branche hammam/sauna dans 140 pays, dont la Suisse où il équipe 80% des installations publiques.

Parmi d'autres fournisseurs wellness (Casapool, Gétaz Romang, Leaderspa, Technogym, etc.), Fit-Équipe, à Crissier et à Camorino, est régulièrement présente dans les salons spécialisés tels qu'Igheo. «Les hôteliers nous regardent de loin, bien après la cuisine et les produits de nettoyage», souligne Monica Mutti, représentante de cette société spécialisée dans les équipements multifonctionnels liés au wellness et au fitness, en déplorant que, souvent, des installations mal entretenues et usagées dénotent une offre alibi...

«Or, le besoin en installations wellness est là, mais les hôteliers n'en ont pas conscience comme ils n'ont pas de temps à nous consacrer, pas de budget, pas de place...» Il n'en demeure pas moins qu'il faut investir pour être tendance!



## ESPACE BIEN-ÊTRE

L'offre en spas, jacuzzis, whirlpools, hammams et autres saunas intéresse de plus en plus les hôtels des catégories deux et trois étoiles.

## La frontière linguistique du wellness

Ce que l'on peut appeler la «culture de l'eau», autrement dit la tradition des hôtels de cure ou de santé, est historiquement plus marquée en Suisse allemande qu'en Suisse romande. Cette situation explique aujourd'hui à la fois le caractère récent des centres thermaux de Suisse romande et le relatif moindre intérêt qu'accorde l'hôtellerie moyenne aux équipements de wellness.

Cette observation est en tout cas vérifiable en Valais où cette notion de bains et de bien-être est pour le moins très développée dans l'hôtellerie du Haut-Valais qui ne compte pas moins de 32 hôtels 3 étoiles comportant des

installations wellness – notamment à Grächen, à Loèche-les-Bains, à Saas Fee et à Zermatt – alors que celles-ci brillent pratiquement par leur absence dans le Valais romand...

En Suisse romande, quelques hôtels 3 ou 4 étoiles sont cependant directement reliés à des centres thermaux, notamment à Lavey-les-Bains, à Ovronnaz-les-Bains, à Saillon-les-Bains et à Yverdon-les-Bains. On retrouve ce même intérêt pour la «culture de l'eau» en Forêt-Noire où il n'est pas rare de voir de petits hôtels, voire des pensions, offrir des installations de wellness avec même une piscine couverte. JS

## «Il ne faut pas investir aveuglément»

Auteur de l'ouvrage intitulé «Wellness-Tourismus» et consultante spécialisée dans ce domaine, Eveline Lanz Kaufmann est d'avis qu'il existe une grande demande pour des offres wellness dans l'hôtellerie de classe moyenne tant en Suisse qu'à l'étranger.

«Je recommanderais cependant à ces hôteliers de n'investir qu'un minimum dans l'infrastructure – sauna, bains de vapeur, etc. – parce que les coûts supplémentaires qu'elle engendre sont difficiles à répercuter sur les frais de logement. Il est préférable d'investir dans le «soft» comme les programmes d'animation pour les hôtes et l'offre culinaire», affirme-t-elle.

Ne pas oublier non plus que les frais d'exploitation et les amortissements ne sont pas inclus dans les devis de construction ou d'aménagement! La Société suisse de crédit hôtelier, par son programme «Wellness-Reinvest SCH», est de bon conseil à cet égard, ce d'autant plus que les centres wellness dans les hôtels sont rarement des centres de profit... et que, la plupart du temps, les fonds propres seuls pallient la réticence des banques peu enclines à financer ce type d'installation. «C'est la raison pour laquelle je conseille à tous les hôtels de ne pas investir aveuglément dans le wellness», précise Eveline Lanz Kaufmann. JS

## LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

## Les systèmes intégrés se généralisent

Dans les hôtels, le sentiment de bien-être et de sécurité, de même que la satisfaction des clients passent bien souvent par d'infimes détails. Des détails que les nouveaux systèmes intégrés permettent la plupart du temps de gérer en toute simplicité.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Si l'industrie hôtelière se dote de plus en plus de moyens de gestion administratifs sophistiqués, la gestion technique reste cependant le parent pauvre des équipements. Résultat, le client qui paie près ou plus de 300 francs la nuit, ne trouve que rarement le confort physiologique qu'il souhaite. Désécurisé parfois, il ne revient pas. C'est l'un des challenges de l'hôtellerie d'aujourd'hui de corriger ce sentiment. Les moyens existent pour le faire, ainsi que l'a démontré fin septembre un séminaire organisé à l'Ecole hôtelière de Lausanne avec la participation de spécialistes de la maison Siemens Building Technologies.

## LES HÔTELIERS NE SONT PAS SUFFISAMMENT INFORMÉS

Premier constat soulevé par l'animateur de la journée, Jacques Lévy-Bonvin, un consultant spécialisé dans le domaine, «le manque patent d'information des hôteliers». Un manque



## UN SYSTÈME DE GESTION INTÉGRÉE

Les systèmes de gestion intégrée permettent, entre autres, d'améliorer le confort et la sécurité d'un hôtel.

qui, selon lui, «peut être comblé par une analyse approfondie des besoins et par le recours à des technologies modernes et éprouvées.» Ces techno-

logies modernes et éprouvées existent. Elles se généralisent même et satisfont au confort, à la sécurité, aux communications et aux économies

d'énergie, sachant que les hôtels sont avec les hôpitaux quelques-uns des bâtiments qui consomment le plus d'énergie. Savoir gérer harmonieusement ces nouvelles technologies est aujourd'hui une préoccupation majeure. C'est via un système intégré (qui regroupe de nombreuses fonctions) que cela peut se faire.

Ainsi, la nouvelle génération de cartes magnétiques ou de cartes «sans contact» permet une grande série d'opérations: la gestion de la température ambiante et de l'éclairage, par exemple, les goûts et les envies du client pouvant être enregistrés et mémorisés lors d'une précédente visite. De même, tous les paiements qu'il pourra faire dans l'établissement (restaurant, bar, minibar, boutiques, piscines) pourront être simplifiés, le paiement se faisant en une seule opération, lors du check-out.

## GÉRER L'OUVERTURE DES PORTES DE L'HÔTEL

Par définition, les portes d'un hôtel sont toujours ouvertes. Il importe qu'elles ne le soient qu'à l'hôte et, si possible, sans qu'il ait à retenir un code fastidieux (une étude américaine démontrait au printemps dernier que 38% des clients oublièrent régulièrement leur code). Une carte évitera le désagrément et contribuera au sentiment de sécurité, gage d'un meilleur confort.

Il en va de même avec des caméras. Celles-ci devront être judicieusement – et surtout discrètement – placées (au fitness, à la piscine, dans le parking souterrain) et gérées du desk

principal, tout comme le système d'alarme incendie qui permet de réagir immédiatement et d'éviter bien des conséquences néfastes, aussi bien pour l'hôtelier que pour le client qui se sentira davantage en sécurité.

Certes, de tels systèmes se prêtent surtout à un usage à grande échelle, mais de plus petits établissements peuvent trouver des solutions à la carte. Sachant cependant qu'ils peuvent permettre une meilleure gestion de la consommation d'énergie, l'engagement d'une étude déterminant la ou les meilleures solutions possibles s'avère bien souvent payante. Sans compter que l'hôte satisfait ne s'en ira pas voir ailleurs lors d'une prochaine visite dans la région.



Les portes de l'hôtel ou de la chambre devraient pouvoir être ouvertes sans que le client ait à retenir un code.

## PUBLI-REPORTAGE

## Gruyéria SA

Fondée à Bulle il y a plus de 100 ans, dirigée par la famille Lévy, la maison Gruyéria a choisi la voie du développement et de la diversification. Fabrique de meubles et agencements, spécialiste en décoration, coordinatrice dans les métiers du second-œuvre, Gruyéria s'est dotée d'une infrastructure qui lui permet aujourd'hui de répondre aux nombreuses attentes de ses clients.

Les ateliers sont dotés de tous les indispensables équipements destinés à la réalisation d'une ébénisterie moderne. De même, les 14 personnes occupées dans ses bureaux techniques et de projets recourent au dernier cri informatique pour l'établissement des plans de fabrication. L'entreprise s'appuie sur un effectif de 85 personnes.

Ainsi, Gruyéria officie très souvent comme un architecte d'intérieur en présentant des projets concoctés par elle-même. Les logiciels spécifiques assurent une réponse rapide et complète aux désirs du client.

L'entreprise a aussi derrière elle une expérience d'entreprise générale du second œuvre. On y trouve nombres d'avantages propres à la méthode: pour résumer, on peut dire que le client s'assure de ne traiter qu'avec un seul interlocuteur, donc un responsable. Gruyéria est alors autonome dans sa mission de coordination

des autres corps de métiers en fonction de l'avancement des travaux. Les maîtres d'état sont souvent déjà connus du mandataire pour avoir déjà œuvré ensemble auparavant. Tous ces facteurs permettent d'optimiser la conduite du chantier, donc son aboutissement dans les meilleures conditions possibles.

De la fabrication artisanale à la réalisation industrielle, l'entreprise bulloise offre ses qualités créatrices, mais aussi un sens affirmé du bon goût traditionnel.

Comme dans un conte, Gruyéria transforme les rêves de ses clients en superbes hôtels, restaurants de caractère, banques, locaux administratifs, tea-rooms ou appartements. De la chambre d'hôtel à la Suite Royale, ses spécialistes de la conception affichent un constant souci du détail et du bon goût.

Elle a aussi œuvré dans la Suisse entière et à l'étranger auprès d'hôteliers et restaurateurs de grand renom.



# Un plan de gestion du personnel en toute simplicité

Un plan de gestion du personnel bien défini ainsi qu'un contrôle sans lacune du temps de travail sont, à l'heure actuelle, des instruments de gestion indispensables – qu'il s'agisse de petites ou de moyennes entreprises, de chaînes de restaurants ou de chaînes hôtelières, cela importe peu. Grâce à MIRUS PEP, le plan de gestion du personnel deviendra un jeu d'enfant.

Voici un cas issu de la jurisprudence: X a travaillé comme portier de nuit au sein de l'hôtel Y. Suite à son préavis, il déposa une plainte contre son ancien employeur. Raison: X travaillait régulièrement plus que les heures prises en compte dans son salaire. Ni l'employeur ni l'employé n'avaient procédé à un contrôle des heures fournies. Une telle procédure coûte du temps et use les nerfs, que le tribunal tranche en faveur de l'une ou l'autre parties.

De nos jours, tout professionnel de l'hôtellerie ou de la gastronomie qui ne peut présenter un contrôle sans lacune du temps de travail aura certainement affaire à la justice. Les paragraphes 15 et 21 de la convention collective nationale de travail pour les hôtels, restaurants et cafés (CCNT) l'évoquent tout à fait clairement:

- Le temps de travail fourni doit être enregistré par l'employeur et signé par l'employé au moins une fois par mois.
- Les entreprises doivent établir 1 à 2 semaines à l'avance les plans de travail de l'employé pour 1 à 2 semaines (selon qu'il s'agit d'une activité annuelle ou saisonnière).
- L'employé peut à tout moment demander des renseignements au sujet des temps de travail, des temps de repos, des soldes de jours fériés et de vacances.
- Si l'employeur manque à son devoir de comptabilité, un contrôle du temps de travail de l'employé sera considéré comme preuve en cas de litige.

## GESTION DU PERSONNEL ET CONTRÔLE DU TEMPS DE TRAVAIL AVEC LE PEP

Tout n'est pas perdu. Celui qui veut éviter des conflits au sujet du temps de travail effectivement accompli, celui qui ne souhaite pas comparaître pour cause de revendications salariales supplémentaires et celui qui ne veut pas passer des nuits sans sommeil en raison de majora-

tions pour travail de nuit et de journées entrecoupées nécessitent un logiciel permettant d'effectuer le plan de gestion du personnel dans son intégralité avec un minimum d'efforts. Le logiciel PEP mis au point par la société MIRUS Software AG, fait partie de ces logiciels qui ont été présentés cette année à l'occasion de la foire ZAGG à Lucerne. Ce plan de gestion du personnel est intégré dans ce logiciel étant donné qu'il a été conçu par les spécialistes de la branche pour la branche.

## PLANS DE SERVICE SUR MESURE

Le PEP vous permet de définir les différents départements (cuisine, service, bar, réception etc.) et de préenregistrer les jours fériés, les données maîtresses et les temps de service (service du matin et service de nuit, étage, équipe du milieu etc.). Une couleur ou une désignation abrégée peut être attribuée à chaque service ainsi qu'aux jours de repos, aux congés maladie, aux accidents etc. – vous gardez ainsi une vue d'ensemble de la situation, y compris dans le cadre de plans particulièrement vastes. En un rien de temps, vous pouvez élaborer à l'écran les plans de gestion pour un grand nombre d'employés de votre choix selon le département et les imprimer selon des modes différents: aperçu quotidien, aperçu hebdomadaire ou aperçu mensuel. De cette manière, vous réalisez également la planification des vacances.

## CONTRÔLE SANS LACUNE

PEP est non seulement convivial et pratique mais également conforme à la loi et révisable. D'un simple clic, vous obtenez toutes les informations légales: des fiches de contrôle des heures fournies délivrent des informations au sujet du temps de travail effectif par rapport au temps de travail à accomplir. Des fiches mensuelles contenant toutes les informa-

tions au sujet des temps de travail et de repos, des soldes de vacances, des majorations pour travail de nuit et heures supplémentaires ainsi qu'au sujet des absences peuvent à tout moment être imprimées et quittancées par vos collaborateurs. De cette manière, vous pouvez garder une vue d'ensemble de la situation, disposer de plus de temps pour vos hôtes, et vous consacrer à vos propres tâches de gestion.

## INTERFACES INTELLIGENTES

Le logiciel PEP fonctionne de manière optimale en tant que solution autonome mais s'avère cepen-

dant avantageux en connexion avec le système de gestion du personnel MIRUS, la solution complète pour vos services des ressources humaines et des salaires. Les données maîtresses sauvegardées au sein de ce logiciel sont reprises automatiquement dans le plan de gestion du personnel. Et inversement, vous pouvez intégrer les données issues de MIRUS PEP dans le système de gestion du personnel MIRUS et le décompte des salaires sera alors déjà établi. Sans transition, vous pouvez également intégrer des systèmes électroniques de saisie des données temporelles comme les pendules de pointage et les systèmes de caisse. En outre, une connexion directe à Microsoft Word et Excel met à disposition toutes les informations importantes relatives à la correspondance ou au contrôle.

## TOUT SIMPLEMENT PROFESSIONNEL

Depuis des années, la société MIRUS Software AG met à disposition des PME et des grandes entreprises de la branche de l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme des solutions complètes en matière de gestion de l'entreprise.

- Plan de gestion du personnel
- Gestion du personnel
- Comptabilité financière
- Comptabilité débiteurs et créanciers
- Comptabilité des investissements
- Analyse des coûts et des prestations
- Archivage
- Elaboration du site Web

À l'heure actuelle, nos produits sont utilisés par plus de 2000 clients satisfaits. La philosophie d'entreprise de la société MIRUS est simple: nous souhaitons mettre au point les logiciels les plus conviviaux et les plus

élégants pour votre administration. Et également les plus simples. Les données maîtresses ne doivent être saisies qu'une seule fois et peuvent ensuite être utilisées pour les applications de votre choix comme la correspondance, les formulaires, les décomptes, les analyses etc. Un atout supplémentaire: nos logiciels sont constamment adaptés aux lois en vigueur et aux besoins de la clientèle, ils sont soumis à des développements supplémentaires et sont reliés à de nouveaux produits qui les complètent. En outre, le logiciel MIRUS est adapté aux systèmes d'exploitation Windows 2000, 2003, Windows XP, Novell 5.x-6.x ainsi que Citrix Metaframe (ASP).

## UN SERVICE CLIENTÈLE EXEMPLAIRE

Faites confiance au leader du marché suisse de l'hôtellerie. MIRUS n'est pas pour rien depuis 1997 l'instrument de formation utilisé au sein des écoles professionnelles suisses les plus prestigieuses. Les spécialistes ne tarissent pas d'éloges au sujet du professionnalisme, de la fonctionnalité et de l'orientation professionnelle des produits MIRUS. L'entreprise familiale de Davos propose en outre des formations sur place et met à disposition un service d'assistance téléphonique 24h/24 qui dispense des conseils compétents et qui n'est pas constamment encombré.

« Si je possédais un hôtel, je travaillerais avec MIRUS.

