

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 112 (2004)
Heft: 47

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 **151** Stellenangeboten



URS WAGENSEIL / Der Tourismusedirektor von Lenzerheide geht. Im Interview sagt er, was ihm zu schaffen macht. **SEITE 2**



SPRACHKOMPETENZ / Bei der Sprachvermittlung wird in der touristischen und viersprachigen Schweiz viel Zeit verschlafen. **SEITE 5**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Die Industrie macht's vor

GUDRUN SCHLENCZEK

Übergewicht ist die Volkskrankheit Nummer 1. Bereits die Hälfte der 17- bis 27-Jährigen zeigt gemäss einer Schweizer Studie Anzeichen für Diabetes. Denn Übergewicht und Diabetes hängen eng zusammen. Fastfood wird als eine der Hauptursachen verdächtigt. Am Pranger steht nicht nur das «BigMac»-Menu von McDonalds beispielsweise, mit dessen Verzehr eine Frau bereits den halben Tagesbedarf an Kalorien intus hat. Kritisch am schnellen und impulsgeleiteten Essen ist ebenso die fehlende ausgewogene Menüplanung. Das ist etwas, was gelernte Gastköche den Burgerbratern und Co. voraus haben. Aber nicht mit «Schnipso» oder «Rahmschnitzel». Sondern dann, wenn sie echte Wellnessküche, die Fette, Kalorien etc. kalkuliert, offerieren. Der Werbespruch vom Schweizer Gault-Millau-Führer, «800 gute Gründe seine Linie zu missachten», wird vom Wellnessgedanken überholt werden. Schlemmen, um nachher zu Hungern, ist out. Sinnvoll geniessen dagegen im Trend. Damit der Gast «Gesundheit auf dem Teller» auch erhält, wenn Wellness draufsteht, ist eine Zertifizierung (siehe Seite 13) sicher sinnvoll. Für klar kommunizierte Gesundheitsvorteile greift der Konsument gerne tiefer in die Tasche. Die Industrie mit ihrem reichhaltigen Angebot an Functional Food zeigt, wie man damit Geld verdienen kann.

HOTELKLASSIFIKATION

Sterne machen Schlagzeilen

Die Hotel-Klassifikation stösst auf reges Medieninteresse: Der Aufmarsch der Medienschaffenden zur Pressekonferenz von hotellerie suisse war gross.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Diskussion um die Hotelklassifikation – Gastrosuisse erwägt eine eigene Klassifikation – geht als «Krieg der Sterne» durch die Medien. Die Hotel-Sterne waren am Dienstag und Mittwoch Thema in TV-Sendungen wie beispielsweise «10 vor 10», in Radiobeiträgen und Zeitungen. Am Dienstag hatte hotellerie suisse zur Pressekonferenz geladen: Präsident Christian Rey, der stellvertretende Direktor Christian Hodler und der Präsident der Kommission Hotelklassifikation Riet Frey, orientierten über die Neuerungen im Rahmen der Revision der Klassifikation im Jahr 2006, über die Geschichte und das Vorgehen bei der Klassifikation. Christian Hodler zeigte auf, dass die Verteilung der Sterne nicht so einfach ist: «In der Schweiz gibt es praktisch keine Betriebe, deren Zimmer alle auf dem gleichen Standard sind.»

Foto: Keystone



INFORMATION ZU DEN HOTEL-STERNEN

Christian Rey, Präsident von hotellerie suisse (links) und Riet Frey, Präsident der Kommission Hotelklassifikation, informierten die Medienschaffenden an der Pressekonferenz über das Thema Hotel-Sterne, der Kernkompetenz des Verbands.

CK
Siehe Seite 7

ZWISCHENSAISON

Wie die Betten füllen?

Eine Wellnessanlage allein genügt nicht, um den Hoteliers in der Zwischensaison die Betten zu füllen. Wie eine Umfrage in verschiedenen Tourismusregionen zeigt, läuft jedoch ohne Wellness in der Zeit der Zwischensaison überhaupt nichts. Tourismusexperte Thomas Bieger vermisst vielerorts das Engagement der Region und der Öffentlichkeit. Wenn rund um ein geöffnetes Hotel alles geschlossen ist, habe das negative Auswirkungen auf die Stimmung am Ferienort. **DST/Wü**
Siehe Seite 6

LANDESWERBUNG

Schwierige Annäherung

Wie soll die Werbung für die Schweiz als Wirtschafts-, Tourismus- und Kulturstandort künftig aussehen? Diese Frage beschäftigt nicht nur Touristiker.

«Jetzt ist der Zeitpunkt da, um radikal alles in Frage zu stellen und eine neue Struktur für die Landeswerbung zu bauen.» Das betonte Peter Vollmer, Direktor Seilbahnen Schweiz, am Jahresmeeting des Schweizer Tourismusrats am Dienstag in Basel. Doch eine Umfrage bei den Direktoren der betroffe-

nen Institutionen Schweiz Tourismus, Präsenz Schweiz, Osec und Pro Helvetia zeigt, dass teilweise noch unterschiedliche Vorstellungen herrschen, wie eine koordinierte Landeswerbung aussehen könnte. Es ist nun Aufgabe des Staatssekretariats für Wirtschaft Seco, ein Konzept auszuarbeiten. Eric Scheidegger, Leiter Direktion Standortförderung beim Seco, gab bekannt, dass er drei Varianten ausschaffen lasse. Am Schluss komme es dann darauf an, was das Parlament wolle: «Effizienz oder Einsparung – Koordination oder Zusammenlegung?» **TL**
Siehe Seite 3

BEILAGE «HOTELDESIGN»

«Design – so what?»

Der diesjährige, zehnte «Designers' Saturday» vom November in und um Langenthal fragte provokativ: «Design – so what?». Die htr-Beilage «Hoteldesign» zeigt Neuheiten für Hotels und Restaurants von der internationalen Veranstaltung in der Region Langenthal – dem sogenannten «Silicon Valley des guten Geschmacks». Weitere Themen der Magazin-Beilage sind: Trends für Bäder und Betten; wohltuende Lichtkonzepte; sinnvolle Farben; Auswahl-Kriterien für alle Böden. **KJV**
Siehe Beilage

INHALT

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



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

HOTEL INFORMATIK
seit über 18 Jahren

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

EINFACH PERSÖNLICH.

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

Und widder eine erfolgreiche Partnerschaft!
Wir wünschen dem WIDDER HOTEL viel Erfolg mit Fidelio Suite 8 und Micros.

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

CHECK IN DATA

ht IN KÜRZE

Zwischensaison / Genügt eine attraktive Wellnessanlage in der Zwischensaison als Bettenfüller? Nein, wie eine Umfrage in verschiedenen Tourismusregionen ergab. Aber ohne Wellness läuft in der Zwischensaison überhaupt nichts. **Seite 6**

Nordic-Walking / Überall in der Schweiz sind im letzten Sommer Nordic-Walking-Angebote entstanden. 16 Hotels spezialisieren sich bereits auf dieses Gästesegmente und haben sich als «Nordic Fitness Hotels» zertifizieren lassen. **Seite 9**

Lockvogelpreise / Wer einmal die Ferien in der Schweiz verbracht hat, kommt in der Regel wieder. Deshalb schlägt McKinsey Lockvogelangebote vor, um die touristischen Angebote der Schweiz im Ausland bekannter zu machen. **Seite 10**

World Travel Market / Einen Wachstumsanstieg im internationalen Reisemarkt um 12% in den ersten acht Monaten 2004 meldet der World Travel Market Global Report 2004-2005. Am WTM präsentierten sich rund 5000 Aussteller. **Seite 12**

Wellness-Küche / Mit den beiden neuen Zertifizierungen der deutschen «Gütegemeinschaft Diät und Vollkost» kann der Gastronom dem Konsumentenwunsch, gesund zu schlemmen und gleichzeitig auf die Linie zu achten, entsprechen. **Seite 13**

Bergkäse-Olympiade / An der internationalen Bergkäse-Olympiade in Appenzel konnten die Schweizer Käser 37 der insgesamt 60 zu vergebenden Medaillen holen. In den Kategorien Halbhart- und Hartkäse holten sie sogar 14 von 15 Auszeichnungen. **Seite 14**

Fachtagung der Diätköche / An der diesjährigen Tagung der Fachgruppe für Diätetik des Schweizer Kochverbandes drehte sich alles um Fastfood. Besonders präkar erwies sich der Gesundheitszustand der Heranwachsenden: Adipositas ist Thema Nummer 1. **Seite 15**

Coffee&Time / Mit der Neuaufgleisung des Konzeptes «Coffee&Time» bekennt sich Migros klar zu ihrem Cafébar-System. Das erste Outlet in neuem Kleid eröffnete diese Woche in Steinhausen. Punkto Expansion gibt man sich jedoch zurückhaltend. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Brandschutz / Die Erneuerung der Mittel des Brandschutzes ist teuer. Hôtellerievalais fragt sich, woher die Hoteliers die Mittel für die Finanzierung nehmen sollen, wenn bereits die Renovation der Infrastrukturen schwierig ist. **CF Seite 2**

Eddy Peter / Warum baut die Stadt Sion kein 5-Sterne-Hotel in die Festung Tourbillon? Das ist eine Frage, die Eddy Peter, der Ende Dezember aus dem Amt scheidende Direktor von Sion Tourisme, in seinem Interview aufwirft. **CF Seite 5**

Auto-Bahntransport / Am 12. Dezember wird der Autoverlad am Simplon zwischen Brig und dem italienischen Iselle wieder eingeführt. Viele Touristen warten seit langem darauf. 50 000 Autos sollen im 2005 transportiert werden. **CF Seite 3**

Waadtländer Wein / «Terra-Val», das «label d'excellence» der Waadtländer Weine, wird immer bekannter. Dazu tragen Promotions-Aktionen bei, wie zuletzt diejenige mit Marcel Thürlener von den Jeunes restaurateurs d'Europe. **CF Seite 6**

FORUM

Ich habe einen Traum...

GEORGES KNECHT*

«Kooperieren ist so eine Sache: Man ist vehement dafür, solange es einen nicht betrifft...» – dies sagt kein Geringerer als der oberste Tourismus-Chef Jürg Schmid. Recht hat er. Artikel nach Artikel erschienen zu den Kochwettbewerben und Kochkunstausstellungen nach der ZAGG und nach der «Olympiade der Köche» in Erfurt, wo das Jugendteam des Schweizer Kochverbandes den Olympia-Sieg erkochte, die Kochnationalmannschaft den 2. Rang erreichte und regionale Teams wie auch die Militärmannschaft sich ganz nach vorne kochten. In all den Artikeln wurde die Funktion der Kochkunstausstellungen als Aushängeschild für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus gelobt. Alle freuen sich über die Topleistungen der Köche in unserem Land der über 20 000 Gastronomiebetriebe. Der Schweizer Kochverband ist stolz darauf, dass es noch junge Leute gibt, die sich solchen Wettbewerben stellen, sich dazu motivieren lassen und ihre knapp bemessene Freizeit dafür hergeben. Ihnen allen gebührt ein grosses Dankeschön.



Nur, wie lange noch: Dank finanzieller Unterstützung der Sponsoren und der Hotel & Gastro-Union ist es überhaupt möglich, dass wir mit solchen Resultaten glänzen können und für die Gastronomiebranche als Werbeträger dienen. Die Kochwettbewerbe und die Erfolge der Schweizer Köche an solchen Competitions ist etwas, von dem alle profitieren, aber an dem wenige sich beteiligen.

Man stelle sich vor: Alle Gastronomie- und Hotelbetriebe der Schweiz sowie die Organisation Schweiz Tourismus und deren Mitglieder würden die National- wie Jugendmannschaft mit einem Jahresbeitrag von 10 Franken unterstützen...

Direktor Schmid sagt, ich zitiere: «Besonders das Image der Hotellerie ist erschreckend angeschlagen...» I have a dream... Stellen Sie sich vor: Wir alle zusammen kämpfen gegen das angeschlagene touristische Image der Schweiz. Zum Beispiel mit erfolgreichen Kochmannschaften, die mithelfen, auf regionaler, nationaler wie auch auf internationaler Ebene die Schweizer Gastronomie dahin zu tragen, wo sie auch hingehört: auf den Olymp. So wie es die Schweizer Jugend-Nationalmannschaft vorgemacht hat – mit ihrem tollen Sieg an der Olympiade der Köche.

* Georges Knecht ist Präsident des Schweizer Kochverbandes.

URS WAGENSEIL

«Die Einmischungen erschweren die tägliche Arbeit enorm»

Der Tourismusdirektor von Lenzerheide, Urs Wagenseil, hat nach sechs Jahren gekündigt. Mit ihm gehen innerhalb dreier Monate zwei weitere Kadermitglieder: Marketingleiter Michel Savary und Eventmanager Ernst Bromeis. Urs Wagenseil nimmt Stellung zu seinem Abgang.

INTERVIEW: CHRISTINE KÜNZLER

Nach sechs Jahren Tätigkeit als Tourismusdirektor von Lenzerheide haben Sie auf Ende Mai 2005 gekündigt. Weshalb?

Dafür gibt es zwei Hauptgründe. Einerseits möchte ich mich nach sechs intensiven Jahren als 42-Jähriger beruflich neu orientieren, andererseits stelle ich fest, dass sich die Rahmenbedingungen hier verschlechtern und eine optimale Arbeit verunmöglichen.

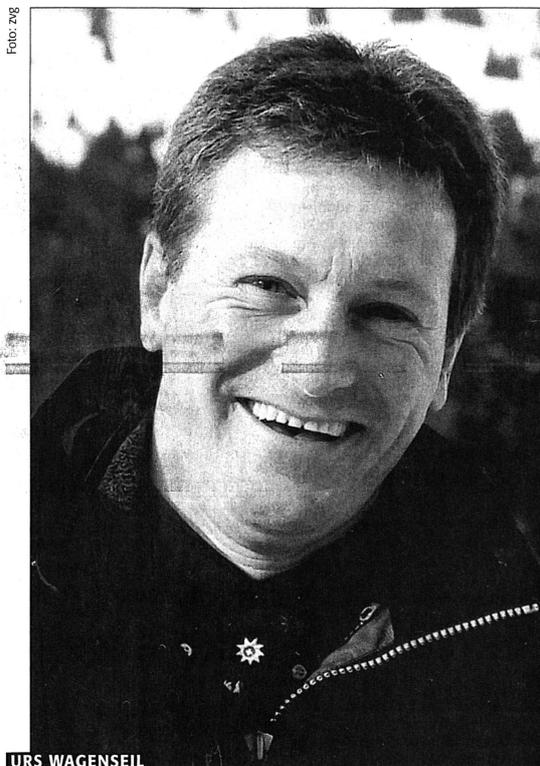
Abnützerserscheinungen?

Nein, an Elan oder Energie habe ich nicht verloren – ganz im Gegenteil, die sind noch voll da – doch die Zusammenarbeit in einem Tourismusort sind sehr belastend. Die Partikularinteressen beispielsweise gewichten stark. Die heterogene Struktur, diese Vielfalt von Wünschen, Forderungen und Erwartungen spürt man im Alltag. Selbst die Gestaltung eines Inserates gibt zu reden: Der eine findet das Inserat super, der andere will einen etwas stärkeren Blauton, der dritte möchte statt der beiden Frauen lieber einen Mann und eine Frau abgebildet haben – und so weiter. Solche Einmischungen erschweren die tägliche Arbeit enorm. Wer Kurtaxen respektive Tourismusförderung bezahlt, leidet davon gewisse Rechte ab, mitreden zu dürfen. So einen gemeinsamen Nenner zu finden, ist ein Spießersruelauf und ein Ding der Unmöglichkeit.

«Die heterogene Struktur, diese Vielfalt von Wünschen, Forderungen und Erwartungen, spürt man im Alltag.»

Aus Insiderkreisen ist zu entnehmen, dass sich auch der Vorstand in Ihre Tätigkeit eingemischt hat und Ihnen zu wenig Rückendeckung bot.

In der strategischen Ausrichtung hatten wir viel Freiheit und konnten Neues schaffen. Dass sich Vorstände in die Arbeit des Tourismusdirektors einmischen, ist wohl nicht nur auf der



URS WAGENSEIL

Der Tourismusdirektor von Lenzerheide geht. Die Heterogenität, die Partikularinteressen und Einmischungen machen ihm zu schaffen.

Lenzerheide so. Es ist vor allem eine Frage des Wie und der meist nicht ausgesprochenen, tatsächlichen Beweggründe, wieso man sich einmischt.

Wie verhält es sich mit der Rückendeckung? Unterstützt Sie der Vorstand genügend?

Nein, leider nicht. Das Milizsystem hat zur Folge, dass jene in den Vorstand gewählt werden, die überhaupt gewillt sind, ein solches Amt zu übernehmen, oder solche, die gewisse Ziele verfolgen. Auch bestehen wohl an den wenigsten Orten Pflichtenhefte und vor allem Anforderungsprofile für die Vorstandsmitglieder. Das Milizsystem bringt nebst dem Vorteil einer breiten Abstützung auch eine gewaltige Heterogenität mit: Die einen Mitglieder sehen sich als Vertreter der Tourismusorganisation, für andere wiederum zählt nur der eigene Fokus. Diese unterschiedlichen Haltungen erzeugen Spannungen, Fraktionen und Vertrauensverlust. Vorstandsmitglieder, die sich mit strategischen Bereichen befassen sollten, beschäftigen sich dann zu häufig mit operativen Geschäften.

Das hat dann Kompromisse und suboptimale Lösungen zur Folge – was wir uns im weltweiten Tourismuskampf nicht mehr erlauben dürfen.

Ihre Mitarbeiter Michel Savary und Ernst Bromeis haben ebenfalls gekündigt. Aus dem gleichen Grund?

Ja, ihre Gründe sind deckungsgleich, das sagt viel aus.

Sie sind Familienvater und haben gekündigt, ohne dass Sie eine neue Stelle haben. Der Druck muss wohl enorm sein...

Es ist weniger der Druck, als vielmehr meine Unzufriedenheit mit der gegenwärtigen Situation und den neuesten Entwicklungen. Wenn zudem Intrigen und Unwahrheiten gestreut werden, ist die Vertrauensbasis gestört.

Wie müsste ein Vorstand sein, damit ein Tourismusdirektor frei arbeiten kann?

In erster Linie müssen die Vorstandsmitglieder Fachkompetenz mitbringen für jene Themen, die am Ort aktuell sind. Zudem soll den Delegier-

ten uneingeschränkt Vertrauen und Unterstützung entgegengebracht werden von jenen Gremien, die sie vertreten. Und dann brauchen die Vorstandsmitglieder viel Sozialkompetenz, um eine gemeinsame Schlagkraft entwickeln zu können.

Apropos Sozialkompetenz: sind gemeinsame Gespräche zwischen Ihnen und Ihrem Vorstand gescheitert?

Es sind einige bilateralen Brücken abgebrochen worden. Klar kann man hier und dort ein Pflaster auflegen – doch nach zwei Monaten ist die Wunde wieder offen. Da ist es besser, einen Schlussstrich zu ziehen.

«Wenn Intrigen und Unwahrheiten gestreut werden, ist die Vertrauensbasis gestört.»

Lenzerheide ist Pilotort für Enjoy Switzerland. Wie wirkt sich Ihre Kündigung auf das Projekt aus?

Wir haben eine Projektleiterin, die viel Stärke beweist und ihre Arbeit hervorragend macht. Ich habe ihr immer wieder Support gegeben. So hoffe ich, dass mein Nachfolger das Projekt mit dem gleichen Enthusiasmus unterstützen wird. Das Projekt hängt aber nicht von einzelnen Personen, sondern von einer ganzen Talentschaft ab.

Welche Highlights haben Sie in Lenzerheide gesetzt?

Wir haben viele Fortschritte gemacht bezüglich Familienort, und in den Gästeprogrammen gehören wir zu den Tops. Die Partnerschaft mit Unicef ist hierbei ein USP. Die Eventslandschaft hat sich stark entwickelt und im Bereich Skiweltcup durfte ich eine entscheidende Rolle spielen.

Zur Person

Urs Wagenseil (1963) ist verheiratet und Vater dreier Kinder. Bevor er im April 1999 die Stelle als Tourismusdirektor in Lenzerheide annahm, war er in verschiedenen Positionen bei Diners Club (Schweiz) AG tätig. Bei der Reisebüro Wettstein AG arbeitete er unter anderem als Produkt- und Geschäftsführungsaufgaben. Vorher war er – ebenfalls in verschiedenen Positionen – bei der Reisebüro Kuoni AG tätig. Er studierte an der Uni Basel Turn- und Sportlehrer sowie Geographie und bildete sich in Betriebswirtschaft weiter. CK

Kontroverse um Aletsch

Aletsch Marketing. Die Bergbahnen des Aletschgebiets verlangen eine Verschiebung der auf den 23. November einberufenen DV von Aletsch Marketing. Dessen Vorstand wird laut «Walliser Bote» angehalten, zuvor die Bücher von Aletsch Marketing abzuschliessen und eine genaue quantitative und qualitative Standortbestimmung vorzunehmen. Es gelte, die gesamte Struktur und die personelle Aufbauorganisation sorgfältig zu überdenken. *KJV*

Mehr Schnee für den Rinderberg

Bergbahnen Gstaad. Der Zweisimmerer Rinderberg erhält eine 3,6km lange Beschneiungsanlage mit 55 Geräten. Damit sei seine Talabfahrt ab dem Saisonstart vom 11. Dezember schneesicher. Ab 20. November wird eingeschneit. «Der Rinderberg wird durch die neue Anlage zum attraktiven Einstiegsportal in das grösste Skigebiet der Wintersportregion Gstaad mit 120 Kilometern Pisten», sagt Walter Germann, Leiter Beschneung. *KJV*

Trauriger neuer Rekord

Firmenkonkurse. Im Oktober 2004 mussten über 450 im Handelsregister eingetragene Firmen Konkursverfahren eröffnet werden. Diese Zahl liege im Bereich des Vorjahres, schreibt der Schweizerische Verband Creditreform. Per Ende Oktober 2004 seien bereits 4086 Firmen Pleite gegangen. Noch nie seien in den ersten zehn Monaten eines Jahres so viele Konkurse eröffnet worden. Für das ganze Jahr 2004 rechnet Creditreform mit total 4800 Firmenpleiten. Damit werde für das

laufende Jahr ein «trauriger neuer Rekordwert» erreicht. Während die Zunahme der Firmenkonkurse in der Deutschschweiz per Ende Oktober 2004 deutlich unter den Werten der Schweiz liegt, mussten die Westschweiz und das Tessin wiederum überdurchschnittliche Zunahmen hinnehmen. Mit geschätzten 34 000 Neugründungen dürte laut Creditreform auch bei den Neueintragen ein neuer Jahresrekord erreicht werden. *DST*

«Palace»-Ruine: für 169 Mio. neu

Lugano. Die Stadtregierung will das ausgebrannte Hotel Palace in ein Kulturzentrum verwandeln. Sie beantragt beim Stadtparlament einen Kredit von 169 Mio. Franken: Es ist die grösste Investition der Stadtgeschichte. Im «Palace» sollen ein Museum mit einer Ausstellungsfläche von 2100 Quadratmetern, ein Konzert- und Theatersaal mit 1000 Plätzen, ein vierstöckiges, unterirdisches Parkhaus und rund 30 Luxuswohnungen entstehen. *KJV*

Nomination der «Arosa Card»

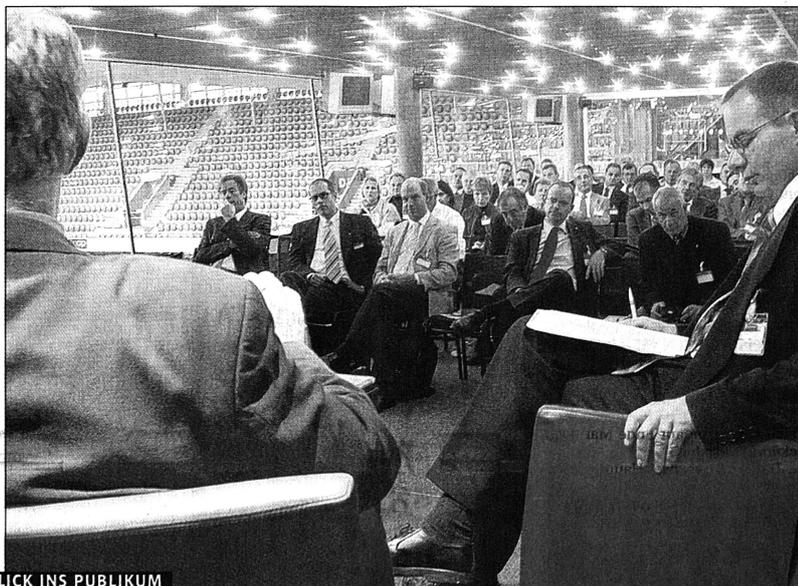
Marketing-Trophy 2005. Arosa Tourismus wurde vom Berufsverband Swiss Marketing SMC für die Marketing-Trophy 2005 nominiert. Eine achtköpfige Jury hat 14 Unternehmen für vier Kategorien ausgewählt. Am 2. Februar 2005 im KKL Luzern, anlässlich des Schweizerischen Marketingtages, werden die Preise vergeben. Arosa Tourismus ist mit dem Projekt «Arosa Card», für die Kategorie Nonprofit-Organisationen (NPO) nominiert worden. *KJV*

KOORDINIERTER LANDESWERBUNG

Suche nach Lösungen läuft an

Der Auftrag ist klar: Das Staatssekretariat für Wirtschaft muss ein Konzept für eine koordinierte Landeswerbung ausarbeiten. Doch das ist gar nicht so einfach, wie eine Podiumsdiskussion am Jahresmeeting des Schweizer Tourismusrats am Dienstag in Basel zeigte.

Foto: Theres Lagler



BLICK INS PUBLIKUM

Sie erschienen zahlreich – die Exponenten aus der Tourismusbranche. Sie wollten alle die Podiumsdiskussion zur koordinierten Landeswerbung, die von Tourismusexperte Thomas Bieger (rechts) moderiert wurde, mitverfolgen.

THERES LAGLER

Auslöser für die aktuelle Debatte über die Landeswerbung war die Beratung des Rahmenkredits für Schweiz Tourismus (ST) in den eidgenössischen Räten. Die Parlamentarier bewilligten zwar 46 Mio. Franken pro Jahr für die Zeitperiode 2005-2007. Sie erteilten dem Bund aber gleichzeitig den Auftrag, ein Konzept für eine koordinierte Landeswerbung vorzulegen, da in diesem Bereich mehrere Organisationen tätig sind. «ST fördert die Nachfrage für die Schweiz als Tourismusland, Präsenz Schweiz vermittelt allgemeine Kenntnisse über Land und Leute, die Exportförderorganisation Osec liefert Informationen über Schweizer Unternehmen und Pro Helvetia pflegt die kulturellen Beziehungen ins Ausland.» So fasste es Eric Scheidegger, Leiter Direktion Standortförderung im Staatssekretariat für Wirtschaft (seco), am Jahresmeeting des Schweizer Tourismusrats zusammen.

SECO WILL DREI VARIANTEN AUSARBEITEN

Und er gab auch gleich die nächsten Schritte bekannt: «Bis Ende Jahr wollen wir die Bundesinstrumente systematisch gruppieren. Eine Fusion von Pro Helvetia und Osec sehe ich beispielsweise nicht.» Zudem beantragt Scheidegger im nächsten Jahr im Parlament für Osec und die «Location:Switzerland», die den Wirtschaftsstandort Schweiz vermarktet, freiwillig nur einen zwei- statt vierjährigen

Kredit. Das bedeutet, dass bei diesen Organisationen wie auch bei Schweiz Tourismus die Finanzhilfe Ende 2007 ausläuft und neu geregelt werden muss. Spätestens 2006 will Scheidegger drei Varianten für eine koordinierte Landeswerbung in den National- und Ständerat bringen. Genau dies wurde in der anschließenden Podiumsdiskussion kritisiert. Peter Vollmer, Direktor Seilbahnen Schweiz und selber Nationalrat, gab zu bedenken, dass das Parlament unter dem allgemeinen Spardruck nicht zwingend weise entscheiden werde. Johannes Matyassy, Direktor von Präsenz Schweiz, stellte danach sogar den Begriff «Landeswerbung» zur Diskus-

sion. «Ich stelle mir analog zu einem Unternehmen eine Landeskommunikation vor. ST und Osec fallen dabei in den kommerziellen, Präsenz Schweiz, die Botschaften und Pro Helvetia in den nicht kommerziellen Bereich.»

OHNE STARKE FÜHRUNG GEHT ES NICHT

Von dieser Unterscheidung wollte Christoffel Brändli, Ständerat und Präsident Graubünden Ferien, nichts wissen. «Es geht doch um die Dachmarkenfrage: Zuerst müssen wir entscheiden, was wir kommunizieren, und dann die Institution bestimmen, die das nach aussen trägt.» Josef Felder,

CEO von Unique, gefiel hingegen Matyassy's Idee, die ganze Landeskommunikation statt auf drei Departemente verteilt beim Präsidialamt anzusiedeln. Eine solche Umstrukturierung sei aber kaum auf demokratische Weise zu erreichen. «Wichtig ist dabei, auf den sorgfältigen Einsatz der Mittel zu achten und auf persönliche Befindlichkeiten zu verzichten.» Thomas Bieger, Tourismusexperte und Moderator, fasste am Schluss zusammen: «Jetzt ist Transformationsmanagement mit starker Führung gefragt.» Kernaufgabe seien die gemeinsamen Botschaften. In diesen Gesamtkontext müsse aber auch noch die Landwirtschaft eingebunden werden.

UMFRAGE: WIE KÖNNTE EINE KOORDINIERTER LANDESWERBUNG DER SCHWEIZ AUSSEHEN?



Daniel Küng, CEO Osec: «Es gibt sicher Doppelspurigkeiten. Die meisten Landeswerbungs-Institutionen sind im Ausland tätig und haben eigene Strukturen. Gewisse Bereiche könnte man zusammenlegen, um Synergien zu erzielen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist der gemeinsame Auftritt im Ausland: Zehn verschiedene Logos wie heute – das macht keinen Sinn.»



Pius Knüsel, Direktor Pro Helvetia: «Landeswerbung ist ein komplexer Prozess, den die Institutionen nur minimal steuern können. Unter einer Koordination stelle ich mir eine strukturelle Bereinigung vor. Pro Domäne – Kultur, Wirtschaft, Tourismus – sollte es ein Dienstleistungszentrum geben, das auch für die anderen bereichsspezifische Aufgaben abwickelt.»



Johannes Matyassy, Direktor Präsenz Schweiz: «Ich kann mir für die Schweiz ein Haus der Landeskommunikation vorstellen, das ein Dach und verschiedene Säulen aufweist, in denen die Branchen vertreten sind. Die Produktion und Distribution der Instrumente können aber zusammengelegt und damit vereinfacht werden. Die Strategie legt das übergeordnete Organ fest.»



Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus: «Mit einem Zusammenlegen der Produktion lässt sich einiges bewirken. Es gibt auch Synergien in der Kommunikation. Die kann man aber nicht nutzen, wenn man nur lose koordiniert. Deshalb müssen wir noch grosse Schritte aufeinander zugehen – auch in organisatorischer Form mit klaren Führungsverantwortungen.»

KURZ UND BÜNDIG

1000 Entlebuch-Cards

Die «EntlebuchAktivCard» wurde über 1000-mal verkauft. Die Ferienregion Unesco-Biosphäre Entlebuch hatte sie im Juni 2004 lanciert: zu 58 Fr. für 6 Tage Bahnen, Badeanlagen, Postbus, usw. *KJV*

Anzeige

KLAFS

Die Wellnesspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Weitere Informationen erhalten Sie in unserem kostenlosen 120seitigen Übersichts-katalog inkl. CD-Rom.

Name _____
 Vorname _____
 Strasse _____
 PLZ/Ort _____
 Telefon _____

Hauptstadt
KLAFS
 Klags Saunabau AG
 Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar
 Telefon 041 760 22 42, Telefax 041 760 25 35
 baar@klafs.ch, www.klafs.ch
 Weitere Geschäftsstellen in:
 Bern, Brig VS, Chur GR, Clens VD, Dietikon ZH

AUTOMATISIERTES PUBLISHING

Software ersetzt Schere und Leim

Bei «alpenregion.ch» wurde die bis anhin manuelle Herstellung der Hotel- und Ferienwohnungsverzeichnisse automatisiert. Bei der Pilotinstallation wurde das Publikationssystem über eine Schnittstelle mit dem Informations- und Reservierungssystem verbunden.

nissen zusammengefasst. Und ein einzelner Eintrag kann bis zu zwanzig verschiedene Detailinformationen enthalten.

Da die jährlich neu erscheinenden Broschüren mit einer Auflage von jeweils 15 000 bis 20 000 Exemplaren die Basis des touristischen Angebotes der Region Brienz-Meiringen-Hasliberg darstellen, musste die aufwändige Produktion in Kauf genommen werden; mit viel Manpower, hohen Kosten, sowie hohem Koordinations- und Zeitaufwand.

importierten Daten und stellt weitere Funktionen zur Verfügung, welche die bisherigen Arbeitsabläufe wesentlich vereinfachen und beschleunigen. Dabei erfolgen sämtliche Mutationen betreffend die einzelnen Betriebe zentral in der Deskline-Software-Lösung: «Keine Zweigleisigkeiten mehr», wie Katrin von Weisspfluh betont, «und die Arbeitsabläufe verteilen sich gleichmässig aufs ganze Jahr». Und die «Elimination von Fehlerquellen» sei ein weiterer Vorteil der realisierten Automatisierung der Publikationsherstellung.

Mit der von der Stämpfli AG zur Verfügung gestellten Seitenvorschau-Ansicht erhalten die Mitarbeitenden von «alpenregion.ch» zudem die Möglichkeit, bereits während der Mutationsphase die aktuellen Datenblätter der einzelnen Betriebe im Kataloglayout auszudrucken. Diese können dann jederzeit an die einzelnen Betriebe zur Gegenkontrolle geschickt werden.

MARTIN J. PETRAS

AUTOMATISIERTE PUBLIKATIONSHERSTELLUNG

Bei der diesjährigen Produktion der Unterkunftsverzeichnisse wurden Schere und Leim durch Software abgelöst. Damit gehört das aufwändige Ausschneiden und Zusammenkleben von Bildern und Texten der Vergangenheit an, und die Produktion der früher mehrheitlich manuell über eine Setzerei und Druckerei hergestellten Hotel- und Ferienwohnungsverzeichnisse wurde weitgehend automatisiert.

In Zusammenarbeit mit den Partnern feratell Schweiz AG, Rotkreuz, als Lieferant der Informations- und Reservierungs-Branchenlösung «Deskline», sowie mit dem Berner Systemanbieter für automatisierte Publikationsherstellung Stämpfli AG wurde die Publikationslösung «Publishbox Deskline» entwickelt.

RUND 500 EINTRÄGE MIT JE 20 DETAILS

Von Hotelzimmer oder Pension über Chalet oder Ferienwohnung bis hin zu Berggütle oder Campingplatz: Insgesamt rund 500 verschiedene Gastgeber und Unterkunftsmöglichkeiten sind in den beiden gedruckten Ferienwohnungs- und Hotelverzeich-

«KEINE ZWEIFLEISIGKEITEN MEHR»

Das neue Publikations-Tool benutzt die aus dem Deskline-System

DYNAMISIERUNG DER DRUCKSACHEN

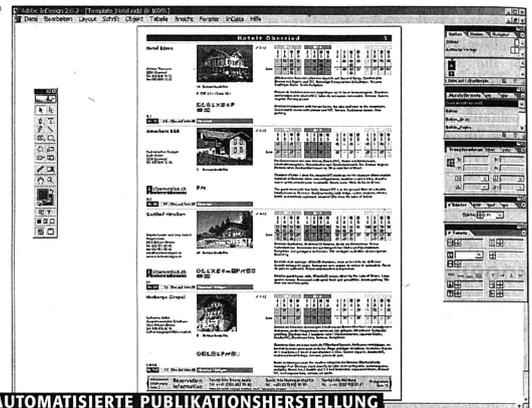
Bei «alpenregion.ch» schätzt man, dass die Investitionen ins neue Publikationssystem bereits mit zwei bis drei Ausgaben der Hotel- und Ferienwohnungsverzeichnisse amortisiert sein werden. Gemäss Monika Grünfelder, Leiterin Marketing bei «alpenregion.ch» ist mit der Schnittstelle zwischen dem bestehenden Informations- und Reservierungssystem sowie der Publikationslösung «eine Basis geschaffen worden». Nun gelte es, weitere Erfahrungen zu sammeln, und das System nach und nach gezielter einzusetzen. Monika Grünfelder geht davon aus, dass dank Elimination der Handarbeit mehr Zeit fürs Marketing aufgebracht werden kann.

Dass das Publikations-Tool zahlreiche weitere Einsatzmöglichkeiten bietet, welche die tägliche Arbeit noch stärker erleichtern würden, hat man bei «alpenregion.ch» längst erkannt. So könnte dank dem neuen System die ganze Publikationsherstellung regelrecht «dynamisiert» werden. Eine mögliche direkte Auswirkung könnte dabei zum Beispiel sein: anstatt eine grosse Auflage pro Jahr, eine Anfangsaufgabe für den Erstbedarf sowie – je nach Bedarf – mehrere kleinere Auflagen mit aktuellen Daten herzustellen.

ZUGRIFF ÜBER DAS INTERNET IST MÖGLICH

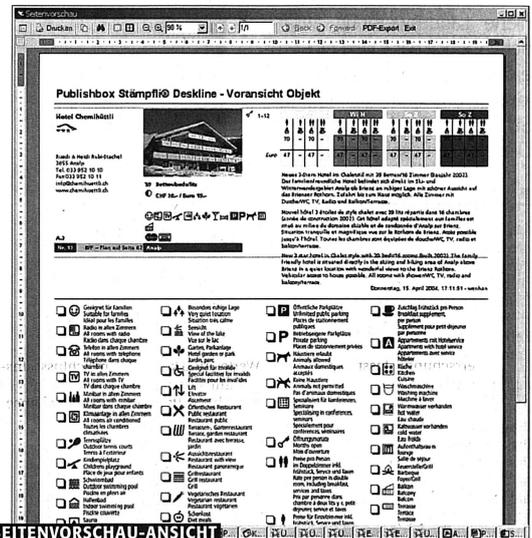
Und eine weitere Verbesserungsmöglichkeit sieht Monika Grün-

Screenshots: ZVG



AUTOMATISIERTE PUBLIKATIONSHERSTELLUNG

Die Datenbestände werden zentral im Informations- und Reservierungssystem verwaltet und in die Publikationslösung exportiert.



SEITENVORSCHAU-ANSICHT

Dank der zur Verfügung gestellten Seitenvorschau erhalten die Mitarbeitenden bereits in der Mutationsphase aktuelle Datenblätter im Kataloglayout.

felder auch darin, individuelle Publikationen für bestimmte Aktionen oder Messen herzustellen. So könnten für einen bestimmten Zweck benötigte Inhalte aus den jederzeit verfügbaren, aktuellen Datenbeständen selektiert und Drucksachen in benötigter Auflage hergestellt werden. – Und als

eine denkbare Zukunftsoption, die technisch jederzeit realisierbar wäre, käme der Zugriff auf das Publikationssystem über das Internet in Frage: So könnten die einzelnen Betriebe die Mutationen und Kontrolle ihrer Einträge jederzeit auch selber und von ihrem Büro aus erledigen.

Advertisement for alpenregion.ch featuring two brochures: 'FERIENWOHNUNGS- UND HOTELVERZEICHNISSE' and 'SCHWEIZ'. The text describes the annual travel guides for the region.

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 berufsbegleitend in knapp 20 Monaten. www.ist-zurich.ch



SPRACHKOMPETENZ

Mehrsprachiges Potenzial zu wenig genutzt

In der touristischen und viersprachigen Schweiz verschläft man viel Zeit bei der Sprachvermittlung. Diese beginnt zu spät. So bleibt auch das eigentliche Handwerk, die Normbeherrschung, zunehmend auf der Strecke. Wer soll die Sache wieder ins Lot bringen?

