

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 112 (2004)
Heft: 48

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 **108** Stellenangeboten



PIERRE-ANDRÉ PANNATIER / Der Präsident des Walliser Hoteliervereins über die Situation der Walliser Hotels. **SEITE 2**



SENSIBILISIERUNG / Um Bevölkerung und Politiker für den Tourismus zu sensibilisieren, planen Touristiker Massnahmen. **SEITE 4**



hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

Avec cahier français

BLICKPUNKT

Neue Gäste im fernen Westen

KARL JOSEF VERDING

«Es gibt keine grössere Freude, als wenn Freunde von weit her anreisen.» Ein Volk, das dies gelernt hat, bietet und erwartet eine besondere Gastfreundschaft. Von Konfuzius, dem legendären Lehrmeister der Chinesen (er lebte 551–479 v. Chr.), stammt das Zitat. Dieser Wert von Gastfreundschaft ist beständiger als die gegenwärtige Preisdrückerei im Geschäft der Tour-Operatoren mit chinesischen Reisenden nach der Erteilung des Approved Destination Status (ADS) für die EU-Länder und die Schweiz.

Daher ist den Schweizer Hoteliers für die Kalkulation dieses Marktes eine Zoom-Optik mit Nah- bis Fern-einstellung zu empfehlen. Der jetzige Preisdruck darf nicht dazu führen, dass Schweizer Hotels das China-Geschäft als uninteressant abtun. Das gegenwärtige Profil der chinesischen Touristen ist geprägt vom städtischen Mittelstand und von Auslands-Chinesen. 40% von ihnen reisen im Winter, 60% im Sommer.

Viele von den ersten chinesischen Europa-Reisenden nach Erteilung des ADS-Status sehen die Schweiz nur dieses eine Mal in ihrem Leben. Aber sie sind Delegierte von Familien und gesellschaftlichen Klans, deren Bericht über die Schweiz in ihrer Heimat wie in Stein gemeisselt wird.

Siehe Seite 5

BILATERALE II

Mehr Chinesen dank Schengen?

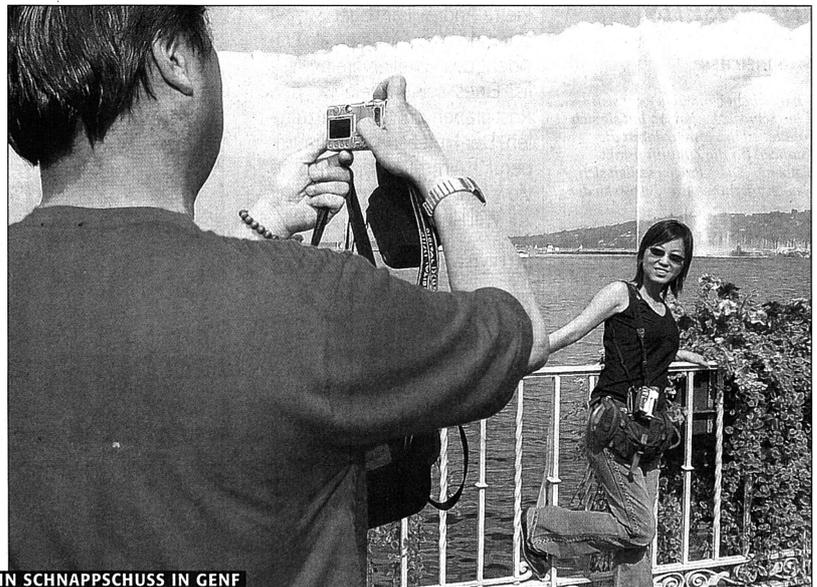
Während die Tourismusorganisationen einhellig fürs Schengen-Abkommen kämpfen, befürchtet die SVP Nachteile fürs Tourismusland Schweiz.

■ **THERES LAGLER**

Das Schengen-Abkommen mit der Europäischen Union (EU) bleibt umstritten: Für Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismusverbands, ist klar, dass nur ein Beitritt zum Schengen-Raum dem Schweizer Tourismus gleich lange Spiesse bringt. Derzeit müssen Gäste aus den Wachstumsmärkten China, Indien und Russland nämlich zwei Visa beantragen: Eines für die Schweiz und eines für den europäischen Schengen-Raum. SVP-Tourismuspolitiker Adrian Amstutz will trotzdem nichts von einem Schengen-Beitritt wissen. Der Abbau der Grenzkontrollen geht ihm zu weit. «Der Tourismusstandort Schweiz, der vom guten Ruf unseres sicheren Landes profitiert, wird dadurch in Mitleidschaft gezogen», ist er überzeugt. Die Parlamentsdebatte über die Bilateralen Verhandlungen mit der EU geht nächste Woche los.

Siehe Seite 3

Foto: Keystone



EIN SCHNAPPSCHUSS IN GENÈVE

Chinesische Touristen benötigen derzeit auf einer Europareise sowohl ein Visum für die Schweiz als auch ein Visum für den Schengen-Raum. Der Schweizer Tourismus weist damit einen Wettbewerbsnachteil auf.

INHALT

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



DÉLIFRANCE

Expansion mit Shops

Délicfrance hat vor allem als Lieferant französischer Tiefkühlbackwaren in der Gastronomie einen Namen. Dabei fungiert die Firma aber auch selbst als Gastronom und Take-away-Anbieter. 418 Outlets zählt man weltweit, in der Schweiz sind es 27. Und es sollen noch mehr werden: In den nächsten Jahren will man hierzulande alle 2 Monate einen Shop eröffnen. Dafür sucht man Franchisenehmer, die die Backwaren bei Délicfrance dann besonders günstig einkaufen können. **GSG**

Siehe Seite 13

ÖSTERREICH

Das Arbeitsklima zählt viel

Eine Umfrage bei österreichischen Mitarbeitenden im Tourismus zeigt, dass für die meisten ein gutes Arbeitsklima entscheidend für eine Stelle ist.

85% der Befragten geben an, ein gutes Arbeitsklima sei der wichtigste Aspekt bei der Wahl eines Arbeitgebers. Zwei weitere wichtige Faktoren sind abwechslungsreiche Arbeitsaufgaben (75%) und Freiräume in der Arbeitsgestaltung (65%). Die wichtigsten Motivatoren sind laut Umfrage Selbst-

ständigkeit und Eigenverantwortlichkeit in der Arbeitsgestaltung (72%), gefolgt von einem guten Arbeitsverhältnis unter der Belegschaft (66%) und abwechslungsreiche, herausfordernde Arbeitsaufgaben (65%). Ein hohes Gehalt und attraktive Boni werden indes nur von 34% der Befragten als «grosser Motivationsfaktor» bezeichnet. Demotivierend indes wirkt sich Stress und Zeitdruck aus, sagen 65% der Befragten. 45% geben zusätzlich an, in ihrem Arbeitsbereich keine Karriereöglichkeiten und Aufstiegschancen zu sehen. **CK**

Siehe Seite 9

Die htr ab 2.12.04

Welche Themen finden das grösste Interesse? Welchen Nutzwert kann ein Zeitungsbeitrag haben? Mit diesen und ähnlichen Fragen haben wir uns in den letzten Wochen bei Redaktion und Verlag der hotel+tourismus revue beschäftigt. Das Ergebnis werden wir Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, nächste Woche vorstellen: Ab dem 2.12.2004 erscheint die htr mit verschiedenen inhaltlichen Neuerungen und mit einem leicht modifizierten Layout. An der Marke und an der Zweisprachigkeit ändert sich nichts. Die Leserschaft soll sich weiterhin zuhause fühlen. Haben wir Sie neugierig gemacht? Wir freuen uns jetzt schon auf Ihr Echo. **MD**

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

illy
ILLYCAFE AG 8800 THALWI
TEL. 01 723 10 20 FAX 01 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

viktoria
point of sales gmbh
die kasse – ihr system...
rundum gastronomisch!
viktoria point of sales gmbh
schneckenbühlstrasse 13
ch-3653 oberhofen
t: ++41 (33) 243 64 64
welcome@viktoria-pos.ch

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

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

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern
MWST?
www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus

htr IN KÜRZE

Sensibilisierung / Sensibilisierung für den Tourismus ist notwendig. Aber wie ist dies zu bewerkstelligen? Zum Beispiel mit einer gemeinsam erarbeiteten Tourismus-Vision. Oder indem der Tourismus in die Schulen gebracht wird. **Seite 4**

Chinesische Gäste / Wie kann sich die Schweiz den neuen chinesischen Gäste Markt sichern? «China in your hand – Chinesen zu Gast in der Schweiz», heisst der Einführungskurs, den hotelierstudies veranstaltet. **Seite 5**

Motivationsfaktoren / Der Lohn ist für Mitarbeitende in touristischen Betrieben nicht der wichtigste Motivator, ein gutes Arbeitsklima gewichtet mehr. Dies zeigt eine Umfrage, die in Österreich durchgeführt wurde. **Seite 9**

Spanien / Die sevillanische Aristokratin Marta Medina hat ein neues Beherbergungskonzept ins Leben gerufen: Die «Casa de Madrid» verbindet das Ambiente eines 5-Sterne-Hotels mit dem Charakter eines privaten Gästehauses. **Seite 12**

Défilance / Seit 20 Jahren expandiert die Défilance SA mit Hauptsitz in Paris international mit Franchise-Shops auf Basis ihrer Tiefkühlbackwaren. Die Firma zählt heute weltweit 418 Outlets. Allein in der Schweiz sind es 27, aber nur drei in der Deutschschweiz. **Seite 13**

Rauchfisch / Die Bestseller Rauchlachs und geräucherte Forelle gehören eigentlich schon seit Jahren zu den kulinarischen Massenprodukten. Immer öfter werden andere Edelfische sowie Meerestriche mit Rauch veredelt und haltbar gemacht. **Seite 14**

US-Gastronomie / TV-Koch zu sein, ist in den USA ein mühsames Geschäft. Viel Arbeit und Zeitaufwand – wenig Honorar. Doch die TV-Bekanntheit dient zahlreichen Köchen und Restaurateuren als lukratives Marketing für das eigene Restaurant. **Seite 15**

«Interwhisky» / Rund 312 verschiedene Whisky-Geschmacksrichtungen und Marken galt es an der Whisky-Spezialmesse in Frankfurt zu verkosten. Ein Trend war eindeutig: Immer mehr schottische Malts werden auch «jung» getrunken. **Seite 17**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Markt China / Bald drei Monate nach ihrer ersten Reise in die Schweiz Anfang September anlässlich der «Initial ADS Tour to Europe» sind die chinesischen Touristen in der Westschweizer Hotellerie Realität. Eine erste Bilanz. **CF Seite 1**

Neuenburger Jura / Neue Konzepte sind lanciert worden, damit Gäste in den Hotels der Region ihre Wochenenden und Ferien verbringen sollen. Denn das Jahr 2004 brachte vor allem Übernachtungen aus dem Geschäftstourismus. **CF Seite 3**

«Familien willkommen» / Das Label «Familien willkommen» setzt in der Familienkampagne von Schweiz Tourismus 28 Ferienorte in Szene. Die Zulassungskriterien sind bezüglich Marketing überarbeitet worden. **CF Seite 2**

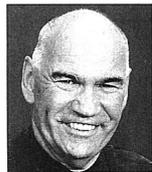
Georges Saudan / Der Direktor von Martigny Tourismus wird im März 2005 in Pension gehen. Während 28 Jahren stand er an der Spitze der lokalen Tourismusorganisation. Eine Zeit des wahren touristischen Aufschwungs. **CF Seite 5**

FORUM

Schweiz: Ohne Bilaterale II im Abschied

OTTO INEICHEN*

In welchem Umfeld bewegt sich die Schweiz heute? Wo hat sie sich konkret zu bewähren, damit die Chancen für die Zukunft intakt bleiben? – Diese Fragen stellen sich viele Bürgerinnen und Bürger in der Schweiz.



Sich mit der Schweiz heute auseinander zu setzen heisst, sich der Realität zu stellen. Die Schweiz hat international den höchsten Lebensstandard, die höchsten Löhne. Weltweit erleben wir eine atemberaubende Entwicklung. Sie manifestiert sich in laufend günstigeren Produkten und Dienstleistungen und in einem enormen Lohnwettbewerb. Damit hat sich jedes Unternehmen auseinander zu setzen. Man nehme zum Beispiel die Gastronomie und Hotellerie. Der grösste Kostenblock sind die Löhne. Um mit den Nachbarn Deutschland, Italien und Österreich wettbewerbsfähig zu bleiben, werden wir leider nicht darum herumkommen, bei gleichem Lohn länger zu arbeiten, um in der Tourismusindustrie unseren Mitbewerbern die Stirn bieten zu können. Im Prinzip trifft dasselbe auf die Politik zu. Hier wird es ohne schmerzliche Einschnitte und Reformen nicht gehen. Wer den Mut hat, sie aufzuzeigen und zu fordern, riskiert, nicht wiedergewählt zu werden.

Das lässt sich am Beispiel des wichtigsten Geschäftes dieses Jahrzehnts, den Bilateralen II aufzeigen. Kurz gesagt: Hier geht es um 9 Dossiers, welche die Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU weiter verbessern. Es geht klar nicht um einen EU-Beitritt, sondern es geht um Zusammenarbeitsverträge, um beide geben und nehmen. So war ich damals ein Befürworter des EWR. Gestern wie heute lehne ich jedoch einen EU-Beitritt ab.

Wo stehen die politischen Extreme? Die SVP plädiert teilweise für eine Ablehnung, was nichts anderes heisst, als eine völlige Abschottung der Schweiz von Europa – ein Horrorszenario. Die SP die lieber heute als morgen in der EU wäre, will unbedingt das Lohnniveau in der Schweiz erhalten, mit dem Risiko, die Personenfreizügigkeit und die Bilateralen II zu gefährden. Widersprüche, wie sie kaum grösser sein könnten. Hier braucht es Brückenbauer im Parlament, um den Bilateralen II zum Durchbruch zu verhelfen.

*Otto Ineichen ist Nationalrat der FDP.

PIERRE-ANDRÉ PANNATIER

«Keine Quantité négligeable»

Pierre-André Pannatier amtiert seit rund zwei Monaten als Präsident des Hoteliervereins Wallis. Eines seiner Ziele ist, den Röstigraben im Wallis aufzufüllen. Der Hotelier – sein Traum – nimmt in seinem Interview unter anderem Stellung zur Walliser Hotellerie.

INTERVIEW: RUTH SEEHOLZER*

Sie sind seit September dieses Jahres Präsident des Walliser Hoteliervereins. Welche Ziele haben Sie?

Das Problem des Röstigrabens haben wir auch im Walliser Hotelierverein. Und das ist etwas, dem ich in meiner Amtszeit entgegenwirken möchte. Als weiteres möchte ich die Beziehung zwischen den Sektionen und dem kantonalen Verband stärken, indem ich die Sektionen besuche und somit an der Basis feststellen kann, wo der Schuh drückt. Ich wünsche mir auch, den Walliser Hotelierverein als Gesamtes besser in der Öffentlichkeit zu verankern, damit wir auch wieder mehr Gewicht bekommen. Zudem muss die Weiterbildung noch mehr intensiviert werden. Auch die Lobbyarbeit mit den Politikern soll verstärkt werden. Schliesslich darf man nicht vergessen, dass die Hotellerie ein wichtiger Pfeiler der Walliser Wirtschaft ist. Immerhin zahlen wir pro Tag Löhne im Umfang von einer Million Franken aus. Und unsere Angestellten leben hier. Sie zahlen hier Steuern und konsumieren. Wir sind keine Quantité négligeable.

«Lohndumping bewirkt, dass Sie schlechte Leute haben.»

Weshalb haben Sie dieses Amt übernommen?

Ich denke, man muss in einem Hotel geboren und aufgewachsen sein, man muss sein ganzes Leben quasi Hotelluft geschnuppert haben, um sich mit Freude und Elan in die Arbeit im Hotelverein zu stürzen (lacht). Zudem bin ich überzeugt dass man nicht immer nur jammern darf, sondern selber auch anpacken muss. Nur so kann man etwas bewirken.

Was erwarten Sie von der kommenden Wintersaison?

Wir sind froh, wenn es auf dem gleichen Niveau stagniert. Allgemein sind die Prognosen eigentlich eher positiv. Allerdings, wenn man die Zahlen der vergangenen Saison anschaut, dann sind die Übernachtungen zwar um knapp zwei Prozent gestiegen, die Umsätze jedoch im gleichen Zeitraum

Foto: Walter Bellwald



PIERRE-ANDRÉ PANNATIER

Der Präsident des Walliser Hoteliervereins hat sich vorgenommen, gegen den Walliser Röstigraben anzukämpfen.

men um zwei Prozent gesunken. Unser Ziel ist es nicht, à tout prix Übernachtungen zu generieren. Wir müssen schauen, dass wir die Umsätze halten können.

Personalmässig wird sich wohl einiges ändern in der kommenden Saison mit dem freien Personalverkehr. Die Rekrutierung von Personal wird also einfacher?

Das auf alle Fälle. Das haben wir bereits festgestellt. Durch den freien Personalverkehr bekommen wir sehr gut ausgebildete Fachleute aus dem benachbarten deutschsprachigen Ausland, was natürlich ein grosser Pluspunkt für unsere Branche ist. Diese Leute kommen sehr gerne zu uns, da wir viel höhere Löhne zahlen.

Ist Lohndumping in der Hotellerie ein Thema?

Lohndumping bewirkt, dass Sie schlechte Leute haben. Gute Fachleute haben ihren Preis, ob Ausländer oder Schweizer. In unserem eigenen Hotelbetrieb beispielsweise ist mir jede Fremdsprache, die ein Angestellter spricht, 100 Franken mehr Lohn pro Monat wert. Und wenn ein Angestellter es gut mit den Gästen kann, dann bringt das dem Arbeitgeber mehr, als wenn er den Lohn drückt.

Warum weist gerade die Walliser Hotellerie eine so kleine Anzahl von einheimischen Angestellten aus?

Der Walliser Hotelierverein versucht ständig, dem entgegenzuwirken. Wir führen Tage der offenen Tür durch, organisieren Nachmittage für OS-Schülerinnen und -Schüler, wir versuchen, die gastgewerblichen Berufe vorzustellen. Aber wir generieren effektiv sehr wenige Einheimische.

In den Sechziger- und Siebzigerjahren arbeiteten vor allem Einheimische in den Walliser Hotels. Was hat sich seither verändert?

Heute gibt es viel mehr andere Berufe als früher. Dazu kommt, dass es nicht mehr «modern» ist, an einem Wochenende zu arbeiten. Dabei bin ich überzeugt, dass es in den kommenden Jahren eine grosse Verschiebung bezüglich flexible Arbeitszeiten geben wird.

Das Hotelsterben nimmt auch im Wallis seinen Lauf. Haben alteingesessene Hoteliersfamilien in den letzten Jahren zu wenig Reserven angesammelt, um reinvestieren zu können?

Man kann das nicht pauschalisieren, aber da wurden früher doch böse Fehler gemacht. Und darum machen heute zum Teil auch die Banken nicht mehr mit. Wenn man – anstatt das Geld auf die Seite zu legen für Neuinvestitionen – diese Mittel für private und ausserbetriebliche Investitionen abgezweigt hat, dann darf man sich nicht wundern, wenn später kein Geld für Renovationen zur Hand ist.

Die Walliser Hotels weisen zum grossen Teil sehr kleine Strukturen auf. Müsste man da nicht den Hebel ansetzen?

Sie haben Recht. Nehmen wir das Beispiel Zermatt. Da kommen 6000 Hotelbetten auf 120 Hotels. Das macht einen Schnitt von 50 Betten pro Hotel. Das sind natürlich winzige Strukturen. Dies bedeutet: 120 Portiers, die die Gäste am Bahnhof abholen, 120 Küchenchefs und so weiter. Wir versuchen heute aktiv, gewisse Strukturen zusammenzulegen, zum Beispiel bei der Wäscherei, bei Einkauf und Marketing etc.

«In Zermatt kommen 6000 Hotelbetten auf 120 Hotels.»

Könnte man sich eine Art Hotelfusionen vorstellen?

Man könnte zum Beispiel gemeinsam Personal anstellen. Es ist absolut denkbar, dass man dabei Mitarbeiter zwei Tage im einen Hotel und ein paar Tage im anderen arbeiten lässt. Das sind praktikable Lösungen. Das kommt auch je länger je mehr. Natürlich ist das – schon von der Walliser Mentalität her – nicht ganz so einfach.

Wollten Sie schon immer Hotelier sein?

Es ist mein Traumberuf. Ich wollte nie etwas anderes machen. Wir haben sehr viele sehr treue Stammgäste. Einige von ihnen haben mich und meine Brüder hier aufwachsen sehen. Das ist eben der Vorteil der kleinen Hotels. Hier ist eine persönliche Betreuung noch gewährleistet. Das ist das, was der Gast meistens auch will: Eine emotionale Bindung zu seinem Feriort. Und das ist das Plus der Walliser Hotellers.

*Redaktorin bei der «RZ Oberwallis»

Zur Person

Pierre-André Pannatier, Besitzer des 3-Sterne-Hotels Alpenblick in Zermatt, ist verheiratet und Vater zweier Kinder. Er absolvierte die Hotelfachschule Lausanne. Vorher machte er in einem Zermatter Hotel eine Kochlehre. Nach Praktiken in verschiedenen Hotels und einem Sprachaufenthalt in England stieg er 1984 in den elterlichen Betrieb ein. Seit vier Jahren führt er den «Alpenblick». Pannatier ist nicht nur Präsident des Hoteliervereins Wallis sondern auch noch Präsident des Zermatter Hoteliervereins. An der nächsten GV will er dieses Amt abgeben. Bei Zermatt Tourismus arbeitet Pannatier im Ausschuss mit. CK

Tank & Rast verkauft

Autobahn-Raststätten. Britische Investoren werden die meisten deutschen Autobahn-Raststätten übernehmen. Das Beteiligungsunternehmen Terra Firma erhielt den Zuschlag für Tank & Rast. Die Firma betreibt rund 90 Prozent der deutschen Autobahn-Raststätten. Bisherige Eigentümer sind Lufthansa (30,6 Prozent), Apax Fonds und die Allianz-Tochter Capital Partners. Sie stellten die Börsenpläne nach dem Zuschlag ein. *GSG/sda*

Pizza Hut geht in den Konkurs

Schweiz. Die Pizzakette «Pizza Hut» geht in Konkurs. Die Generalistin hat am Dienstag über die Firma in der Schweiz den Konkurs verhängt, wie «NZZ Online» mitteilt. Die sechs Restaurants, die rund 100 Angestellte beschäftigen, werden schliessen müssen. Die Pizzakette war während rund 20 Jahren in der Schweiz tätig. Pizza Hut zählte zuletzt noch sechs Restaurants. Anfang 2004 waren es noch neun Restaurants gewesen. *GSG*

St. Gallen macht das Rennen

Ferientag. Nach Lausanne im Jahr 2005 macht der «Schweizer Ferientag» im Jahr 2006 Halt in St. Gallen. Dies gab Tourismusdirektor Alberto Vonaesch am Montag bekannt. St. Gallen-Bodensee Tourismus habe unter mehreren Bewerbern den Zuschlag für die 9. Austragung des nationalen Fachkongresses der Tourismusbranche erhalten. Die Fachveranstaltung soll in den Messehallen der Olma stattfinden, der Abendevent in der Tonhalle. *TL*

Herabsetzung scheidet die Geister

Schutzalter. Die gastgewerblichen Arbeitgeberorganisationen Gastrosuisse, hotellerieuisse und Schweizer Cafetier-Verband begrüssen den Beschluss des Bundesrates, dem Parlament eine Herabsetzung des arbeitsgesetzlichen Schutzalters für Lehrlinge und Jugendliche auf 18 Jahre zu unterbreiten. Diese Änderung des Arbeitsgesetzes führe zu einer Harmonisierung der Rechte und Pflichten von Lehrlingen und Jugendlichen. Der Schutz von minderjährigen Jugendlichen und Lehrlingen bleibe vollumfänglich gewährleistet, begründen die gastgewerblichen Arbeitgeberorganisationen in einer Medieninformation ihre Haltung. Den Vorschlag des Bundesrates bedauert hingegen die Berufsorganisation Hotel & Gastro Union. Als «völlig unakzeptabel» erachtet sie den Aspekt, dass der Vorschlag allen Lernenden (Lehrlinge) im Schweizer Gastgewerbe, die älter als 18 Jahre sind, in Zukunft jeden Schutz im Zusammen-

hang mit Nachtarbeit verwehren würde. An seiner Sitzung vom 17. November hatte der Bundesrat beschlossen, dem Parlament eine Vorlage zur Änderung des Arbeitsgesetzes zu unterbreiten. Nach dieser Vorlage soll das Schutzalter für jugendliche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, heute auf 20 Jahre für Lehrlinge und 19 Jahre für die übrigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer festgelegt, auf 18 Jahre herabgesetzt werden. *DST*

SCHWEIZ

Rang 7 bei Infrastruktur

Verglichen mit allen anderen Ländern der Welt bietet die Schweiz ihren Gästen eine sehr gute Infrastruktur. In einer entsprechenden Rangliste des Welttourismusrates (WTTC) liegt die Schweiz auf Rang 7. Den ersten Platz eroberte sich die Mittelmeerinsel Malta, gefolgt von Singapur und den Barbados-Inseln, wie der Welttourismusrat letzte Woche in London mitteilte. Bewertet wurden sanitäre Anlagen, der Zugang zu fließendem Wasser sowie der Ausbau des Strassennetzes.

In der Kategorie «Soziales» klassierte sich die Schweiz auf Rang 9. In dieser Kategorie wurde gezählt, wie viele kriminelle Taten im Jahr 2003 in den Medien gemeldet worden waren. Auf Rang 1 platzierte sich Norwegen, gefolgt von Japan und Schweden.

Mit Rang 116 schnitt die Schweiz in der Kategorie «Preis-Wettbewerbsfähigkeit» am schlechtesten ab. Ein kleiner Trost dabei: Der direkte Konkurrent Österreich ist ebenfalls weit hinten zu finden – nämlich auf Rang 92. Die Podestplätze errangen in dieser Kategorie Brasilien vor Indien und Äthiopien. Der Welttourismusrat erstellte die Ranglisten in Zusammenarbeit mit dem Christel de Haan Tourism & Travel Research Institute der Universität Nottingham. *TL/sda*

Weitere Informationen: www.wttc.org

BERGBAHNEN

Rutschiger Untergrund

Mehrere Schweizer Bergbahnen stehen vor Millioneninvestitionen. Der Grund: Die Klimaerwärmung und der Hitzesommer 2003 haben dazu geführt, dass den Unternehmen die auf Permafrost gebauten Fundamente wegzurutschen drohen. Auf das Problem sei man gestossen, als einige Bergbahnen ihre Betriebsbewilligung erneuern mussten, sagte Davide Demicheli vom Bundesamt für Verkehr (BAV) zu einer Meldung der «SonntagsZeitung». Im Rahmen dieses Verfahrens müssen die Bergbahnen auch Sicherheitsnachweise vorlegen.

Betroffen sind bisher vier grössere Bergbahnen. Die Lagalb-Bahn in Pontresina musste die Fundamente ihrer Bergstation sanieren. Bei den Bergbahnen Samnaun senkten sich die Fundamente der Bergstation einer neu gebauten Skifilialanlage ab. Bei der Zwischenstation Stafel-Seetalhorn der Bergbahnen Grächen im Wallis geriet der Untergrund ins Rutschen, und bei der auf Permafrost gebauten Bergstation der Corvatsch-Bahnen ob St. Moritz muss nach einem Bergsturz in der Nähe ein neuer Sicherheitsnachweis erbracht werden. Eine Liste mit allen betroffenen Unternehmen will das BAV nicht veröffentlichen. Es seien bisher nur wenige Bergbahnen von diesem Problem betroffen, sagt Demicheli weiter. *TL/sda*

SCHENGEN-ABKOMMEN

SVP bringt Alternative ins Spiel

Die Tourismuspolitiker der SVP ziehen die einseitige Anerkennung des Schengen-Visums einem Beitritt vor. Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands, konnte ihre Parteikollegen nicht umstimmen. Die Debatte im Parlament geht nächste Woche los.

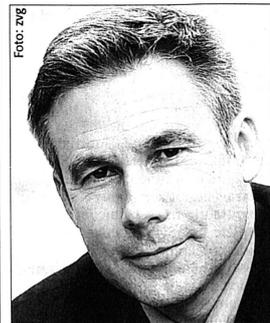
■ THERES LAGLER

Er gehört zu jenen SVP-Politikern, die sich vertieft mit dem Tourismus auseinandersetzen: Nationalrat Adrian Amstutz. Der Berner Oberländer amtierte mehrere Jahre als Präsident von Thunersee Tourismus. Zudem brachte er bei der Beratung des neuen Rahmenkredits für Schweiz Tourismus den Kompromissvorschlag ein, den Kredit zwar auf drei Jahre zu beschränken, dafür aber auf jährlich 46 Mio. Franken zu erhöhen. Die Frage, welche Auswirkungen ein Beitritt zum europäischen Schengen-Raum auf den Schweizer Tourismus hat, beurteilt Adrian Amstutz nun aber komplett anders als die meisten Touristiker im Land. Er tritt für eine Ablehnung des Schengen-Abkommens ein.

SVP: SICHERHEIT WICHTIG ALS VISAKOORDINATION

«Es geht darum, eine Güterabwägung zu machen», erklärt Adrian Amstutz. Eine Visakoordination bringe dem Schweizer Tourismus zwar Vorteile, gleichzeitig gewinne aber auch der Sicherheitsaspekt an Bedeutung. Und hier ortet der SVP-Nationalrat ein Problem: «Wenn wir uns gleichschalten mit der Europäischen Union, haben wir bald auch die gleichen Sicherheitsprobleme.» Ein gut situierter Chinese beispielsweise wolle doch in ein Land reisen, wo er keine Angst haben müsse, dass ihm das Portemonnaie aus der Tasche gestohlen werde.

Adrian Amstutz weiss, dass gerade in Bezug auf die Wachstumsmärkte China, Indien und Russland die Schweiz derzeit einen Wettbewerbsnachteil aufweist, weil die Gäste aus



Contra Schengen-Beitritt: SVP-Tourismuspolitiker Adrian Amstutz.