MIRUS est le logiciel conçu par les spécialistes de la branche: cette solution trouve tout à fait sa place dans l'hôtellerie suisse dans la mesure où elle est à 100% conçue sur mesure et s'utilise facilement »

Wilko Weber, Hôtelier/Restaurateur SHL, Chef du département informatique de l'école hôtelière suisse de Lucerne.

## L'AMÉNAGEMENT DES CHAMBRES D'HÔTELS

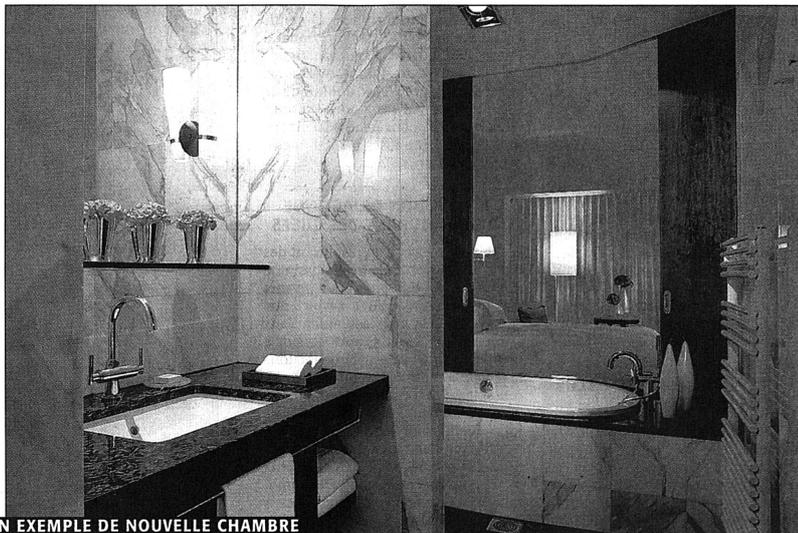
# La notion de confort a beaucoup évolué

Dans les chambres d'hôtels, la notion de confort est en pleine évolution depuis les années 2000. De nouveaux produits font leur apparition.

Photo: Park Hyatt Zurich

■ **GENEVIÈVE ZUBER**

Le client du 21<sup>e</sup> siècle n'a plus les mêmes attentes qu'auparavant. Il y a quelques années encore, le confort d'une chambre d'hôtel se mesurait à son luxe, à sa décoration et à son mobilier, quitte à ce qu'il «mange» une grande partie de la place. «Aujourd'hui en revanche, l'idée de confort n'est plus liée aux étoiles mais à l'espace», constate Stefan Fraenkel, le vice-directeur de l'Institut EHLITE (Technologie et Entreprenariat) de l'École hôtelière de Lausanne. Face aux agressions du monde extérieur (postes de travail exigus dans les bureaux, manque de place dans les transports publics, etc.), il y a en effet comme un grand besoin d'air lorsqu'on regagne le monde «de l'intérieur», auquel appartiennent les chambres d'hôtel.



**UN EXEMPLE DE NOUVELLE CHAMBRE**

Aujourd'hui, le confort d'une chambre d'hôtel ne serait plus lié aux étoiles mais bien à l'espace mis à disposition du client.

### DES ÉQUIPEMENTS INNOVANTS

L'espace donc à la cote. Mais pas n'importe lequel. Pas un espace vide, une chambre d'hôtel minimaliste, mais un lieu d'accueil rationnellement aménagé, de manière à donner ce sentiment d'espace tout en propo-

sant un maximum d'équipements et de services directement dans le «territoire» du client. Car c'est ainsi que pourraient se définir les chambres d'hôtels aujourd'hui: des espaces privés, intimes et de plaisir, que le client veut quitter le moins possible et

qui, pour ce faire, doivent offrir un maximum d'autonomie. Espace, indépendance: cette tendance hôtelière venue des Etats-Unis et du Japon date de trois à quatre ans. Elle est marquée par l'émergence de nouveaux produits, dans les gammes économiques

en particulier. Des produits qui demandent de la créativité et de l'innovation. Pour les architectes d'intérieur spécialisés, il s'agit en effet d'intégrer dans la chambre des éléments qui ne gênent pas la liberté de mouvement des hôtes, des équipements ergono-

miques et facilement accessibles qui plus est: machines à café, micro-ondes, vending (distributeurs de nourritures froides et chaudes, de sandwich frais), machines à repasser à la vapeur, produits fitness et autres appareils de stretching et à faire du poids, téléviseurs, médias électroniques... Et si les produits proposés sont des marques, c'est encore mieux. Comme le montrent de récentes enquêtes de l'Institut EHLITE, ce qu'on appelle les produits d'accueil, soit les produits de marque justement, ont un impact grandissant sur la fidélité des clients.

### «LA CHAMBRE QUI NOUS GOUVERNE»

Repasser soi-même ses vêtements, se préparer son thé: le client devient lui-même l'acteur de son propre confort, sans intermédiaire. «De quoi augmenter la productivité d'un établissement. Si cette nouvelle tendance entraîne une hausse des coûts au niveau des prestations, elle débouche en revanche sur des économies de personnel», analyse Stefan Fraenkel. Il estime que ces tendances lourdes vont continuer à se développer dans les années à venir. Ainsi, grâce aux nouvelles technologies, la chambre d'hôtel pourrait bien devenir «la chambre qui nous gouverne». Un exemple? La température ambiante de la chambre sera adaptée à celle du corps du client, elle-même détectée par des puces électroniques dans les murs. De telles chambres existent déjà aux Etats-Unis et au Japon.

Annonce



GASTRONOMIA Lausanne, 30.10.-3.11.04, halle 9, stand 907

## Sinfonia – À la pointe de la technologie dans sa catégorie.

Franke vous propose des machines à la pointe de la technologie dans toutes les catégories avec des débits de 50 à plus de 500 tasses. Avec une capacité journalière de 300 à plus de 500 tasses et grâce au système de lait Franke, la Sinfonia vous garantit – sur simple pression d'une touche – un café de qualité placé sous le signe des variations. Elle est idéale dans tous les secteurs de la gastronomie, hôtels et restauration à grand débit. Et comme toutes les machines Franke, elle maîtrise parfaitement: **The art of excellent coffeemaking.**

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

Franke Coffee Systems

**FRANKE**

GEORGES WENGER ET LA FORMATION DES JEUNES CUISINIERS

# «Des pilotes de F1 qui n'ont pas le permis»

Le restaurant gastronomique exploité à Gastronomica par six chefs\* a aussi une fonction didactique, estime le grand chef jurassien Georges Wenger qui déplore que les jeunes cuisiniers n'aient pratiquement plus la possibilité aujourd'hui d'apprendre les bases du métier.

LAURENT MISSBAUER

Lorsqu'on demande à Georges Wenger ce que signifie pour lui la notion de «transmettre son savoir aux jeunes», sa réponse ne tarde pas à fuser. Pour le meilleur cuisinier de l'arc jurassien, crédité de trois toques et de 18 points dans le guide GaultMillau et d'une étoile dans le guide Michelin, «transmettre son savoir aux jeunes, c'est avant tout redonner aux autres ce que nous avons reçu nous-mêmes.»

## LES MÉFAITS DE LA LIBÉRALISATION

«Cette transmission du savoir est d'autant plus importante que les jeunes, aujourd'hui, n'ont plus vraiment la possibilité d'apprendre la base du métier; d'apprendre, par exemple, à préparer un rôti à la purée ou des haricots braisés dans des restaurants simples. Ceux-ci n'existent en effet pratiquement plus. A l'heure de la

libéralisation des patentes de restaurateur et du «convenience-food», nous nous retrouvons avec des personnes qui sont à la tête de restaurants sans avoir de bagage professionnel. Ils ne peuvent dès lors pas former d'apprentis car ils n'ont pas appris eux-mêmes un des métiers de la restauration. On enlève ainsi un important échelon au niveau de la formation», explique le grand chef du Noirmont (JU).

«Et dans les restaurants qui forment les apprentis, on leur apprend comment préparer des langoustines, mais on ne leur apprend pas nécessairement la cuisson exacte d'une épaule de bœuf ou d'une épaule d'agneau. Du coup, on ne leur enseigne plus le savoir-faire de base de la profession», déplore Georges Wenger.

## «ILS N'ONT PAS PASSÉ LEUR PERMIS DE CONDUIRE!»

Pour illustrer la formation professionnelle telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui, Georges Wenger – «connu pour sa convaincante croisade en faveur des produits du terroir jurassien», selon l'édition 2005 du guide GaultMillau – n'hésite pas à utiliser la métaphore suivante pour qualifier les jeunes cuisiniers qui sortent d'apprentissage: «Ce sont des pilotes de formule 1 qui n'ont pas passé leur permis de conduire!»

Pour corriger le tir, le grand chef du Noirmont propose notamment de réintroduire une formation de base avec «un véritable apprentissage des goûts

et des textures». Des goûts et des textures que les deux meilleurs apprentis cuisiniers de chaque canton romand auront l'occasion de découvrir en travaillant deux jours durant avec les six chefs du restaurant gastronomique de Gastronomica, un restaurant qui affichera complet, chacun des 650 menus de 13 plats – proposés à 250 francs – ayant déjà été réservé.

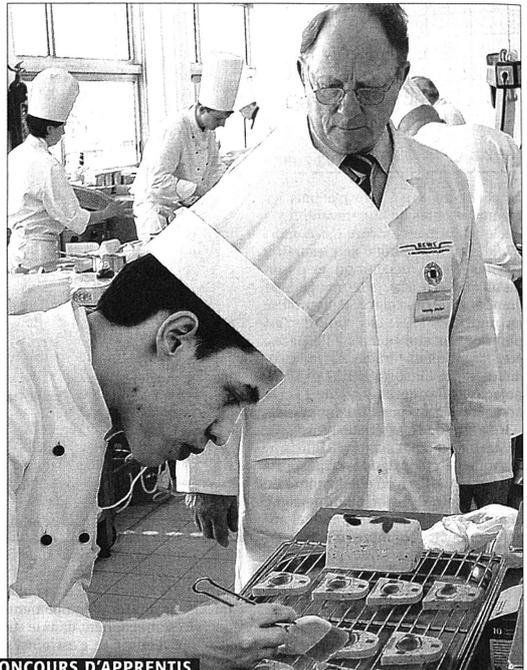
## LA FONCTION DIDACTIQUE DU RESTAURANT DES CHEFS

«Notre présence au restaurant des chefs de Gastronomica revêt aussi une fonction didactique qui nous permet de transmettre notre savoir aux jeunes. Et cela non seulement aux apprentis qui nous accompagnent à cette occasion, mais également à tous les jeunes professionnels qui se rendent à Gastronomica pour s'informer et pour s'imprégner de nouvelles idées», remarque Georges Wenger.

Relevons à ce sujet que cette fonction didactique sera encore mieux mise en valeur cette année. Des caméras seront en effet installées au-dessus des chefs affairés à leurs fourneaux. Elles permettront ainsi au public de suivre toutes leurs évolutions. Deux services seront proposés tous les jours, du samedi 30 octobre au mercredi 3 novembre, à 11h30 et à 14h00.

\* Le restaurant comportera au «piano» les six chefs de cuisine suivants, cités par ordre alphabétique: Philippe Chevrier, Didier de Courten, Etienne Krebs, Urs Messerli, Marcel Thürler et Georges Wenger.

Photo: Rewe



## CONCOURS D'APPRENTIS

La formation des apprentis cuisiniers se trouve aujourd'hui au centre d'un vaste débat. Ici, un concours d'apprentis organisé par la firme Rewe.

## PUBLI-REPORTAGE

# Comment utiliser votre site Web comme instrument CRM avec une gestion autonome

Le visiteur critique d'aujourd'hui souhaite être informé rapidement et dans les détails – et être séduit. iHotel est désormais là pour ça : le Content Management System à destination de l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.

Cela vous a-t-il convenu?, demande l'hôte à ses invités. Ceci pourrait être qualifié comme la forme primitive du Customer Relationship Management (CRM). Les temps changent mais le principe reste: la fidélisation de la clientèle est l'un des plus importants facteurs de succès d'une entreprise. L'hôte et son invité ne communiquent plus autour d'une table mais par l'intermédiaire de canaux très variés. Un de ces canaux est Internet, la plate-forme de communication et d'information du futur.

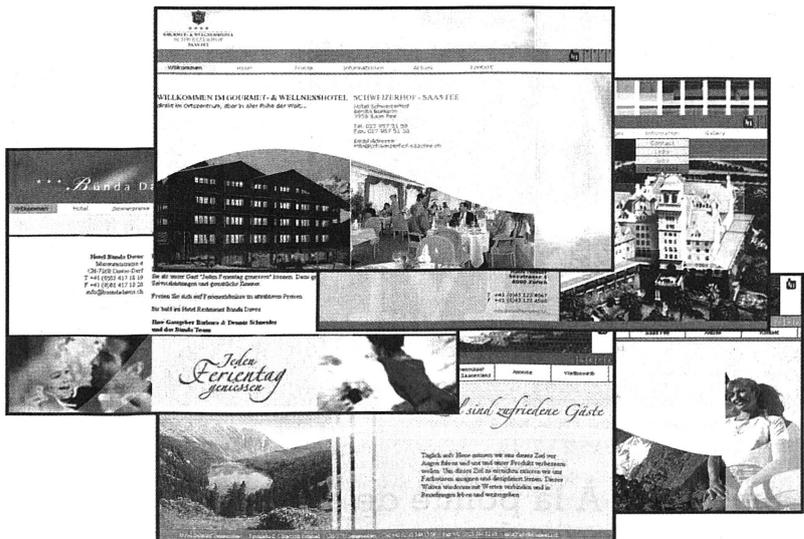
## 65% DE LA POPULATION SUISSE UTILISENT INTERNET

Pour une entreprise couronnée de succès, la présence d'Internet est une évidence. Cependant, la présence ne suffit pas – même dans le World Wide Web, la qualité et l'actualité comptent. Une entrée sur le Web doit se faire avec professionnalisme et être constamment mise à jour. Celui qui n'est pas Webdesigner a besoin d'un partenaire à ses côtés qui pourra lui offrir le savoir-faire nécessaire, une technologie parvenue à maturité, une assistance compétente ainsi qu'une structure des coûts transparente. iHotel est un Content Manage-

ment System conçu sur mesure pour la branche de l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme. Vous avez ainsi la possibilité de façonner individuellement votre entrée sur le Web, vous disposez d'un système de gestion autonome et utilisez les points forts du marketing en ligne tels que l'e-mail, la lettre d'information ou les réservations en ligne. Tout ce dont vous avez besoin est un ordinateur équipé d'une connexion Internet.

## COMMUNIQUEZ AVEC VOS INVITÉS VIA INTERNET

iHotel est simple comme un jeu d'enfant: les variantes de design graphique garantissent une présentation attractive tout en vous laissant toutes les libertés possibles en matière de couleur, de présentation et de choix des images. A l'instar des programmes Office bien connus, son utilisation est facile et intuitive. Le site Web est hébergé sur les serveurs de mirus:media ag, ce qui vous épargne des installations locales contraignantes. Le clou de iHotel: si votre site Web venait à être encombré, vous pouvez le gérer en toute autonomie. Vous pouvez par exemple modifier vos offres selon les saisons et placer des informations récentes sur la page



d'accueil. Par e-mail, vous répondez facilement et rapidement aux demandes de votre clientèle et envoyez des offres spéciales telles que des offres Last-Minute. A l'aide de quelques clics, vous pouvez modifier la présentation et télécharger de nouvelles photos – par exemple de vos invités. Et si vous ne savez plus que faire: le service d'assistance télépho-

nique de mirus:media ag assiste gratuitement les clients iHotel en leur dispensant des conseils compétents.

## FAITES CONFIANCE AU LEADER SUISSE DU MARCHÉ

mirus:media ag est une filiale de la société MIRUS Software AG. De-

puis quelques années, cette entreprise familiale de Davos propose des solutions complètes en matière de gestion d'entreprise aux secteurs de l'hôtellerie, de la gastronomie et du tourisme. iHotel est le seul Content Management System conçu exclusivement pour la branche: convivial, conçu sur mesure, «swiss made».

**HÔTELLERIE ET PARAHÔTELLERIE**

# Deux secteurs s'entrechoquent en Valais

Les impôts cantonaux sur la fortune montrent que les communes les plus riches sont celles qui profitent du boom de la parahôtellerie. D'où la montée au créneau du monde de l'immobilier au moment de la révision de la loi valaisanne sur le tourisme.