FRANZISKA RICHARD

Arbeitgeber klagen, die Mitarbeiter könnten keine korrekten Sätze mehr bilden und nicht fehlerfrei schreiben. Defizite bezüglich verminderter Sprachfähigkeiten werden auch von offizieller Seite bescheinigt. Da ist die PISA-Studie, die die mangelnde Lesekompetenz der 15-jährigen Schweizer zu Tage förderte, oder der generelle, zwar nicht als Sprachzerfall, sondern als Sprachwandel gewertete Befund der Linguisten, dass eine allgemeine «Vermündlichung der Sprache» stattfindet, wie dies Regula Schmidlin, Lehrbeauftragte am Deutschen Seminar der Universität Basel nennt.

Der informelle Kommunikationsstil bei SMS und E-Mails ist mitschuldig dafür, doch noch schwerer wiegt der generell zunehmende Gebrauch des Dialekts (es wird auch von mangelnder Hochsprachkompetenz gesprochen). Weitere Folgen davon sind Defizite in der Orthographie, Grammatik und Syntax. «Die heutigen Jugendlichen sind kommunikativer», so Schmidlin, ihr Wortschatz sei gemäss einer Studie grösser als früher, wenn er auch von Anglizismen durchtränkt sei. «Dafür sind sie weniger gut in der Normbeherrschung», fasst sie die Situation zusammen.

FREMSPRACHEN MÖGLICHT FRÜH LERNEN

Auf den ersten Blick besser sieht es bei den Fremdsprachen aus, wo die Schweiz, auch dank des dualen Bildungssystems, im internationalen Vergleich gut da steht. Doch misst sie sich mit den Vorzeigenationen Finnland, Schweden, Holland und Deutschland, wo der Fremdsprachenunterricht im frühen Kindesalter beginnt, gerät sie ins Hintertreffen. Gemäss Iwar Werlen, Professor am Institut für Sprachwissenschaft der Uni Bern, liegt in skandinavischen



GEFRAGTE FREMSPRACHEN

Die Hotelfachschule Thun macht mit dem auf die Hotelindustrie spezialisierten und in sieben europäischen Ländern angewandten Sprachprogramm «accueil» sehr positive Erfahrungen.

Ländern der Prozentsatz von Personen, die Englisch gut oder sehr gut beherrschen, bei bis zu 90 Prozent der in Stichproben Befragten. Auch Deutschland steht gut da. Hier beginnt der Fremdsprachenunterricht flächendeckend in der 1. Primarschulklasse. Bestrebungen in diese Richtung werden auch in der Schweiz unternommen. «Doch politisch werden sie schon wieder in Frage gestellt» sagt Werlen und kommt zum Schluss: «Insgesamt nützt die Schweiz ihr mehrsprachiges Potenzial zu wenig konsequent aus.»

TREND ZUR SPEZIALISIERUNG

Zeit zum Aufholen gibt es kaum, denn der Arbeitsmarkt fordert Effizienz, sprich eine zunehmende Branchenspezialisierung, worauf auch die Berufs- und Fachschulen reagieren. Wenn damit auch die Gefahr eines Vakuums bestehe, sei dies nicht a priori negativ zu werten, meint die Sprachwissenschaftlerin Regula Schmidlin. Man wisse, dass die Motivation der Lernenden höher sei, wenn sie einen

konkreten Nutzen sähen. So macht als Pilotschule die Hotelfachschule Thun gemäss Walter Horlacher, Leiter Sprachen und Kommunikation, «sehr positive Erfahrungen» mit dem auf die Hotelindustrie spezialisierten und in sieben Ländern Europas angewandten Sprachprogramm «accueil». Partner des im Rahmen des EU-Bildungsprojektes Leonardo durchgeführten Sprachprojektes sind auch die Hotelhandelschulen von hotellerieuisse. «Für die Studierenden gibt es zwei Hauptmotivationen: Internationalität und Praxisbezug», meint Horlacher. So wurde die Literatur aus dem Unterricht gekippt, Grammatik gibt es nur noch so viel wie nötig. Dafür wird der Fokus viel stärker auf die Geschäftskorrespondenz gesetzt und auf den mündlichen Spracherwerb. Accueil ist auf einem Modulsystem aufgebaut. Damit kann auch besser auf die individuellen Vorkenntnisse eingegangen werden.

Als Förderung dieser «positiven Lernkultur» ist auch das europäische Sprachenportfolio zu verstehen, eine Art Sprachenpass, der mit einer europaweit gleichen Wertung über die Sprachkompetenz des Inhabers Aus-

kunft gibt. Er wurde an vielen Berufs- und Fachschulen eingeführt, so auch an der Hotelfachschule Thun und im KV. Mit der im Sommer 2003 eingeführten Reform ging man auch bei der KV-Lehre über die Bücher. Auch hier ist der Fremdsprachenunterricht stär-

ker auf den Nutzen ausgerichtet worden. Geschäftsendlich und -französisch sind stärker in den Mittelpunkt gerückt worden, dies auch mit dem Angebot international anerkannter Sprachdiplome.

KV: DISKUSSION UM NEUEN DEUTSCHUNTERRICHT

Eine regelrechte «Spritze in Grammatik» erhalten die KV-Schüler denn auch zu Beginn ihrer Ausbildung mit einem achtwöchigen Grammatikkurs. Der Eindruck, dass die Normbeherrschung vernachlässigt werde, sei falsch, meint Hansueli Mösching, Fachvorstand Englisch an der Wirtschaftsschule Thun. Diesbezüglich stärker zu diskutieren gibt der neue Deutschunterricht am KV. Die Schüler präsentieren – nach einem Basiskurs zu Beginn der Lehre – Vorträge, schreiben Stellungnahmen, üben journalistische Textformen wie Porträt, Interview und Reportage. Für die kommunikativen Fähigkeiten sei dies sehr gut, finden Kritiker, nur fragen sie sich, ob wirklich hier die grossen Defizite liegen und ob die ohnehin schon unter hohem Druck stehenden Lehrlinge nicht überfordert werden. Doch allzu grosse Befürchtungen, dass uns vor lauter Bestreben, damit Sozialkompetenz und Kommunikation zu üben, noch das Handwerk Sprache abhanden kommt, sind unberechtigt. Denn gemäss Werlen werden die geplanten Bildungsstandards in den Grundschulen dem Handwerk Sprache wieder mehr Aufmerksamkeit geben, ohne auf Drillmethoden zurückzufallen.

Mehr Tempo fördert die Konzentration

Nach den Gründen der mangelnden Konzentration beim Lesen sucht man oft zu weit. Es geschieht, weil wir zu langsam lesen. Das erfährt, wer das Lesetraining «Effector read» absolviert, das Andreas Steiner, Berufsschullehrer an der Wirtschaftsschule Thun, in Zusammenarbeit mit der Firma ICH Consulting AG in Cham anbietet. In mehrtägigen Kursen übt er mit seinen Teilnehmern effizienteres Lesen, dies mittels eines prozessgesteuerten, individuell bedienbaren Lesegerätes, das die ICH Consulting mit der ETH Zürich entwickelt hat. In dieses werden Textstreifen eingelegt, welche die Seminarteilnehmer mit einer stetig

gesteigerten Geschwindigkeit lesen und verstehen müssen. «Die verbreitete Auffassung, dass ein langsam gelesener Text besser verstanden wird, ist ein Irrtum», Andreas sagt Steiner. Schnell(er) Lesen schafft mehr Aufmerksamkeit dem Text gegenüber, führt zu erhöhter Konzentration und damit auch zu besserem Textverständnis. Beim schnelleren Lesen finden weniger Augen und Hirn ermüdende Fixationen pro Zeile statt, weil die Blickspanne grösser ist. FRC

www.ichconsulting.ch oder www.didaktograph.ch

EDIT ADROVER

«Eine Sprache lernt man nicht im Schlaf»

Edit Adrover, die Firmengründerin der Sprachschule Flying Teachers, ist überzeugt, dass Sprachunterricht gezielter und effizienter gestaltet werden müsse. Für die Motivation des Lernenden sei es ganz zentral, einen konkreten Nutzen zu erkennen.

INTERVIEW: FRANZISKA RICHARD

Frau Adrover, wie Ihr Firmenname verrät, beschäftigt Flying Teachers «fliegende Lehrer», die in die um Hilfe rufenden Firmen kommen und den Mitarbeitern massgeschneiderten Sprachunterricht erteilen. Ein Bedürfnis?

Angenehm schon, sonst könnten wir heute nicht schweizweit 280 Lehrer und Lehrerinnen beschäftigen. Mit einer hohen Flexibilität, wenig Bürokratie und einer sehr massge-

schneiderten Sprachvermittlung haben wir uns einen Namen geschaffen. Auch bei der Sprachvermittlung sollte man die Zeit so gut als möglich nutzen.

■ Bis heute hiess es immer, das Erlernen einer Sprache brauche sehr viel Zeit.

Das ist eine konservative Denkweise. Am besten lernt man, wenn man motiviert ist. Das geschieht dann, wenn man sich seiner Defizite bewusst ist und der Notwendigkeit, diese zu beseitigen. Unsere Schüler, die aus beruflichen Gründen zu uns kommen, sind hochmotiviert.

■ Wo haben Ihre Schüler denn die grössten Defizite?

Oft in ihrem Arbeitsbereich. Dort müssen sie sich oft ganz spezifische Kenntnisse aneignen, auch Wortschatz.

■ Heisst dies auch, dass Sie nur noch einen Finish geben müssen und dass es in diesem Land um die

Sprachkompetenz gar nicht so schlecht bestellt ist?

Nein. Wir vermitteln auch Grundwissen. Ich stelle fest, dass es sehr vielen an konkretem Wissen fehlt. Das



Edit Adrover, Gründerin der Sprachschule «Flying Teachers».

hat auch damit zu tun, dass die Lehrkräfte nicht kompetent genug sind und ihre Schüler zu wenig fordern. Sprache lernt man nicht im Schlaf, das ist harte Arbeit.

■ Wie gehen Sie vor?

Wir klären gut ab, wo der Schüler bezüglich seiner Sprachfähigkeiten steht und holen ihn dort ab. Sprachunterricht muss nicht spielerisch gestaltet sein, aber so abwechslungsreich wie nur möglich, damit man alle Fertigkeiten trainieren kann.

■ Wie gross ist denn die Bereitschaft der Arbeitgeber, ihren Mitarbeitern Sprachunterricht zu finanzieren?

Recht gross. Natürlich selektionieren die Firmen und schicken nicht jeden Mitarbeiter in den Sprachunterricht. Und sicher ist niemand interessiert an «ewigen Schülern». Arbeitgeber erwarten einen gezielten Sprachunterricht mit einem konkreten Nutzen. Sie wollen auch Resultate sehen. Deshalb weisen wir aus, was wir mit

den Schülern erreicht haben. Nach einem Sprachunterricht kann auch E-Learning eine gute Möglichkeit sein, um die erworbenen Kenntnisse zu festigen.

Zur Firma und Person

Das Zürcher Unternehmen Flying Teachers existiert seit 1997. Die Lehrkräfte unterrichten Deutsch, Französisch, Englisch, Italienisch, Spanisch, Russisch, Japanisch und Chinesisch, für alle Niveaus und Bedürfnisse. Zu ihren Kunden gehören u.a. die Hotelfachschule Belvoirpark, die ihren Sprachunterricht an Flying Teachers ausgelagert hat. Edit Adrover ist diplomierte Übersetzerin-Dolmetscherin. Sie ist verheiratet und Mutter von zwei Kindern. FRC

www.flyingteachers.ch

HOTELLERIE

Ohne Ideen bleibt der November leer

Genügt eine attraktive Wellnessanlage in der Zwischensaison als Bettenfüller in der Hotellerie? Ein Umfrage in verschiedenen Schweizer Tourismusregionen zeigt: Nein. Aber: Ohne Wellness läuft in der Zeit der Zwischensaison überhaupt nichts.

GIUSEPPE WÜEST

Aussensolbad, Hallenbad, römische Thermen, finnische Aussensauna, Thalasso, zahlreiche Beauty- und Massage-Angebote und, und, und: Vor drei Jahren hat das Adelbodner 4-Sterne-Haus Parkhotel Bellevue & Spa seine Wellness-Anlage für rund 5 Millionen Franken renoviert und auf über 1300 Quadratmeter vergrössert. Seither gilt es als eines der besten Wellness-Hotels des Landes. «Seither», sagt Chef de Réception Sonja Uhlmann, «haben wir auch in der Zwischensaison geöffnet». Dies im Gegensatz zu den allermeisten anderen Hotels im Berner Oberländer Ferienort, die ihre Türen bis zum Beginn der Skisaison im Dezember geschlossen haben.

Dank der grosszügigen Wellness-Anlage ist das Parkhotel derzeit an den Wochenenden zu 90 bis 100% ausgelastet. «Wochentags», so Sonja Uhlmann, «ist es hingegen um einiges ruhiger». An schlechten Tagen ist das Haus zu 15% belegt, an guten Tagen bis zu 40%. «Das Problem ist halt», so Sonja Uhlmann, «dass in Adelboden im November das touristische Angebot gleich Null ist: Fast alles ist zu.» – Das Parkhotel Bellevue & Spa sorgt

Foto: zsg



WOHLTAT IM NOVEMBER

Das Hotel Beatus in Merligen am Thunersee ist dank seiner Erlebnis-Wellness-Anlage zurzeit offen. Aber: «Wellness allein genügt nicht», so Direktor Peter Mennig. «Wir sind bestrebt, unsere Dienstleistungen zu emotionalisieren, das ist das A und O.»

deshalb selber für Unterhaltung. Zwischen Mitte Oktober und Mitte Dezember heisst es wie bereits im Vorjahr wieder: «Lesezeit im Bellevue». An Werktagen sind jeweils Schriftsteller zu Gast und lesen abends in gemütlicher Atmosphäre am Cheminée aus ihren neuen Werken vor. «Wir haben immer wieder Gäste, die eigens wegen dieser Lesungen bei uns logieren», sagt Sonja Uhlmann.

Auch das 4-Sterne-Hotel Beatus in Merligen am Thunersee hat eine attraktive Erlebnis-Wellness-Anlage. Und auch das «Beatus» ist zurzeit nur dank dieser Anlage überhaupt geöffnet. Aber auch hier gilt: «Wellness allein genügt nicht», so Direktor Peter Mennig: «An Wochenenden läuft es, nicht zuletzt auch dank der zunehmenden Zahl regionaler Gäste, die sich ab und zu ein schönes Wellness-

Weekend leisten, sehr gut. Aber während der Woche kann die Thunerseeregion als Sommer-Destination im nasskalten November zu wenig bieten.» «Wir sind bestrebt, unsere Dienstleistungen zu emotionalisieren, das ist das A und O», betont Mennig. «Wir legen beispielsweise grossen Wert auf eine aufwändige, stimmige Dekoration und bieten unseren Gästen unter den Titeln «After Eight» und

«Märligen» ein gepflegtes kulturelles Programm mit Lesungen, Musik-Darbietungen und Ausstellungen.»

MANGELNDE KOOPERATION UND KOORDINATION

Wofür ist der November gut? Auch im Engadin haben Hotels, die sich einen Ganzjahresbetrieb leisten können und wollen, Seltenheitswert. Eines der wenigen zurzeit geöffneten Häuser ist das 4-Sterne-Hotel Belvedere in Scuol. «Es wäre für uns natürlich schon um einiges leichter, wenn wir nicht ganz auf uns alleine gestellt wären», meint «Belvedere»-Direktor Kurt Baumgartner und bemängelt nicht zuletzt die mangelnde Kooperation und Koordination in der Region. «Nur ein Beispiel: In Guarda gibt es drei Restaurants. Meinen Sie, die würden es schaffen, ihre Betriebszeiten untereinander so abzusprechen, dass immer wenigstens eines offen wäre? Keine Chance.»

Kurt Baumgartner selber pflegt eine «sehr enge Zusammenarbeit» mit dem benachbarten «Bad Engadin Scuol», einer ganzjährig vielbesuchten Bäder- und Sauna-Landschaft mit angegliedertem Wellness- und Therapiezentrum. Dank dieser Kooperation und «attraktiven Preisen unter der Woche» verzeichnet das «Belvedere» in diesem November eine Auslastung von 65 bis 70%. «Das ist gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung von 10 bis 15%», freut sich Baumgartner.

«Ohne Wellness läuft heute nichts mehr», sagt Nicole Buman vom «Saaserhof» in Saas Fee. «Deshalb haben wir hinter dem Haus ein grosses Loch graben lassen.» Es sind die ersten Arbeiten für einen Erweiterungsbau mit – unter anderem – Thermen, Whirlpool und Kinderplanschbecken.

THOMAS BIEGER

«Ein «bisschen Wellness» reicht nicht mehr»

Ein Hotel, das die Saison verlängern will, ist oft in der gleichen Situation wie eine Karawane, die in der Wüste auf sich allein gestellt ist, findet der Tourismusexperte Thomas Bieger. Er vermisst vielerorts das Engagement der Region und der Öffentlichkeit.

INTERVIEW: GIUSEPPE WÜEST

■ Mal angenommen, Sie besäßen im Engadin ein 4- oder 5-Sterne-Hotel: Wäre es zurzeit geöffnet?

Eine gute Frage. Erstens würde ich es davon abhängig machen, welche Infrastrukturen ich im Hotel zur Verfügung hätte. Zweitens davon, wie sehr es mir gelänge, meine Partner im direkten Umfeld zu bewegen, gemeinsam ein Produkt für die Zwischensaison am Markt zu positionieren.

■ Mit «Infrastrukturen» meinen Sie wohl eine Wellness-Anlage?

Nicht nur das. Wer in einer Saison-Region wie dem Engadin als Hotel eigenständig – also beispielsweise nicht vernetzt mit andern Betrieben – die Saison verlängern will, muss ein komplettes Produkt bieten können. Konkret: Man muss ein Top-Wellness-Angebot haben – ein «bisschen Wellness» genügt heute längst nicht mehr –, kombiniert mit einem Top-Kongress-Angebot. Und die Strukturen müssen es erlauben, die Leistungen mit relativ wenig Personal zu erbringen.

■ Weil Auslastung und Preise in der Zwischensaison nie hoch genug sein

werden, den normalen Produktionskosten-Apparat aufrechtzuerhalten?

Genau. Der Markt ist in der Zwischensaison nicht beliebig gross. Wenn ich als Arbeitender jetzt im November in die Ferien gehe, wenn alle andern arbeiten, verpasse ich im Büro zu viel. Ich bin heute fast gezwungen, dauernd online zu sein. Ferien liegen also fast nur drin, wenn alle in meinem Arbeitsumfeld auch Ferien machen. Im Sommer etwa, oder über Weihnachten, aber kaum im November.

«Vierorts gibt es zu wenig regionale Kooperation.»

■ Der Hamburger Reeder und Besitzer des Hotels Paradies in Ftan, Horst Rahe, hat gesagt: Der Hauptgrund für die Schliessung vieler Hotels in der Zwischensaison sei, dass unsere Hoteliers erstens Jammeri und zweitens ganz einfach zu faul seien. Sehen Sie das auch so?

Nein, keineswegs.

■ Sondern?

Es gibt hierzulande viele tatkräftige, innovative Hoteliers. Einige Hotels – zum Beispiel die Grand Hotels Bad Ragaz – setzen mit Erfolg auf eine Kombination von Rehabilitation und Wellness. Andere akquirieren Tagungen und Incentives – wie das «Victoria-Jungfrau» – oder bieten ihren Gästen mit exklusiven Spezialwochen – zum Beispiel Kurse mit einem bekannten Golf-Profi – einen Zusatznutzen, der die Auslastung steigert.

■ Sind das nicht eher Ausnahmen – sind Schweizer Hoteliers wirklich genügend innovativ und tatkräftig?

Das Ganze hängt ja auch stark von den Rahmenbedingungen, von den Anreizen ab: Viele Hotels verfügen schlicht über zu kleine Betriebsstrukturen, zudem gibt es vielerorts zu wenig regionale Kooperation. Deshalb ist in vielen Fällen eine Verlängerung der Saison, die grössere Investitionen verlangt, ökonomisch gar nicht machbar. Ein eigenständiges Hotel muss eine kritische Grösse erreichen, sonst kann es die notwendigen Zusatzbetriebe wie Wellness gar nicht rentabel auslasten.

■ In welchem Bettenzahlbereich liegt diese kritische Grösse?

Die Schweizerische Gesellschaft

für Hotelkredit bietet Finanzplanning-Tools an, die auch eine Überprüfung von Wellness- und anderen Investitionen ermöglichen. Ich würde davon ausgehen, dass für einen modernen Wellness-Betrieb mit Erlebnis-Hallenbad und Saunas sowie ergänzenden Sport-Infrastrukturen 400 Betten eine sinnvolle Grösse bilden.

■ Welche Bedeutung für die Zwischensaison hat das regionale Umfeld?

Eine grosse. Die Stimmung an einem Ferienort ist enorm wichtig. Wenn ringsherum alles – Restaurants, Museen, Bahnen und so weiter – geschlossen ist, hat das massive Auswirkungen: Erstens eine Qualitätseinbusse, die sich auf den Preis auswirkt; und

zweitens muss das Hotel selber um so mehr bieten, was wiederum seine Kosten steigert. Zu viele Hotels sind wie Karawanen, die in öder Wüste ganz auf sich allein gestellt sind.

■ Soll die öffentliche Hand helfen?

Ja. Wollen wir unsere Bergregionen am Leben erhalten, müssen wir unter anderem die Saisons verlängern. Überall, wo ein attraktives Bad oder ein Kongresszentrum gebaut wurde, läuft die so genannte Zwischensaison besser.

Zur Person

Thomas Bieger (43) ist ordentlicher Professor für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung der Tourismuswirtschaft an der Universität St. Gallen. Seit 1999 leitet er die gebürtige Basler, der unter anderem auch Generalsekretär der Internationalen Vereinigung wissenschaftlicher Tourismusexperten ist, als geschäftsführender Direktor das Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen. Sein Tätigkeitsgebiet umfasst unter anderem die Forschung in den Gebieten Destinationsmanagement, Regionalwirtschaft und wirtschaftliche Nachhaltigkeit regionaler und touristischer Entwicklungen. Bieger übernimmt auch Beratungsaufgaben in den Bereichen Leitbilder und Marketingkonzepte für touristische Regionen. Er beurteilt Investitionsprojekte und Finanzierungskonzepte unter anderem für Zermatt, St. Moritz, den Verkehrsverein Graubünden und die Schweizerische Gesellschaft für Hoteltreid. Wü

Foto: Giuseppe Wüest



THOMAS BIEGER

Der Experte betont: Hotels brauchen Partner im direkten Umfeld, die gemeinsam ein Produkt für die Zwischensaison am Markt positionieren.



NORDIC WALKING / Das Lauftraining mit Stöcken fasst Fuss in der Schweiz und wird auch im Winter zum Thema. **SEITE 9**



DUMPINGPREISE / Um die touristischen Angebote bekannter zu machen, empfiehlt McKinsey Lockvogelangebote. **SEITE 10**



hotel+tourismus revue

HOTELLERIESUISSE

Hotel-Sterne werden verstärkt geschützt

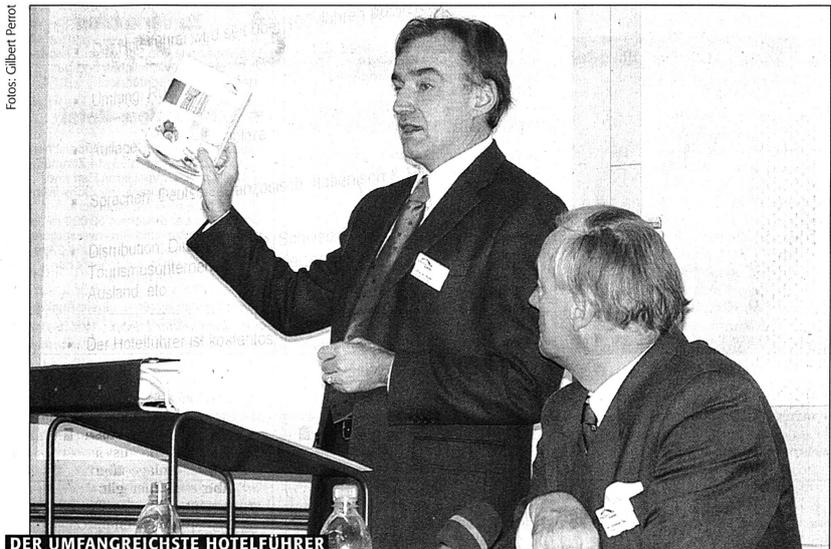
Dass die Schweizer Hotelklassifikation interessiert, zeigt der Aufmarsch der Medienleute: Gut 30 Journalistinnen und Journalisten nahmen an der Medienkonferenz von hotelleriesuisse zu diesem Thema teil. Informiert wurde über Neues im Bereich der Sterne.

CHRISTINE KÜNZLER

«Es ist gut, dass hotelleriesuisse das Monopol der Klassifikation hat. Wenn es nicht so wäre, würde das zeigen, dass wir unsere Arbeit nicht gut gemacht hätten.» Christian Rey, Präsident von hotelleriesuisse, sagte den geladenen Medienleuten unmissverständlich, dass hotelleriesuisse «Erfinder und Besitzer dieser Klassifikation» ist. 80 Prozent aller Hotelgäste logieren in der Schweiz in Betrieben, die mit hotelleriesuisse-Sternen klassifiziert seien. Dass Sterne ein bekanntes Symbol seien, um Auskunft über ein Hotel zu geben, zeige sich auch daran, dass sie weltweit als Klassifikationsinstrument gebraucht würden.



Das Thema Hotelklassifikation stiess bei den Medienleuten auf Interesse.



DER UMFANGREICHSTE HOTELFÜHRER
Der stellvertretende Direktor von hotelleriesuisse, Christian Hodler, informierte über die Neuerungen beim Print- und beim Online-Hotelführer. Neu wird der Print-Hotelführer auch bei Schweizer Botschaften und Konsulaten im Ausland verteilt.

DIE NEUERUNGEN, DIE DIE REVISION BRINGT

Ab 2006, im Rahmen der Revision der Klassifikation, soll der Rechtsschutz der Sterne-Klassifikation verstärkt werden. Die Sterne zur Hotel-Klassifikation dürfen nur zusammen mit dem Logo von hotelleriesuisse publiziert werden. Dritte dürfen das Reglement der hotelleriesuisse-Klassifikation nur unter einschränkenden Bedingungen nutzen.

Spezialisierte Organisationen können jedoch bei hotelleriesuisse die Überprüfung der Klassifikation eines Betriebs beantragen.

Die überarbeitete Klassifikation, die sich an der Gästesicht von 2010 orientiert, bringt auch neue Möglichkeiten für 3, 4- und 5-Sterne-Hotels: sie können, wenn sie das wollen, den Zusatz «Superior» erlangen (die htr berichtete). Rey geht davon aus, dass je 10 bis 15 Prozent jeder Kategorie diesen Zusatz erlangen werden. Zudem soll die Qualitätsförderung mehr gewichtet und die Unabhängigkeit der Kontrollinstanzen formell und materiell verstärkt werden.

Spezialisierungen haben die Seminarhotels zwischen 2001 und 2004 am meisten zugelegt (+43 Hotels). In der Sparte Gesundheitshotels gab es am meisten Abgänge (-7 Hotels). Jährlich inspizieren die Regionalkommissionen rund 300 Betriebe (ca. 13%). Im Jahr einer Gesamtrevision, wie sie 2006 ansteht, sind es 1300 Mitgliedshotels, die hotelleriesuisse überprüft. Jedes Hotel wird also innerhalb von fünf Jahren einmal kontrolliert. Anlass für Inspektionen geben beispielsweise Führungswechsel und Reklamationen. Zurzeit wird die Einführung von unangemeldeten Kontrollen sowie die Zusammenarbeit mit Konsumentenorganisationen vorbereitet.

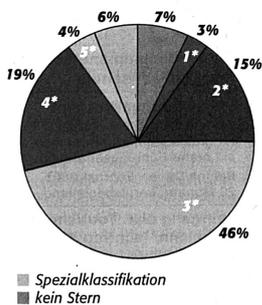
ten beobachtet, was wir tun», so Hodler. Zudem gebe es in der Schweiz praktisch keine Betriebe, deren Zimmer alle den gleichen Standard aufweisen.

Seit Beginn dieses Jahres klassiert hotelleriesuisse auch Nichtmitglieder. Diese bezahlen dafür zwischen 200 und 300 Franken, während die Klassifikation für hotelleriesuisse-Mitglieder kostenlos ist.

Der grösste Harst aller Mitgliedshotels von hotelleriesuisse ist im Bereich der 3-Sterne-Häuser zu finden (vgl.

Grafik). 38 der Hotels, die im 2004 mit drei Sternen klassifiziert waren, werden im 2005 nicht mehr in dieser Kategorie erscheinen – entweder weil sie in eine höhere oder tiefere Kategorie eingeteilt wurden, weil sie schliessen mussten oder aus dem Verband ausgetreten sind. Am zweitgrössten ist die Differenz bei den 2-Sterne-Häusern (-17 Hotels). Zugelegt haben einzig die Berggasthäuser (+4 Hotels). Im 2004 haben generell mehr Hotels einen Stern verloren als einen dazugewonnen.

hotelleriesuisse-Mitglieder nach Sternen



SPEZIALISIERUNG ALS TRENDMESSER

Spezialisierungen wie zum Beispiel Business-Hotel, Tennis-Hotel oder Öko-Hotel werden von den Gästen sehr geschätzt. «Diese Spezialisierungsnormen werden immer wichtiger», sagte Riet Frey, Präsident der Kommission Hotelklassifikation. «Die Spezialisierung ist unsere Trendabteilung.» Denn je nach Nachfrage zeige sich, welche Hotels im Trend seien. «Nun klären wir ab, ob wir beispielsweise neu die Kategorie Designhotels gründen wollen», so Frey. Im Bereich

DAS VORGEHEN BLEIBT DAS GLEICHE

Das Vorgehen bei der Klassifikation wird sich mit der Revision nicht ändern. «Wir behalten unser Milizsystem, denn wir glauben, dass niemand das Hotel besser beurteilen kann als ein unabhängiger Hotelier oder eine Hoteliere», hielt Riet Frey fest. Die Beurteilung der Hotels werde jedoch nicht einfacher. «Die Befragungen der Hoteliers sind viel komplexer geworden», so Christian Hodler, stellvertretender Direktor von hotelleriesuisse. «Eine wachsenden Anzahl von Anwäl-

Neuerungen bei den Hotelführern 2005

Der hotelleriesuisse-Hotelführer, das umfassendste Hotelverzeichnis der Schweiz, beinhaltet 2303 Hotels, rund 350 Restaurants und rund 40 Hotelgruppen. Er wird seit über 100 Jahren publiziert, erscheint in 50000 Exemplare und ist ab 2005 kostenlos. Im neuen Hotelführer werden die Sterne und die Piktogramme für Spezialisierungen grösser abgebildet und damit besser sichtbar. Als neues Piktogramm wird die Knospe von Bio Suisse für die Restaurants eingeführt. Der Hotelführer soll breiter und zielgerichteter – möglichst nahe am Gast – distribuiert werden.

Alle Hotels werden parallel zum Print-Hotelführer online – teilweise mit Zusatzinformationen – publiziert. 950000 Besucher klicken monatlich www.swisshotels.ch/hotels an. Nächstes Jahr wird der Geamtatritt von hotelleriesuisse überarbeitet. Die Daten sollen laufend angepasst und publiziert werden – auch Veränderungen bei der Klassifikation. Neumitglieder werden sofort aufgeschaltet. Und auf der neuen Website www.hotelsterne.ch bekommt der Gast künftig Informationen zur Hotelklassifikation. CK

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

MIRUS SOFTWARE
Mit **MIRUS Mitarbeiter-Management** haben Sie mehr Zeit für ihre Gäste. Profitieren auch Sie vom Know-how des Marktleaders!

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

anliker GSM:
Amortisiert
in nur sechs
Monaten!

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

Finden und gefunden werden!
Auf dem grössten Marktplatz der Branche.
Jetzt gratis registrieren.
www.gastrofacts.ch

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

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

Gastroconsult
TRENDAH FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Steuererleichterung...
...wir verschaffen Sie Ihnen
• Kundenbuchhaltung von A bis Z
• Steuer- und Unternehmensberatung
• Inventarschätzung
• Informatiklösungen
Professionell – diskret – wirtschaftlich

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

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

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

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

Zu vermieten an Toplage bei Media-
Markt Winterthur-Hegi, Hintermühlen-
strasse 4, 8409 Winterthur

Cappuccino-Bar (1. Stock)

- Eröffnungssdatum 1.11.2003
- 150 m²
- Miete CHF 5000.-
- Depot CHF 28 000.-
- Inventar CHF 250 000.-
(muss übernommen werden)
- Übernahme 1.1.2005
(oder nach Vereinbarung)
- Mietvertrag per 1.9.2003 bis
30.9.2008
- Optionsrecht für die Verlängerung
2 x 5 Jahre bis 30.9.2013
resp. 30.9.2018

Sebari AG
Mulchlingerstrasse 75, 8405 Winterthur
Tel. 052 232 13 88 - Fax 052 232 13 42
E-Mail: ebayraktar@bluewin.ch
Mobil: 076 345 72 72

164252/430768

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

Restaurant Muracher

Büron LU

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

Attraktive Konditionen

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

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie
bitte an:
Albert Koechlin Stiftung AKS, Reuss-
stieg 3, 6003 Luzern

164347/413289

HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Wir vermieten

Hotel- und Restaurationsbetrieb mit 216 Betten an der Autobahn Zürich - Bern

**Da es sich um ein neues Projekte handelt, welches im
2006 eröffnet werden soll, hat der Mieter die Möglichkeit
in der Detailplanung mitzubestimmen. Der neue Betrieb
liegt direkt an einer Autobahn-Aus-Einfahrt, es entsteht
das erste ***Hotel dieser Gröszenordnung an der A2.**

Wenn Sie unser Angebot interessiert senden wir Ihnen gerne
die entsprechenden Unterlagen.

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

Zweit-Existenz

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

Restaurant-Bar «Bären»

Rest./Bar; ca. 60 Sitzplätze, gute Zufahrt,
genügend Parkplätze, grosse Wirt-
wohnung, 1033 m² umb. Raum,
guter Zustand.

VP Fr. 645 000.-.

E-Mail: info@thoma-immo.ch
Internet: www.thoma-immo.ch

THOMA
Immobilien Treuhand AG

THOMA Amriswil 071 411 37 11

Zu vermieten
in Weggis am Vierwaldstättersee per
sofort oder nach Vereinbarung an Ehe-
paar mit **Erfahrung und Erfolgs-
ausweis**

Hotel Schweizerhof

im Dorf Weggis, 60 Betten, Restaurant,
Saal, Pächterwohnung u.a.

Interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche
Bewerbung.

Acorus-Treuhand AG
André Knüsel
Postfach, 6045 Meggen
Telefon 041 379 60 40
E-Mail: info@acorus.ch

374486/164361

Zu verkaufen

in Venezuela von Schweizer Ehepaar
aussergewöhnliches und gut
eingeführtes

Bungalow-Hotel

zwischen Sandstrand und tropischem
Urwald, Baujahr 1995, 14 Zimmer,
alle mit AC, Ventilator, Bad und
Terrasse, Restaurant, Bar, Schwimm-
bad; alles mit Meersicht.
Grosse Landreserven 53 000 m².
Eigene Wasser- und Stromversorgung.
Nur 130 km von Caracas und 2 km
ausserhalb des Fischerdorfes
Chirimena.

Interessenten erhalten nähere Auskunft
unter Telefon 061 871 08 17

164325/414678

Gesucht langfristige Pacht oder Kauf
eines grösseren

Restaurants- oder Hotel- betriebs

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

Antritt ab Frühjahr 2005 möglich.

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

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

163770/430630

ANZEIGEN

Occasionsverkauf

von Kücheneinrichtungen, Geräten und Kleinmaterial

Mittwoch, 24. November 2004, 14.00-17.00 Uhr
Freitag, 26. November 2004, 14.00-17.00 Uhr

Aufschnittmaschine, Bain-Marie, CNS-Schalen, div. Dispenser,
Eisbecken, Geschirrspülmaschine, Kleinmaterial, Kombi-Steamer,
Kühlschrank, Kühlzelle, Lips, Porzellan, Topfpülmaschine,
Speisenverwertungsanlage, Tiefkühlschrank, Reinigungsmas-
chinen, Rollmaterial, Salatwaschmaschine, Speisenverteil-
band, Speisenverteilwagen usw.

Die gekauften Geräte müssen direkt bezahlt und mitgenommen
werden.

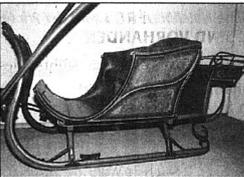
Besichtigungsort und Auskunft:

Spital Zollikerberg, Spitalküche im 3. OG, Frau Mirjam
Brühwiler, Leiterin Gastronomie, Trichtenhauserstrasse 20,
8125 Zollikerberg, Telefon 01 397 30 32

164323/212970

Zu verkaufen

Pferdeschlitten



original restauriert.
Z.B. als Attraktion in Hotelhalle.

Telefon 032 631 33 30
079 671 98 10

D 42992

Zu verkaufen elektronische

Stempeluhren

ab Fr. 598.-
rechennde Ausführung ab Fr. 790.-,
Badge-System ab Fr. 1800.- exkl. MwSt.
Stets rev. Occ. mit Garantie.
Jäggi & Co., Uhrenanlagen
Lyss: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61
www.jaeggi-co.ch

160525/330280

**Über Internet
und nette Gäste.**

htr

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

Im Auftrag vermieten wir per April 2005 im Golfpark
Oberburg/Burgdorf BE

Golf-Restaurant «Altes Sumpfhaus»

Emmental und Golf – eine reizvolle Kombination. Eine
erstklassige Golfanlage verwöhnt Mitglieder und Gäste.
Das Restaurant «Altes Sumpfhaus» ist ein lebendiger Treff-
punkt – auch für Nichtgolfer.

Sie sind ein begeisterter Gastgeber. Kreativ und
engagiert. Mit Charme meistern Sie Turniere, Firmen-
anlässe und Bankette. Ausflügler und Einheimische – alle
fühlen sich wohl!

80 Sitzplätze innen und 40 auf gedeckter Terrasse. Saison
April bis Oktober. Ideal als Zweitbetrieb zur Bewältigung
saisonaler Spitzen und von Grossanlässen.

Weitere Informationen zur Golfanlage unter www.golf-parkoberburg.ch. Detaillierte Angaben erhalten Sie bei:

imhotel • Liliane Rentsch • Eigerstrasse 42 • 3007 Bern •
liliane.rentsch@imhotel.ch • tel. 031 371 04 11 • fax 031 371 04 19

386648/164414

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 Fislébach Fax 056 484 20 21

IST

Eidgenössisch anerkannte
Höhere Fachschule

Vorbereitungskurs dipl.