Foto: Keystone



PASSKONTROLLE AN DER SCHWEIZER GRENZE

Tritt die Schweiz dem europäischen Schengen-Raum bei, gibt es weniger Personenkontrollen an der Schweizer Grenze. Genau das ist der SVP ein Dorn im Auge. Sie befürchtet ein Sicherheitsrisiko für das Tourismusland Schweiz.

diesen Ländern nebst dem Schengen-Visum ein zusätzliches Visum für die Schweiz beantragen müssen. «Diesen Stolperstein für den Tourismus müssen wir wegräumen», betont er und schlägt deshalb vor, die Schengen-Visa dieser Touristen einseitig durch die Schweiz anzuerkennen. Das funktionieren ja bereits bei acht anderen Ländern. Nach einer allfälligen Ablehnung des Schengen-Abkommens könnte sich der SVP-Politiker zudem vorstellen, mit der EU Verhandlungen über ein «Schengen light» aufzunehmen, das ohne Abbau der Schweizer Grenzkontrollen auskommen würde.

REISEBÜROS: «EINE BARRIERE IM KOPF»

Davon hält Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) und selber SVP-Mitglied, wenig: «Auf diese Weise behält die Schweiz ihr Rosinenpicker-Image.» Die einseitige Anerkennung der Schengen-Visa bezeichnet die STV-Direktorin nur als «halbe Lösung», die höchstens für eine Übergangszeit tauglich sei. So müssten beispielsweise chinesische Tour-Operatoren ihre Europareise in der Schweiz starten oder beenden. Ansonsten sei ein Schengen-Mehrfachvisum für die Gruppe nötig, um von der Schweiz wieder in einen anderen Schengen-Staat auszureisen. Das Mehrfachvisum sei mit 35 Euro zwar nicht teurer als ein Einfachvisum, aber gemäss EU-Richtlinien an Bedingungen wie regelmässige Geschäftsbeziehungen geknüpft.

Judith Renner-Bach befürchtet, dass die Unklarheiten bezüglich Mehrfachvisa die Reiseveranstalter aus Fernost davon abhalten könnten, die Schweiz überhaupt in ihr Reise-

programm aufzunehmen. «Das wirkt wie eine Barriere im Kopf.»

ZEITORIZONT: UMSETZUNG AB 2006 GEFORDERT

Sukurs erhält die STV-Direktorin von Christoph Juen, Direktor hotelieruisse, der im Pro-Schengen-Komitee des Wirtschaftsdachverbands economiesuisse sitzt. Er rechnet bei einem Schengen-Beitritt mit einer Verdoppelung der Anzahl Touristen aus den Zukunftsmärkten. Die einseitige Anerkennung der Schengen-Visa hält er für eine Scheinsouveränität, da die Schweiz so einfach die Visa-Entscheidung der EU übernehme. Juen möchte deshalb auch von einer allfälligen Übergangslösung nichts wissen: «Wir sollten alle Kräfte darauf verwenden, die operative Umsetzung des Schengen-Beitritts voranzutreiben, so dass wir am 1. Januar 2006 parat sind.»



Pro Schengen-Beitritt: STV-Direktorin und SVP-Mitglied Judith Renner-Bach.

Schengen-Beitritt: Zahlen und Fakten

Ein statt zwei Visa: Rund 90 Länder – darunter China, Indien und Russland – benötigen heute sowohl ein Visum für die Einreise in die EU als auch ein Visum für die Einreise in die Schweiz. Für eine Europareise inklusive Schweiz-Besuch müssen Gäste aus diesen Ländern also zwei Visa kaufen. Die Kosten: 35 Euro für das Schengen-Visum, 55 Franken für das Schweiz-Visum. Nach einem Schengen-Beitritt der Schweiz wäre nur noch ein Schengen-Visum nötig. **Neue Visumpflicht:** Touristen aus 17 Ländern (Südafrika und diverse Karibikstaaten), die bisher ohne Visum in die Schweiz einreisen konnten, müssten neu ein Schengen-Visum beantragen. Der Schweizer Tourismus-Verband befürchtet dadurch aber keine negativen Folgen, da auch diese Gäste an einem grenzenlosen Reisen in Europa interessiert seien.

Gültigkeitsdauer: Das Schengen-Visum gilt nur für Touristen und Geschäftsreisende, die sich bis zu drei Monaten im Schengen-Raum aufhalten. Eine längere Aufenthalts- oder gar Arbeitsbewilligung untersteht weiterhin den Vorgaben der einzelnen Nationen.

Souvenirs: Keinen Einfluss hat das Schengen-Visum auf den Kauf und Transport von Souvenirs. Die Schweiz gehört mit oder ohne Schengen-Abkommen nicht zur EU-Zollunion. Güter können deshalb beim Grenzübertritt weiterhin kontrolliert werden. *TL*

SENSIBILISIERUNG FÜR DEN TOURISMUS

Eine Tourismus-Vision fürs Jahr 2005

Sensibilisierung für den Tourismus ist notwendig. Nur wie? Mit einer gemeinsam erarbeiteten Tourismus-Vision zum Beispiel. Oder indem der Tourismus in die Schulen gebracht wird. Tourismusdirektoren setzen sich mit dem Thema Sensibilisierung auseinander.

CHRISTINE KÜNZLER

Auf dem Platz jedes Teilnehmers des vom Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM) organisierten Workshops zum Thema Sensibilisierung liegt eine Kopie des Artikels, der im Magazin des «Tages-Anzeigers» erschienen ist. In diesem Artikel schreibt der Journalist über Negativergebnisse in der touristischen Schweiz. An eini-

gen Beispielen demonstriert er gastfreundliches Verhalten von Einheimischen. – An solchen Berichten zeigt sich, wie aktuell das Thema Sensibilisierung für den Tourismus ist.

In Gruppen haben die teilnehmenden Tourismusdirektoren unter der Leitung von Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismusverbands (STV), verschiedene Ideen zur Sensibilisierung für den Tourismus ausgearbeitet. Folgende Projekte sollen weiterverfolgt werden:

- Eine Tourismus-Vision bis Ende 2005 erarbeiten, um Tourismus zu thematisieren. So soll unter anderem der jährliche offizielle Tag des Tourismus besser kommuniziert werden.
- Der Nachwuchs soll gefördert werden. Das heisst, mehr Lehrstellen in Tourismusorganisationen.
- Das Thema Tourismus soll in die Schulen gebracht werden.
- Auch Medienschaffende sollen vermehrt mit dem Thema vertraut ge-

macht werden (vgl. untenstehenden Artikel).

– Das von Schweiz Tourismus lancierte Projekt Enjoy Switzerland soll vom Pilotprojekt zur nationalen Kampagne ausgeweitet werden (bereits geplant).

Damit die ausgearbeiteten Ideen auch umgesetzt werden, hat Judith Renner-Bach Aufgaben verteilt: Die Teilnehmer wissen, bis wann sie was tun müssen. Auch der Massnahmenkatalog ist bereits definiert worden.

«WIR HABEN HANDLUNGSBEDARF»

Für Gieri Spescha, Medienverantwortlicher von Graubünden Ferien, ist die Sensibilisierung für den Tourismus «eine Herausforderung». Tourismusbewusstsein bedeute nicht, zu allem einfach ja und amen zu sagen, vielmehr, heisse das, sich an Entscheidungs- und Meinungsbildungsprozessen zu beteiligen. «In dieser Hinsicht haben wir in Graubünden Handlungsbedarf.» Schon seit Jahren sei das Thema Sensibilisierung bei Graubünden Ferien pendend. Sogar Diplomarbeiten seien zu diesem Thema geschrieben worden. Spescha erachte es deshalb als wichtig und richtig, dass der STV und der VSTM das Thema aufgenommene haben. «Erfolg können wir nur dann haben, wenn sich alle massgebenden Organisationen beteiligen», so Spescha. Vom Workshop habe er profitieren können: «Es wurde positiv und ohne Feindbilder gearbeitet.»

«DIE SENSIBILISIERUNG VORANTREIBEN»

Für Urs Wagenseil, Direktor von Lenzerheide-Valbella, ist die Tourismus-Sensibilisierung ebenfalls ein wichtiges Thema. «Ein zentraler Punkt im Enjoy-Schweizerland-Projekt», sagt Wagenseil. Zur Erinnerung: Lenzer-



heide ist Pilotort des von Schweiz Tourismus lancierten Projekts «Enjoy Switzerland». In Lenzerheide sei man sich bewusst, dass der Tourismus ein wichtiges Thema sei. Trotzdem: In einer Umfrage, die im Rahmen von «Enjoy Switzerland» gemacht worden war, habe sich gezeigt, dass sich überraschend viele Betriebe nicht vom Tou-

rismus abhängig fühlten. Fazit: «Die Sensibilisierung muss weiterhin vorangetrieben werden.» Daran werde gearbeitet mit verschiedenen Massnahmen im Rahmen von «Enjoy Switzerland» (vgl. Box). «Dieses Projekt ist im Dorf bekannt – damit haben wir ein Sprungbrett für die Sensibilisierung geschaffen», so Wagenseil.

Zukunftswerkstatt für die Bevölkerung

In den sechs Gemeinden der Ferienregion Lenzerheide-Valbella fand im Rahmen von «Enjoy Switzerland» eine Zukunftswerkstatt statt. Das Ziel: Voraussetzungen schaffen, um einen auf die Region ausgerichteten, partizipativen Entwicklungsprozess zu starten. Rund 120 Teilnehmer unterschiedlichen Alters und Berufsbildung diskutierten während eininhalb Tagen intensiv über Themen, welche sie beschäftigen. Neid, Machtkämpfe und zu wenig gegenseitiges Vertrauen, eine generell negative Einstellung und ein Profitdenken, welches oft vor der Qualität steht, gehören zu den wichtigsten Schwächen, welche die Teilnehmer identifizierten. Dem stehen als Stärken

eine gepflegte Landschaft sowie eine sehr gute Lebensqualität gegenüber. Folgender Handlungsbedarf wurde definiert: regionales Dienstleistungszentrum resp. Haus des Gastes; verbesserte Kommunikationskultur (Querverbindung Tourismus – Politik – Bevölkerung); Ausbau des öffentlichen Verkehrs; Einstieg in das gesamte Skigebiet in Churwalden; Zusammenarbeit der Bergbahnen; Einbindung aller Kreise in die Verantwortung; Stärkung des touristischen Bewusstseins; Förderung der einheimischen Dienstleistungen und Gewerbe; Normen für den Zweitwohnungsbau; Struktur Anpassungen bei den touristischen Organisationen. CK

TOURISMUSORGANISATIONEN

Der Kontakt zu den Medien wird wichtiger

Ein wichtiges Instrument zur Sensibilisierung der Bevölkerung sind touristische Berichte in den lokalen Medien. Grundsätzlich sind die Tourismusorganisationen zufrieden mit der Zusammenarbeit mit den Medienschaffenden. Das zeigt eine htr-Umfrage.

SANDRA WARMBRUNN

«Die Zusammenarbeit zwischen den lokalen Zeitungen und uns ist sehr gut», sagt etwa Marco Wess, Direktor der Ferienregion Heildland. Dafür verantwortlich ist nach seiner Meinung, dass die Redaktionen mit aufgearbeiteten Nachrichten bedient werden und ihnen qualitativ hochwertiges Bildmaterial zur Verfügung steht.

Insgesamt hat die Medienarbeit in den vergangenen Jahren an Wichtigkeit markant zugenommen, und die Pflege der Medienkontakte ist intensiviert worden und läuft heute über verschiedenste Kanäle, wie die Umfrage bei Touristikern zeigt. Ob Newsletter, Medienstammrecht oder Medien-Matinee; die einzelnen Tourismusorganisationen lassen sich allerhand einfallen, um nah bei den Journalisten zu sein. «Durch eine kompetente Medienkommunikation kann man mit vergleichsweise geringem Aufwand eine hohe Wirkung erzielen», sagt denn auch Fabrizio D'Aloisio vom Kur- und Verkehrsverein St. Moritz.

Was im noblen Winterkurort hauptsächlich im Rahmen der tägli-

Foto: Christine Künzler



Die befragten Tourismusorganisationen pflegen mit lokalen Medienleuten gute Kontakte.

chen Arbeit gepflegt wird, wird in anderen Regionen institutionalisiert. So möchte Luzern Tourismus alle zwei Monate einen Medienanlass durchführen, der die lokale Presse für Themen der Region sensibilisieren soll. Der erste «Standpunkt um 10», findet am 11. Januar 2005 statt. Michelle Kunz, seit gut zwei Monaten Kommunikationsleiterin von Luzern Tourismus, hat mit der neugeschaffenen Stelle auch gleich den Grundstein für eine intensive Medienpflege gelegt.

Was in Luzern im nächsten Jahr anläuft, ist im Genferseebereich schon seit fast zehn Jahren Bestandteil der Medienpflege. Jedes Jahr finden rund zehn «Mercredis du Tourisme» statt, bei denen jeweils 8 bis 20 lokale Journalisten erscheinen.

«OFFENE UND EHRLICHE KOMMUNIKATION»

Auch in Zürich sind diese etwas geselligeren Anlässe beliebt. «Zumeist

erscheinen etwa 6 bis 10 Journalisten», sagt Maurus Lauber, Marketingleiter von Zürich Tourismus und ergänzt: «oftmals ergibt sich dann eine Mehrfachnutzung für verschiedenste Artikel». Die im «Schweizerhof» stattfindenden Medien-Frühstücke finden grossen Anklang und werden viermal jährlich durchgeführt. Erstmals vor einem Jahr. «Wir sind sehr zufrieden mit dem Medienecho», so Lauber. Und auch auf Seiten der Medien werde diese Einrichtung geschätzt.

Weggekommen von solch einem wiederkehrenden Anlass mit einem freien Schwerpunktthema ist die Stadt Bern. Demnächst wird die neue Kommunikationsstrategie verabschiedet. Schwerpunkt wird für Tourismusdirektor Markus Lergier eine «offene und ehrliche» Kommunikation mit den Medien.

PR-ABTEILUNGEN WERDEN AUFGESTOCKT

Wie wichtig und wertvoll eine kompetente Medienstelle ist, erkennen die meisten Verkehrsvereine. Abteilungen werden aufgestockt und neue Kommunikationsstrategien entwickelt. So erhielten die PR-Abteilungen von Interlaken Tourismus und Bern Tourismus je eine neue Vollzeitstelle in diesem Jahr. Die Lokaljournalisten erhalten dort Auskunfts- und touristisch-relevanten Themen.

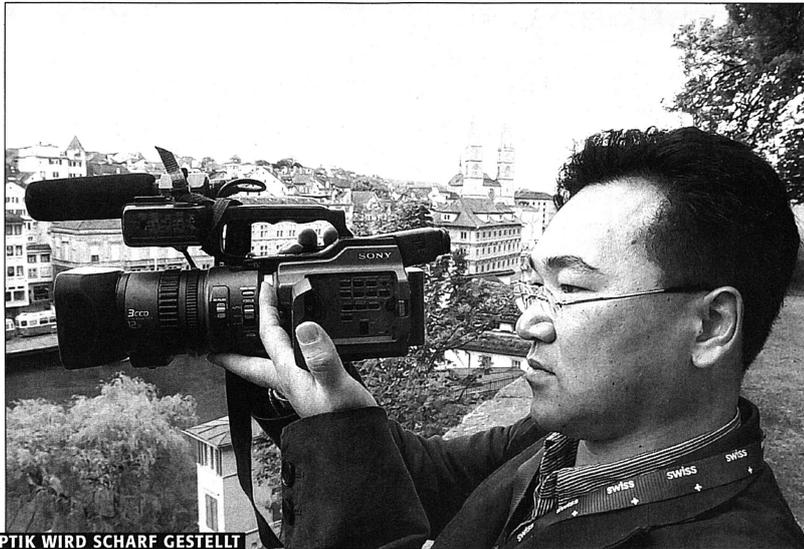
Eine offene und ehrliche Kommunikation trägt dazu bei, dass die Verkehrsvereine oft täglich zu lokalen Themen befragt werden. Das bestätigt auch ein Bündner Lokaljournalist, der die Medienabteilung von Graubünden Ferien besonders wegen den klaren und professionellen Aussagen schätzt. Er empfindet diese persönliche und direkte Art der Medienpflege als richtig. Das ist es auch, was Gieri Spescha, Marketingleiter von Graubünden Ferien, anstrebt: «Wir wollen einen offenen und transparenten Medienaustausch pflegen.» Dieser soll individuell und je nach Bedürfnis erfolgen. «Die Medienschaffenden befragen uns fast täglich zu irgendwelchen Themen», so Spescha. Dieser intensive Kontakt sei für alle befriedigend.

UMGANG MIT CHINESISCHEN GÄSTEN

Die Chinesen suchen die «heissen Orte»

Wie kann sich die Schweiz den neuen chinesischen Gäste- markt sichern? Die Hoteliers haben es in der Hand. «China in your hand – Chinesen zu Gast in der Schweiz» heisst der Einführungskurs, den hotel- leriesuisse in Städten und Ferienregionen veranstaltet.

Foto: Swiss-Image



OPTIK WIRD SCHARF GESTELLT

Die Chinesen kommen mit hohen Erwartungen in den Fernen Westen. Der Erteilung des Approved Destination Status an die Schweiz folgen nun die tatsächlichen Gäste-Begegnungen, für welche Schweizer Hotel-Kader sich vorbereiten lassen können.

KARL JOSEF VERDING

Ein ganzes Füllhorn an Tipps und Ratschlägen zu Haltung und Auftreten, gegenseitigen Erwartungen und spezifischer Atmosphäre im Umgang mit chinesischen Gästen schüttete Bernard von Muralt, Berater für Lebensstil und Umgangsformen, über die Kurs-Teilnehmer aus Hotellerie und Tourismusbüros der Region in Interlaken aus. Sollten sich die Berner Oberländer Gastgeber bisher an eine freundliche, aber eher kühle Charakteristik ihrer zahlreichen Gäste aus dem asiatischen Raum gewöhnt haben, dann sollten sie sich gemäss Ratschlag des Kursleiters neu orientieren: Es steht nämlich das Milliardenvolk mit Vorliebe für «heisse Orte» vor der Tür. Es geht um Atmosphäre, es geht um Orte, die mit dem chinesischen Begriff «renao» sind; re = heiss, nao = lärmig. «Renao», das ist das chinesische Lebensgefühl, die chinesische Gemütlichkeit, er-

klärte Bernard von Muralt seinem Interlakner Publikum.

Die Vorliebe für «Renao» ist das eine – die Prägung durch eine mehr-

tausendjährige Kultur und Sozialisierung ist das andere Merkmal, dem man aufmerksame Achtung schenken sollte. Der legendäre Lehrer dieses

Volkes, Konfuzius (551–479 v. Chr.), hat sich auch zur Gastfreundschaft geäussert: «Es gibt keine grössere Freude, als wenn Freunde von weit her anreisen.»

Dazu Bernard von Muralt: «Die Gastfreundschaft muss das Kern-Element in der Behandlung der chinesischen Feriengäste in der Schweiz sein. Sie muss die Zielsetzungen des Konzepts bestimmen. Die ersten chinesischen Gäste nach der Erteilung des Approved Destination Status an die Schweiz reisen vielleicht nur dieses eine Mal in ihrem Leben in unser Land. Aber sie geben ihre Erfahrungen weiter.»

Die Konsequenz gemäss von Muralt: «Sie müssen während ihres ganzen Aufenthalts betreut werden. Ihre Vorlieben muss man in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stellen.» Die chinesischen Vorlieben und Gewohnheiten seien sinnvollerweise dem Gastgeber bekannt, und dieser sei darauf entsprechend vorbereitet – dafür sorgen die Kurse von hotel- leriesuisse und die bereits veröffentlichte China-Broschüre von hotel- leriesuisse und Schweiz Tourismus.

Für den Fall, dass jemand in der Schweizer Gastronomie noch nicht von dieser Kenntnis berührt worden ist: «Essen spielt im Leben der Chinesen eine zentrale Rolle. Mahlzeiten sind deshalb als wichtigster Teil des Urlaubs zu gestalten», fordert Bernard von Muralt. Das Essen sei für die Chinesen ein soziales Ereignis. Die Mahlzeiten würden deshalb am gescheitesten an grossen Tischen bereitet; wie daheim im Familienkreis und mit Freunden. Chinesische Gästegruppen dürfe man nicht aufsplitten.

KONZEPTE

«Kopie der China-Küche ist definitiv falsch»

Was soll man bieten, und was sollte man sein lassen, wenn die Chinesen kommen? Direktoren von Schweizer Hotels verschiedener Segmente und Destinationen benennen ihre Konzepte und berichten über erste Erfahrungen mit chinesischen Gästen.

KARL JOSEF VERDING

Rupert Simoner, Direktor des «Kempinski Grand Hôtel des Bains» in St. Moritz, kann einen Erfahrungsschatz nutzen: «Wir betreiben mehrere Luxushotels in China, auch ich habe mehrere Jahre dort gelebt, und wir sind deshalb mit Kultur, Werten und Erwartungen – den Do's and Dont's – der chinesischen Gäste bestens vertraut.» Konsequenz: «Diese Erfahrung lassen wir im Zuge gezielter Mitarbei-

tertrainings durch unsere Trainings- abteilung in den operativen Ablauf des Hotelbetriebes einfließen.»

SPEISEN-ABFOLGE UND PORTIONSGRÖSSEN

Wie bereitet sich speziell die Gastronomie im «Grand Hôtel des Bains» auf die chinesischen Gäste vor? «Am ehestens noch am Frühstücksbuffet», antwortet Simoner. «Die chinesische Küche ist so vielseitig wie das Land gross ist. Es wäre definitiv der falsche Weg, zu versuchen, diese zu kopieren, da dies ein Chinese nicht schätzen wird. Besser ist es, mit einer ähnlichen Speisenabfolge bzw. Portionsgrößen zu arbeiten und Produkte zu vermeiden, die absolut nicht den Geschmack der Gäste treffen.»

Der Direktor des Grand-Hotels räumt ein: «China ist, mit einzelnen Ausnahmen, noch nicht reif für das europäische Luxury-Segment – abgesehen von Hongkong-Chinesen. Wir arbeiten jedoch bereits sehr erfolg-

reich mit Taiwan, das aber bekanntlich nicht zum Staatsgebiet der Volksrepublik China gehört.»

Jürg Zürcher, Direktor des «Sunstar Hotel Davos», berichtet: «Im Vorstand von Hotel-Gastro Davos haben wir uns entschieden, den von hotel- leriesuisse angebotenen Workshop «China in your hands» in Davos durchzuführen. Dieser wird im Februar stattfinden, und das Interesse ist gross. Bis heute haben sich bereits 23 Hoteliers aus Davos dazu angemeldet.» Für das Sunstar-Hotel ist Zürcher «im Kontakt mit den grossen Incoming-Firmen der Reisebranche». Die Gastronomie im Hotel habe «noch keine speziellen Vorbereitungen» in Bezug auf die chinesischen Gäste getroffen. «Sobald wir Anfragen für chinesische Reisegruppen bekommen, werden wir die Bedürfnisse jedoch genau abklären und uns entsprechend organisieren», erklärt Zürcher. Bis jetzt hatte das Davoser 4-Sterne-Hotel mit 214 Zimmern und 384 Betten noch keine Gäste aus China. «Ich denke, wir werden zuerst Gruppen auf Europa-Rundreise und Kongress Teilnehmer begrüssen dürfen», meint sein Direktor.

der: «Die Gäste aus China möchten vor allem lokale Spezialitäten geniessen; wir gelten als «local Restaurant.» In Luzern gebe es «verschiedene chinesische oder asiatische Restaurants, die das Essen genau so zubereiten, als ob die Chinesen zu Hause essen würden. Unsere Hotel-Gastronomie hat ein paar Menüs für die Gruppen vorbereitet, ansonsten essen die Gäste in unserem Restaurant à la carte, je nach ihrem Geschmack.»

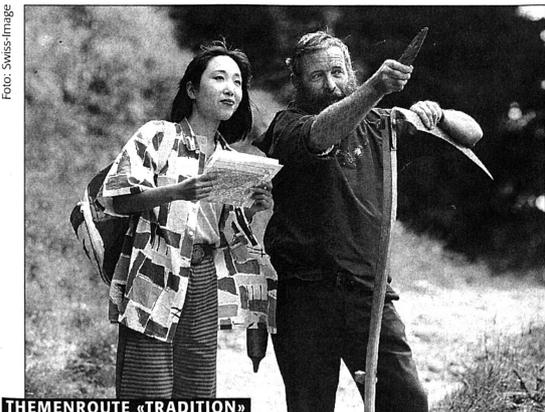
«REISEBEGLEITUNG KENNT DIE GEPFLOGENHEITEN»

Seit der Erteilung des Approved Destination Status (ADS) an die Schweiz hat man im Hotel de la Paix «noch keine Zunahme an chinesischen Gästen im Hotel oder Restaurant bemerkt – dies liegt vielleicht zurzeit auch an der Saison; wir denken, dass dies im Sommer eventuell verstärkt wird». Zehnder rechnet zuerst mit Ferien-Gruppen auf Europa-Rundreise sowie mit Incentive-Reisenden – «weil sich die Chinesen noch in Gruppen bewegen» –, «anschliessend, so hoffen wir, kommen individuelle Feriendreisende, Geschäftsreisende und Meeting-Teilnehmer».

Anny und Pierre Bravin leiten das Best-Western-Hotel Albatro in Lugano, das bereits «ab und zu» chinesische Gäste hat: «Aus der Fachpresse konnten wir verschiedene Anregungen entnehmen und haben uns so weit als möglich darauf eingerichtet. Es handelte sich fast immer um kleinere Gruppen, die auch über eine Reisebegleitung verfügen, welche die Gepflogenheiten in Europa bereits kennt.» Die Hauptmahlzeiten würden fast immer in den chinesischen Restaurants Luganos eingenommen. Deren Adressen seien den Gruppen bereits bekannt. Beim Buffet-Frühstück im Hotel Albatro könne «dank der Auswahl jeder chinesische Gast selbst seine bevorzugten Gerichte auswählen. Frische Früchte, Fruchtsalat, Fruchtsaft, frisches Wasser, Schinken, Käse und Tee werden hauptsächlich gewünscht. Aber man versucht auch anderes, wie Croissant, Butter, Konfitüre und Müesli – hauptsächlich Corn-Flakes.» – Es dominieren hier bisher «kleinere Gruppen auf Europa-Rundreisen». Oft gebe es chinesische Geschäftsreisen mit Besuch von Firmen in unserer Gegend – eine Kombination von Geschäft und Sightseeing», so das Tessiner Direktoren-Ehepaar.

BEACHTUNG FÜR DETAILS IM SWISS-BUDGET-HOTEL

«Wir haben zum Teil bereits Gäste aus China», berichtet Ferdinand A. Zehnder, Direktor des «Hotel de la Paix», Luzern: «was allerdings zurzeit noch einen geringen Teil ausmacht». Das 3-Sterne-Haus ist Mitglied der Swiss Budget Hotels. «Es gibt ein paar Kleinigkeiten, die wir beachten», erklärt Zehnder, «zum Beispiel: keine Zimmer mit der Zahl 4 zuteilen. Ansonsten behandeln wir diese Gäste ganz normal.» Denn: «Wir sind der Ansicht, dass wir ein 3-Sterne-Hotel in Luzern – im Herzen der Schweiz – sind. Unser Hotel gilt auch als local Hotel und ist und kann nicht mit einem internationalen Kettenbetrieb- verglichen werden.» – Wie stellt sich die Gastronomie im «de la Paix» auf die chinesischen Gäste ein? Dazu Zeh-



THEMENROUTE «TRADITION»

Ein Bergbauer zeigt einer chinesischen Touristin den Weg im Wandergebiet der Rigi: eine hilfreiche Begegnung, die auch ohne Einführungskurs funktioniert.

Buchung und Annullierung «last minute»

Anny und Pierre Bravin vom Hotel Albatro in Lugano stellen fest: Beim gegenwärtigen Chinesen-Geschäft gehe um «sehr kurzfristige Reservationen, sehr preiswert, um nicht zu sagen billig», und um «vorgegebene Preise – take it or leave it». Aber: «Das kann sich noch ändern, es war ja bei der Öffnung der neuen deutschen Bundesländer dasselbe.»

An das Sales-Department des Hotels Albatro wurde am 17. November 2004 ein Fax von Mr. Wei von der Favor Travel Services GmbH in Frankfurt am Main adressiert, betreffend «Last-minute Booking Contract 2005 für Chi-

nese Marketing». Für die Aufnahme in die Liste «unserer besten Partner» brauche es ein Vertrags-Angebot des Hotels mit folgendem Inhalt:
– «Low budget contract rates (Low-budget-Vertragspreise) 2005»;
– «FIT (Frequent Individual Traveler) = group rates or low group minimum»;
– «Payment per voucher» (Gutschein);
– «Last minute reservation and cancellation policy». (Cancellation = dt. Annullierung.)

Dann könne das Hotel profitieren: «from the closing up Chinese market» – vom chinesischen Markt, der dabei sei, geschlossen zu werden. KV



Mit einem modernen Publifon, das ganz auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist, wird Ihr Betrieb attraktiver und zahlt sich doppelt aus: für Ihre Kundschaft durch eine beliebte Dienstleistung, für Sie durch programmierbare Zusatzeinnahmen. **Mehr Informationen unter der Gratisnummer 0800 800 800 oder www.swisscom-fixnet.ch/publifon**

Diese Dienstleistung zahlt sich aus.

Publifon® Sirius

Klein, günstig und trotzdem ein Alleskönner. Das ideale Taxcard-Telefon für überwachte Innenräume.



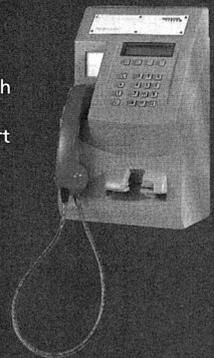
Publifon® Vega

Der universelle und zukunftsweisende Allrounder. Optimal in halbüberwachten Innenräumen. Akzeptiert Taxcard®, Postcard und Kreditkarten.



Publifon® Comet

Das unerschütterlich robuste Outdoor-Publifon. Akzeptiert Taxcard®, Postcard und Kreditkarten.



Publifon® Polaris

Praktisch, vielseitig und profitabel: Das Münzpublifon aus Kunststoff ist ideal für einsehbare Innenräume.