**DANIELLE EMERY MAYOR**

Là où il y a beaucoup de lits hôteliers, les recettes fiscales sont moins élevées et les communes sont plus endettées. Telle est l'affirmation de Gabriel Luisier, un député de la région de Verbier, qui s'est penché sur les statistiques: si l'on regarde le montant des impôts cantonaux sur le revenu et la fortune, les communes les plus rentables sont celles où le marché des résidences secondaires est florissant.

Après la présentation de ces conclusions à la presse par l'Union des Indépendants (UDI), le sujet a suscité de nombreuses réactions. Dans la ligne de mire de l'UDI: Valais Tourisme, qui s'attaquerait à la parahôtellerie «comme si ce secteur d'activité était un mal absolu», selon les mots de Gabriel Luisier. Celui-ci demande que «l'impact économique de la parahôtellerie soit mieux évalué». Le député PDC adressera donc une question écrite au Conseil d'Etat. Car «l'économie touristique ne marche pas comme on nous le dit».

**«AUTANT DE CUPIDITÉ AFFICHÉE, ÇA ME TUE!»**

Pour Patrick Béro, cette attaque arrive au moment où justement Valais Tourisme a demandé que soient inscrites dans la loi sur le tourisme des solutions pour équilibrer lits hôteliers et parahôteliers. Le directeur de l'Association hôtelière valaisanne dénonce la vision trop simpliste propo-

sée par Gabriel Luisier. Une vision à court terme qui serait, dit-il, le fait de quelques extrémistes intéressés par les profits du marché de l'immobilier: «Autant de cupidité affichée, ça me tue», lance-t-il non sans vigueur. Et d'assurer qu'il n'y a pas lieu de mettre en opposition hôtellerie et parahôtellerie: «L'avenir passe par une solution mixte, où la vente d'appartements sert par exemple à financer l'hôtel.»

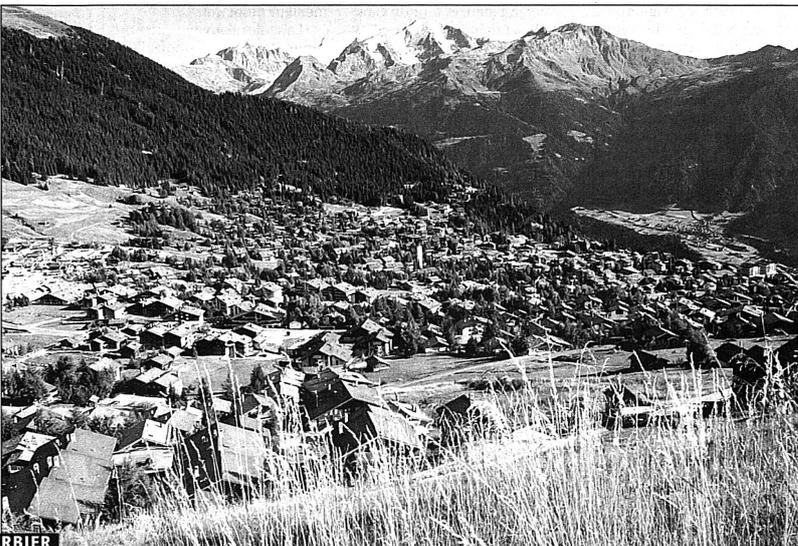
Pour Gabriel Luisier, le Valais doit se doter d'hôtels avec 200 chambres sous le même toit. «La, oui, il y a une demande. Ce n'est pas le nombre de lits hôteliers qui pose problème, mais la structure de l'hôtellerie. Les petits hôtels nécessitent une gestion trop onéreuse et ne peuvent pas profiter d'économies d'échelle». Pour Patrick Béro, qui rappelle que le Valais compte 10% seulement d'hôtels avec 81 lits et plus, ce qui fait la richesse du Valais, c'est justement ces petits établissements où l'artisan-hôtelier entretient un contact personnalisé avec son client.

**TENIR COMPTE DE LA VALEUR AJOUTÉE DES HÔTELS**

Patrick Béro revient aussi sur la valeur ajoutée de l'hôtellerie pour une région: «Le nombre d'enfants des employés de l'Hôtel Crans-Ambassador que je dirigeais représentait deux classes d'école! Et qui dit enfants et familles, dit également dépenses dans la région. On doit aussi tenir compte de cela.»

Dans un courrier des lecteurs publié sur le site Internet du quotidien valaisan «Le Nouvelliste», le jour de la conférence de presse de l'UDI, Daniel Guinnard, un agent immobilier de Verbier, s'en prend à la composition de la commission parlementaire chargée de réviser la loi sur le tourisme: «Aucun membre de la parahôtellerie n'y est représenté.» Les enjeux se situent donc bien là et les discussions vont aller bon train au fur et à mesure des travaux de la commission.

Photo: Swiss-Image



**VERBIER**

Plusieurs voix se sont élevées à Verbier pour signaler à Valais Tourisme – qui considérerait la parahôtellerie comme «un mal absolu» – que les communes les plus rentables sont celles où le marché des résidences secondaires est florissant.

Annonce

**REMONTÉES MÉCANIQUES FRIBOURGEOISES**

## L'avenir est loin d'être rose

Enième étude sur les remontées mécaniques fribourgeoises condamnées à la fusion ou à une collaboration accrue sous l'œil du Conseil d'Etat.

**JOSÉ SEYDOUX**

Suite à la demande faite aux cantons par le Secrétariat d'Etat à l'économie de ne plus octroyer de crédits LIM (Loi sur l'aide aux investissements dans les régions de montagne) aux sociétés de remontées mécaniques, le Conseil d'Etat fribourgeois a désiré élaborer une stratégie globale pour ces entreprises. La Promotion économique du canton de Fribourg a ainsi mandaté l'Institut «Economie et tourisme» de la Haute Ecole valaisanne (HEVs), à Sierre, de procéder à l'analyse économique et financière des sociétés fribourgeoises.

**PLUSIEURS FACTEURS NÉGATIFS À L'HORIZON**

Cette étude, conduite par Marie-Françoise Perruchoud-Massy, constate que les entreprises de remontées mécaniques fribourgeoises ne pourront durablement survivre sans des modifications drastiques de leurs structures, de leur management et de leur marketing. Elles seront en effet de plus en plus confrontées à des facteurs défavorables à leur fonctionnement: réchauffement climatique pour les domaines skiables sis à une altitude

inférieure à 1500 mètres, rentabilité difficile des sociétés ne pouvant assurer plus de cent jours d'enneigement (moyenne fribourgeoise actuelle de 85 jours), taille critique insuffisante des sociétés...

Les sept sociétés de remontées mécaniques fribourgeoises qui sont concernées par ces questions sont les suivantes: Lac Noir, Jaun/Bellegarde, Charmey, Moléson, La Berra, Les Paccots et Rathvel. Si l'étude souligne leur rôle central pour le tourisme – ce que toutes les études antérieures ont déjà démontré – il n'empêche que leur survie dépendra de leur capacité de collaboration, de synergie, voire de fusion. Cette dernière proposition, cependant, ne sied guère aux représentants des remontées mécaniques qui estiment qu'elle est utopique si les domaines skiables ne sont pas reliés.

**UN ARRÊTÉ DU CONSEIL D'ETAT**

Dans un arrêté, le Conseil d'Etat fribourgeois a fixé les nouvelles conditions d'octroi de crédits LIM pour les sociétés de remontées mécaniques. Celles-ci, dorénavant, devront présenter un plan d'affaires, prouver les moyens mis en œuvre pour améliorer leur rentabilité et respecter la stratégie définie dans le rapport de la HEVs, à savoir en particulier la concentration de l'offre sur les stations existantes et une intensification de la coopération entre les sociétés. On ne prévoit plus non plus de nouvelles installations, sinon pour remplacer les existantes.

**FORMATION CONTINUE  
GASTROSUISSE  
DE CAFETIER-  
RESTAURATEUR-HÔTELIER**

**GASTRO CARRIÈRE. COMPÉTENCES.**

**NOUVEAU  
AVEC BONS DE FORMATION  
POUR DAVANTAGE DE  
GASTRO.CARRIÈRE.COMPÉTENCES.**

Un simple appel et déjà vous aurez dans votre boîte aux lettres le set de formation de cafevrier-restaurateur-hôtelier avec deux bons de formation d'une valeur de CHF 700,-\*, resp. 500,-\* pour davantage de Gastro.Carrière.Compétences. Cette formation en trois paliers en cours d'emploi vous permet dès à présent d'économiser CHF 1'200,- et, qui sait, vous servira peut-être de tremplin dans votre carrière de compétence. Ne laissez pas échapper une telle occasion, appelez-nous dès aujourd'hui!

**GASTRO@SUISSE**

Formation professionnelle  
Av. Général-Guisan 42a  
1009 Pully  
Tél: 021 721 08 30  
Fax: 021 721 08 31  
formationprof@gastrosuisse.ch  
www.gastrosuisse.ch

**Pour ceux qui en valent!**

Apprenez à travailler en formation continue en tant qu'employé, indépendant ou professionnel. Formation professionnelle et continue.

\*Réduction des frais de séminaire grâce à l'initiative de qualification pour le marché du travail touristique, soutenue par le Secrétariat d'Etat à l'économie, seco

## Une razzia valaisanne au GP du vin

**Grand Prix du vin suisse.** Les Valaisans de Vinea l'ont organisé, pour l'Interprofession du vin suisse, et les triomphateurs du premier Grand Prix du vin suisse sont des vigneron... valaisans. Tel est le verdict, rendu public vendredi dernier à Berne.

Les Valaisans sont tous des vigneron confirmés. L'encaeur de Chamoson Michel Boven s'impose pour sa grande régularité. Denis Mercier, de Sierre, cumule deux prix pour son Ermitage 2001, meilleur vin

doux, et aussi le mieux noté (95,2 points sur 100) parmi les 300 de la finale du concours. En blanc en barriques, le Domaine Cornulus, à Savèze, s'impose avec un païen, «Cœur du Clos» 2002. Le même cépage permet au «Franc Tireur» 2003 des Fils Maye SA, à Riddes, de gagner dans les blancs secs monocépages. Le fendant Balavaud, Grand Cru de Vétroz, de Jean-René Germainier, remporte la Coupe Chasselas.

En rouge, sacre de deux valaisans encore, le cornalin

2003 de Serge Roh, de Vétroz, meilleur vin rouge classique, et le Grand Maître 2002, du Caveau de Salquenen, Gregor Kuonen et fils à Salgesch, meilleur pinot noir.

La seule relative surprise est venue de deux Tessinois: l'un, Sergio Monti, l'emporte parmi les assemblages rouges, avec le «Rosso dei Ronchi 2002». Et c'est un ex-conducteur de locomotive, Enrico Trapletti, qui coiffe, pour les rouges en barriques, les autres merlots avec son «Culdrée» 2000. **PT**

## Le forfait ski-assurance progresse

**Villars.** Lancé l'an dernier à Verbier et déjà pratiqué dans les grandes stations françaises et italiennes, le concept Snow-Care sera repris dès cette prochaine saison à Villars et à Crans-Montana, a annoncé la société Coris Assistance.

A Villars, c'est Télé-Villars-Gryon qui propose ce produit complémentaire. Pour la somme de 4 francs par jour, le client se verra remettre une attestation journalière qui le garantit contre les conséquences financières de la responsabilité

civile, des frais médicaux ou de transport ainsi qu'une assistance juridique pour tout accident survenant sur les pistes durant les heures d'ouverture. Quelques commodités de marketing s'ajoutent à cela, comme le remboursement du forfait et la mise à disposition d'un chauffeur privé pour le rapatriement.

«Français et Anglais notamment ne sont pas assurés contre ce genre d'accidents. C'est cette clientèle que le nouveau forfait ski-assurance

visé particulièrement», selon Coris Assistance qui précise avoir vendu plus de 50 000 forfaits l'an dernier à Verbier, alors que le produit était disponible à Zermatt et à Saint-Moritz à la mi-saison seulement.

Directeur des remontées mécaniques de Télé-Villars-Gryon, Pierre Besson estime pour sa part que cette «assurance est une incontestable plus-value pour la station».

Cette assurance devrait intéresser environ 10% de la clientèle. **JE**

### CRANS-MONTANA

## Un marketing plus efficace

Crans-Montana met en place un marketing de destination réunissant derrière la marque les principaux acteurs de la station.

■ DANIELLE EMERY MAYOR

Réunir les budgets marketing et définir ensemble une nouvelle stratégie de vente: voilà comment Crans-Montana souhaite se donner de nouveaux moyens pour augmenter les nuitées. La semaine dernière, 14 partenaires ont créé Crans-Montana Marketing (CMM), une association notamment composée des communes, de Crans-Montana Tourisme, des remontées mécaniques, du casino, du golf et de la compagnie de transport SMC.

Ces partenaires peuvent désormais promouvoir leur produit à l'intérieur de la marque. Pour l'heure, tous n'ont malheureusement pas soutenu financièrement CMM comme souhaité. La structure démarre avec 1,2 millions de francs (y compris les salaires). Soit 200 000 francs de plus par rapport à l'ancien budget. Mais ce chiffre devrait augmenter. La contribution en nature des hôteliers équivaudra à 70 000 francs (hébergement des journalistes et des tours-opérateurs).

### L'OPÉRATIONNEL EST BASÉ À CMT

L'opérationnel sur le terrain est mené par Philippe Sproll et son équipe au sein du département marketing et vente de Crans-Montana Tourisme (CMT). Le pilotage est assuré par un comité nommé pour quatre ans, et constitué d'un président, Joseph Bonvin (hôtelier), de Walter Loser (directeur de CMT), d'un représentant des municipalités, Paul-Albert Clivaz, et de Thorvald Sverdrup, membre du conseil d'administration des remontées mécaniques de CMA.

Fort développement de l'e-marketing, concept «Famille», MICE: voilà quelques-unes des pistes qui seront suivies. Au terme de chaque saison, CMM fera un reporting sur les résultats des activités. Des sondages auprès des clients permettront de connaître l'impact réel du marketing. Selon les résultats, CMM remplacera des activités infructueuses par d'autres.

Reclame

**BDO**  
BDO Visura  
Votre fiduciaire

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

Personne de contact:  
Monika Baco  
monika.baco@bdo.ch

BDO Visura  
Place Pépinié 1  
1002 Lausanne  
Tel. 021 310 20 23  
www.bdo.ch

### SUISSE TOURISME

## Un nouvel organigramme

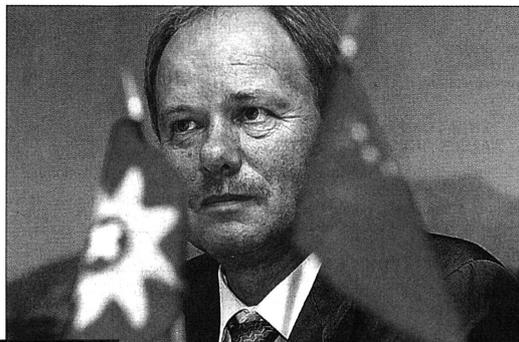
Suisse Tourisme a dévoilé mercredi son nouvel organigramme. Urs Eberhard a été nommé au poste de vice-directeur et, en tant que nouveau responsable du département «Marchés et MICE», il est à présent le suppléant de Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme.

■ LAURENT MISSBAUER

Etant donné que la Confédération lui a accordé moins de moyens financiers qu'il n'en demandait, Suisse Tourisme (ST) a revu son organigramme. Celui-ci présente un certain nombre de surprises. Ainsi, le vice-directeur Michel Ferla (56 ans), responsable jusqu'ici des marchés lointains et des mandats, quittera Zurich pour Paris où il s'occupera du nouveau département «France, Belgique et Espagne».

Directeur de la représentation de ST en France depuis un peu plus d'une année, Mark Schumacher quittera en effet ses fonctions au début de l'année prochaine. On relèvera à ce sujet que le siège de ST Paris a connu sept changements de directeur en neuf ans! Avant Mark Schumacher, le poste de directeur avait été occupé par Klaus Oegerli, Jean-Luc Payot, Marcel Fragnière, Olivier Chevallaz et... Michel Ferla. De retour donc à Paris, Michel Ferla conserve le titre de vice-directeur

Photo: Swiss-Image



MICHEL FERLA

Responsable jusqu'ici des marchés lointains et des mandats, Michel Ferla quitte Zurich pour Paris. Il n'est plus le numéro 2 de Suisse Tourisme.

de ST, un titre qui est désormais également porté par Urs Eberhard (47 ans).