Tourismus-Experte/-in

für praxisorientierte Personen

mit erster Führungserfahrung

Beginn/Dauer: Februar 2005,
20 Monate, berufsbegleitend

Lehrgang dipl. Tourismus-
fachmann/-fachfrau HF

3 Jahre Vollzeit (inkl. Praktikum)

Beginn: Januar, April, August

Oder 5 Semester berufsbegleitend

Beginn: Januar

Möglichkeit zum prüfungsfreien

Übertritt in das 3. Semester des

Betriebsökonomie-Studiums an der

Zürcher Hochschule Winterthur

(ZHW) mit Fachhochschul-Abschluss

Internationale Schule für Touristik AG

Josefstrasse 59, 8005 Zürich

Telefon 044 440 30 90

www.ist-zurich.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Grundlagen zum Erfolg

Réceptionskurs I

4-wöchiger Intensivkurs
für Ein- und Umsteiger an die
Hotelréception mit FIDELIO FO

11. April bis 6. Mai 2005

10. Okt. bis 4. Nov. 2005

(oder 2 Blöcke à 2 Wochen Frühling/Herbst)

Verlangen Sie bitte unser detailliertes

Kursprogramm oder besuchen Sie

uns auf unserer Homepage

www.hotelschule-loetscher.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Färbstrasse 1B, 7270 Davos Platz

Tel. 081 420 65 26

E-Mail: info@hotelschule-loetscher.ch

**Vom Saisonjob bis
zur Lebensstelle.**

Abonnieren und inserieren:

Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

Sprachausbildung

Originalpreise - hervorragende Schulen in

England USA Kanada Australien

Neuseeland Frankreich Italien

Annerle-Rolf Frischknecht Tel. 01 926 39 58

www.sprachausbildung.ch

KURZ UND BÜNDIG

Die Vereina-Linie hat Erwartungen erfüllt

Die Vereina-Linie der Rhätischen Bahn (RhB) zwischen Klosters und dem Untereggadin ist ein Renner: Nach fünf Betriebsjahren ziehen die RhB und die Touristiker eine positive Bilanz. Vor der Eröffnung des 800 Mio. Franken teuren Bauwerks war die Zahl der jährlich zu transportierenden Fahrzeuge auf höchstens 300 000 veranschlagt worden. 2003 waren es bereits 376 000. Gemäss Scuol Tourismus konnten zudem mehr Logiernächte und Tagestouristen gezählt werden. TL/Scda

Kamber will die Marke Luzern stärken

Urs Kamber, der neue Tourismusdirektor von Luzern, hat letzte Woche aufgezeigt, wie er die Leuchtenstadt wieder mehr zum Leuchten bringen will. Im Vordergrund steht eine Fokussierung: In den deutschsprachigen Märkten, in Grossbritannien und den USA wird Luzern künftig als «Festival City» auftreten, im asiatischen Raum als «Shopping Boutique». Zudem plant Kamber die Durchführung eines Marathons mit internationaler Ausstrahlung. TL

Zerreihsprobe rund um den Thunersee

Die «Fabelhafte Erlebnisregion Thunersee» (FER) verliert im nächsten Jahr fünf wichtige Partner: Die BLS-Schiffahrt, die Niesen-, die Stockhorn-, zum Teil die Niederhornbahn und die Beatushöhlen steigen gemäss «Thuner Tagblatt» aus. Sie werfen den Organisatoren mangelhaftes Marketing vor. OK-Mitglied Beat Anner kontert, dass immer noch 35 Partner bei FER mitmachen, darunter seien auch neue. TL

Österreichs Tourismus verliert an Schwung

Im Tourismusjahr 2003 erzielte Österreich ein Umsatzplus von insgesamt 6 Prozent – im laufenden Jahr dürfte der Umsatz noch um 4 Prozent auf 19 Mia. Euro ansteigen. Dies geht aus dem aktuellen Branchenbericht der Bank Austria Creditanstalt hervor. Die Konjunkturerholung in wichtigen Herkunftsmärkten wie Deutschland sei noch zu schwach, um stärkere Impulse zu geben. TL

NORDIC-WALKING

Der Boom erfasst die Schweiz

Ob im Berner Oberland, in der Zentralschweiz, im Wallis oder Bündlerland: Überall sind in diesem Sommer Nordic-Walking-Angebote entstanden. 16 Hotels spezialisieren sich bereits auf dieses Gästesegment und haben sich als «Nordic Fitness Hotels» zertifizieren lassen.

■ THERES LAGLER

«Viele Touristiker in der Schweiz haben lange geschlafen. Es ist schön, dass sie nun endlich Gas geben»: Dieses Fazit zieht Peter Salvisberg, der im Mai gemeinsam mit acht Institutionen aus Sport, Gesundheit und Tourismus das Projekt «Nordicfitnesspoint.ch» lancierte. Es verfolgt das Ziel, die Nordic-Walking-Aktivitäten in der Schweiz zu vernetzen, touristisch zu nutzen und eine einheitliche Ausbildung der Instrukturen zu gewährleisten. Peter Salvisberg schätzt, dass bereits 150 000 bis 200 000 Menschen in der Schweiz die neue Fitness-Sportart regelmässig ausüben.

300 NEUGIERIGE IM SCHNUPPERKURS

Das kann auch für touristischen Schwung sorgen, wie Doris Wandfluh von Kandersteg Tourismus bestätigt. So hat Kandersteg vom 20. Mai bis 20. Oktober gemeinsam mit Railaway Nordic-Walking-Schnupperstage angeboten. «300 Personen haben mitgemacht», zieht Doris Wandfluh Bilanz. Am Anfang sei zwar jeweils nur der Kurs am Samstag zu Stande gekommen, im Herbst habe aber dann ein regelrechter Boom eingesetzt. Die Verhandlungen mit Railaway fürs nächste Jahr laufen bereits. Doris Wandfluh ist sich aber bewusst: «Diesmal wird es wohl Mitbewerber geben.» Doch Kandersteg setzt nicht nur auf dieses Standbein. So sollen im nächsten Jahr vermehrt Firmen angeschrieben werden, die an einem Geschäftsausflug interessiert sein könnten. Zudem steht die Einweihung eines «Swiss Nordic Parks» auf dem Programm.

EIN PARK MIT VIER VERSCHIEDENEN ROUTEN

Der erste solche Park ist im Oktober auf der Rigi eingeweiht worden.

Der Verband swiss ski hat ihn offiziell als «Swiss Nordic Park» zertifiziert. Er umfasst 15 Kilometer ausgeschilderte Routen in den Schwierigkeitsgraden blau (Anfänger), rot (Fortgeschrittene) und schwarz (Sportler). Die Infrastruktur ist parat, die Mitarbeiter sind ausgebildet. Nun setzt gemäss Hans Weber, Marketingleiter der Rigi Bahnen AG, die zweite Phase ein. «Wir erhalten wöchentlich mehrere Anfragen. Das erhöht den Druck, konkrete Angebote für die Kunden auszuarbeiten.» Winterpause gibt es keine (siehe Box). «Wir pfaden die Trails ja ohnehin», betont Hans Weber.

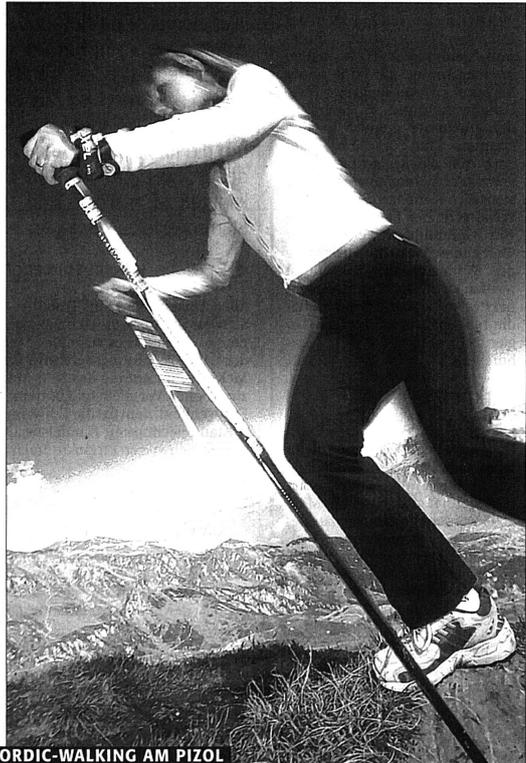
LABEL FÜR HOTELS IST BEREITS GEFRAGT

Tatkräftige Unterstützung erhält er von der «Hostellerie Rigi». Die Direktorin Laurence Droz hat ihr Haus bereits als «Nordic Fitness Hotel» zertifizieren lassen und bietet Pauschalarrangements für Nordic-Walker an. So können Interessierte an Weihnachten beispielsweise eine geführte «Nordic Walking Tour bei Vollmond» unternehmen. 16 Hotels haben sich bis jetzt als «Nordic Fitness Hotel» zertifizieren lassen – drei in der Zentralschweiz, vier im Bündlerland, sieben im Bernbiet und zwei im Wallis. Sie verpflichten sich allesamt, Nichtraucherzimmer, Vollwertkost und geführte Walks mit ausgebildeten Instrukturen anzubieten. Pflicht ist zudem, mindestens das Qualitätsgütesiegel QI vorzuweisen. Bis jetzt läuft die Zertifizierung der Hotels über das Projekt «Nordicfitnesspoint.ch». Initiant Peter Salvisberg möchte diese Aufgabe aber mitteilristig einem Verband übertragen.

AUCH ANDERE ANBIETER SIND VORHANDEN

René Foster, Geschäftsführer des Hotels Riffelberg in Zermatt, ist vom Label überzeugt, auch wenn er den Nutzen noch nicht genau quantifizieren kann. «Es sind auf jeden Fall vermehrt Leute mit Stöcken unterwegs», hält er fest. Nächste Woche soll zudem entschieden werden, ob Nordic-Walking als neue Kategorie beim Zermatter Marathon aufgenommen wird. Es bewegt sich also einiges. Allerdings ist festzuhalten, dass nicht alles über das Projekt «Nordicfitnesspoint.ch» läuft. So haben beispielsweise einige Tourismusorte zusammen mit «Ryffel Running» und «Helsana» Trails für Nordic-Walker erstellt.

Foto: Swiss-Image



NORDIC-WALKING AM PIZOL

Wer das Lauftraining mit Stöcken richtig beherrscht, beansprucht ähnlich wie beim Langlaufsport 90 Prozent der Körpermuskulatur.

Auch im Winter möglich – ein Überblick

Wer bis anhin meinte, Nordic-Walking sei nur etwas für die Sommersaison, hat sich getäuscht. Das zeigt sich beispielsweise an den «Swiss Top Walks», die es ermöglichen, mit Zeitmessung auf den Berg zu walken und dann mit der Bahn herunterzufahren. Die Strecken auf den Niesen, die First und das Egishorn gehen zwar in die Winterpause. Die Strecke am Pizol und der Abschnitt Riffelberg-Rötenboden am Gomergrat bleiben aber auch in der kalten Jahreszeit in Betrieb. In Arosa wird am 18. Dezember sogar ein neu-

er «Swiss Top Walk» eingeweiht. Der Trail führt durch die Schneelandschaft bis aufs Weisshorn. Wer es weniger sportlich mag, kann auch nur die Strecke bis zur Mittelstation der Weisshorn-Bahn unter die Füsse nehmen. Die Rigi-Bahnen halten die vier Routen des «Swiss Nordic Parks» auch im Winter in Schuss. Zudem offerieren die meisten der zertifizierten Hotels spezielle Angebote. TL

Infos: www.swisstopwalk.ch oder www.nordicfitnesspoint.ch

ZUM GEDENKEN AN URS FRISCHKNECHT

Eindrucksvolle Persönlichkeit mit Engagement

Gross waren Schock und Trauer, als wir vom völlig unerwarteten Tod von Urs Frischknecht erfahren mussten. Mit Urs verlieren wir nicht nur einen ehemaligen Mitarbeiter, sondern vor allem einen Freund und eine eindrucksvolle Persönlichkeit:



Urs Frischknecht trat am 1. Juni 2001 als Chefredaktor für das Magazin Hotel- und Gastgewerbe in die Dienste von hotelleriesuisse. Der Journalismus war für Urs Frischknecht nicht nur Beruf, sondern Lebensweise. Ihn interessierten die Menschen als solche und nicht allein vordergründig diskutierte Sachfragen. Dementsprechend genau nahm er es während seiner ganzen Tätigkeit mit der

journalistischen Ethik und der Verpflichtung zur Wahrhaftigkeit im Rahmen seiner publizistischen Arbeit. Mit grossem Elan und fundiertem Fachwissen betreute er das ihm anvertraute Magazin H&G. Seine Person war Garant für journalistische Qualität und profilierte Beiträge.

Ende 2003 verabschiedete sich Urs Frischknecht in der letzten H&G-Nummer von seinen Lesern. Er tat dies in souveräner, feinfühligter Art und Weise und verfasste folgende Zeilen, welche ihn selber und seine berufliche Philosophie treffend charakterisieren: «Als einer, der zwar Zeit seines Berufslebens in der Welt des Journalismus tätig war, mit der Übernahme der H&G-Chefredaktion aber thematisches Neuland betrat, wurde ich in den zweieinhalb Jahren meines Wirkens immer wieder mit zwei ähnlich gestellten Fragen konfrontiert: Wie findest du dich in dieser Szene zurecht? Und vor allem: Ist es auf Dauer nicht schwierig, Themen und Geschichten zu finden, die sich lohnen, beleuchtet und publiziert zu werden? Da gab es jeweils nur die eine und relativ einsilbige Antwort:

Kein Problem. Zu lebendig, zu vielseitig präsentiert sich der ganze Bereich. Wie kaum woanders ist in diesem Gebiet der Zeitgeist jederzeit rufbar, werden nahe liegende und ausgefallene Konzepte verwirklicht, und wieder verworfen, entscheiden stil- und artgerechte Angebote über den Zuspruch der potenziellen Kundschaft. Ganz speziell ist dabei: Hinter all dem Tun und Wirken stecken immer Menschen, die in der Regel bloss das Ziel verfolgen, anderen Menschen die Zeit als Gast möglichst angenehm zu gestalten – zweifelnd eine besondere Art von human touch, die in dieser Branche allgegenwärtig ist.»

Urs Frischknecht hat uns endgültig verlassen. Wir haben ihn als Menschen und Arbeitskollegen sehr gern gehabt. Dementsprechend in Ehren halten wir seine in seiner letzten Kolumne zum Ausdruck gebrachte Sicht der Dinge.

Wir wünschen seiner Familie von Herzen die notwendige Kraft und Trost in dieser schwierigen Zeit.

Christian Hodler, stv. Direktor hotelleriesuisse

Todesanzeige

Wir haben die schmerzliche Pflicht, Sie vom unerwarteten Hinschied unseres ehemaligen Chefredaktors des Magazins H&G

Urs Frischknecht

in Kenntnis zu setzen. Er starb am 12.11.04 in seinem 52. Lebensjahr an einem Herzversagen.

Urs Frischknecht besass durch seine langjährige journalistische Erfahrung ein fundiertes Fachwissen, welches er mit grossem Erfolg einzusetzen wusste. Für seinen unermüdbaren Einsatz für unser und «sein» Magazin sind wir ihm zu grossem Dank verpflichtet. Seine humorvolle und warmherzige Art wird uns sehr fehlen. Wir verlieren nicht nur einen ehemaligen Mitarbeiter, sondern vor allem einen Freund und eine eindrucksvolle Persönlichkeit

Die Trauerfeier findet statt am Donnerstag, 18. November 2004, um 14.00 Uhr in der Friedenskirche Bern.

Direktion und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von hotelleriesuisse

KURZ UND BÜNDIG

Wohnungen sollen besser genutzt werden

40 Kantonsparlamentarier rund um den SVP-Grossrat Leo Jeker, welcher auch neuer Präsident der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden ITG ist, haben in einer Anfrage an die Bündner Regierung Wege suggeriert, wie Ferienwohnungen in Graubünden intensiver genutzt werden könnten. Laut der «Engadiner Post» soll die Regierung bis im Februar abklären, inwiefern über steuerliche Anreize, Eingriffe ins Privatrecht, den Leistungsauftrag von Graubünden Ferien oder über andere Wege die Auslastung der Wohnsubstanz beeinflusst werden kann. Die Mitunterzeichner der Anfrage sind besorgt über die tendenziell rückläufigen Logiernächtezahlen in der Parahotellerie. DST

Parkhotel Delta Ascona: Vier für drei

Das Parkhotel Delta Ascona bleibt in diesem Jahr zum ersten Mal auch während den Wintermonaten geöffnet. Bis zum 17. März 2005 werden die Zimmer zu speziellen Preisen angeboten. Bleiben die Gäste mindestens drei Tage, ist die vierte Übernachtung als Dankeschön offeriert. DST

LOCKVOGELANGEBOTE

McKinsey rät zu Dumpingpreisen

Wer einmal seine Ferien in der Schweiz verbracht hat, kommt in der Regel wieder. Die Beraterfirma McKinsey schlägt deshalb Lockvogelangebote vor, um die touristischen Angebote der Schweiz im Ausland bekannter zu machen und um Stammgäste zu gewinnen.

HANSRUEDI BERGER*

Allen Unkenrufen zum Trotz hat die Schweiz im Ausland nach wie vor einen guten Ruf. Dies zeigt eine Studie der Unternehmensberatungsfirma McKinsey im Auftrag des NZZ-Magazins «Folio». Vor allem im Absatzmarkt Deutschland, dem für die Schweiz mit Abstand wichtigsten Handelspartner, stehen Schweizer Produkte hoch im Kurs.

TOURISMUS LIEGT BEI UMFRAGE ZURÜCK

Die Liste von Dienstleistungen und Produkten, die Deutschen zur Schweiz einfallen, wird von Käse (40 Prozent der Befragten) angeführt, da-

Foto: Peter de Jong



MCKINSEY-EMPFEHLUNG

Günstige Angebote sollen ausländische Gäste in die Schweiz locken. Sind diese mit dem Gebotenen zufrieden, würden sie später wiederkommen, schreibt McKinsey in einer Studie.

hinter folgen Uhren (32 Prozent) sowie Schokolade und Finanzdienstleistungen (je 30 Prozent).

Mit 22 Prozent doch schon um einiges zurück, liegt der Tourismus. Deutlich höher bewerten die Deutschen Österreich als Tourismusland (42 Prozent), und auch Italien ist mit 24 Prozent noch vor der Schweiz klassiert. Hinter der Schweiz liegen Frankreich (15 Prozent) und mit 9 Prozent Deutschland selbst. Gerade Deutschland befindet sich jedoch im Aufwärtstrend, denn dessen Bewohner hätten nun auch das eigene Land als Reiseziel entdeckt, heisst es in der Studie.

WIEDER KOMMEN NACH POSITIVER ERFAHRUNG

Für den Schweizer Tourismussektor sind diese Zahlen von Bedeutung, denn Deutsche machen mit Abstand den grössten Anteil unter den ausländischen Feriengästen aus. So entfällt in Graubünden rund die Hälfte der Logiernächte auf Schweizer Gäste, mit einem Anteil von fast einem Drittel ist Deutschland aber unangefochten die Nummer 2. Geht die Zahl der Besucher aus Deutschland prozentual nur leicht zurück, steht die einheimische Tourismusindustrie deshalb vor einem grossen Problem.

Allerdings zeigt die Studie auch positive Seiten im Schweizer Tourismusangebot: Haben ausländische Gäste einmal ihre Erfahrung mit der Schweiz als Ferienland gemacht, kommen sie wieder. Deshalb empfiehlt McKinsey dem Schweizer Tourismusgewerbe, mit «attraktiven Schnupperangeboten Erstbesuchsbarrrieren abzubauen». McKinsey nennt hier als Beispiele die Mobiltechnologie und Computer-Drucker. Hier würden tiefe oder sogar negative Margen im Hinblick auf eine längerfristige Kundenbindung in Kauf genommen.

SPEZIALRABATTE MÜSSEN KLAR DEKLARIERT WERDEN

Für Oliver Federspiel, Direktor Graubünden Ferien, lohnt es sich durchaus, in diesem Bereich nach Lösungen zu suchen. Mit günstigen Angeboten für Erstbesucher könnte man zudem auch dem negativen Image als Hochpreisland entgegenwirken, sagte er gestern auf Anfrage. Allerdings, so Federspiel, müsse man darauf achten, dass dies nicht, wie beispielsweise im Flugverkehr, sich zu einem Preiskampf unter den Anbietern entwickle.

Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik bei hotelleriesuisse, findet, dass so genannte Hammerpreise Sinn machen können, um das Interesse für ein bestimmtes Hotel zu wecken. Allerdings müssten die Spezialrabatte klar deklariert werden. Dabei sollten Packages gemacht werden, die nicht mit dem Standardangebot vergleichbar seien. Das generelle Anbieten von Dumpingpreisen erachtet Allemann hingegen als problematisch.

RÜCKSTAND BEI DEN JUNGEN

Im direkten Vergleich mit Österreich liegt die Schweiz laut McKinsey bereits auf der Stufe «Bekanntheit der touristischen Zielen» deutlich zurück. Und, was für die Zukunft nicht eben viel versprechend ist: Der Bekanntheitsgrad des schweizerischen Tourismusangebots ist bei den jungen Deutschen geringer als bei den älteren. So sind Tourismusdestinationen in der Schweiz 65 Prozent der über 40-Jährigen ein Begriff, bei den Jüngeren sind es nur noch 48 Prozent.

Diese Beobachtung überrascht nicht, denn für Jüngere stehen viele Freizeitmöglichkeiten und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis im Vordergrund, während die Älteren eben mehr Wert auf Qualität, Exklusivität und Service legen. Und gerade beim Service hat das Schweizer Tourismusgewerbe im Ausland einen weit besseren Ruf, als man dies erwarten könnte. Während laut Studie nur jeder vierte Schweizer den gebotenen Service als gut bewertet, schwärmen 40 Prozent der deutschen Gäste vom guten bis sehr guten Servicepersonal.

FRÖHLICHKEIT UND TEMPERAMENT

Im Vergleich mit Österreich zeigt sich in der Studie klar, woran es in der Schweizer Tourismusindustrie hapert: In Bezug auf Fröhlichkeit, Temperament und «Jugendlichkeit» weist der Schweizer Tourismus deutliche Defizite auf. Das Tourismusangebot könne in vielen Bereichen ein breites Zielpublikum nicht ansprechen. Diese Attribute würden jedoch von Konsumenten auch bei touristischen Produkten zunehmend gewünscht. Man müsse daher entsprechende Angebote schaffen und diese auch kommunizieren, heisst es in der Studie.

Mitarbeiter: Daniel Stampfli

Anzeige

SCHNELL. EINFACH. GÜNSTIG!
Jetzt abonnieren.
www.GastroProfessional.ch
Know-how online.

Mit GastroProfessional lösen Sie Ihre täglichen Probleme schnell, einfach und zeitlich unabhängig: ob in einer Arbeitspause, am Wochenende oder mitten in der Nacht.

ZUM BEISPIEL BETRIEBSKENNZAHLEN:

„Landgasthof-Wirtin K in L stellt eines Tages betrubt fest: da arbeitet Sie jeden Tag an die 10 bis 12 Stunden – und unter dem Strich bleibt so gut wie nichts. Kaum ein Franken Gewinn. Da kann doch etwas nicht stimmen. Nur was? Sie hat ja keine Vergleichswerte.“

Auch hier hilft GastroProfessional. In diesem Fall mit dem praktischen Kennzahlen Check. Schnell, einfach und günstig!*

GASTRO Professional
KNOW-HOW ONLINE

Zum Klick gibt's Lösungen.

* Dank Unterstützung des Bundes aus dem Innovationsfonds für den Tourismus (Innotour) nur 100 Franken für GastroSuisse-Mitglieder oder 300 Franken für Nicht-Mitglieder. Es ermöglicht den unbeschränkten Zugang zu sämtlichen Inhalten und Downloads der Website.

* Der Bericht von Hansruedi Berger ist bereits in der «Südschweiz» vom 5. November 2004 erschienen.

Renovationen
beendet

Pontresina. Das Grand Hotel Kronenhof in Pontresina eröffnet am 11. Dezember 2004 seinen komplett renovierten und sanierten Westflügel (Ganzoniflügel) mit 29 Zimmern, inbegriffen drei Suiten. Ebenfalls renoviert wurde in Pontresina der Eingangsbereich sowie Aufenthalts- und Frühstücksraum des Hotel Garni Chesa Mulin. Im Hotel Bernina in Pontresina steht neu das A-la-carte-Restaurant «Stüvetta» als rauchfreie Zone zur Verfügung. DST

Europas grösste
City-Jugi

Kopenhagen. Das dänische Jugendherbergswerk Danhostel baut in Kopenhagen die grösste City-Jugendherberge Europas. Das frühere Hotel Europa wird Ende Mai 2005 als «Danhostel Copenhagen City» eröffnet. Die 5-Sterne-Jugi wird 700 Betten verteilt auf 200 Zimmer umfassen. Jeder Raum verfügt über Bad und Toilette. Die neue Jugendherberge soll allen Gästetypen, egal ob Familien, Singles, Paare oder Senioren, offenstehen. DST

«Hard Rock» für Madrid

Hard Rock Hotel. Hard Rock International und die Sol Melia Hotels and Resorts haben angekündigt, dass ihre Joint-Venture-Gesellschaft, Lifestar Hoteles España S.L., Europas erstes Hard-Rock-Hotel in Madrid managen wird. Das «Tryp Reina Victoria Hotel» mit 201 Zimmern, für welches Sol Melia einen Langzeit-Pachtvertrag besitzt, liegt im Herzen von Madrids Altstadt, am westlichen Ende der für Fussgänger reservierten Plaza de Santa Ana. Das Hotel wird ab sofort einer um-

fassenden Modernisierung unterzogen, nach welcher sein Re-Branding als «Hard Rock Hotel Madrid» geschieht. Die Modernisierung soll aber nicht die Fassade des Baus kompromittieren, der den urbanen Stil Madrids repräsentiert. Keith Hobbs von United Designers, London, entwarf das Innere. Das Opening ist für Ende 2005 geplant. Das Haus soll als Luxushotel mit «feinsten Dienstleistungen und Einrichtungen» für Business- wie für Ferienreisende positioniert werden. KJV

Weitere Traders-
Hotels in China

Shangri-La. Über ein Management-Abkommen mit der First Shanghai Group wird Shangri-La Hotels and Resorts mit Sitz in Hongkong ab August 2005 ein Traders-Hotel in Kunshan in China betreiben. Das Hotel mit 387 Zimmern soll das bestehende Angebot von 17 Häusern in der Volksrepublik ergänzen. In Suzhou, 30 Autominuten von Kunshan entfernt, soll zum Jahresende 2005 ein weiteres Traders-Hotel eröffnet werden. DST

Wachstum in
Deutschland

Accor. Der französische Konzern sieht seine Wachstumszone in Deutschland noch lange nicht erreicht. Neben dem Bau von neuen Hotels in mehreren Städten will er bis Anfang 2006 rund 70 Mio. Euro (106 Mio. Franken) in bestehende Häuser investieren. Gemäss Nachrichtenagentur ddp.vwd ist Deutschland mit einem Umsatz von 1 Mrd. Euro für den französischen Konzern derzeit der wichtigste Markt ausserhalb Frankreichs. KJV

HOTELLERIESUISSE

DV entscheidet: Programm und Budget

Die Delegiertenversammlung von hotelleriesuisse am 1. Dezember in Bern wird über das Verbandsprogramm und das Budget für 2005 entscheiden. Die DV wird durch ein Seminar über die Kredit-Regeln von «Basel II – Gefahr oder Chancen für die Hotellerie» ergänzt.

KARL JOSEF VERDING

An der Delegiertenversammlung (DV) von hotelleriesuisse am Mittwoch, dem 1. Dezember 2004 im Kultur-Casino in Bern wird das Ergebnis der Mitgliederbefragung 2004 des Verbandes präsentiert. An dieser DV wird sodann über das Verbandsprogramm und Budget für 2005 entschieden. Die Verbandsleitung erklärt die Strategischen Zielsetzungen für das nächste Jahr. Die Strategische Erfolgskontrolle (SEK) gibt einen Kurzbericht. Die Direktion wird eine Tour d'Horizon der laufenden Geschäfte von hotelleriesuisse im 2004 beschreiben, und insbesondere auch den Stand der Dinge zum hotelleriesuisse-Partnerschaftskonzept und zur Zertifizierung der Hotelfachschulen vorstellen.

Anschliessend ist der Antrag des Vorstands der Zürcher Hoteliers an die DV zur «Förderung von BMS-Ausbildungsplätzen in der Hotel- und Gastgewerbebranche» traktandiert. Darin

wird zunächst folgende Ausgangslage beschrieben: Im Kanton Zürich absolvieren während der Ausbildung 2002–2004 lediglich 10 Lehrlinge – dies entspricht rund 0,71% aller Lehrverhältnisse während einer Ausbildungsdauer im Kanton Zürich – die Berufsmittelschul-Ausbildung (BMS). «Zur Sicherung der künftig immer anspruchsvoller werdenden Aufgaben unserer Branche brauchen wir allgemein gebildete Fachleute, die später in der Lage sind, die Branchenweiterbildungen der Fachhochschulen zu nutzen», betont der Vorstand der Zürcher Hoteliers. Und: «Die Fachhochschulen unserer Branche sollen von Praktikern, und nicht (nur) von Akademikern genutzt werden, und dazu ist der BMS-Abschluss notwendig.»

«AKTIVE FÖRDERUNG» DER
BMS-AUSBILDUNG: ANTRAG

Der Vorstand der Zürcher Hoteliers bittet in seinem Antrag an die DV die Verbandsleitung von hotelleriesuisse zu prüfen, «in welcher Art die BMS-Ausbildungsmöglichkeiten in unserer Branche aktiv gefördert werden können». Einerseits seien die Angebote auf der Seite der ausbildenden Betriebe zu erweitern, und andererseits sei diese Ausbildungsmöglichkeit bei Lehrstellensuchenden, vor allem bei Oberstufenschülern der Sekundarschule, intensiv zu bewerben. Die Verbandsleitung wird im Antrag um die «Schaffung von Voraussetzungen» gebeten, «damit der Arbeitgeber die

Foto: KV



HOTELLERIESUISSE

Der Verband veranstaltet im Anschluss an die DV vom 1. Dezember – auch für Nicht-Delegierte – ein Seminar zu den internationalen Kredit-Regeln «Basel II».

Ausbildung mit BMS-Lehrabschluss kostenneutral einsetzen kann». Dies könne in Form einer finanziellen Unterstützung bei lehrbegleitender BMS-Ausbildung sein. «Oder in Form von Subventionen für Lehrgänger, welche die BMS im Anschluss an die LAP (Lehrabschlussprüfung) als Ganztageschule absolvieren.»

SEMINAR: «BASEL II –
GEFAHR ODER CHANCEN»

Die nach ihrem Vereinbarungsstatus mit «Basel II» benannten, internationalen Kredit-Regeln sollen im 2006 in Kraft treten. Dieser neue Standard wird die Investitionen in kapitalintensive Branchen mit geringer Rendite markant erschweren. Das Schlagwort «Basel II» soll in einem – auch für Nicht-Delegierte offenen – Seminar nach der vormittäglichen DV in einen erweiterten Themenkreis eingebettet werden. Das Seminar «Basel II – Gefahr oder Chancen für die Hotellerie» findet am Tag der DV, dem 1. Dezember, von 13.30 Uhr bis zirka 16.15 Uhr im «Bürgeratssaal» des Kultur-Casinos, Herrenstrasse 25, Bern statt. (Je nach Verlauf der Delegiertenversammlung könnte sich der Beginn des daran anschliessenden Stehbuffets und des Seminars leicht verzögern.)

Die Delegierten selber können sich auf der Anmeldung für die DV auch für das Seminar anmelden. – Spezielle Anmeldungen für das Seminar «Basel II» sind zu richten an: hotelleriesuisse, Carmen Hertz, Telefon 031 370 43 44, E-Mail: carmen.hertz@swiss-hotels.ch

SHANGHAI

Bald ein
«Peninsula»

The Hongkong and Shanghai Hotels, Limited (HSH) haben mit dem Shanghai Real Estate Resources Administration Bureau einen Land-Bewilligungsvertrag für den Kauf eines Grundstücks in Shanghai abgeschlossen. Auf dem Grundstück soll ein neues Peninsula-Hotel, The Peninsula Shanghai, entstehen, wie das Unternehmen mitteilt. Gleichzeitig hat das Unternehmen einen Vertrag mit der Shanghai New Huang Pu (Group) Co., Ltd. unterzeichnet, welche die Entwicklungsarbeiten für das Grundstück vornehmen und Assistenz für sämtliche projektbezogenen Massnahmen leisten wird.

Die Investition, ein Joint Venture zwischen der HSH und der Starwalk Properties (Group) Pty Ltd., beläuft sich auf rund 361 Mio. US-Dollar (426 Mio. Franken) und beinhaltet den Kaufpreis für das Grundstück sowie die Entwicklung und den Bau des Projekts. Die HSH zeichnet für 50 Prozent der Gesamtkosten verantwortlich. Zum Projekt gehören unter anderem das Peninsula-Hotel, ein Apartment-Hotel, eine Shopping-Arkae sowie weitere Einrichtungen. DST

CHRISTIAN REY

«Gespräche waren sehr fruchtbar»

Christian Rey, Präsident von hotelleriesuisse, zieht eine positive Bilanz der sechs durchgeführten regionalen Medien-Roundtable-Gespräche.

INTERVIEW: DANIEL STAMPFELI

Herr Rey, wie fällt die Bilanz nach der ersten Staffel Roundtables aus?

Ich bin sehr zufrieden. Wir, d. h. der Direktor von hotelleriesuisse, Christoph Juén, die Vertreter der jeweiligen Regionen und Sektionen und ich selber, durften zahlreiche vertiefte Gespräche zu aktuellen Themen der Schweizer Hotellerie führen und wertvolle Kontakte zu den Medien pflegen.

Sind Sie mit dem Interesse der Journalisten zufrieden?

Auf jeden Fall. Wir hatten ja auch klare Botschaften: Strukturwandel kann auch in der Hotellerie erfolgreich gemanagt werden. hotelleriesuisse bekennt sich zum Schengener Abkommen, das nächsten Sommer zur Abstimmung gelangen wird. Und wir ha-

ben bekräftigt, dass die Hotelklassifikation auch in Zukunft die Schlüsselaufgabe unseres Verbandes ist. Auf dieser Basis gibt es schnell einen Dialog.

In welchen Regionen verspürten Sie ein grösseres Interesse zur Teilnahme am Roundtable-Gespräch?

Die Gespräche waren in allen Regionen sehr fruchtbar. Am meisten Medienvertreter durften wir in Lausanne und Chur begrüssen. Insgesamt hatten wir das Privileg, mit äusserst kompetenten Gesprächspartnern zu diskutieren.

Welche Themen haben die Journalisten am meisten interessiert?

Unsere Position zu Schengen sowie Details zur jeweils regionalen Situation und Entwicklung der Hotelle-

rie sind auf ein grosses Echo gestossen. Auch Einzelheiten zur Hotelklassifikation stiessen auf Interesse.

Zu welchem Thema wurden die kritischsten Fragen gestellt?

Die Gespräche fanden in allen Regionen in einer sehr freundlichen, offenen und sachlichen Stimmung statt.

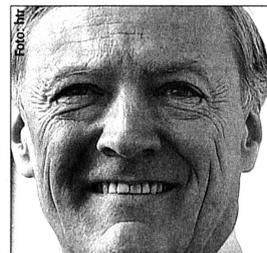
Werden die Roundtables im Jahr 2005 weitergeführt?

Ja. Wir möchten nächstes Jahr alle wichtigen Tourismusregionen unseres Landes besuchen. Ich möchte, dass diese Kamingsprache zu einer Tradition von hotelleriesuisse werden.

Wird dabei etwas verändert?

Nein. Das Konzept bleibt gleich: Persönliche Gespräche im informel-

len Rahmen zu ausgewählten Themen der Schweizer Hotellerie. Wir lernen bei jeder Veranstaltung dazu und bauen die Erfahrungen in den Prozess ein.



Christian Rey

Anzeige

www.kostenguenstige-waeschepflege.ch

Fleming bald in Zürich

Fleming's Hotels. Die Marke Fleming's Hotels & Restaurants wird erstmals im März 2005 mit der Eröffnung des 4-Sterne-«Fleming's-Hotel Frankfurt-Messe» auf dem deutschen Hotelmarkt aktiv. Folgen wird München, Weitere Hotelöffnungen sind in Frankfurt, Genf, Wien und Zürich geplant. Die HMG Hotel Management- und Servicegesellschaft mit Sitz in Frankfurt hat mit Wirkung zum 1. Juli 2005 einen Pachtvertrag mit dem Frankfurter Immobilieneigentümer

Ignaz Blodinger für ein Hotel in der Münchner Leopoldstrasse abgeschlossen. Derzeit wird dieses Hotel noch von der Achat Hotel- und Immobilienbetriebsgesellschaft betrieben. Nach Übernahme durch die HMG und nach umfangreichen Renovierungsarbeiten (neuer Fitnessbereich, sowie Kongress- und Tagungsräume) wird das Haus dann als «Fleming's Hotel München-Schwabing» geführt und über 157 Gästezimmer sowie 13 Suiten und Junior-Suiten verfügbar. *KJV*

Fonds am Hotelmarkt

Private-Equity-Fonds. 2,7 Milliarden Euro (4,1 Mrd. Franken) haben Private-Equity-Fonds im vergangenen Jahr in den europäischen Hotelmarkt investiert. Damit geht rund ein Drittel des gesamten Transaktionsvolumens in diesem Immobiliensektor auf das Konto der Private-Equity-Gesellschaften, berichtet die Zeitschrift «Der Fonds» unter Berufung auf das Maklerhaus Jones Lang Lasalle. – Private-Equity-Fonds beteiligen sich an bislang nicht börsennotierten Unternehmen.

Später sollen diese Geschäftsanteile dann mit Gewinn weiterverkauft oder an die Börse gebracht werden. – Noch bis Mitte der 90er-Jahre spielten Private-Equity-Fonds auf Europas Hotelmärkten eine untergeordnete Rolle. Dies änderte sich, nachdem Private-Equity-Firmen aus den USA den Markt für sich entdeckten. 2001 erreichte das Hotel-Transaktionsvolumen dieser Investoren mit 4,2 Mrd. Euro (6,4 Mrd. Franken) seinen bisher höchsten Stand. *KJV*

Probeschlafen zuerst

Stuttgart. Das «Le Méridien» in Stuttgart hat eröffnet. Eine aufwändige Renovierung ging voraus, die erst mit der Aktion «Probeschlafen» zwei Tage vor Eröffnung ihr Ende nahm. «Um von Beginn an ein perfektes Hotel bieten zu können», so General-Manager Bernd Schäfer-Surén, «liessen wir Zimmer und Service von unserer Hoteltcrew sowie zahlreichen Kunden und Partnern für einen Tag und eine Nacht auf Herz und Nieren testen.» Nach einer Umbau- und Renovierungsperiode

von fast acht Monaten sowie einer Investition von 19 Mio. Euro (29 Mio. Franken) der Aachener und Münchener Versicherungen als Besitzerinnen der Immobilie ist aus dem einstigen «Intercontinental» ein «Le Méridien» entstanden. Die internationale Luxushotelgruppe will Gäste aus aller Welt nach Stuttgart bringen. 281 Zimmer, darunter 35 Suiten in fünf verschiedenen Kategorien, wurden ausgerüstet und mit neuen hell gefliesten Bädern auf dunklem Granit ausgestattet. *KJV*

KURZ UND BÜNDIG

«Worldwide Hospitality Awards» verliehen

Der «Grand Prize» der 5. Worldwide Hospitality Awards, organisiert von der MKG Consulting Group, geht an die InterContinental Hotels Group «für den Erfolg ihrer Expansion nach der Trennung von Six Continents», die Four Seasons Hotels & Resorts Group für den «besten Umsatz aller Luxus-Hotelgruppen», und an die Hilton International Group für «ihre starke Resistenz» und die Entwicklung ihrer Marken Hilton, Conrad und Scandic. *KJV*

wif-Preis für «Bed-and-Breakfast»-Direktorin

Isabelle Holdener (27), Direktorin des ersten und bisher einzigen Bed and Breakfast in Luzern, ist mit dem Impulspreis des «wif»-Wirtschaftsforums für Frauen ausgezeichnet worden. Der Preis ist mit 5000 Franken dotiert und würdigt die innovative und unternehmerische Leistung. Er soll einen Beitrag zur Verwirklichung des Plans für ein weiteres Bed and Breakfast Luzern oder einer anderen Schweizer Stadt leisten. Isabelle Holdener habe die fünfköpfige Jury nicht nur durch ihr Konzept und ihre klaren Vorstellungen überzeugt, sondern auch durch die Zielstrebigkeit und Professionalität, mit der sie als frischgebackene Tourismusfachfrau in einer schwierigen wirtschaftlichen Zeit das unternehmerische Risiko einer Hotelöffnung auf sich genommen habe. *KJV*

Sunstar mit kleinerem Halbjahresumsatz

Die Hotelgruppe Sunstar hat in der Sommersaison 2004 einen Umsatzrückgang hinnehmen müssen. Wegen des grossen Preisdrucks und der abgeschwächten Konsumlust sanken die Erlöse von Mai bis Oktober um 4% auf 13,2 Mio. Franken. – Die Winter-Vorabschreibungen liegen bei Sunstar über dem Vorjahreswert. Das Liestaler Unternehmen hat ein Hotel in Klosters gekauft. An Weihnachten wird ein Wellness- und Seminar-Center in Grindelwald eröffnet. *KJV/sda*

WORLD TRAVEL MARKET 2004

Reisemarkt wuchs um 12% an

Einen Wachstumsanstieg im internationalen Reisemarkt um 12% in den ersten 8 Monaten 2004, meldet der World Travel Market Global Report 2004-2005. Rund 5000 Aussteller aus 190 Ländern präsentierten sich am WTM auf 39 500 Quadratmetern Ausstellungsfläche.