Publifon® Polaris M

Die robuste und vandalensichere Version des Münzpublifons, geeignet für nicht überwachte Innenräume.

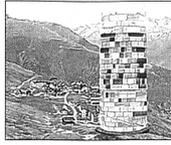


swisscom **fixnet**

Einfach verbunden.



CHUR / Das Hotel Stern und das Restaurant Controversa werden von einer Auffanggesellschaft übernommen. SEITE 10



HOTELTURM / Im Wallis sorgen Pläne für ein 100 Meter hohes, drehbares Luxushotel auf der Laxeralp für Aufregung. SEITE 11

**Tourismus
Hotellerie**

hotel+tourismus revue

«LA TERRASSE DE GSTAAD»

Aus dem VR ausgetreten

Roger Seifritz, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, ist aus dem Verwaltungsrat der Projektgesellschaft «La Terrasse de Gstaad» ausgetreten.

DANIEL STAMPFELI

Seinen Austritt aus dem Verwaltungsrat der LTG AG (La Terrasse de Gstaad) begründet Roger Seifritz, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, mit der Konfliktsituation, welche sich aufgrund der Reduktion des Projekts ergebe. «Wenn das Projekt reduziert wird, ist das in meiner Funktion ein Problem. Als Tourismusdirektor kann ich nicht ein einzelnes Hotelprojekt fördern.» Roger Seifritz hatte sich auch als Privatperson finanziell an der Projektgesellschaft LTG AG beteiligt. Die Projektvision «La Terrasse de Gstaad» kann bekanntlich in seiner ursprünglich geplanten Form in Schönried-Saanenmöser kurzfristig nicht umgesetzt werden.

AUCH VR-PRÄSIDENT SCHMID TRITT ZURÜCK

Die LTG AG existiert weiterhin und will, so Roger Seifritz, nach Möglichkeit weiterhin zumindest ein abgespecktes Projekt umsetzen. Zurzeit gehe man diesbezüglich über die Bücher und Anfang Dezember soll an der nächsten Verwaltungsrats-Sitzung das weitere Vorgehen beschlossen werden. Auf diese VR-Sitzung hin hat auch der bisherige Verwaltungsrats-Präsident Laurent Schmid seinen Rücktritt angekündigt. Als Mitbesitzer des Wellnesshotels Ermitage-Golf in Schönried habe Schmid kein Interesse, einen Konkurrenzbetrieb zu pushen, welchen er kapitalmässig nicht beherrschen könne.



Roger Seifritz

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

EGON SMERAL

«Es braucht Überzeugungsarbeit»

Der Tourismusexperte Egon Smeral sieht für alle Bereiche des Tourismus Möglichkeiten zur Bildung von erfolgreichen Kooperationen. Eigennütziges Verhalten von Unternehmern führe hingegen meist nur kurzfristig zu mehr Geld in der Kasse.

INTERVIEW: DANIEL STAMPFELI

Immer häufiger wird auch im Tourismus von Kooperationen gesprochen. Wie geeignet sind solche Formen, um die Krise im Tourismus zu überwinden?

Der Ausdruck «Tourismuskrise» ist mir im Allgemeinen etwas zu hart, wobei die Schweiz ein Sonderfall ist. Generell betrachtet sind Kooperationen geeignet, vor allem um klein- und mittelbetrieblich strukturierte Regionen im Wettbewerb zu stärken. Eine Kooperation ist ein Netzwerk, in welchem kleinere und mittlere Unternehmen zusammengefasst werden. Es wird eine grössere Wettbewerbsfähigkeit geschaffen. Die Einkaufs- und Verkaufsmacht steigt, es können bessere Preise erzielt werden.

«Ein hoher Anteil an Stammgästen macht den Unternehmer sehr träge.»

Eine generelle Krise sehen Sie also im Tourismus nicht.

Man muss bedenken, dass wir im alpinen Tourismus langsam ein sehr hohes Niveau erreicht haben und quantitative Zuwächse eher schwierig zu realisieren sind. Die Schweiz hat dabei ein spezifisches Problem, welches ich als Preisproblem bezeichnen würde. Man kann aus der Entwicklung der letzten Jahre ziemlich deutlich nachweisen, dass langfristig jene Länder Marktanteile verloren haben, welche sich im Verhältnis zu anderen verteuert haben.

Haben Kooperationen mit zunehmender Globalisierung an Bedeutung gewonnen?

Ja natürlich. Denn die Globalisierung setzt vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen unter Druck.

Foto: zsg



TOURISMUSEXPORTE EGON SMERAL

«Es ist für den einzelnen Kleinhändler enorm schwierig, sich gegen grosse Tour-Operators und Reservierungssysteme durchzusetzen.»

Es ist für den einzelnen Kleinhändler enorm schwierig, sich gegen grosse Tour-Operators und Reservierungssysteme durchzusetzen. Da ist die Kooperation eine Methode, um sich gegen die Grossen durchzusetzen.

Gibt es im Tourismus Bereiche, die sich besser als andere für Kooperationen eignen?

Grundsätzlich eignen sich alle dafür. Es hängt jedoch von der Reife der Destination ab. Die einfachste Form der Kooperation ist die horizontale, d.h. es kooperieren Hotels untereinander. Diese Form ist relativ einfach zu bewerkstelligen. Dann gibt es die so genannten vertikalen Kooperationen. Da stehen Unternehmen mit Zulieferern oder Abkäufern in Beziehung. Es können Betriebe vom Hotel bis hin zum Reiseveranstalter oder Transportunternehmen involviert sein. Schwieriger zu vollziehen ist die

so genannte diagonale Kooperation, welche mit branchenfremden Unternehmen stattfindet. Denkbar ist folgendes Beispiel: Der Skischulbesitzer kooperiert mit einem Fotografen, der bei den Skikursen mitfährt und am Abend den Teilnehmern die Fotos verkauft. Eine andere Möglichkeit ist, dass der Handel in Hotelhallen seine Waren zum Verkauf anbietet.

Welche Gefahren bestehen beim Eingehen von Kooperationen?

Damit sich eine Kooperation auszahlt, müssen komplementäre Ressourcen und Kernkompetenzen vorhanden sein. Ist dies nicht gegeben, wird es schwierig.

Gibt es bezüglich Kooperationsmöglichkeiten Unterschiede zwischen Österreich und der Schweiz?

Der österreichische Tourismus ist offener, d.h. wir haben einen deutlich

geringeren Inländer-Anteil und weniger Stammgäste. Das führt dazu, dass in Österreich mehr Information vom Markt kommt. Denn wenn ein Unternehmer sein Auskommen vorwiegend mit Stammgästen erwirtschaftet, erfährt er zu wenig von draussen, was es alles gibt. Entsprechend wird der Unternehmer zu wenig gefordert. Ich glaube, dass dies in der Schweiz relativ stark der Fall ist. Ein hoher Stammgästeanteil macht den Unternehmer sehr träge.

Wie sollten Tourismus-Verantwortliche vorgehen, um Kooperationen anzustreben und erfolgreich umzusetzen?

Es braucht Überzeugungsarbeit. Man muss den potenziellen Mitgliedern vorrechnen, was sie mit dem Eingehen einer Kooperation verdienen können. Es ist klar zu machen, dass bei opportunistisch eigennützigem Verhalten nur kurzfristig mehr in der Kasse ist, langfristig hingegen nicht.

Und um sie zu realisieren?

Ich vertrete die Ansicht, dass der Staat auch bei einer liberalen Wirtschaftsförderung bis zu einem gewissen Grad Kooperationen fördern kann, sofern die Effekte überbetrieblich sind und Transaktionskosten gesenkt werden können. Die Kooperationsbildung wird in Österreich teilweise durch die Österreichwerbung moderiert. Auch das Wirtschaftsministerium fördert die Destinationsbildung.

Zur Person

Egon Smeral (54) ist Universitätsprofessor sowie als Wirtschaftsforscher am Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) in Wien tätig. Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen: Angewandte Wirtschaftstheorie und -politik mit Schwerpunkten in verschiedenen Tourismusbereichen, Erstellung und Bewertung tourismuspolitischer Programme sowie Marketingstrategien. Neben seiner hauptberuflichen Aktivität ist Egon Smeral Mitglied des Fachbeirats für Wirtschaftsstatistik, Berater der Bundessparte Tourismus und Freizeit der Wirtschaftskammer Österreich (WKO), Berater des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA). Smeral ist Vorstandmitglied der «International Association of Scientific Experts in Tourism» (IAEST) und 2. Vizepräsident der «International Academy for the Study of Tourism» (IAST). DST

Lagerverwaltung?
... mit der einfachen und effizienten Software von GastroSoft

Beginnen Sie noch heute, Ihren Betrieb zu optimieren – damit Sie mehr Zeit für sich, Ihre Gäste und Mitarbeiter haben.

gastrosoft Fon 056 631 57 41
www.gastrosoft.ch

Oh Pastamia!

Conva tech
Conva tech AG
Gässbergstrasse 46
8280 Knechtlingen
Tel: 071 677 58 86
Fax: 071 677 58 89
info@convatech.ch
www.convatech.ch

happy4YOU

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

happy systems
I wett i hett es happy-Bett.

Tel. 071 387 44 44, www.happy.ch

«EIN ANSPRECHPARTNER FÜR ALLE SOZIALVERSICHERUNGEN: DAS IST HOTELA.»

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

HOTELA
WWW.HOTELA.CH

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION**Hotel-Restaurant Region
Flughafen Zürich**

Wir vermieten mit Kaufoption einen interessanten Betrieb mit 30 Betten, 2 Restaurants und Bankett-Seminarräume zu interessanten Konditionen. Kapitalbedarf Fr. 150'000.- bis 200'000.-

Wenn Sie dieses Angebot interessiert, erwarten wir gerne Ihre Kontaktaufnahme.

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

VON GRAFFENRIED

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

**Hotel mit Geschäfts-
räumlichkeiten**

- zwei Ladenlokale sowie Restaurant im Erdgeschoss (vermietet)
- 90 Gästebetten in 56 Zimmern
- vier Parkplätze
- guter Zustand
- Umnutzung möglich

Verkaufspreis Fr. 6,4 Mio.

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

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION**Hotel Garni in CH
Kantonshauptstadt**

Wir verkaufen diesen Betrieb mit 46 Betten, welcher sich an bester Lage und in gutem baulichen Zustand befindet, zu äusserst interessanten Konditionen. Kapitalbedarf ca. Fr. 500'000.-

Wenn Sie dieses Angebot interessiert, erwarten wir gerne Ihre Kontaktaufnahme.

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

Zu vermieten an Toplage bei MediaMarkt Winterthur-Hegi, Hintermühlstrasse 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
Mühlhingerstrasse 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

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

Haben Sie einen interessanten Betrieb zu verkaufen - zu vermieten?

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

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

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

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, Schwimmbad, 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

HOTEL DEUTSCHSCHWEIZ

Zu pachten gesucht, mit späterem Kauf. Das Hotel sollte mind. 20 Zimmer haben. CD Interinvest AG, Fax 062 752 17 20

Gästehaus in Top Skigebiet

Salzburg/Österreich zu verkaufen.
VP: € 450'000.-

Infos: www.youngaustria.at/top-ski

164418/430855

**MÉDECINS
SANS FRONTIÈRES**

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

Jede Geste zählt !

Postfach, 8030 Zürich
PK 12-100-2

ANZEIGENwww.boxspringbetten.chMade by Frischauf.ch...Heinz Hohl, www.tld.ch

Von privat zu verkaufen

Bordeaux-Weine 1999

Ch. Mouton Rothschild OHK
Ch. Lafite Rothschild OHK
Ch. Pétrus OHK
Anfragen ab 19.00 Uhr unter Tel. 041 933 20 21

AUS- UND WEITERBILDUNG**XIX. GASTROFORUM FÜR DIE FRAU 2005**

9. bis 13. Januar 2005, Saanen Gstaad

Was ist Luxus?

Das Gastroforum für die Frau gibt es auch als Weihnachtsgeschenk in Form eines Gutscheins.

Hauptpatronen: **WINEG**, **GASTROFORUM**, **TATTINGER**
Anmeldung und Information: **GASTRO SUISSE**
GastroSuisse Berufsbildung • Blumenfeldstrasse 20 • CH-80346 Zürich • T 044 377 55 30 • F 044 377 55 92 • weiterbildung@gastrouisse.ch • www.gastrouisse.ch

Italienisch in Florenz**Spezialangebot:**

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

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

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

153472/390239

SOUTHBORNE SCHOOL OF
ENGLISH
BOURNEMOUTH ENGLAND

**Lernen & Arbeiten
für Hotel- & Gastroprofis**
Tel. 031 950 28 27
www.best-of-english.ch

Sprachausbildung

Originalpreise - hervorragende Schulen in
**England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien**
Annemarie-Rolf Frischknecht Tel. 011926 39 58
www.sprachausbildung.ch

**GASTRO SUISSE
WEITERBILDUNG****DER BARKURS**

Ziel Dieses Intensivseminar bietet Ihnen eine praxisorientierte Weiterbildung, die Ihnen den Start an der Bar erleichtert. Sie werden optimal auf Ihren geplanten Einsatz an der Hotelbar vorbereitet. Neu: Ab 05 mit GastroSuisse-Diplom.

Dauer 6 Tage, 09.00 Uhr bis 17.30 Uhr

Daten Montag, 7. bis Samstag, 12. März 2005; Montag, 13. bis Samstag, 18. Juni 2005; Montag, 29. Aug. bis Samstag, 3. Sept. 2005; Montag, 7. bis Samstag, 12. Nov. 2005.

Preis Fr. 1'190.- inkl. 6 Tage Seminar, Seminarunterlagen, GastroSuisse-Diplom als Barman/Barfrau, Mittagessen und Pausenverpflegung.

Weitere Informationen unter www.gastrouisse.ch
Tel. 044/377 55 30 - Fax 044/377 55 92 - E-mail: weiterbildung@gastrouisse.ch

**Checkliste
für angelieferte Daten****■ Unsere Programmversionen:**

- ✗ QuarkXPress 4.11, Illustrator 8, FreeHand 8, Photoshop 5.5, Word 2001

■ Was die Dateien beinhalten müssen:

- ✗ Dokument (z.B. QuarkXPress, FreeHand).
- ✗ Bilder und Logo-Originaldateien (TIF, EPS) müssen vorhanden sein. Unbedingt auf genügend hohe Auflösung und Farbmodus der Bilder achten (z.B. 200 dpi für Zeitungs raster in 1:1 Grösse). Es dürfen nur Bilder im CMYK-Modus und ohne Komprimierung eingebunden werden. RGB-Bilder oder JPEG-komprimierte Bilder müssen sonst nachbearbeitet werden.
- ✗ Alle verwendeten Schriften mitliefern (auch in EPS vorkommende).

■ Andere Dateiformen:

- ✗ Wir verarbeiten auch PDF- und Postscript-Dateien.
- ✗ Bei PDF- und Postscript-Dateien ist es wichtig, dass die verwendeten Bilder, Logos und Schriften korrekt eingebunden sind (*Auflösung und Farbmodus der Bilder beachten*).
- ✗ Die Daten im PDF-Format müssen im Adobe Acrobat Distiller als High-End-PDF-Dokument gespeichert werden.

■ Unsere Laufwerke:

- ✗ Optical-Disc (M.O.), Jaz, Zip, CD-ROM, Diskette (3,5")

■ ISDN-Datenübermittlung: 031 370 41 34

(Leonardo Pro, 2-Kanal, 128 kbit/s)

■ E-Mail-Datenübermittlung: roland.gerber@swisshotels.ch

(für Dateigrößen bis max. 2 MB)

hotel + tourismus revue
Verlag



Videos aufgeschaltet



Milestone. Die diesjährige Durchführung der Verleihung des Tourismuspreises Milestone am 2. November im Hotel Bellevue in Bern hat ein grosses Medienecho ausgelöst. Es wurden zahlreiche Reaktionen zu den ausgezeichneten Projekten und den Milestone-Gewinnern registriert. Auf der Milestone-Homepage www.htr-milestone.ch sind ab sofort sämtliche Video-Statements und Fotos der diesjährigen Preisträger – sowohl für PC als auch für Mac – aufgeschaltet. **DST**

Weihnächtliches Luzern

Weihnachtsmarkt. In fünf bis zehn Jahren soll Luzern als weihnächtliches Ausflugsziel bekannt sein: Dann sollen die ersten Cars Gäste bringen. Den Anfang der neuen Positionierung macht ein Prospekt, der Aktivitäten, Aktionen und Veranstaltungen auflistet, die während der Weihnachtszeit in Luzern stattfinden. Gut 50'000 Franken sind laut der «Neuen Luzerner Zeitung» für Marketingmassnahmen investiert worden. **CK**

«Schweiz Mobil» wird umgesetzt

Veloland Schweiz. Das Projekt «Schweiz Mobil» wird realisiert. Das haben die Stiftung Veloland Schweiz und die Trägerschaftskonferenz «Schweiz Mobil» entschieden. Mit diesem Projekt wird die Schweiz im 2008 ein Angebot für aktive und nachhaltige Erholung präsentieren und übersichtlich und leicht verständlich kommunizieren können. Im Mittelpunkt stehen Reisen und Ausflüge zu Fuss mit dem Velo oder Mountainbike, mit Skates oder dem Padelboot – in Kombination

mit dem öffentlichen und privaten motorisierten Transport. Die Umsetzung des Projekts – für das 15 Mio. Franken budgetiert sind – ist möglich, weil sechs der in «Schweiz Mobil» involvierten Bundsämter, die meisten Kantone und wichtigsten privaten Organisationen ihre finanzielle und personelle Unterstützung zugesagt haben. Die Entscheide einzelner Kantone stehen noch aus – eine «positive Antwort» werde in Kürze erwartet, heisst es in einer Pressemitteilung. **Ge-**

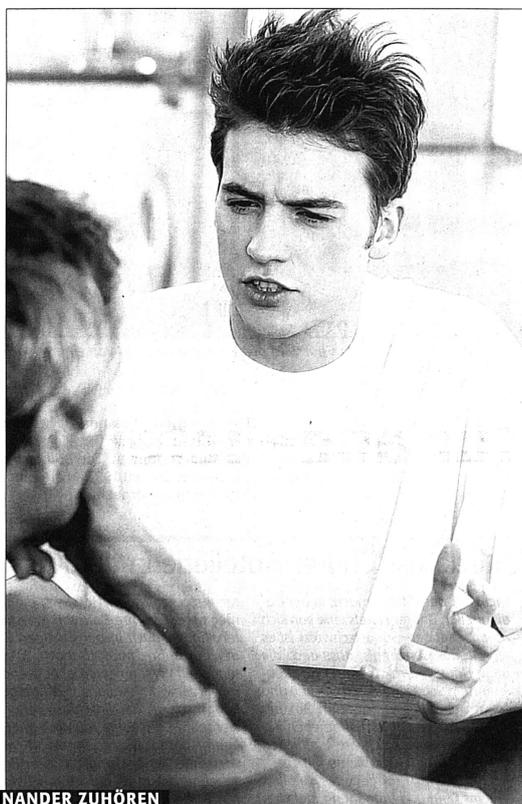
plant sind in den Kantonen und touristischen Regionen Workshops zum «Wanderland Schweiz», «Mountainbikeland Schweiz», «Skatingland Schweiz» sowie zum «Paddelland Schweiz». Zudem sollen die beteiligten Regionen und Kantone im Rahmen einer Arbeitsgemeinschaft mit Schweiz Tourismus und den SBB die Arbeiten an «MobilNet» weiterführen. «MobilNet» ist die Internetplattform, mittels der die Angebote kommuniziert werden sollen. **CK**

ÖSTERREICHISCHE STUDIE

Ein gutes Arbeitsklima ist motivierend

Der Lohn ist für Mitarbeitende in touristischen Betrieben nicht der wichtigste Motivator; ein gutes Arbeitsklima gewichtet mehr. Dies zeigt eine Umfrage, die in Österreich durchgeführt worden ist. 65 Prozent der Befragten fühlen sich an ihrem Arbeitsplatz gestresst.

Foto: Keystone



EINANDER ZUHÖREN

Zuhören können ist ein wichtiger Aspekt, damit der Mitarbeitende beim Vorgesetzten seine Sorgen abladen kann und sich ernst genommen fühlt.

CHRISTINE KÜNZLER

«Die Analyse zeigt das Spannungsfeld von externen und internen Motivationsfaktoren», so Gerd Beidernikl, Projektleiter der ZBW GmbH. Die beiden Grazer Unternehmen ZBW Forschungs- und Beratungs GmbH und Opinionis-Analysen haben die bisher grösste im Bereich Hotellerie, Gastronomie- und Touristik durchgeführte Online-Personalumfrage durchgeführt. Befragt worden sind über 350 Mitarbeitende im Tourismus aus ganz Österreich. «Oft werden die Mitarbeitenden extern durch äussere Belohnungen, zum Beispiel dem Lohn, zu motivieren versucht», so Beidernikl. «Doch ausschlaggebend sind innere Faktoren, wie etwa das Gefühl, Verantwortung für etwas tragen zu können. Gerade diese inneren Faktoren werden in Hotellerie und Gastronomie oft vernachlässigt, obwohl sie sich langfristig auf das Betriebsklima auswirken – und letztlich auch billiger für die Betriebe sind.»

VIELE WÜNSCHEN SICH EIN GUTES ARBEITSKLIMA

«Freundlichkeit auf Befehl ist unmöglich. In der täglichen Arbeit muss eine Unternehmenskultur als Basis vorhanden sein, in der Leistung, Spass und gutes Klima untereinander selbstverständlich sind», fasst der Projektleiter von Opinionis, Gerd Weingrill, zusammen. Und er ermuntert die Führungspersönlichkeiten, «das eigene Verhalten gegenüber dem Mitar-

beitenden als Erstes unter die Lupe zu nehmen».

Arbeitnehmer in Hotellerie und Gastronomie erwarten Unterstützung in der Form von beispielsweise mehr Kommunikation und Feedback am

Arbeitsplatz. Rund 62% der Befragten geben Lob und Anerkennung als wesentliche Motivationsfaktoren an. Aber gerade der wertschätzende Umgang durch die Vorgesetzten bleibe oft auf der Strecke. Vor allem kleine und

mittlere Betriebe zeigen diesbezüglich Nachholbedarf, so die Autoren. «Jeder Arbeitnehmer braucht ehrliches Feedback und respektvolle Behandlung. Bleiben diese Rückmeldungen lange aus, bleibt auch die Leistung aus», so Weingrill.

Geht es um die Wahl eines Betriebs, geben 85% der Befragten an, ein gutes Arbeitsklima sei der wichtigste Aspekt. Arbeitgeber die gutes Personal möchten, tun gut daran, für ein gutes Betriebsklima zu sorgen, schreiben die Autoren der Studie. Zwei weitere wichtige Faktoren: abwechslungsreiche Arbeitsaufgaben (75%) und Freiräume in der Arbeitsgestaltung (65%). Dazu kommt auch der bisher kaum beachtete Punkt der Kinderbetreuung: Nur 4% der Befragten fühlen sich in dieser Hinsicht von ihrem Arbeitgeber unterstützt. Für 56% der Mitarbeitenden, vor allem für Frauen, ist es wichtig, ihren Beruf und ihr Privatleben unter einen Hut zu bringen. Ein Betrieb, der einen Kinderhort anbietet, kann also entscheidende Vorteile haben bei der Personalsuche und -bindung.

STRESS UND DRUCK WIRKEN SICH AUCH PRIVAT AUS

Unzufriedenheit schlage schnell in innere Kündigung um. Und die kleinen Unternehmen oft teuer zu stehen. Denn die Arbeit werde widerwillig erledigt – was sich auf Gäste und Kunden auswirke und Qualitätsverlust mit sich bringe, schreiben die Grazer Marktforscher. Sie identifizieren in ihrer Analyse zentrale Faktoren als Ursache für Demotivation und schlechte Leistungen: Stress und Zeitdruck werden von den Befragten am häufigsten genannt (65%). 45% geben zusätzlich an, in ihrem Arbeitsbereich keine Karrierechancen und Aufstiegschancen zu sehen. Da gelte es, durch gezielte Personalplanung berufliche Perspektiven zu vermitteln, die den Mitarbeitenden eine Zukunft bieten, so die Autoren der Studie.

Rund 34% der Befragten sprechen von häufigem oder täglichem Druck

durch ihre Vorgesetzten. Rund 20% gaben an, ihre beruflichen Belastungen wirkten sich in sehr hohem Masse negativ auf ihr Privatleben aus. Der Stress lasse sich in den meisten touristischen Betrieben nicht vollends abbauen, so die Autoren. Hingegen lasse sich ein Arbeitsklima schaffen, in dem die Mitarbeitenden ihren Stress abladen, ihre Probleme anbringen können und sich von ihren Vorgesetzten ernst genommen fühlen. Die Autoren gehen davon aus, dass die meisten Probleme hausgemacht sind und vermieden werden könnten. «Nehmen Sie sich Zeit für die Kommunikation mit den Mitarbeitern», empfehlen sie.

Wie wichtig eine adäquate Reaktion auf Probleme, Krisen und Anliegen der Mitarbeiter ist, zeigt auch ein anderes Ergebnis: Aus Sicht der Arbeitnehmenden handeln rund 50% der Arbeitgeber bei Krisen und Problemen nicht entsprechend und bieten keine wirkliche Lösung an. Die Folge: Für 40% der Studienteilnehmer sind genau diese hausgemachten Ursachen Grund für einen Arbeitsplatzwechsel.

Die gesamte Studie ist für 79 Euro bei der ZBW Forschungs- und Beratungs GmbH unter +43 316 / (0)72 17 44 - 10 oder office@zbw.at zu beziehen. Sie enthält auch einen Leitfaden mit Tipps und Tricks für die Praxis.

Ihre Meinung interessiert uns

Was ist Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, wichtig in einem Betrieb? Wie erleben Sie Ihre Vorgesetzten und wie das Arbeitsklima? Fühlen Sie sich an Ihrem Arbeitsplatz wohl oder haben Sie Verbesserungsvorschläge?

Ihre Meinung interessiert uns. Wir freuen uns, wenn Sie uns schreiben: entweder per Mail an htr@swiss-hotels.ch, Betreff Arbeitsklima, oder an hotel+tourismus@revue.ch, Stichwort Arbeitsklima, Postfach, 3001 Bern. **CK**

ZÜRICH TOURISMUS

Zürich setzt im Marketing auf Emotionen

Geschichten über Menschen aus Zürich sollen mehr Gäste bringen. Die Limmat-Stadt rechnet im 2004 mit 7,5% zusätzlichen Logiernächten.

CHRISTINE KÜNZLER/SDA

Da Zürich im Ausland noch stark das Image einer Business-Stadt mit guten Standortfaktoren habe, müssten künftig im Stadtmarketing die «emotionalen Faktoren» stärker betont werden,

sagte Willi Meier, Direktor Greater Zurich-Area an einer Medienkonferenz von Zürich Tourismus. Aus der Kooperation dieser beiden Organisationen sind erste Produkte entstanden: ein «trendiger» DVD-Clip zur Tourismusregion Zürich sowie eine 44-seitige Image-Broschüre, die den Zürcher Hotelgästen abgegeben wird und auch im Ausland eingesetzt wird. Die Broschüre erzählt unter anderem Geschichten, die von Erfahrungen einzelner Menschen ausgehen und zeigen sollen, dass die Stadt Zürich nebst dem Wirtschafts- auch ein spannen-

des Kulturzentrum und ein Freizeitraum sei.

Die neuen Marketinginstrumente sollen das Logiernächte-Wachstum auch im 2005 garantieren. Der Zuwachs dürfte aber bescheidener ausfallen als in diesem Jahr: Zürich Tourismus rechnet für 2004 nämlich bei den Hotelankünften mit einem Plus von rund 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. «Wir hatten nach dem Einbruch im 2001 in diesem Jahr erstmals wieder ein kräftiges Wachstum», sagte Frank Bumann, Direktor von Zürich Tourismus. Der Zuwachs basiere auf

deutlich tieferen Zahlen, nachdem Zürich seit 2001 einen Rückgang von rund 15 Prozent verzeichnete.

Erst im März 2004 hätten die Übernachtungen wieder richtig angezogen, man habe aber das Niveau der Spitzenjahre noch lange nicht erreicht. Von Januar bis September wurden in der Stadt Zürich 1,44 Mio. Ankünfte in Hotels registriert. Das sind 8,1 Prozent mehr als in der Vorjahresperiode, aber auch klar mehr als der Durchschnitt der westeuropäischen Städte, der bei lediglich rund 2 Prozent lag.



Zürich wird emotionaler vermarktet.



Foto: ZW
Caroline Dufey erhielt zu der Bucherer-Trophy einen Check über 1500 Franken.

CAROLINE DUVEY

Die Beste

Caroline Dufey vom Hôtel Victoria in Glion wurde als beste Réceptionistin 2004 ausgezeichnet. Die junge Romande überzeugte die Jury nicht nur mit ihrer hohen Fachkompetenz, sie wusste auch zwei schwierige Gäste im Rollenspiel mit Herzlichkeit und welschen Charme für sich zu gewinnen. Die Kandidatinnen und Kandidaten wurden von einer Jury, präsidiert von Samuel Salvisberg, Direktor der Hotelfachschule Lausanne, auf Herz und Nieren geprüft. «Es ist die Haltung, das Auftreten, wir nennen es auch das Savoir-vivre», erklärt Salvisberg die Stärken einer guten Réceptionistin. Der Zweitplatzierte ist Nazan Boberka, Hotel Mirador Kempinski in Mont-Pèlerin gefolgt von Anne-Sophie Rivera, Hôtel d'Angleterre, Genf. Organisiert und durchgeführt wird der Anlass seit 1995 von der Vereinigung der Chefs de Réception und Vizedirektoren führender Schweizer Hotels (A.I.C.R.). CK

KURZ UND BÜNDIG

Auszeichnung für Rezidor SAS Hospitality

Rezidor SAS Hospitality erhielt den Worldwide Hospitality Award für Umweltschutz und nachhaltige Entwicklung. Herausgeber des Preises sind Persönlichkeiten aus der Tourismusindustrie. Das Unternehmen wurde für sein internes «Responsible-Business»-Programm in der Kategorie «Beste Initiative für Umweltschutz und nachhaltige Entwicklung» ausgezeichnet. Es überzeugte die Jury vor allem mit der Ausrichtung auf die drei Schwerpunkte Umwelt, Soziales/Ethik und Wirtschaft. Zusätzlich wurde gewürdigt, dass auch andere ins Hotel Involvierte miteinbezogen werden. CK

CHUR

Banken besitzen «Stern»

Das Romantik-Hotel Stern und das Restaurant Controversa in Chur werden von einer Auffanggesellschaft übernommen. Damit verliert die bisherige Eigentümerin Sandra Brunner beide Betriebe an die Graubündner Kantonalbank (GKB) und die Credit Suisse (CS).