Ce dernier, responsable jusqu'ici des marchés européens de ST, a été nommé responsable du nouveau département «Marchés et MICE». Celui-ci comprendra notamment l'Europe, l'Amérique du Nord, les pays scandinaves et les pays de l'Est, ainsi que le segment MICE (Meetings, Incentives, conventions, exhibitions). Urs Eberhard a aussi été nommé «avec effet immédiat» suppléant de Jürg Schmid, le directeur de ST.

Outre Urs Eberhard, qui est donc le nouveau numéro 2 de ST, Roger Zbin-

den (43 ans), directeur jusqu'ici des marchés japonais et coréens, a aussi été promu. Il est désormais responsable du nouveau département «Marchés clés asiatiques» qui, outre le Japon et la Corée, comprend Singapour, Taïwan, Hong Kong et la Chine, quatre marchés qui étaient dirigés jusqu'ici par Federico Sommaruga.

Enfin Urs Emch (44 ans) et Jürg Krebs (38 ans) dirigeront respectivement les nouveaux départements «Marketing» et «Partenariats stratégiques». Le second nommé dirigera également le marché suisse.

Lire aussi en page 7 du cahier allemand

### CAPRICES FESTIVAL DE CRANS-MONTANA

## Un «plus» pour la destination

Une étude de l'Université de Lausanne a relevé mardi que le Caprices Festival avait été positif pour la notoriété de Crans-Montana.

■ MIROSLAW HALABA

Les organisateurs du Caprices Festival peuvent plancher avec optimisme sur l'édition 2005 programmée du 26 février au 6 mars. La première manifestation, qui s'est tenue du 3 au 7 mars, a, en effet, connu un grand succès qu'est venu attester une étude de l'Université de Lausanne, menée sous la direction du professeur Francis Scherly. Présentée mardi à Lausanne, cette étude a montré que les organisateurs avaient fait de bons choix et que les points faibles étaient relativement mineurs.

Ainsi, en se positionnant comme «le premier festival d'hiver à la montagne», la manifestation a pris place dans un «créneau unique». En Suisse, trois festivals seulement se déroulent en hiver contre 75 en été. Même s'il aurait pu être «mieux défini», le mariage

«sports d'hiver-musique» s'est révélé être un concept «intéressant». La journée était divisée en quatre parties distinctes: la journée jusqu'à la fermeture des pistes, le début de soirée, la soirée, la nuit.

### PLUS DE QUATRE MILLE NUITÉES DIRECTES

Outre le festival «in», qui s'est déroulé sur trois scènes, le public a pu suivre le festival «off», soit une cinquantaine de prestations musicales gratuites sur onze sites, le tout animé par des démonstrations de snowboard, des spectacles de rue, des expositions ou des dégustations de vins. L'étude note que la programmation du festival «a été jugée très originale et diversifiée». La ligne musicale devrait toutefois prendre une tonalité «plus rock» dès l'an prochain.

L'idée d'organiser ce festival dans l'esprit du développement durable a aussi apporté des points positifs. Le festival a notamment servi de test au concept de zone piétonne. La campagne de communication a, par ailleurs, été «particulièrement bien gérée», relèvent les auteurs de l'étude.

L'étude estime à 2 millions de francs les retombées économiques directes et indirectes de la manifestation pour Crans-Montana. Quelque 10 000 visiteurs payants ont été enregistrés, dont la moitié ne venait pas du Valais. Le festival a généré au total 4150 nuitées directes: 2500 sont à mettre sur le compte de l'organisation et 1650 sur celui des spectateurs. Les entreprises locales ont «clairement profité» des dépenses liées à l'organisation. En raison notamment du mauvais temps, les commerces et les remontées mécaniques ont, en revanche, moins bénéficié des retombées directes. Les auteurs de l'étude s'accordent cependant unanimement à reconnaître que ce festival a «beaucoup apporté à la destination Crans-Montana, notamment à sa notoriété».

Parmi les points faibles, ils notent, entre autres, que l'offre de forfaits a été insuffisante. A mi-janvier, ceux-ci avaient en effet tout été vendus. Ils suggèrent également de renforcer la collaboration avec les acteurs du tourisme local, en particulier avec Crans-Montana Tourisme. Le festival «off», quant à lui, devrait être élargi car il anime toute la station.

### D'UNE LANGUE À L'AUTRE

**Les vols à bas prix sont très intéressants pour les hôtels zurichois.** Bien que la compagnie aérienne Swiss soit un partenaire stratégique de Suisse Tourisme, certains offices du tourisme n'hésitent pas à faire les yeux doux à d'autres compagnies. C'est notamment le cas de Zurich Tourisme qui collabore depuis le début de l'année avec Air Berlin, une compagnie aérienne allemande à bas prix, au niveau publicitaire. Frank Bumann, directeur de Zurich Tourisme, voit d'un très bon œil les vols à bas prix entre Berlin et Zurich avec Air Berlin, de même qu'entre Vienne et Zurich avec Niki, la nouvelle compagnie aérienne de l'ancien pilote de formule 1 Niki Lauda qui est partenaire d'Air Berlin. «L'argent économisé sur le vol permet de disposer d'un budget suffisamment important pour descendre à Zurich dans des hôtels de classe moyenne et même de classe supérieure», relève Frank Bumann. **Page 6**

**Valais Tourisme avec Coop.** Valais Tourisme et les remontées mécaniques valaisannes font un fleur aux détenteurs de la Coop-Supercard. Plus de quarante entreprises de remontées mécaniques échangeront en effet cet hiver des bons d'un valeur de 60 francs. Cette initiative revient à Valais Tourisme qui se réjouit des nombreuses synergies que cette opération engendrera non seulement auprès du demi-million de détenteurs de la Coop-Supercard, mais aussi auprès de 2,6 millions de ménages de Suisse qui recevront à cette occasion des informations touristiques sur le Valais. Par ailleurs, cette opération promotionnelle sera évoquée à la télévision, le 9 novembre, lors des émissions Telescoop et Studio Coop. Quant au journal Coopération, il présentera lui aussi cette initiative et publiera un reportage touristique sur le Valais. **Page 9**

### IMPRESSUM

**htr hotel + tourismus revue**

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

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

Responsable des médias: Christian Santschi

Rédaction: Rédactrice en chef: Manetta Dedual (MD)

Miroslaw Halaba (MH)

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethoz (JJE), Vevey, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), Le Châ-de-Fonds; José Sèveux (JS), Fribourg; Véronique Teneng (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Genevieve Zuber (GZ), Valais

Edition: Cheffe d'édition: Iris Smetel

Abonnements: Sabine Rothacher

Annonces: Marc Moser

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente)

Administration: Marc Moser

Impression: Blichner Grafico AG, Druckzentrum Berne

Tirage: 11'157 Ex, contrôlés REMP 2003, 20'000 Ex imprimés

Prix de vente: (TVA inclus)

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

ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Montbijouxstrasse 130, case postale, 3001 Berne

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

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

E-Mail: tr@swissotel.ch

Abonnements: Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,

E-Mail: abo@swissotel.ch

Annonces: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: moneta@swissotel.ch

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

E-Mail: moneta@swissotel.ch

Internet: www.swissotel.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

**hirslanden**  
Klinik Aarau

Die führende Privatklinikgruppe Hirslanden setzt mit ihren Kliniken Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen im Mittelpunkt.

Für unsere Klinik suchen wir nach Vereinbarung eine aussergewöhnliche Persönlichkeit als

## LEITER/IN RESTAURATIONEN

Sie sind mit Herz und Seele eine Gastgeberpersönlichkeit mit gepflegtem Auftreten, guten Umgangsformen, kundenorientiertem Denken und Führungserfahrung. Mit Ihrer hotelgewerblichen Ausbildung sind Sie sehr motiviert und freuen sich auf eine verantwortungsvolle Aufgabe im Restaurant-, Cafeteria-, Personalrestaurant-, Room-Service-, Bankett- sowie Cateringbereich. Sie organisieren Veranstaltungen, optimieren Arbeitsabläufe, analysieren Verkaufszahlen und führen Ihre Mitarbeiter im operativen Geschäft der Restaurationen. Aufgrund Ihrer Hotelerfahrung in 4/5-Sterne Hotels haben Sie exzellente Kenntnisse über Weine und kulinarische Köstlichkeiten. Sie handeln stets mit Genauigkeit gemäss den qualitativen Standards der Restaurationen und leben die Philosophie unseres Hauses vorbildlich aus. Die Zufriedenheit Ihrer Gäste und die Rentabilität Ihrer Bereiche sind für Sie elementare Werte und leiten Sie in allen Ihren Handlungen. Sie sind zwischen 30-40 Jahre jung, innovativ und werden eigene Ideen einbringen und verwirklichen können.

Für zusätzliche Informationen steht Ihnen Herr Mike Arreza, Leiter Dienste, T 062 836 79 23, E-Mail mike.arreza@hirslanden.ch, gerne zur Verfügung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

**Hirslanden Klinik Aarau** Frau Ursula Bopp Personalleiterin  
Schänisweg 5001 Aarau T 062 836 75 20 F 062 836 75 42  
ursula.bopp@hirslanden.ch www.hirslanden.ch

164046



An Weihnachten 2005 eröffnet das neue 4\* Hotel «The Matter» hoch über Zermatt seine Tore. Schon jetzt suchen wir Sie, die

## perfekte Gastgeberin mit Herz

für die urbanen Gäste, welche sich im Designer-Hotel «The Matter» rundum wohl fühlen sollen. Das luxuriöse Angebot im Winter wie im Sommer umfasst 16 grosszügige Suiten, 6 Doppel- und 5 Einzelzimmer sowie die top Wellness & Fitnesslandschaft. Eine moderne Wohnung wartet auf Sie, wenn Sie ab Anfang Januar 2005 die Fertigstellung des Hotels begleiten, Ihr freundliches Team rekrutieren und die Eröffnung planen.

Sind Sie bereit, die grosse Herausforderung das «The Matter» zum Erfolg zu führen, anzunehmen?

### Dann schicken Sie uns Ihre Bewerbung:

Hans C. Leu und Martin Emch, Turicum Hotel Management Group,  
Kronenstrasse 42, 8006 Zürich, Telefon 044 368 60 00,  
martin.emch@turicum-hotels.ch.

Vielen Dank!

164112



**HOTEL UND  
RESTAURATIONSBETRIEBE  
DER THERMALQUELLE AG**  
5330 ZURZACH

Für unser **Thermalbadrestaurant (Free-Flow-Erlebnis)** 300 Sitzplätze suchen wir auf den 1. Januar 2005 oder nach Übereinkunft

## • Küchenchef

Wir bieten Ihnen eine interessante Position, bei der Sie die Verantwortung über unsere Küche übernehmen. Sie sind belastbar, qualitätsorientiert, lieben Ihren Beruf, stecken voller Kreativität, setzen gern Ihr Fachwissen ein und motivieren Ihre Mitarbeiter.

sowie

## • Küchenchef Tournant

Zur Ablösung unserer Küchenchefs

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

Thermalquelle AG, Herr Daniel Lareida, Direktion  
5330 Zurzach, Telefon 056 265 2222

164047

Für ein qualitätsbewusstes \*\*\*\*Haus mit 60 DZ, Konferenzräumen und neuer Wellness-Area im Herzen der Zentralschweiz suchen wir ein erfahrenes

## Direktionsehepaar / Hoteldirektor

Sie sind verantwortlich für die gesamte Leitung und das Funktionieren des Betriebes. Sie rekrutieren und coachen Ihre MitarbeiterInnen auf allen Stufen. Sie pflegen die Beziehungen zu den Gästen und zur Tourismusbranche. Sie begeistern sich für Marketing und Verkauf, besitzen Durchsetzungsvermögen und Macherqualitäten.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung unter Chiffre 164150 an  
hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

164150

INHALT: Deutsche Schweiz 2-6 / Svizzera italiana 8 / International 8 / Stellengesuche 8

SOMMAIRE: Suisse romande 6, 8 / Marché international 8 / Demandes d'emploi 8

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

**AG**  
ACTIVE GASTRO ENG

Die Tage werden kälter -  
auf dem Stellenmarkt wird's heiss

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

Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

**hoteljob**

Ihre Stellenvermittlung

**hotellerie suisse**

Hoteljob Personalberatung  
Montbijoustrasse 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

**gastro**

[www.gastro-s.ch](http://www.gastro-s.ch)

gastro S Haus Howald GmbH  
KL-Zentrum  
5080 Laufenburg  
Tel. +41 62 869 40 40

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

Grossstes 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

## DOMINO GASTRO

Ihre 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!

## Jungköchellinnen/Chef de Partie/Servicefachangestellte/Receptionistinnen

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, Genéve	061 261 56 50
Romandie, Lausanne	061 261 56 50

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

National  
BERN

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

## Réceptionist/in (100%)

für unseren Familienbetrieb direkt im Zentrum von Bern. Unser Haus verfügt über 46 Zimmer, Restaurant, Theater, Disco-Bar...

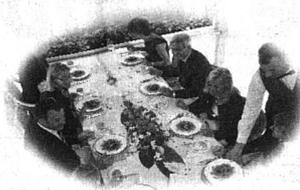
Neben der Betreuung unserer internationalen Gäste bieten wir eine vielseitige Tätigkeit mit einem guten Arbeitsklima.

Wenn Sie einen Hotelfach- oder Handelsschulabschluss sowie D/F/E, EDV- und Hogatex-Kenntnisse mitbringen, dann sind Sie bei uns genau richtig.

Zögern Sie nicht und senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Restaurant-Theater National  
Frau Maria Barhoumi-Grünenwald  
Hirschengraben 24  
3011 Bern  
Tel. 031 381 19 88

164054

HOTEL DU LAC  
LUGANO-PARADISO

DA GENNAIO/FEBBRAIO 2005  
È DISPONIBILE LA POSIZIONE DI

CHEF DI CUCINA  
IN POSIZIONE ANNUALE

PER LA GESTIONE DI UNA BRIGATA DI 8-10 PERSONE.

SI IDENTIFICA NELLA CUCINA MEDITERRANEA?  
LE PIACE IL LAVORO INDIPENDENTE E VARIATO?

HA MATURATO ESPERIENZA NEL SETTORE ED È MAESTRO DI TIROCINIO?

HA UNA ETÀ COMPRESA TRA 30-40 ANNI?

HA PREDISPOSIZIONE NEL LAVORO DI SQUADRA?  
LE MOSTRIAMO VOLENTIERI LA CUCINA, LA SALA,  
IL RISTORANTE, LE CARTE ED I MENU.

MANSIONI E COMPETENZE LE VERRANNO ILLUSTRATE  
DETTAGLIATAMENTE DURANTE UN COLLOQUIO.

SE FOSSE INTERESSATO AD UNA NUOVA SFIDA  
LA PREGHIAMO DI INVIARCI LA SUA

RICHIESTA, COMPLETA DI CURRICULUM CON FOTO  
E COPIE DEI CERTIFICATI A:

ALBERGO DU LAC, UFFICIO PERSONALE,  
RIVA PARADISO 3, CH- 6902 PARADISO

TEL. ++41 91 986 47 47, WWW.DULAC.CH



164145



Wir suchen für die Region Zürich

Projektleiter(in)  
Unterhaltsreinigung

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

## Anforderungen:

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

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

Mündliche Spanisch- und/oder Italienischkenntnisse von Vorteil.

## Wir bieten:

Weitreichende Kompetenzen und Verantwortung, grosse Freiheit und Selbstständigkeit.

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

CRS Daniela Kälin Postfach 1923 8065 Zürich  
Fax 044 8089998 Daniela.Kaelin@crsms.ch

164099

## MIGROS

Abwechslungsreiche Küche heisst in den M-Restaurants nicht: mal so, mal so! Vielseitigkeit statt Durchschnitt ist gefragt, und auch die Qualität muss stimmen: gesund und bekömmlich sollen die Speisen sein - und vor allem schmecken.

Für unseren Bereich M-Gastronomie der Migros Aare mit Arbeitsort Schönbühl suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

## Stv. Leiter Partyservice

Sie werden die Akquisition von Grossanlässen übernehmen und diese nach Kundenwünschen in Zusammenarbeit mit den Partyservice-Standorten der Migros Aare organisieren. Zudem sind Sie für die Koordination und die Durchführung dieser Anlässe verantwortlich.

Sie haben die Hotelfachschule abgeschlossen und sind ein versierter Gastroprofi mit Erfahrung in Food & Beverage und im Bankettwesen.