Foto: Elisabeth Lang



WORLD TRAVEL MARKET IN LONDON

«Der World Travel Market in London ist und bleibt die beste Plattform für Abschlüsse und Kontakte», so die Bewertung eines Profis. «Der WTM London ist zwar kleiner als die ITB Berlin, dafür sind die Besucher wirklich hochkarätig», betont ein anderer.

ELISABETH LANG

Der Optimismus der Branche ist zurückgekehrt und rund 100 neue Aussteller traten an, darunter aus Usbekistan und aus afrikanischen Staaten wie Mali und Gabun. Rund 46 000 Besucher zählte der diesjährige WTM. «Der britische Markt ist für uns der wichtigste Markt» hieß der Schweiz und den USA», betonte am World Travel Market (WTM) in London der General-Manager des Grand Hotels Zermatterhof, Jean-Pierre Lanz, gegenüber der htr.

Im Gegensatz zur ITB in Berlin, die sehr deutschlastig sei, «ist der World Travel Market wirklich international», attestiert Beat Dreier, Director of Marketing & Sales bei Genève Tourisme. «London ist sehr teuer, aber zusammen mit 5 Hotels teilen wir uns die Kosten auf. Das sind rund 17 000 Franken – 4000 britische Pfund für den Stand und 1000 Pfund pro Person – und es hat sich gelohnt!» Dreier war vor neun Jahren zum letzten Mal am WTM. Er berichtet von guten Geschäften und Abschlüssen am WTM 2004, sowie von interessanten neuen Kontakten, mit Reiseveranstaltern, darunter solche aus Skandinavien. In Kürze gebe es neue Flugverbindungen von Oslo nach Genf, sowie von Prag nach Genf bzw. nach Sion. Dreier verspricht sich viel von den Direktflügen fünfmal in der Woche von Genf nach Prag und retour. «Die Teilnahme am World Travel Market hat uns viele neue weltweite Kontakte beschert, darunter auch zum Mittleren Osten.»

Kristine Jeltsch, Seiler Hotels Zermatt, diesmal ohne eigenen Stand, zeigte sich enttäuscht über das Fehlen von Zermatt: «Der britische Markt ist für uns der wichtigste Markt im Win-

ter.» Und: «Der Gast bucht Zermatt, weil er nach Zermatt will. Die Zusammenfassung der Grenzgebiete, darunter auch weit entfernte Orte wie Verbier, im neuen Marktauftritt «Matterhorn Region» bringt Zermatt gar nichts.» Im nächsten Jahr werden die Seiler Hotels mit einem eigenen Stand wieder am WTM vertreten sein.

«SUPER-ANFRAGEN» UND STARKES NETWORKING

Das United Kingdom zählt auch für die Region rund um Montreux zum wichtigsten Markt – mit einem Gästeaufkommen von über 30%. Tanja Meier, zuständig für Sales & Promotion von Lausanne Tourisme, ist begeistert. «Wir haben Super-Anfragen. Die Kunden, die an den Schweiz-Stand kommen, sind sehr interessiert und bleiben lange.» Konkrete Anfragen und zunehmende Buchungen gibt es auch für Vevey und Montreux selber. «Zum

Beispiel der Weihnachtsmarkt in Montreux – für den gerade Elche gekauft werden – wird immer mehr zu einem Thema im United Kingdom», berichtet Tanja Meier.

Tania Humair vom Watch Valley aus Neuchâtel zeigte sich erfreut über das langsam zunehmende Interesse der Medien. Es sei alles noch sehr erklärungsbedürftig, man müsse erst aufbauen. Für Samy Salm, General-Manager von Grindelwald Tourismus, ist der britische Markt «extrem wichtig und liegt an dritter Stelle. Aber wir nutzen den WTM auch als Plattform fürs Networking und den Austausch mit

unseren Kollegen aus anderen Regionen der Schweiz. Viele kennen wir nicht persönlich – es zählt doch letztlich der persönliche Kontakt.»

«Der World Travel Market in London ist und bleibt die beste Plattform für Abschlüsse und Kontakte», bestätigten Nabil Y. Salem von Bayshore Travel Com, USA, ebenso wie Gasser Anwer Riad, Chairman von Nature Travel aus dem Sinai. «Der WTM ist zwar kleiner als die ITB, dafür sind die Besucher wirklich hochkarätig», lobt Pedro Salvador Fernandez, Managing-Director vom World Payment System, zum ersten Mal auf dem WTM.

Grösster Stand, aus Trauer geschlossen

Auf Grund der Staatstrauer für den am 2. November verstorbenen Sheikh Zayed bin Sultan Al-Nahyan (1918-2004), Herrscher von Abu Dhabi und Präsident der Vereinigten Emirate, blieb der Stand von Abu Dhabi während der gesamten Messe geschlossen. Den Delegierten aus Abu Dhabi, die sich für den WTM eingefunden hatten, blieb es untersagt, den Stand zu betreten. Wachmänner regelten ihn ab. Besucher wurden an einem grossen Bildschirm zur Seite des Standes über das Leben und die Taten seiner Königlichen Hoheit Sheikh Zayed informiert. – Zu den Betroffenen zählte auch der Schweizer Christian Dangel, Director of Sales & Marketing des neuen 5-Sterne-Resorts Al Raha Beach Hotel Abu Dhabi. Dangel fand völlig unerwartet den Stand von Abu Dhabi geschlossen vor. Der Wüstenstaat war erstmals und mit einem der grössten Stände am WTM präsent. *EL*



Trauer um Sheikh Zayed bin Sultan Al-Nahyan am Stand von Abu Dhabi.

Anzeige

10 Jahre im Dienste Ihrer Zeit.

ZEITAG

Timeware of Switzerland
www.zeitag.ch



BERGKÄSE-OLYMPIADE / Die Schweizer Käser punkteten in fast allen Kategorien und errangen 37 Medaillen. SEITE 14



FASTFOOD / An ihrer Fachtagung befassten sich dieses Jahr die Diätköche des Schweizer Kochverbandes mit Fastfood. SEITE 15



hotel+tourismus revue

GÜTEGEMEINSCHAFT DIÄT UND VOLLKOST E. V.

Tischadresse mit Siegel zum Abspecken

Mit den beiden neuen Gütezeichen der deutschen «Gütegemeinschaft Diät und Vollkost» kann der Gastronom dem Konsumentenwunsch, gesund zu schlemmen und gleichzeitig auf die Linie zu achten, gerecht werden. Zertifizierungen für das Gourmet-Lokal der Zukunft.

des Fachausschusses Klinikverpflegung vom Verband der Köche Deutschland e.V. in Frankfurt das neue Modell der GDV.

Die Gütegemeinschaft existiert bereits über 40 Jahre. Bis anhin zählten jedoch vor allem Spitäler, Kurhotels und Sanatorien zu den Mitgliedern. Denn das RAL-Gütezeichen* «Kompetenz rund ums Essen», das der Verein bis anhin ausschliesslich verlieh, forderte viel von den Betrieben: Unter anderem eine intensive Kost-Beratung der Gäste bis hin zu Seminaren und Vorträgen. «Das bisherige Gütezeichen ist für die öffentliche Gastronomie zu anspruchsvoll», erklärt die Geschäftsführerin der Gütegemeinschaft Diät und Vollkost e.V., Nadine Balzani. Deswegen wären gerade mal 10 Prozent der mit dem Gütezeichen zertifizierten Betriebe individuelle Gastrobetriebe.

EIN MUSS: DER DIÄTKOCH IN DER KÜCHE

Das soll sich jetzt ändern. Die Gütegemeinschaft Diät und Vollkost hat im Oktober dieses Jahres zwei neue RAL-Gütezeichen lanciert, die auch einem durchschnittlichen Gastronomie-Betrieb ein Mitmachen ermöglichen sollen: das RAL-Gütezeichen «Essen für Diabetiker und Übergewichtige» und das RAL-Gütezeichen «Naturfrische Küche». Mit ersterem will man dem steigenden Bedürfnis der Konsumenten, das Körpergewicht im Griff zu halten, gerecht werden und mit zweitem eine allgemein ausgewogene «Wellness-Küche» bieten (siehe Box). «Die Tischadresse für alle, die trotz Diabetes und Übergewicht gut und lecker essen wollen», heisst es im Flyer der GDV für das Signet «Essen für Diabetiker und Übergewichtige». «Es schadet auch einem Normalgewichtigen nicht, wenn er weniger Fett konsumiert», betont Balzani.

Damit ein Gastro-Betrieb das Gütezeichen «Essen für Diabetiker und Übergewichtige» tragen darf, muss er eine diätetisch geschulte Fachkraft anstellen, die die 14 mit dem Güte-

Fotos: zsg/GSG



ZERTIFIZIERTE WELLNESS-KÜCHE

Schlemmen und dabei auf die Linie achten können Gäste künftig bei Gastro-Betrieben mit dem Gütezeichen «Essen für Diabetiker und Übergewichtige».

zeichen ausgezeichneten Gerichte auch rezeptieren und punkto Nährstoffe berechnen kann: in der Schweiz zum Beispiel einen Diätkoch, in Deutschland einen diätetisch geschulten Koch.

GEPRÜFT WIRD AUCH DIE STANDZEIT DES ESSENS

Eine solche Zusatzausbildung liegt aber im Zuge des steigenden Gesundheitsbewusstseins bei den Köchen sowieso im Trend, kommentiert Heinz Müller, Präsident der Fachgruppe Diätetik des Schweizer Kochverbandes. Und selbst bei den Kochwettbewerben achte man zunehmend auf eine ernährungsphysiologische Ausgewogenheit und ein Masshalten beim Fetteinsatz, doppelt der Geschäftsführer des Schweizer Kochverbandes Norbert Schmidiger nach. Die Geschäftsführerin des GDV ist ebenfalls überzeugt: «Der neue Gourmet-Trend geht klar in Richtung weniger Fett auf dem Teller.»

Für das Adipositas- und Diabetiker-Gütezeichen muss das Personal des zertifizierten Betriebes Kurzinformationen und auf Anfrage die Nährstoffangaben der Gerichte bekannt geben können. «Verlangt wird aber keine Diätberatung», relativiert Nadine Balzani. Das Signet erfordert hingegen einen entsprechenden Einsatz von Frischprodukten, Fisch soll regelmässiger Bestandteil des Angebots sein und hochwertige Fette und Öle müssen verwendet werden. Die Verarbeitung soll möglichst schonend sein. Geprüft wird beispielsweise die Standzeit im Bain-Marie sowie der gesamte Wareneinkauf.

DEUTSCHER KOCHVERBAND STEHT VOLL DAHINTER

Gegenwärtig sucht man Kontakte zur gastgewerblichen Branche und hofft, ab Mitte nächsten Jahres den ersten Gastro-Betrieb mit einem der neuen RAL-Gütezeichen zertifizieren zu können. Die Vernetzung mit der Branche ist dabei von Haus aus gegeben: Einer der Trägervereine der Gütegemeinschaft Diät und Vollkost ist der deutsche Kochverband.

Grundsätzlich zählen genauso Schweizer Gastro-Betriebe zur Zielgruppe. Die «Alexanderhausklinik» in Davos führt beispielsweise bereits das RAL-Gütezeichen «Kompetenz rund ums Essen». Das Gütezeichen «Kompetenz rund ums Essen» bleibt weiterhin bestehen.

*RAL-Gütezeichen dürfen jene Gütegemeinschaften verleihen, die vom «RAL-Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V.» dazu autorisiert sind (www.ral.de).

■ GUDRUN SCHLENCEZK

Wer möchte das nicht: Beim abendlichen 4-Gang-Menu schlemmen und gleichzeitig auf die Linie achten oder sogar abnehmen können. Die Nachfrage seitens der Verbraucher ist da, doch am gastronomischen Angebot mangelt es noch. Dem will jetzt die deutsche Gütegemeinschaft Diät und Vollkost e.V. (GDV) aus Düsseldorf (www.gdv-ev.de) nachhelfen. An der Tagung der Fachgruppe Diätetik des Schweizer Kochverbandes letzte Woche am Berner Insspital (siehe Seite 15) präsentierte Klaus-Wilfried Meyer

Audit alle 2 Jahre

Einer Zertifizierung mit den Gütezeichen der deutschen Gütegemeinschaft Diät und Vollkost e. V. geht ein halbtägiges Audit voraus. Alle zwei Jahre folgen dann Audits von rund 2 Stunden. Zusätzlich muss der Betrieb alle 3 Monate selbst einen Kontrollbericht verfassen, der dann den Auditoren vorgelegt wird. Die Kosten für den Gastrobetrieb: Für die erstmalige Zertifizierung inklusive Antragsstellung, Prüfverfahren, Audit und Verleihung vor Ort 850 Euro exklusive Mehrwertsteuer. Anschliessend kommen jährlich je nach Grösse des Betriebes 160 bis 650 Euro dazu. In diesem Betrag ist das alle zwei Jahre stattfindende Prüfverfahren bereits enthalten. GSG

Anzeige

Butty
100 Jahre Kompetenz und Qualität

Herbes d'Italie
Italienische Kräuter
Erbsen d'Italie
Curry doux
Poivre blanc entier
Pfeffer weiss Körner
Pepe bianco in grani

Chance für Bio?

Für das RAL-Gütezeichen «Naturfrische Küche» braucht es keine diätetisch geschulte Fachkraft. Trotzdem muss die Küche aber in der Lage sein, die Nährwerte der für die Zertifizierung verlangten Speisen zu berechnen und so eine Ausgewogenheit zu garantieren. Die Hälfte des Foods muss den Anforderungen des Gütezeichens gerecht werden und zu 80 Prozent aus Frischkost und zur Hälfte aus biologisch angebauten Rohstoffen bestehen. «Das Gütezeichen «Naturfrische Küche» ist primär für das feine kleine Speiselokal oder das Gourmet-Restaurant gedacht», erklärt Nadine Balzani von der GDV. Mit der naturfrischen Küche hofft man zudem, dem Einsatz von Bio-Produkten in Gastroküchen zu neuem Schwung zu verhelfen. «Die Hälfte des Wareneinsatzes aus biologischem Anbau bei nur der Hälfte des Food-Angebotes – das ist sowohl kostenmässig als auch punkto Beschaffung realistisch», stellt Balzani klar. Mit der üblichen Bio-Zertifizierung, die einen 95-prozentigen Einsatz von Bio-Rohstoffen verlangt, tun sich Wirte nämlich schwer. GSG

Reklame

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

selecta III

Tel. 062 388 21 51
Fax 062 388 21 27
Mail sy@selecta.ch
www.ch.selecta.com/systeme

Fachmesse: Swissbau

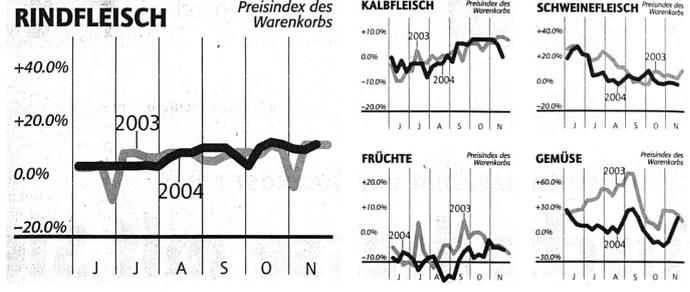
Basel. Zu den Themenschwerpunkten der «Swissbau 05», die vom kommenden 25. bis 29. Januar in Basel stattfinden wird, gehört unter anderem auch der Wintergartenbau. Die Bandbreite des Wintergartens reicht vom unbeheizten Klimapuffer, Energieeinsparung über Räume mit niedriger Innentemperatur bis hin zum voll beheizten Raum. Der anhaltende Trend verlagert sich zunehmend vom unbeheizten Glashaus hin zum Aufenthaltsraum für alle Jahreszeiten. «Gebäude von heute,

die auch morgen noch ihren Wert behalten sollen». So wird in der Medienmitteilung die Fachmesse «Swissbau 05» angekündigt. Um ein optimiertes Gesamtkonzept zu realisieren, müssten Investoren, Architekten und Fachplaner ihr Wissen um ökologische und ökonomisch optimierte Konstruktionsarten sowie Technologien zur Energieversorgung und -bewirtschaftung verbreitern. *MJP*
www.swissbau.ch

Kooperation im Alusammeln

Zürich. Die Igora-Genossenschaft für Aluminium-Recycling und Nespresso werden in Zukunft beim Sammeln von gebrauchten Kaffeekapseln aus Aluminium eine verstärkte Zusammenarbeit pflegen. Ziel der Partnerschaft ist es, das Sammeln der Kaffeekapseln in Nespresso-Geschäften, Gemeinden und Recyclingunternehmen zu intensivieren. Die beiden Unternehmen unterzeichneten kürzlich eine entsprechende Vereinbarung. *MJP*

PRODINDEX 15. 11. BIS 20. 11. 2004 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



KÄSE-TRENDS

Frischkäse legt am meisten zu

Die Schweizer Käsebranche hat den Frischkäse-Trend relativ spät erkannt: erst als ausländische Produkte wie Mozzarella oder Cantadou etabliert waren.

GUIDO BÖHLER

An der Bergkäse-Olympiade Ende Oktober räumten Schweizer Käser in der Kategorie Frischkäse sämtliche Medaillen ab. Und die Käserei Odermatt in Dalenwil NW gewann mit ihrem «Kräuter-Geissfrischkäse» die Medaille des Swiss Cheese Award in der Kategorie Ziegenkäse. Ebenfalls bemerkenswert: Der Heidi-Frischkäse des Migros-Betriebs «ELSA» in Estavayer errang sogar als Industrieprodukt in der Bergkäse-Olympiade eine Bronzemedaille. Frischkäse ist seit Jahren das am stärksten wachsende Käsesegment und macht rund 30 Prozent des Käsekonsums aus – Tendenz stark steigend.

Der Erfolg basiert auf dem dezenten Eigenaroma und demzufolge vielseitigen Rezeptmöglichkeiten: Er schmeckt relativ neutral, weil kein Protein- oder Fettabbau stattfindet, und lässt sich daher mit zahlreichen geschmackgebenden Zutaten aromatisieren. Zum Beispiel Meerrettich: Frischkäse-Spezialist «Napmilch» gewann damit eine Medaille des Swiss Cheese Award.

KÄSEKONSUM: 19,9 KILO PRO KOPF UND JAHR

Andere Kreationen reichen von Rezepten mit Nüssen bis zu Trockenfrüchten, und einige davon könnte man als experimentelle Spielereien bezeichnen. Viele Neuheiten enthalten gesunde und gleichzeitig genussvolle Zutaten wie Kräuter. Wellnesskäse ist «in» gemäss der Käseorganisation Schweiz KOS, aber auch Rahmfrischkäse ist akzeptiert. Der Frischkäsemarkt wird aber laut KOS dominiert von den drei Typen Mozzarella, Hüttenkäse und streichfähiger Frischkäse. Die übrigen machen nur 4 Prozent aus. Aufsteigerprodukte sind laut dem Rorschacher Käsehändler Matthias Kündig die aromatisierten (Knoblauch oder Kräuter) sowie Ziegenmilch-Frischkäse.

Der auffälligste Unterschied zwischen Frischkäse und gereiftem Käse ist die fehlende Rinde. Frischkäse wird durch Säure geronnen, gereifter Käse durch Labenzym. Aufgrund der weniger stark konservierenden Prozesse im Vergleich zum gereiften Käse, sind die meisten Frischkäsearten nur eine bis zwei Wochen haltbar. Nicht nur der Frischkäse-, sondern auch der Gesamt-Käsekonsum erreichte dieses Jahr ein Rekord-Hoch und liegt nun bei 19,9 Kilo pro Kopf und Jahr. Der Grund liegt laut KOS unter anderem in der Liberalisierung des Schweizer Käsemarktes und den daraus resultierenden Preissenkungen.

BERGKÄSE-OLYMPIADE

37 Medaillen für Schweizer Käse

An der dritten internationalen Bergkäse-Olympiade in Appenzel konnten Käser aus der ganzen Welt ihr Können unter Beweis stellen. Die Schweizer Käseproduzenten ergatterten in fast allen Kategorien viele Medaillen. Auch die Gastronomie kann den Erfolg nutzen.

Foto: Guido Böhler



«BERGKÄSE-OLYMPIADE» Die Fachjury beurteilte vor allem Aussehen, Teig und Geschmack der eingereichten Käselaike. In der Kategorie Frischkäse räumten die Schweizer Käser sämtliche Medaillen ab.

GUIDO BÖHLER

Die Fachjury aus 110 in- und ausländischen Juroren beurteilte vor allem Aussehen, Teig und Geschmack der 657 eingereichten Laibe. An der internationalen Bergkäse-Olympiade sowie an den nationalen «Swiss Cheese Awards» in Appenzel waren sechzig Medaillen in sechzehn Kategorien zu vergeben. 37 Medaillen gingen an Schweizer Käser, acht nach Italien, sieben nach Frankreich, vier nach Österreich und je eine nach Japan, Portugal, Spanien und Mexiko. Der japanische Käser erhielt bereits letztes Jahr eine Medaille für seinen Weichkäse. Deutschland erhielt nur einen «Trostr»-Spezialpreis für AOC-Käse, und die USA gingen leer aus. Mit Ausnahme von Deutschland erreichte jedes Land eine Medaillenquote, die ungefähr seiner Teilnehmerstärke entspricht.

657 EINGEREICHTE KÄSE-LAIBE

Besonders stark waren Schweizer Käser wie gewohnt in den Kategorien Halbhart- und Hartkäse. Beim Halbhartkäse gingen 14 von 15 Medaillen an Einheimische. Auch in Kategorien, die nicht zur traditionellen Schweizer Kompetenz gehören, waren ihre Leistungen bemerkenswert: Sie gewannen alle drei Frischkäse- und immerhin rund die Hälfte der Weich-, Schaf- und Ziegenkäse-Medaillen. Eine Kategorie ohne Schweizer Medaille war Blauschimmelkäse; nur ein einziger Käser

hatte dafür ein Muster eingereicht. Als Kuhmilchkäse hatte dieses gegenüber Roquefort einen schweren Stand.

Die Teilnahme-Bedingungen für die Bergkäse-Olympiade sind für Schweizer Verhältnisse nicht besonders streng: Die Kühe müssen auf mindestens 600 Meter über Meer grasen, etwa der Höhe von Chur oder Brig. Zum Vergleich: Der höchste «Berg» Hollands erreicht nur 320 Meter. Diese Mindesthöhe wird aber in Zukunft länderspezifisch geregelt. Streng ist jedoch die Bewertung: Die professionellen Juroren sehen und schmecken kleinste Schönheitsfehler, die sonst nur versierten Käse-Gourmets auffallen würden. Allerdings: bei Bergkäse als Naturprodukt sind Schönheitsfeh-

ler selten ganz vermeidbar. Bergkäse bietet Mehrwert: Die Höhenlage der Weide beeinflusst durch ihre Kräuterflora das Milchfett. Bergmilch enthält doppelt so viele wertvolle Fettsäuren wie Talmilch und verbessert den Geschmack. Am würzigsten wird Käse, wenn die Kühe im Sommer frische Kräuter auf Alpweiden grasen. Allerdings darf man Bergkäse nicht mit Alpkäse verwechseln: Dieser muss von einem Sommerbetrieb stammen, welcher in der Schweiz meistens auf 1500 bis 2300 m ü. M. liegt. Um den Bergkäse besser bekannt zu machen, gründeten Frankreich, Italien und die Schweiz vor zwei Jahren die «Caseus Montanus» mit Sitz in Saint-Christophe im Aostatal. Diese Organisation

will die Wirtschaft der Berggebiete, aber auch deren Wettbewerb fördern. Lebensmittel, die unter erschwerten Bedingungen produziert werden, sollen mit Wertschätzung vermarktet werden.

Gleichzeitig mit der «Olympiade» fanden die jährlichen Swiss Cheese Awards statt, ein Wettbewerb unter Schweizer Käsern. Hier beurteilte die internationale Jury 224 Käse in 17 Kategorien. Die meisten Gewinner waren Käser mit bekanntem Leistungsausweis, aber nicht immer aus dem «richtigen» Kanton: Ein Toggenburger holte den Appenzeller-Preis, ein Thurgauer gewann mit dem Emmentaler, und ein Berner schnappte den Walliser die Raclette-Medaille weg.

Käse für währschafte Gerichte

Besonders gut inszeniert wird der Schweizer Käse im Appenzeller «Romantikhotel Säntis». Und das fängt gleich beim Frühstück an, wobei das Käsebuffet eine zentrale Rolle spielt: So wird auf dem Buffet Appenzeller gleich in fünf Sorten angeboten, «Renner sind die Sorten extra und surchoix», berichtet Hotel-Inhaber Stefan Heeb: «Im Appenzeller-Restaurant werden zu rund zwei Dritteln Käsemenüs verkauft, die meisten mit Appenzeller. Am stärksten gefragt werden Sennenrösti und Käseschnitten». Seine Spezialität ist Rässkäse mit Zwiebeln, Olivenöl und Rotweinessig. Touristen bestellen auch im Sommer Appenzeller Fondue.

«Im Sommer findet kein Rückgang bei der Käsenachfrage statt», stellt Stefan Heeb weiter fest. Aber: «Für den

Hauptgang im Gourmetrestaurant ist Käse aber doch zu schwer, daher wird er im Käsegang vor dem Dessert serviert. Warmer Käse passt besser in die währschafte Küche.»

Und das Toggenburger Restaurant Berghof ist schweizweit eines der wenigen mit angegliederter Käserei. Der eigene Appenzeller aus Biomilch und Bio-Berghof-Käse als Zniunplättli sowie Fondue, Raclette und Käseschnitten stehen im Dauerangebot. Aber die Inhaber Melchior und Vreni Schoch entwickelten auch warme Spezialitäten, die zu regelrechten Rennern wurden: frittierte Käsekugeln (ausser knusprig, innen flüssig) sowie panierte gebratene Käseplättli. Interessierten Gästen zeigen sie ihre Käserei, die am Regionalmarken-Programm «Cullinarium Ostschweiz» teilnimmt. *GB*

Goldmedaillen an der Bergkäse-Olympiade

Kategorie	Goldmedaille (wo kein anderes Land vermerkt ist: Schweiz)
Frischkäse	Napmilch AG
Weichkäse	Val d'Arve
	Coopérative des Monts de Joux (Frankreich)
	Sakura, Nozomu Miyajima (Japan)
Blauschimmelkäse	Ennstal Milch (Österreich)
Halbhartkäse	Beat Brunner
	George Hofstetter
	Coopérative des Monts de Joux (Frankreich)
	Martin Bienenher
	Antoine Castella
Hartkäse	Gruyère, Erich Hunkeler
	Martin Bienenher
	Emmentaler, Gérard Sinnesberger
	Heini von Grünigen
Extrahartkäse	Parmigiano, Caseificio Santa Rita (Italien)
Übrige Käse	Walter Gerhard
Schafkäse	Caseificio Bertagni (Italien)
	Roquefort Papillon (Frankreich)
Ziegenkäse	Käserei Stofel
	Molkerei Schönried

FACHTAGUNG DER DIÄTKÖCHE

Dem Fastfood fehlt die Menuplanung

An der diesjährigen Tagung der Fachgruppe für Diätetik des Schweizer Kochverbandes drehte sich alles um Fastfood versus eine ausgewogene Ernährung. Denn diese braucht es, um die Zivilisationskrankheit «Adipositas» in den Griff zu bekommen.

■ GUDRUN SCHLENZCEK

Wenn man der Medizinerin Anne Katrin Oehling vom schulärztlichen Dienst in Basel zuhört, wird einem Angst und Bange um die Volksgesundheit. Die Ärztin referierte letzte Woche an der Jahrestagung der Fachgruppe Diätetik des Schweizer Kochverbandes am Inselsspital in Bern. «Fast jedes fünfte Basler Schulkind ist heute übergewichtig», berichtete Oehling aus ihrer Praxis.

Bereits in der ersten Schulklasse bringe rund jedes vierte Kind zu viele Pfunde auf die Waage, in der vierten Klasse bereits jedes dritte. «In den letzten 28 Jahren stieg das Durchschnittsgewicht um 6,4 Kilo», so die Medizinerin weiter. Auch die Weltgesundheitsorganisation WHO stuft Adipositas heute als häufigste Krankheit bei Kindern ein. Dabei ist ein Zuviel an Kilos längst nicht mehr in erster Linie Frauensache. Anne Katrin Oehling: «Die Jungen haben die Mädchen beim Übergewicht überholt.»

UNAUSGEWOGEN: DIE SALATE VON MCDONALD'S

Typisches Fastfood gilt dabei klar als eine der Ursachen. Einmal weil die Nährstoffe einer Fastfood-Kost oft nicht ausgewogen sind, zum anderen weil der schnelle Konsum meist unüberlegt erfolgt. «Eine bewusste Menuplanung findet beim Fastfood-Konsum nicht statt», warnte Oehling.

Punkto Nährstoffe lieferte eine weitere Referentin, Franziska Wiedmer, Inselsspital Bern, Fakten. Mit einem «Big-Mac-Menu» von McDonald's, bestehend aus einem 202-grammigen Big Mac, 175 Gramm Pommes frites und 5 dl Cola, führe sich eine junge Frau bereits gut ihren halben Tagesbedarf an Kalorien zu und zwei Drittel des Fettbedarfs. Auch den neuen Vorstoss des Fastfood-Syste-

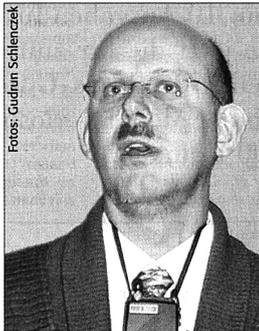
mers, mit Salat-Variationen das Angebot gesünder zu gestalten, betrachtete die Ernährungsberaterin kritisch. «Bei den Salattellern fehlt die Stärkekomponente. Wenn ich eine solche als McDonald's-Gast ergänzen möchte, habe ich eigentlich nur Pommes frites zur Auswahl. Und die sind bekanntlich fett», erklärte Wiedmer, die die kantonale Ernährungsberatung am Inselsspital leitet.

DIE SCHULEN SIND BEI DER VERPFLEGUNG GEFORDERT

Doch die Fastfood-Ketten sind beliebt. 66 Prozent der Frauen und 33 Prozent der Männer würden regelmässig ein bis zwei Hamburger pro Woche verzehren, referierte Oehling. Und die Hälfte der jungen Leute wür-

den ein- bis zweimal pro Woche Pommes frites essen. Das unausgewogene Essverhalten der jungen Menschen beginnt bereits morgens. «Ein Viertel der Kinder verzichten aufs Frühstück», so Oehling. Stattdessen wäre dann ein morgendlicher «Spätimbiss» in der Schule gefragt. Doch Oehling mahnte: «Die Schulen sind gar nicht auf dieses Bedürfnis vorbereitet.» Cola und Snickers aus dem Automaten seien kein valables Angebot.

Dass die Schüler allerdings grundsätzlich für Gesundes zu haben sind, zeigen die Erfahrungen von Oehling: Bei den schulärztlichen Ernährungskursen der Stadt Basel offerierte man den Kindern gratis Äpfel und Wasser. «Das Wasser, das eine Woche reichen sollte, war bereits nach zwei Stunden getrunken», freute sich Oehling.



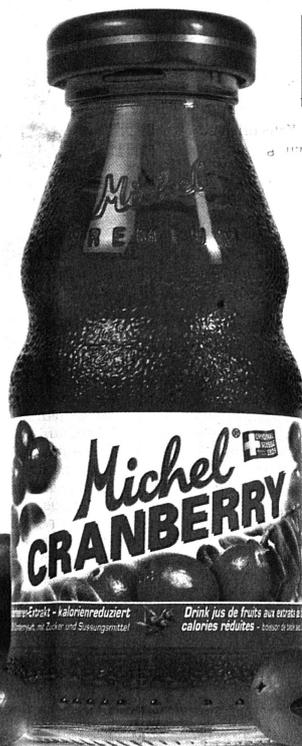
Der Präsident der Fachgruppe Diätetik, Heinz Müller, eröffnete die Tagung.



Die Ärztin Anne Katrin Oehling forderte eine bessere Verpflegung an Schulen.

Anzeige

Michel®



Neu
für die Gastronomie!

LESERBRIEF
Rauchfrei: Umsatz geht nicht zurück

Rauch-Verbot im Tessin: «Das Nachsehen hätten kleine Betriebe» (htr 4/3/04)

Sie schreiben, dass bei einer rauchfreien Gastronomie kleinere Betriebe «das Nachsehen» hätten. Diese Behauptung ist durch zahlreiche Untersuchungen längst widerlegt: Wo immer man auf der Welt Gastrobetriebe rauchfrei gemacht hat, ist deren Umsatz nicht zurückgegangen. So falsch die Begründung, so wahr ist leider die Tatsache, dass viele kleine Betriebe ums Überleben kämpfen, weil der Strukturwandel auch vor der Gastro-Branche nicht Halt macht. Umfragen zeigen klar, dass immer weniger Gäste Lust haben, in verrauchten Gaststuben zu sitzen. Doch statt die Zeichen der Zeit richtig zu deuten, glaubt unser Branchenverband Gastrouisse noch immer den Zigarettenmultis. Sie missbrauchen die Schweizer Hotels und Restaurants, um Absatzförderung für ihre Produkte zu treiben. Und die Branchenverbände machen brav mit und vernachlässigen die Interessen ihrer Mitglieder und ihrer Gäste.

Christian Bachmann, Frauenfeld
Stiftung pro aere

Cranberry im 20cl Fläschchen

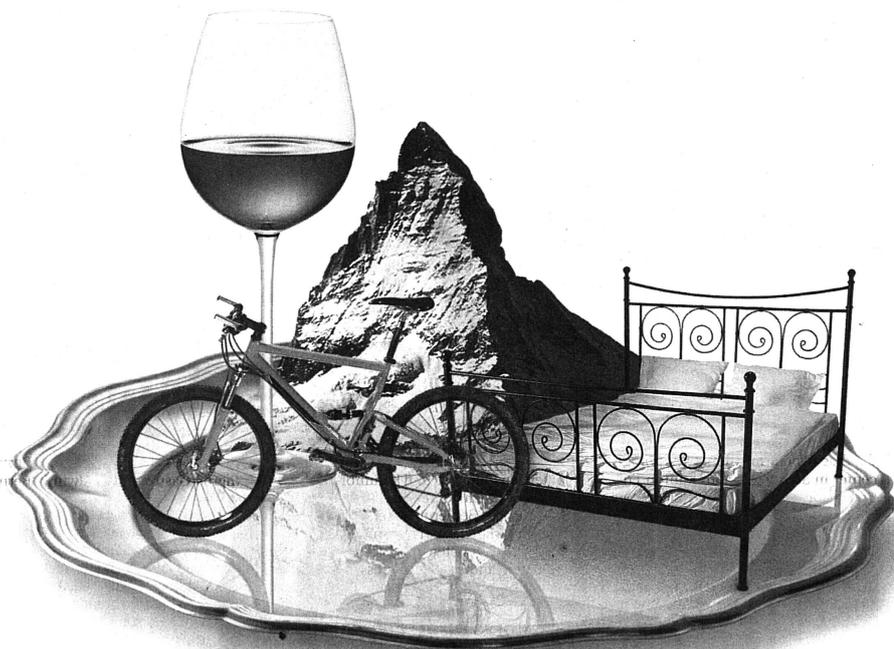
- Cranberry ist in der Schweiz bereits das viertbeliebteste Fruchtsaft-Aroma.
- Die Nachfrage nach Cranberry ist seit Jahren stark wachsend.
- Ab sofort ist Michel Cranberry bei Ihrem Getränke-Grossisten erhältlich.

Michel Cranberry, der leichte, herb-süsse Fruchtsaftdrink, angereichert mit Wacholderbeeren-Extrakt, wird auch Ihre Gäste begeistern!

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 htr und htrplus 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.



4 Mia. Franken mit Schokolade

Barry Callebaut. Der in Zürich ansässige weltweit führende Hersteller von Kakao- und Schokoladeprodukten konnte im Geschäftsjahr 2003/04 den Umsatz um 13,4 Prozent auf 4,048 Mia. Franken steigern. Das organische Volumenwachstum von Barry Callebaut fiel mit 4,4 Prozent, verglichen mit dem Wachstum des Weltmarktes von 1 Prozent, überdurchschnittlich aus. Der EBIT stieg um 9,4 Prozent auf 228,3 Mio. Franken. **GSG**

Autogrill mit Gewinnverlust

Autogrill. Der italienische Reise-gastronom hat im dritten Quartal 2004 einen Gewinn vor Steuern (EBIT) von 90,8 Mio. Euro erwirtschaftet. Das sind 3,9 Prozent weniger als in der Vorjahresperiode. Der EBITDA lag um 0,6 Prozent höher bei 163 Mio. Euro. Der Umsatz steigerte sich um 0,4 Prozent auf 883,1 Mio. Euro. Autogrill gehört zur Benetton-Gruppe. In der Schweiz ist der Reise-gastronom an Bahnhöfen und Flughäfen präsent. **GSG/sda**

ZFV expandiert munter weiter

ZFV. Die Zürcher Gastronomie-gruppe mit Schwerpunkt Gemeinschaftsgastronomie zählt ein weiteres Hotel zu seinem Portfolio: Die Römisch-Katholische Gesamtkirchengemeinde in Bern vermietet das Garni-Hotel Arabelle in Bern seit Anfang November an die ZFV-Unternehmungen. Diese führen das Hotel als Annexbetrieb zum Sorrell-Hotel Ador, das im City-West-Gebäude liegt und seit dem Jahr 2003 zu den ZFV-Unternehmungen gehört. **GSG**

Wettbewerb mit Kaffee von Melitta

Kochwettbewerb. «Kochen mit Kaffee» lautet das Thema eines europäischen Kochwettbewerbs, der in diesem Jahr erstmals ausgeschrieben wird. Träger sind Melitta System Service und der Verband der Köche Deutschlands. Köche und Küchenchefs aus Gastronomie, Hotellerie oder Gemeinschaftsverpflegung können ihre Menu-Rezepte (vier Gänge) verbunden mit dem Thema Kaffee beim Verband der Köche Deutschlands in Frankfurt einreichen (www.vkd.com). Der Materialeinsatz für acht Personen gekocht werden. Der Sieger reist mit Partner für 14 Tage auf die Malediven, Royal Island. Der zweite Preis ist eine sieben-tägige Reise für zwei Personen nach Mexiko. Ein verlängertes Wochenende für zwei Personen erhält der Gewinner des dritten Preises. Zu dem Unternehmensbereich Melitta System Service der Melitta-Unternehmensgruppe mit Sitz im deutschen Minden gehört auch die Schweizer Cafina AG, Hunschwil. **GSG**

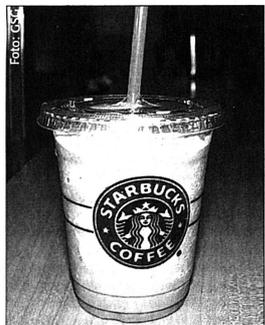
STARBUCKS DEUTSCHLAND

Break-even zu spät

Die deutsche Karstadt will ihr Starbucks-Paket wieder loswerden. Die Durststrecke bis zum Break-even ist für den angeschlagenen Konzern zu lange.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

In Deutschland ist der Partner der Starbucks Corporation aus Seattle die Karstadt Quelle AG. Der krisengeschüttelte Warenhauskonzern will sich künftig jedoch auf sein Kerngeschäft konzentrieren und in Folge aus der Liaison mit Starbucks aussteigen. Nur vier in Deutschland eröffneten Starbucks-Outlets stehen nämlich überhaupt in Verbindung mit einem Karstadt-Warenhaus. Der Ausstieg erwies sich allerdings als nicht ganz einfach: Karstadt hält an dem joint Venture, der Karstadt Coffee



Die Renditen sind bei Starbucks in Deutschland noch wie «kalte Kaffee».