Foto: Michel Jausss



TRADITIONSREICHES HAUS

Das 3-Sterne-Hotel «Stern» in Chur wird per 1. Dezember 2004 von einer Auffanggesellschaft übernommen.

■ DANIEL STAMPFELI

Per 1. Dezember werden die beiden Betriebe in die Auffanggesellschaft Hotel Stern Chur AG überführt, deren Aktien sich im Besitz der GKB und der CS befinden, wie die sich in Gründung befindende Auffanggesellschaft in einer Medienmitteilung bekannt gab. Die Massnahme drängte sich auf, nachdem die bisherige Eigentümerin, Sandra Brunner, ihren finanziellen Verpflichtungen nicht mehr in genügendem Mass nachkommen konnte. Designierter Präsident der neuen Gesellschaft ist Gion Fravi, Unternehmensberater und Hotel-Treuhänder. Sämtliche Mitarbeiter des Hotels Stern und des Restaurants Controversa würden von der neuen Gesellschaft übernommen, so die Mitteilung weiter.

UMNUTZUNG SOLLTE VERHINDERT WERDEN

Bei der getroffenen Lösung gehe es darum, eine konsolidierte Situation zu schaffen, mit welcher unabhängig von Dritten eine optimale Lösung gesucht werden kann, erklärte Rico Monsch, Mitglied der Geschäftsleitung der federführenden Graubündner Kantonalbank als Hauptgläubigerin, auf Anfrage. Denn das traditionsreiche 3-Sterne-Haus sei für die Kantonshauptstadt Chur ein sehr bedeutendes Objekt. «Wir möchten nicht, dass dieses Haus unkontrolliert in irgendwelche spekulativen Hände gelangt», so Monsch. Gleichzeitig soll auch eine eventuelle Umnutzung verhindert werden. «Wir wollen, dass der Stern die Bedeutung behalten kann, die zum Stern gehört.» Das Hotel Stern wurde 1671 erbaut und verfügt über 64 Zimmer.

Für die beiden beteiligten Banken sei die neue Situation klar eine Übergangslösung. Die beiden Liegenschaften sollen später einem neuen Eigentümer zugeführt werden. «Allerdings nicht unter Druck», so Rico Monsch von der Graubündner Kantonalbank. Ziel sei, eine Person zu finden, «die es mit dem nötigen Herzblut selbst aktiv führen kann».

Sandra Brunner will sich in Zukunft auf die Weiterführung des Restaurants Calanda konzentrieren. Die Mitarbeiter des Restaurants Calanda werden von Sandra Brunner weiterbeschäftigt.

Das Restaurant Calanda ist im Besitz der GKB und wurde von Heineken in Pacht übernommen. Die Brauerei hat das Restaurant seit 1997 an die Familie Brunner unterverpachtet.

Steckt die Churer Hotellerie in der Krise?

Nicht nur der «Stern» macht in der traditionellen Churer Hotellierszene von sich reden. Laut der «Südschweiz» ist es ein offenes Geheimnis, dass auch die alten Häuser «Drei Könige» und «Reb-leuten» in Schwierigkeiten stecken und somit vor einer ungewissen Zukunft stehen. Bei beiden Hotelbetrieben kämen zum schlechten wirtschaftlichen Umfeld Nachfolgeprobleme hinzu.

Kurt Künzli, Präsident des Hoteliervereins Chur und Umgebung, stellt gegenüber der «Südschweiz» in Abrede, dass die Churer Hotellerie in der

Krise stecke. Churer Hoteliers, die immer wieder in ihre Betriebe investierten, hätten auch in der heutigen Zeit durchaus ihre Marktchancen. Wenn hingegen versäumt werde, notwendig gewordene Investitionen zu tätigen, könne schnell der Anschluss verloren werden. In der Folge müssten mit Billigangeboten Gäste angelockt werden. Eine Verlagerung hin zum Pauschalurlaub sei jedoch mit Gefahren verbunden. Dies habe sich zu einem gewissen Grad auch beim Hotel Stern gezeigt, so Künzli. DST

APPENZELL AUSSERRHODEN

Fewo-Kauf auch für Ausländer

Der Ausserrhodener Regierungsrat will den Erwerb von Ferienwohnungen (Fewos) im Kanton durch Personen im Ausland ermöglichen.

Damit der Ferienwohnungskauf durch Ausländer im Kanton Appenzell Ausserrhodener wieder möglich sein kann, muss das kantonale Einführungs-gesetz revidiert werden. Die Kantonsregierung hat eine Teilrevision des entsprechenden Gesetzes in die Vernehmlassung geschickt. Das geltende Gesetz ist seit 1988 in Kraft. Danach ist der Erwerb von Ferienwohnungen im Kanton Appenzell Ausserrhodener durch Personen im Ausland verboten. Inzwischen habe sich die Situation verändert: Die Beziehungen zwischen der Schweiz und den Nachbarländern seien offener geworden. Anfragen wiesen auf ein Bedürfnis nach Kauf von Ferienwohnungen hin, heisst es.

Der geplante Bau des Reka-Ferien-dorfs in Urnäsch und die Bestrebungen zur Ankurbelung des Tourismus zeigten, dass Investitionen und Innovationen dringend nötig seien, argumentiert die Regierung. Eine gezielte Öffnung des Ferienwohnungs-marktes auch gegenüber Personen im Ausland sei deshalb angebracht. Gemeinden hätten ein unmittelbares Mitwirkungsrecht. Die Vernehmlassungsfrist läuft bis 23. Dezember 2004. Der Kantonsrat will die Revision im Februar behandeln. DST/sda

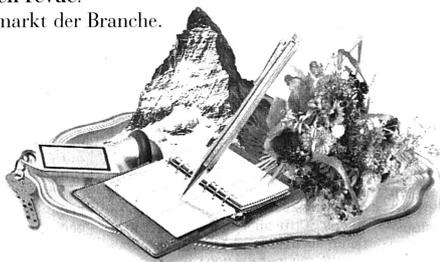
LENK UND INTERLAKEN

«Aphrodite»

Für die «Wellflavour»-Küche von Urs Gschwend ist der «Lenkerhof» mit der «Wellness-Aphrodite» ausgezeichnet worden – weil dort die Gourmet- und Wellnessküche nicht nur gelebt, sondern auch im Vollpreisen-Preis inbegriffen sei, so die Jury. Wilfried Dreckmann, ESPA-Manager des Hotels Victoria-Jungfrau in Interlaken, konnte die «Aphrodite» für Wellness-Innovation mit nach Hause nehmen. Ein zehnköpfiges Fachautorenteam um den deutschen Verleger Wolfgang Schmitz hatte Wellnesshotels in Deutschland, Österreich, Italien, Ungarn und der Schweiz getestet und die besten für den Wettbewerb um die Trophy «Wellness-Aphrodite» in sieben verschiedenen Bereichen vorgeschlagen. CK

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
inserate@swisshotels.ch, www.htr.ch



htr

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

Gütesiegel verliehen

Basel. Neun touristische Betriebe wurden von Basel Tourismus als regionale Qualitätskommission mit dem Gütesiegel ausgezeichnet. Urs Hitz, Direktor des «Hotel Hilton Basel», konnte das Gütesiegel der Stufe II zum dritten Mal in Folge entgegennehmen.

Mit der Stufe I wurden neben der Jugendherberge Beinwil am See ebenfalls die Schweizer Ski- und Snowboardschule Basel, das Bahnhofbuffet in Aarau, das Hotel Bären in Suhr,

das Hotel Aarau-West in Oberentfelden, das Hotel Zurzachhof in Zurzach, das Hotel Engel in Liestal sowie Info Baden, Stadtbüro Baden und Baden Tourismus ausgezeichnet.

Bislang wurden 60 touristische Dienstleister im Grossraum Basel mit dem Gütesiegel der Stufen I bis III ausgezeichnet. Informationen und Unterlagen zum Qualitätsprogramm und dem Gütesiegel für den Schweizer Tourismus sind unter www.swisstourfed.ch erhältlich. *DST*

«Monopol» mit neuem Besitzer

St. Moritz. Das 4-Sterne-Hotel Monopol in St. Moritz gehört neu der Interpool-Consulting AG, welche Eigentümerin von Liegenschaften und kleineren Hotels in der Schweiz ist, wie die «Engadiner Post» schreibt. Bisherige Eigentümerin des 121 Betten zählenden «Monopol» war die Bucherer AG. Geführt wird das Hotel vom Direktorenpaar Kathrin und Sigi Aspöck. Das Restaurant Grischuna wurde von GaultMillau mit 17 Punkten bewertet. *DST*

Kontenrahmen: Vernehmlassung

Revision. Eine Expertengruppe bestehend aus Banken, Treuhändern, Hoteliers und Informatikfirmen hat unter der Leitung der Hotelfachschule Lausanne (EHL) den aus dem Jahre 1991 stammenden und zurzeit im Schweizer Gastgewerbe empfohlenen Kontenrahmen revidiert. Ziel war es, ihn den internationalen Darstellungsformen, den Anforderungen der Banken und den modernen Management-Grundsätzen anzupassen. Dabei galt es, der Struktur

der Branche Rechnung zu tragen.

Die grössten Änderungen betreffen die Erfolgsrechnung, mit dem Ziel, pro Bereich ein Resultat bestimmen zu können: Beherbergung, Restauration, andere Bereiche. Es wird künftig unterschieden zwischen Hotels, die den Personalaufwand pro Bereich zuordnen können, und Hotels mit einem kleineren Bestand an Personal, das deshalb in verschiedenen Bereichen tätig ist. Zukünftig verfügen Hoteliers, Finanzana-

lysten sowie die internationalen Konzerne und Investoren direkt bei Ansicht der Erfolgsrechnung über Zusatzinformationen wie GOP (Gross operating profit), EBITDA (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) und EBIT (Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern).

Das Projekt befindet sich in der Vernehmlassung und kann auf www.ehlt.ch/sch/index.asp betrachtet werden. Bemerkungen sind an projectconsult@ehlt.com zu richten. *DST*

BÖRSENBAROMETER

Endlich etwas Sonne

In den letzten Wochen haben die Anleger wieder vermehrt Aktien geordert. Aber zu einem echten Ausbruch aus der Lethargie ist es nicht gekommen.

WERNER LEIBACHER

Zeitlich zusammengefallen mit den US-Präsidentenwahlen ist eine deutliche Stimmungsaufhellung an den meisten Börsen. Man muss sich allerdings fragen, ob dieser Anflug einer Stimmungsänderung tatsächlich dem Sieg von George W. Bush zuzuschreiben ist oder nicht eher dem gleichzeitigen und vorerst klaren Sinken des Ölpreises. Was viele vorausgesagt hatten, traf ein: bei Preisen um 55 Dollar je Barrel scheint die Spekulationsblase beim Rohöl geplatzt zu sein. Rasch hat der Rohölpreis um 15% nachgegeben.

Viele Beobachter machen sich wegen der latenten Schwäche des US-Dollars Sorgen. Die amerikanische Währung hat – speziell gegenüber dem Euro – stark nachgegeben. Eine neue Rezession in Europa müsste schon bald auch die Schweiz treffen. Vom schwachen Dollar bedroht ist auch der Tourismus, wobei stets daran zu denken ist, dass nicht nur die Amerikaner mit dem Dollar bezahlen, sondern auch Kanadier, Chinesen, Taiwanesen und zahlreiche Südamerikaner. Für den sich gerade wieder besser entwickelnden Schweizer Tourismus käme ein solcher neuer Tiefschlag höchst unangehen.

TOURISMUSWERTE LEICHT IM PLUS

An den Aktienmärkten kam es für touristische Werte überwiegend zu leichten Kursverbesserungen – zurückzuführen auf den wieder gesunkenen Ölpreis und leicht günstigere Konjunkturperspektiven. Von dieser Kombination profitierten vor allem die Airlines. Swiss, die erstmals in ihrer Geschichte im 3. Quartal einen bescheidenen Reingewinn ausweisen konnte, stiess wieder über 8 Franken vor. Besonders prägnant fiel die Erholung bei Delta Airlines aus, wo sich der Kurs innerhalb Monatsfrist fast verdreifachte.

Von den etwas besseren Konjunkturprognosen profitiert haben auch die Hotelaktien: neben den US-Hotelketten, bei denen speziell Hilton erstmals seit Monaten die Barriere von 20 Dollar wieder überwunden hat, hat sich vor allem die französische Accor-Gruppe profilieren können. Gut entwickelt haben sich daneben McDonald's oder Starbucks. Weiter im Kurskeller verharren dagegen die beiden Euro-Werte in Europa: weder für Euro-Tunnel noch für Euro-Disney zeigten sich Erholungsanzeichen. Bei beiden Gesellschaften fehlt es weiter an Benutzern bzw. Besuchern. Leichte Kurssteigerungen verzeichneten auch die Schweizer Tourismuswerte, vor allem Kuoni und Mövenpick, während die vorher stark haussende Jungfrau-Bahn auf dem derzeitigen Niveau etwas ausgereizt scheint.

WALLIS

Ein drehbarer Hotelturm?

Nach dem Turmprojekt der Architekten Herzog & de Meuron auf der Schatzalp in Davos sorgt ein ähnliches Vorhaben im Wallis für Diskussionen: Auf der Laxeralp im Goms soll ein 100 Meter hohes, drehbares Luxus-hotel entstehen. Naturschützer kündigen Widerstand an.

THERES LAGLER

Das Projekt ist ambitioniert: Auf der Laxeralp, die zwischen der Bettmeralp und Fiescheralp liegt, ist ein 100 Meter hoher Hotelturm geplant. In den unteren Stockwerken sollen gemeinsame Bereiche wie Réception und Gastronomie untergebracht werden. Die oberen Stockwerke, die sich einmal pro Tag um ihre eigene Achse drehen, sind für rund 130 Zimmer im 5-Sterne-Segment und die Wellnessabteilung reserviert. Die Kosten werden mit 100 Mio. Franken beziffert. Treibende Kraft hinter der Idee des alpinen Hotelturms ist das Berner Büro X6. Architekt Peter Bölsterli betont aber, dass sowohl die Bürgergemeinde wie auch die Einwohnergemeinde von Lax stark in das Projekt involviert sind.

FANTASTISCHE IDEE ODER BELEIDIGUNG DER NATUR?

Es war denn auch die Bürgergemeinde Lax, die den Anstoss für die Planung gab. Sie schrieb nämlich vor rund zwei Jahren 25 000 Quadratmeter Bauland auf der Laxeralp aus. Es meldeten sich mehrere Interessenten. «Uns gefiel aber die Idee, auf einer kleinen Fläche mit einem einzigen Gebäude das Gleiche zu bieten wie eine Ferienhaussiedlung», erzählte Stefan Imhof, Burgerrat von Lax, letzte Woche in der Fernseh-Sendung «Schweiz aktuell», die die Pläne publik machte. Ganz anders tönte es bei den Naturschutzorganisationen. Ralph Manz, Geschäftsführer vom WWF Oberwallis, sprach von einem Verstoß gegen die Unesco-Charta, weil sich das Gebäude zu nahe beim Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn befinden würde. «Das ist eine Beleidigung für die Landschaft», so Manz. Der WWF erwäge rechtliche Schritte.

WER KOMMT FÜR DIE 100 MILLIONEN AUF?

Architekt Peter Bölsterli entgegnete auf diese Kritik: «Von einer unberührten Landschaft kann man nicht sprechen. Die Laxeralp liegt mitten im Ski-gebiet und ist mit einer Bahn erschlossen.» Der Turmbau thematisiere diesen Aspekt, indem er eben nicht grossflächige Landesreserven verbrauche wie ein Resort mit Chalets. Zudem liege die Gemeinde Lax ausserhalb des Unesco-Perimeters. Keine grundsätzlichen Bedenken hegt offenbar auch die Planungskommission des Kantons Wallis. «Wir haben nach der soeben abgeschlossenen Vorprüfung klare

Signale erhalten, dass sie das Hotelprojekt unterstützen», so Peter Bölsterli. Die Kommission habe sogar noch Empfehlungen für Präzisierungen abgegeben.

In den nächsten beiden Jahren stehen nun planungsrechtliche Arbeiten und ein detailliertes Ausführungsprojekt an. Der Baubeginn wäre nach Angaben des Architekten frühestens

im Jahr 2007 möglich. Bis dann muss aber noch eine wesentliche Frage geklärt werden: Wer bezahlt den Bau des Luxushotels? Die Investorensuche läuft erst gerade an. Die Initiatoren vom Berner Büro X6 denken dabei in erster Linie an Privatpersonen. Sie schliessen aber auch die Finanzierung über eine Hotelkette nicht kategorisch aus.

FOTOS: ZYG



LAXERALP, 2200 METER ÜBER MEER

Das Berner Architekturbüro X6 hat ein Vorprojekt für einen 100 Meter hohen Hotelturm ausgearbeitet, der zum neuen Wahrzeichen des Goms werden soll.

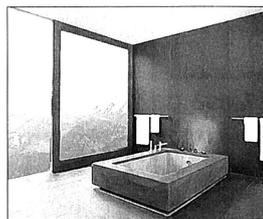


HOTELHALLE UND GASTRONOMIE

In den unteren fünf Stockwerken sollen gemeinsame Bereiche wie Réception, Restaurant und Bar untergebracht werden.



In den oberen Stockwerken sind rund 130 Hotelzimmer vorgesehen.



Sogar von der Badewanne aus soll der Blick auf die Bergwelt nicht fehlen.

LUGANO TOURISMUS

Für Zukunft gerüstet

Lugano Tourismus lanciert mit überarbeiteten Broschüren und neuen Internet-Auftritten eine Werbeoffensive. Gesprochen wird jetzt auch Chinesisch.

GERHARD LOB

Sollte die Saison 2005 in Lugano ins Wasser fallen, kann es mit Sicherheit nicht an mangelndem Werbe- und Informationsmaterial liegen. Lugano Tourismus hat dieser Tage zahlreiche Initiativen vorgestellt, die sowohl Einzelreisenden als auch Tour-Operators erlauben, sich im reichhaltigen Angebot zu orientieren. Neu überarbeitet wurde in erster Linie der Hotelführer, der das gesamte Bettenangebot von Lugano, Mendrisio und des Malcantone umfasst.

Auffällig ist, dass das Luganese in der 3-Sterne-Kategorie seit 2003 sechs Häuser verloren hat. Für Marco Sorge, Direktor von Lugano Tourismus, handelt es sich um eine Strukturvereinbarung, die keine alarmierenden Ausmass angenommen hat. Zumal die Logiernächte im laufenden Jahr mit einem Plus von 2 Prozent wieder leicht angezogen haben. Mit rund 200 Anbietern in den Bereichen Hotels, Jugendherbergen, Hütten und Bauernhöfen bleibt das Angebot tatsächlich immer noch sehr gross. Dazu kommen etliche Ferienwohnungen, die in einem separaten Katalog aufgelistet sind.

CHINESISCH HÄLT AUCH IM TESSIN EINZUG

Modernisiert hat sich Lugano Tourismus auch im Web-Auftritt. Einerseits wurde ein Teil der Homepage www.lugano-tourism.ch ins Chinesische übersetzt. Dies erfolgt in Einklang mit Tessin Tourismus und der Strategie, diesen neuen Markt zu bearbeiten. Gleichzeitig wurde mit Mendrisio Tourismus und Malcantone Tourismus die neue Website www.lugano-region.ch geschaffen. Auch hier ist neben Italienisch, Deutsch und Englisch ein Teil der Informationen auf Chinesisch zugänglich. Ein Flyer mit den Daten der wichtigsten Veranstaltungen und Events im Sottoceneri hilft ebenfalls für die Planung der kommenden Saison.

Schliesslich hat Lugano Tourismus in einer Auflage von 5500 Exemplaren ein 100 Seiten starkes «Verkaufsmaterial 2005/2006» publiziert, das sich an Fachleute aus der Reisebranche richtet. Mit der Veröffentlichung der Preise für 2006 soll sichergestellt werden, dass Lugano bei der mittelfristigen Planung weltweit tätiger Tour-Operators berücksichtigt wird.

Reklame

www.professionelle-nassreinigung.ch

Für bedürftige Kinder

Steigenberger. Die Steigenberger-Hotelgesellschaft führt die im letzten Jahr gestartete Aktion für bedürftige Kinder fort. Weihnachtsbäume geschmückt mit den Wunschzetteln der Kinder stehen in der Lobby von 22 Hotels in Deutschland. Im Rahmen des Projekts geben die Hotels ihren Gästen die Gelegenheit, eine «Patenschaft» für eines oder mehrere Kinder zu übernehmen und deren Wunschzettel vom Weihnachtsbaum zu «pflücken». Die Gäste sind für

die Erfüllung des Wunsches verantwortlich und können die gespendeten Geschenke im Hotel abgeben. Rechtzeitig vor Weihnachten werden die Weihnachts-Päckchen vom Hotel an die Kinder überreicht. In Zusammenarbeit mit den entsprechenden Einrichtungen, die sich in besonderer Weise um hilfsbedürftige Kinder und Jugendliche kümmern, soll die Vorfreude auf eine Weihnachts-Bescherung auch dort ermöglicht werden, wo die Mittel dafür fehlen. *DST*

Kritik aus den eigenen Reihen

Gastro Suisse. Gastro Graubünden ist von der Absicht des Dachverbandes Gastro Suisse, ein eigenes Hotelklassifikationssystem aufzubauen, nicht begeistert. Fluregn Fravi, Geschäftsführer von Gastro Graubünden, erklärte gegenüber der «Südschweiz», zusätzliche Bewertungen zu jener von hotellerie Suisse würden nur Verwirrung stiften und dem übergeordneten Ziel, der Stärkung des Tourismus, schaden. *DST*

Zeuge der Tourismus-Geschichte

Hotel Stern & Post, Amsteg. Ein historisches Hotel an der Gotthardroute steht zum Verkauf: Das Hotel Stern & Post ist ein Zeuge der Wirtschafts-, Verkehrs- und Tourismusgeschichte des Kantons Uri. In der Bausubstanz des Hotels am Beginn der Steigung zum Pass lässt sich die Geschichte der Erschliessung der Gotthardroute von der Kommerzialstrasse 1830, über den Bahnhof 1882, den Ausbau der Strasse Mitte des 20. Jahrhunderts bis zum Bau der Autobahn in den

1970er-Jahren ablesen. – Im idyllischen Garten am Chärstlenbach errichtete man 1892 neben dem Fachwerkbau des Waschküschens von 1822 ein pavillonartiges Gartenhäuschen. Nach kleineren Umbauten in den 1920er-Jahren wurde das Restaurant 1956–57 mit einem eleganten, auf zwei Stützen ruhenden Saalbau auf der Südseite erweitert. *KJV*

Adresse der Besitzerin: Elisabeth A. Tresch, Hotel Stern & Post, Gotthardstrasse 88, 6474 Amsteg, Telefon 041 883 14 40, E-Mail: info@sternpost.ch



SMALL LUXURY HOTELS

Über 50 neue Hotels

320 Mitglieder sind im neuen Guide 2005 von Small Luxury Hotels aufgeführt. Die 50 neuen Mitglieder sind erstmals in Kategorien zusammengefasst.

ELISABETH LANG

Während der offizielle SLH Guide 2005 erst im Januar auf den Markt kommt, stellte Small Luxury Hotels in London das neue Mitgliederverzeichnis vor. Unter den neuen, zum ersten Mal in Kategorien zusammengefassten Hotels befinden sich unter anderem:

- 6 Heritage-Houses – historische Hotels, deren Ursprünge weit über die letzten Jahrhunderte hinaus gehen;
- 19 Hideaway-Resorts – die Berühmtheiten aus aller Welt und aus den Schlagzeilen;
- 4 Hotels, die mit ungewöhnlichen Beispielen in einer harmonischen Koexistenz zwischen Luxury & Ecology im Einklang sind.

Neu hinzugekommen sind 19 Spa-Hotels, welche das gesamte SLH-Spa-Portfolio auf eine Gesamtzahl von 120 Mitgliedhotels erhöhen. Ganz im Trend liegen die neuen 12 «City Sanctuaries». Für Abenteuer gibt es neuerdings vier Adventure-Playgrounds – zwei davon in der Wüste von Nordamerika – die Rusty Parrot Ranch im Staat Wyoming und das Sorrel River Ranch Resort & Spa in Utah. Zwei Newcomer kommen aus Australien, das Longitude 131, in den Northern Territories und das Llyall Hotel and Spa in Victoria.

Neu ist die Rubrik der Waterfront-Hotels. Mit den 22 neuen Mitgliedern verfügt SLH jetzt über eine der grössten Kollektionen von Waterfront-Hotels in der Welt. Drei neue SLH-Hotels verfügen über einen Golfplatz.

NEUE MITGLIEDER IN EUROPA

Aus der Schweiz wird im Guide 2005 das «Art Deco Hotel Montana» in Luzern aufgeführt. In Italien neu hinzugekommen ist das «Palazzo Sant'Angelo sul Canale Grande» in Venedig.

Neu kamen weiter hinzu:

- in Frankreich: 3.14 Hotel in Cannes, Hotel Juana in Cap d'Antibes, Hotellerie Le Maréchal in Colmar, Hotel Jules César, in Arles und das Grand Hotel in Saint-Jean de Luz;

- in Spanien: Hotel Gran Derby, Gran Hotel Balneario Blancafort in Barcelona, La Pleta Hotel & Spa in Baqueriolar de la Peña, Hotel Ra Beach Beach & Thalasso in Tarragona;
- in Portugal: Monte Do Casal, in Faro.

Mehr neue Mitglieder wünscht sich Paul Kerr, Joint-Managing-Director der Hill Goodridge Association & Association Ltd. (die Global Management Company of Small Luxury Hotels of the World), in Deutschland. Zum ersten Mal gibt es aus dem United Kingdom für das Jahr 2005 keine Neuzugänge. Rund zehn der 50 neuen SLH-Mitglieder kommen aus USA, weitere aus Vietnam, aus China und von den Cook Islands.

SPANIEN

Bed & Breakfast auf noble Art

Die sevillanische Aristokratin Marta Medina hat ein neues, kaum etikettierbares Beherbergungskonzept ins Leben gerufen: Die «Casa de Madrid» verbindet das exklusive Ambiente eines 5-Sterne-Hotels mit dem individuellen Charakter eines privaten Gästehauses.

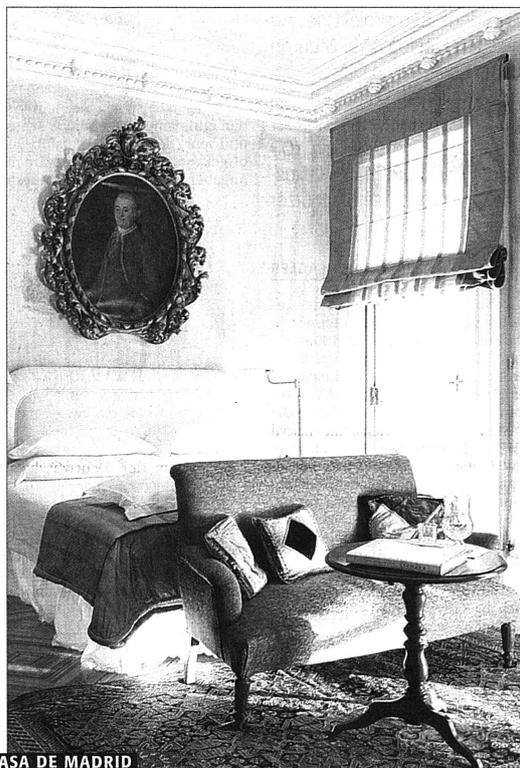
MARTINA KUNZE

«Jedes Haus sagt etwas über die Person aus, die dort wohnt», findet Marta Medina, Inhaberin der «Casa de Madrid». «Ich denke, mein Haus reflektiert das Glück das ich hatte, von schönen Dingen umgeben zu sein, und dieses Privileg möchte ich teilen.» Dieser Wunsch ging für die blaublütige Kunst- und Architekturhistorikerin in Erfüllung, als sie nach drei Jahren Restaurations- und Instandsetzungsarbeit im Juli 2003 erstmals Gäste in ihrem prachtvollen kleinen Palais empfangen konnte. Auf den 550 Quadratmetern im ersten Stock eines geschichtsträchtigen Gebäudes aus dem 18. Jahrhundert präsentiert Medina ein wahres Sammelsurium an wertvollen Antiquitäten, Gemälden und Kunstgegenständen, das sie im Laufe der Jahre auf Reisen nach Indien, Syrien oder Italien angesammelt hat.

SIEBEN EXKLUSIVE ZIMMER IM HERZEN MADRIDS

Doch was auf den ersten Blick einem Museum gleicht, lädt die Besucher zum längeren Verweilen ein. Der 7-Zimmer-Betrieb im Herzen der spanischen Hauptstadt gegenüber Oper und mit Blick auf den Königspalast ist als Luxushotel konzipiert mit der Besonderheit, dass die Chefin jeden ihrer Kunden persönlich kennt. «Für mich ist es so, als wären es meine privaten Gäste», erklärt die Spanierin, die drei Fremdsprachen perfekt beherrscht. Die «Casa de Madrid» möchte sie ungen in eine offizielle Hotelkategorie einordnen. Ganz umsonst kommen die per Mund-zu-Mund-Propaganda geworbenen Gäste trotzdem nicht zu einer Nacht in der Luxuspension. Sai-

FOTOS: ZVG



CASA DE MADRID

Schlafen wie ein spanischer Grande im 19. Jahrhundert: Hier sieht man die Umsetzung der damaligen Mode mit dem Sofa als Verlängerung des Bettes.

sonabhängig liegt der Mindestpreis pro Person zwischen 160 und 195 Euro, für die 110 Quadratmeter grosse Suite Damasco mit drei Zimmern und integrierter Küche verlangt Marta Medina zwischen 260 und 350 Euro.