Sie sind flexibel bezüglich Arbeitszeiten, lieben den Kundenkontakt und sind stark im Verkauf. Ausserdem sind Sie ein guter Organisator und ein Praktiker mit Freude an Fronteinsätzen.

Sie können davon ausgehen, dass Sozialleistungen, Karrieremöglichkeiten und zusätzliche Einrichtungen bei der Migros über dem Durchschnitt liegen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

## Genossenschaft Migros Aare

Urs Bucher, Leiter Personelles  
Industriestrasse 20, 3321 Schönbühl  
Telefon 031 858 86 74  
urs.bucher@gmaare.migros.ch

Weitere Informationen: www.migros.ch

164119

KLINIK  
BARMELWEID

Die neue und moderne Spezialklinik Barmelweid, eingebettet in die wunderschöne Landschaft oberhalb von Aarau, ist ein Akutspital und eine Rehabilitationsklinik mit 130 Betten. Mit rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bieten wir Dienstleistungen in den Bereichen Pneumologie, Schlafmedizin, med./kard. Rehabilitation und Psychosomatik an.

Für die Führung unserer Spital- und Restaurantküche suchen wir per 1.1.2005 oder nach Vereinbarung eine / einen

## Küchenchefin / Küchenchef (100%)

Zusammen mit dem Küchenteam sorgen Sie für eine Verpflegung, die den modernen Anforderungen an die Spitalküche und Hotellerie zu genügen vermag. Die Ernährungsberatung unterstützt Sie bei speziellen Kostformen.

Sie übernehmen selbständig die Menüzusammenstellung und sind für das kulinarische Verwöhnen unserer Gäste zuständig. Nebst der Patientenverpflegung verstehen wir darunter die Verpflegung von Personal und Besuchern im öffentlichen Restaurant Piazza (70 Plätze) und Bankette.

Diese anspruchsvolle Aufgabe verlangt nebst der abgeschlossenen Ausbildung als Dipl. Spitalkoch und/oder Diätkoch, Führungserfahrung, Fähigkeit Mitarbeiter zu fördern, Initiative, Organisationstalent, Flexibilität, Kreativität und Kostenbewusstsein.

Sie finden bei uns eine geregelte Arbeitszeit, zeitgemässe Entlohnung und gute Sozialleistungen sowie eine interessante und selbständige Tätigkeit in modernem Umfeld.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Für Auskünfte wenden Sie sich bitte an Herrn Rolf Blättnar, s.v. Küchenchef, Tel. 062 857 23 96. Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Klinik Barmelweid AG, Frau Brigitte Burkhardt, Leitung Personal, 5017 Barmelweid (Tel. 062 857 23 62).

164081



## Service und Küche

human resources management

management

Für unsere anspruchsvollen Kunden im **Catering- und Eventbereich** suchen wir für diverse Einsätze schweizweit Mitarbeiter in den Bereichen

## Service und Küche

Wenn Sie eine entsprechende Ausbildung erfolgreich absolviert haben, Banketterfahrung mitbringen, ein gepflegtes Äusseres haben, jung und flexibel sind, würden wir uns über ein persönliches Kennenlernen freuen. Wir garantieren interessante Einsätze in exklusiver Umgebung.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an Frau Daniela Leitner, d.leitner@hotelstaff.ch oder Frau Sonja Umjenovic, s.umjenovic@hotelstaff.ch, EUROJOBS (Schweiz) AG, Abteilung hotelstaff, Lintheschergasse 3, 8023 Zürich 1, Tel. 01 229 90 00.

164133



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

Zur Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir einen

## Sous Chef m/w

Sie haben Erfahrung in der mediterranen Küche.

**Ihre Aufgaben:** Verantwortlich für den reibungslosen und effizienten Küchenablauf, Einhaltung der Hygiene- und Lebensmittel-Vorschriften, Einkauf, Angebotsplanung, Mitarbeiterführung und -einsatzplanung.

**Sie bringen mit:** Mehrjährige Erfahrung in einer ähnlichen Position, Sie verfügen im weiteren über Durchsetzungsvermögen, Führungserfahrung, Kreativität und sehen sich als Motivator und Coach.

Ausserdem suchen wir

## Koch m/w

**Wir bieten:** In einem interessanten Umfeld eine abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe sowie diverse Mitarbeitervergünstigungen im gesamten Betrieb.

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

164146

## SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

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

PARKHOTEL  
DELTA  
ASCONA

Das Parkhotel Delta in Ascona ist ein renommiertes **Fünf-Sterne-Hotel** mit 51 Zimmern in mediterranem Stil, inmitten einer aussergewöhnlichen Parkanlage mit 80'000 m<sup>2</sup>. Hier wird professioneller Service mit charmanter Wohlfühl-Atmosphäre verbunden. Zusätzlich bieten das Restaurant Delta (5 Pf. Gault Millau), die Pianobar, die Poolbar, die Tennisplätze und -Bar, die Delta Beach Lounge am See, der Delta Relax Wellness- und Beautybereich, das Kinderparadies und der Tierpark unseren grossen und kleinen Gästen Genuss im Überflus.

Vizedirektor Michael Zbinden übernimmt nun selber ein Hotel als Direktor. Entsprechend ist die folgende Stelle neu zu besetzen:

## Direktionsassistent/Vizedirektor (m/w) in Jahresstelle

Sind Sie eine qualifizierte Fachkraft mit administrativer Ausbildung/Hotelfachschule, **sehr guten mündlichen sowie schriftlichen Sprachkenntnissen in D, I, F und E** und bringen **Praxiserfahrung in Führungspositionen der Bereiche Réception sowie F&B** mit? Zählen Sie selbständiges und verantwortungsbewusstes Arbeiten zu Ihren Stärken? Dann können Sie bei uns schon bald eine wichtige Stelle besetzen. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen, schriftlichen Unterlagen mit Foto!

Parkhotel Delta: Adrian Stalder, Direktor / Simona Affentranger, Human Resources

PARKHOTEL DELTA - VIA DELTA 137 - 141 - CH-6612 ASCONA  
TEL +41 (0)91 785 77 85 - FAX +41 (0)91 785 77 35 - www.parkhoteldelta.ch

164141

BEST WESTERN  
HOTEL INTERLAKEN  
SCHWEIZ - SUISSE - SWITZERLAND

Als eines der führenden \*\*\*\*Hotels in Interlaken suchen wir nach Vereinbarung den/die

Chef de Réception  
und Stellvertreterin der Direktorin

- Wenn Sie zwischen 25 - 45 Jahre und teamorientiert sind,
- in den letzten Jahren konsequent an Ihrer Karriere gearbeitet haben
- über eine sehr gute Ausbildung verfügen
- erfolgreiche Führungserfahrung in der Hotelbranche nachweisen können
- sich in den Dienst der Gäste stellen
- D/F/E mündlich und schriftlich beherrschen
- über ein kommerzielles Geschick verfügen
- projektorientierte Marketingmassnahmen umsetzen

dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen.

Für weitere Informationen steht Ihnen unser jetziger Vizedir. / Chef de Réception Herr R. Jaun jederzeit zur Verfügung.

## Hotel Interlaken

z.Hd. Frau Anna Beutler

Höhenweg 74

3800 Interlaken

Tel: 033 826 68 68 Fax: 033 826 68 69

www.interlakenhotel.ch, interlakenhotel@bluwin.ch

164137

**Adecco**  
HOTEL & EVENT



Temporär-, Dauer- und Kaderstellen

**Sales Manager/in**

Wir suchen eine selbstständige professionelle Persönlichkeit, die ein grosses Businesshotel in Basel mit grossem Einsatz verkauft. Sie bringen fundierte Berufserfahrung in der Hotellerie sowie im Sales-Bereich mit und kennen die Region Basel und ihre Anlässe. Auch die Akquisition neuer Kunden und die Betreuung der Stammkunden gehören zu Ihren Hauptaufgaben. Weitere Informationen über diese interessante Herausforderung gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch.

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

**Réceptionist/in**

Für ein renommiertes Vier-Sterne-Hotel in Zürich suchen wir eine aufgestellte Person, die bereits Erfahrungen aus der Drei- bis Fünf-Sterne-Hotellerie mitbringt. Sie haben sehr gute Kenntnisse im Fidelio, Word und Excel, und Sie beherrschen Deutsch, Englisch sowie Französisch. Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

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

**Meeting- und Event-Manager/in**

Für ein grosses Vier-Sterne-Stadthotel in Basel suchen wir per sofort einen verkaufstarken F&B-Manager, der alle Anlässe im Haus organisiert und koordiniert. Sie sind verantwortlich für den Verkauf der Bankette und die Beratung bei Tagungen, verwalten die Räumlichkeiten und betreuen die Gruppenreisen. Weitere Informationen über diese interessante Herausforderung gebe ich Ihnen gern bei einem persönlichen Gespräch.

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

**Sous chef m/w**

Für einen bekannten Hotelbetrieb im Toggenburg suchen wir den neuen Stv. Küchenchef. Sie sind kreativ, kennen sich mit der regionalen sowie der internationalen Küche bestens aus, zeichnen sich als Macher aus und sind ein echtes Organisationstalent. Zudem erkennen Sie betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und können diese erfolgreich umsetzen. Interessiert an einer neuen, herausfordernden Aufgabe? Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

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

**Jungkoch / Chef de partie m/w**

Für einen Restaurationsbetrieb in der Agglomeration Zürich suchen wir einen jungen, flexiblen, motivierten und aufgestellten Kochkünstler, der bereits Berufspraxis in der Gault/Millau-Küche mitbringt oder diese Erfahrung zu seinem Fachwissen hinzufügen will. Sie haben eine Kochlehre abgeschlossen und brennen nun darauf, neue Gerichte zu kreieren. Sie fühlen sich in einem kleinen Team wohl und sind betreffend der Arbeitszeiten flexibel. 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 | Commis de rang | Commis de cuisine  
Betriebsassistenten | Hotelfachassistenten

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



Für unseren Kunden, ein renommiertes 5\* Hotel im Raum GR, suchen wir nach Vereinbarung eine versierte Persönlichkeit als

**Restaurationsleiter/in**

Mit ausgewiesener Berufserfahrung (3-5 Jahre) in einem Restaurant der Grössenordnung von bis zu 30 Mitarbeitern. Sie haben die Hotelfachschule abgeschlossen und bringen vertiefte Kenntnisse sowie ausgewiesene Führungserfahrung mit. Ihre Sprachgewandtheit in E/F/I von Vorteil befähigt Sie im Umgang mit unserer internationalen Kundschaft. Als belastbarer Motivator kommunizieren Sie auf allen Ebenen des Unternehmens professionell. Sie stellen den reibungslosen Ablauf zwischen Service und Küche sicher und tragen zur geschäftlichen Weiterentwicklung unserer Restauration bei. Absolutes MUSS: Muttersprache CH-D/D. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung.

Für einen weiteren Kunden, ein First-Class-Hotel im Raum GR, suchen wir nach Vereinbarung eine hochkarätige Persönlichkeit als:

**Personalleiter/in**

Sie haben die Ausbildung zur Personalfachfrau/-mann mit eidg. Fachausweis erfolgreich abgeschlossen und konnten bereits mehrere Jahre im Human Resources-Bereich eines Hotels dieser Grössenordnung (ca. 350 Mitarbeiter) sammeln. Unternehmerisches Denken und Handeln, Kontaktfähigkeit auf allen Stufen sowie persönliche Belastbarkeit sind für Sie selbstverständlich. In den Sprachen D/E und evtl. I sind Sie sattelfest. Idealerweise sind Sie zwischen 30 und 40 Jahren. Sollten Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an Frau Daniela Leitner, d.leitner@hotelstaff.ch, EUROJOBS (Schweiz) AG, Abteilung hotelstaff, Lintheschergasse 3, 8023 Zürich 1, Tel. 01 229 90 16.

**Haus zum Rüden**

Wir sind ein renommiertes Erstklass Restaurant mit internationaler Kundschaft im Herzen von Zürich mit Banketträumlichkeiten bis 150 Personen und dem Restaurant Gotischer Saal im 1. Stock mit moderner, marktgerechter Küche.

Wir suchen nach Vereinbarung einen kompetenten, visierten und erfahrenen

**Küchenchef**

der sich der Herausforderung stellt.

Zusätzlich suchen wir einen jüngeren

**Chef de Partie**

zur Ergänzung unseres Teams!

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen!

Willi Gloor, Haus zum Rüden, Telefon 044 2619566  
Limmatquai 42, 8001 Zürich

info@hauszumrueden.ch www.hauszumrueden.ch



Wir sind eine Marketingorganisation mit über 60 Erstklass-Hotels weltweit.

Per 1. Dezember 2004 oder nach Vereinbarung suchen wir für den Seminarbereich Meetingclick eine:

**Seminarorganisatorin/Sales Assistant**

Neben administrativen Arbeiten sind Sie verantwortlich für die Koordination und Organisation der Kundenakquisition und Verkaufsbesuche in der ganzen Schweiz. Ihre Stärken sind Planung, Kommunikation und gewandter Umgang mit Kunden. Mit feinem Gespür erkennen Sie die Anliegen unserer Kunden und nutzen Ihre mehrjährige Erfahrung in der schweizerischen Hotellerie.

Sie sind Schweizerin, zwischen 25 und 30 Jahre jung, Muttersprache Schweizerdeutsch, beherrschen Französisch wie Ihre Muttersprache (mit Vorteil Bilingue) und Englisch in Wort und Schrift. Im weiteren besitzen Sie den Führerausweis und mit Vorteil ein Diplom einer anerkannten Hotel- oder Tourismusfachschule.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Beatrice Tschumi:

Swiss International Hotels/Meetingclick, Butzenstrasse 39, 8038 Zürich. www.sih.ch / www.meetingclick.ch  
Telefon: 01 487 14 52.



Nach langjähriger Mitarbeit habe ich mich entschlossen einen weiteren Schritt in meinem Leben zu unternehmen und werde das Hotel Interlaken per Ende Februar 2005 verlassen. Aus diesem Grund suche ich einen Nachfolger für meine Stelle als

**Chef de Réception und Stellvertreter der Direktion**

Zu meinem Aufgabengebiet gehört:

- Führung des Hotelbetriebes (Hotel und Etage)
- Führung des Réception-Team
- 100%-ige Mitarbeit an der Réception
- Stellvertretung und Unterstützung der Direktorin
- Mitgestaltung neuer Angebote
- Koningentsüberwachung
- Seminar- und Anlaseorganisation
- Verhandlung mit Reisebürogentem
- Vertragsabschlüsse mit Reisebürogentem
- Teilnahme an wöchentlichen Kadersitzungen
- u.v.m.

Die Stelle ist sehr abwechslungsreich und interessant. Ein höchstes Mass an Verantwortungsbewusstsein ist Voraussetzung. Sind Sie bereit meinen Arbeitsplatz zu übernehmen?

Gerne erwarte ich Ihre schriftliche Bewerbung:

Hotel Interlaken  
z.Hd. Herrn Roger Jaun  
Höheweg 74  
3800 Interlaken  
Tel: +41 33 826 68 68  
Fax: +41 33 826 68 69  
Mail: r.jaun@interlakenhotel.ch

**Kantonsspital Münsterlingen**  
Spital Thurgau AG

Für den Küchenbetrieb am Spitalplatz Münsterlingen (Patienten-, Veranstaltungs- und Mitarbeiterverpflegung des Kantonsspitals und der Psychiatrischen Dienste) suchen wir in unser Küchenkader nach Vereinbarung eine/einen

**Chef de partie**

mit Führungserfahrung (Pensum 100%)

**Aufgaben** Nach der Einführungsphase im Küchenbetrieb arbeiten Sie als Kadernitglied und unterstützen dabei den Leiter Küche und seinen Stellvertreter in sämtlichen Führungsaufgaben.

**Profil** Dieses vielseitige und interessante Aufgabengebiet erfordert mehrjährige Berufserfahrung, mit Vorteil in verschiedenen Fachbereichen und idealerweise einen Zusatzabschluss als Gastronomie- oder Spital-/Heimkoch. Sie sind flexibel (Abend- und Wochenenddienste), routiniert in Führungs- und Organisationsfragen, verfügen über eine kooperative, motivierende, effiziente und kundenorientierte Arbeitsweise, haben ein administratives Flair und besitzen gute PC-Kenntnisse (Microsoft-Produkte).

**Auskünfte** erteilt Ihnen gerne Christoph Lisser, Leiter Küche, Telefon 071 686 43 08.

**Bewerbung** mit den üblichen Unterlagen senden Sie an: Kantonsspital Münsterlingen, Personaldienst, Postfach, 8596 Münsterlingen.