GmbH, 82 Prozent und hat auch in diesem Verhältnis in die heute 37 Starbucks-Coffeeshops in Deutschland investiert. Diese Investitionen wird Karstadt nicht mehr in vollem Umfang zurückhalten. Die Verhandlungen mit Karstadt laufen seit September. Man hofft auf eine Einigung bis Ende November.

Der Grund für die Trennung von Starbucks liegt für Karstadt wohl nicht nur darin, dass Starbucks-Cafés nicht unbedingt ins Portfeuille passen: Gegenwärtig sind die Coffeeshops der US-Kette in Deutschland noch ein Zuschussgeschäft. «2007 würden wir den Break-even erreichen», kalkuliert Konzernsprecher Martin Schleinhege. Diese Durststrecke ist für den finanziell angeschlagenen Konzern zu lang. Die vier Starbucks-Cafés in den Warenhäusern möchte man aber behalten. Ob das möglich ist, hängt von den Verhandlungen mit Starbucks ab, so Schleinhege.

Die Strategie von Starbucks, sich investitionswillige Partner zu suchen, scheint aufzugehen: Der Coffeeshop-Multi konnte im Geschäftsjahr 2003/2004 den Umsatz um 30 Prozent auf 5,3 Mia. Dollar steigern. Der Jahresgewinn legte um 46 Prozent auf 391,8 Mio. Dollar zu.

MIGROS-GASTRONOMIE

Bekennnis zur Cafébar

Mit der Neuaufgleisung von «Coffee&Time» bekennt sich Migros klar zu ihrem Cafébar-System. Das erste Outlet in Steinhausen. Punkto Expansion gibt man sich allerdings zurückhaltend.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Lange Jahre wusste man bei der Migros nicht so genau, wo man mit dem Cafébar-Konzept «Coffee&Time» wirklich hinsteuern will. Die wenig erfolgreiche Coffeeshop-Welle trug nicht gerade zu euphorischen Expansions-gelüsten bei. Mit dem zwölften Outlet, das diese Woche im Migros-Shopping-center in Steinhausen im Kanton Luzern seine Türen öffnete, wurde nun eine neue Ära des Migros-Cafébar-Systems eingeläutet.

Relaunch präsentiert sich nicht nur das Logo und zum Teil die Einrichtung. Hervor sticht vor allem das klare Bekenntnis zur Kaffeekompetenz. Statt des üblichen Vollautomaten thront nun eine «Schaefer-Otto» hinter der Bar. Der Kaffeefüllautomat der M. Schaefer Ltd., Moosseedorf, gilt als «Mercedes» unter den Kaffeemaschinen, sowohl punkto Preis als auch punkto Leistung. Eine Original-«Otto» mit acht Mühlen kostet immerhin an die 50.000 Franken. Bei den Migros-Cafébars kommt allerdings die abgespeckte Version mit sechs Mühlen zum Einsatz.

ALLES DREHT SICH UM DIE KAFFEEKOMPETENZ

Dank der Möglichkeiten, welche die vielen Mühlen nun bieten, präsentiert sich die Kaffeekarte von Coffee&Time in Steinhausen breiter: Neben den – ebenfalls neu aufgemischten und mit Schaefer zusammen entwickelten – Café-crème- und Espresso-Kaffeemischungen hat der Gast zusätzlich die Wahl zwischen zwei



Kaffee zum Mitnehmen ist bei dem Cafébar-Konzept der Migros kein grosses Thema. Die «Kaffeekunst» soll in entsprechendem Rahmen genossen werden.

Provenienzen (Sumatra und Kolumbien). Für alle Milch-Kaffee-Spezialitäten schäumt das Bedienungspersonal die Milch von Hand an der Dampf-düse des Otto-Vollautomaten und zaubert Herzchen und andere «Signatures» auf den Schaum.

BESONDERS ERFOLGREICH IN DER WESTSCHWEIZ

Für diese Kaffeekunst braucht Know-how: Mit dem Relaunch des Konzepts gab man bei der Migros auch den Startschuss zu einer profunden Schulung der Mitarbeiter am Café-Tresen. Geschult werden diese vom Kaffeeanbau bis zum Handwerk an der Maschine im Kaffee-Kompetenz-center der Schaefer AG in Moosseedorf durch Ingo Rogalla.

Bei Coffee&Time erhält der Konsument gehobenen Kaffeegenuss zu einem günstigen Preis. Zwischen Fr. 3.– und Fr. 3.30 bewegt sich der Verkaufspreis für ein Café crème und ein Espresso (Preisdurchschnitt eines Café crème gemäss Schweizer Cafeter-Verband im 2003: Fr. 3.47). Die Kaffeepreisziffern kosten zwischen Fr. 3.50 und Fr. 4.–. «Die Verkaufspreise liegen bei Coffee&Time 10 bis 20 Prozent über jenen im Migros-Restaurant», erklärt

der Leiter Migros-Gastronomie, Alwin Hollenstein. Das Ganze bei trendiger, mediterraner Cafébar-Atmosphäre. Für den Leiter der Migros-Gastronomie ist das Cafébar-System in erster Linie ein Mittel, um der gesamten Migros-Gastronomie einen modernen Touch zu verleihen und sich punkto Qualität noch besser zu positionieren.

Besonders guten Anklang erfährt das Cafébar-Konzept der Migros in der Westschweiz. Zwei Drittel der Outlets sind dort lokalisiert, ein Drittel in der Deutschschweiz. In der Westschweiz sei die Rendite der Coffee&Time-Outlets zudem sehr gut, weiss der Verantwortliche für Migros Luzern, René Lerch. Das Ergebnis des ersten Luzerner Outlets in Sursee, das vor rund einem Jahr seine Pforten öffnete, sei aber immerhin zufriedenstellend.

NEU MÖGLICH AUCH ALS «STAND-ALONE»

Punkto Expansionspläne gibt sich Alwin Hollenstein entsprechend verhalten. Typischer Standort für ein Coffee&Time sei ein Migros-Shoppingcenter. «So können wir im Backrock und Synergien nutzen.» Mit der neuen Aufgleisung des Konzepts sei man jetzt ebenfalls gewappnet für «Stand-Alone». «Aber nur an sehr guter und frequentierter Lage, zum Beispiel in Tourismus-Orten», so Lerch aus Luzern.

Denn Coffee&Time ist ein kaffeelastiges Konzept, das die Take-away-Linie «Gourmessa» und die Restaurants der Migros gut ergänzt: Der aus dem kleinen Food-Umsatz resultierende niedrige Durchschnittspreis verlangt nach hoher Gästefrequenz. Das Foodangebot ist flach und konzentriert sich auf den Vor- und den Nachmittag. «Das Mittagsgeschäft ist sekundär», so Lerch.

Der Kaffee wird primär im Outlet selbst genossen, nicht alle Coffee&Time-Bars offerieren Coffee-to-go, also Kaffee zum Mitnehmen. «Beim Kaffeegenuss will der Schweizer sich immer noch hinsetzen», ist Lerch überzeugt. Coffee&Time ist ein Selbstholkonzept, das in drei Outletgrößen geführt wird. Die mittlere Lokalgröße umfasst rund 60 Sitzplätze.

BARISTA-KUNST

Olympiade 2006 in Bern

Die siebte «World Barista Championship» soll zusammen mit der «World Speciality Conference & Exhibition» 2006 in der Schweiz stattfinden.

■ GUDRUN SCHLENCZEK

Das Schweizer Chapter der Specialty Coffee Association of Europe SCAE habe sich für 2006 die Austragung der «World Barista Championship» (WBC) gesichert, freut sich der «National Coordinator» für die Schweiz, Samuel Zenger. Die World Barista Championship, eine «Olympiade der Barista», soll zusammen mit der «World Speciality Conference & Exhibition» vom 19. bis 22. Mai 2006 in Bern stattfinden. Austragungsort der WBC und Standort der Kaffee-Spezialitäten-Messe wird das Berner BEA-Gelände sein. Der Event in Bern wird von der SCAE (www.scae.com) geleitet. Im Veranstaltung-



Barista-Meisterschaften spiegeln hohe Kaffeekunst: Ottavia Ciarmoli, 2003.

komitee sitzen auch vier Schweizer. Die Weltmeisterschaft in Bern folgt auf ein analoges Event in Seattle im kommenden Jahr, durchgeführt durch die Specialty Coffee Association of America SCAA. 2007 wird die WBC in Tokio stattfinden. An der internationalen Barista-Austragung teilnehmen können die nationalen Barista-Champions. Der WBC gehen in den teilnehmenden Ländern deshalb Landesauscheidungen voraus. Dieses Jahr traten an der World Barista Championship in Trieste 38 Barista gegeneinander an. Stark zeigten sich jeweils die Skandinavier an den Kaffee-Weltmeisterschaften: 2004 siegte ein Norweger, wie bereits 2002 bei der dritten WBC.

Wer sich in der Barista-Kunst trainieren möchte, kann in einem der vier europäischen Trainingscenter SCAE-Kurse belegen. Das «Alpine Coffee Training Center» leitet Samuel Zenger, Blaser Café AG, Bern.

SCAE Kaffee: samuel.zenger@blaser-cafe.ch

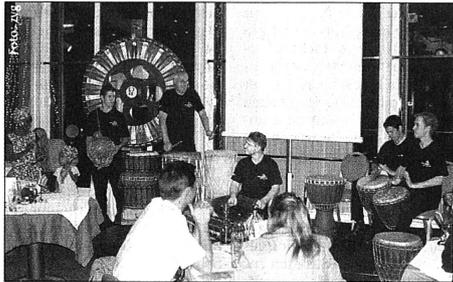
Reklame

«GENE-FISH» sicher hilft vergessen, Zitronen mit den Fingern pressen!
*Fax: 041 361 04 85, sheron@bluewin.ch



Neues Logo
Der neue Markenauftritt von Coffee&Time, der eigentlich erst 2006 national umgesetzt werden soll, ist im Outlet in Steinhausen bereits zu bewundern.

Afrika zu Gast im Grand Casino



Grand Casino Baden. Vom 26. Oktober bis 23. November 2004 serviert das Restaurant des Grand Casino in Baden südafrikanische Köstlichkeiten begleitet von einem attraktiven Rahmenprogramm: Zum Beispiel Percussion-Vorführungen und Reiseimpressionen des Sponsors Knecht-Reisen, Baden. Die Promotionswochen schlagen beim Marketingbudget des Restaurants gemäss dem F&B-Manager Manfred Hofmann mit rund 15 000 Franken zu Buche. **GSG**

Bekämpfung der Armut

Coop. Ab 2005 unterstützt Coop die Projekte «Schweizer-Tafeln» und Tischlein-deck dich je mit einem namhaften sechsstelligen Betrag und baut damit sein Engagement zur Bekämpfung der wachsenden Armut in der Schweiz weiter aus. Die «Schweizer-Tafeln» wie auch «Tischlein deck dich» wollen Brücken schlagen zwischen Überfluss und Mangel und arbeiten dabei vor allem mit Gastronomie und Lebensmittelhandel zusammen. **DST**

Verzicht auf Weihnachtsbaum

Berner Hoteliers. Dieses Jahr verzichten die Berner Hoteliers auf das Spenden des Riesen-Tannenbaumes auf dem Berner Bahnhofplatz. Laut Melitta Kronig-Hischier, Leiterin der Geschäftsstelle von Bernhotels, wolle man sich statt auf PR-Übungen verstärkt auf die Kernkompetenzen konzentrieren. Nun will die Migros Aare in die Bresche springen und den Weihnachtsbaum sponsorn. Die letztjährige Rottanne war 10 Meter hoch. **DST**

ZITAT DER WOCHE

«Wer Kurtaxen, respektive Tourismusförderung bezahlt, leitet davon gewisse Rechte ab, mitreden zu dürfen.»

Urs Wagenseil, Tourismusdirektor von Lenzerheide im Interview auf Seite 3.

PEOPLE

Michael Weber heisst der neue Küchenchef im Hotel Chesa Rosatsch, Celerina, welches in seinen «Stüvas Rosatsch» mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet ist. Weber wird per 1. Dezember 2004 vom Unterengadin nach Celerina ziehen. In seiner Berufskarriere war der knapp 25-jährige als Küchenchef im Restaurant National in Winterthur mit zwei Restaurants und einer Bar aktiv und zuletzt im Hotel Meissner in Guarda. Michael Weber löst **Alex Peer** ab, der sechs Jahre in der «Chesa Rosatsch» tätig war und sich einer neuen Herausforderung stellt. Weber ist auch für die Küche im Innenhofrestaurant «La Cuort» verantwortlich. Sein Motto lautet: «Innovation mit regionaler Küche». **KJV**

Andrea und Sonja Isepponi-Schmid treten per 1. Dezember in die Fussstapfen von **Paul und Emerita Schmid** und übernehmen somit die Geschäftsleitung des 1983 erbauten Familien-Betriebes Hotel Garni Chesa Mulin in Pontresina. **DST**



Joachim Sommer (links) hat die Direktion des Intercity-Hotels in Speyer übernommen. Bisher zeichnete der 38-jährige für den Steigenberger Gourmet-Service mit Sitz in Kronberg verantwortlich. Sommers Nachfolge in Kronberg trat **Dirk Kamphues** (32) an, der zuletzt als stellvertretender Direktor des Steigenberger Mannheimer Hof tätig war. **DST**

Peter Droessel wird Spa-Direktor des neuen Intercontinental-Resorts Berchtesgaden. Obwohl er sein neues Reich erst Anfang des kommenden Jahres bezieht, entwirft er schon jetzt die Leitlinien für die Welt des Wellbeing in Deutschlands erstem Mountain-Resort. Der 46-jährige Peter Droessel verdankt sein internationales Renommee den verschiedensten Spa-Konzeptionen, die er für Auftraggeber in aller Welt entwickelt hat. So kreierte er die Spa-Futursee-Kette, die unter anderem auf dem Luxusliner MS Europa etabliert ist, und machte das Brenner's Spa zur Nummer eins in Europa. **DST**

VERKEHRSHAUS LUZERN

«Der Traum vom Fliegen»

«Der Traum vom Fliegen» heisst eine neue Ausstellung, welche das bisherige Angebot des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern ergäntzt.

Die neue Ausstellung «Der Traum vom Fliegen» bildet die zweite von insgesamt drei geplanten Etappen zur Gesanterneuerung der Halle und Ausstellung Luft- und Raumfahrt. An der Ausstellungseröffnung taufte Jacques und Bertrand Piccard (auf dem Foto) einen modernen ICN-Neugezug der SBB auf den Namen ihres Vaters und Grossvaters. Der Schweizer Ballonfahrer und Universalgelehrte Auguste Piccard stieg 1931 und 1932 mit dem Ballon in die Stratosphäre auf. **DST**



LUFT- UND RAUMFAHRT

Der Schweizer Ballonfahrer Bertrand Piccard eröffnete im Verkehrshaus Luzern die neu gestaltete Luftfahrtshalle.

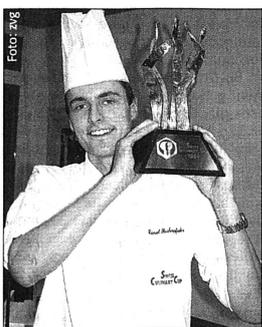
SWISS CULINARY CUP 2004

Junger Berner Oberländer holte sich den Pokal

Daniel Reichenpfader heisst der diesjährige Gewinner des «Swiss Culinary Cup». Er setzte sich als Jüngster gegen fünf Konkurrenten in Weggis durch.

Mit seiner Komposition von «Variationen von Meeresfrüchten am Spieß auf einem Ingwer-Koriander-Ananaschutney» als Fingerfood, mit dem Hauptgericht «Gedämpftes Seeteufelmedaillon auf Lauchpüree mit Speck-Laugen-Eblyknödel in einer Pilznage» sowie mit «im Lebkuchenteig frittiertes Vanilleeis mit Mandarinen-Mandelsalat plus eine erfrischende Champagner-Cassissuppe» als herbstliche Dessertkreation, siegte Daniel Reichenpfader (22), Cuisiner im Restaurant Luna in Wilderswil, am diesjährigen Finale in Weggis. Der «Swiss Culinary Cup» wird vom Schweizer Kochverband jährlich ausgetragen und zählt zu den anspruchsvollsten Kochwettbewerben in der Schweiz. Georges Knecht,

Präsident Schweizer Kochverband, zeigte sich beeindruckt vom hohen Niveau aller sechs Finalisten: «Einmal mehr hat sich gezeigt, dass die Schweizer Köchinnen und Köche die besten Werbeträger für unseren Tourismus sind.» **GSG**



Daniel Reichenpfader ist der Gewinner des Swiss Culinary Cup 2004.

ENGLAND

Gastronomie rauchfrei ab 2008?

Die britische Labour-Regierung will auf der Insel das Rauchen in der Öffentlichkeit weitgehend verbieten. Neben öffentlichen Räumen sollen auch Restaurants sowie die meisten Pubs rauchfrei werden. Lokale in denen lediglich Getränke ausgeschenkt werden, können nach Angaben aus Regierungskreisen selbst darüber entscheiden, ob sie die Gaststube zur rauchfreien Zone erklären. Dies gelte auch für private Clubs. Sie müssten allerdings eine «Rauchlizenz» beantragen. Die Vorschläge der Labour-Regierung bedeuten gemäss dem britischen Sender BBC, dass in etwa drei Jahren 50 Prozent aller Bars rauchfreie Zonen wären.

Wann das Verbot in Kraft tritt, steht noch nicht genau fest. Für die Gastronomie wird das Jahr 2008 als Startjahr für die Rauchfreiheit diskutiert. Die britische Initiative folgt damit nur rund eine Woche auf die Ankündigung Schottlands, künftig in allen öffentlich genutzten Einrichtungen das Rauchen zu verbieten. **slda/GSG**

GLOSSE

Verboten

HANSPETER GSELL*

«Es ist verboten, wer das Gatter nicht zu tut.» Dieser apokalyptischen Drohung stand ich vor vielen Jahren gegenüber, als ich auf dem Stockhorn eine Alp durchqueren wollte. Angesichts eines nervös tänzelnden Geissbocks verzichtete ich auf weitere sprachliche Analysen und schloss das Gatter trotzdem.



Warum mir gerade heute dieses sinnige Bild wieder erscheint, wird wohl für immer ein Rätsel bleiben. Obwohl: ich hatte mir eben die erste Zigarette des Tages angefeuert. Ich sitze im Rössli und beobachte genussvoll, wie die kumuliformige Tabakwolke vor mir flieht. Durch ein fingerbreit geöffnetes Fenster sucht sie das Weite und vermischt sich vor meinen Augen gänzlich ungeniert mit den Abgasen der Autos.

Nächsten Monat wird hier das Rauchen verboten. Oder vielleicht auch nicht ganz. Noch ringt der umtriebige Rössliwirt mit sich selbst. Man könnte ja immer zur geraden Stunde einen Stumpfen erlauben. Oder aber: das Rauchen ist nur an den ungeraden Tischen erlaubt. Aber nur am Morgen. Oder am Nachmittag. Aber nur wenn das Bethli serviert.

Man könnte das Rauchen natürlich auch tippen. Pro Zigarette einen Franken. Dieser wird dann den anwesenden Passivrauchern wieder gutgeschrieben. Diese rauchleistungsabhängige Kompensationszahlung entspricht sogar den Regeln des Kyoto-Protokolls.

Sicher werden Sie jetzt Ihre Stimme erheben und ausrufen: «Jedes Verbot und jede Einschränkung lässt eine Gesellschaft verarmen!» Natürlich. Aber nur reiche Gesellschaften können verarmen.

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

IMPRESSUM

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

Gegründet 1892

Herausgeber:
Schweizer Hoteller-Verein
Mönchstrasse 130
Postfach
3001 Bern

Leitung Medien:
Christan Santschi

Redaktion:
Chefredaktion: Maniella Duedal (MD).

Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH).

Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK),
Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfli (DST)
Dr. Kai Josef Vesting (KJV).

Gastronomie/Technik:
Martin J. Petras (MJP), Gudrun Schlenzcek-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 Hassenklamp (HAS), Paris; Gerhard Lob (GL), Tessin; Heribert Purtscher (HP), Wien; Manja Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Sonja Stälder (ST), Bern; Georg Ubersud (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (RW), Zürich.

Verlag:

Verlag/Leitung: Iris Strelbel,
Abonnemente: Sabine Rothacher,
Stellensinze: Marc Moser,
Geschäftsangelegenheiten: Oliver Egloff (Anzeigenleiter),
Innendienst: Marc Moser.

Druck:

Büchler Gedruckt AG,
Druckzentrum Bern.

Auflage:

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

Verkaufspreise: (inkl. MwSt.)

Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:

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

Kontakte:

Adresse:
Mönchstrasse 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
Stellensinze:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: mesat@swiss-hotels.ch
Geschäftsangelegenheiten:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: mesat@swiss-hotels.ch
Internet: www.swiss-hotels.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



PROTECTION INCENDIE / Certaines mesures, très coûteuses, ont été jugées excessives par les hôteliers du canton du Valais. **PAGE 2**



EDDY PETER / Interview du directeur de Sion Tourisme qui partira à la retraite dans un peu plus d'un mois. **PAGE 5**



hotel+tourismus revue

COMMENTAIRE

«Mettre les points sur les i»

LAURENT MISSBAUER

La soi-disante «Guerre des étoiles» annoncée à l'horizon de 2006, finira-t-elle par avoir lieu entre hotelleriesuisse et Gastrosuisse? On l'ignore. Ce qui est certain en revanche, c'est qu'elle fait couler passablement d'encre et qu'elle suscite un intérêt considérable auprès des médias.



On en a eu encore une fois la preuve mardi, lors de la traditionnelle conférence de presse d'automne d'hotelleriesuisse. Au dernier point de l'ordre du jour, nombreuses ont en effet été les questions qui ont tourné autour de la «Guerre des étoiles», une appellation d'origine non contrôlée qui, si elle a l'avantage de se référer à un grand succès cinématographique, s'avère néanmoins beaucoup trop belliqueuse pour refléter avec exactitude la divergence d'opinion que nourrit actuellement hotelleriesuisse et Gastrosuisse au sujet de la classification hôtelière. On ne saurait en effet parler de «Guerre des étoiles» entre hotelleriesuisse qui est la créatrice et la détentrice de la classification officielle des hôtels en Suisse, et Gastrosuisse. Cette dernière, comme son nom l'indique, s'occupe avant tout de restauration et ses restaurants qui proposent également des prestations d'hébergement sont très loin d'avoir la même importance économique que les hôtels qui sont membres d'hotelleriesuisse et qui totalisent 80% des nuitées helvétiques. Christian Rey, le président d'hotelleriesuisse, n'a d'ailleurs pas manqué de souligner cette disparité mardi: «Un des buts de notre conférence de presse était de montrer qu'il y a un énorme travail derrière la classification hôtelière et qu'il est par conséquent normal que nous mettions les points sur les i lorsque quelqu'un veut nous prendre un travail dont il ne s'est jamais occupé auparavant.» En guise de conclusion, on relèvera que Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, est du même avis qu'hotelleriesuisse. Selon lui, le but d'une classification est de donner aux clients des points de repère et il est à craindre qu'un tel but ne puisse pas être atteint avec deux systèmes de classification.

HOTELLERIESUISSE

Un oui catégorique à l'unicité de la classification des hôtels suisses

L'association faitière de l'hotellerie helvétique a tenu à rappeler mardi, lors de sa traditionnelle conférence de presse d'automne, qu'elle «rejetait catégoriquement toutes les initiatives qui compromettent l'unicité de la classification des hôtels suisses.»

LAURENT MISSBAUER

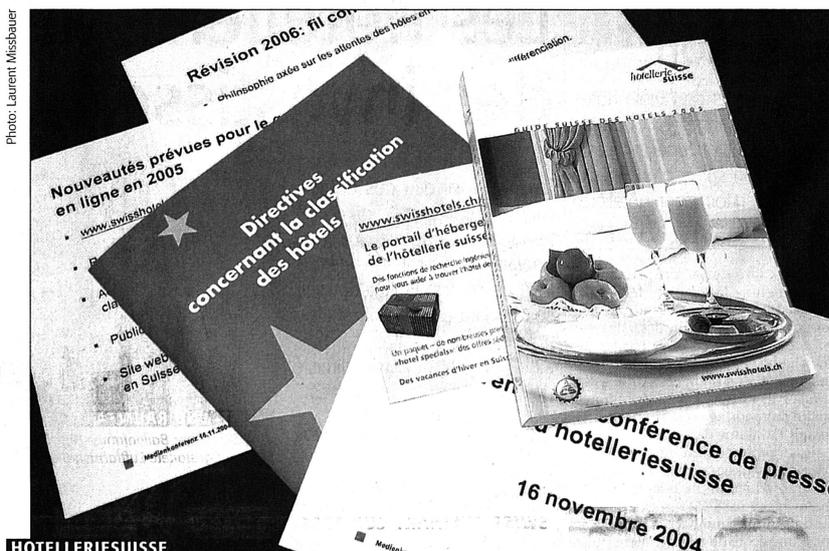
«C'est hotelleriesuisse qui est la créatrice et la propriétaire de la classification hôtelière en Suisse. A ce titre, et cela depuis un quart de siècle, elle se veut la garante de la crédibilité des authentiques étoiles hôtelières ainsi que du développement constant de la qualité de notre hotellerie.» Tels sont quelques-uns des propos que Christian Rey, le président d'hotelleriesuisse, a tenus en ouverture de la conférence de presse d'automne qui s'est déroulée mardi au siège central d'hotelleriesuisse à Berne.

«NOS MEMBRES TOTALISENT 80% DES NUITÉES SUISSES»

Devant une trentaine de journalistes dont les envoyés de l'émission «10 vor 10» de la télévision suisse allemande, Christian Rey a notamment rappelé que les hôtels membres d'hotelleriesuisse – plus de 2300 – totalisent 80% des nuitées effectuées dans notre pays et que le système de classification établi par hotelleriesuisse n'était pas seulement reconnu à l'échelle internationale mais qu'il avait également servi de base, «dans bon nombre de pays, dont l'Irlande et le Canada», à l'élaboration de systèmes de classification nationaux. A partir du mois de février de cette année, le système de classification d'hotelleriesuisse a aussi été ouvert à des établissements qui n'étaient pas membres de l'association.

Selon Christian Rey, «la transparence et la sécurité sont les deux principaux avantages que garantissent nos étoiles.» Il a par ailleurs relevé que «les étoiles, dans la jungle inextricable des labels, distinctions de qualité et autres marques, représentaient la forme de communication la plus claire.» De ce fait, il a rappelé qu'hotelleriesuisse «rejetait catégoriquement toutes les initiatives qui compromettent l'uni-

Photo: Laurent Missbauer



HOTELLERIESUISSE

Nouveau «Guide suisse des hôtels 2005», révision de la classification hôtelière pour 2006 et les nouveautés du guide en ligne www.swisshotels.ch/hotels ont été trois des principaux thèmes traités mardi par hotelleriesuisse.

ité de la classification des hôtels suisses», en faisant ainsi clairement allusion au projet de Gastrosuisse qui souhaite établir son propre système de classification afin notamment de venir en aide aux restaurateurs «qui

proposent aussi des prestations d'hébergement».

Tout aussi clairement, Riet Frey, le président de la Commission de classification, a rappelé que les normes à remplir pour obtenir les étoiles d'ho-

telleriesuisse étaient régulièrement adaptées aux besoins des hôtes. Après les premières révisions, notamment celles de 1985, de 1994 et de 2001, la prochaine révision interviendra en 2006 et sa «philosophie sera axée sur les attentes des hôtes en 2006.»

«950 000 visiteurs par mois sur Internet»

En plus du rappel de la légitimation des étoiles et de la révision de la classification hôtelière de 2006, un autre point important de la conférence de presse de mardi a été la présentation par Christian Hodler, le directeur adjoint d'hotelleriesuisse, du nouveau «Guide suisse des hôtels 2005».

Celui-ci se distingue du précédent par une présentation plus attrayante, notamment au niveau des étoiles et des pictogrammes qui sont tous les deux plus grands et plus visibles que par le passé. Ce guide, qui recense notamment 2303 hôtels et 350 restaurants, est tiré à 50 000 exemplaires en allemand, en français, en italien et en anglais. Contrairement aux années

précédentes où il était vendu au prix de 15 francs, il est désormais gratuit et bénéficiera d'une distribution plus large, plus ciblée et plus proche de l'hôte.»

«Tous les hôtels publiés dans le guide de 700 pages figureront également sur le guide en ligne accessible sur le site Internet d'hotelleriesuisse* qui accueille 950 000 visiteurs par mois. Ce site, outre un lien direct avec le propre site de l'hôtel, comportera des critères de recherches par catégorie, spécialisation ou lieu, ainsi que différentes offres spéciales», a encore précisé Christian Hodler. **LM**

* www.swisshotels.ch/hotels

LES CONTRÔLES INOPINÉS DES «MYSTERY MEN»

Parmi les différentes nouveautés qui iront de pair avec la révision de la classification hôtelière de 2006, on relèvera avant tout l'introduction du supplément facultatif «superior», qui améliorera les possibilités de différenciation, ainsi que l'introduction de contrôles inopinés par des «mystery men». Riet Frey a également annoncé mardi qu'une collaboration avec des organisations de consommateurs était en préparation. L'inspection et l'évaluation de toutes les demandes de classification et de tous les recours auront lieu de mai 2005 à juillet 2006 et les nouvelles normes deviendront effectives avec la publication, le 1er novembre 2006, du Guide des hôtels de 2007.

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

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotellerie suisse

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

concours Dessert Fantaisien 2004

HUG Richemont

La recette du vainqueur. Vous trouvez plus des idées sur notre page internet www.hug-luzern.ch

*Attaqueur catégorie professionnels Roman Muter, Guignard Desserts, Orbe

happy4YOU

BIEN-ETRE?

Matelas en leasing au lieu d'acheter avec happy lease&sleep.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit-happy.

Tél. 071 387 44 44, www.happy.ch

HOWEG

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

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

www.howeg.ch

Jacquart à l'honneur

Guide Hachette des vins 2005. Jacquart a été distingué parmi plus de 450 marques de champagne sélectionnées et 1900 cuvées dégustées en se voyant attribuer le «coup de cœur» (note maximale) du «Guide Hachette des vins 2005» pour sa cuvée Jacquart Brut Mosaïque.

Habitué des grandes distinctions internationales, ce vin emblématique constitue l'un des fleurons de la société viticole de Reims, le plus grand producteur de champagne appartenant encore à des vi-

gnons champenois, soit quelque 700 propriétaires.

En Suisse, le champagne Jacquart se trouve essentiellement chez les cavistes revendeurs spécialisés, les hôtels (dont de nombreux palaces) et les bons restaurants. Nicolas Pulver, son importateur en Suisse installé à Cressier-sur-Morat (FR), relève une certaine reprise des ventes pour l'année en cours, notamment en Suisse romande où sa représentation est assurée par Jean-Claude Girardet, à la Tour-de-Peilz. JS

André Curchod passe la main

Genève. Après 23 ans d'exploitation des «Restaurants de Geneva Palexpo, Télé-Restaurant André Curchod SA», André Curchod a souhaité passer la main et quitter la direction générale. Du coup, le conseil d'administration de TR André Curchod SA, dont fait partie DSR, a décidé de confier la direction générale des restaurants de Geneva Palexpo à l'actuel directeur, Gérard Agassiz. André Curchod a quant à lui été nommé à la présidence de la société. LM

«Prends le temps de bien manger»

Restaurants scolaires. Compass Group poursuit le développement de son programme nutritionnel destiné à sa jeune clientèle. Du 1er au 25 novembre, il organise, le temps d'une journée, une animation sur le thème «Prends le temps de bien manger», dans les restaurants scolaires qu'il gère.

En tant que prestataire de services de restauration, Compass Group prend à cœur son rôle à jouer dans l'apprentissage du bien manger. «Il est très important de faire prendre

conscience aux jeunes enfants de l'importance et de la qualité de chaque repas», affirme Bettina Chevrier, Responsable de Scolarest, la marque de Compass Group spécialisée dans la restauration scolaire.

Dix-neuf restaurants scolaires gérés par Scolarest, dont dix-sept en Suisse romande, participent à cette action. Celle-ci conseille notamment aux enfants de déguster un morceau de pain, de bien le mâcher, afin de prendre conscience de sa texture et de sa

savoir. Un dépliant sur le thème de l'animation ainsi qu'un petit sachet de fruits secs sont également distribués à chaque enfant.

Cette promotion s'inscrit dans le cadre du programme nutritionnel de Compass Group qui vise à sensibiliser les enfants aux bonnes habitudes alimentaires. Le groupe garantit à sa jeune clientèle des menus équilibrés, établis conjointement par des diététiciens et des gérants de restaurants scolaires. LM

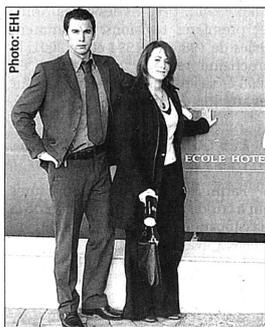
ECOLES HÔTELIÈRES

L'EHL à la télévision

Deux étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) partagent la vedette d'une émission de télévision sur le parcours de six jeunes en formation hôtelière.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Dans le cadre de sa série «Histoires d'aujourd'hui», la chaîne de télévision française FR3 diffusera lundi 22 novembre à 20h55 «L'école des palaces», un documentaire en deux parties de deux heures tourné à l'Ecole hôtelière de Lausanne (la première partie a été diffusée le 15 novembre, mais l'intégralité du reportage sera reprise sur la chaîne TV5 à une date qui n'a pas encore été précisée). En effet, après de longues discussions en 2002, la société de production mandatée par la chaîne a choisi l'établissement lausannois afin de montrer la différence entre une école de management pour les professions de l'accueil et une école de cuisine et service (Tecomah) qui visent toutes deux l'excellence dans leurs domaines respectifs.



Chloé et Carlo, les deux étudiants de l'EHL qui seront les vedettes, le 22 novembre, d'une émission de FR3.

Ce sont ainsi Chloé, Carlo et Ismail, trois étudiants francophones que la caméra a suivi durant deux semestres. Fils de restaurateur, Carlo est un étudiant brillant et perfectionniste à qui tout réussit. Chloé de son côté, peine à s'intégrer à une équipe, mais son départ en stage sera une véritable révélation. Quant à Ismail, il va décider de changer de voie après quelques semaines de stage. A l'EHL, on est bien sûr «fort satisfait de cette émission qui montre qu'elle n'est pas une école de cuisine et de service mais qu'on y forme des managers». La formation pratique que les étudiants y reçoivent en début de parcours n'est destinée qu'à leur faire comprendre et connaître le fonctionnement opérationnel, mais ne leur permet pas d'envisager une carrière en cuisine ou au service.

Autant de précisions que le grand public, même en Suisse, ignore le plus souvent et que les images du réalisateur Martin Blanchard démontreront.

PRESCRIPTIONS DE PROTECTION CONTRE LES INCENDIES

Les hôteliers valaisans s'inquiètent des investissements à consentir

La mise à niveau des équipements pour la protection contre les incendies coûtera, du moins en Valais, des centaines de milliers de francs. Hôtellerievalais se demande où les hôteliers trouveront ce financement, alors qu'il est déjà très difficile de rénover les infrastructures.

DANIELLE EMERY MAYOR

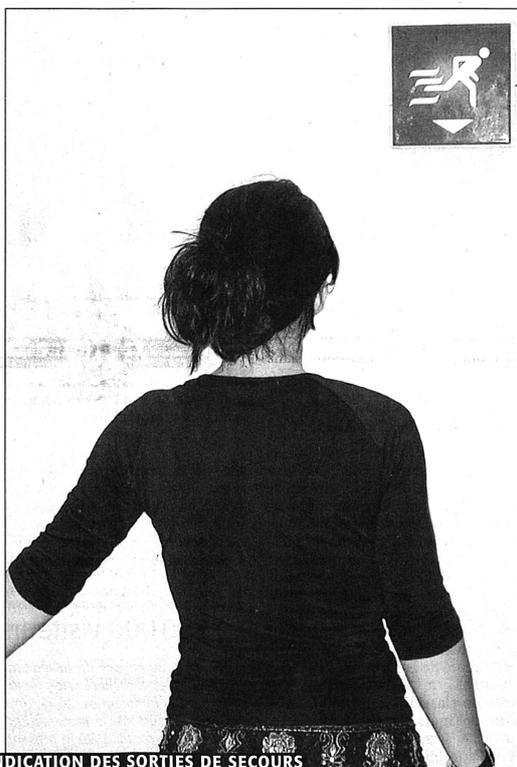
1er janvier 2005: voilà la date d'entrée en vigueur des nouvelles versions des normes de protection incendie. C'est ce qu'on a décidé les cantons le 10 juin dernier. En Valais, la question est remontée jusqu'au Grand Conseil. Se faisant la porte-parole de l'hôtellerie, la députée Bénédicte Crettol-Valmaggia a demandé un peu de souplesse, sans pour autant vouloir faire prendre des risques à la clientèle. «Il y a le feu», affirmait avec un brin de provocation la députée radicale. «Il faut agir vite si l'on veut qu'il y ait encore des hôtels dans ce canton où des gens aient un risque minime de mourir brûlé.» La motion a toutefois été refusée en septembre dernier.

L'INTRODUCTION DE LA SURVEILLANCE TOTALE

Du côté de l'Etat du Valais, le chef de l'Office cantonal du feu Eric Sengen relève d'abord qu'il ne s'agit pas de l'introduction d'une nouvelle loi, contrairement à ce qui a pu être lu dans la presse locale, «mais de l'adaptation de normes comme cela se fait tous les dix ans environ, pour suivre l'évolution technologique.» Et de souligner que ces normes sont eurocompatibles. Concrètement, pour l'hôtelier, cela signifie l'introduction de la surveillance totale. «Je comprends que les hôteliers valaisans soient inquiets. Mais il faut savoir que Vaud et Neuchâtel ont déjà intégré la surveillance totale, y compris dans les chambres.»

Pourquoi alors ce vent de panique en Valais? «L'hôtellerie valaisanne a pris du retard, les investissements n'ont pas été consentis en cours de route.» Et pour cause, répond Patrick Béro, le directeur d'Hôtellerievalais: «L'exploitation des hôtels dans le canton du Valais dégage en moyenne un cash flow de 10,9% dont 10,2% sert aux amortissements. Avec le solde, comment pourrait-on payer les équipements incendie pour être dans les normes? Les hôteliers n'ont pas les liquidités suffisantes.» Emprunter? «Impossible, c'est bloqué du côté des banques, ou à des taux supérieurs à 6%, pareil du côté du Crédit hôtelier qui ne prête qu'aux entreprises financièrement saines.» Et Patrick Béro une nouvelle fois de rappeler, amer, que les prêts pour transformer les

Photo: Marietta Dedeal



Les hôteliers valaisans ne remettent pas en question l'adaptation des normes pour lutter contre le feu. Ils demandent néanmoins un peu de souplesse.

hôtels en immeubles se font à des taux intéressants (environ 4%).

«Nous avons bien essayé d'obtenir des subventions, mais cela nous a été refusé.» Autre problème: le canton n'a pas d'établissement d'assurance auprès desquelles les entreprises ont l'obligation de souscrire. Le Valais n'a donc pas non plus les ristournes qui

sont faites pour certaines installations dans les cantons de Vaud, du Jura, de Berne et de Neuchâtel par ses établissements cantonaux d'assurance. Si l'on se penche sur les investissements demandés, l'exemple de l'Hôtel Primavera à Crans-Montana laisse paniquer: «J'ai mandaté un architecte pour chiffrer ces coûts», explique Christian

Bétrisey. «Tout compté, la facture se monterait à 634 000 francs!» Ce chiffre est largement surfait, rétorque Eric Sengen. «Il est clair que nous ne voulons pas couler l'hôtellerie!»