FRÜHSTÜCK IM BETT AUF DEM SILBERTABLETT

Die Ausstattung der Räumlichkeiten liegt auf dem Niveau eines klassischen 5-Sterne-Hotels. Jedes Zimmer

verfügt über ein eigenes Bad, Satellitenfernsehen, kabellosen Internetzugang, Minibar und Klimaanlage. Das Frühstück ist im Preis begriffen und wird auf einem Silbertablett mit gestärkter Serviette aus Bett gebracht oder aber im gemeinschaftlichen Salon verzehrt. Auf Wunsch bereitet das Personal aber auch individuell Mahlzeiten zu. Insgesamt beschäftigt Medina acht Personen.

Was die Zimmerbelegung betrifft, äussert sich die Geschäftsfrau zufrieden, wenn sie auch keine Zahlen nennen will: «Der Betrieb lässt sich nicht mit klassischen Hotels vergleichen. Viele meiner Gäste bleiben sehr lange – bis zu drei Monate ist nichts Ungewöhnliches.» In diesen Fällen gibt es dann eine Art Vertrauensrabatt; ab der ersten Woche 10 Prozent, ab der zweiten 20 Prozent, ab der dritten 30 Prozent und ab der vierten 40 Prozent.

TYPISCHE STILELEMENTE DER ARISTOKRATIN

Im Rahmen eines früheren Projektes konnte die Kunsthistorikerin, die unter anderem in Harvard studiert hat, bereits Erfahrung in der Hotellerie sammeln. 1985 kaufte Marta Medina gemeinsam mit ihrem damaligen Ehe-

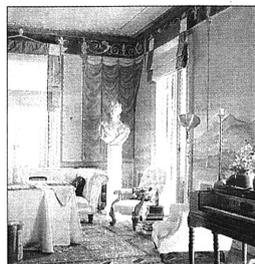
man Palast bei Sevilla für 17 Mio. spanische Peseten (102 000 Euro). Nach der Komplettrestaurierung des historischen Gebäudes aus dem 16. Jahrhundert für umgerechnet 2,4 Mio. Euro öffnete die «Casa de Carmona» 1991 – pünktlich ein Jahr vor der Weltausstellung – ihre Pforten. Wenn auch gegensätzlich im andalusisch-maurischen Stil gehalten und mit einem Portfolio von 34 Zimmern, 4 Tagungsräumen, Schwimmbad, Restaurant sowie grosszügigen Grünanlagen wesentlich grösser ausgestattet, trägt die «Casa de Carmona» doch unverkennbar Marta Medinas Handschrift. Vor allem in der Inneneinrichtung finden sich ihre typischen Gestaltungselemente, wie die Anordnung des Sofas als Verlängerung des Bettes oder die Integration des Badezimmers im Raum als Mini-Pavillon wieder.

WEITERES LUXUSHOTEL IM FAMILIENBESITZ

Die Geschäftsführung des Betriebes, dessen Tagungsräumlichkeiten von Unternehmen wie L'Oréal, Johnson & Johnson, Audi oder McKimsey für Firmenveranstaltungen gemietet werden, hat mittlerweile einer von Medinas Söhnen, Felipe Guardiola, übernommen. Dank seiner Anstrengung gehört der 5-Sterne-Hotelkomplex heute zu den bekanntesten Namen im Luxussegment in Spanien. 2003 wurde die «Casa de Carmona» in den angesehenen Hotelverband Relais & Châteaux aufgenommen sowie vom «Conde Nast Traveller» zu einem der «75 Top European Hotels» gekürt.

Doch Erfolg und Anerkennung musste sich Guardiola mit seinem Team erst erkämpfen. «Ich habe die Asche des Feuerwerks aufgekehrt», erinnert er sich. Denn das ehrgeizige Hotelprojekt wies in organisatorischer Hinsicht noch Defizite auf. Vor allem galt es, die Geschäftsstruktur neu zu definieren und den Schuldenberg zu beseitigen. Auch von Relais & Châteaux wurde er nicht von Beginn weg mit offenen Türen empfangen. Erst beim dritten Anlauf gelang die Aufnahme in den exklusiven Zusammenschluss. Die Anstrengung hat sich gelohnt: Seit dem Beitritt haben sich die Belegungszahlen in der «Casa de Carmona» um 15 Prozent verbessert.

Casa de Madrid: Zahlen und Fakten



Eröffnung: Juli 2003
Errichtung Gebäude: 18. Jahrhundert
Inhaberin: Marta Medina Muro
Anzahl Zimmer: 7
Fläche: 550 Quadratmeter
Preise (saisonabhängig): Standardzimmer: 160–195 Euro; Spezialzimmer: 175–250 Euro; Suite Damasco: 260–350 Euro.
Mitarbeiter: 8
Spezielles: Gemeinschaftssalon für die Gäste (Bild), Blick auf Königspalast, Inhaberin wohnt selber in ihrem kleinen Luxushotel.
Internet: casademadrid.com *MK*

Casa de Carmona

Eröffnung: September 1991
Errichtung Gebäude: 1561
Inhaber: Felipe Guardiola Medina
Anzahl Zimmer: 34
Fläche: 3000 Quadratmeter
Preise (saisonabhängig): Doppelzimmer Standard: 160–240 Euro; Doppelzimmer Deluxe: 200–270 Euro; Junior-Suite: 240–300 Euro; Blaue Suite: 700–900 Euro.
Mitarbeiter: 50
Extras: 4 Tagungsräume auf 310 Quadratmeter Fläche, Restaurant mit 60 Sitzplätzen, Schwimmbad
Internet: casadecarmona.com *MK*



RAUCHFISCH / Kalt geräucherter Fisch besitzt zwar die grösste Nachfrage, aber «warm geräucherter» gilt als edler. SEITE 14



US-GASTRONOMIE / Fernsehkoch zu sein, bedeutet in Amerika für Küchenchefs auch lukratives Marketing. SEITE 15



hotel+tourismus revue

COFFEESHOP

Starbucks und Karstadt trennen sich

Die Liason zwischen Starbucks und Karstadt war ähnlich kurz wie jene mit Bon appétit. In Deutschland will Starbucks nun auf eigene Faust expandieren.

GUDRUN SCHLENCZEK

Auf Ende November verkauft die deutsche KarstadtQuelle AG ihre Anteile des Joint Ventures «KarstadtCoffee GmbH» an die Starbucks Coffee Company. Grund für den Ausstieg ist die Absicht des finanziell angeschlagenen Konzerns, sich in Zukunft verstärkt seinen Kernkompetenzen zu widmen. Seit Ende September verhandelte man bereits mit Starbucks (die hr berichtete in der letzten Ausgabe).

Nun hat sich der Fall für den deutschen Warenhaus-Konzern schneller als gedacht gelöst. Der Anteil von 82 Prozent des Konzerns an dem Joint Venture wird von der Starbucks Coffee Company komplett übernommen. Dazu zählen die getätigten Investitionen in ihrer vollen Höhe ebenso wie die insgesamt 450 Mitarbeiter. Starbucks führt alle deutschen Starbucks-Filialen weiter, dazu gehören ebenfalls die vier Starbucks-Coffee-Houses, die in Karstadt-Warenhäusern integriert sind.

IN GUTEN MÄRKTEN FINANZIERT MAN SELBST

Während sich Starbucks nach der Trennung vom Schweizer Partner Bon appétit Group wieder einen neuen Investor für den hiesigen Markt sucht und auch fand (Marinopoulos Holdings Sàrl), setzt der Coffeeshop-Systemer in Deutschland nach eigenen Aussagen nun bewusst auf Eigenfinanzierung. «Einer von Starbucks strategischen Prioritäten ist, die Investitionen der Company in Schlüsselmärkten zu erhöhen», so Julio Gutierrez, Präsident von Starbucks Coffee Europa, Mittlerer Osten und Afrika. Das erlaube Starbucks einen grösseren Einfluss auf dem deutschen Markt. Denn das erklärte Ziel von Gutierrez ist, «in diesem wichtigen Markt weiter zu wachsen.»

Das Joint Venture der Karstadt-Quelle AG mit der Starbucks Coffee Company wurde im Herbst 2001 gegründet. Im Mai 2002 eröffneten die ersten beiden Starbucks-Coffee-Houses in Berlin. Innerhalb von zweieinhalb Jahren wurden insgesamt 37 Coffee-Houses in 15 Städten eröffnet. Das sind mehr als ein Shop pro Monat.

DÉLIFRANCE (SUISSE) SA

Alle zwei Monate ein Shop

Bekannt ist der französische Tiefkühl-Backwaren-Produzent in der Deutschschweizer Gastronomie in erster Linie als Zulieferer. Doch bei DéliFrance gilt das strategische Augenmerk zunehmend den Franchiseshops. Dabei zieht man Take-aways echter Gastronomie vor.

GUDRUN SCHLENCZEK

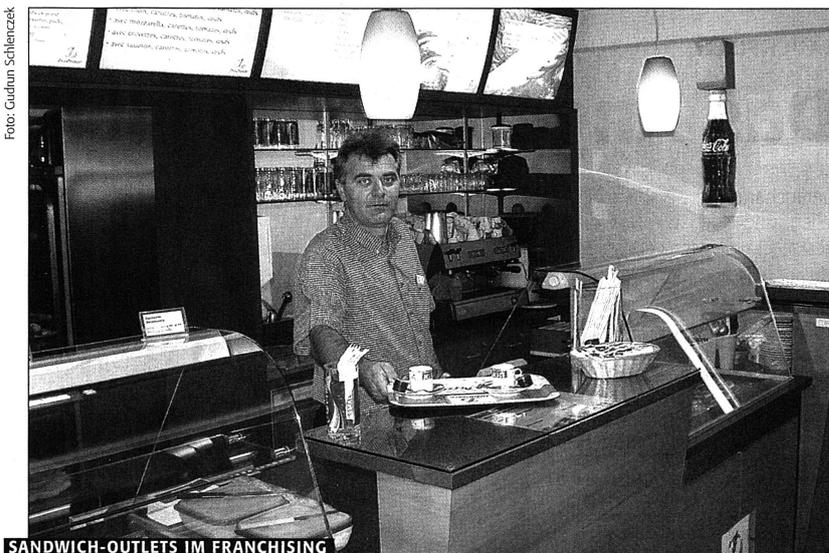
Seit 20 Jahre expandiert die DéliFrance SA mit Hauptsitz in Paris international mit Franchiseshops auf Basis ihrer Tiefkühlbackwaren. Die Tochter eines der grössten Getreideverarbeiter Europas, der «Grands Moulins de Paris», zählt heute weltweit 418 Outlets. Der Backwarenproduzent DéliFrance ist damit wohl nicht nur einer der ganz wenigen gastronomischen Zulieferer, der versucht, mit Shops die eigene Marke beim Endkonsumenten zu positionieren.

DéliFrance spielt auch punkto Angebot eine Vorreiterrolle: So wie bei «Subway» mit weltweit über 22000 Standorten, werden in den DéliFrance-Outlets die Sandwichs, die fast die Hälfte des Umsatzes ausmachen, erst nach der Bestellung frisch vor den Augen des Kunden belegt. In Deutschland zählt Subway rund 140 Shops. In der Schweiz schaffte der amerikanische Sandwich-Systemer nur gut eine Handvoll, um dann wieder von der Bildfläche zu verschwinden.

In der Schweiz besetzt DéliFrance nun diese Nische, mit Erfolg: 27 Outlets zählt die DéliFrance (Suisse) SA mit Sitz in Vernier bereits hierzulande. Und es sollen noch mehr werden. «Das Franchisekonzept ist Strategie von DéliFrance und soll forciert werden», erklärt Adrian Seemüller, der deswegen für die Konzeptentwicklung vor gut einem halben Jahr zur Schweizer DéliFrance berufen worden ist. Seemüller ist beauftragt, das Franchisekonzept innerhalb der Schweizer Niederlassung zu einem Profitcenter auszubauen. Die Expansionspläne sind ambitioniert: Ungefähr alle zwei Monate will Seemüller in der Schweiz einen neuen Shop eröffnen. In fünf Jahren sollen es bereits um die 60 Outlets sein.

FÜR DIE DEUTSCHSCHWEIZ SORTIMENT ANGEPAST

Verstärken will Seemüller dabei die Präsenz in der deutschsprachigen Schweiz. Heute zählt DéliFrance dort gerade mal drei Take-aways. «Um



SANDWICH-OUTLETS IM FRANCHISING

Lucien Petrus ist Franchisenehmer bei der DéliFrance (Suisse) SA mit zwei Outlets in Fribourg. Eines verfügt über einen Restaurantanteil (Foto), das zweite ist ein reiner Take-away. Diesem Typus gehört die Zukunft bei DéliFrance, denn er ist lukrativer.

das System den Deutschschweizern schmackhaft zu machen, bedurfte es entsprechender Sortimentsanpassungen», erklärt Seemüller. Denn mit den 20 Croissantsorten und in erster Linie Baguette-Sandwichs kommt das Konzept sehr frankophon daher. Das soll sich ändern: Neu zur Produktpalette zählt deshalb beispielsweise eine Sandwichlinie auf der Basis von «Ciabattas».

«TAKE-AWAYS SIND WESENTLICH RENTABLER»

Seemüller spielt weiter mit dem Gedanken, das klassische Backwaren- und Sandwich-Angebot von DéliFrance in den Läden noch mit fremden Produkten zu ergänzen: Zum Beispiel mit Glace oder Suppen. Gerade Brot und Suppe ergänzen sich bestens. Seemüller: «Wir evaluieren zur Zeit verschiedene Suppenkonzepte.» Da die Shops über keine Produktionsküche verfügen und das ganze System auf einem hohen Conveniencegrad basiert, sucht man sowohl für das Suppensortiment als auch für die Glace entsprechende Lieferanten, die fertige Produkte liefern.

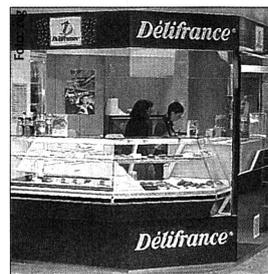
Shops mit Sitzplätzen sind bei der DéliFrance Suisse SA in der Minderheit, gerade mal drei der 27 Outlets verfügen über einen echten Restau-

rant-Teil. Auch in Zukunft setzt man primär auf reine Take-aways. «Take-aways verheissen im Allgemeinen eine höhere Rentabilität, weiss Seemüller. Die Zahlen geben ihm recht. Der Nettogewinn eines Take-away-Outlets liege, wenn alles optimal läuft, bei annähernd 10 Prozent. Dafür bedürfe es allerdings Standorte, an denen mindestens 7000 bis 8000 Passanten pro Tag vorbeikommen. Ideale Standorte seien hochfrequentierte innerstädtische Passantenlagen, beispielsweise im Bahnhof oder in Shoppingcentern.

FRANCHISEBEDINGUNGEN NUN WELTWEIT GLEICH

Um dem Franchising mehr Schwung zu verleihen, hat man von Paris aus das System sowohl konzeptionell als auch punkto Corporate Design stärker vereinheitlicht. Beim Kaffeesystem beispielsweise hat man sich für die «Lavazza Espresso Point» entschieden, ein Kaffeevollautomat mit Kapselsystem, der für den durchschnittlichen Ausstoss im Shop von 50 bis 100 Tassen pro Tag ausreicht. Ab kommendem Jahr folgen in den Schweizer Outlets koordiniert Aktionen. Alle zwei Monate offeriert man am Point-of-Sale Sandwich-Specials, ergänzt durch regelmässige Preispro-

motionen. Die Einstiegsgebühr für Franchisenehmer ist nun international die gleiche und beträgt 15 000 Euro, die Franchisefee 6 Prozent vom Umsatz. Noch senken will man den Investitionsbedarf, der heute für ein DéliFrance-Take-away zwischen 80 000 und 100 000 Franken liegt, für einen Betrieb mit Sitzplätzen bis 250 000 Franken. Nicht zuletzt deshalb, weil auch Franchisenehmer zunehmend knapp bei Kasse sind.



DéliFrance setzt auf Take-away-Outlets.

Reklame

Reklame

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

DéliFrance-Shops weltweit

International gibt es heute 418 DéliFrance-Franchise-Outlets:

Asien	230
Holland	71
Belgien	29
Schweiz	27
Martinique	20
Portugal	15
England	14
Guadeloupe	10
Deutschland	1
Ungarn	1
Südafrika	1

Franchise-Fakten von DéliFrance

Konditionen für einen Franchisenehmer des DéliFrance-Shop-Konzepts:
Einstiegsgebühr: 15 000 Euro; Verwendungszweck: für die Standortsuche; für Planung und Umsetzung; für Ausbildung und Manuals, dazu gehört zum Beispiel eine viertägige Basis-schulung in Frankreich und eine dreiwöchige Ausbildung in einem DéliFrance-Shop; für Marketing und Corporate Design, wie ein Satz Berufskleidung und Tabletop; für Eröffnung; z.B. lokale Werbung zur Eröffnung, Verbraucherumfrage vor und nach der Eröffnung.

Franchise-Fee: 6% vom Umsatz; davon: 33% fürs Marketing
Outletgrösse Take-out: ab 20 m²
Mietpreis pro m²: 250 bis 1200 Fr. pro Monat
Warenkosten: ca. 33%
Personalkosten: 25% (Take-away)
Umsatz: Take-out: Fr. 400 000.– bis 600 000.–; mit Sitzplätzen bei ca. 80 m² Gesamtfäche: Fr. 700 000.– bis 850 000.–; davon: ca. 60% mit Take-away, 40% mit Konsumation vor Ort

www.delifrance.ch

Qualität für besondere Ansprüche
Walküre
Bei Buchecker
Tel. 041 360 42 44
www.buchecker.ch

«Sirha 2005»: 1600 Aussteller

Lyon. «Sirha 2005», der «Salon International de la Restauration, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation», wird vom 22. bis zum 26. Januar 2006 in Lyon/F stattfinden. Die zweijährliche Veranstaltung wird auf dem 103.000 Quadratmeter grossen Messegelände der Eurexpo durchgeführt, das ausgebaut wurde und neu über weitere 16.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche sowie 3.500 Parkplätze verfügt.

Zur 12. Ausgabe der «Sirha» werden in Lyon an die 1.600

Aussteller sowie 164.000 Fachbesucherinnen und -besucher aus der ganzen Welt erwartet.

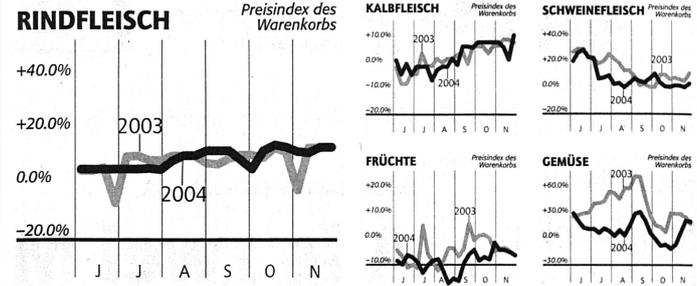
Das Leitkonzept der «Sirha 2005» lautet «Gastronomie und Wohlbefinden». Ernährungs- und Gesundheitsfachleute werden am 24. und 25. Januar 2005 Fachwissen und Erfahrungen austauschen. Zu den traditionellen Höhepunkten der «Sirha» zählen die internationalen Branchen-Wettbewerbe: So beteiligen sich zum Beispiel am renommierten «Bocuse d'Or» Teilnehmer aus

24 Ländern, und an der «Coupe du Monde de la Pâtisserie», dem Weltcup für die Konditorei, messen sich an die 60 Konditoren aus 20 Ländern bei der Herstellung einer Eisskulptur – zubereitet mit einer gekühlten Süssspeise –, einer Schokoladensüssspeise und eines Desserttellers. Neu lanciert wird an der «Sirha 2005», als internationaler Wettbewerb für Käse, der «Concours International de Fromage».

MJP

www.sirha.com

PRODINDEX 22. 11. BIS 27. 11. 2004 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



RAUCHFISCH

Das Angebot wird vielseitiger

Geräucherte Lachse sowie Forellen sind nach wie vor die Bestseller unter den geräucherten Fischen, aber die Palette ist vielseitiger geworden. Heiss geräucherte Fische stehen im Trend. Doch die Qualitätsunterschiede der angebotenen Produkte sind beträchtlich.

Foto: Guido Böhler



VEREDELT SOWIE HALTBAR

Handwerklich hergestellter Rauchfisch schmeckt nussig sowie dezent salzig und rauchig.

GUIDO BÖHLER

Rauchlachs und -forelle sind schon vor Jahren Massenprodukte geworden. Nun werden immer öfter andere Edelfische sowie Meeresfrüchte im Rauch veredelt und haltbarer gemacht. Und dies nicht nur im kalten Rauch sondern auch im heissen – eine Methode, die sich für die Eigenfertigung eignet. «Heissrauch-Produkte haben grosse Bedeutung gewonnen», konstatiert Leo Belsler, Geschäftsführer der Lachsraucherei Dyhrberg. «Besonders Forelle, Makrele, Hering und Thunfisch sind im Trend.» Neuheiten bei Dyhrberg sind heiss geräucherte Wild-Riesencrevetten. «Aber Kaltrauch-Lachs ist das Leaderprodukt und legt immer noch zu», so Belsler.

15 KILO SCHWERE FORELLEN

Bei Bianchi stehen heiss geräucherte Bodensee-Felchen im Trend. «Sie sind saftiger wie grösser als jene des Neuenburgersees», so Paolo Bianchi. Ebenfalls im Aufwind: heiss geräuchertes Marlin und Thunfisch, beide aus

Mauritius. Und «Gravad Zuchtsaiblinge aus Island wurden sehr beliebt», stellt Bianchi fest. Als Spezialität verkauft die Handelsfirma Fjordforellen: Sie bringen bis 15 Kilo auf die Waage.

Bei Michel Comestibles in Unterseen berichtet man vom Trend zu geräuchertem Thunfisch und Marlin, welche Vorteile bieten: «Man kann daraus grosse dünne Scheiben schneiden», so Foodmaster Arne van Grondel. Er macht die Erfahrung, dass handwerklich hergestellter Rauchfisch nussiger sowie dezent salzig und rauchig schmeckt. Handkehrum wirken starker Rauch und viel Salz konservie-

rend, was den längeren Vertriebswegen der Industrie entgegenkommt. Industriell werden die Fische zuerst filetiert und nachher geräuchert, wogegen man im Handwerksbetrieb ganze Hälften räuchert, «und dies mit mehr Gefühl», konstatiert van Grondel.

Bei Dyhrberg dauert das Kalträucherchen zwei Tage. Industrielle Methoden mit Nass-Salzung und Hochdruck-Rauch verkürzen diesen Prozess auf sechs Stunden. Dabei werden oft Geschmacks- und Farbstoffe zugesetzt, was man an der Zutatenliste erkennt. «Aber heute ist die handwerkliche Fischverarbeitung trotz der besseren Qualität rückläufig», bedauert van Grondel. «Die Nachfrage nach preisgünstigeren Industrie-Produkten nimmt zu». Das ehemalige Luxusprodukt erlebt einen Preiszerfall.

Aber die Qualität kann variieren: Die Eigenschaften reichen von mild

bis rauchig und salzig oder fettig. Die milden Produkte gelten als Spitzenqualität, jedoch auch die kräftigeren finden ihre Liebhaber. Anfang November veröffentlichte «Salz & Pfeffer» einen Produkttest. An der Spitze mit 16 von 20 Punkten lagen zwei Produkte von Dyhrberg: Norwegischer Zuchtlachs («Regelmässiges Blass-Rosa, sehr angenehmer Geruch, im Gaumen fantastisch») sowie Bornholmer Wildlachs («hellbeige, zart, fleischig, ausgewogen»). An dritter Stelle mit 15 Punkten folgte der Alaska-Wildlachs von Mövenpick: «ausgewogene Balance, leicht salzig, etwas trocken, leichte Holznote». Vierzehn Punkte erzielte Globus (Hersteller: Dyhrberg) mit dem Silberlachs aus Wildfang: «zart, subtil, angenehme Konsistenz, fein geräuchert». Dreizehn Punkte erhielt «Alaska Trappers Creek» von «Alaska Import»: dunkelrot, kompakt, mild geräuchert, angenehm, ausgewogen.

WARMER RAUCH – KALTE MARINADE

Kalt geräucherter Fisch besitzt zwar die grösste Nachfrage, aber «warm geräucherter ist edler und vielseitiger», meint van Grondel. «Er findet auch in der warmen Küche Verwendung.» Der ehemalige Koch gibt Tipps: Seeforelle oder Seeteufel in Butter anbraten, im warmen Rauch bei Niedertemperatur garen und mit Honigsauce servieren. Den Rauch kann man mit Gewürzen aromatisieren. Spezial-Öfen gibt es zum Beispiel bei Alto Shaam Switzerland.

Und eine weitere beliebte Delikatesse, ohne Rauch dafür mit Milchsäuregärung, ist der kalt marinierte «Gravad Lachs». «Der Stolz jedes Fischkochs», so van Grondel. «Viele haben dafür Geheimrezepte. Auch andere Fische eignen sich, wie Dorade oder Seeteufel». Solche werden im Handel selten angeboten – eine Chance für Exklusivitäten.

ZUCHTFISCH – WILDFANG

Wie die Haltung – so der Fisch

Dank der Züchtung sind Lachse zum Massenprodukt geworden. Aber die Massen-Tierhaltung wirkt sich negativ auf die Qualität aus.

GUIDO BÖHLER

«Der beste Lachs stammt aus Wildfang von Island», meint Arne van Grondel, Foodmaster bei Michel Comestibles. «Weil er schonend gefangen wird». Er ist aber sehr rar geworden. Bei andern wild gefangenen Lachsen können unschöne Blutergüsse vorkommen. Beim Zuchtlachs dagegen kommen sogar Bisswunden vor, wenn die Fische im Becken zu eng gehalten werden. Handkehrum können Wildlachs nicht immer sofort verarbeitet werden», so van Grondel. «Zuchtlachs kommen dafür frisch in den Handel.»

Doch bei den Lachszeiten gibt es grosse Unterschiede in der Haltung und Fütterung. Besonders schonend gehalten und ausserdem zertifiziert sind Bio-Zuchten: Schottischen Bio-Lachs bietet Dyhrberg an, und Bioforellen das Hotel Blausee mit eigener Zucht und Räucherei.

MIT DEM SEGEN DER TIERSCHÜTZER

Aber es gibt weitere Labels: «Blattmann Trading» beliefert die Luxushotellerie mit schottischem Zuchtlachs aus «Loch Duart» mit dem «Freedom Food Label», das vom britischen Tierschutzverein kontrolliert und anerkannt wird. Es steht für schonende Haltung mit niedrigem Bestand (maximal 1,5 Prozent des Beckens mit Fischen belegt). Bewegung ist eine wichtige Voraussetzung für die Fleischkonsistenz. Das Futter stammt aus nachhaltigen natürlichen Quellen, und alle drei Jahre wird das Gehege verlegt. Die Fische sind rückverfolgbar bis zum Ei. Bei Wildfischen ist keine Bio-Zertifizierung möglich aber das MSC-Label (Marine Stuartshop Council), welches für nachhaltige Fischerei steht und vom WWF empfohlen wird. Mit diesem Label verkauft Dyhrberg pazifischen Silber- sowie Chum-Lachs. Zuchtlachs sind fettreicher (14 bis 17 Prozent), weil sie gezielt gemästet werden und sich weniger bewegen als wilde.

Atlantischer Wildlachs dagegen enthält nur 10 bis 12 Prozent Fett, pazifischer sogar nur 5 bis 7 Prozent. Beim Räuchern sinkt der Fettgehalt, weil etwa die Hälfte des Fettes abtropft. Der Fettgehalt beeinflusst die Qualität: «Fettärmerer Fisch ist weniger schmackhaft», so van Grondel. «Beim Schneiden zerfällt er eher». Das Schneid-Problem tritt vermehrt bei fettarmen Fischen auf, die durchgefroren gelagert werden. Keine Tiefkühlung ist jedoch das oberflächliche Anfrischen auf minus acht Grad, um das Parieren zu erleichtern.

Zur Erinnerung an Pedro Ramos

Lieber Pedro

Inmitten deines aktiven unternehmerischen Wirkens wurdest du auf eine Reise in eine neue Welt abberufen. Wir sind alle sehr betroffen, fassungslos und traurig. Wir verlieren einen einzigartigen Menschen und Freund.



Wir bleiben dir sehr dankbar für deine grossherzige Freundschaft, unermüdete Leistungsbereitschaft, herausragende Fachkompetenz und prägende Entwicklungsarbeit in unserer Unternehmung. Du hast es vorbildlich verstanden, unsere Vision und Interpretation der italienischen Tafelkultur

umzusetzen – in der Cantinetta Antinori, im Contrapunto und Pulcino – und jüngst im Conti. Wir vermissen deine Lebensfreude, deine nie versiegende Energie, dein positives Denken, dein Sagen und Es-Tun sowie deinen liebevollen Umgang mit unseren MitarbeiterInnen und KundInnen. Dein fundiertes Fachwissen, dein feinfacciertes Qualitäts-Empfinden werden uns fehlen. Danke, dass wir so viel lernen dürfen von dir.

In unserer Unternehmung sind alle sehr traurig, weil wir dich lieb gewonnen und in unsere Herzen geschlossen haben; das gilt auch für unsere Gäste und Geschäftspartner

Danke, lieber Pedro, für alles, das wir mit dir erleben, von dir empfangen dürfen. Wir werden Sorge tragen zu dem von dir Erarbeiteten und in deinem Sinne weiterarbeiten. Bis sich unsere Wege wieder kreuzen.

In Verbundenheit und Dankbarkeit: deine BINDELLA terra vite vita Daniel Müller und Rudi Bindella

Rauchfische – Trends und Spezialitäten

Alaska Import: Wild-Rotlachs geräuchert oder «gravad» aus Alaska. Königslachs heiss geräuchert. Wild-Silberlachs. Wild-Heilbutt geräuchert, weiss oder rot. Alle in Alaska verarbeitet und tiefgekühlt importiert.

Baifk: räuchert im traditionellen Holzofen nach altrussischem Rezept und verwendet norwegischen sowie schottischen Zuchtlachs, um «Geschmacks-harmonie zwischen Lachs, Rauch und Salz» zu erzielen. Das Produkt hat eine dezente Rauch-Salz-Note.