**TOURISMUS**



Emmetten ist mit dem Gütesiegel „Familien willkommen“ ausgezeichnet. Der Sommer- und Winterferienort liegt im Herzen der Schweiz, an herrlicher Aussichts- lage, gut erschlossen mit Luftseilbahnen, öV und Strasse.

Für die Geschäftsleitung von Tourismus Emmetten suchen wir per Frühjahr 2005 oder früher eine initiative, loyale, zielorientierte

**Tourismusfachperson (80 % Anstellung)**

**Ihre Aufgaben**

- Führen der Tourist Info und der Vereinsadministration
- Vertretung des Tourismus Emmetten nach innen und aussen
- Weiterentwicklung des Gütesiegels „Familien willkommen“ und GoldiPausch.ch
- Sicherstellung der Gästeinformation und - Aktivitäten
- Zusammenarbeit mit Partnern und Leistungsanbietern

**Ihr Profil**

- Weiterbildung im Tourismus
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Projekterfahrung
- Sehr gute PC-Kenntnisse
- Kommunikation in Deutsch, Französisch und Englisch
- Grosse Eigenmotivation, kommunikativ, belastbar

**Unser Angebot**

- Arbeit in einem kleinen Team mit vielen Kompetenzen und grosser Selbstständigkeit
- Vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten

Haben wir Sie angesprochen? Für Auskünfte steht Ihnen die jetzige Geschäftsleiterin Frau Bernadette Christen, Telefon 041 620 15 64, gerne zur Verfügung. Absolute Diskretion sichern wir Ihnen zu.

Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen mit Gehaltsvorstellung senden Sie bitte an: Vorstand Tourismus Emmetten, Mario Würsch Hinterhostattstrasse 4, 6376 Emmetten  
www.tourismus-emmetten.ch



BADEHOTEL BRISTOL  
LEUKERBAD

Das Badehotel Bristol wurde im Jahr 2001 komplett renoviert und bietet folgende Infrastruktur: 85 Zimmer, Restaurant, Bar mit Piano-Lifemusik, privater Thermalbade-park mit 1 Hallenbad und 2 Aussenbädern, Biosauna, Fitnessraum, Therapieabteilung, Schönheitszentrum.

Das besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und freundliche Betreuung unserer Gäste durch alle Mitarbeiter – die herzliche Atmosphäre.

Wir suchen eine

### Empfangssekretärin/Rezeptionistin (m/w)

- mit ausreichend Berufserfahrung an der Rezeption
- mit abgeschlossener Berufsbildung als Hotelfach-assistentin/Rezeptionistin
- mit Fremdsprachenkenntnissen
- mit Sprachkenntnissen: Deutsch und Französisch oder Italienisch

An unserer Rezeption müssen Sie flexibel und belastbar sein, da Sie alle üblichen Rezeptionsarbeiten sowie Reservierungen, Korrespondenz und die Koordination der Therapie- und Kosmetikplanung übernehmen. Zudem erwarten unsere Gäste eine persönliche, freundliche und kompetente Betreuung. Wir bieten Ihnen ein interessantes Umfeld in einem jungen, motivierten Team. Gerne erzählen wir Ihnen bei Interesse mehr über uns.

Bitte kontaktieren Sie uns nur, wenn oben genannte Kriterien auf Sie zutreffen. In diesem Fall freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild.

Hotel Bristol, Rathausstr. 51, CH-3954 Leukerbad  
www.bristolleukerbad.ch  
Tel. 027 472 75 00, Fax 027 472 75 52  
bristolleuk@bluewin.ch



ALPINE CLASSICS  
PRIVATE HOTELS

164126



Ein Hotel des **ALPINE CLASSICS** Ferienvereins

Das Club Hotel Altein bietet rund 300 Gästen Platz. Es stehen verschiedene Restaurants, eine Club-Bar mit Live-Musik sowie eine attraktive Wellness-Abteilung mit Erlebnisbad, Solbad, Fitness, Massage, Sauna, Dampfbad usw. zur Verfügung (Fitness und Bäder sind auch für unsere Mitarbeiter gratis zugänglich). Spielräume für jung und alt sowie eine Kinderecke für unsere jüngsten Gäste gehören ebenfalls zum Angebot.

Sind Sie interessiert, in dieser spannenden Umgebung unsere Gäste zu verwöhnen?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Mitte November 2004 noch einen dynamischen, motivierten und teamfähigen

### Direktionsassistenten

in Jahresanstellung. Haben Sie genau soviel Erfahrung im F&B-Bereich wie in der Personalbetreuung und das Wohl unserer Gäste liegt Ihnen besonders am Herzen? Dann sind Sie genau die richtige Person.

Für weitere Informationen zögern Sie nicht uns anzurufen. Bei einem persönlichen Gespräch möchten wir Sie gerne kennen lernen. Bitte senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto zu. Wir freuen uns auf Sie!

Club Hotel Altein  
7050 Arosa  
Dominik Stalder, Direktor  
Tel. 081 377 31 51  
Fax 081 377 45 75  
www.altein.ch  
clubhotelaltein@bluewin.ch

Arosa



164123



Z E R M A T T

Wir sind ein persönlich geführtes Haus mit 38 Betten an bester Lage. Für kommende Wintersaison suchen wir noch folgenden neuen Mitarbeiter

### kreativer Jungkoch (Köchin)

zur selbstständigen Führung, der auf den neuesten Stand umgebauten Küche.

Fühlen Sie sich angesprochen?  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Anruf.

Familie Silvia & Wendelin Julen  
Hotel Touring, 3920 Zermatt  
Telefon 027 967 11 77 / Fax 027 967 46 01  
E-Mail: touring@gmx.net / Internet: www.touring.buz.ch

164094



HOTEL ENGEL  
STANS

Carine und Mario Hug  
Dorfplatz 1  
6370 Stans  
www.engelstans.ch 041 619 10 10

### Neue Herausforderung gesucht?

Wir sind ein 3\*-Hotel im Herzen der Zentralschweiz. Zur Infrastruktur gehört eine Dorfbeiz, eine Terrasse, ein Gourmetstübel und ein Saal für 250 Personen.

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir nach Vereinbarung:

### Betriebsassistent/in

mit Schwerpunkt Servicebereich.

Zu Ihren Aufgaben zählt unter anderem die Betreuung unserer Gäste, die Führung und Einteilung der Servicemitarbeiter sowie die Organisation eines reibungslosen Ablaufes im Restaurant und bei Banketten.

Sie sollten bereits Erfahrung in dieser Position haben und flexibel sein. Eine traditionsreiche und dennoch nicht alltägliche Umgebung wartet auf Sie!

164121



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

Für unsere Niederlassung in Bern (im Bahnhofsgebäude Bern) suchen wir per 1. Dezember 2004 oder nach Vereinbarung eine/n

### Stv. Profitcenter-Leiter Railbar

In dieser abwechslungsreichen Funktion sind Sie zusammen mit dem Profitcenterleiter für den reibungslosen Ablauf unserer Railbar zuständig. Sie sind verantwortlich für die Betreuung unserer Railbar-Stewardessen und -Stewards. Sie führen, coachen, kontrollieren und sind deren Ansprechperson in allen Belangen. Ihr Arbeitsort ist in unserer Niederlassung Bern – selbstverständlich sind Sie aber auch regelmässig in den Zügen anzutreffen.

Damit Sie diese Herausforderung erfolgreich anpacken können, bringen Sie eine abgeschlossene Ausbildung (vorzugsweise im Gastgewerbe oder der Lebensmittelbranche) mit und können von Vorteil bereits erste Führungserfahrung aufweisen. Für diverse administrative Tätigkeiten verfügen Sie neben Ihrem stilvolleren Deutsch über gute Französischkenntnisse sowie gute Anwenderkenntnisse der MS-Office-Programme. Zudem ist die Bereitschaft zu Wochenendeinsätzen unerlässlich (in der Regel Tagesarbeitszeiten).

Sind Sie eine dynamische, flexible Person, zwischen 25 und 35 Jahre jung und zählen Zuverlässigkeit und Durchsetzungsvermögen zu Ihren Stärken, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung.

Besuchen Sie auch unsere Jobseite auf [www.elvetino.ch](http://www.elvetino.ch)!

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

164114

### BAKER & MCKENZIE

RECHTSANWÄLTE / AVOCATS

Wir sind eine international tätige Anwaltskanzlei und beraten und vertreten schweizerische und ausländische Unternehmen in lokalen Angelegenheiten und internationalen Transaktionen. Wir gehören zu Baker & McKenzie International, zusammen mit weltweit mehr als 3200 Kolleginnen und Kollegen in 68 Büros in 38 Ländern.

Für unser Büro in Zürich suchen wir zur Ergänzung unseres jungen und dynamischen Teams per 1. Februar 2005 oder nach Vereinbarung eine

### Anwaltssekretärin (100%)

Sie führen zusammen mit einer Kollegin das Sekretariat von zwei Partnern, die hauptsächlich im Bereich von Transaktionen und Prozessen tätig sind. Dabei erwarten Sie insbesondere folgende Aufgaben:

- Sie erstellen die Korrespondenz und verfassen Dokumentationen in Deutsch und Englisch (nach Vorlage, Diktat und selbstständig).
- Sie fertigen anspruchsvolle Präsentationen in Deutsch und Englisch an.
- Sie erstellen Klientenrechnungen und überwachen die Debitoren.
- Sie betreuen Klienten sowohl am Telefon als auch persönlich.

Was wir von Ihnen erwarten:

- Sie sind zwischen 25 und 40 Jahre jung.
- Sie sind deutscher Muttersprache, sprechen sehr gut und gerne englisch und beherrschen die deutsche und englische Rechtschreibung.
- Sie bringen eine kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung mit und haben vorzugsweise bereits praktische Erfahrungen in einem (Anwalts-) Sekretariat gesammelt.
- Ihre Kenntnisse der modernen EDV-Hilfsmittel (v.a. Outlook, Word, Excel und PowerPoint) sind auf sehr hohem Niveau und Sie bringen die entsprechende Wissensbegier mit, dieses Niveau stetig zu erhöhen.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:  
Baker & McKenzie Zurich, Karin Möckli, Leiterin Human Resources, Zollikerstrasse 225, Postfach, 8034 Zürich.

164086



Herzlich willkommen im  
Hotel Le Vieux Manoir au Lac  
Relais & Chateaux Hotel

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem idyllischen Landhaus direkt am See, im Herzen der Natur?

Unser einzigartiges \*\*\*\*Hotel-Restaurant mit 33 Zimmern und einer modernen, französischen Küche wird nach grösserem Umbau im April 2005 in neuem Glanz erstrahlen. Für unseren Start suchen wir noch motivierte Verstärkung.

Restaurant: **Chef de bar  
Chef de rang  
Commis de rang**

Küche: **Chef de partie  
Commis de cuisine  
Küchenhilfe/  
Casserolier**

Hauswirtschaft: **Zimmerfrau  
Portier**

Fühlen Sie sich angesprochen?  
Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.  
Juliane Bock  
Human Resources Manager



LE VIEUX MANOIR AU LAC  
CH - 3280 Meyriez-Murten Tel. 026 678 61 61  
www.vieuxmanoir.ch  
juliane.bock@vieuxmanoir.ch

164127

Die Howeg ist ein leistungsstarkes, kundenorientiertes Unternehmen innerhalb der Bon appétit Group und beliefert Gastronomiebetriebe in der ganzen Schweiz. Zur Verstärkung unseres Verkaufsteams suchen wir eine/n

## Berater/in im Aussendienst für hochwertige Weine und Champagner, Region Basel - Zentralschweiz

### Hauptaufgaben:

Sie beraten und unterstützen in Ihrem Verkaufsgebiet Gastronomen und Hoteliers umfassend in allen Belangen der hochwertigen Weine und Champagner. Gemeinsam mit Ihren Fachkollegen organisieren Sie Degustationen, Weinschulungen und Tagungen für unsere anspruchsvollen Kunden, sind jedoch ebenfalls besorgt, dass die Kompetenz in Sachen hochwertiger Weine auch intern à jour bleibt. Sportliche, hochgesteckte Ziele sind für Sie Herausforderung und Antrieb um Höchstleistungen in Ihrem Fachbereich zu erzielen. Ein Weinportfolio mit Marken wie Champagne Taittinger, Wente Vineyards, Rioja Baron de Ley und anderen, hilft sicher, diese Ziele zu erreichen.

### Anforderungen:

- Eine fundierte Berufsausbildung und Berufserfahrung in Gastronomie- oder Detailhandel mit einem ausgewiesenen Schwerpunkt in der Oenologie.
- Erfolgreiche Tätigkeit im Aussendienst und gewohnt, sich in gepflegten (Kunden-)Kreisen zu bewegen.
- Konversations- und Verhandlungssicher in Deutsch und Französisch und/oder Italienisch

Wir, das 5-köpfige Spezialistenteam der Cave Howeg, freuen uns auf eine Kollegin, einen Kollegen die/der bereit ist, mit uns in der gehobenen Gastronomie etwas zu bewegen. Kunden und solche die es noch nicht sind, von der Qualität unserer Dienstleistungen und Produkte zu überzeugen.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf und Zeugnissen senden Sie bitte an:

Prodega AG/Howeg  
Herr Balz Schlittler, Leiter Human Resources  
Reservatstrasse 1, 8953 Dietlikon  
e-mail: balz.schlittler@howeg.ch



www.howeg.ch

164120

Im Mittelpunkt steht bei uns der Mensch!  
«mitarbeiten – mitgestalten»

**Saas-Fee** / Wallis

Für die Wintersaison suchen wir in unserem jungen, dynamischen Team folgende begeisterungsfähige Mitarbeiter:

**einsetzungsfreudige/n Réceptionist/in/en**  
Gute Sprach- und EDV-Kenntnisse  
Mithilfe im Abendservice und Gästebetreuung

**motivierte/n Servicemitarbeiter m/w**  
für den Speisesaal der Hausgäste  
(Frühstück- und Abendservice)

\* Gute Entlohnung \* Studio/Wohnung vorhanden  
\* Freizeit für Ski- und Snowboardfahren

Der GletscherGarten ist ein kleiner Familienbetrieb mit persönlicher Atmosphäre und internationalem Gästepublikum. Gerne schenken wir Ihnen unser Vertrauen und sind bereit, Sie in diese abwechslungsreiche Arbeit sorgfältig einzuführen. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

**Hotel Gletscher Garten**  
Saas-Fee

Spezialitäten- Restaurant *Carl Schmid* - STUBE

Familie Wendelin & Monika Bumann-Anthamatten  
Telefon +41 27 957 21 75 / Fax +41 27 957 30 00  
E-Mail: gletschergarten.saas-fee@reconline.ch

**Hochalpiner Volltreffer!**

**MOOSALP** 164117  
www.moosalp.ch

Kreativer, selbständiger  
**KOCH**

ab 20. Dezember 2004  
Bewerbung an: Amade Kalbemann  
Restaurant Moosalp  
3923 Törbel / Wallis  
info@moosalp.ch  
Tel: 027 952 14 95

**Hotel Distelboden**  
**CH-6068 Melchsee-Fruyt Zentralschweiz**  
Telefon 0041/41 669 12 66  
Telefax 0041/41 669 13 77  
www.distelboden.ch  
info@distelboden.ch

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die kommende Wintersaison (ab 18. Dezember 04 bis 10. April 05)

junge, aufgestellte, und motivierte Mitarbeiter/Innen

in gepflegtes Pistenrestaurant (Tagesbetrieb) sowie auch für unser Halbpensions- und Gourmet-Restaurant als

**Servicefachangestellte/ Kellner**  
sowie  
**1 Jungkoch (Commis de Cuisine) m/w**

\*\*\*  
Guter Verdienst, Kost u. Logies im Hause, Rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen.  
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Fam. Ruedi u. Helene Steiger  
Hotel Distelboden  
6068 Melchsee-Fruyt  
Tel. 0041/41 669 12 66

**Herzlich willkommen in Zürich!**

Zur Verstärkung unseres jungen Mitarbeiterteams und zur Betreuung unserer internationalen Kundschaft suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

**RÉCEPTIONISTIN**

Sie besitzen gute Fidelitykenntnisse, sprechen Englisch und Französisch und sind selbstständiges Arbeiten gewohnt. Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

**Hotel Europe Dufourstrasse 4 8008 Zürich**

HOTEL EUROPE

Unser neues Hotel-Restaurant befindet sich in einer kleineren Touristenstation im Oberwallis. Das Haus hat einen sehr guten Standort, in sonniger, ruhiger Lage mit 40 Betten.