C'est le même message qu'a donné le conseil d'Etat dans sa réponse à la députée Bénédicte Crettol-Valmaggia. «Nous pouvons vous confirmer que pour ce qui concerne les bâtiments existants, suite à un contrôle faisant apparaître des défauts, les mesures d'urgence sont demandées de suite. Les délais pour la réalisation des autres mesures sont déterminés lors de séances de travail avec les propriétaires et les responsables communaux en tenant compte de la sécurité des personnes et des conséquences financières.» L'Etat parle d'une approche pragmatique des dossiers, en collaboration avec l'hôtelier. Et d'assurer que le principe de proportionnalité sera appliqué, «le but n'étant pas de fermer les établissements mais bien de les sécuriser selon un standard suisse reconnu par l'ensemble des cantons».

«NOUS ALLONS AIDER NOS MEMBRES»

Hôtellerievalais va contacter ses membres pour tenter de sonder les besoins des différents hôtels et pour réfléchir ensemble à la planification des investissements. «Nous allons aider nos membres», assure Patrick Béro. «Ceux-ci doivent nous avertir lorsqu'ils sont confrontés à des demandes qu'ils jugent exagérées.» Du côté de l'Office cantonal du feu, on souhaite aussi pouvoir apporter un soutien. Il peut être utile de contacter l'office lors de chaque projet de rénovation.

Sur le terrain, ce sont les municipalités qui sont chargées de l'application de la loi, sauf à Genève où c'est le canton. «Nous sommes là en appui, pour coordonner l'application de la loi», explique Eric Sengen. «S'il y a un danger réel, on peut fermer l'établissement. On a dû le faire deux à trois fois durant la dernière décennie, le temps que l'hôtel s'adapte aux normes. Nous faisons cela si possible dans la période creuse.»

Patrick Béro: «C'est un canon pour tuer une mouche!»

Parmi les contraintes qui concernent l'hôtellerie en matière de protection contre les incendies, il y a la connexion au réseau Alarmnet. «Ce qui nous dérange», explique Patrick Béro, le directeur d'Hôtellerievalais, ce n'est pas tellement qu'une société ait le monopole, c'est que l'Etat du Valais n'ait pas rendu public le protocole. «C'est-à-dire les données électroniques concernant la transmission à la centrale d'alarme. Cet appareil, vendu à un prix entre 3000 et 6000 francs, une nouvelle fois de rappeler, amer, que les prêts pour transformer les

d'intervention. Il transmet l'alarme à la centrale des sapeurs-pompiers et teste la ligne ISDN de Swisscom toutes les vingt-trois heures. Un investissement exagéré, selon Hôtellerievalais.

«C'est un canon pour tuer une mouche! Par ailleurs, ce système onéreux est vendu par deux entreprises constituées en communauté d'intérêt, CITUS. Nous leur avons demandé une offre globale pour tous les hôtels. Résultat: un rabais de 1000 francs par installation. Mais les taxes ont doublé et s'élèvent à plus de 300 francs par an»,

déclare Patrick Béro qui souligne que des appareils du même type se trouvent pour un prix de 800 francs environ. Pour Eric Sengen, chef de l'Office cantonal du feu à Sion, il ne s'agit aucunement d'un monopole. Il rappelle le retard pris: «Cette connexion à Alarmnet devrait être déjà faite, les délais ont déjà été prolongés sur demande de l'association des hôteliers. Il faut savoir que des millions de francs ont été investis pour sa mise en place. Il n'est pas pensable de construire un nouveau réseau, juste pour le Valais.» DEM

Une locomotive au nom de Piccard Deux «Leading Spas» lémaniques

Lucerne. Après avoir récemment été l'animateur-vedette du séminaire touristique «Hotela Travela Summit» à Montreux, Bertrand Piccard (photo) a une nouvelle fois eu l'occasion de participer la semaine dernière à un événement touristique.



Photo: Laurent Missbauer

Le «savanturier» lausannois avait en effet convié à Lucerne pour inaugurer la nouvelle halle d'exposition consacrée à la conquête de l'air et de l'espace au Musée des transports, ainsi que pour baptiser, à la

gare de Lucerne, une locomotive ICN des CFF qui portera désormais le nom de son grand-père, Auguste Piccard.

On relèvera par ailleurs que la nouvelle halle consacrée à la conquête de l'air et de l'espace au Musée des transports comprend désormais une maquette du ballon FNRS - du nom du Fonds national de la recherche scientifique belge qui lui finança à l'époque - avec lequel Auguste Piccard atteignit 16 000 mètres d'altitude le 27 mai 1931. **LM**

Canton de Vaud. Le Centre de bien-être du Lausanne Palace & Spa, s'est vu attribuer le label «Leading Spas» lors de la Convention annuelle des Leading Hotels of the World, à Palm Beach en Floride. Quatre-vingt-dix membres de l'association avaient demandé une inspection extrêmement rigoureuse portant sur plus de 200 critères. Au final, seul 48 d'entre eux ont obtenu cette prestigieuse certification et pourront aborder le logo bleu pâle «Leading Spas» et figurer avec ce titre dans les



Photo: Laurent Missbauer

catalogues du groupement. Outre le centre de bien-être Lausanne Palace & Spa, en Suisse, trois autres établissements ont obtenu la nouvelle certification: le Raffles Amrita Wellnes du Montreux-Palace, le Spa du Victoria-Jungfrau d'Interlaken et celui du Grand Hotel Quellenhof de Bad Ragaz. Directrice du spa du Lausanne Palace, Emeline Gautier-Seiler a par ailleurs précisé que l'agrandissement du centre de bien-être sera réalisé, comme prévu, au début de 2005. **JJE**

LETTRES DE LECTEURS

«Nous ne réussissons que tous ensemble»

André Guinnard, agent immobilier à Verbier, revient sur certains propos exprimés dans l'article «Hôtellerie et parahôtellerie: deux secteurs s'entrechoquent en Valais», publié dans le numéro 44 de notre hebdomadaire.

Depuis quelques semaines, certaines autorités politiques reconnaissent enfin la valeur de la parahôtellerie ou, mieux, de la résidence secondaire pour la population locale et l'économie des régions de montagne. Il y a longtemps que les professionnels du tourisme savent que la survie de certains hôtels et des remontées mécaniques dépend de la bonne santé de la parahôtellerie. Il reste toutefois encore à convaincre quelques nostalgiques mais le mouvement est en marche. Même les habitants de Davos comptent maintenant sur les résidences secondaires pour sauver l'hôtellerie bien que, à mon avis, la voie choisie ne soit pas bonne.

En Valais, plusieurs hôteliers de renom ont déjà construit eux-mêmes des logements, avec services hôteliers. C'est une bonne solution. Il y en a d'autres et il faudra être assez souple d'esprit pour ne serait-ce qu'au moins entrer en matière. Dans le numéro 44 du cahier français de l'hôtel-tourismus revue, M. Patrick Béro, le directeur de l'Association hôtelière valaisanne, veut toujours travailler à l'ancienne et ne veut pas d'une réflexion de fond. Il accuse le député Gabriel Luisier, élu pour trouver des solutions politiques aux problèmes de société, d'être trop simpliste.

M. Gabriel Luisier, formé en hôtellerie, connaît ce domaine mais il connaît aussi très bien celui de la résidence secondaire. Ce n'est généralement pas le cas des ténors qui critiquent ce secteur. Ce député, ni promoteur, ni agent immobilier, va proposer des solutions, mais cela n'a pas l'air d'intéresser M. Patrick Béro. Il préfère affirmer au mépris de la logique que lorsque un hôtelier vend son hôtel et transmet ses problèmes à l'acheteur, c'est ce dernier qui est cupide!

Certains hôteliers réussissent très bien à faire fonctionner leur hôtel mais d'autres préfèrent vendre à des promoteurs plutôt qu'à d'autres hôteliers afin de toucher un maximum d'argent pour, peut-être, mieux se prélasser dans leur villa au bord de la mer Méditerranée ou ailleurs! Pour valoriser le parc immobilier ou tout simplement pour en maintenir la valeur, nous avons besoin d'un service hôtelier en station. Mais l'hébergement ce n'est plus des lits hôteliers et les autres. C'est un tout, ce sont des lits touristiques qui doivent être complémentaires. Lorsque M. Gabriel Luisier constate que «l'économie touristique ne marche pas comme on nous le dit», c'est vrai.

Nous devons nous remettre en question, développer une autre hôtellerie et travailler ensemble à des solutions. Il n'y a pas de raisons que certains hôteliers continuent de snober la parahôtellerie.

André Guinnard, fils d'hôtelier et professionnel du tourisme

VALAIS

Retour du ferrouitage au Simplon

Les trains porte-autos seront réintroduits le 12 décembre au Simplon. Les milieux du tourisme réclamaient depuis longtemps cette réintroduction.

GENEVÈVE ZUBER

En 1992, le Conseil fédéral avait supprimé les navettes porte-autos entre Brigue et Iselle (Italie), malgré un seuil de rentabilité presque atteint. Depuis lors, les milieux touristiques et économiques valaisans n'ont cessé de demander leur réintroduction. En dépit des améliorations, la route du col, à 2000 mètres d'altitude, n'est pas fiable en effet.

«Elle peut être dissuasive, voire dangereuse», explique Nicolas Mayor, délégué aux transports du canton du Valais. «En hiver, elle doit être fermée dix jours par an en moyenne, sans compter les périodes d'intempéries.» Ces jours-là, il n'y a tout simplement plus de liaison possible pour les voitures entre le Valais et le bassin lombard, riche de six millions d'habitants.

UNE ALTERNATIVE RAPIDE ET SÛRE

Finalement, le canton a pris lui-même l'initiative de cette remise en service, qui a débouché sur diverses conventions avec la région de Verbano-Cusio-Ossola, les CFF, le BLS et l'Office fédéral des transports. Les investissements nécessaires se sont élevés à 4,5 millions de francs dont 2,3 millions à charge du Valais. Quant à l'exploita-

Photo: BLS



FERROUTAGE

Les trains qui transporteront les automobiles entre Iselle et Brigue seront à nouveau en service à partir du 12 décembre.

tion, le canton en prendra le déficit en charge, jusqu'à concurrence de 2 millions. L'objectif est d'acheminer 50 000 véhicules en 2005, puis 70 000 en 2006. Toute l'année, dix navettes, soit un train toutes les 90 minutes, permettront de passer le Simplon dans les deux sens, en 20 minutes seulement, et pour moins de vingt francs en prin-

cipe, tarif qualifié d'attractif et de raisonnable par Marcel Perren, de Valais Tourisme.

Au milieu des années nonante, les nuitées italiennes avaient chuté en Valais, à cause de la suppression de ce service notamment. Elles sont à nouveau en hausse, grâce, en particulier à l'attrait wellness du canton (Loèche-

les-Bains, Brigerbad...) «Le wellness, le retour à la nature sont très «tendances» chez les Italiens, précise Marcel Perren. Avec 190 000 nuitées (3% du total), auquel il faut ajouter les nombreux séjours de moins d'un jour, l'Italie représente pour le Valais un potentiel de développement qui, espérons-le, va profiter de cette réintroduction.»

VALAIS CENTRAL

Le temps des synergies a débuté

Sierre-Anniviers Tourisme et Sion Région Tourisme disposeront d'un centre de services touristiques en commun qui sera opérationnel dès 2006.

DANIELLE EMERY MAYOR

Comme annoncé la semaine passée, Sierre-Anniviers Tourisme (SAT) et Sion Région Tourisme (SRT) se donnent désormais la main pour leurs actions de marketing. Le bureau central de l'association - qui a été nouvellement créée et qui a été baptisée «Au cœur du Valais» - se situera à Sierre. C'est Vincent Bornet, l'actuel directeur de Sierre-Anniviers Tourisme, qui dirigera ce centre de services touristiques. Dès le printemps, une personne sera engagée pour se charger du marketing de la destination Sion Région.

«Au cœur du Valais» compte les deux villes, ainsi que les stations du val

d'Anniviers, Anzère, Veysonnaz, Thyon 2000, Nax et la région d'Evolène. Des stations qui visent des marchés identiques.

CONSERVER LA SPÉCIFICITÉ DES PRODUITS

«Le fonctionnement marketing sera totalement opérationnel et centralisé pour 2006», explique Vincent Bornet. «Toutefois, une coordination régionale est attendue dans les actions déjà engagées.» Concrètement, il s'agit de créer des synergies par le partage des charges administratives, par un management unique, mais avec une gestion séparée des enveloppes marketing des deux destinations, la double source de financement permettant des actions conjointes tout en conservant la spécificité des produits touristiques.

Les budgets des deux destinations s'élèvent à 753 000 francs pour Sierre-Anniviers Tourisme et à 824 000 francs pour Sion Région Tourisme. «Nous

avons un budget minimal, c'est vrai», concède Vincent Bornet, «mais en rassemblant en frère et sœur les deux enveloppes, cela nous permet de bonnes synergies.» Un exemple? Grâce à cette addition des moyens, Sierre et Sion présenteront ensemble les deux villes lors de Swiss Cities, mais en choisissant une catégorie de présentation plus chère que ce qu'elles auraient pu faire individuellement, à savoir 25 000 francs contre un peu plus de 10 000 francs jusqu'à présent.»

LE VALAIS, UNE IMAGE PORTEUSE

On le sait maintenant, seule la marque Valais passe les frontières en terme de reconnaissance par les clients. Le nom du canton se trouve donc repris dans le label fatier choisi par Sierre-Anniviers Tourisme et Sion Région Tourisme: «Nous avons choisi de nous greffer sur la locomotive Valais Tourisme», précise Vincent Bornet. Reste à réfléchir à un logo: «Actuelle-

ment, c'est plus un titre d'appellation, mais il est certain que nous devons trouver un visuel», ajoute-t-il. L'appellation va être utilisée pour tous les programmes menés en commun aussi bien avec Valais Tourisme qu'avec Suisse Tourisme.

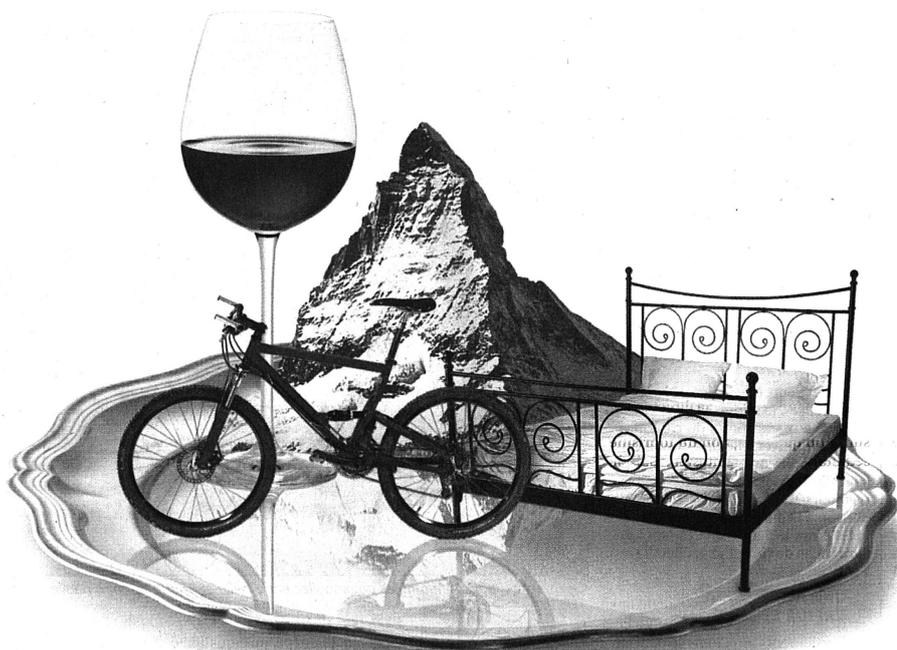
Les buts visés par la nouvelle association sont bien sûr l'augmentation de l'attrait des deux régions et, par là, l'augmentation de la fréquentation et des nuitées. «Il faudra trois à cinq ans pour juger le fonctionnement de cette nouvelle association. Mais il faudrait pouvoir compter sur d'autres indicateurs que les nuitées...», pense Vincent Bornet.

Par la suite, si Sion Région Tourisme le souhaite, d'autres secteurs que le marketing pourraient être mis en commun comme, par exemple, la comptabilité et les statistiques. Pour la destination Sion Région, il s'agit maintenant d'entamer les démarches vers un management de qualité, avec Valais Excellence, Sierre-Anniviers ayant déjà obtenu le label.

Les professionnels lisent l'htr.

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

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



Oui, je commande l'htr:

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

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. dans la journée: _____

Rue: _____ NPA: _____

Lieu: _____ E-mail: _____

- Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation: l'offre s'adresse aux nouveaux abonnés en Suisse et est en vigueur jusqu'à fin 2004. Prix T.V.A. 2.4% incluse. La participation au tirage au sort n'est pas subordonnée à une commande. Les collaborateurs d'hotellerie-suisse ne sont pas autorisés à participer. Le tirage des gagnants a lieu à la fin de chaque mois. Vous serez avertis par écrit. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Tout recours juridique est exclu.

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

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

htr

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



«Hobbymania»: un nouveau salon

Bulle. Fidèle à son principe d'ouvrir un nouveau salon par année, Espace Gruyère lancera, du 26 au 28 août 2005, un nouveau salon: «Hobbymania», un rendez-vous des loisirs et des passions tout entier consacré aux violons d'Ingres, sports et autres loisirs d'aujourd'hui. Clubs et sociétés, d'une part, entreprises et commerces spécialisés, d'autre part, sont d'ores et déjà sollicités pour y participer de manière active. L'idée des dirigeants du centre polyvalent bullois est

d'offrir un outil de communication moderne à tous les partenaires – clubs, associations, commerces – de ce secteur tout en informant sur les possibilités de loisirs en Gruyère et dans le canton de Fribourg. Des stands, tenus par les sociétés de différentes disciplines, permettront de présenter leurs activités, démonstrations et animations à l'appui, et de recruter de nouveaux membres, tout en améliorant leur lisibilité, un critère de choix dans la recherche de

sponsors. Parallèlement, des commerces spécialisés composeront cette plate-forme de présentation qui se veut festive, didactique et interactive des loisirs, hobbies et autres «passions». Quelque 5000 visiteurs sont attendus à «Hobbymania» qui représente actuellement l'unique salon de Suisse romande à être exclusivement voué à la thématique des loisirs et de l'occupation du temps libre. JS www.espace-gruyere.ch/hobbymania

Un réseau «Préalpes sans frontière»

Sud fribourgeois. Deux études réalisées par le professeur Francis Scherly et traitant de l'avenir des chalets d'alpage et de leurs possibilités de mise en valeur sur le marché touristique, ont débouché sur la création d'un réseau d'une vingtaine de sites, du Lac Léman au Lac Noir. Les 11 et 12 novembre, des discussions avec tous les intéressés se sont déroulées à l'Institut agricole de Grangeneuve (FR), afin qu'ils fassent connaissance et posent les pre-

miers jalons des activités proposées dès le mois de juin 2005. A cette occasion, des groupes de travail élaboreront, d'une part, une Charte d'accueil du réseau «Préalpes sans frontière» ou comment bien recevoir le visiteur en moyenne montagne et, d'autre part, une Charte du visiteur des Préalpes ou comment se comporter dans un tel endroit. Un site Internet – www.prealpes-sans-frontiere.ch – est d'ores et déjà prévu pour communiquer cette nouvelle

offre au grand public. Le but du futur réseau, dans la perspective d'une revalorisation du potentiel du magnifique patrimoine montagnard par un tourisme doux bien intégré, sera d'offrir aux visiteurs le gîte, la table et diverses activités liées à l'agriculture de montagne. Parmi ces activités, on relèvera la fabrication du fromage, la cuisine d'alpage et certaines formes d'artisanat. La gestion du projet bénéficiera d'un financement d'Innotour sur une durée de deux ans. JS

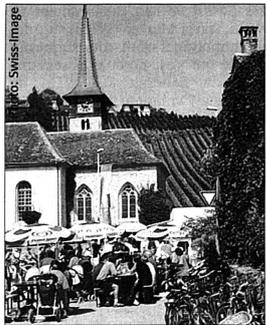
RÉGION DU VULLY

Sentier didactique et œnothèque

Un nouveau sentier didactique et une œnothèque ont récemment enrichi l'offre touristique-viticole du Vully et de la région de Morat.

JOSÉ SEYDOUX

Les vigneron fribourgeois et vaudois du Vully, sur les coteaux du lac de Morat, ont réalisé conjointement un sentier didactique à cheval sur les deux cantons. Cet événement hautement symbolique reflète bien la nécessité, dans l'intérêt général, de promouvoir les produits de la région du Vully et d'améliorer une collaboration entre les associations fribourgeoise et vaudoise avant, peut-être, de les voir fusionner en un assemblage prometteur!



Le tourisme viticole dans le Vully a vu son offre être élargie par la récente ouverture d'une œnothèque à Morat.

L'ensemble du vignoble du Vully représente une superficie de quelque 150 hectares (deux tiers sur le canton de Fribourg et un tiers sur le canton de Vaud) sur lesquels travaillent vingt-quatre vigneron-encaveurs. La production annuelle du vin du Vully s'élève à 1,15 million de litres par an. En outre, le projet d'une Maison (intercantonale) du Vully est actuellement à l'étude. La région vullérienne peut aussi profiter, depuis quelques jours, d'une nouvelle plate-forme promotionnelle à Morat où Marie-Louise Montani a ouvert l'œnothèque du Muratum à la Hauptgasse 43.

Cette nouvelle œnothèque regroupe plus de 200 vins du Vully ainsi que des spécialités valaisannes. Il est également le théâtre de dégustations, de soirées thématiques et de ventes d'accessoires de vins, ainsi que de différents articles-cadeaux. Les produits du terroir viticole disposent ainsi d'une nouvelle vitrine avec un programme d'animation, tous deux de nature à intéresser tant les amoureux du vin que les hôtes de la cité médiévale de Morat et des vignobles qui lui font face.

EDDY PETER, DIRECTEUR DE SION TOURISME

«Les prestataires touristiques ne font pas des métiers de 2e classe!»

A près d'un mois de la retraite, Eddy Peter déplore que les métiers du tourisme n'aient pas la même considération que d'autres professions. Tout au long de sa carrière, il s'est battu pour cette reconnaissance et il continuera à le faire en s'occupant des jeunes en formation.

INTERVIEW: DANIELLE EMERY MAYOR

■ Vous allez quitter la direction de Sion Tourisme à fin décembre. C'est sur la fin que la gestion du tourisme séduisois a été contestée par le Conseil général de la ville après avoir demandé un audit. Comment voyez-vous le rôle du monde politique? Pour moi, le tourisme est une activité économique, pas politique. Les hommes politiques manquent de vision globale du tourisme. Et puis, ils n'accordent pas assez de valeur aux métiers du tourisme. Personnellement, lorsque j'étais président de l'Association suisse des directeurs du tourisme, j'ai toujours œuvré pour que ces professions soient reconnues et estimées. Les prestataires touristiques ne font pas des métiers de 2e classe!

«Le tourisme n'est pas une activité politique, mais économique!»

■ Vous avez eu le sentiment de pratiquer un métier peu considéré? Oui, dans l'esprit de beaucoup de gens, c'est comme ça. La valeur ajoutée du tourisme n'est pas reconnue. Pourtant nous avons en Valais, et ailleurs en Suisse, d'excellentes écoles dans le tourisme. Or la Suisse ne profite pas autant qu'elle pourrait de ce savoir-faire. Une fois formés, les gens sont engagés à l'étranger. Je suis très sensible à la formation. Je pense qu'il faudrait une pénétration du tourisme déjà au niveau des écoles primaires.

■ Vous faites partie de cette génération de directeurs qui sont restés des nombreuses années à la tête d'un même office du tourisme. Est-on toujours capable de se renouveler? Pour faire ce travail, il faut avoir le virus de l'entrepreneur. On ne s'use pas: c'est inné, on cherche continuellement à innover, à trouver des solutions pour se surpasser. Je me compare à un médecin qui soigne sans médicament, un médecin dont le but est de donner du bien-être aux gens. Mais aujourd'hui j'ai l'impression qu'il n'y a plus en Valais cette cohésion



EDDY PETER
Le tourisme séduisois lui doit plusieurs initiatives intéressantes, à commencer par l'organisation des visites de la vieille-ville de Sion et la formation des guides.

entre collègues directeurs d'offices du tourisme. Je crois que nous avions autrefois un meilleur échange, plus fructueux. J'ai le sentiment qu'aujourd'hui les gens ont moins le courage de se battre comme nous le faisons. Ils baissent rapidement les bras...

■ Sion a longtemps été vue comme une ville administrative, et peu attrayante. Pensez-vous avoir réussi à changer cette image? Sion est une très belle ville. Je crois que j'ai réussi à le faire savoir. Durant ces quinze ans, deux hôtels quatre-

étoiles se sont construits; un autre sentiment à l'égard du tourisme s'est implanté à Sion. Les villes ont un immense potentiel social, culturel. Je reproche à Valais Tourisme de ne pas avoir fait plus de promotion pour les villes. Le tourisme journalier a une énorme importance pour l'économie locale. A Sion, cela représente un chiffre d'affaire important. Et on pourrait faire plus: pourquoi ne pas construire un hôtel 5-étoiles dans la forteresse de Tourbillon. La ville a encore la possibilité de faire de grandes choses.

«Pourquoi la ville de Sion ne construirait-elle pas un 5-étoiles à Tourbillon?»

■ La ville est aussi importante désormais au niveau du golf. Vous êtes vous-même un des initiateurs de la destination golf Valais-Wallis. Oui, le golf est un complément important de l'offre. On peut faire beaucoup plus encore pour vendre les différents produits: le golf, ça se vend toute l'année. Les distances entre Sion, Crans-Montana ou Loèche ne sont plus rien: le client se déplace volontiers. Le tourisme ne doit pas avoir de frontières. J'en veux pour preuve que pendant l'European Masters à Crans-Montana, qui est une manifestation excellente pour la plaine aussi, les touristes viennent jouer chez nous.

■ A propos de frontières, celles entre Sierre-Anniviers et Sion Région Tourisme sont en train de tomber. C'est très bien! Cette destination dans le Valais central doit réunir tous les prestataires, pas seulement les offices du tourisme. Selon moi, il faudrait créer une société anonyme, car à la tête d'une SA, la direction peut prendre des décisions, assumer des responsabilités. Ça conduirait forcément à plus de professionnalisme. Dans le comité d'une société de développement, il y a parfois des membres qui sont trop souvent éloignés des réalités économiques du tourisme.

■ Qu'allez-vous faire maintenant, une fois à la retraite? J'ai reçu plusieurs offres, excellentes, mais la plupart en Suisse allemande ou à l'étranger. Mais je ne veux pas m'éloigner de ma famille. Et puis, je vais continuer à donner des cours pour Gastrovalais, l'association hôtelière: je veux garder le contact avec les jeunes, leur transmettre cette connaissance du métier acquise pendant plus d'un quart de siècle dans le tourisme.

Un directeur touristique hyperactif

Cela fait vingt-cinq ans qu'Eddy Peter travaille dans le monde du tourisme dont quinze à la direction de Sion Tourisme. Un travail qui l'occupait 60 heures par semaine... «Ma reconnaissance va à ma famille qui m'a donné la possibilité de faire tout cela», relève celui qui partira à la retraite le 31 décembre. Il faut préciser qu'Eddy Peter a cumulé les activités. Il a commencé sa vie professionnelle aux PTT, puis est arrivé à Verbier où il a dirigé l'office du tourisme avant de prendre la tête de la Fédération suisse de ski et, enfin, de diriger Sion Tourisme. Sa présence à la direction de l'Association des Swiss Cities a été remarquée, tout comme sa

participation au comité de direction de la Fédération de Suisse Tourisme. Il a fait partie des initiateurs des deux dernières candidatures de Sion aux Jeux olympiques d'hiver. Sion lui doit, aussi plusieurs initiatives intéressantes comme l'organisation des visites de la ville et la formation des guides. En jetant un regard vers l'arrière, il a envie de souligner combien il a eu une chance immense de pouvoir travailler librement, d'abord à Verbier, avec le président de la société de développement Raymond Fellay, puis à Sion, avec Pierrot Moren. «Deux hommes avec qui je partageais la même conception du travail», conclut Eddy Peter. DEM

Le Nord vaudois au centre Balexert

Genève. Les hôtels du Nord vaudois, sous la houlette de leur président Pierre-André Michoud, effectuent du 1er au 20 novembre une action promotionnelle au centre commercial Balexert de Genève. Le thème de cette promotion s'articule sur l'eau et fait découvrir aux Genevois que le Nord vaudois n'est pas seulement la porte d'entrée sud de la région des Trois-Lacs, mais aussi une région qui abrite les sources d'eau minérale Arkina, la région naturelle de la Grande

Caricaie, le centre thermal d'Yverdon-les-Bains et le Grand Hôtel des Bains (photo).

Deux semaines après le lancement de cette opération à Balexert, Nadine Traber, la directrice du Grand Hôtel des Bains d'Yverdon-les-Bains, tirait un bilan très positif: «Le marché genevois est très important pour nous et nous en avons eu une nouvelle confirmation à Balexert puisque notre présence nous a déjà valu plusieurs réservations, notamment pour des week-ends.» LM



Photo: Laurent Missbauer

Chevrier s'offre un livre «différent»

Peney-Satigny (GE). Philippe Chevrier (photo), le grand chef du Domaine de Châteaueux à Peney-Dessus, non loin de Satigny, a présenté lundi son premier livre gastronomique.

Celui-ci, intitulé «Histoires gourmandes», entend se distinguer des autres livres récemment publiés par Philippe Rochat et Gérard Rabaey qui, tout comme Philippe Chevrier, sont crédités eux aussi d'une note de 19 sur 20 au GaultMillau: «J'ai en effet voulu m'offrir un livre différent. Un livre que les gens

prennent plaisir à lire plutôt qu'un livre où l'on essaie l'une ou l'autre recette avant de le ranger définitivement dans la bibliothèque», a confié lundi Philippe Chevrier.

Pour lui, la haute cuisine est avant tout «harmonie et équilibre conjugués au niveau supérieur entre les divers partenaires, à l'instar d'une œuvre musicale». «Son art consiste en effet à donner vie à la partition en animant son équipe», peut-on lire dans le dossier de presse d'«Histoires gourmandes». LM

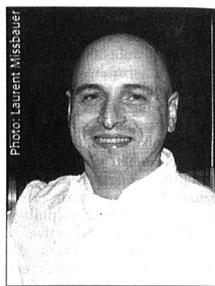


Photo: Laurent Missbauer

LES GENS

C'est **Didier Steiner** qui remplacera à partir du 1er décembre **Urs Häfliger** à la direction du Club-Hôtel Valaisia de Crans-Montana, un établissement qui appartient à la Poste. Urs Häfliger a en effet pris le chemin du siège central de la Poste, à Berne, où il occupe désormais les fonctions de responsable des cinq hôtels que compte le géant jaune dans notre pays. Didier Steiner, âgé de 37 ans, va continuer dans la même lignée tracée par Urs Häfliger pendant trente ans. «J'ai fait le décompte, nous avons totalisé plus de 1,3 million de nuitées durant ces trente années», a relevé non sans fierté Urs Häfliger. Relevons enfin que Didier Steiner est parfaitement bilingue. D'origine biennoise, il est par ailleurs diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne et a notamment été vice-directeur du Parc Hôtel à Fribourg. DEM

Mischa Niederl (photo) est depuis la fin du mois d'octobre le nouveau Sales Manager de Best Western Swiss Hotels.



Il succède ainsi à ce poste à **Glen Robinson**. Agé de 31 ans, Mischa Niederl est détenteur d'un diplôme fédéral de «Marketing Planer» et a appris les bases du métier touristique auprès de la société Danzas Voyages à Bienne. Pendant dix ans, il a occupé différentes positions chez Marti Voyages et chez Kuoni, aussi bien en Suisse qu'à l'étranger. Au sein de Best Western Swiss Hotels, il sera avant tout chargé du développement du «key accounting», de la coordination des activités de vente internationales ainsi que du soutien à l'«incoming», à savoir du soutien au tourisme réceptif, pour les 60 hôtels partenaires de la chaîne Best Western en Suisse. JJE

Départ et promotion à l'Office du tourisme de Châtel-St-Denis-Les Paccots dans le district de la Veveyse (FR). **Nadège Graber**, qui assumait la direction de l'Office du tourisme de Châtel-St-Denis-Les Paccots depuis un peu plus de quatre ans, cédra en effet son poste, à partir du 1er janvier 2005, à son adjointe, **Marie-Claude Ruffieux**, jusqu'ici responsable des produits touristiques et de l'animation. Agée de 38 ans, la nouvelle directrice du chef-lieu veveysan et de sa station – qui disposent tous deux d'un point d'accueil et d'information – travaille depuis dix ans au sein de l'Office du tourisme de Châtel-St-Denis-Les Paccots. Il faut mettre au compte de la directrice sortante, démissionnaire pour des raisons familiales, un meilleur positionnement de la région, un marketing axé sur la nature, la tradition et la famille, la mise en place d'offres touristiques supra-régionales telles que les balades en raquettes à neige ou les sentiers gourmands, ainsi que l'ouverture du bureau de l'Office du tourisme à Châtel-St-Denis. JS

TERRAVIN

Une notoriété en hausse

Terravin, le «label d'excellence» des vins vaudois, voit sa notoriété augmenter chaque année. Cela grâce notamment à différentes actions promotionnelles. La dernière en date a eu lieu la semaine passée chez Marcel Thürler, membre des Jeunes restaurateurs d'Europe.

LAURENT MISSBAUER

Après Didier de Courten, le grand chef de Corin-sur-Sierre, qui a suggéré plusieurs plats à accorder avec les vins des caves Rouvinez à Sierre (cf. l'hotel+tourisme revue du 11 novembre), c'est un autre membre des «Grandes tables de Suisse», en l'occurrence le grand chef Marcel Thürler, du Restaurant de la Tour à la Tour-de-Trême (FR), qui a élaboré un menu gastronomique se mariant parfaitement avec des vins vaudois estampillés du label «Lauriers d'or Terravin». Depuis 1963, le label «Lauriers d'or Terravin» couronne chaque année les meilleures cuvées du canton de Vaud. Pour mériter cette distinction, elles doivent être agréées par un collège d'œnologues et d'experts – dont notre collaborateur Pierre Thomas –, qui jugent à l'aveugle sur des échantillons anonymes et dans des conditions de test rigoureusement définies. L'impartialité du collège de dégustation est garantie par la fédération vaudoise des vigneronnes qui place la marque de qualité Terravin sous sa surveillance.

Dédié à l'origine au seul chasselas, le label Terravin s'est ouvert à partir de

Photo: Laurent Missbauer



PIERRE MONACHON (A G.) ET MARCEL THÜRLER
Le président du Conseil de Terravin, ici avec le grand chef du Restaurant de la Tour, entend mettre dorénavant davantage l'accent sur le secteur Horeca.

1998, aux rouges et aux spécialités telles que, par exemple, le Gamay de Vinzel d'Yvan Parmelin à Bursins, le Gamaret-Garanoir d'André Poget et fils à Agiez ou encore le Doux Délire Sylvaner passerillé produit par l'Association viticole d'Ollon.

«METTRE L'ACCENT SUR LE SECTEUR HORECA»

«Nos vins gagnent incontestablement à être connus et c'est la raison pour laquelle nous entendons mettre dorénavant davantage l'accent sur le secteur Horeca, à savoir sur le secteur des hôtels, des restaurants et des cafés où la mention du label Terravin est encore peu répandue sur les cartes s'il on excepte celles des Jeunes restaurateurs d'Europe avec lesquels nous en-

tenons un partenariat depuis une dizaine d'années», a relevé Pierre Monachon, le président du Conseil de Terravin.

Pour Jean-Pierre Cavin, membre du Conseil de Terravin, l'opération effectuée la semaine dernière chez Marcel Thürler s'inscrit dans un catalogue d'opérations promotionnelles bien défini. Celui-ci comprend notamment la proposition d'un vin blanc «Lauriers d'or Terravin» avec le menu proposé par les Jeunes restaurateurs d'Europe dans les TGV reliant Paris à la Suisse, ainsi que la location d'un stand à l'édition 2005 du Salon Expo-vin de Zurich. Enfin, plus de 80 000 dépliants sont envoyés chaque année à des clients potentiels qui ont la possibilité d'acquiescer un carton «découvert» de quatre bouteilles labellisées.

HÔTEL BRISTOL, GENÈVE

Le même éclairage qu'au Louvre

Quel est le point commun entre le prestigieux musée du Louvre à Paris et l'Hôtel Bristol à Genève? Tous les deux ont bénéficié du savoir-faire de la même société d'éclairage pour l'illumination de leur façade, en l'occurrence la société Agabekov.

«Débutée au mois de mars, la rénovation de la façade située du côté de la rue du Mont-Blanc est désormais achevée et je ne cache pas qu'elle a une très belle allure», relève Salvatore di Mare, le directeur de l'Hôtel Bristol, un établissement quatre-étoiles situé à proximité de l'Hôtel des Bergues.

«L'enseigne verticale de notre hôtel a été remplacée par une enseigne horizontale en toiture, sur le même axe que le bâtiment. Suite à ces travaux et à la demande du département des sites et monuments, la façade a dû être refaite à l'identique au niveau des pierres. Le coût pour l'ensemble des travaux, façade et éclairage, s'est élevé à 450 000 francs», a précisé Salvatore di Mare. LM

Photo: Hôtel Bristol, Genève



UN NOUVEAU ÉCLAIRAGE

C'est la société Agabekov, qui a notamment illuminé les façades du musée du Louvre à Paris, qui a été chargée du nouvel éclairage de l'Hôtel Bristol de Genève.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Le bureau McKinsey recommande les offres à «prix dégriffés». Le touriste qui passe ses vacances en Suisse pour la première fois a généralement tendance à y revenir. C'est en tout cas ce que prétend le bureau de consultants McKinsey qui a réalisé une étude à la demande du magazine «Folio» édité par la Neue Zürcher Zeitung (NZZ). A la lumière de ce qui précède, McKinsey recommande ainsi chaudement d'attirer les touristes en Suisse avec des offres à «prix dégriffés». Le jeu en vaudrait la chandelle puisque les touristes, ainsi alléchés, auraient tendance à revenir en Suisse et à lui rester particulièrement fidèles. Olivier Federspiel, le directeur de l'Office du tourisme des Grisons, ne voit pas d'un mauvais œil de telles opérations. Celles-ci possèdent en outre l'avantage de tordre quelque peu le cou à l'image de cherté à laquelle la Suisse est souvent associée de façon négative. Page 10

Lausanne Tourisme et Genève Tourisme satisfaits au WTM. Tant Beat Dreier, directeur-adjoint de Genève Tourisme, que Tanja Meier, responsable des ventes et de la promotion de Lausanne Tourisme, tirent un bilan très positif de leur déplacement au World Travel Market (WTM), un des plus importants salons touristiques au monde qui s'est déroulé la semaine passée à Londres. «Le WTM de Londres est vraiment beaucoup plus international que l'ITB de Berlin et nous y avons noué de très intéressants contacts, notamment avec des tour-opérateurs de Scandinavie. Cela en particulier grâce à de nouvelles liaisons aériennes entre l'aéroport d'Oslo et celui de Genève», a relevé Beat Dreier. Quant à Tanja Meier, elle a relevé que Lausanne ainsi que Montreux et notamment son marché de Noël, avaient suscité beaucoup d'intérêt et de demandes. Page 12

IMPRESSUM

htr hotel + tourisme revue

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

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

Responsable des médias: Christian Sarrasin.

Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD)
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miriavol Halaba (MH)

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)

Correspondants: Jean-Jacques Ethier (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayer (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Terneg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Edition: Chef de édition: Iris Strelb

Annances: Marc Moser.

Publié: Oliver Egloff (Chef de vente)

Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne.