Bianchi: Neuheiten sind Gravad Zuchtsaiblinge aus Island, wo sie nach Rezept von Bianchi verarbeitet werden. Spezialität: Fjordforellen der Marke «Fossen» aus Norwegen.

Blattmann Trading GmbH: Neu sind geräucherte Miesmuscheln, Terrine aus heiss geräuchertem Lachs und Carpaccios (Rauchlachs, Rohlachs und Gravad Lachs). Der schottische Zuchtlachs wird in der Räucherei «Loch

Fyne» verarbeitet: sehr milder Rauch- und Salzgeschmack.

Blausee: kalt geräucherte Regenbogenforelle und Lachsforelle, auch roh mariniert oder mit Kräutern geräuchert. Mousse aus Rauchforellen. Alle Bio-Knospe-zertifiziert. Eigene Bio-Forellenzucht und Räucherei.

Dyhrberg: Neu sind heiss geräucherte Wild-Riesencrevetten. Spezialitäten: heiss geräucherter Beluga-Wildstör und Zuchtstör aus Italien, Kalt geräucherter Chum-Wildlachs und Silberlachs. Bornholmer Wildlachs aus der Ostsee: hellrosa mit hohem Fettgehalt. Eigene Räucherei in Balsthal mit der traditionellen Steinofen-Methode ohne Zusätze.

Michel Comestibles: Im Trend sind geräucherter Marlin und Thunfisch. Spezialitäten: Gravad Lachs «Fossen» und parierte Fjord-Lachsforelle aus Norwegen. Störfilet-Tranchen aus Italien. GB

GASTRONOMIE USA, TV-KOCH

Erfolgreich durch integriertes Marketing

Fernsehkoch ist in den USA ein mühsames Geschäft: Viel Arbeit, viel Zeitaufwand, wenig Honorar und keine Rezepte mit denen man eine Auszeichnung gewinnen kann – aber es ist für die Köche ein lukratives Marketing für alle anderen Aktivitäten.

HARALD WEISS

Der gebürtige Deutsche Walter Staib ist mit seiner heimatischen Küche in den USA sehr erfolgreich. Er hat zwei Kochbücher herausgegeben, in welchen er den Amerikanern traditionelle Koch- und Backrezepte aus Europa, hauptsächlich aus Deutschland, der Schweiz und Österreich näher bringt. Mit seiner dreissigminütigen TV-Sendung «Cooking with History» ist der 56-Jährige regelmässig bei CNA zu sehen. Ausserdem ist er häufig Gast bei den in den USA besonders beliebten Morgenshows.

«Die amerikanischen Fernsehzuschauer sind ganz begeistert von europäischen Rezepten, denn sie bringen vielen ihre kulinarischen Wurzeln näher», lautet seine Begründung über den Erfolg seiner TV-Rezepte. Besonders vor Feiertagen ist er heiss begehrt. «Im Oktober gab es eine Ausgabe mit deftigen Gerichten zum Oktoberfest, zu Thanksgiving erläutere ich die fachgerechte Truthahnzubereitung und die Sendung mit der Weihnachtsgans wird gerade produziert», sagt Staib über seine herbstlichen TV-Aktivitäten.

Solche speziellen Gerichte sind bei den US-Zuschauern immer ein Renner und nach der Sendung stehen die Telefone nicht still. Über 3000 Rezepte werden manchmal nach solchen Sendungen im Internet heruntergeladen.

EUROPÄISCHE REZEPTE BEI US-ZUSCHAUERN BELIEBT

Besonderen Anklang finden auch typisch schweizerische Gerichte: «Vor wenigen Wochen habe ich eine Schweizer Zwiebelsuppe gekocht, die sehr gut ankam. Auch die Abende mit Rösti und Zürcher Geschnetzeltem hatten sehr hohe Einschaltquoten.» Wichtig sei bei den Fernsehrezepten, dass man nicht zu komplizierte Gerichte zubereitet. «Lieber wähle ich ein Rezept mit wenigen Zutaten, das dann aber im Geschmack begeistert – im Fernsehen ist weniger wirklich mehr», sagt er über seine TV-Konzeption.

Obwohl der Drehaufwand für jede einzelne Sendung recht hoch ist, sieht er seine TV-Auftritte als wichtige Ergänzung zu seinen anderen Projekten. Zu denen unter anderen seine Beratungsagentur «Concepts by Staib» gehört, mit der er vor allem die OMNI-Hotelgruppe bei neuen Konzepten berät. Als weiteren Vorteil seiner TV-

Auftritte sieht Staib die lokale Verbreitung seiner Sendung im Grossraum Philadelphia, wo er sein Luxus-Restaurant, die «City Tavern» betreibt. «Durch den ständigen Hinweis auf mein Restaurant werden die Leute neugierig und kommen zum Dinner vorbei», weiss er aus Erfahrung.

Auch für den Verkauf seiner Kochbücher seien die Fernsehauftritte sehr hilfreich. «Nach jeder Sendung spürt der Handel eine verstärkte Nachfrage nach meinen Büchern», freut sich Staib. Um diesen Buchverkauf auch landesweit weiter anzukurbeln, verhandelt er derzeit mit einem überregionalen Fernsehsender, der ein Jahr lang jeden Mittwoch eine Koch-Episode ausstrahlen will. «Die Bücher spiegeln meine deutsch-schweizerische Ausbildung wider und ich freue mich, dass sie in den USA immer beliebter werden», sagt er voller Stolz.

DEUTSCH-SCHWEIZERISCHE AUSBILDUNG

Staib begann seine Laufbahn im «Hotel Post» in Nagold und im 5-Sterne-Hotel Sommerberg in Bad Wildbad. Danach wechselte er nach Gstaad in die «Chesery», die damals dem Aga Khan gehörte und vor allem die High-Society beherbergte. «Für mich jungen Hüpfen war das sehr beeindruckend. Stars wie Brigitte Bardot, Gunter Sachs, Elizabeth Taylor und John Wayne als Gäste zu haben. In so einem Haus muss die Organisation perfekt stimmen, und darin sind die Schweizer unglaublich präzise», erinnert er sich.

Danach ging er ins Hotel Belvedere nach Interlaken und ins 5-Sterne-Hotel Casa Berno in Ascona. Es war eine harte Schule, aber das, was ich da gelernt habe, ist noch heute meine Basis», lautet seine Einschätzung der Schweizer Hotelausbildung. Auch kulinarisch sei die Schweiz für ihn sehr wichtig: «Sie vereint das Beste aus der deutschen, französischen, norditalienischen und der eigenen regionalen Küche.»

«ICH WOLLE EIGENTLICH NUR EIN JAHR BLEIBEN»

Staib sah damals seine Zukunft in der Schweiz. Doch 1969 wurde er zu einer kulinarischen Olympiade in die USA eingeladen und das änderte sein Leben vollständig. «Ich wollte eigentlich nur ein Jahr bleiben und dann wieder zurück in die Schweiz, wo ich mich sehr wohl fühlte», erinnert er sich. Amerika gefiel ihm damals überhaupt nicht, doch neue interessante Projekte verzögerten seinen Abreiseterrmin immer weiter.

Schliesslich wurde er in Chicago sesshaft und startete 1994 in Philadelphia sein Vorzeigeprojekt, die «City Tavern»; eine kulinarische und bauliche Ikone mit 500 Plätzen. In wenigen Jahren macht er aus dieser einst berühmten «Touristenfalle» einen viermaligen «Five-Diamond-Award-Sieger». «Touristen kommen heute nur

noch zum Staunen. Die Stammgäste sind alles Ansässige aus Philadelphia oder dem grösseren Umkreis», erläutert Staib seinen Imageerfolg.

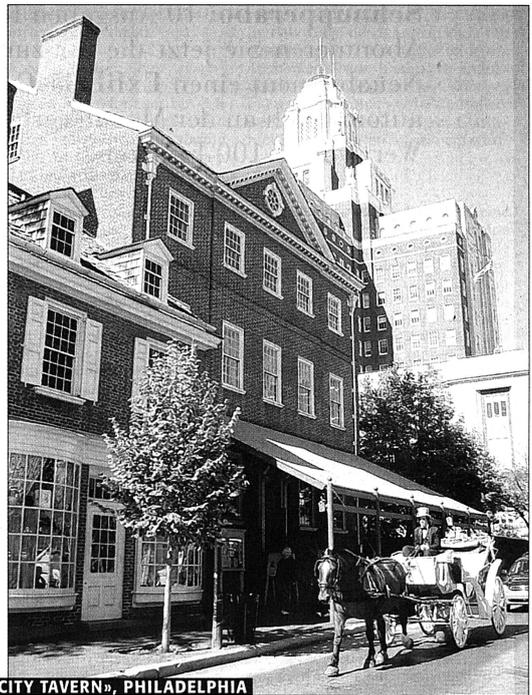
Zu diesen neuen Kunden gehört auch ab und an hoher Besuch aus der nahe liegenden Bundeshauptstadt, wie beispielsweise Ted Kennedy und Colin Powell. «Besonders begeistert waren Bill und Hillary Clinton», erinnert sich Staib an den Besuch des Präsidentenpaares.

STÜCK AMERIKANISCHER GESCHICHTE

Das 1773 erbaute rote Backsteingebäude der «City Tavern» war von Anfang an ein beliebter Treffpunkt für Politiker. Hier haben die Gründer des heutigen Amerika, Thomas Jefferson und George Washington, ihre ehrgeizigen Pläne besprochen und sich Mut angetrunken. Und um die Erinnerung daran aufrechtzuerhalten, hat Staib alles bis ins Detail restauriert oder nachgestellt.

Sogar die Einkleidung seines 100-köpfigen Teams entspricht den damaligen Uniformen. Staib scheut auch keine Mühe, nur authentische Gerichte auf den Tisch zu bringen, was zur Folge hat, dass die Speisekarte viele europäischen Zutaten, Beilagen und Zusammenstellungen enthält. Schliesslich bestand damals die Bevölkerung zum grossen Teil aus deutschstämmigen Einwanderern, deren Anteil teilweise sogar so gross war, dass zeitweise Deutsch als Landessprache favorisiert wurde.

Fotos: ZVG


«CITY TAVERN», PHILADELPHIA

Im roten Backsteingebäude der «City Tavern» aus dem Jahr 1773 tagten schon die Gründer des heutigen Amerika.

Anzeige

Wir füllen Ihre Betten!



Werden Sie Partner-Hotel von

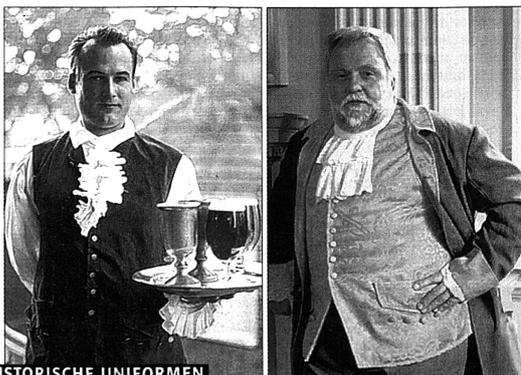

**HOTEL
RESERVATION
SERVICE**

- Europäischer Marktführer für weltweite Hotelreservierungen
- Über 10.000 Firmen wie z.B. EADS, Siemens, Bosch, etc. mit Ihrem gesamten Buchungsvolumen
- Kostenlose Teilnahmen am weltweiten Buchungssystem
- Exklusivpartner von z.B. LTU, Airberlin, Germanwings, Austrian Airlines
- Gäste zahlen direkt im Hotel

www.hrs.com

contracting@hrs.de

+49 221 / 2077 - 500

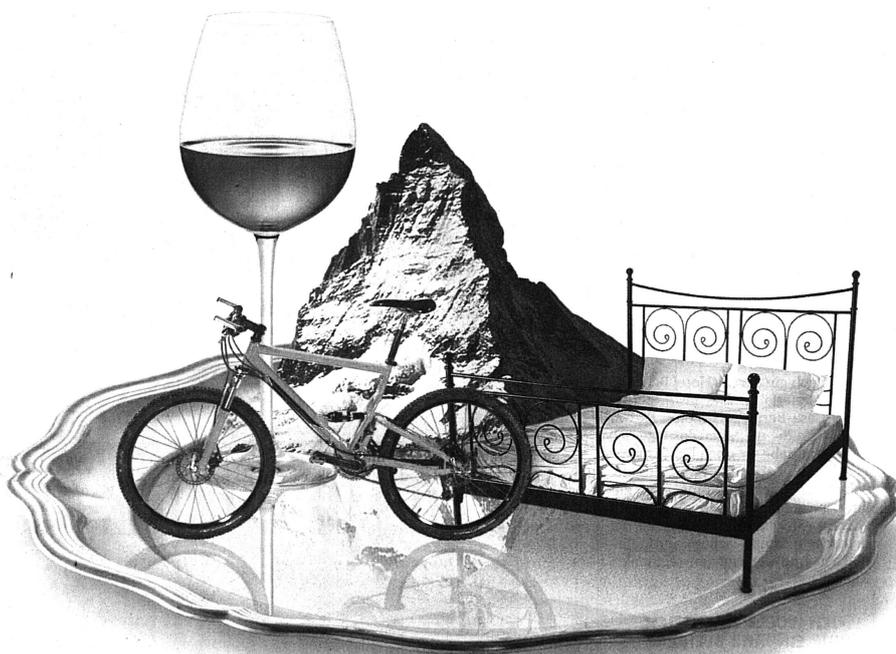

HISTORISCHE UNIFORMEN

Gastronom Walter Staib (rechts) liess die «City Tavern» bis ins Detail restaurieren. Die Kleidung seines 100-köpfigen Teams entspricht den damaligen Uniformen.

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 htr-Verlag 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.

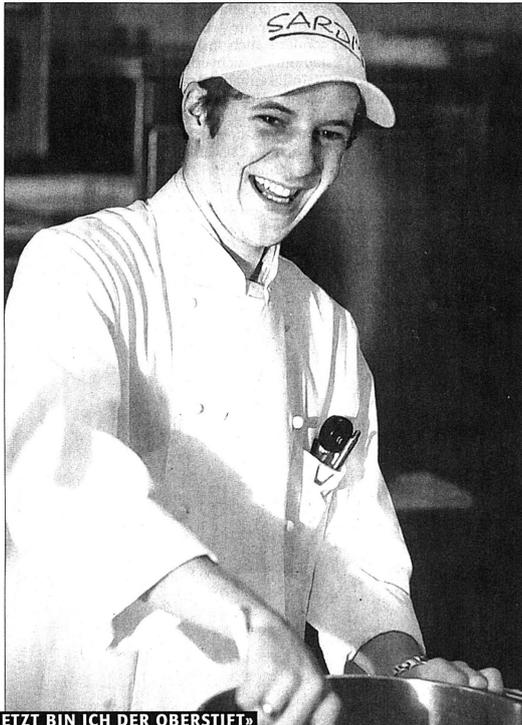


LEHRLINGSSERIE: KOCHLEHRE

«Ich bin selbstständiger geworden»

Wie erleben die Lehrlinge im Gastgewerbe ihre Lehrzeit? Christian Henz, Kochlehrling im Seminarhotel Worbenbad, Worben BE, ist jetzt im letzten Lehrjahr. Im Gespräch mit der Htr verrät er, wie gern er laufend mehr Verantwortung übernimmt.

Foto: Hedwig Schaffer



«JETZT BIN ICH DER OBERSTIFT»
Für Lehrlinge ist es nicht leicht, wenn ein guter Küchenchef und Lehrmeister den Betrieb verlässt. Auch für Christian Henz heisst es lächeln und weitermachen.

HEDWIG SCHAFFER

Seit dem 1. August 2004 bin ich in unserer Hotel-Restaurant-Küche der Oberstift. Man gewöhnt sich schnell daran, für die Unterstift Verantwortung zu tragen. Es ist mir auch bewusst, dass ich für die jüngeren Lehrlinge ein bisschen eine Vorbildfunktion habe. Wenn sie ein Problem haben, kommen sie eher zu mir als zum Chef. Ich hielt es ja auch so, als ich noch Unterstift war. Und das ist nicht lange her – es ist mir alles in bester Erinnerung.

★

Mein Chef, Michel Brossard, arbeitet seit dem vergangenen Juli nicht mehr bei uns. Ich finde das sehr schade. Er hatte einfach immer alles sehr gut im Griff – auch den Umgang mit den Stiften und den Mitarbeitern. Ich vernahm übrigens als Letzter im Betrieb, dass er uns verlassen werde. Wie ich so hörte, hat es ihm schon ein wenig Leid getan, dass er mich nicht bis zum Ende meiner Lehrzeit begleiten konnte.

Lehrlinge

Aber ich begreife seinen Entschluss ja gut. Er ist mit seinen 36 oder 37 Jahren noch jung und wollte weitere Erfahrungen sammeln. Er hat sogar schon an einen eigenen Betrieb gedacht. Und in einem Hotel, das jedes Jahr neue Stifte aufnimmt, kann ein

Chef, der sich verändern will, nicht bleiben, bis alle Stifte ausgebildet sind.

★

Im Moment haben wir noch keinen neuen Küchenchef. Bis ein Ersatz gefunden ist, stehen der Souschef Jean Rodolphe Hofstetter und Stefi Grosjean der Küchenmannschaft vor. Dies ist zwar eine gute Zwischenlösung, aber lange dauern kann sie nicht. Bei der Wahl des neuen Chefs darf das

ganze Küchenteam mitreden – die drei Lehrlinge und die Lehrtöchter inbegriffen. Es ist sehr wichtig, dass der Neue gut mit den Stiften umgehen kann und dass er jung ist, weil die ganze Mannschaft jung ist. Wir erwarten von ihm, dass er gerne kreativ arbeitet und viele neue Ideen mitbringt. Michel Brossard hatte als Koch ein beachtliches Niveau, und wir haben uns an dieses Niveau gewöhnt. Der Lehrprozess muss in der begonnenen Qualität weitergeführt werden. Bislang haben sieben oder acht Kandidaten bei

uns hereingeschaut, doch der Passende ist noch nicht gefunden.

★

Seit rund vier Monaten bin ich Saucier. Ich bereite Fleisch- und Fischsaucen sowie weitere warme Saucen zu. Grundsätzlich verfügen wir stets über acht oder neun Standardsaucen. Die Wünsche der Gäste werden stets berücksichtigt – manche ziehen milde Saucen vor, andere scharfe. Wenn ich Saucen auf Vorrat mache, wähle ich eine Variante zwischen mild und scharf. Ich wurde nur drei Tage lang angeleitet, danach musste ich selbstständig arbeiten. Das hatte auch eine gute Seite – ich lernte mich selbst weiterentwickeln. Doch nun ist es so weit: Jetzt rückt der Mittelstift als Saucier nach.

★

Von nun an wechsele ich von Posten zu Posten und springe dort ein, wo gerade jemand fehlt. Das ist abwechslungsreich, und ich freue mich auf diesen Turnus. Bis jetzt hat ein Einsatz in einem bestimmten Bereich immer etwa ein halbes Jahr gedauert, und ich habe sämtliche Bereiche kennen gelernt. Dennoch fühle ich mich noch nicht wie ein ausgebildeter Koch. Ich habe bisher nur das Grundwissen erworben und muss mich jetzt in den einzelnen Gebieten weiterbilden. Zudem muss ich bereits mit den Prüfungsvorbereitungen beginnen. Wir machen hier zwar vieles, was man für die Lehrabschlussprüfung braucht.

★

Es bleiben mir jetzt noch acht Monate Zeit bis zur Prüfung. Auch in der Berufsschule habe ich keine Probleme. Wir hatten allerdings einen Lehrerwechsel, und daran musste ich mich zuerst gewöhnen. Unser erster Lehrer, Eric Gross, ist sehr stark in den Fächern Warenkunde, Ernährungslehre und so weiter. Mein neuer Lehrer, Armin Fuchs, ist ein Spitzenkoch, und seine Stärken zeigt er uns in der Küche. Für mich ist es interessant, bei beiden Seiten lernen zu können – ich kann von beiden Lehrern profitieren. Sehr

wichtig ist für mich auch, dass ich im Betrieb wie in der Schule in einer top ausgerüsteten Küche arbeiten kann. An beiden Orten haben wir Induktionsherde. Einige meiner Kollegen müssen sich immer wieder umstellen, weil in ihren Betrieben auf Glaskeramik- oder Gasherden gekocht wird.

★

Es geht mir auch privat gut. Meine Freundin hat Verständnis für meine unregelmässigen Arbeitszeiten – sie arbeitet nämlich selber im Gastgewerbe – genauer gesagt an der Réception eines Hotels. Ich glaube, ich bin im Laufe meiner ersten beiden Lehrjahre selbstständiger geworden – auch auf geschlossener und kommunikativer. Am 6. August 2005 werde ich zwanzig. Nach der Lehre werde ich in die Rekrutenschule einrücken und 21 Wochen lang im Dienst sein. Anschliessend möchte ich mich weiterbilden – entweder zum Diätkoch oder zum Pâtissier. Vielleicht können mich ja Armin Fuchs oder Michel Brossard beraten oder mir sogar eine geeignete Lehrstelle vermitteln. Dies sollte schon vor der Rekrutenschule geschehen. Aspirieren will ich nicht. Ganz sicher weiss ich schon jetzt, dass ich später Lehrlinge ausbilden will. Deshalb habe ich mir überlegt, während meiner einjährigen Weiterbildung einen Lehrmeisterkurs zu absolvieren. Denn ich arbeite sehr gern mit Stiften.

Lehrbegleitung

Wie erleben Stifte das Gastgewerbe ihre Lehrzeit? Wie verarbeiten sie ihre Hochs und Tiefs? Fühlen sie sich den Herausforderungen gewachsen? Wie entwickeln sie sich persönlich und beruflich? Die Htr interviewt in grösseren Zeitabständen einen Lehrling und eine Lehrtöchter der Gastrobranche und protokolliert die Antworten in der lebendigen Sprache der jungen Leute. Auch für die Arbeitgeber dürfte ein Blick in die Welt und das Wesen von zwei motivierten Nachwuchslernenden interessant sein. HS

«INTERWHISKY»-SPEZIALMESSE, FRANKFURT

Die Malt-Whiskys gibt es nun auch «jung»

Malt-Whisky in allen Facetten stand im Mittelpunkt der Spezialmesse «InterWhisky», die im Frankfurter Hotel Intercontinental veranstaltet wurde.

GEORG UBENAUF

An die 312 verschiedene Whisky-Geschmacksrichtungen und -Marken galt es zu verkosten. Alle grossen Importeure waren gekommen, dazu aber eine Reihe kleiner Destillieren mit ihren ganz besonderen und seltenen Sorten. Malt-Whisky ist in einem sonst überall rückläufigen Spirituosenkonsum immer noch mit zweistelligen Zuwachsraten am Markt. Und die Whisky-Freunde wallfahrten vom 19. bis 21. November nach Frankfurt, um auf dieser sechsten Spezialmesse nach neuen Trends und ausgefallenen Abfüllungen Ausschau zu halten.

Ein Trend war eindeutig: Immer mehr schottische Malt-Whiskys gibt es nun auch «jung» – ohne Angabe, wie viele Jahre sie im Fass gereift sind. Dafür treten einige mit Fantasiebezeichnungen wie «Select» (aus dem Hause Auchentoshan) oder auch direkt «Very young» (von Ardbeg) auf. Laphroaig bietet seinen jungen «unter

zehn Jahre» mit 48 Volumenprozent als «Quarter Cask» an – im kleinen, nur rund 100 Liter grossen Fass gereift, deshalb auch schneller trinkbar. Mit diesem Trend will die Branche auch die Whisky-Freunde erreichen, die im Laden nicht mehr als 25 bis 30 Euro ausgeben, dennoch aber etwas Besonderes trinken wollen.

Denn gleichzeitig geht der Trend eindeutig zu den «Insel-Whiskys». Sei es die Insel Islay, oder die Inseln Skye und Jura – was von da kommt, zeichnet sich meist durch kräftige, torfige und herzhafte Gouts aus und darf möglichst alt und möglichst teuer sein. Talisker aber, von der Insel Skye, ergänzt sein Sortiment zwischen dem 10- und dem 20-Jährigen durch einen 18-Jährigen, der mit 45,8 Volumenprozent auf den Markt kommt – für immerhin rund 65 Euro pro Flasche.

TREND ZU UNTERSCHIEDLICHEN STÄRKEN

Überhaupt geht ein dritter Trend weg vom Einheits-Volumen der 40 Prozent hin zu unterschiedlichen Stärken und immer mehr auch zur «Fass-Stärke». Die darf so zwar nun genannt werden, wenn die Flaschen von nur einem einzigen Fass gezogen sind, 58,3 Volumenprozent aber ergeben

sich durchschnittlich auch bei Abfüllung von mehreren gleichaltrigen Fässern.

Gastronomen und Barkeeper nutzten die sich erstmals bietende Gelegenheit, am ersten «InterWhisky»-Tag die ersten sechs Stunden als Fachbesucher unter sich zu sein. Hier wählte manch einer eine neue Ergänzung für seine Whisky-Bar und ent-

deckte auch Ausgefallenes. So hat ausgerechnet die «Altenburger Destillerie» aus Thüringen in Schottland den 12 Jahre alten «Tomatin» (Betonung auf dem i) entdeckt, der nun exklusiv über sie vertrieben wird. Und die Schottischen «CL World Brands», die einem international agierenden Multimillionär gehören, wollen mit ihren ganz ausgefallenen Whisky-Marken

die Schweiz über die Firma Fassbind-Vertrieb erobern. CL World Brands hat nämlich gerade kürzlich den Fassbind-Vertrieb gekauft. Nun soll als erstes ein «Blended Scotch» unter der Marke «Black Bottle» verkauft werden, dessen Malt-Anteile aber als Spezialität aus Maltwhisky aller sieben Destillieren der Insel Islay besteht.

Im späteren Gedränge der zahlreichen Publikumsbesucher konnte man viele junge und erstaunlich viele weibliche Interessierte entdecken, die von den Möglichkeiten, probierenderweise zu vergleichen, fleissig Gebrauch machten. Bei manchen Marken musste man aber sofort auch kaufen, wollte man von den wenigen ausgewählten Flaschen für sich eine ergattern. Veranstalter Christian Rosenberg freute es. Er ist nicht nur seit Jahren in der Whisky-Industrie tätig, sondern er ist «Whisky-Botschafter» mit einer Zeitschrift gleichen Namens, die er seit kurzem von Tägerwilen aus erscheinen lässt.

Foto: zvg

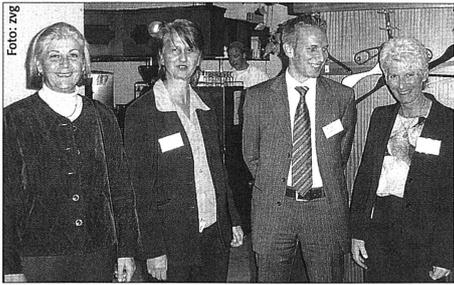


«INTERWHISKY 2004», FRANKFURT
An die 312 verschiedene Marken und Whisky-Geschmacksrichtungen gab es an der 6. Ausgabe der Whisky-Spezialmesse zum Verkosten.

Reklame

Veraltet ist mit Fingern pressen, nur «GENEFISH» lässt dies ganz vergessen!
*Fax: 041 361 041 85, sherton@bluwin.ch

10 Jahre Schulhotel Regina



hotelleriesuisse. Das «Rama-da Treff Hotel Regina» in Adelsboden steht seit 10 Jahren hotelleriesuisse als Schulhotel für die Ausbildung der Hotelfach-assistenten/-innen zur Verfügung. Letzten Mittwoch wurde das Jubiläum gefeiert. Im Foto (v.l.n.r.): Mariann Hännli, Leiterin Gastgewerbliche Berufsbildung hotelleriesuisse; Hanni Jost, Internatsleiterin; Andy Gilgen, Leiter Nachwuchsmarketing hotelleriesuisse; Regula Meier, Berufsbildungsverantwortliche. **GSG**

Rauchverbot nun in Portugal?

Rauchen. Portugal sagt dem Zigarettenrauch den Kampf an. Gesundheitsminister Luís Filipe Pereira kündigte ein Anti-Tabak-Gesetz an. Danach soll künftig nicht nur an Arbeitsstätten, sondern auch in Bars und Restaurants Rauchverbot herrschen. In Eisenbahnzügen soll ein generelles Rauchverbot gelten. Das Gesetz soll noch in diesem Monat von der Regierung verabschiedet werden und in sechs Monaten in Kraft treten. **GSG/ssta**

«Wein-Klinik» für Kellerschätze

Zürich. Weinsammler aus ganz Europa reisten nach Zürich, um einen «Gesundheits-Check» für ihre Kellerschätze durchführen zu lassen. Im Hotel zum Storch lud das australische Weingut Penfolds als «After Sales Service» zur ersten «Penfolds Recorking Clinic» für seine Spitzenweine ab Jahrgang 1991 und älter. Dabei wurden Flaschen wie der Kultwein «Grange» behutsam geöffnet, verkostet, wieder versiegelt und zertifiziert. **MJP**

ZITAT DER WOCHE

«Renao» (re = heiss, na = lärmig), das ist das chinesische Lebensgefühl, die chinesische Gemütlichkeit.»