Auf die Sommersaison 2005 (Juni) suchen wir eine

**Geschäftsführerin evtl. Gerantenpaar**  
(1 Person Koch)

Die Wintersaison (Dezember bis März) ist sehr intensiv, im Sommer beherbergen wir vornehmlich Passanten. Der gutbezahlte Job setzt Ausbildung und Erfahrung, eine freundliche kontaktfreudige Art, gute Personalführung, Belastbarkeit und Flexibilität voraus.

Wir freuen uns auf ihre komplette Bewerbung unter Chiffre 1 036-24969, an Publicitas SA, Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1, 164088

**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 eine/n

**Assistant Restaurant Manager (w/m)**

In unserem Betrieb **SWX Swiss Exchange** in Zürich unterstützen Sie den Restaurant Manager bei der Sicherstellung des gesamten Betriebsablaufs. Als Gastgeberpersönlichkeit sind Sie zudem für die Organisation und Durchführung von diversen Anlässen in den Konferenzräumen zuständig, wo ein gehobener und kompetenter Service gepflegt wird.

**Ihr Profil**

- gastgewerbliche Grundausbildung
- Erfahrung in gehobenem à-la-carte-Service
- sehr gute Administrations- und PC-Kenntnisse
- gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Führungserfahrung und Organisations talent
- Eigeninitiative / hohe Selbstständigkeit
- gepflegte Erscheinung

**Wir bieten**

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Patrick Müller, Restaurant Manager:

SV (Schweiz) AG  
SWX Swiss Exchange  
Selnaustrasse 30  
CH-8021 Zürich

\*\*\*\*\*

**PARADIES HOTEL**

**ROTSCHUO**  
ZUM WIEDERKOMMEN

Wir wünschen uns Mitarbeiter und Partner, die bereit sind, unser geschaffenes Paradies weiter auf dem Erfolgskurs mitzugestalten. Es erwartet Sie erstklassige Kollegen/-innen, ein herrlicher Arbeitsplatz, tolle Atmosphäre und ein Betriebsklima, welches Sie sich immer schon einmal gewünscht haben.

Wir gelten seit 10 Jahren als das erfolgreichste Hotel in der traumhaften Region am Vierwaldstättersee und werden seit Jahren mit den wichtigsten Auszeichnungen beehrt.

Ausgezeichnet als eines der besten und freundlichsten Restaurants 1998/1999/2001/2003/2004, als eines der 4 besten 3\*\*\*Hotels der Schweiz 1998/2001/2003, als das beste Seminarhotel aller Sternkategorien 1998/2001/2003, Unique Hotel der Schweiz 2004.

Für die Saison ab 15. Februar 2005 oder nach persönlicher Vereinbarung:

Ideenreiche/r Servicemitarbeiter/in in der Position eines  
**Chef de rang / Commis de service**  
mit Teamgeist, Witz und Disziplin

Kreative Köche/Köchinnen mit mindestens 3 Jahre Berufserfahrung als  
**Chef de Partie / Saucier / Garde-Manger**  
und 2 Jungköche/-köchinnen  
mit feiner Zunge, Kreativität und Fantasie

**kompetente/r Réceptionist/in**  
mit Fidelity-Erfahrung, Sprachen Englisch und Französisch

Dass wir Ihre Leistungen überaus herzlich entlohnen und Ihr begleitender Erfolgspartner sind, spricht für sich selbst. Mit uns und durch uns zum Erfolg.

Wenn Sie glauben unseren Anforderungen zu entsprechen und der Herausforderung gewachsen zu sein um unser Partner zu werden, dann nehmen Sie bitte mit unserem Herrn H.W. Dankwardt Kontakt auf und übersenden Ihre schriftliche Bewerbung mit Lichtbild.

Paradieshotel Rotschuo, CH-6442 Gersau, Seestrasse 159, Tel. 041 828 22 66  
Telefax 041 828 22 70 www.rotschuo.ch E-Mail rotschuo@bluewin.ch

**Alpenrestaurant Wirzwell im Engelbergertal**  
Wir suchen für unser Ski- und Ausflugsrestaurant

**Koch, evtl. Hilfskoch mit Erfahrung**  
**Kassiererin in Selbstbedienung**  
In Saison- oder Jahresstelle.  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.  
Robert Hurschler, Rüstistrasse 5  
6233 Büren, Tel. 041 933 33 47

**Mehr brauchen Sie nicht.**

Die htr stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inscrieren und Abonnieren:  
Tel. 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
insrate@swiss-hotels.ch, www.htr.ch

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

**PARK HOTEL** \*\*\*\*  
OBERHOFEN AM THURNERSEE SCHWEIZ

Wir suchen zur Ergänzung unserer Brigade einen qualifizierten

**SOUS CHEF/IN**

Sie sind eine kreative und aufgeschlossene Persönlichkeit die selbstständig, flexibel und loyal gegenüber Ihrem Arbeitgeber auftreten.

Zusammen mit unserer kleineren Brigade sind Sie bei Abwesenheit des Küchenchefs für die konstante Küchenqualität verantwortlich. Sie haben schon in einer Gault Millau-Küche Erfahrung gesammelt, die Sie bei uns einbringen können. Sie sind offen und bereit mit uns eine neuzeitliche und marktfähige Küche zu gestalten.

Ihr neuer Arbeitsplatz liegt etwas oberhalb des Sees mit einem traumhaften Ausblick auf die Bergwelt des Berner Oberlandes.

**Interessiert?**  
Dann rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Bild an:  
\*\*\*\*Park Hotel Oberhofen  
Doris Rüfenacht  
3653 Oberhofen am Thunersee  
033 244 91 91  
www.parkhoteloberhofen.ch

Per sofort oder nach Vereinbarung vergeben wir folgende Positionen:

**Catering Manager (m/w)**

Ab 2005 starten wir neu mit Caterings. Somit sind Sie verantwortlich für den gesamten Aufbau der Cateringabteilung. Zusätzlich sind Sie Projektleiter des CSIO, welches wir im Juni 2005 organisieren und durchführen. Sie bringen bereits Erfahrungen im Cateringbereich mit, sind ein Organisationstalent, dynamisch und freuen sich, eine Abteilung neu aufzubauen.

**F&B Supervisor (m/w)**

Zusammen mit einem anderen F&B Supervisor führen Sie als Team die Operative der Abteilungen Restaurant, Bar und Bankett. Sie sind sehr einsetzungsfreudig, sind motiviert die gesteckten Ziele zu erreichen, geben gerne durch Schulungen Wissen weiter und suchen eine neue Herausforderung in einem jungen Team.

**Service Mitarbeiter/in**

Sie arbeiten in den Bereichen Restaurant, Bar und Bankett. Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre, sind ein Gastgeber aus Leidenschaft und sehr zielstrebig.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

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

**hpmisteli**

**Lust auf eine neue Herausforderung?**

Im Auftrag der Besitzer suchen wir eine engagierte und führungsstarke GASTGEBERIN (Chef de Service w), welche mit Flair und Liebe für die kleinen Details, ein lebensfrohes Konzept glaubwürdig „an den Gast“ bringen kann.

Die Lage: Der Landgasthof befindet sich in Schwarzenburg, 20 km süd-westlich von Bern entfernt, in einem schönen Naherholungsgebiet - eine Oase der Ruhe und Erholung.

Das Projekt: Ein beliebter und erfolgreicher Landgasthof mit viel Tradition und 20 charmanten Zimmern (38 Betten).

Die gehobene Restauration, ist auf diverse gemütlche und heimelige „Stübli“ verteilt und bietet insgesamt 140 Sitzplätze. Ein modern eingerichteter Seminarraum vervollständigt das attraktive Angebot dieses Betriebes.

**GASTGEBERIN (Chef de Service)**

Nebst der Leitung des Service übernehmen Sie die Stellvertretung der Geschäftsleitung und kleinere Arbeiten in der Administration.

Haben Sie Freude gemeinsam mit einem motivierten Team Gäste zu verwöhnen? Sind Sie es gewohnt selbstständig zu arbeiten und bringen aus einer solchen Funktion Erfahrungen mit? Dann sind Sie die Gastgeberin die wir suchen und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Hans-Peter Misteli  
Gastronomieplanung & -beratung  
Jubiläumsstrasse 73 | 3005 Bern  
031 / 351 69 30 | misteli@dial.eunet.ch





Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

HOTEL  
**MONT CERVIN**  
UND RESIDENCE



Im Jahr 2005 feiern die SEILER HOTELS ZERMATT ihr 150-jähriges Jubiläum. Diesen Sommer blieb wegen umfassenden Renovationen unser HOTEL MONT CERVIN \*\*\*\*\* geschlossen.

Zur Wiedereröffnung anfangs Dezember suchen wir für die Wintersaison mit Möglichkeit der Verlängerung auf kommenden Sommer folgende qualifizierte Mitarbeiter:

- 2. Nachtportier (D/E/F)
- Chef de rang (D/E/F)
- Stv. Bademeister/Fitnesstrainer (D/F/E, mit Ausbildung und Berufserfahrung)
- Tourmente 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



164125



Le Mirador  
Kempinski

LAKE GENEVA

recherche

**RÉCEPTIONNISTE**

**CONCIERGE/GUEST RELATION**

En charge de l'organisation des activités et des excursions.

Pour clientèle internationale.

Date d'entrée: 1<sup>er</sup> décembre 2004 ou à convenir  
Langues: Français, Anglais et Allemand

Veillez adresser votre dossier complet (avec photo récente) à:



Agnès Raulic  
Hôtel Le Mirador Kempinski

1801 Le Mont Pèlerin

Tél. 021 925 17 76 Fax 021 925 15 08  
[personnel@mirador.ch](mailto:personnel@mirador.ch)



164139

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

**DEUTSCHE SCHWEIZ/SUISSE ROMANDE**

HOTEL  
**GSTAADERHOF**



Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für kommende Wintersaison (Dez. bis April)

**Chef de Service/Restaurantleiter**

Sprachkenntnisse: D/E/F  
Jahresstelle

**Chef de Rang  
Demi Chef de Rang (m/w)**

Sprachkenntnisse: D/E oder D/F

HOTEL GSTAADERHOF

Doris und Jost Huber-Schärli

CH-3780 Gstaad

Tel. 033 748 63 63 - Fax 033 748 63 60

Internet: [www.gstaaderhof.ch](http://www.gstaaderhof.ch) E-Mail: [gstaaderhof@gstaad.ch](mailto:gstaaderhof@gstaad.ch)

Stellen im Internet: [www.stellen-gstaad.ch](http://www.stellen-gstaad.ch)

**GSTAAD**

COME UP - SLOW DOWN

164122

Wir suchen für unsere Kunden in

**Bern, Basel, St. Gallen  
Gouvernanten  
Hausdienstleiterinnen**

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

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung per Post, Fax od. Mail an

CRS Daniela Kälin  
Fax 01 808 99 98

Postfach 1923 8065 Zürich  
Daniela-Kaelin@crsms.ch

164090

Eine Botschaft in Bern sucht per sofort eine/n flexible/n

**Koch/Köchin**

(Teilzeit; ca. 20 Stunden/Woche)

für die Residenz der stellvertretenden Missionschefin.

Erwartet wird Erfahrung in Menüplanung, Einkauf und Freude am Kochen von Mittag-/Abendessen für einen kleinen Kreis von 8-12 Personen sowie gelegentlich Organisation, Durchführung und Aufsicht von grösseren Anlässen (Buffet).

Flexible Arbeitszeiten 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 005-395978 an Publicitas S. A., Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

164118

**Adelboden**

arena hotel steinmattli \*\*\*\*

CH-3715 Adelboden



Wir sind ein modernes \*\*\*\*-Ferienhotel mit lockerer Atmosphäre, 56 komfortablen Zimmern im Herzen von Adelboden.

Eintritt zur Wintersaison (Dezember)

**Saal: Chef/in de Service**

als 1. Kaderstelle

**SEFA**

mit Erfahrung

**Küche: Chef de partie**

**tourmant**

**Etage: Portier**

mit Deutschkenntnissen

**Restaurant: Saal-Oberkellner/in**

**Barmald**

Wir würden uns über Ihre Unterlagen freuen:

arena hotel steinmattli \*\*\*\*

Rudolf + Anita Hauri

3715 Adelboden

Tel. 033 673 39 39, Fax 033 673 38 39

[www.arena-steinmattli.ch](http://www.arena-steinmattli.ch)

16392

Restaurant de la Tour à La Tour-de-Trême cherche de suite

**un(e) chef de rang**

motivé, positif, passionné par son métier, pour travailler au sein d'une petite équipe dynamique.

Envoyez votre dossier à

Restaurant de la Tour  
Rue Ancien-Comté 57  
1635 La Tour-de-Trême  
Tel. 028 912 74 70

164129

Verbier/Wallis

Für die Wintersaison 2004/2005

**1 verantwortlicher  
Rôtisseur**

für unser Steak-House, nur abends geöffnet.  
Sprachkenntnisse: Französisch, Englisch, Deutsch.

Tel. 079 420 99 00, Fax 027 771 99 02

163951

Schlafen Sie gerne aus?

Wenn Sie sich zudem an selbständiges Arbeiten im Deutschschweizer Gastgewerbe gewöhnt, noch keine 30 Jahre alt und ein

**aufgestellter Barman**

sind, dann passen Sie in unser kleines Team. Der Club AAAH an der Marktgasse 14 im Herzen des Zürcher Niederdorfes hat per sofort oder nach Vereinbarung Voll- und Teilzeitstellen zu besetzen.

AAAAH ist der einzige Zürcher Gay Club, der 7 x 365 Tage ab 21.30 Uhr bis in die frühen Morgenstunden hinein geöffnet ist. Bei uns gibt's wechselnden DJ-Sound, von House bis 70er/80er und mehr.

Unsere Arbeitsbedingungen sind fortschrittlich; erkundigen Sie sich bitte bei Robert Zbinden, Telefon 076 388 18 88 (ab 14.00 Uhr) oder senden Sie ein Mail an [bewerbung@aaah.ch](mailto:bewerbung@aaah.ch)

164113



**DIRECTEUR F&B 5\* (GE, VD)**

Confirmé établissement important (F, E)

**ASSISTANT DIRECTEUR FINANCIER 5\* (GE)**

Confirmé(e) jusqu'au bilan (F, E)

**DIRECTEUR DES BANQUETS/CONGRES (GE, VD)**

Confirmé grande structure de chaîne, (F, D, E)

**FRONT OFFICE MANAGER 4\* (GE)**

Confirmé grande structure de chaîne, (F, E, D)

**GOVERNANTE D'ÉTAGE 4/5\* (GE)**

Formation Hôtelière et /ou exp. étages (F, E)

**RECEPTIONNISTE 4/5\* H/F (GE)**

Form. hôtelière et /ou exp. front office (F, D, E)

**CHEF BARMAN 5\* (GE)**

Confirmé grande brigade (F, E)

**CHEF DE PARTIE OU SECOND**

CAP/CFC, Gastro ou brasserie

AUTRES POSTES ET INSCRIPTIONS

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

**Suisse ou permis valable.**

Contactez nous ou envoyez votre dossier complet

Rue de la Servette 19-1201 Genève

Tél : 022 919 7000

164130

# EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

## Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

**SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?**

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

**CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?**

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

**Stellengesuche / Demandes d'emploi**

**Küche/ Cuisine**

1	2	3	4	5	6	7	8
9241	Chef de partie	28	IT	L-EG	Nov.	E/F/I	
9252	Commis de cuisine	23	DE	B	Dez.	D	Zürich/Luzern
9256	Küchenchef/Koch	42	CH		Nov.	D	TG/ZH/AG
9257	Koch	53	CH		sofort	F	BE/Seeland
9259	Chef de partie	38	CH		sofort	F	VS/VD/GE
9265	Commis de cuisine	20	CN	B	sofort	D/E	Zentral-CH/BE/FR
9270	Hilfskoch	43	DE	L-EG	Dez.	D	BE-Oberland
9280	Küchenchef	47	CH		n. Ver.	D/F/I	UR/LU/ZG
9281	Koch	22	CH		Nov.	D/E/F	BE
9283	Küchenchef	33	DE	C	n. Ver.	D/E/F/I	AG/ZG/LU/NW
9292	Koch	57	DE	C	sofort	D	ZH
9298	Pâtissier/w	38	CH		n. Ver.	D/E	Zürich u. Umgebung/80%
9299	Commis de cuisine	19	CH/IT		sofort	E/F/I	
9305	Commis de cuisine	24	DE	L-EG	Dez.	D/F	
9308	Küchenchef	43	CH		Dez.	D/E	TI/GR/ZH
9310	Hilfskoch	22	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	ZH
9312	Chef de partie	28	CH		Dez.	D	ZG/LU/SZ
9317	Chef de partie	35	GR	L-EG	Dez.	E	Bergregion