Trage: 1 1157 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: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

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

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

E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

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

E-Mail: abo@swiss-hotels.ch

Annances: Tel: 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,

E-Mail: insenette@swiss-hotels.ch

Internet: www.htr.ch

stellen revue marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue



JET AVIATION

Wir sind ein weltweit tätiges Dienstleistungsunternehmen in der Geschäfts- und Privatluftfahrt und bieten seit über drei Jahrzehnten sämtliche Services rund ums Flugzeug an.

Unser Handling-Team am Flughafen in Zürich und Genf betreut über 60 Fluggesellschaften und ist unter anderem für das Check-In und die Betreuung der Fluggäste verantwortlich.

Zur Verstärkung unseres Handling-Team in Zürich suchen wir

CUSTOMER CARE MANAGER

In dieser operationellen Schlüsselfunktion vereinen Sie Ihr betriebliches Fachwissen und Ihre ausgewiesenen Qualitäten als Führungskraft. Sie leiten selbstständig ein Team von Luftverkehrsangestellten des Passagierdienstes und sind verantwortlich für die reibungslosen Abläufe in den Bereichen Check-In und Gate. Sie kümmern sich um die vielfältigen Anliegen von Kunden und Passagieren und tragen in hektischen Zeiten massgebend dazu bei, unsere Qualitätsstandards zu sichern.

Sie sind mindestens 30 Jahre alt, verfügen über einen Führerausweis (Kat. B), sprechen fließend Deutsch, Französisch, Englisch und überzeugen durch ein ausgeprägtes Dienstleistungsverständnis. Der Umgang mit diversen IT-Systemen fällt Ihnen leicht und Sie haben vorzugsweise bereits Erfahrungen im direkten Kundenkontakt in der Tourismusbranche gesammelt. Zudem bereitet Ihnen das Schichtarbeiten keinerlei Mühe.

Sie verfügen über eine rasche Auffassungsgabe und ein analytisches Verständnis, das Ihnen erlaubt, komplexe Arbeitsprozesse unmittelbar, richtig einzuschätzen. Sie sind überdurchschnittlich belastbar und Sie bewahren auch in turbulenten Situationen den Überblick. Sie sind bereit, sich zu exponieren und auch Führungsverantwortung wahrzunehmen. Sie überzeugen durch fachliche und soziale Kompetenzen und es gelingt Ihnen, Ihre Mitarbeiter zu motivieren.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto:

JET AVIATION HANDLING AG
Human Resources
Frau Ursula Frauenknecht
P.O. Box 2336
8058 Zürich-Airport

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.jetaviation.com/handling



164367

CS&P

Conrad, Steiner & Partner GmbH
Human Resources Solutions



Freundlich, kompetent und stilvoll überzeugt unsere Auftraggeberin ihre Kundinnen und Kunden. Für die Führung einer Filiale im Bereich Uhren und Schmuck in einem der Top-Tourismus-Orte der Schweiz suchen wir eine/-n

Filialleiter/-in

Ihre Herausforderung

Sie führen die Filiale und tragen die betriebswirtschaftliche sowie die organisatorische Verantwortung für Ihren Standort. Sie sind verantwortlich für den Filialumsatz, haben ein Mitspracherecht bei der Gestaltung des Sortiments und vernetzen die Filiale in der gesamten Region. Diese Herausforderung ist Ihre Chance.

Ihre Fähigkeiten

Sie haben eine Ausbildung im Detailhandel oder im Gastgewerbe abgeschlossen und verfügen über Führungserfahrung. Sie wirken gewandt im Auftritt und sind ein/e Vollblutverkäufer/in. Persönlich überzeugen Sie durch Ihre proaktive Art, Initiative und Kommunikationstalent. Im täglichen Kontakt mit Touristinnen und Touristen aus aller Welt kommunizieren Sie in Deutsch und Englisch, allenfalls in einer weiteren Landessprache.

Unser Angebot

An einer der Top-Adressen im CH-Tourismus erwartet Sie ein aufgeschlossenes, motiviertes und überschaubares Team. Ihr Vorgesetzter schätzt Ihre Ideen sowie Ihre offene und direkte Art.

Interessiert?

Wenn Sie sich den Anforderungen gewachsen fühlen, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung an die **Conrad, Steiner & Partner GmbH**, Hertensteinstrasse 1, 5408 Ennetbaden. Gerne geben wir Ihnen genauere Informationen unter 056 225 06 38. E-Mail: conrad@csp-solutions.ch. Diskretion ist selbstverständlich.

Conrad, Steiner & Partner GmbH EXECUTIVE SEARCH

164401

HOTEL DES ALPES ET RESTAURANT «LE PERDTEMPS» S.A. 1260 NYON

Hôtel *** 53 chambres – Restaurant-brasserie,
Salles de banquet – situé en plein cœur de Nyon cherche
pour le 1^{er} février 2005 ou date à convenir un/une.

DIRECTEUR/TRICE

Vous avez en 35 et 55 ans, une formation supérieure en Ecole
Hôtelière, vous êtes parfaitement bilingue français anglais et
idéalement vous parlez une troisième langue.
Vous avez une expérience réussie à un poste de
Direction dans l'hôtellerie.

Les personnes intéressées sont priées d'adresser
leur dossier à:
Monsieur Pierre DEBLUE
22, rue de la Gare
1260 NYON

164259

Zur Führung eines schönen Gast-
betriebes im Oberwallis suchen wir

Pächter-, evtl. Geranten(paar)

Kochausbildung von Vorteil.
Nach den neuen kant. Bestimmungen
ist der Besitz eines Patentes bzw.
Fähigkeitsausweises in der bisherigen
Form nicht mehr erforderlich.
Pachtantritt Anfang 2005 oder nach
Übereinkunft.

Interessenten melden sich unter Chiffre
U 036-253098 an Publicitas S.A.,
PF 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

164356

HOTEL ★ ★ ★ ★

Parco San Marco

LAGO DI LUGANO

Für unser einfach einzigartiges 4****Hotel (30 000 m² grosse Parkanlage, 112 Suiten,
3 Restaurants, Hotelbar und Aussenbars, Beauty- und Wellnessbereich) am Lago di
Lugano in Cima di Porzezza (Italien) suchen wir für die kommende Saison von März bis
November 2005 einen

Küchenchef

Sie sind kreativ und haben Erfahrung mit der italienischen Küche und Sprache, welche
für unsere internationale Kundschaft sowie für Ihre künftige Brigade von höchster
Wichtigkeit ist. Menschlichkeit, Humor und Durchsetzungsvermögen sind nebst Kalkulation
und budgetorientiertem Arbeiten Ihre Werkzeuge zum gemeinsamen Erfolg.

sowie einen

Restaurantmanager

Sie haben bereits Erfahrung in einer ähnlichen Position sammeln können. Das Wohl
unserer internationalen Gäste liegt Ihnen am Herzen und Sie tragen mit Ihrem Team
dazu bei, dass diese einfach einzigartige Ferien bei uns verbringen. Sie sprechen
fließend Deutsch, Italienisch, Englisch und eventuell auch Französisch. Sie besitzen
Durchsetzungsvermögen, Menschenkenntnis und sind gerne Gastgeber.

Senden Sie uns Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto. Wir freuen uns auf Ihre
aktive Teilnahme am Erfolg!

VIP Club Sport- und Ferienpark AG

Direktion Herr Franklin P. Haller und Herr Beat Wüst
Via al Fiume 6 / CH-6962 Viganello

Tel.: 0041-91-923 40 86

E-Mail: info@parco-san-marco.com / Internet: www.parco-san-marco.com

164372

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

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

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 15 h

www.gastrosuisse-jobservice.ch

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

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 01 377 53 35
Fax 01 371 53 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

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

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

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

Für Kader- und Fachstellen in
bestausgewiesene Hotel- und
Gastronomie-Betriebe.

Gabriela Weber
Telefon 01/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch

www.gastrojob.ch

Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

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

Adecco
HOTEL & EVENT

Stellenangebote Seite 3.
Offres d'emplois page 3.

www.adecco.ch

Making people
successful in hospitality

SV

catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Ab Anfang 2005 weht auf den Thunersee-Schiffen ein neuer Wind. SV Schweiz (Geschäftsfeld SV Event) zeichnet für die Restauration der Schiffe der BLS Lötschbergbahn AG auf dem Thunersee verantwortlich. Mit neuen Angebotsideen soll das kulinarische auf den 5 Kursschiffen mit 600 bis 1200 und den 5 Eventschiffen mit 150 bis 800 Passagieren aufgewertet werden. **Ab Mai 2005 bis Ende Oktober 2005** bieten wir aufgestellten und teamorientierten Gastroprofis die folgenden Stellen:

Leiter/in Restauration (3 Stellen)

Für die «Stadt Thun», die «Berner Oberland» sowie als Tourant für alle Schiffe suchen wir motivierte und unternehmerisch denkende Persönlichkeiten, die sich um die Leitung der jeweiligen Schiffsrestaurants kümmern.

Ihr Profil

- Erfahrung als Chef de Service
- Führungserfahrung
- ausgeprägte Gastgeberqualitäten
- hohe Einsatzbereitschaft und Flexibilität punkto Arbeitszeiten
- Französisch- und Englisch-Kenntnisse von Vorteil

Leiter Küche Gästehausrestaurant (4 Stellen)

Für 3 Schiffe, als Tourant für alle Schiffe sowie für die Produktionsküche im Hafen in Thun suchen wir versierte Küchenleiter. Sie sind direkt dem Küchenchef unterstellt und führen selbstständig die Küche auf dem zugeteilten Schiff bzw. an Land.

Ihr Profil

- abgeschlossene Kochlehre und einige Jahre Berufserfahrung
- Erfahrung als Chef de Partie
- hohe Einsatzbereitschaft und Flexibilität punkto Arbeitszeiten

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Andreas Vetsch, Restaurant Manager, erteilt Ihnen gerne weitere Aufkünfte, Telefon +41 79 318 85 53, www.sv-group.com Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG
Andreas Vetsch
Zürcherstrasse 161
8010 Zürich

Restaurant Limmathof in Zürich

Wir sind bekannt für eine kreative und leichte Küche sowie für die Verwendung von saisonalen und regionalen Produkten aus nachhaltiger Produktion. Als Sozialfirma engagieren wir uns für die berufliche Integration von MitarbeiterInnen mit einer psychisch bedingten Leistungsbeeinträchtigung. Für unser Restaurant Limmathof im Kreis 5 suchen wir per Januar 2005

Bereichsleiter/in Küche 100%

Als Teamleiterin verstehen Sie es, Ihre Mitarbeiter/innen und Lehrlinge zu fördern, fordern und motivieren: Mit einer klaren Sprache, Haltung und Arbeitsstruktur sowie mit Geduld und einem feinen Gespür im Umgang mit beeinträchtigten Menschen. Sie zelebrieren mit Begeisterung und Engagement eine marktfrische, innovative Küche. Auch die Gestaltung des Angebotes, inklusive Bankette und monatliche Themenanlässe bereitet Ihnen Freude. Effizienz, ein hohes Qualitäts- und Kostenbewusstsein gehören für Sie selbstverständlich dazu.

Sie sind zwischen 25 und 45 Jahre alt und verfügen über mehrjährige Führungspraxis? Zudem sind Sie kommunikativ, teamfähig und führungsstark? Dann sind Sie unsere Frau – Unser Mann!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:



Verein Arbeitskette
Martin Christoffel
Restaurant Renggergut
Renggerstrasse 68, 8038 Zürich
Telefon 01 483 04 77
m.christoffel@arbeitskette.ch
www.arbeitskette.ch

164375

Chef de Bar (m/w)

Wir suchen per 15. Dezember 2004 einen neuen Chef de Bar für unser trendiges Swing Swing. Wochentags präsentiert sich unsere Bar als ruhige Apéro-Bar und wandelt sich am Wochenende mit einem DJ zum Treffpunkt der Region.

Als Chef de Bar verstehen Sie es, sowohl unsere internationale Kundschaft als auch unsere Stammgäste mit Ihrem Charme zu begeistern. Sie machen gerne die Nacht zum Tage und behalten selbst in hektischen Situationen den Überblick. Sie arbeiten gerne in einem kleinen Team und können Ihre Mitarbeiter zu Höchstleistungen motivieren?

Wenn Sie zudem noch eine Prise Kreativität mitbringen und hohe Ansprüche an die Qualität der Produkte stellen, wird es höchste Zeit, dass wir uns kennen lernen.

Mövenpick Hotel Regensdorf
Frau Brigitte Studer
Zentrum
8105 Regensdorf
Tel. 01 8715870, Fax 01 8715885
E-Mail: brigitte.studer@moevenpick.com

164399

hotel Stadthof
CH-5620 BREMGARTEN

Für unser Hotel mit gepflegtem Speiseraum und grosser Reuss-Terrasse suchen wir per 1. März 2005 oder nach Vereinbarung einen engagierten

Küchenchef

Sie sind jung, dynamisch, einsatzfreudig und ein Team-Leader, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Hotel Stadthof, Christian Mariniello
Antonigasse 22, 5620 Bremgarten AG
164403



Hotel Krone
Wangen a.d. Aare

Wir suchen nach Vereinbarung

Servicefachangestellte

die es versteht, unsere Gäste selbstständig und im Team charmant und fachmännisch zu betreuen.

Ernst & Kathrin Aebi, Tel. 032 631 70 70
hotel@krone-wangen.ch

164294

SV

catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie und Teil der internationalen SV Group. Wir sind die Spezialistin im Business-, Care- und Event-Catering sowie im Hotelmanagement. Mit frischen Ideen bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld SV Business suchen wir per 1. Januar 2005 oder nach Vereinbarung einen

Restaurant Manager (w/m)

In dieser anspruchsvollen Kaderfunktion übernehmen Sie die Gesamtverantwortung für unser Restaurant **daylis, Post Schönburg, Bern**, wo täglich ca. 700 Gäste mit einem abwechslungsreichen Angebot verwöhnt werden. Als Restaurant Manager stellen Sie zusammen mit Ihrem Team die Qualität auf hohem Niveau sicher, überzeugen als aktive Gastgeberpersönlichkeit und verstehen es, ein Team von rund 30 Mitarbeitenden zu führen und zu motivieren. Administrative Aufgaben sowie die Durchführung von Sonderanlässen runden Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil

- fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe (Hotelfachschule von Vorteil)
- Erfahrung in der Gemeinschafts- oder Markengastronomie in einer ähnlichen Position
- gute betriebswirtschaftliche und administrative Kenntnisse
- begeisterungs- und kommunikationsfähige Persönlichkeit
- Führungserfahrung (mind. 20 Mitarbeitende)
- Organisations- und Verkaufstalent

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen.

Ihre vollständige schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an Caterina Leuzinger, Human Resources Consultant:

SV (Schweiz) AG
Finance & IT
Memphispark
Wallisellenstrasse 57
Postfach
CH-8600 Dübendorf 1

164384

ZUNFTHAUS ZU
Pfistern

Das Zunfthaus zu Pfistern, eine der führenden Adressen Luzerns, an schönster Lage, mitten in der historischen Altstadt gelegen, vereint Tradition und gepflegte Gastlichkeit unter einem Dach. In zwei Restaurants und auf der grossen Sommerterrasse wird den Gästen konstante Spitzenqualität auf hohem kulinarischem Niveau geboten.

Nach Vereinbarung suchen wir den neuen

Leiter des Küchenteams

Eine Kaderposition für einen belastbaren und kreativen Berufsprofi mit einigen Jahren Erfahrung als Küchen- oder Sous-Chef. Ihr Qualitätsbewusstsein, Führungsstärke, Teamgeist und eine ausgeglichene Wesensart befähigen Sie, die Leitung des jungen Teams in voller Verantwortung zu übernehmen und den hervorragenden Ruf des Hauses zu festigen. Ihr Alter liegt idealerweise zwischen 28 und 33.

Wenn Sie sich für diese anspruchsvolle und entwicklungsreiche Position interessieren, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Zunfthaus zu Pfistern, Frau Liselotte Schmid, Kornmarkt 4, 6000 Luzern 5.

164351

Gastro help
Postfach 402
8053 Lachen
Tel. 055 46235 25
Fax 055 46235 27
info@gastrohelp.net

DER GUTE JOB FÜR HOTEL GASTRO TOURISMUS

WIR VERMITTELN QUALIFIZIERTE BEWERBER
www.gastrohelp.net

Der neue Job wartet.

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

Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserte@swiss-hotels.ch, www.htr.ch

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



Adecco
HOTEL & EVENT



Temporär-, Dauer- und Kaderstellen

F&B-Assistent

Für ein bekanntes Vier-Sterne-Hotel im Raum Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen F&B-Assistenten. Sie sind um die 30 Jahre alt, haben eine Hotelfachschul-Ausbildung in der Schweiz abgeschlossen und auch bereits Erfahrung im F&B-Bereich gesammelt. Sie sprechen neben Deutsch und Englisch auch Französisch und haben gute PC-Kenntnisse. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

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

**Servicefachangestellte /
Anfangs-Chef de service**

Für einen kleineren gepflegten Restaurationsbetrieb in der Region Wil suchen wir eine junge, frontorientierte Persönlichkeit mit guten Umgangsformen, gepflegtem Erscheinungsbild und breitem Fachwissen. Wollen Sie gern mehr Verantwortung übernehmen, dann bietet sich Ihnen hier die Möglichkeit, den Schritt zum Anfangs-Chef de service zu machen. Wenn Sie zudem mobil und zeitlich ungebunden sind, sollten Sie sich heute noch bei mir melden. Ich freue mich darauf.

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

Projektassistent

Für ein international tätiges Unternehmen mitten in Zürich suchen wir per Januar einen Praktikanten. Die ideale Stelle für einen Student an einer anerkannten Hotelfachschule oder Tourismusfachschule in der Schweiz, der noch sein Praktikum von mindestens sechs Monaten machen muss. Hier helfen Sie bei Projekten im Eventbereich mit, hauptsächlich im administrativen Bereich. Wenn Administration zu Ihren Stärken gehört, Sie exakt sowie konzentriert arbeiten und sehr organisiert sind, dann ist diese Position genau das Richtige für Sie. Ich freue mich, Sie schon bald kennen zu lernen.

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

Streitgasse 20 | 4010 Basel | 061 264 60 40
Marktgasse 32 | 3000 Bern 7 | 031 310 10 10
Grabenstrasse 40 | 7000 Chur | 081 258 30 75
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | 041 419 77 66
Poststrasse 15 | 9001 St. Gallen | 071 228 33 43
Langstrasse 11 | 8026 Zürich | 01 297 79 79

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

www.adecco.ch

Making people
successful in a changing world

Traumjob nicht dabei?

Wir haben immer tolle Stellenangebote für

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

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

**Sind Sie fit für eine
neue Herausforderung?**



Wir sind erste Adresse für die Beratung und Prüfung von KMU und Gemeinden. Zur Verstärkung unseres **Hotel- und Gastro-Beratungsteams** am Hauptsitz in Zürich-City suchen wir eine/n engagierten/n

Treuhand SachbearbeiterIn

Ihre Aufgabe Zu Ihrem vielseitigen Aufgabengebiet gehören die Führung von Finanz- und Lohnbuchhaltungen, Erstellen der MWST-Abrechnungen sowie Zwischen-/Jahresabschlüssen und die Bearbeitung von Steuererklärungen für natürliche/juristische Personen. Des weiteren unterstützen Sie unsere MandatsleiterInnen bei diversen Spezialaufträgen. **Ihr Background** Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung im Treuhandbereich oder haben die Hotelfachschule absolviert. Stilsicheres Deutsch, von Vorteil Französischkenntnisse, gute Microsoft Office-Anwender- sowie vorzugsweise Abacus-Kenntnisse erleichtern Ihnen die tägliche Arbeit. Wenn Ihnen die organisatorische und administrative Unterstützung eines gut eingespielten, jungen und motivierten Teams am Herzen liegt und Sie Ihre Allrounderfähigkeiten einsetzen möchten, sind Sie bei uns an der richtigen Adresse. **Ihr nächster Schritt** Wir bieten Ihnen ein kollegiales Arbeitsklima und ein schönes Umfeld mit moderner Infrastruktur. Sind Sie interessiert? Graziella Lussana freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

BDO Visura
Fabrikstrasse 50, 8031 Zürich
Telefon 01 444 37 56
graziella.lussana@bdo.ch
www.bdo.ch



BDO Visura
Wir machen Sie fit.

164393

KRONE
WINTERTHUR

Wir sind ein gepflegter 3-Sterne-Hotel- und Restaurantbetrieb in der Altstadt, mit den drei Restaurants «Stube», «Bistro» und «Hof», einem Saal (70 Plätze) und einer lauschigen Terrasse.

Wir suchen in unser junges Team

**Chef de partie/
Anfangs-Sous-Chef/in**

Schweizer/in oder C-Bewilligung.

Sonntag geschlossen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Hotel Krone Winterthur
L.+E. Grimmlikhuysen-Haller
M. Fuchs, Küchenchef
Marktgasse 49
8401 Winterthur

Tel. 052 208 18 18
Fax 052 208 18 20
E-Mail:
info@kronewinterthur.ch

163707

Wir suchen für unser indisches Restau-
rant in 3427 Utzenstorf BE

**gelernter/angeleiteter
indischer Koch, 100%**

Idealalter: 25-50
Eintritt: sofort

Bitte melden Sie sich schriftlich unter
Chiffre 164404 an *hotel+tourismus
revue*, Postfach, 3001 Bern.

164404

Hotel Rigi Edelweiss

Das ***Hotel mit der persönlichen Note für Seminare, Bankette und Wellness mit gepflegtem Restaurant sucht noch zur Ergänzung des Teams:

**Koch/Chef de partie
Service-Mitarbeiter/in
Haus- und Küchenbursche**

Nähere Auskünfte gibt Ihnen gerne
Doris Egger, Tel. 041 399 88 00
Hotel Edelweiss, CH-6356 Rigi Kaltbad
www.edelweiss-rigi.ch

164357

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN

KKL
Luzern

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

Leiter/in World Café

Im World Café, das seit Juli 2004 als Selbstwahl-Restaurant geführt wird, bieten wir unseren Gästen in kosmopolitischer Umgebung rund 90 Sitz- und 40 Stehplätze an, während des Sommers kommen 120 Terrassenplätze an schönster Lage hinzu. Der Gast trifft seine Auswahl direkt an den Präsentationsbars, unser Angebot reicht dabei von authentischen Speisen rund um den Globus bis zum hochwertigen Kaffeegeuss und trendigen Weinen im Offenausschank.

Ihre Aufgabe besteht darin, das Tagesgeschäft mit Ihrem Team sicherzustellen. Sie sind besorgt für die attraktive Angebotspräsentation und für das Wohlbefinden unserer Gäste. Sie schulen die Mitarbeitenden bezüglich Angebot sowie Beratung und achten auf die Einhaltung der Standards. Sie erstellen die Einsatzpläne und nehmen die Tagesabrechnung vor. Ebenso sind Sie mitverantwortlich für die Qualitätskontrolle und die Angebotsgestaltung.

Sie verfügen über eine hohe Fachkompetenz und fundierte Erfahrung in der Leitung eines Gastronomiebetriebes. Sie verstehen es, Ihr Team gäste-, qualitätsorientiert und motivierend zu führen. Ebenso führen Sie einfachere Gästegespräche in Englisch und Französisch. Wir erwarten von Ihnen zudem ein überdurchschnittliches Engagement, hohe Flexibilität und einen spezifischen Enthusiasmus für das KKL Luzern. Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Luzern sowie ein engagiertes und interessantes Umfeld.

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

Weitere Informationen unter www.kkl-luzern.ch

KKL
culture
convention
cuisine
experience

163714

Medizinisches Zentrum Baden

Das Medizinische Zentrum in Baden erbringt vielfältige Leistungen für seine Patienten. Am einfachsten können Sie sich auf unserer Homepage darüber informieren.

Infolge Abreise der jetzigen StelleninhaberIn suchen wir per Januar 2005 eine freundliche, bestqualifizierte Mitarbeiterin für den Bereich

Empfang/Disposition
(80%)

Sie vereinbaren die Termine mit unseren Patienten – empfangen sie und sind für die optimale Einsatzplanung der Physiotherapeuten und Masseure zuständig. Im Weiteren sind Sie für die Fakturierung und das Debitorenwesen mitverantwortlich.

Wir stellen uns vor, dass Sie ab 25 Jahre jung sind und mindestens 3 Jahre Réceptionserfahrung besitzen. Nebst einem Ihrer Ausbildung entsprechenden Salär offerieren wir Ihnen – unter anderem – finanzielle Unterstützung bei berufsbezogener Weiterbildung.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an Dr. med. Bernard Terrier, Medizinisches Zentrum Baden, Kurplatz 1, 5400 Baden. Wir freuen uns auf Sie.

www.medicinischeszentrum.ch

164394



Das 4-Sterne-Hotel Walliserhof mit 60 Betten, 2 Restaurants mit Bar und Terrasse, ist im typischen Walliser Chalet-Stil gebaut und befindet sich im Herzen von Zermatt.

Zur Ergänzung unseres Teams sind noch folgende Jahres- oder auch Saisonstellen offen.

Restaurant:

**– Chef de service
– Servicemitarbeiter**

Küche:

– Chef de partie

Sie lieben es, Gäste zu verwöhnen, sind sprachenkundig und motiviert, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Familien Inderbinen Weilschen
CH-3920 Zermatt
Telefon 0041 27 966 65 55
Fax 0041 27 966 65 50

E-Mail: wallisierhof.zermatt@reconline.ch
Internet: www.reconline.ch/wallisierhof

164412

AG

ACTIVE GASTRO ENG

Karrieren à la carte

Réception (w/m)

Bei Ihnen steht die Zufriedenheit Ihrer Gäste an oberster Stelle. Ausserdem lieben Sie es, sich mit Ihren Gästen in verschiedenen Fremdsprachen (E/F/I) zu unterhalten und sie mit Ihrem Charme zu beraten. Den PC bedienen Sie mit einer Leichtigkeit. Es erwartet Sie ein 3*-Seminarhotel in der Region Zürich.

Jungkoch / Chef de partie (w/m)

Wir suchen junge Berufsleute mit abgeschlossenem Kochlehre. Als Chef de partie bringen Sie 2-3 Jahre Erfahrung in der Gourme-Küche mit. Für ein bezauberndes 4*-Hotel, eine prachtvolle Case im Grünen, aber doch sehr nahe am Zentrum der Stadt Zürich.

Sous-chef (w/m)

Gesucht wird der Küchenprofi, der sich sowohl in der Bankett- als auch in der marktfischen à la carte-Küche auf hohem Niveau behaupten kann. Es erwartet Sie ein neu renoviertes traditionelles Haus in der Stadt Zürich mit Speiserestaurant und Bankettmöglichkeiten bis zu 200 Personen.

Service (w/m)

Wenn Sie eine herausfordernde Arbeitstelle suchen, bei der Sie Ihre Kenntnisse, welche Sie in der Servicefachlehre erworben haben, weiterentwickeln möchten, haben wir genau das Richtige für Sie! Ihr neuer Arbeitsplatz befindet sich in einem schönen 4*-Hotel im Geschäftsviertel von Zürich.

Assistant Restaurant Manager (w/m)

Sie sind eine Koryphäe auf dem Gebiet Service! Ein exklusives 5*-Hotel in Zürich sucht eine erfahrene, gepflegte und professionelle Persönlichkeit mit Erfahrung im gehobenen Service. Mit Souveränität und Begeisterung am Beruf bieten Sie Ihren Gästen jeden Tag eine angenehme Atmosphäre.

Stv. Chef de Bar (w/m)

Gehobene Trendgastronomie mit moderner und stilvoller Bar sucht Sie! Sie sind eine aufgestellte und attraktive junge Persönlichkeit mit toller Ausstrahlung. Sie verfügen über fundierte Erfahrung an der Bar.

Bereichsleiter Bankett (w/m)

Sie sind verantwortlich für den gesamten Bankettbereich dieses grossen Kongress- und Freizeitzentrums in der Region Zürich-West. Zu Ihren Aufgabenbereich gehören unter anderem der Verkauf, die Absprache, der richtige Aufbau und der reibungslose Ablauf von Anlässen bis zu 2000 Personen. Sie verfügen über genügend Kadreführung und sind belastbar. Ausserdem sind Sie ein Organisationsstalent, lieben die Gastgeberrolle und eine weitere Stärke ist Ihr verkäuferisches Flair.

Geschäftsführer Catering (m)

Sie verkaufen Anlässe im Schnitt von 50 bis 800 Personen und sind in der Lage diese von A bis Z durchzuführen; von der Offerten- bis zur Rechnungsstellung. Sie sind verantwortlich für die Akquisition von Neukunden, die Erkennung von Marktmöglichkeiten und den Aufbau von neuen Marktsegmenten. Sie bringen in diesen Bereichen genügend Erfahrung mit, verfügen über ein gutes Kontaktnetz und beherrschen den aktiven Verkauf. Sie sind zahlenstark und belastbar. Es erwartet Sie ein renommiertes Cateringunternehmen in der Region Zürich.

Frontleiter Kongresse (w/m)

Sie sind verantwortlich für den richtigen Aufbau und den reibungslosen Ablauf von Anlässen und betreuen jeden Veranstalter persönlich. Sie verfügen über eine gastronomische Ausbildung und mehreren Jahren Erfahrung in ähnlicher Kaderposition. Ausserdem sind Sie ein Organisations- und Verkaufstalent. Es erwartet Sie ein grosser, einmöglicher Restaurationsbetrieb in der Region Zürich-West mit Bankettmöglichkeiten und Kongresszentrum.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter www.activegastro.ch

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. **Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.**

01-432 73 73

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



Wirtschaft Niesenberg

5625 Kallern AG, Tel. 056 666 12 18,

Neue Herausforderung gesucht?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung jungen, aufgestellten und motivierten

Koch m/w

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf

MZ 17810

164355

Hotel Therme Vals

Das einzigartige Hotel mit der einzigartigen Therme an einem einzigartigen Ort.

Hier suchen wir Sie.

an der Flee Bar (Talstation Skigebiet)
Barman | Barfrau

Eintritt: Dezember 2004; die Wintersaison dauert bis Ostern 2005. Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit einem Foto oder melden Sie sich telefonisch bei uns.

Wir freuen uns auf Sie.

Sonja Dietrich
Therme Vals, 7132 Vals
Telefon 081 926 89 92
Fax 081 926 80 00
e-mail sonjadietrich@therme-vals.ch
homepage: www.therme-vals.ch

164373



Lust auf Sonne, Berge und Schnee?

Dann bewerben Sie sich, wir suchen für kommende Wintersaison noch

Servicemitarbeiterinnen

gelernt oder mit Erfahrung.
Wir sind ein aufgestelltes Team in einem Restaurant mit gutbürgerlicher bis feiner Küche.

Bewerbungen an:
Manser Sepp
Waldhüs-Bodmen
3906 Saas Fee
Tel. 027 957 20 75

164354



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

Im grossen Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen,
125 Betten und 200 Mitarbeiter

Zur Verstärkung unserer Spitalverwaltung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Réceptionistin/en

Wenn Sie eine neue Herausforderung mit vielseitigem Tätigkeitsgebiet reizt und Sie in einer prachtvollen Umgebung in der Nähe von Kreuzlingen, Schaffhausen und Frauenfeld arbeiten möchten, dann lesen Sie weiter.

Das Aufgabengebiet beinhaltet die Erfassung der medizinischen Leistungen, das Erstellen der Patientenrechnungen bei Abreise, der Tagesabschluss, administrative Aufgaben beim Empfang der Patienten. Alle Aufgaben werden mittels Spitalsoftware Misa+ getätigt. Mithilfe bei der Bedienung der Telefonzentrale und Personensuchanlage sowie diverse Sekretariatsarbeiten auf PC (Microsoft Word/Excel)

Ein freundlicher Arbeitsplatz in geräumigen Lokalitäten im Schlossteil erwartet Sie. Flexible Arbeitszeiten mit 42h-Woche, zwischen 7.00 bis spätestens 21.30 Uhr (Sommer 22.30 Uhr), alternierender Samstag-/Sonntagdienst. Für die Mahlzeiten steht ein Personalrestaurant zur Verfügung. Ihrer Ausbildung entsprechende Entlohnung ist garantiert. Bei Bedarf stellen wir Ihnen eine moderne, helle Dienstwohnung ca. 5 Gehminuten vom Arbeitsort entfernt zur Verfügung mit Blick zum See.

Die besten Voraussetzungen sind eine Grundausbildung im Bereich Hotellerie, Gesundheitsbranche oder kaufmännische Lehre mit Erfahrung in einem dieser Bereiche. Sie müssen unbedingt ein Flair für Zahlen haben, gerne mit dem PC arbeiten wollen und schätzen gleichzeitig den Kontakt zu den Patienten. Von Vorteil wäre Erfahrung mit der Software Misa+ (von Corona), Kenntnisse über die Abrechnung mit Krankenkassen, medizinische Terminologie und Fremdsprachenkenntnisse E.

Sollten wir Sie neugierig gemacht haben, so senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf, Passfoto und Zeugnissen zu. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen selbstverständlich telefonisch jederzeit zur Verfügung, garantieren Ihnen absolute Diskretion und freuen uns auf Ihre interessante Bewerbung.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Fländrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG,
Tel. 0041 52 742 11 11
fvs@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

164368

DOMINO GASTRO



Ihre Personal-Prof!

- 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!

JungköcheInnen/Chef de
Partie/Servicefachange-
stellte/RéceptionistInnen

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
Zürchersee, 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, Gené	061 261 56 50
Romandie, Lausanne	061 261 56 50

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

164368

Marriott
ZÜRICH

Die Kette Marriott International bietet viele Karriere-möglichkeiten innerhalb des Konzerns mit 2000 Hotels weltweit. Dazu gehören mehr als zehn verschiedene Hotelmarken, wobei in Europa die Marken Marriott, Renaissance, Courtyard by Marriott und Ramada Hotels vertreten sind.

Wir sind ein modernes 5-Sterne Hotel im Herzen der Stadt Zürich und suchen per Januar 2005 oder nach Vereinbarung eine/n

Sales Manager

die/der unsere Kunden im Segment Gruppen und Veranstaltungen (reaktiver Sales) telefonisch und persönlich betreut. Sie sprechen fließend Deutsch sowie Englisch und verfügen über Erfahrung im Sales- und Event-Bereich der Kettenhotellerie. Fiedelio Sales & Catering-Erfahrung sind von Vorteil.

Account Manager

die/der unsere bestehende Kundschaft besucht, betreut und viel Zeit mit der Akquisition von neuen Kunden verbringt. Vorzugsweise verfügen Sie über mindestens ein Jahr Erfahrung im proaktiven Verkauf, sind sich selbständiges Arbeiten gewohnt und kennen das Fiedelio Sales & Catering-Programm.

Bankett-Service-Leiter

Sie verfügen über ein bis zwei Jahre Erfahrung im Bankett-/Front-Bereich der Kettenhotellerie, sind sich selbständiges Arbeiten gewohnt, überdurchschnittlich belastbar und sprechen fließend Deutsch und Englisch.

Neben attraktiven Anstellungsbedingungen bieten wir Ihnen ein gutes Arbeitsklima in einem jungen Team und Aufstiegsmöglichkeiten.

Wenn Sie an einer dieser abwechslungsreichen Stellen interessiert sind und unserem Anforderungsprofil entsprechen, freuen wir uns auf Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen. Für telefonische Vorabklärungen stehen Ihnen Frau S. Eichenberger und Frau C. Erdin gerne zur Verfügung.

Zürich Marriott Hotel
Neumühlquai 42
CH-8001 Zürich
Telefon 01 360 74 20/23
Fax 01 360 73 03

164377

Wir sind ein führendes Schweizer Unternehmen der Touristikbranche und suchen für unser 4*-Hotel im Tessin (Sopracener) den geborenen

Allrounder

mit Schwerpunkt Haustechnik, Schwimmbad, Wellnessbereich und Gartenanlage.

Wir erwarten:

Freude am Gästekontakt, technische Ausbildung, mehrjährige Erfahrung im Bereich Unterhalt von Gebäuden, gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift, Italienischkenntnisse ein Plus, Kommunikationsfähigkeit und flexible Einsetzbarkeit inklusive Gastronomieausbildung.

Wir bieten:

Eine interessante Herausforderung in einem nicht alltäglichen Umfeld an einem wunderschönen Ort. Weiter erwartet Sie ein hohes Mass an Selbstständigkeit.

Eintrittsdatum: Januar 2005

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Chiffre H 155-625575 an Publicitas SA, Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

164353



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 unserer Finanzabteilung suchen wir einen

operativen Controller (m/w)

Ihre Aufgaben:

Sie unterstützen unseren Leiter Finanzen im gesamten Kontrollwesen durch Ihre aktive Präsenz im Unternehmen. Selbstständiges Erarbeiten und Weiterentwickeln von Kontrollsystemen für alle Betriebsbereiche sind ein zentrales Aufgabengebiet.

Sie bringen mit:

Ausbildung im kaufmännischen Bereich oder Abschluss einer Höheren Fachschule mit Weiterbildung im Controlling. Selbsterfahrung erleichtert Ihnen das Verständnis für die betrieblichen Abläufe. Mehrjährige Erfahrung in diesem Aufgabengebiet ist uns wichtig. Im Umgang mit EDV-Systemen sind Sie erfahren.

Wir bieten:

Wir bieten Ihnen 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 bis 30.11.2004 an Frau Beatrice Bucher, Personalabteilung, Tel. +41 41 825 50 20, beatrice.bucher@shp.ch

164378

SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

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

Hotel Alpina Restaurant Grindelwald

Helfen SIE uns die Wintersaison 2004/05 zu bewältigen... oder suchen Sie etwa eine Jahresstelle?

In unserem ***-Familienbetrieb im Herzen von Grindelwald können wir Ihnen beides bieten. Per Anfang/Mitte Dezember oder nach Vereinbarung suchen wir:

Zum Empfangen und Betreuen unserer internationalen Kundschaft sowie zur Erledigung der anderen Büroarbeiten und Mithilfe im Service eine aufgestellte

Réceptionistin oder Gastrofutura-/Hotelfachfrau

für die Aufgaben am Buffet/Frühstückservice aushilfsweise auch Lingerie/ Etage gelernte

Hotelfachassistentin oder mit Berufserfahrung

zur Unterstützung unserer kleinen Küchenbrigade

Commis de cuisine/ Jungkoch Küchenbursche

Wir freuen uns SIE kennen zu lernen!

Richten Sie Ihre Bewerbung an
HOTEL ALPINA
Familie Wolf-Kaufmann
3818 Grindelwald
Tel. 033 853 33 33
www.alpina-grindelwald.ch
E-Mail: hotel@alpina-grindelwald.ch

164392

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung in neuzeitlichen Landgasthof

Servicefach- angestellte (Service- mitarbeiterin)

Wir bieten:

- 5-Tage-Woche
- 5 Wochen Ferien
- Gute Entlohnung
- Modernes Arbeitsumfeld

Schriftliche Bewerbungen richten Sie bitte an:

ME Ziegelhüsi
Bernstrasse 7
3066 Stettlen
Telefon 031 931 40 38

164400

HOTEL NICOLETTA



Das sportliche Familienhotel.

Als modernes Familienhotel wollen wir unseren Gästen ungezwungene und attraktive Ferien bieten. Wir möchten Sie, als fachlich guten, motivierten und aufgestellten Mitarbeiter gerne bei uns einstellen.

Für die schon bald beginnende Wintersaison 2004/05 suchen wir noch folgende/n Mitarbeiter/in:

1. Chef de rang

Mit folgendem Aufgabengebiet:

- Stellvertretung des Maitre d'hôtel bei dessen Abwesenheit.
- selbständiges Führen einer Station in unserem Restaurant mit A-la-carte- und Pensionsgästen
- Weinservice
- Service bei Spezialanlässen aller Art in unserem Partylokal Carnotzet
- Aushilfe an der Pianobar
- Reinigungs- und Dekorationsarbeiten
- Getränkbestellungen und Kellerverwaltung.