Bernard von Mural, Berater für Lebensstil und Umgangsformen, auf Seite 5

PEOPLE

Seit 1981 kümmerte sich **Gerd Müller** mit seinem Team um das leibliche Wohl der Gäste in den Corvatsch-Restaurants. Durch seine Pensionierung ging nun am Corvatsch eine beeindruckende gastronomische Ära zu Ende. Als sein Nachfolger startet **Achim Kuhn**, der bereits über rund zwei Jahrzehnte Engadin-Erfahrung verfügt, in seine erste Saison als Restaurantleiter am Corvatsch. **MJP**

Peter Brändli ist seit Mitte November neuer Direktor des Hotels Rigihof in Zürich. Der dipl. Hotelier-Restaurateur SHV hat die Leitung des Hotels von **Birgit Schwarz** übernommen, die vorübergehend im Hotel Excelsior in Arosa die Direktion unterstützt. Peter Brändli hat während der letzten sechs Jahre das Club Hotel Altein in Arosa geführt. **DST**

Sandro Agosti (25) ist neu Geschäftsführer des Verbandes Appenzellerland Tourismus AR (VAT) mit Sitz in Heiden. Agosti trat die Nachfolge von **Doris Küng** an. Sandro Agosti hat an der Uni St. Gallen (HSG) während vier Jahren Wirtschaftswissenschaften mit Studienrichtung Betriebswirtschaftslehre und der Vertiefung Tourismus studiert. Agosti arbeitete als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der HSG mit. **DST**



«Weisse Wunderware Schnee». Unter diesem Motto nehmen sich die drei kantonalen Museen in Chur der feinen Wasserkristalle an. Schnee verzaubert Landschaften und Gemüter, kann aber auch in Form von zerstörerischen Lawinen zu Tal donnern. Schnee ist weit mehr als nur ein kühler Niederschlag; er beeinflusst Flora und Fauna und bestimmt das Leben im ganzen Alpenraum. «Bündner Kunstmuseum», «Rhätisches Museum» sowie «Bündner Naturmuseum» zeigen vom 19. November 2004 bis 27. Februar 2005 in drei Ausstellungen die «Weisse Wunderware Schnee» unter anderen Blickwinkeln. Dabei geht es nicht um eine lückenlose Dokumentation, sondern eher um einprägsame Beispiele, überraschende Sichtweisen und spannende Vernetzungen. Die Ausstellung ist genauso an Latein wie Fachleute und Einheimische wie Touristen gerichtet. Im Bild: Ausstellungsräume des Bündner Kunstmuseums. **MJP**

HFT LUZERN

63 Diplome ausgehändigt

Zum 16. Mal konnte die Höhere Fachschule für Tourismus Luzern Tourismusfachleuten das Diplom erteilen. 63 Diplomandinnen und Diplomanden feierten zusammen mit 200 Gästen den erfolgreichen Abschluss der zweijährigen, berufsbegleitenden Ausbildung. **DST**

Folgende Absolventen der HFT Luzern erhielten das Diplom «dipl. Tourismusfachfrau» bzw. «dipl. Tourismusfachmann»:
Achermann Céline, Emmenbrücke; Baggenstos Othmar, Brunnen; Bärtsch Manuela, Zürich; Binkert Marianne, Dürnten; Bisquolm Ursina, Rümlang; Brunner Rosella, Hergiswil; Burke Michelle, Zürich; Castillo Pablo, Wolhusen; Dietrich Anja, Zürich; Eigenmann Sandra, Ettenhausen; Flepp Tanja, Luzern; Frank Rahel, Luzern; Früh Roger, Rickenbach; Füglistler Nadia, Luzern; Gabriel Ursula, Zug; Gautschi Andrea, Horw; Graf Niklaus, Zug; Häring Christine, Ennetbaden; Hösl Claudia, Emmenbrücke; Huber Andreas, Würenlos; Hunziker Chantal, Luzern; Imholz Cornelia, Luzern; Janett Nina, Zürich; Jenni Corinne, Zürich; Joss Micha, Bern; Jurt Ursula, Endingen; Keller Cornelia, Zürich; Koller Fabienne, Wil; Kreyenbühl Samuel, Etschwil; Kunz Sonja, Starrkirch; Lamberti Alessandra, Littau; Langenegger Pamela, Zürich; Lareida Bettina, Bassersdorf; Lauber Gabby, Bern; Leu Esther, Emmenbrücke; Lindecker Dana, Zürich; Loosli Jasmin, Oberwil; Lutenberger Regina, Wolhusen; Mahnj Alexandra, Willisau; Mani Nadja, Zweisimmen; Moser Regine, Zürich; Müller Katrin, Lyssach; Müller Monika, Grabs; Pe Stefania, Luzern; Probst Lilian, Thun; Riner Eveline, Uster; Rogger Remo, Zürich; Schwander Daniel, Luzern; Schwarzenbach Georgiana, Luzern; Seiler Priska, Winterthur; Stöckli Andrea, Ruswil; Stofer Esther, Sempach-Station; Sulzer Barbara, Münchenbuchsee; Tschuor Thomas, Meiringen; Urech Muriel Antoinette, Birsfelden; Völliger Tobias, Herrliberg; von Siebenthal Claudia, Gstaad; Vrečko Gabriela, Thun; Wenger Pierre-Yves, Zürich; Wiedmer Anna, Dagmersellen; Wiedmer Karin, Därstetten; Zeehuysen Sonja, Winterthur; Zumstein Corinne, Bürglen.



Tessiner Weinregionen in einer Flasche. Zum zweiten Mal nach 2000 vereinten die Weinproduzenten Guido Brivio, Angelo Delea, Feliciano Gialdi und Claudio Tamborini die Weinregionen Mendrisiotta, Luganese, Locarnese und Tre Valli in der gemeinsam produzierten Merlot-Assemblage «Quattromani». Dabei wurden die besten – und sich am besten ergänzenden – Merlots der jeweiligen Region kombiniert. Der «Quattromani 2002» wurde in Lugano vom Tessiner «Weinintellektuellen» Angelo Frigerio (Bild) präsentiert. **MJP**



Dessert-Rekord. Anlässlich des fünfjährigen Jubiläums des «Gurten» Restaurants in Wabern bei Bern präsentierten letzten Sonntag Rolf Mürner, Chef-Pâtissier und Olympiasieger der IKA 2004 in Erfurt, sowie Brigitte Weibel den grössten Dessertwagen der Welt (10 m lang und 3 m breit). 35 verschiedene Dessertsorten wurden dem Publikum für symbolische Fr. 5.– pro Person offeriert. Rund 400 Gäste genossen die süsssen Verführungen, für die beispielsweise 480 Eier, 120 Kilo Schokolade und 50 Liter Rahm verwendet wurden. **GSG**

KURZ UND BÜNDIG

«Libre-Champ» anstelle von «Champagne»

Nach langem Hin und Her haben die Winzer des Waadtlandes Dorfes Champagne ihren gleichnamigen Weisswein in «Libre-Champ» umgetauft. Frankreich hatte im Rahmen der bilateralen Verhandlungen mit der Schweiz darauf bestanden, dass der Begriff «Champagne» künftig nur für den französischen Schaumwein verwendet werden darf. **DST/sda**

IMPRESSUM

ht+ hotel + tourismus revue Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Gegründet 1892
Gastronomie/Technik: Martin J. Petras (MJP), Gudrun Schlienzek-Gasser (GSG).
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM).
Produktion: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).
Layout: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).
Korrektur: Paul Le Grand.
Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Leh (GL), Tessin; Heribert Putschler (HP), Viers; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FR), Basel; Sonja Stalder (SST), Bern; Georg Ubenau (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.
Höteliers und Tourismus: Christine Künzler (CK), Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfli (DST), Dr. Karl Josef Verding (KJV).

Verlag: Verlagsleitung: Iris Strelbel
Stellenserte: Marc Moser
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter).
Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: 11'157 Ex. WEMF-beglaubigt 2005, 20'000 Ex. Vertriebsauflage
Verkaufspreise: (inkl. MwSt) Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–, ISSN: 1424-0440

Partnerpublikation für:
– Verband Schweizer Tourismus-Manager (VSTM)
– Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateurs SHV (VDH)
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Gruppentourismus
– Verband Schweizer Herolbäder (VSH)
– Verband Wohlfühlenden Schweiz
– Swiss International Hotels (SIH)
– Article Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Kontakte:
Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: ht@swisshotels.ch
Abonnemente:
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@swisshotels.ch
Inserate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@swisshotels.ch
Internet: www.ht.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



JEAN-MARC BOUTILLY /
Le nouveau directeur de
l'Hôtel des Trois-Couronnes
espère augmenter le chiffre
d'affaires de 10%. **PAGE 3**



GEORGES SAUDAN / Le
directeur de l'Office du
tourisme de Martigny
prendra sa retraite en
mars. Interview. **PAGE 5**

**Cahier
français**

hotel+tourismus revue

PLAN COMPTABLE

Un nouveau projet

Le projet d'un nouveau plan comptable suisse pour l'hôtellerie, élaboré par Emmanuelle Beauflis et Anne Cheseaux, a été présenté la semaine passée.

LAURENT MISSBAUER

Révisé en 1991, le plan comptable pour l'hôtellerie et la restauration commençait à dater. C'est donc sous la conduite de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) qu'un groupe d'experts, composé notamment de représentants d'hôtellerie suisse, de Gastro-suisse, de banques et de fiduciaires, l'a adapté. Ces adaptations, présentées la semaine dernière, ont avant tout été entreprises dans le but d'assurer une meilleure compréhension des résultats par les investisseurs.

MISE EN PLACE D'UNE BATTERIE DE RATIOS

Les adaptations ont également permis de mettre en place une «batterie de ratios pertinents susceptibles de donner aux hôteliers et aux restaurateurs de nouveaux outils de gestion». Le compte des pertes et profits enregistre les modifications les plus importantes. Il prévoit de déterminer un résultat par département: hébergement, restauration et autres départements, ces derniers étant plus détaillés que dans l'ancien modèle avec, par exemple, l'apparition d'un département wellness.

Les charges non affectables ont été réorganisées conformément aux normes de présentation usuelles dans les hôtels internationaux en quatre rubriques - administration, marketing, entretien et énergie - dans le but de faciliter le benchmark des coûts. Sur le plan pratique, le système de numérotation choisi assure un passage facilité entre l'ancien plan et le nouveau.

LES REMARQUES SONT BIEN VENUES

Ce projet de plan comptable peut être encore modifié. Une procédure de mise en consultation auprès des entreprises de la branche a ainsi été lancée. Elle devrait permettre à chacun de donner son avis sur les modifications introduites. Les auteurs de ce projet, Emmanuelle Beauflis de l'EHL et Anne Cheseaux, incitent donc les hôteliers à consulter le site www.ehlite.ch/sch/index.asp et à faire part de leurs remarques à l'adresse e-mail indiquée ci-dessous.

projectconsult@ehlite.com

MARCHÉ CHINOIS

Les touristes chinois sont à présent une réalité bien tangible en Suisse

Près de trois mois après leur voyage inaugural effectué en Suisse au début du mois de septembre et intitulé «Initial ADS Tour to Europe», les touristes chinois sont aujourd'hui une réalité bien tangible dans les hôtels de Suisse romande. Premier bilan.

LAURENT MISSBAUER

Les touristes chinois dans les hôtels de Suisse romande ne sont désormais pas seulement une réalité bien tangible, mais également une réalité particulièrement bienvenue. Christian Rey, le président d'hôtellerie suisse, n'a d'ailleurs pas manqué de le relever la semaine dernière lors de la traditionnelle conférence de presse d'hôtellerie suisse: «La Suisse a certes perdu d'importantes parts de marché puisqu'elle est désormais au 19^e rang mondial alors qu'elle figurait par le passé au 5^e rang, mais l'avenir, j'en suis persuadé, nous réserve des jours bien meilleurs. Cela notamment grâce à l'arrivée d'un grand nombre de touristes chinois.»

«Je ne partage de ce fait pas les prévisions de l'Institut BAK Basel Economics qui s'attend à une augmentation des nuitées hôtelières en Suisse de seulement 0,9% en 2006 et de 0,3% en 2007», a ajouté Christian Rey. Les différents hôteliers que nous avons interrogés semblent lui donner raison. Près de trois mois après l'arrivée à Genève du premier groupe de touristes chinois à bénéficier des nouveaux accords qui ont admis la Suisse parmi les nations détentrices de l'Approved Destination Status (ADS), force est en effet de reconnaître que les avis que nous avons recueillis sont extrêmement positifs.

DE PETITS GROUPES DE CHINOIS TOUTS LES JOURS

Aurélien Baroz, responsable des ventes au sein du groupe Fassbind Hôtels à Genève, Lausanne et Berne, ne tarit en tout cas pas d'éloges sur cette nouvelle clientèle chinoise: «En ce moment, ça cartonne très fort. Surtout à Genève où aussi bien l'Hôtel Cristal 3 étoiles, que l'Hôtel Cornavin 4 étoiles reçoivent tous les jours de petits groupes de touristes chinois.

Photo: Swiss-Image



«INITIAL ADS TOUR TO EUROPE»

Trois mois après l'arrivée à Genève du premier groupe de touristes chinois à bénéficier de l'ADS, de nombreux hôteliers de Suisse romande sont très satisfaits d'accueillir toutes les semaines plusieurs petits groupes de touristes chinois.

Nous réservons à leur effet une moyenne de cinq à dix chambres par jour. Contrairement aux Japonais et aux Russes qui passent par de grandes agences, nous travaillons avec les Chinois avec de petites agences avec lesquelles il faut parfois savoir rester

fermes au moment de négocier les prix.»

Michèle Liechti, directrice de l'Hôtel Drake 3 étoiles à Genève, s'avère elle aussi très satisfaite de l'arrivée des touristes chinois: «Nous avons passablement de petits groupes

de 20 à 30 personnes pour lesquelles nous avons engagé une collaboratrice chinoise au petit-déjeuner.»

«NOUS SOMMES TRÈS CONFIANTS POUR L'AVENIR»

«Le mois de novembre», poursuit Michèle Liechti, «a bien marché parce qu'il correspond à une de leurs périodes de vacances, mais nous sommes également très confiants pour l'avenir, notamment pour 2006. J'ai en effet été approchée lors du récent salon mondial du tourisme à Londres pour de grosses demandes portant sur 200 à 300 nuitées.»

Xiaohong Raemy, responsable du marché chinois auprès du groupe Minotel, confirme elle aussi que l'intérêt des Chinois pour la Suisse est bien réel depuis le mois de septembre: «Nous recevons dans nos hôtels deux à trois groupes de touristes chinois par semaine. Il s'agit la plupart du temps de groupes d'une quinzaine de personnes qui, une fois arrivées, à Genève, Lausanne ou Interlaken, apprécient beaucoup d'aller manger dans un restaurant chinois.»

«C'est un marché encore très nouveau»

«Le marché chinois est un marché encore très nouveau. C'est vraiment la première fois que les touristes chinois se déplacent en Europe en aussi grand nombre et ils ne pensent pas toujours beaucoup à la qualité. Cela pourrait cependant rapidement changer», relève Xiaohong Raemy, responsable du marché chinois chez Minotel.

Ce changement a d'ores et déjà été enregistré par plusieurs hôteliers de Suisse romande. Ces nouveaux touristes chinois ne s'intéressent en effet pas seulement aux hôtels 3 étoiles, mais également aux 4-étoiles. Ce que confirme Vincent Dick, le directeur du Tryp Hôtel Berne

4 étoiles de Genève: «Nous accueillons chaque semaine trois à quatre groupes d'une vingtaine de touristes chinois qui arrivent chez nous avec Kuoni.»

«Il y a donc de quoi susciter passablement d'intérêt également de la part d'autres directeurs d'hôtels 4 étoiles: «J'avais déjà essayé, il y a dix ans, d'attirer des Chinois mais, à l'époque, ils ne pouvaient pas sortir aussi facilement qu'aujourd'hui», remarque Salvatore di Mare, le directeur de l'Hôtel Bristol à Genève. «J'ai ainsi d'ores et déjà prévu de me rendre l'an prochain au salon touristique qui se tiendra à Shanghai du 20 au 23 janvier.» LM

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

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hôtellerie suisse

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

«Notre objectif est d'offrir une véritable plus-value à nos clients»

Tissage de Toiles Berne SA

Téléphone: +41 (0)31 340 85 85 www.lwberne.ch
Fax: +41 (0)31 340 85 01 info@lwberne.ch

DIVINEMENT BON.

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

micros

Crowne Plaza, Genève

Produits Micros-Fidelity de
Check-In Data 021 632 91 00. **CHECK IN DATA**
Chez eux chez les meilleurs.

«Tout savoir» sur les AOC en Suisse

AOC. Stalles ont souvent interpellé et occupé la «Une» des journaux au cours de ces dernières années, les campagnes pour la reconnaissance des AOC en Suisse sont souvent restées obscures pour le lecteur moyen. C'est donc le mérite d'un ouvrage récemment paru dans la collection «Le Savoir suisse» des Presses polytechniques et universitaires romandes, «La Bataille des AOC - Les appellations d'origine contrôlées et les nouveaux terroirs» que de décortiquer pour

les béotiens un dossier économique, politique et gourmand fort complexe. Les auteurs, un ingénieur agronome et un politologue, y expliquent pourquoi il faut protéger un vin ou un fromage.

«Au-delà du phénomène de mode, il y a quelque chose de profond puisqu'on reste dans le domaine de la tradition et de la qualité», soulignent-ils avant de poursuivre: «Au moment de la libéralisation des marchés de l'agriculture un certain nombre de choses étaient menacées,

non pas de disparition, mais surtout par de pâles imitations engendrant, à terme, le risque de confidentialité puis de disparition.»

Au fil de l'ouvrage on apprend ainsi ce que furent les «batailles» pour la reconnaissance de produits spécifiques: le cépage plan-robort, le fromage de l'Etivaz et les véritables luttes de longue haleine qu'ont demandé dans le canton du Valais la reconnaissance du pain de seigle ou de la viande séchée valaisanne. **JJE**

Une formule originale à Villars

Alpes vaudoises. Un nouveau concept d'écotourisme verra le jour cet hiver à Villars. Intitulé Whitepod.com, il prendra la forme d'un camp écologique situé à 1700 mètres d'altitude. Réservé à des groupes de maximum 10 personnes qui résideront dans des tentes «hightech» blanches, ce concept entend offrir «un havre de beauté et de tranquillité à ceux qui cherchent à reposer leur corps fatigué et leur esprit stressé», a indiqué l'OTV. **LM**

Un nouveau caveau

Vevey. Exploité lors de la Fête des Vignerons en été 1999, le Caveau Scanavin a été rouvert mi-novembre sous la forme d'une œnothèque. Ouvert du mardi au samedi de 10h30 à 20h, il propose plus d'une centaine de crus des domaines situés entre Cully et Lavey. «Notre initiative», souligne l'association gérante, «est de promouvoir et présenter l'extraordinaire diversité des produits vinicoles de la région.»

A l'enseigne de ScanaVIN, sur la place du même nom, la

nouvelle œnothèque compte particulièrement promouvoir des rouges de la région «peu appréciés, parce que peu connus». Les vendredis et samedis, elle proposera diverses animations en soirée.

Notons que toutes les bouteilles présentées pourront être commandées ou achetées sur place au prix de la vente directe à la cave des producteurs. Un site Internet devrait bientôt permettre les réservations. Pour le moment, elles peuvent se faire au 021 922 23 20. **JJE**

SOL MELIÀ

Une clientèle espagnole en hausse

Depuis son arrivée en Suisse en 2002, Sol Melià a ouvert chaque année un nouvel hôtel dans notre pays. Le prochain devrait voir le jour à Zurich.

LAURENT MISSBAUER

La chaîne espagnole Sol Melià, qui compte plus de 350 hôtels à travers le monde, a le vent en poupe. On a notamment pu s'en rendre compte la semaine passée à l'occasion des deux «workshops» internationaux qu'elle a organisés au Melià Rex Boutique Hôtel de Genève et au Melià Carlton Boutique Hôtel de Lausanne.

TAUX D'OCCUPATION EN HAUSSE EN SUISSE

Lors de ces deux «workshops», qui ont réuni une centaine de participants dont 18 représentants d'hôtels Sol Melià espagnols, la première chaîne hôtelière d'Espagne, numéro 3 en Europe, a fait savoir que le taux d'occupation de ses trois hôtels suisses était en constante augmentation. Un taux d'occupation que Vincent Dick, directeur de Sol Melià en Suisse depuis le mois de septembre 2003, n'a pas voulu préciser: «Nous préférons ne pas communiquer de chiffres pour l'instant car la commercialisation de nos trois établissements n'a véritablement débuté que cet automne. Jusqu'ici, nous nous sommes avant tout occupés d'ouvrir chaque année un nouvel établissement, le Melià Carlton Boutique Hôtel de Lausanne au mois de juillet 2002, le Tryp Hôtel Berne de Genève au mois de mai 2003 et le Melià Rex Boutique Hôtel de Genève le 27 février de cette année.»

UNE CLIENTÈLE ESPAGNOLE TRÈS PRÉSENTE CET ÉTÉ

Sol Melià envisage-t-elle d'ouvrir un quatrième hôtel en Suisse l'année prochaine? «Non, pas en 2005, mais peut-être en 2006 dans une capitale économique de Suisse allemande où nous avons un dossier qui est déjà très avancé pour un hôtel de 200 à 300 chambres», répond Vincent Dick. «En 2005, notre but principal sera de consolider la bonne marche des affaires de cette année, notamment en été où une forte hausse a été enregistrée avec la clientèle espagnole. Celle-ci a presque totalisé la moitié de nos nuitées en juillet et en août.»

«Nous avons pu constater à cette occasion la puissance d'une grande chaîne hôtelière et toute la force de son réseau de distribution. Une constatation qui devrait être encore plus nette en 2005 puisqu'Easyjet relie désormais Genève à Alicante et surtout à Madrid où Sol Melià dispose d'une quinzaine d'hôtels contre seulement trois à Barcelone», conclut Vincent Dick.

LE LABEL «FAMILLES BIENVENUES»

«Un tel label ne doit pas être un Alleingang de l'office du tourisme»

Le label «Familles bienvenues» met en avant 28 stations à travers la campagne «Familles» de Suisse Tourisme. Les critères d'admission ont été remis à jour en demandant notamment que le segment familles soit clairement déterminé dans le concept marketing.

DANIELLE EMERY MAYOR

«L'attitude en faveur des familles est notre préoccupation majeure et non une idée de marketing de plus. Elle est soutenue aussi bien par les prestataires touristiques que par la population.» C'est le credo signé par les stations «Familles bienvenues». Tous les trois ans, un «Mystery man» passe par là. Et gare aux prestations qui ne correspondent pas aux critères obligatoires.

«On a pu constater par endroits que si du côté de l'office du tourisme tout était mis en œuvre, cela ne suivait pas forcément du côté de tous les prestataires», note Alexandre Fricker de Suisse Tourisme, organisme chargé du marketing des stations «Familles bienvenues». En tant que membre de la commission de qualité du label, il se rend lui-même sur le terrain. «Il y a parfois des manquements graves. Nous souhaitons désormais qu'un comité de pilotage soit mis en place dans la station, réunissant tous les secteurs impliqués. Car trop souvent, le label est un Alleingang de l'office du tourisme...»

DE NOUVEAUX CRITÈRES D'ADMISSION

Judith Renner-Bach, la directrice de la Fédération suisse du tourisme qui décerne le label, annonce ainsi une indispensable mise à jour des critères d'admission. «Nous avons fait une évaluation avec une étudiante et il ressort que nous devons changer quelques points.» Se posent de nouvelles questions, comme celle amenée par la demande de Zurich d'être labellisée. «Est-ce qu'un tel label peut être appliqué dans une ville? Si oui, comment? Doit-on labelliser une destination ou seulement les stations? Y a-t-il des différences entre grandes et petites stations?»

Les nouveaux critères établis par la commission chargée du label ont été soumis aux stations pour consultation. «Nous trouvons qu'ils nécessitent beaucoup d'efforts supplémentaires», avoue Patrick Henry, directeur de Villars Tourisme, une station qui se réjouit de la présence du Club Med pour compléter l'offre à proposer aux familles, puisque le label demande, de façon facultative, de proposer un «Kidshotel». «Au lieu de vouloir toucher à tous les types de clientèle, il est bien qu'une station qui choisisse le segment famille travaille là-dessus au maxi-



«FAMILLES BIENVENUES»

Le segment «Familles» va rester parmi les principales campagnes promotionnelles de Suisse Tourisme ces prochaines années. La communication se faisait jusqu'ici surtout sur l'été, elle sera désormais un peu plus vers l'hiver.

mum.» Alexandre Fricker indique que la famille doit désormais apparaître dans le concept marketing de la station labellisée. Autre nouveauté: les «quality-coaches» doivent se réunir une fois par an. «L'idée est de les inciter à échanger leurs expériences, créer des liens d'une part, une certaine unité d'autre part. Car trop souvent les stations ne discutent pas entre elles.»

Or l'échange est profitable. Dans les Alpes vaudoises, les stations se sont réunies pour éditer ensemble une brochure. «Nous avons fait un Best of familles», explique Patrick Henry. «Nous avons réuni tout ce qui est offert dans les Alpes vaudoises pour ce segment de clientèle. Les gens sont très mobiles, ils vont volontiers d'un endroit à l'autre. L'offre est élevée, quantitativement et qualitativement.» Ces

stations répondent à la nouvelle exigence d'avoir dans la station une brochure spéciale famille.

NENDAZ: «NOUS AVONS FAIT BEAUCOUP D'EFFORTS»

Du côté de Nendaz, en Valais, «le label, obtenu en 1997, a failli ne pas être renouvelé cette année, en raison d'une infrastructure hôtelière pas tout à fait adaptée», note Marek Moos, responsable Marketing à Nendaz Tourisme. «Nous avons fait beaucoup d'efforts pour pouvoir agrandir l'espace pour les enfants dans un hôtel». Les critères sont stricts. Garderie d'enfants et ludothèque doivent par exemple être proposés aux clients. «Pour de telles infrastructures», relève Marek Moos, «il ne faut pas seulement

l'implication des partenaires touristiques, mais aussi celle de la commune. Pour la «Kids Academy», nous avons la chance de pouvoir nous greffer sur un partenaire qui organise des camps multisports.» Pour une station comme Nendaz, plutôt orientée parahôtellerie, la venue probable d'un nouvel hôtel est une bonne chose. Mais c'est l'ouverture du label à la parahôtellerie qui fait une meilleure connexion avec la réalité du terrain.

On approche du chiffre de 30 stations labellisées, chiffre plafond, comme le pensent tant Judith Renner-Bach qu'Alexandre Fricker. «Si nous allons au-delà, cela risque de faire perdre de la valeur au label», note la directrice de la Fédération suisse du tourisme. Un label qui doit permettre de donner un coup de projecteur sur ces stations à travers la campagne «Familles» menée par Suisse Tourisme qui leur est réservée.

Concrètement, les stations labellisées se retrouvent dans la brochure éditée par Suisse Tourisme. Elles sont aussi présentes sur Internet et elles sont mises en avant grâce à une information régulière à travers un fichier d'adresses «familles». Du côté des médias, Alexandre Fricker se réjouit de voir la collaboration dans ce segment-là se développer avec la presse. Notons que le segment «Familles» va rester parmi les principales campagnes promotionnelles de Suisse Tourisme ces prochaines années. La communication se faisait jusqu'ici surtout sur l'été, elle sera désormais orientée un peu plus vers l'hiver.

Crans-Montana sensible aux familles

Pour les stations labellisées, le bilan est plutôt positif selon les personnes interrogées. Même si, comme tout le monde le souligne, il ne peut se quantifier. Mais du point de vue marketing, on connaît l'effet de la «Kidsfluence», c'est-à-dire le poids des enfants lors du choix de la destination de vacances. Une station comme celle de Crans-Montana vient d'ailleurs de choisir cette option et recevra son label en cette fin d'année.

«Notre structure d'accueil destinée aux familles offre un grand potentiel

qui est encore peu exploité», note Philippe Sproll, à la tête opérationnelle de l'association Crans-Montana Marketing. «Dans le top 5 des stations valaisannes, aucune n'est clairement orientée vers les familles. Crans-Montana peut devenir la première destination de montagne pour les familles en Suisse romande.»

Pour attirer les parents avec leurs enfants, Crans-Montana veut mieux profiter de ses lacs qui pourraient transformer le Haut-Plateau en station balnéaire au cœur des Alpes. **DEM**

«Voitures de collection bienvenues» Du nouveau au Novotel de Genève



Chavornay (VD). Patrick Jackson*, éditeur à Chavornay du périodique «Auto Collections Info», a sorti la semaine passée un recueil d'hôtels, auberges et restaurants qui s'avèrent particulièrement intéressants pour les organisateurs de rencontres de voitures anciennes.

La plupart des établissements qui sont recensés dans ce guide intitulé «Les escalades des voitures de collection 2005» indiquent clairement le nombre de places de parc à disposition des amateurs de

voitures de collection et les mentions «grand parking» ou «parc sans problèmes» sont fréquentes.

Dans la publicité de l'Hôtel-Restaurant de la Croisée à Malvilliers (NE), il est par exemple mentionné que l'établissement dispose de 120 places de parc et de trois salles pouvant accueillir jusqu'à 300 personnes. «Tous les clubs sont les bienvenus», peut-on encore y lire. **LM**

* P. Jackson, tél. + fax: 024 441 50 51

Accor. Le groupe hôtelier Accor a annoncé la semaine passée qu'il entreprendrait en 2005 d'importants travaux visant à améliorer son offre en Suisse. Ces travaux, estimés à 6,6 millions de francs, porteront notamment sur la rénovation des chambres du Novotel de Genève-Centre et sur leur adaptation au nouveau concept d'architecture intérieure intitulé «Novation» et introduit pour la première fois en Suisse au début de cette année avec le Novotel de Berne.

Un lifting similaire sera également entrepris au Novotel de Zurich-Aéroport.

En ce qui concerne la marque Ibis, les principaux travaux porteront en Suisse sur la rénovation des salles de bains de l'Hôtel Ibis de Lausanne-Crissier et de l'Hôtel Ibis de Rothrist-Olten (SO). Le groupe Accor a encore annoncé qu'Ibis avait fêté en 2004 aussi bien son 30e anniversaire que la construction du 700e hôtel de la marque dans le monde. C'est en effet en 1974 qu'avait

été inauguré en France, à Bordeaux-Le Lac, le tout premier Hôtel Ibis.

On relèvera que la Suisse n'a pas été étrangère au fait que le cap des 700 hôtels Ibis construits ait été atteint cette année. Le millésime 2004 a en effet été le théâtre de l'ouverture de trois nouveaux hôtels Ibis, à Berne, à Fribourg et à Winterthur. C'est également cette année qu'a été ouvert à Tianjin, à 120 kilomètres à l'ouest de Pékin, le tout premier Hôtel Ibis de Chine. **LM**

VEVEY

Un palacetendance «cocooning»

Nouvelle direction à l'Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey. Avec une ferme volonté, la personnalisation de l'accueil et l'ouverture de l'établissement à la ville.

■ **JEAN-JACQUES ETHENOZ**

«Le premier jour, après la traditionnelle visite des installations et des étages, je me suis retrouvé au coin de la terrasse avec ma femme et je lui ai dit: bienvenue au paradis!» C'était le 16 août dernier, Jean-Marc Boutilly et Charlotte Renaud entraient en fonction à la tête d'un petit bijou: l'Hôtel des Trois-Couronnes, membre des Leading Hotels of the World, à Vevey.