1	2	3	4	5	6	7	8
9287	Service/w	29	DE	L-EG	sofort	D/E	zus. m. 9288
9288	Kellner/Koch	33	DE	L-EG	sofort	D/E/I	zus. m. 9287
9289	Service-Stagiaire/w	24	CZ	L-22	Dez.	D/E	BE/VS/Jahresbetrieb
9293	Buffetmitarbeiterin	35	CH		n. Ver.	D	ZG/LU/GR/TI/BE/VS
9294	Kellner	26	HR	C	Dez.	D/E	ZH
9295	Service/Bardame	28	CH		sofort	D/E	ZH
9297	Kellner/Barman	33	MA	B	sofort	D/F	ZH/Restaurant
9300	Service/w	28	CH		Dez.	D/I	Davos
9301	Barman	26	CH		Nov.	D/E	
9302	Kellner	21	ES	C	Nov.	D/E/F/I	Zürich
9303	Kellner	46	BA	C	sofort	D	SO
9304	Kellner	32	TN	B	sofort	D/E/F/I	BE
9306	Chef de service	37	DE	B	sofort	D/E	
9307	Service/w	39	DE	B	Dez.	D/E/F	LU/SZ/Zentral-CH
9313	Service/w	50	CH		sofort	D/E/F	BE/Restaurant
9314	Chef de rang	42	IT	L-EG	n. Ver.	E/F/I	
9315	Chef de rang	51	IT	L-EG	Dez.	D/E/F/I	TI

**Hauswirtschaft/ménage**

1	2	3	4	5	6	7	8
9247	Anf. Gouvernante	23	CH		Dez.	D/E/F	3-4*-Hotel
9248	Allrounder/Casserolier	44	CH		sofort	D	Bem u. Umgebung
9249	Portier	32	PK	B	sofort	D/E	LU
9269	Disjockey	44	CH		sofort	D/E/F	
9277	Zimmerfrau	28	PT	L-EG	Dez.	E/F	VD/3-4*-Hotel
9278	Zimmerfrau	24	PT	B	sofort	F/I	FR
9282	Concierge/Portier	46	FR	C	sofort	D/E/F	BS/BL/ZH
9284	Küchenhilfe	37	CH		Dez.	D	VS/BS/SG
9285	Haushilfe	46	CH		sofort	D/I	
9286	Hilfsgouvernante	29	CH		Dez.	D	BE
9291	Portier/Officehilfe	28	IT	L-EG	sofort	E/I	TI/GR/Ost-CH
9296	Night Auditor	58	CH		n. Ver.	D/E/F/I	Ost-CH
9309	Portier	44	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	FR/BE
9316	Allrounder	53	CH		sofort	D/E/F/I	Bergregion
9319	Hilfskraft/w	29	CH		Dez.	D/E/F	Ost-CH/GR

**Service/service**

1	2	3	4	5	6	7	8
9238	Buffetmitarbeiterin	44	MA	B	Nov.	D/F	ZH/AG/ZG
9243	Chef de service	26	DE	B	sofort	D/E/F/I	Zürich u. Umgebung
9244	Kellner	44	TR	C	sofort	D/E	ZH
9255	Service/w	27	CH/GR		sofort	D/E/I	Wohlen/Zürich
9260	Bardame	33	DE	B	sofort	D/E	SZ/ZH/UR/ZG
9268	Sela	53	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	GR/TI
9274	Service/w	35	CH		Dez.	D/E	Arosa/60%

**Administration/administration**

1	2	3	4	5	6	7	8
9242	Réceptionniste	35	CH		sofort	D/E/F	GR/VS
9251	Gesch.führer/Betrass.	54	CH		sofort	D/E/F	BE/FR/SO
9266	Gérant	41	FR	C	sofort	D/E/F	FR/SO
9279	Réceptionniste	36	CH		sofort	D/E/F	BE-Oberland
9290	Back-Office	44	CH		sofort	D/E/F	Deutsch-CH
9311	Direktionsassistent	39	FR	L-EG	sofort	E/F	GE/VD
9318	Night Auditor	50	GR	L-EG	Dez.	D/E/F	Bergregion

- 1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
- 2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- 3 Alter - Age
- 4 Nationalität - Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum - Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes / Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

**SUCHEN SIE EINE STELLE?**

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

**CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?**

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

## Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: \_\_\_\_\_ Eintrittsdatum / Date d'entrée: \_\_\_\_\_

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: \_\_\_\_\_ Jahresstelle / Place à l'année  Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: \_\_\_\_\_ Bevorzugte Region / Région souhaitée: \_\_\_\_\_

Name / Nom: \_\_\_\_\_ Vorname / Prénom: \_\_\_\_\_

Strasse / Rue: \_\_\_\_\_ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum / Date de naissance: \_\_\_\_\_ Nationalität / Nationalité: \_\_\_\_\_

Telefon privat / No de téléphone privé: \_\_\_\_\_ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: \_\_\_\_\_

Bemerkungen / Remarques: \_\_\_\_\_

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: \_\_\_\_\_ Französisch / Français: \_\_\_\_\_ Italienisch / Italien: \_\_\_\_\_ Englisch / Anglais: \_\_\_\_\_

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement: \_\_\_\_\_ Ort / Lieu: \_\_\_\_\_ Funktion / Fonction: \_\_\_\_\_ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): \_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: \_\_\_\_\_ Unterschrift / Signature: \_\_\_\_\_

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden:  Ja -  Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.):  Oui -  Non

Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:  
**hoteljob.be@swisshotels.ch / Schweizer Hotelier-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern**

Hôtel-Restaurant 3\*, région lausannoise cherche pour le 1<sup>er</sup> décembre 2004 ou à convenir:

## Jeune chef de cuisine

dynamique et créatif, expérience de la cuisine traditionnelle française et suisse. Poste à l'année. Faire parvenir dossier complet avec photo et certificats sous chiffre 164131 à *hotel + tourisme revue*, PF, 3001 Bern. Discrétion assurée.

164131

## Hotel Ascovilla\*\*\*\*

Wir sind ein \*\*\*\*Hotel mit 57 Zimmern und einem grossen, subtropischen Garten.

Für die Sommersaison 2005 ab Mitte März bis Ende Oktober suchen wir noch motivierte Mitarbeiter mit entsprechender Ausbildung für folgende Stellen:

### Restaurant Chef de Rang

(evtl. Stellvertretung Chef de Service)  
Mitbringen sollten Sie: Entsprechende Ausbildung, Erfahrung, Selbständigkeit und initiativen Teamgeist sowie gute Sprachkenntnisse in Deutsch und Italienisch.

### Demi-Chef de Rang

Sie sollten selbständig und initiativ arbeiten können, Freude an der Betreuung der Gäste haben und Erfahrung im Servicebereich sowie Deutschkenntnisse mitbringen.

### Commis

mit Erfahrung und Einsatzbereitschaft.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit vollständigen Unterlagen, damit wir Sie schon bald zu einem persönlichen Gespräch einladen können.

### HOTEL ASCOVILLA\*\*\*\*

Monika Gasser, Direktorin  
Via Albarelle/Lido  
CH-6612 Ascona  
www.ascovilla.ch  
mail: reservation@ascovilla.ch

164124

MAGGIORE  
ASCONA

Wir suchen für unseren 4-Sterne-Landgasthof in Up-State-New York

### Serviertochter und Jungkoch

Mit abgeschlossener Berufsausbildung. Stellenantritt nach Vereinbarung.

12 to 18 month «Practical Training Programm», J. 1 Visa processing time 2 month (Must have knowledge of the English language).

Lernen Sie uns kennen at  
[www.swissshutte.com](http://www.swissshutte.com)  
Bewerbungen mit Bild und E-Mail  
Adresse bitte an Swissshutte  
Rt. 23 P. O. Box 357  
Hillsdale, NY 12529 USA  
Tel. 518-325-3333

164095

Im sonnigen Süden Frankreichs  
(Region bei Carcassonne)

### HILFSKOCH/-KÖCHIN

Berufserfahrung wünschenswert, nicht notwendig.

Geeignet für jemand, der bei einem der besten Köche der Region traditionelle, französische Küche und belläufige Französisch lernen will. Kost und Unterkunft sowie angemessener Lohn. Arbeitsperiode: März bis Oktober 2005. Bei Eignung kann Arbeitsverhältnis fortgeführt werden.

Auskünfte erteilt in der Schweiz:  
Aude-Land der Katharer (Suisse)  
☎ 0848 000 122

In Frankreich:  
Christian LIMOUZY  
Hostellerie de l'Évêché  
Tel. 0033 (0)4 68 69 90 25  
Fax 0033 (0)4 68 69 91 94  
E-Mail: [climouzy@aol.com](mailto:climouzy@aol.com)  
Web: [www.hotel-eyveche.com](http://www.hotel-eyveche.com)

164082

## INTERNATIONAL



Reid's Palace Hotel is a five star deluxe hotel and is considered one of the oldest and best hotels in the world. It belongs to the Orient-Express Hotels and is a member of «The Leading Hotels of the World». The hotel has 164 rooms including 34 suites, 5 restaurants and is well known for its high standard of service to a very demanding clientele. We are looking for strong candidates for the following position:

### RECEPCIONIST / NIGHT AUDITOR (to work day and night shifts)

- o Preference with Night Auditor experience
- o Experience in 5 Star Deluxe Hotels
- o Fluent in English and German
- o Fidelity knowledge

Applications in writing with curriculum vitae and photo to:

Reid's Palace - Personnel Department  
Estrada Monumental, 139  
9000-098 Funchal - Madeira - Portugal  
E-mail: [humanresources@reidspalace.com](mailto:humanresources@reidspalace.com) Website: [www.reidspalace.com](http://www.reidspalace.com)

164093

Gourmet-Restaurant, 56 Plätze («one of the best in Ireland» = Food & Wine Magazine), im malerischen Städtchen Kinsale an der Südküste, 25 Minuten von Cork, Schweizer Besitzer, sucht per 2. April 2005 bestausgewiesener

### Chef de partie, Chef saucier-rotisseur

in kleine Brigade. Bei diesem Posten kann selbständig gearbeitet und auch etwas Verantwortung übernommen werden. Mitwirken an der Menügestaltung. Nur abends geöffnet. Ambitioses Gourmet-à-la-carte und wöchentlich wechselnde Table d'hôte und Diner-gastronomie.

Wir suchen ebenfalls für obgenanntes Restaurant

### zwei junge Damen für den Service mit Erfahrung in einem Gourmet-Restaurant.

Arbeitsbeginn Ende März und/oder Ende April. Grosse Weinkarte und interessante internationale Kundschaft. Arbeitszeit täglich von 16.00 Uhr bis Schliessung (ca. 24.00 Uhr). Gerne übergeben wir zusätzliche Verantwortung bei Eignung. Elementarisches Englisch nötig.

Für obgenannte Posten: Anstellung mindestens für die Saison bis Ende Oktober 2005. Eventuell Jahresanstellung.

(Wegen Todesfalls in der Familie ist das Restaurant diesen Winter bis am 2. April 2005 geschlossen. Der Besitzer ist in dieser Periode oft abwesend. Antworten auf die Bewerbungen erfolgen so schnell wie möglich unter diesen Umständen.)  
Bewerbungen unter Chiffre 164134 an *hotel + tourisme revue*, Postfach, 3001 Bern.

164134

### Herausforderung im Weingut Toscana

## Kaufmännischer Betriebsleiter

(für sofort oder nach Vereinbarung)

Wir gehören zu den bemerkenswerten, individuellen Qualitäts-Weingütern (DOCG), über das international in den Medien geschrieben und in Fachkreisen gesprochen wird.

Der Geschäftsbetrieb teilt sich auf in 80% Weinproduktion, Wohnen\*\*\*\*, ca. 100 Betten (ausbaufähig) und Gastbetrieb.

Unsere Kunden sind in mehr als 30 Ländern die gehobene Hotellerie, Gastronomie und Enotheken.

Wir bieten einem jüngeren Hotelkaufmann (Paar?) eine anspruchsvolle Tätigkeit und erwarten von dem Bewerber folgende Leistungsschwerpunkte:  
Führung ± 60 MA, straffes Kostenmanagement, Controlling, Logistik, IT, Zuverlässigkeit.  
Sprachen: I, D und E (in Wort und Schrift)  
Ein motiviertes Team wartet auf ihren Chef.

Bewerbungen mit vollständigem CV, erwartetes Jahresgehalt (fest und erfolgsabhängig) und möglichem Eintrittstermin erbitten wir, vertrauliche Behandlung zugesichert, unter Chiffre ICL 2510, Cas. Postale 129, 6906 Lugano 6.

164149

## STELLENGESUCHE

Ich suche

### Nachtarbeit an der Réception

als feste Anstellung oder als Ferien- oder Wochenendaufstellung. Für die Nachtarbeit in Hotels habe ich drei Zeugnisse mit voller Zufriedenheit. Sprachen: Deutsch fließend, Englisch fließend, Französisch fließend, Italienisch fließend, Russisch, Ledig, gel. Beruf Landwirtschafsingenieur, Geb. im Jahr 1941, 1976 in die Schweiz eingereist. Ich habe eine Niederlassungsbewilligung C. Ich bin kerngesund u. von fröhlicher Natur.

Telefon 079 541 85 28

152397

### Marketing Spezialist

Veranstaltungen und Tourismus

Objektiv kritische Analysen, zielgerichtete, vernetzte Lösungen und Konzepte mit mittel- und langfristigen Nutzen mit pragmatischen Ansätzen sind mein Stil.

Im Mandat, Teil- oder Vollzeit steht Ihnen mein fundiertes, praktisches Marketing Know-how zur Verfügung.

Schildern Sie mir Ihr Anliegen und verlangen Sie mein persönliches Dossier mit allen Leistungsausweisen:  
078 623 90 45.

164144

### Pizzaiolo e aiuto pizzaiolo

Referenziati cercano impiego. T 0039 824 98 30 75 / 0039 349 53 13 521.

164084

### Night Manager

(Night Auditor) Full Service

sucht per 1. Februar 2005 neuen Wirkungskreis. Räumlich unabhängig.

Sie erreichen mich bis Mitte Februar nur telefonisch unter 078 418 26 42 oder über meine E-Mail-Adressen:  
[gloriafilm@hispeed.ch](mailto:gloriafilm@hispeed.ch)  
[gloriafilm@webparabic.zzn.com](mailto:gloriafilm@webparabic.zzn.com)

164143

Schweizerin, 38, E, F + I-Kenntnisse, seit 25. 10. 2004 in Ausbildung zur Tourismusassistentin a. d. Academia Engiadina in Samedan, sucht entsprechende

### Praktikumsstelle in Tourismusbetrieb

per sofort.  
Ich freue mich auf Ihr Interesse.  
Zuschriften unter Chiffre 164128 an *hotel + tourisme revue*, PF, 3001 Bern.

164128



Das von Schweizer Hand geführte Erstklasshotel in den kanadischen Rocky Mountains sucht auf anfangs Dezember 2004 Mithilfe in den folgenden Positionen:

### 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](mailto: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)

164085

## STELLENVERMITTLUNG

Cool Jobs in Flumserberg  
Saison- und Jahresstellen  
Keine Vermittlungsgebühren  
Alle Infos unter:  
[www.flumserberg.com](http://www.flumserberg.com)  
Link «Jobs» auf Startseite

165330

## IMPRESSUM

### htr hotel + tourisme revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Le marché de l'emploi pour l'hotellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: [inserate@swisshotels.ch](mailto:inserate@swisshotels.ch)

Anzeigenstarif (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 Aufschlagung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

### Termine:

- Ausgabe Nr. 45/2004

- Erscheint 4. 11. 2004

- Anzeigenschluss 1. 11. 2004

- Wiederholungen 1. 11. 2004

Nr. 46/2004

11. 11. 2004

8. 11. 2004

8. 11. 2004

Nr. 47/2004

18. 11. 2004

15. 11. 2004

15. 11. 2004

Nr. 48/2004

25. 11. 2004

22. 11. 2004

22. 11. 2004

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 20 000 Ex. Versand / Expedition, 11 157 WEMF-bezugslos / 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.