Wollen Sie uns helfen, unseren Gästen ein unvergessliches Ferienerlebnis zu verschaffen? Wenn Sie über die erforderliche Berufserfahrung und gute Sprachkenntnisse in D/E/F verfügen, dann rufen Sie uns doch an oder schicken uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Seiler Hotel Nicoletta****
Frau Barbara Lauber
Leiterin Personaladministration
3920 Zermatt
www.seilerhotels.ch
Tel.: 027 966 87 51, Fax: 027 966 87 57
E-Mail: personalbuero@seiler-zermatt.ch

164383

Sie haben Talent Wir haben Arbeit



www.kellyservices.ch

Servicefachangestellte w/m

Aufgaben: Reizt Sie der klassische à la carte Service? Unser Kunde bietet Ihnen die Möglichkeit, tagtäglich zu tranchieren und zu filtern! Hier können Sie Ihr Können unter Beweis stellen. Mit Ihrem Charme und Ihren erstklassigen Servicekenntnissen verwöhnen Sie die Businessgäste im Nu!

Anforderungen: Nach der abgeschlossenen Servicelehre konnten Sie erste Berufserfahrung (2 bis 3 Jahre) in der gehobenen Gastronomie sammeln. Sie kommunizieren einwandfrei in Deutsch und Englisch.

Arbeitsort: im Herzen von Zürich (Personalzimmer sind vorhanden)
Angebot: Ein kleines Team freut sich auf Sie! Stephanie.Brawn@kellyservices.ch serviert die Details.

Commis de cuisine w/m

Aufgaben: Sie wirken in einer brandneuen Küche und zaubern saisonale Köstlichkeiten. Ein spannender Mix von Bankett und à la carte erwartet Sie.

Anforderungen: Sie bringen eine abgeschlossene Kochlehre und von Vorteil erste Berufserfahrung mit.

Arbeitsort: rechtes Zürichseeufer (15 Autominuten von Zürich)
Angebot: Ein kleines, ambitioniertes Team sowie ein Vorzeigechef freuen sich auf Ihre Unterstützung.
Stephanie.Brawn@kellyservices.ch erklärt Ihnen gerne das weitere Vorgehen.

Réceptionist/in w/m

Aufgaben: Als Front Desk Profi sind Sie zuständig für Check-in, Check-out und Reservationen. Sie kommunizieren in Deutsch, Englisch und Französisch. Ausserdem beherrschen Sie Fidelity, Word und Excel. Als belastbare und viele Person verlieren Sie auch in hektischen Momenten nicht den Blick fürs Wesentliche!

Anforderungen: Sie verfügen über eine abgeschlossene kaufmännische Berufslehre (in der Hotellerie) oder haben eine Hotel-Handelsschule absolviert und konnten bereits Ihr Wissen in der Praxis vertiefen.

Arbeitsort: Downtown Zürich (Personalzimmer sind vorhanden)
Angebot: Sie erwartet ein multikulturelles, urbanes Umfeld sowie Entwicklung- und Aufstiegsmöglichkeiten.
Victoria.Castangia@kellyservices.ch gibt Ihnen gerne Auskunft oder freut sich auf Ihr komplettes Dossier.

Kelly Services (Schweiz) AG, Löwenstrasse 29, 8023 Zürich, Tel. 01 225 40 30, Fax 01 225 40 35

Talent an der Arbeit

Seit 25 Jahren in der Schweiz



164395



GLÄRNISCH HOF
STADT & BUSINESSHOTEL · ZÜRICH

Unser Küchenchef und sein Team verstehen es in unserem italienischen Restaurant «Vivace» und im Fischspezialitätenrestaurant «Le Poisson» täglich Topqualität, Harmonie und Kreativität unter einen Hut» zu bringen.

Möchten Sie als

Anfangs-Chef de partie

oder als

Commis de cuisine

baldmöglichst in diesem 8-Personen-Team und einer neuen, modernen Küche Ihre Fähigkeiten entfalten?

Eintritt: Anfang Dezember

PS: Wir verfügen für unsere Mitarbeiter über Wohnungen im «Grünen»

Hotel Glärnischhof Zürich 2
Claridenstr. 30 / Tel. 01 286 22 34
Rolf Benz verlangen

164396

restaurant - bar hotel - seminar



www.zuerich-hotels.ch

Ein lebhaftes Business-Hotel mit bester Infrastruktur, 81 Zimmern, Seminar- und Bankettmöglichkeiten, einem trendigen Restaurant und einladender Sommerterrasse wartet auf Sie.

Wir suchen per 1. Januar 2005 eine/n
Réceptionist/in

Sie haben Spass am selbständigen Arbeiten, konnten bereits Erfahrungen an der Réception sammeln und Fidelity ist kein Fremdwort für Sie. Sie kommunizieren in Deutsch, Englisch und Französisch und verstehen es, unseren Gästen mit einem herzlichen Lächeln zu begegnen.

Dann schicken Sie Ihre Bewerbung an:
Hotel Sonnentel, Herr Pascal Merkl,
Zürichstrasse 94, 8600 Dübendorf.

164399

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN



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

Chef de service Veranstaltungsgastronomie

Sie sind zusammen mit dem Leiter Veranstaltungsgastronomie verantwortlich für die Planung und den reibungslosen Ablauf von Stehcocktails, grossen Banketten, Flying Dinners und Konzertpausenverpflegungen. Die Gästezahlen variieren dabei von Kleingruppen mit 20 Personen bis zu Grossanlässen mit rund 2000 Personen. Am Anlass sind Sie verantwortlich für das korrekte Briefing der Mitarbeitenden und einen gästorientierten, professionellen Serviceablauf. Sie stehen dabei dem Veranstalter als Kontaktperson zur Verfügung. In dieser Tätigkeit können Sie auf ein eingespieltes, motiviertes Team von Service-Teilzeitmitarbeitenden zählen.

Ihre Ausbildung zum/r Servicefachangestellten und berufliche Laufbahn haben Sie vorzugsweise in Betrieben der gehobenen Gastronomie absolviert. Die Organisation und der Ablauf von grösseren Anlässen sind Ihnen vertraut und Sie legen Wert auf Qualität und Professionalität in allen Belangen. Zudem weisen Sie sich durch fundierte Führungserfahrung von grösseren Teams aus. Sie bringen die für diese Stelle unabdingbare Flexibilität in Bezug auf Ihre Einsatzbereitschaft und Enthusiasmus für das KKL Luzern mit. Sie kommunizieren problemlos in Deutsch und können sich auch in Englisch, evtl. Französisch unterhalten.

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

Weitere Informationen unter www.kkl-luzern.ch

KKL

culture

convention

cuisine

experience

164397

UTO KULM

Top of Zurich

Top of Zurich!

Das sind wir!

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

So abwechslungsreich wie unsere Betrieb ist auch die Stelle als

Barmaid (Hotelbar)

Wir wünschen uns eine erfahrene, flexible Persönlichkeit mit Freude am Umgang mit Gästen. Jemand, der selbstständiges Arbeiten gewöhnt ist und in hektischen Situationen die Nerven nicht verliert. Eine gegerete Arbeits- und Freizeit sind für uns selbstverständlich.

Frau Liem (Tel. 044 457 66 96, ria.liem@uetliberg.ch) freut sich, Sie persönlich kennen zu lernen!

Hotel-Restaurant UTO KULM
Telefon: 044 457 66 66
Internet: www.utokulm.ch

8143 Uetliberg
Fax: 044 457 66 99
e-mail: utokulm@uetliberg.ch

164386

New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

Sie bestimmen die Richtung... wir bieten die Chance und unser Know-how!

Für verschiedene Betriebskonzepte in der Hotellerie und Gastronomie im Raum Zürich, suchen wir junge, gelernte Gastrofachprofs. Ist Ihr Rucksack gepackt mit einer Ausbildung als Koch oder Kellner sowie 1 bis 2 Jahren Berufserfahrung und oder einem Hotel-fachschulabschluss?

Dann bieten Ihnen unsere Kunden die richtigen Einstiegsmöglichkeiten in folgende Positionen:

**F & B Assistent
Restaurantleiter Assistent
Chef de Service**

Betriebsassistent/in/Teamchef

Möchten Sie mehr über Ihren zukünftigen Weg und die Perspektiven erfahren, dann rufen Sie uns an oder senden Ihre Bewerbungsunterlagen an:

New Challenge

Gabriela Weber
Seestrasse 160
8002 Zürich

Tel. 01/201 24 66
Fax 01/202 58 88
www.newchallenge.ch

164394

150 Jahre 1854



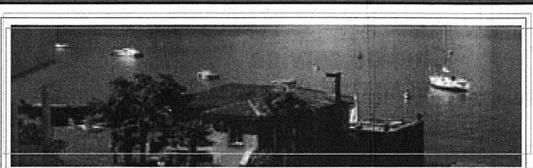
MEMBER OF
WORLD
HOTELS
FIRST CLASS COLLECTION



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Nr. 1 | WIRD MAN NICHT ZUFÄLLIG



**DAS BESTE FERIENHOTEL
DER SCHWEIZ 2002/03/04 & 2005**
(Bewertung des Wirtschafts-Magazin BILANZ)

**DAS SCHÖNSTE FERIENHOTEL
ZUM TRÄUMEN 2002**

**DAS BESTE FERIENHOTEL
IN DER KÖNIGSKATEGORIE 2003/04**
(Bewertung der SONNTAGS ZEITUNG)

EDEN | ROC

Unser luxuriöses, weitläufig angelegtes Hotel mit direktem Seeanstrich verfügt über 82 stilvoll eingerichtete Zimmer und Suiten, drei Restaurants, eine Bar, vier Banquet- und Konferenzräumlichkeiten sowie einen grosszügigen Wellness-Bereich.

Nach mehr als zwei Jahren intensiver und erfolgreicher Zusammenarbeit, hat unser Vize-Direktor als nächsten Schritt in seiner beruflichen Karriere eine neue Herausforderung in Dubai angenommen. Aus diesem Grund suchen wir ab Januar 2005 oder nach Vereinbarung zur Unterstützung unserer Direktion in Ganzzahresstelle eine

VIZE-DIREKTOR

mit Schwerpunkt im Food & Beverage Bereich und in der operationellen Führung des Hotels.

Kommunikation, Professionalität, Mitarbeiterführung und Flexibilität gehören zu Ihren Stärken. Als frontorientierte, überzeugende Persönlichkeit verstehen Sie es täglich aufs Neue, Ihr Umfeld zu motivieren. Sind Sie bereit für diese anspruchsvolle, interessante Herausforderung? Gespannt erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.



HOTEL EDEN ROC

Daniel J. Ziegler - Direktor
Via Albarelle 16, CH - 6612 Ascona
Tel. +41 (0)91 785 7171 Fax +41 (0)91 785 71 43
www.edenroc.ch team@edenroc.ch

164387

A member of
The Leading Hotels
of the World

GANZJÄHRIG GEÖFFNET



Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland



Das Bellevue Palace Hotel in Bern verbindet moderne, zeitgemässe Fünfsterhotellerie mit nostalgischem Charme.

Ein Arbeitsplatz, der viel von Ihnen fordert, aber auch viel vermittelt. Eine Chance für Sie!

Auf Dezember 2004/Januar 2005 suchen wir eine

Réceptionistin

in Jahresstelle

Sie sollten folgende Voraussetzungen mitbringen:

- Berufserfahrung in gleicher Position
- Sehr gute Sprachkenntnisse (D/F/E)
- EDV-Kenntnisse, Fidelio ist von Vorteil

Eine interessante Tätigkeit in einem renommierten Betrieb mit internationaler Kundschaft wartet auf Sie!

Frau Simone Licari-Tobler freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und beantwortet erste Fragen gerne telefonisch.

Telefon 031 320 45 45



HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN *****

Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43



164348

Empathy & Excellence

HOTEL * * * * * LUZERN
SCHWEIZERHOF

Das Hotel Schweizerhof Luzern ist seit fünf Generationen ein Familienbetrieb. Wir verfügen über 107 von Grund auf renovierte Zimmer und Veranstaltungsräume für bis zu 500 Personen. Im Haus befinden sich unser Stadrestaurant «Pavillon» sowie unser Fisch- und Meeresfrüchte-Restaurant «Galerie».

Zu Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1. Januar 2005 oder nach Vereinbarung:

Eine/n Stv. Chef de Service (Schwergewicht im Frühdienst)

Das Fisch- und Meeresfrüchte Restaurant «Galerie» serviert köstliches aus See und Meer und im Stadrestaurant «Pavillon» erwartet Sie eine A-la-carte-Küche, die immer wieder neu überrascht. Auch die Weinkarte lässt nicht zu wünschen übrig.

Was wir von Ihnen erwarten

Sie verfügen über eine abgeschlossene Servicefachausbildung und konnten bereits einige Jahre Berufserfahrung sammeln. Sie sind eine engagierte Gastgeberpersönlichkeit und üben mit Leib und Seele Ihren Beruf aus. Sie sprechen nebst der deutschen Sprache auch Englisch (Französisch von Vorteil). Ferner sind Sie ein absoluter Teamplayer und bringen ein Mass an Flexibilität mit sich.

Wir bieten Ihnen:

Eine sorgfältige Einarbeitung sowie eine selbständige und verantwortungsvolle Tätigkeit an einem modern ausgestatteten Arbeitsplatz im Herzen von Luzern. Ein junges, gut geschultes Team erwartet Sie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt...?

Dann senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Zeugniskopien, Foto und Lebenslauf an unsere Leiterin Personal- und Rechnungswesen, Frau Cécile Njeichen.

... Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Hotel Schweizerhof Luzern, Schweizerhofquai, CH-6002 Luzern
Telefon +41 (0)41 410 0 410, Fax +41 (0)41 410 2 971

E-Mail: info@schweizerhof-luzern.ch, Internet: www.schweizerhof-luzern.ch

162988

STEIGENBERGER
BELLERIVE AU LAC
ZÜRICH

Wir sind das kleine, elegante Stadthotel mit Charme und dem gewissen Etwas – überschaubar, familiär und stilvoll. Hier kennt jeder jeden, grüsst jeder jeden. Ob Gäste oder Mitarbeiter – bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt.

Wir haben zwei Vakanzen zu besetzen und suchen deshalb nach Vereinbarung

Sous chef
Commis de cuisine

Wenn Sie bereit sind, mit uns im selben Boot gemeinsam in dieselbe Richtung zu rudern und Sie das tägliche Wohlergehen unserer treuen und anspruchsvollen Gäste als oberstes Gebot im Herzen tragen, sind Sie bei uns goldrichtig und herzlich willkommen. Frau Nathalie Egli-Grisoni, die Direktorin unseres Hauses, freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Steigenberger Bellerive au Lac, Utoquai 47, 8008 Zürich
Tel. 01-254 40 00 E-mail: negli-grisoni@steigenberger.ch

STEIGENBERGER
HOTELS & RESORTS

Unsere Hotels in der Schweiz:
Davos, Gstaad-Saanen, Zürich

Der Mensch im Mittelpunkt



GEWINNER DES
TRAVEL STAR
GOLD AWARDS 2004
IN DER KATEGORIE
BESTE HOTELKETTE

www.steigenberger.ch

72722

EXPRESS-Stellenvermittlung

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Fax 031 370 43 34

Service de placement express

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaiteriez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
9349	Chef de partie/Koch	43	DE	LE-G	sofort	D/E/F	BS/BL
9350	Küchenchef	52	CH	n. Ver.	F		West-CH
9355	Hilfskoch/Allrounder	27	LK	N	Dez.	D/E	BE
9357	Alleinkoch/Kü/chef	57	CH	Dez.	D/F/I		GR/SG
9361	Koch	22	CH	sofort	D		Bern u. Umgebung
9367	Chef de partie/Sous-chef	45	CH	sofort	D/E/F		BE
9374	Koch/w	23	CH	sofort	D/E/F		BE
9375	Chef de partie/Koch	27	NL	B	sofort	D/E	ZH/Restaurant
9379	Koch/Allrounder	50	CH	sofort	D/E/F/I		zus. m. 9380
9386	Koch/w	26	DE	LE-G	Dez.	D/E/F	BE-Oberland
9387	Kü/chef/Alleinkoch	36	AT	B	sofort	D/E/F/I	Zürich/Luzern/Zug
9388	Hilfskoch	30	LK	B	sofort	F	BE
9391	Küchenchef	57	CH	Dez.	D/E/F/I		TI
9396	Koch	51	CH	sofort	D/F/I		TI/CR/BE
9398	Commis de cuisine	22	CH	Dez.	D		Hotel
9401	Alleinkoch/Koch	34	DE	B-EG	sofort	D/E	
9403	Koch/Alleinkoch/w	39	DE	LE-G	Dez.	D	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
9352	Service/w	28	FR	G	sofort	D/F	Zentral-CH
9356	Service/w	39	GR	LE-G	n. Ver.	D/E	
9358	Service/Barman	32	DE	LE-G	Dez.	D/E	GR
9362	Sefa	24	CH	sofort	D		Bern u. Umgebung
9366	Bardame	36	GB	C	sofort	D/E/I	GR
9370	Buffetmitarbeiterin	36	CH	sofort	D/E/F/I		ZH
9373	Kellner	50	GR	C	sofort	D/E	BE/Restaurant
9376	Bardame	37	CZ	C	sofort	D/E/I	BE/Zentral-CH

1	2	3	4	5	6	7	8
9377	Chef de service/w	31	CZ	C	n. Ver.	D/E/F	Bergregion
9378	Service/w	43	CH	sofort	D/E/F		Zentral-CH
9380	Service/Allrounder/w	51	CH	sofort	D		zus. m. 9379
9382	Chef de rang	24	CH	sofort	D/E/F		Seeland/BE
9383	Service/w	41	JP	B	sofort	D/E	BE
9389	Service/Hofa/w	19	CH	n. Ver.	D/E/F		ZH/TG
9392	Service/w	20	DE	LE-G	Jan.	D	
9397	Chef de bar/Bardame	26	DE	B	n. Ver.	D/E	BE
9402	Service/Bardame	24	DK	LE-G	Dez.	D/E	BE
9404	Chef de service	56	IT	LE-G	sofort	D/F/I	GR
9405	Chef de rang	23	CH	Jan.	D/E/F/I		TI
9406	Kellner	37	CH	Dez.	D		VS/BL/SG
9409	Service/w	36	FR	LE-G	n. Ver.	D/E/F	ZH/GR

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
9353	Réceptionistin	25	ES	C	sofort	D/E/F	Zentral-CH
9354	Réceptionistin	56	CH	Dez.	D/E/F		VS/VD/FR/NE/JU/BS
9359	Betriebsassistentin	38	CH	n. Ver.	D/E/F		Zürich u. Umgebung
9363	Réceptionistin	41	CH	Dez.	D/E/F/I		BE-Oberland/Bern
9365	Chef de réception/w	33	CH	sofort	D/E/F		BS/BL/SO/AG/ZH/TG/SG
9369	Réceptionspraktikant	26	CH	Dez.	D/E/F/I		
9372	Réceptionspraktikant	18	CH	sofort	D/E		West-CH
9385	Geschäftsführer	57	CH	sofort	D		SO/AG/BL/BE/Bar/Disco
9390	Geschäftsführer Ass./w	26	AT	B	Dez.	D/E/F/I	GR
9393	Einkäufer/Controller	32	CH	Dez.	D/E/F		GR
9394	Anfangsreceptionistin	25	CH	sofort	D/E		LU/80%
9395	Chef de réception	36	CH	sofort	D/E/F		3-4*-Hotel

9407	Réceptionist	36	CH	sofort	D/E/F/I		
9408	Réceptionist	31	CH	sofort	D/E/F/I		4-5*-Hotel/Bergregion

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
9351	Gouvernante	51	CH	sofort	D/E		BE/AG/ZH/60-80%
9360	Gouvernante	46	CH	sofort	D/E/F		BE/VS
9364	Küchenhilfe	31	GM	B	sofort	D/E	BE
9368	Zimmerfrau	29	CH	n. Ver.	D		VS/NW/OW/UR/BE
9371	Küchenhilfe/w	47	IT	C	sofort	D/E/F/I	BE/FR
9384	Gouvernante	53	CH	n. Ver.	D/E/F/I		BE-Oberland
9399	Zimmerfrau	23	PT	LE-G	sofort	D/E	
9400	Hofa	37	CH	sofort	D/E/F		Bern u. Umgebung/80%

- REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS
- Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- Alter - Age
- Nationalität - Nationalité
- Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- Eintrittsdatum - Date d'entrée
- Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- Art des Betriebes / Arbeitsort (Munsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____ Eintrittsdatum / Date d'entrée: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____ Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____ Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____ Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____ Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____

(1=Muttersprache / Langue maternelle, 2=gut/bonnes, 3=mittel/moyennes, 4=wenig/faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:

Betrieb / Etablissement: _____ Ort / Lieu: _____ Funktion / Fonction: _____ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): _____

1. _____

2. _____

3. _____

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: Ja - Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui - Non
Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:
hoteljob.be@swiss-hotels.ch / Schweizer Hotelier-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern

2**-Michelin-Restaurant Wirtschaft zum Wiesengrund

in Uetikon am See, Nähe Zürich und 18 Punkte im Gault-Millau, sucht per sofort oder nach Vereinbarung für ein dynamisches, junges Team Verstärkung. Sind Sie

Commis de rang (Unterstützung im Service)

haben Sie Teamgeist und Eigeninitiative, ist Ihr Wunsch den Gast in jedem Augenblick zufrieden zu stellen, dann melden Sie sich bei uns.

Wir bieten gute Entlohnung, Sonntag und Montag frei, 5 Wochen Ferien, gutes Arbeitsklima und auf Wunsch ist ein Zimmer vorhanden.

Haben Sie Interesse? Dann schicken Sie Ihre Unterlagen oder rufen uns an (I. Hussong verlangen).

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.

Wirtschaft zum Wiesengrund, I. Hussong
Kleindorfstrasse 61, 8707 Uetikon am See
Telefon 01 920 63 60

164249



**** ZERMAT
Hotel **AMBASSADOR** Zermatt

4-Sterne-Hotel mit 220 Betten, 2 Restaurants, Piano-Bar, Hallenbad, Sauna usw., sucht für kommende Wintersaison 2004/2005 noch folgende Mitarbeiter:

Piano-Bar **Barmaid**
Rezeption **Rezeptionistin**
Speisesaal **Servicefachangestellte**

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an folgende Adresse:

Hotel Ambassador
Direktion
Spissstrasse 8
CH-3920 Zermatt
Tel. 027 966 26 11

164349

HOTEL ADLER

Für unsere Haus, welches mitten in der trendigen Altstadt Zürichs am Hirschenplatz liegt, 1997 aufwendig renoviert wurde, suchen wir für unser junges und aufgestelltes Team einen

Chef de Service (m/w)

Sind Sie ein richtiger kommunikativer Gastgeber, der seine Sprachkenntnisse ausleben will D/E/F und die Gäste die Freude am Beruf spüren lässt.

Das Restaurant Swiss Chuchi im Hotel Adler ist ein sehr lebhafter Betrieb mit Schweizer Spezialitäten. Möchten Sie Ihr Können unter Beweis stellen und Erfahrung im Führen unseres Serviceteams sammeln? Mehr Details finden Sie auf unserer Homepage www.hotel-adler.ch

Wir freuen uns, Sie bald bei uns antreffen zu können. Bewerbungen sind zu richten an: Hotel Adler, z. H. Hr. Hans Peter Kaiser, Direktor, Rosengasse 10/ am Hirschenplatz, 8001 Zürich.

164395

Per 01. Januar 2005 suchen wir zur Ergänzung unseres Schulsekretariats in Zürich eine

Rezeptionistin/Sekretärin 100% (Alter zwischen 22 und 28)

Sie

- suchen die internationale Atmosphäre eines lebhaften Dienstleistungsbetriebes?
- sind deutscher Muttersprache und haben gute Kenntnisse in Englisch und Französisch (Wort und Schrift)?
- haben gute PC-Kenntnisse?
- behalten auch in hektischen Zeiten die Übersicht?
- bringen Erfahrung an einer lebhaften Rezeption mit?
- zählen Organisation und Flexibilität zu Ihren Stärken?

Dann richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung (mit Foto) bis 03. Dezember an:
Berlitz Schools of Languages AG
"Personalabteilung"
Theaterstrasse 12 • 8001 Zürich

164409

www.berlitz.ch



Hotel Löwen Hausen a/A
sucht per 1. Dez. oder n. V.

Servicefachfrau in Jahresstelle

Wir sind Mitglied bei der **Gilde etablierter Köche der Schweiz** und bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Jahresstelle im Schichtbetrieb. Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann melden Sie sich per E-Mail: info@loewen-hausen.ch oder rufen Sie uns einfach an. Bitte verlangen Sie Herrn oder Frau Burkard.

www.loewen-hausen.ch
Tel. 01 764 00 06

164218

11144
Schweizerische Gilde etablierter Köche



SWISS-CHALET-STYLE-HOTEL
Gourmet Restaurant

WINTERSAISON IM UNESCO-GEBIET ALETSCH IDEAL FÜR WINTERSPORT

Wir suchen ab 15. Dezember 2004 bis 10. April 2005 folgende Mitarbeiter:

SERVICEFACHANGESTELLTE für à la carte SERVICEPRAKTIKANTIN

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung:

Familie Armin Berchtold-Lampart
Tel. 027 927 22 23, Fax 027 927 31 49
www.walliser-spycher.ch, mail@walliser-spycher.ch

164385

HTMI School of International Hotel and Tourism Management

HTMI searches for the following positions, starting immediately

• Senior Lecturer – with at least 5 years experience in teaching

- Languages: fluent English
- Swiss nationality or valid permit
- Accommodation in hotel school can be arranged

Does the challenge make you tick? Then go for it!

Please send your complete C.V., photo and copies of certificates, references to:

HTMI, Hotel Management School, Mr. Denzler
Marientalweg 3, 6174 Sörenberg
Tel. 041 488 11 25, www.htm.ac.uk
e-mail: HTMacuc@aol.com

164318

HOTEL Oberalp Sedrun

Sedrun / Graubünden
Wir suchen für die kommende Wintersaison 2004/2005 (Dezember 2004)

- Bar-Kellnerinnen
- Bar-Kellnerin mit DJ-Pensum
- Serviceangestellte im Hotel

Wir bieten gute Gehaltsmöglichkeiten sowie die Möglichkeit, in einem jungen und toleranten Team mitzuwirken.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie uns einfach per e-mail unter mcavegn@solidatreuhand.ch

Weitere Informationen finden Sie unter www.hotel-oberalp.ch oder rufen Sie uns an unter +41 81 949 11 55 (Herr Knopp)

164358

Der neue Job wartet.

Die besten Arbeitgeber inserieren in der
htr stellen revue.

Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserate@swiss-hotels.ch, www.htr.ch

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

SVIZZERA ITALIANA

ALBERGO LOSONE – Tessin –
Zwischen Ascona und Locarno gelegen. Das familienfreundliche Erstklass-Hotel mit der einmaligen südlichen Atmosphäre!

Wir suchen zur Vervollständigung unseres jungen Teams aufgestellte und motivierte Mitarbeiter mit Freude am Beruf.

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison, 17. März-31. Oktober 2005, noch zu besetzen:

- 1 Sous-Chef (m/w)
- 1 Chefs de Partie (m/w)
- 1 Chef Pâtissier (m/w)
- 1 Commis de cuisine (m/w)

- 1 Chef de Service (m/w, D/I)
Servicemitarbeiter
(m/w, D/I)

Gerne erwarten wir Ihre
Bewerbungsunterlagen!

Albergo Losone
Diego Glaus (Direktion)
Monja Montesel (Personal-Wesen)
Via dei Pioppi 14, CH-6616 Losone
Telefon 091 785 70 00
Telefax 091 785 70 07

www.albergolosone.ch
info@albergolosone.ch

164364

Mehr brauchen Sie nicht.

Die htr stellen revue bietet jede Woche den
grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserate@swiss-hotels.ch, www.htr.ch

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

164247

Montreux Convention & Event Management

cherche pour le 1^{er} janvier 2005 ou date à convenir

un(e) responsable d'opérations

afin de renforcer son équipe de logistique et d'organisation de congrès et d'événements.

N'hésitez-pas à nous contacter si:

- vous bénéficiez de la formation d'une école de tourisme, hôtelière ou HES
- vous parlez et rédigez parfaitement le français, l'anglais et l'allemand
- vous avez le sens du contact ainsi qu'un esprit d'équipe
- vous maîtrisez les outils informatiques
- vous êtes capable de vous adapter à des horaires irréguliers

De l'expérience dans l'organisation de congrès, séminaires et expositions est indispensable.

Si vous répondez aux exigences de ce poste, veuillez faire parvenir votre dossier de candidature à:

Centre de Congrès Montreux SA
A l'att. de M. Philippe Besson
Case postale 1151
1820 Montreux 1

Für unser einfach einzigartiges 4****Hotel am Lago di Lugano in Cima di Porlezza (italien) suchen wir folgende hoch motivierte Mitarbeiter:

F&B: F&B Controller/Assistant F&B

Service: Chef de Rang (à la carte)

Housekeeping Executive Housekeeper
2. Gouvernante

Réception: Réceptionsmitarbeiter
Praktikanten

Club Bambini: Kinderbetreuerinnen
Freelancer (Juni-September)

Sport & Freizeit: Sportbetreuer/in
Freelancer «Softanimation»(Juli-August)
Freelancer Wassersport und Bootsvermietung
(Juni-August)

Technik: Chef-Haustechniker

Starten Sie mit uns in einem einmaligen Ambiente (30 000 m² grosse Parkanlage, 112 Suiten, 3 Restaurants, Hotelbar und Aussenbars, Beauty- und Wellnessbereich) in die Saison 2005 (März bis November). Wir freuen uns auf Ihre aktive Teilnahme am Erfolg!

Sie sprechen Deutsch, Englisch und möglichst auch Italienisch? Sie arbeiten gerne im Team?

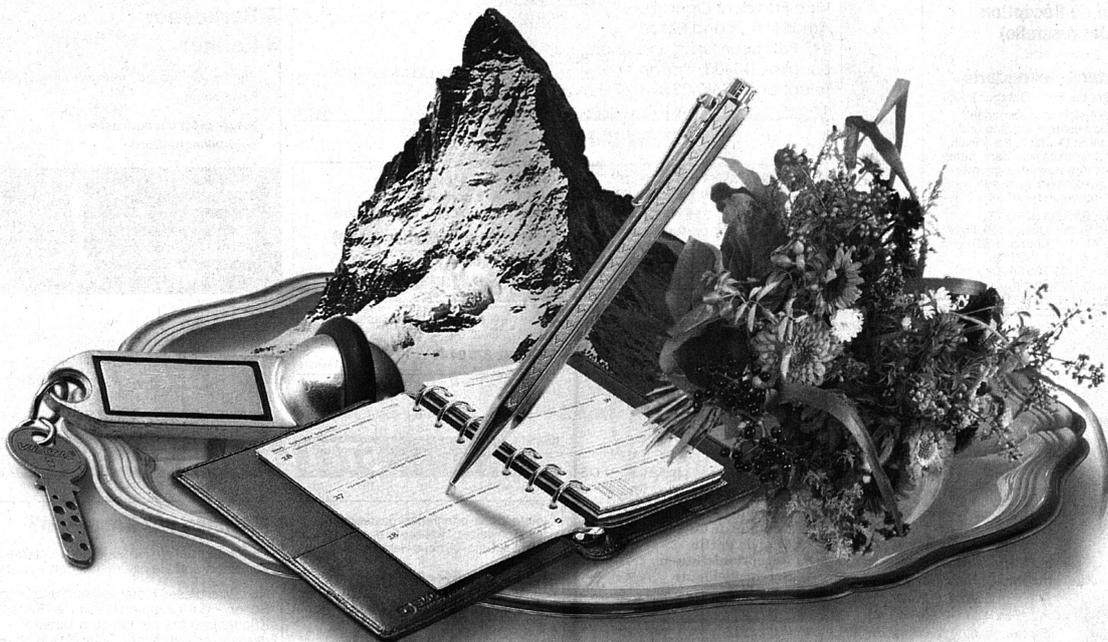
Es macht Ihnen Spass, unseren Gästen einfach einzigartige Ferien zu ermöglichen? Dann schicken Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

VIP Club Sport- und Ferienpark AG
Direktion Herr Franklin P. Haller und Herr Beat Wüst
Via al Fiume 6 / CH-6962 Viganello
Tel.: 0041-91-923 40 86
E-Mail: info@parco-san-marco.com
Internet: www.parco-san-marco.com

164371

Human Resources.

Bei uns sind Sie richtig. Die **htr stellen revue** ist die erste Adresse für Jobinserate – zu absolut günstigen Preisen im grössten Stellenmarkt der Branche!



Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42
Fax: 031 370 42 23
inserate@swisshotels.ch
www.htr.ch

htr

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



EW

Siamo un'impresa di pulizia a livello internazionale specializzata in Hotel Care e Cleaning Care e cerchiamo nella regione di Lugano i seguenti operatori. Inizio del contratto: Gennaio 2005.

- **Governante** con esperienza e referenze in alberghi a 5 stelle. Impiego al 100% o part time.
- **Cameriera per pulizia camere**, impiego al 100% o part time.
- **Portieri**.
- **Camerieri al piano**.

Vi preghiamo di inoltrarci la vostra documentazione (CV, diplomi, foto, passaporto) al seguente indirizzo: EW Service Group AG, Picassoplatz 8, CH-4051 Basilea, info@ewsg.ch

HOTEL CARE  CLEANING CARE

164391

HOTEL SASSO BORETTO
MEMBER OF WORLD HOTELS
ASCONA
FIRST CLASS COLLECTION

Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir ab März/April noch folgende, motivierte, einsatz- und initiativfreudige Mitarbeiter

1. Réceptionist(in)/ Chef de Réception (Jahresstelle)

sowie eine

Empfangs-Sekretärin

(Anfang März bis Ende Oktober 2005)

Fühlen Sie sich angesprochen? Haben Sie bereits Erfahrung und sprechen nebst Deutsch, Italienisch, Englisch und Französisch, dann bitten wir Sie, uns Ihre Bewerbungsunterlagen zukommen zu lassen. Wir freuen uns auf Sie!

HOTEL SASSO BORETTO
Herr Mirko Sutter, Direktor/Besitzer
Via Locarno 45, 6612 Ascona/Schweiz
Tel. +41-91 786 99 99
Fax +41-91 786 99 00
E-Mail: msutter@ticino.com
www.sasso-boretto.ch

164389

IMAGE

www.gastro-s.ch

gastro S Haus Howald GmbH
XL-Zentrum / Bahnhofstrasse 8
5080 Laufenburg
Tel. +41 62 869 40 40, Fax +41 62 869 40 44
E-Mail: jobs@gastro-s.ch

STELLENVERMITTLUNG

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für **qualifiziertes Hotelpersonal**.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09

134930/401646

www.adsjob.com Tel. 081 382 21 57

PERSONALVERMITTLUNGEN

Saison - Jahresstellen
FASNACHT

121104



We are one of the largest hotel chains in Thailand, operating ten first class hotels. We are interested to receive applications from suitably qualified, energetic and ambitious hotel executives available to relocate to Thailand as soon as possible, for the following positions:

Resident Manager For a resort property in Trang (southern Thailand)

Operational Standards Analyst Amari Corporate Office - Bangkok

Successful applicants should be male, single, aged between 28 and 35 years, computer literate, fluent in English and German and should have graduated from a recognized hotel school. Candidates are expected to have at least 4 years operational F&B management experience in 4 or 5 star hotel operations, preferably in Asia.

Interviews will be held in Bangkok for short listed candidates only. Please send your C.V. with copies of certificates, a **recent passport-size color photograph**, contact telephone/fax numbers as well as an e-mail address if available to:

Robert J. Rijnders
Vice President Operations
Amari Hotels and Resorts
847 Petchburi Road, Pratunam, Rajthvei
Bangkok 10400, Thailand
Telephone +66(0)2255 3767; Fax +66(0)2255 3581
rijnders@amari.com / http://www.amari.com

164374

STELLENVERMITTLUNGS &
UNTERNEHMENSBERATUNG'S
BÜRO METRO
POSTFACH, CH 8065 ZÜRICH
TEL. +41 (0)44 201 41 10
FAX: +41 (0)44 202 16 46
E-MAIL: metroch@attglobal.net

SEIT 1948 DIE ADRESSE FÜR
SELLEN IN HOTEL-, TOURISTIK
UND KREUZFAHRT INDUSTRIE,
WELTWEIT

KREUZFAHRT:
Professionelles Hotelpersonal
Executive Chef (E/F/+)
Bäcker

**ENGLAND/IRLAND
KANALINSELN
sofort & Saison 2005**
Küchenchef in Kleinhotel
Commis de Cuisine
Chef de Partie
Receptionistinnen
Servicefachleute

164388

Restaurant & Wine Bar
1291swizz.com
USA - New York - Time Square
Commis de cuisine (m/w)
Waiter (m/w)
Wine Bar Manager (m/w)

Bewerbung an: roland@1291.com
Interview in Zürich oder Basel am
9. + 10. Dez. 04

Tel. 062 875 04 46

164379

STELLENGESUCHE

International erfahrenes, gästerorientiertes Schweizer Hotelier-Ehepaar, 50-ji., sucht auf Jan. 05 neue Herausforderung

in Geschäftsleitung

Miete oder Miet/Kauf eines 3- bis 4*-Hotels, Vorzugsweise LU, ZH oder TI.

Angebote unter Chiffre 164370 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

164370

Küchenchef sucht neue Herausforderung

in Mittel- oder Kleinbetrieb, Innerschweiz. Bin kreativ, organisationsstark, führe und bilde gerne junge Leute aus. Hygiene, Qualitätsdenken, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge sehen, zielorientiertes Arbeiten, sind für mich eine Selbstverständlichkeit. All dies wird gemischt mit Humor, viel Fachwissen und einer ganzen Menge an Erfahrung. Dieses Rezept sollte Ihnen zusagen. Sie erreichen mich unter Chiffre 164381 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

164381

VIKING
RIVER CRUISES

Sea you ...

warum nicht bald an Bord eines unserer Flussschiffe, welche auf den schönsten Wasserstrassen Europas, Russlands, der Ukraine und in China unterwegs sind?

Als weltweit führender Anbieter von Flussschiffen suchen wir für die Saison 2005 (März - November) topmotivierte, flexible und qualitätsbewusste Persönlichkeiten in den folgenden Positionen (alle m/w):

- Hotel Manager
- Cruise Manager
- Küchenchef
- Maitre d'hôtel
- Housekeeper
- Réceptionist
- Assistant Cruise Manager
- Sous-Chef
- Koch
- Jungkoch
- Barkeeper
- Kellner

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung!

Besuchen Sie uns auch unter
www.vikingstaff.com

Viking Catering AG
Bruno Hauser
Schäferweg 18 | CH-4057 Basel
Telefon +41 61 / 638 60 60
office@vikingrivercruises.com
www.vikingrivercruises.com

164350

Märchen mit Happyend?

Es war einmal ein Hotel, in dem sich die Gäste - verwöhnt von Feen und Heinzelmännchen - rundum wohl fühlten.

Nun wird dieses Hotel verkauft und umgebaut. Die ganze Schar - gut eingespielt von der Réceptionistin über die Küchenbrigade bis hin zum Direktor - sucht deshalb in der ganzen deutschen Schweiz ein neues Dach über dem Kopf. Wo gibt es ein Hotel, das seine Gäste märchenhaft verwöhnen will?

Angebote erbeten an Chiffre 164380 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

164380

INTERNATIONAL - WELTWEIT

Paar sucht:

Resort/Lodge

zum Führen/Aufbauen.

Wir bieten: Know-how/Erfahrung, Energie, innovative Ideen, Flair für Zahlen und Kundenbedürfnisse.

Kontakt:
northernexplorer@canada.com

164398

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf/Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe	Nr. 48/2004	Nr. 49/2004	Nr. 50/2004	Nr. 51/2004
- Erscheint	25. 11. 2004	2. 12. 2004	9. 12. 2004	16. 12. 2004
- Anzeigenschluss	22. 11. 2004	29. 11. 2004	6. 12. 2004	13. 12. 2004
- Wiederholungen	22. 11. 2004	29. 11. 2004	6. 12. 2004	13. 12. 2004

Herstellung / Production: Bächler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 20.000 Ex. Versand / Expedition, 11 157 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.