RETOUR À UN MARCHÉ DE PROXIMITÉ

Depuis le 16 août, l'impression ne s'est pas démentie. Bien au contraire, à en juger l'enthousiasme dégagé par le nouveau directeur de l'Hôtel des Trois-Couronnes lorsqu'il évoque les quelques aménagements apportés à la politique de l'établissement. Notamment quelques retouches en cuisine et au service où il a fallu remotiver et redonner confiance aux équipes en place. Cela a notamment été le travail de l'ancien responsable F&B qu'est Jean-Marc Boutilly qui avoue un faible pour le rôle. Quelques retouches stratégiques également. Pour un retour marqué à un marché de proximité. Sans pour autant abandonner les Etats-Unis et l'Asie, le Trois-Couronnes se concentre aujourd'hui sur un marché européen compris dans un rayon de trois à quatre heures de voyage. Et invite ses hôtes dans un écrin (la Riviera lémanique) et dans un bijou (l'hôtel) à l'enseigne du «cocooning».

«Notre taille, avec 55 chambres, s'y prête. Et, avec 60 collaborateurs, nous pouvons mieux que quiconque personnaliser notre accueil», explique Jean-Marc Boutilly. Et le phénomène est le même pour ce qui est des séminaires, sa volonté est bien de «donner» les clés de l'établissement aux organisateurs, la seule solution pour se démarquer des grands centres de congrès et de séminaires.

AUGMENTER DE 10% LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Dernière retouche, la patte de Gauer Management en quelque sorte: la volonté d'ouvrir l'hôtel à la ville. Les offres restauration, mais surtout l'offre Spa – pris en charge par Charlotte Renaud – devraient y contribuer, tout d'ailleurs comme les nombreuses manifestations (brunch, repas de fête, etc.) prévues pour la fin de l'année mais aussi pour la prochaine fête de la Saint-Valentin. Objectif avoué du nouveau couple de directeurs: une augmentation de 10% du chiffre d'affaires, dans tous les secteurs.

HÔTELLERIE DES MONTAGNES NEUCHÂTELOISES

Attirer le tourisme de loisirs

De nouveaux concepts ont été lancés afin d'attirer dans les hôtels une clientèle disposée à passer des week-ends et des vacances dans la région.

■ **VALÉRIE MARCHAND**

Si en 2002 l'hôtellerie des montagnes neuchâtelaises a pu bénéficier de l'apport de l'Expo.02 et si 2003 a enregistré un nombre intéressant de nuitées grâce à des congrès réunissant médecins et enseignants, l'année 2004 s'avère moins réjouissante. «Environ 75% de la clientèle provient du tourisme d'affaires», explique Stéphane Zuccolotto, le coordinateur Montagnes Congrès & Séminaires de Tourisme neuchâtelais. Les hôtels tels que la Fleur de Lys, l'Hôtel Athmos et le Grand Hôtel des Endroits à La Chaux-de-Fonds ou encore l'Hôtel des Trois-Rois, au Locle, répondent bien à cette demande. «Mais il est aussi nécessaire de proposer une offre différente susceptible d'intéresser un large public», ajoute Stéphane Zuccolotto.

FAIRE RESURGIR DES TRÉSORS BIEN CACHÉS

A La Chaux-de-Fonds, l'Hôtel du 1er-Mars, par exemple, restaure ses chambres progressivement. Elles sont très différentes les unes des autres. Suite, mini-suite ou single, chacune a son cachet particulier. Le tout avec ce «petit plus» qui fidélise le client. «Je veux qu'elles soient davantage qu'une chambre d'hôtel», précise Gilles Montandon, à la tête de l'établissement. En fait, il cherche à créer à chaque fois une chambre paisible, un cocon, qui fasse oublier à ses hôtes, le stress de l'extérieur. Aux Brenets, l'Hôtel Les

Photo: Swiss-Image



LA CHAUX-DE-FONDS

Les montagnes neuchâtelaises ont connu une année 2004 assez difficile en terme de nuitées hôtelières. Différents concepts vont cependant être mis en place pour attirer de nouveaux clients, notamment au niveau du tourisme de loisirs.

Rives du Doubs, qui a été récemment rénové, est également un endroit où règne calme et sérénité.

A la Brévine, l'Auberge Au Loup Blanc a pu drainer depuis sa réouverture une importante clientèle grâce à ses spécialités culinaires, très anciennes, en daubière et au feu de bois. Même exemple avec l'Hôtel von Bergen à La Sagne, créé en 1870, qui propose aussi des spécialités au feu de bois et qui a su conserver son charme d'antan emprunt de nostalgie. Une

autre requête des touristes est d'avoir un contact plus chaleureux avec le personnel de la branche. C'est pourquoi, ils recherchent aussi des «Bed & Breakfast», comme celui des Sapins au Locle où le personnel se montre très attentif. Enfin, toujours au Locle, Le Chouet'Nid, aménagé dans un arbre, connaît un succès inouï.

Mais le principal souci des hôteliers reste de mieux remplir leurs chambres pendant les week-ends et les vacances et d'attirer ainsi un tou-

risme de loisirs. Dans ce but, différents visites guidées sont organisées. L'offre «La Chaux-de-Fonds à pied» permet notamment aux visiteurs de découvrir toute la richesse culturelle et architecturale de cette capitale mondiale de l'industrie horlogère qui, au premier regard, paraît plutôt austère. D'ailleurs, d'ici l'automne 2005, la maison blanche réalisée par Le Corbusier en 1912 devrait être ouverte au public et accueillir des séminaires.

MANOTEL

De l'importance du coaching

Le groupe genevois Manotel va faire appel au coaching pour ses principaux cadres. Cela afin notamment de générer une véritable culture d'entreprise.

■ **VÉRONIQUE TANERG**

Faire appel au coaching pour ses principaux cadres? Il s'agit d'une initiative rare en Suisse. Alors, à qui offre-t-on un coach? «La même question nous a été posée dans un séminaire de présentation sur le coaching», note Sophie Senjaric, responsable des ressources humaines chez Manotel. «Les participants ont majoritairement répondu que le coaching s'adressait à un cadre qui avait un potentiel reconnu, mais qui avait aussi besoin d'améliorer certaines de ses performances. Or ce n'est pas tout à fait la bonne façon d'appréhender un projet de coaching. Nous l'offrons aux meilleurs cadres. Il faut faire une analogie avec le sport: les meilleurs sportifs recrutent les meilleurs coaches.»

Un coach ne donne pas des solutions clés en mains, mais il aide son interlocuteur à trouver lui-même les réponses à ses problèmes. «Nous attendons d'un coach qu'il accompagne des opérations de changement, la recherche de nouvelles options de management et qu'il permette au manager de se dégager de l'opérationnel pour réfléchir au moyen et long terme», explique Sophie Senjaric. La création d'un programme de coaching est la prolongation de la formation continue mise en place par Manotel depuis trois ans. Le groupe a créé une

formation intitulée «Produit Manotel», qui vise à développer un même état d'esprit pour les 230 collaborateurs des six établissements.

UN RECORD DE 36 JOURS DE FORMATION

Chaque employé participe à un atelier de travail d'une journée qui regroupe huit à quinze personnes de départements et d'établissements différents. Pendant la journée, les hôtels sont visités par groupe de trois personnes qui devront trouver les arguments de vente adéquats. De retour dans la salle de séminaire, ceux-ci «vendent leur hôtel» à l'assistance.

Durant ces journées de formation, les employés bénéficient des services de l'hôtel au même titre que n'importe quel client. «Ce temps consacré à leur

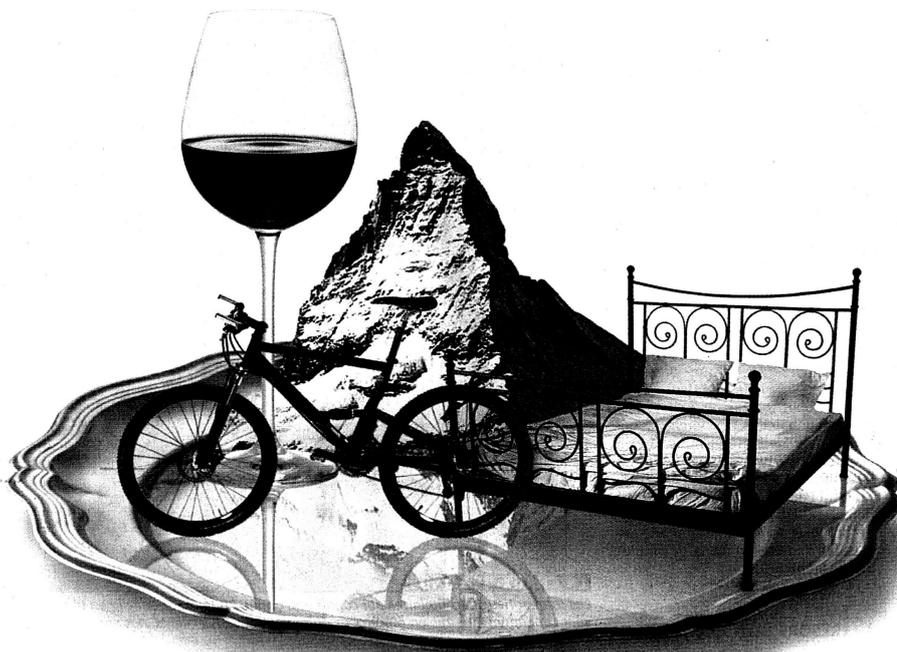
propre développement met le client entre parenthèse de manière à mieux le satisfaire par la suite», relève Sophie Senjaric. Pour concevoir un tel programme la responsable des ressources humaines fait appel à plusieurs spécialistes. En 2005, nos équipes plancheront notamment sur «l'identité de chaque établissement».

Entre décembre et février, Manotel organisera 36 jours de formation. Un record! Mais est-ce que le déploiement de ces moyens de formation contribue à réduire le taux de rotation du personnel? «Ce n'est pas l'objectif premier de la formation mais effectivement cela y contribue», reconnaît Sophie Senjaric. «Par ailleurs, ces actions de formation servent de ciment pour la cohésion des équipes et renforcent les liens professionnels. Et les clients en ressentent les bénéfices», conclut-elle.

Les professionnels lisent l'htr.

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

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



Oui, je commande l'htr:

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

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. dans la journée: _____

Rue: _____ NPA: _____

Lieu: _____ E-mail: _____

- Je participe uniquement au tirage au sort.

Conditions de participation: l'offre s'adresse aux nouveaux abonnés en Suisse et est en vigueur jusqu'à fin 2004. Prix TVA 2.4% incluse. La participation au tirage au sort n'est pas subordonnée à une commande. Les collaborateurs d'hotellerieuisse 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 Bössingen

Abonnements:
Tél.: 031 740 97 93
Fax: 031 740 97 96
abo@swiss-hotels.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.



Une ludothèque à Ovronnaz

Valais. «La station touristique d'Ovronnaz dispose depuis peu d'une ludothèque qui permet aux enfants de toute la région ainsi qu'aux petits vacanciers de bénéficier de distractions saines», a indiqué la semaine dernière Fabienne Lepori, une des deux responsables de la ludothèque d'Ovronnaz.

Selon elle, l'ouverture de cette ludothèque poursuit différents buts. Elle n'entend pas seulement permettre aux familles à faible revenu d'em-

prunter des jeux de qualité, mais elle entend également étoffer l'offre touristique de la station pour les familles et faciliter ainsi une éventuelle obtention du label de qualité «Familles bienvenues».

Un autre but poursuivi par la nouvelle ludothèque est de créer des échanges et de rompre les frontières entre population locale et touristes. Les heures d'ouverture de la ludothèque sont les suivantes: durant toute l'année, le premier mercredi du mois, de 14h à

15h. A partir du 20 décembre et jusqu'au 25 mars 2005, elle sera ouverte tous les lundis de 9h à 10h et tous les vendredis de 16h45 à 17h45.

«Ces horaires devraient permettre aux touristes d'emprunter les jeux en début de séjour et de les restituer à la fin des vacances. Il existe cependant également la possibilité de rapporter les jeux en dehors des horaires d'ouverture auprès de l'un des partenaires de la station», conclut Fabienne Lepori. **LM**

Un tourisme hivernal événementiel

Vaud. Le canton de Vaud, réputé l'été pour ses manifestations de tourisme événementiel comme le Festival d'Opéra à Avenches, le Montreux Jazz Festival ou le Paléo Festival de Nyon, ne manque pas non plus d'arguments pendant la saison d'hiver, relève le service de presse de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV).

«Si les Alpes vaudoises ont l'avantage, grâce au Glacier des Diablerets situé à 3000 mètres d'altitude, d'offrir un enneigement garanti, elles sont égale-

ment le théâtre de différentes manifestations de réputation internationale qui font en sorte que le tourisme événementiel fait aussi partie intégrante de l'offre hivernale», indique l'OTV.

Parmi ces manifestations de réputation internationale, on relèvera avant tout la Semaine internationale des ballons à air chaud de Château-d'Ex, qui attirera du 22 janvier au 30 janvier plus de 80 équipages d'aérostats en provenance du monde entier, et la

compétition de snowboard qui réunira à Leysin, du 2 au 6 février, les meilleurs spécialistes de la discipline.

Plusieurs vedettes seront également attendues lors des 24 Heures de Villars, du 15 au 16 janvier. Celles-ci devraient bénéficier cette année d'un retentissement encore plus important que par la passé puisque leur parrain, l'ancien champion du monde de formule 1 Jacques Villeneuve, défendra en 2005 les couleurs de l'équipe suisse de F1 Sauber. **LM**

LE MONTBRILLANT, GENÈVE

L'«hôtel du Père Noël»

Reto Decurtins et sa famille ont décidé de transformer douze chambres de leur hôtel en une «Maison du Père Noël» avec de nombreuses animations.

■ **LAURENT MISSBAUER**

L'Hôtel Résidence Le Montbrillant, un établissement 4 étoiles qui est situé à proximité de la gare ferroviaire de Genève et qui comporte 82 chambres, un restaurant gastronomique et une brasserie parisienne, mettra sur pied, du 1er décembre au 3 janvier, une action originale intitulée «Découvrez la Maison du Père Noël».



Dans une chambre de l'hôtel, le Père Noël dort dans un vieux lit de plus de cent ans en ronflant bruyamment.

«Pour cette action, nous avons transformé tout le premier étage de l'hôtel en une «Maison du Père Noël». Les douze chambres du premier étage comprendront huit thèmes que les enfants seront invités à visiter du lundi au vendredi, de 10h à 12h et de 14h à 19h, ainsi que les samedis et dimanches, de 11h à 18h, pour la modique somme d'un franc, une somme qui sera intégralement reversée à Emmaüs et à la SPA», explique Sébastien Florenza, le beau-fils de Reto Decurtins, le propriétaire et directeur de l'Hôtel Résidence Le Montbrillant.

Les huit thèmes proposés comporteront notamment la chambre du Père Noël où un Père Noël, tourné de dos, dort dans un vieux lit de plus de cent ans en ronflant bruyamment. D'autres chambres seront dédiées à la cuisine, du Père Noël, à sa forêt, à des crèches napolitaines et provençales, ainsi qu'à «L'atelier des lutins» où sont fabriqués des jouets en bois. Deux autres chambres seront transformées en «Salle des contes», où Nicole Decurtins, l'épouse de Reto, lira des contes de Noël aux enfants, et en «Salle de chant», où Reto Decurtins apprendra aux enfants la chanson de Challand, le Père Noël genevois.

Enfin, des ateliers pour enfants seront proposés tous les mercredis. «Le 8 décembre, par exemple, il y aura un atelier où les enfants prépareront des bisquits de Noël», précise Florence Florenza, la fille de Reto Decurtins.

GEORGES SAUDAN, DIRECTEUR DE MARTIGNY TOURISME

«La chance d'être arrivé en même temps que la Fondation Gianadda»

Georges Saudan va prendre sa retraite au mois de mars. Monsieur Tourisme à Martigny aura ainsi œuvré près de vingt-huit ans à la tête de l'office du tourisme. Une période de réel essor touristique, grâce à la Fondation Gianadda, mais pas seulement...

INTERVIEW: **GENEVIÈVE ZUBER**

■ Comment avez-vous vécu avec la Fondation Gianadda, «le Cervin de Martigny» comme vous l'appelez, comme un office du tourisme «satellite»?

J'ai eu la chance de débarquer à l'Office du tourisme de Martigny presque en même temps que les débuts de la Fondation. Une telle fondation, c'est génial pour le tourisme d'une ville. Elle a apporté à Martigny un rayonnement que nous n'aurions jamais pu nous payer. L'office du tourisme a en tout et pour tout un budget de 600 000 à 700 000 francs, alors que la Fondation consacre un million annuel à la seule promotion. Les retombées sont incalculables, pour la restauration et les commerces en particulier. Alors, oui, nous sommes un peu un satellite; le contraire serait contre-productif. L'été par exemple, l'office du tourisme a un stand d'information au sein même de la Fondation.

«Martigny est la cité la plus hôtelière du Valais!»

■ Martigny est aussi devenue une ville de foires, de grandes manifestations, et vous-même, vous vous êtes beaucoup investi dans ce développement. Cette dimension a aussi contribué à l'essor du tourisme...

Effectivement, à côté du pôle culturel - Gianadda, vestiges romains et promenade archéologique, Château de Bâtiat, etc. - s'est développé un pôle «économique» avec la Foire du Valais, Swissalpina, Agrovina...

■ De quoi doper le tourisme de passage...

Nous enregistrons environ 130 000 nuitées par an. Pour estimer le nombre de visiteurs de passage, on peut multiplier ce chiffre par trois à quatre, grâce à l'attrait de la seule Fondation. Avec les foires, l'effet multiplicateur est encore nettement supérieur.

■ Octodure, ville de passage, ce qui ne l'empêche pas d'être aussi la



GEORGES SAUDAN

Il est le doyen des directeurs d'office du tourisme du Valais romand. Aucun de ses pairs n'est en fonction depuis aussi longtemps, soit près de trois décennies.

cité la plus «hôtelière» du Valais, à voir le nombre d'établissements...

Il y a une douzaine d'hôtels à Martigny, soit un millier de lits. Sur le long terme, exception faite de quelques exercices moins positifs, les nuitées sont en hausse.

«Mettre en place le «Saint-Bernard Country»: un vrai casse-tête.»

■ Comment expliquer ce phénomène, alors que le parc hôtelier se réduit à Sion et à Sierre?

Tous les visiteurs de la Fondation ou de nos foires ne font pas que passer! D'autre part, nous jouissons d'une situation privilégiée d'étape au carrefour de la France, de l'Italie, du Valais, et de la région lémanique. Et puis, nous travaillons beaucoup avec les

autocaristes, venus d'Allemagne surtout, un marché dans lequel l'office du tourisme et ses partenaires hôteliers se sont particulièrement investis. Les forfaits ski et hébergement surtout marchent bien, avec logement à Martigny et montagne la journée dans les stations environnantes.

■ Vous êtes directeur de Martigny Tourisme ville et région mais, sur le terrain, où en est la mise en place d'une seule et unique destination, du «Saint-Bernard Country»?

Si la Fondation Gianadda est le Cervin de Martigny, celui de la région, c'est bien le chien Saint-Bernard! Mais la destination n'est pas encore sur les rails, contrairement à certaines autres, plus avancées en Valais, parce qu'elle relève d'un casse-tête: comment concilier les intérêts d'une bonne vingtaine de partenaires? De Champex-Lac, en passant par Les Marécottes, le val de Bagnes et la plaine, Fully, Saillon, ils dessinent un tout hétéroclite. Faut-il par exemple intégrer Verbier dans la destination? C'est à cette question également qu'il faut répondre. Nous sommes en pleine cogi-

tation et si j'ai un regret, c'est de partir avant d'avoir vu naître la destination. En attendant, ce printemps, nous avons pu éditer un premier prospectus commun.

«La continuité politique a du bon pour mener à terme des projets.»

■ Etant donné la couleur très marquée de Martigny, votre successeur, qui va être nommé ces jours, devra-t-il être radical?

Je ne pense pas. Les temps changent. A l'opérationnel, ce sont les compétences et le curriculum vitae qui priment. En revanche, je peux imaginer que le dicastère du tourisme reste en mains radicales après les élections communales de début décembre. Lorsque j'ai pris mes fonctions, ce dicastère était en main PDC; à l'époque on n'était pas encore trop conscient de l'importance de ce secteur... Expérience faite, je peux vous dire que la continuité politique a du bon; j'ai ainsi pu mener à bien mes projets sur le long terme. Les changements de régime, comme on sait, font souvent table rase des chantiers antérieurs...

■ Et vous-même, que deviendrez-vous à partir du printemps prochain?

Il faut savoir soigner son oisiveté! A part ça, je m'occuperai de ma vigne et de mon vin, l'une de mes passions avec la lecture. L'automne, ce sera la chasse et j'aurai aussi plus de temps pour la montagne. (Ndlr: grand montagnard, Georges Saudan a notamment fait du trekking dans l'Himalaya avec son compatriote Pascal Couchepin).

Georges Saudan en bref

Martigneraïn pur sucre, Georges Saudan a 61 ans. Diplômé en sciences commerciales de l'Université de Genève, il a travaillé en Allemagne, dans la banque, puis à l'Usine d'aluminium de Martigny avant de prendre les rênes de l'Office du tourisme de Martigny en 1977. Marié, à Myriam Polli, il est père de deux enfants. Tout le monde vous le dira: il est chaleureux et convivial comme ceux de Martigny-Bourg. Il est aussi à la fois un diplomate (il le faut, avec toutes ces célébrités fortes têtes qui font Martigny) et un gentleman tout simplement incontournable à Octodure. **GZ**

«Oui à l'abaissement de l'âge légal» L'argent de la tombola a été remis

Hôtellerie et restauration. Les associations patronales de l'hôtellerie et de la restauration, à savoir hotellerieuisse, Gastro Suisse et l'Association suisse des cafetiers, ont fait savoir la semaine passée qu'elles approuvaient la décision du Conseil fédéral de soumettre au Parlement une motion pour l'abaissement à 18 ans de l'âge légal de protection pour les apprentis et les jeunes.

«Cette modification de la loi sur le travail apportera une harmonisation des droits et obli-

gations des apprentis et des jeunes sans que la protection des jeunes mineurs et apprentis en soit affectée. Cette adaptation de l'âge de protection fixé par le droit européen aura des répercussions positives sur les employeurs qui seront ainsi davantage disposés à former des jeunes», ont notamment indiqué les trois associations dans un communiqué de presse.

Parmi les répercussions positives citées par Isabel Garcia, la responsable de la communication d'hotellerieuisse, on

relèvera une certaine flexibilité dans les horaires. Un serveur de 19 ans, par exemple, n'a pas le droit de travailler après 22 heures. «Si le repas ou le banquet dure un peu plus de temps que prévu, il n'a pas le droit de servir les desserts ou les cafés à 22 heures 15», déplore Isabel Garcia.

Même constat en ce qui concerne le travail le dimanche. Actuellement, un jeune de moins de vingt ans ne peut travailler que douze à dix-huit dimanches par année. LM

Congrès mondial de l'AEHL. C'est vendredi soir à la «Maison du sauvetage François-Xavier Bagnoud» à Sion qu'Elisabeth Pasquier et Thanh Nguyen, respectivement présidente du stamm du canton du Valais des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) et membre du comité d'organisation du congrès mondial de l'AEHL qui s'est déroulé du 23 au 26 septembre en Valais, ont remis à la comtesse Albina du Boisrouvray, fondatrice de l'Association François-Xavier Bagnoud,

l'intégralité de la somme récoltée à l'occasion de la soirée de gala du 24 septembre.

«Les 8300 francs récoltés à cette occasion iront aux orphelins du sida dont la Fondation François-Xavier Bagnoud s'occupe au Soweto, en Afrique du Sud. Il s'agit d'orphelins dont les parents sont décédés du sida et qui, bien souvent, ont contracté eux aussi le virus du sida», a relevé Elisabeth Pasquier.

Rappelons que la comtesse Albina du Boisrouvray est la

mère de François-Xavier Bagnoud et que l'association qu'elle a créée à la suite du décès de son fils dans un accident d'hélicoptère, alloue environ cinq millions de dollars par an à des activités à vocation exclusivement humanitaire.

L'association soutient notamment des maisons qui accueillent de très jeunes enfants abandonnés et malades, séropositifs pour la plupart, en Afrique, en Amérique du Sud, en Inde, en Thaïlande et aux Etats-Unis. LM

ENTRE NOUS

Dans une semaine

C'est le 2 décembre, soit dans une semaine que vous découvrirez, chers lecteurs, le résultat de nos réflexions sur l'«hotel+tourismus revue». Sans être fondamentalement bouleversé, notre hebdomadaire offrira plusieurs nouveautés perceptibles au niveau du contenu et de la présentation, nouveautés qui devraient correspondre davantage encore à vos besoins actuels. Nous nous réjouissons de vous présenter ce produit revisité et accueillons avec plaisir et intérêt vos réactions.

Miroslaw Halaba

LES GENS

Le concours de la «Meilleure réceptionniste 2004», organisé par l'Amicale internationale des sous-directeurs et chefs de réception des grands hôtels, a



été marqué par la présence de trois lauréates romandes. En effet, le 1er prix est revenu à **Caroline Dufey** (photo), Hôtel Victoria à Glion, le 2e à **Nazan Boberka**, Hôtel Mirador Kempinski au Mont-Pèlerin, et la 3e à **Anne-Sophie Rivera**, Hôtel d'Angleterre à Genève. MH

Photo: Swissôtel Métropole



SWISSÔTEL MÉTROPOLE

C'est avec un tout nouvel éclairage que le cinq-étoiles de la rive gauche a commencé à célébrer son 150e anniversaire.

SWISSÔTEL MÉTROPOLE, GENÈVE

Le «dîner de gala du siècle»

Le Swissôtel Métropole de Genève fêtera ses 150 ans le 25 novembre avec un «dîner de gala du siècle» à 600 francs par personne.

■ LAURENT MISSBAUER

Ce n'est pas tous les jours qu'un hôtel – qui plus est un monument historique qui a accueilli les hôtes les plus illustres de la fin du XIXe siècle, tels que Richard Wagner ou Hector Berlioz – fête son 150e anniversaire. En partant de cette constatation, Thierry Lavalley, le directeur général du Swissôtel Métropole de Genève, a concocté

un programme de festivités qui s'étendront jusqu'au début de l'année prochaine. Après le nouvel éclairage de la façade de l'hôtel, où les deux années 1854 et 2004 ont été bien mises en évidence à partir du 9 novembre, c'est l'organisation, le 25 novembre, du «dîner de gala du siècle» qui devrait constituer le point culminant des festivités de ce 150e anniversaire.

Un dîner de gala-soirée de bienfaisance où les bénéfices seront reversés à la Croix-Rouge, représentée à cette occasion par une de ses ambassadrices, le top-model Adriana Karembeu, l'épouse de Christian Karembeu qui joue au FC Servette. «Un dîner de gala réservé à quelque 150 privilégiés qui, pour le prix forfaitaire de

600 francs par personne, dégusteront un formidable menu accompagné des plus grands vins et champagnes», a relevé Thierry Lavalley.

Château Cheval Blanc 1989, Château d'Yquem 1998 et différents champagnes Laurent-Perrier millésimés accompagneront ainsi truffes noires, caviar osciètre, bar de ligne grillé au gingembre et autres filets de veau du Simmental façon Rossini. Outre Adriana et Christian Karembeu, différentes personnalités sont attendues à cette soirée de gala. Parmi elles, Pierre Muller, le maire de Genève. On rappellera à ce sujet que le Swissôtel Métropole appartient à la ville de Genève. Il est placé depuis 2001 sous la gestion du groupe Raffles.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

La sensibilisation touristique est une nécessité. La récente parution d'un article très négatif sur le tourisme suisse dans le supplément magazine du «Tages Anzeiger» a rappelé à point nommé que la sensibilisation touristique était plus que jamais nécessaire. Ce thème a d'ailleurs occupé l'Association suisse des managers de tourisme lors de leur dernière réunion. Sous la conduite de Judith Renner-Bach, la directrice de la Fédération suisse du tourisme, plusieurs suggestions ont été émises afin d'améliorer la sensibilisation au tourisme dans notre pays. Parmi ces suggestions, on relèvera la création d'un projet «Vision touristique 2005» qui sera finalisé d'ici la fin de l'année prochaine et qui devra, entre autres, mieux communiquer la journée officielle du tourisme qui a lieu tous les ans. Par ailleurs, le tourisme doit être davantage présent dans les écoles et dans les médias. L'organisation de rencontres régulières avec les journalistes, à l'image de celles organisées par l'OTV à l'enseignement des «Mercredis du tourisme» qui ont été cités en exemple, devrait ainsi se généraliser. Page 4

Le climat de travail est plus important que le salaire. Une étude menée auprès de 350 personnes travaillant dans le tourisme en Autriche a révélé que le salaire n'était pas le facteur de motivation le plus important. Ce qui compte le plus, c'est de bénéficier d'un bon climat de travail. «Les facteurs personnels sont tels que la responsabilité, la faculté de pouvoir prendre des initiatives, la reconnaissance et les félicitations, sont très importants. Malheureusement, ils sont souvent négligés dans l'hôtellerie et la restauration. Or, ils contribuent de façon déterminante à améliorer le climat de travail et à fidéliser le personnel», a relevé un des auteurs de l'étude. Page 9

MÉLI-MÉLO

DSR fait un grand pas à Zurich

La Ville de Zurich et la société vaudoise de restauration pour les collectivités DSR ont décidé de créer, au 1er janvier 2005, une société commune qui aura pour but de commercialiser les repas produits par la Stadtküche Zürich, ainsi que d'assurer, au besoin, la gestion et la mise à disposition de personnel de service sur les lieux de distribution. Si dans un premier temps, il est prévu que la nouvelle société se limite à la commercialisation des produits de la Stadtküche (4000 repas/jour), dans une seconde phase (dès 2008, en principe), la cuisine zurichoise sera pleinement intégrée à la nouvelle société dont le nom sera divulgué une fois inscrite au Registre du commerce. Ce projet permet au DSR de prendre réellement pied sur un marché suisse alémanique où elle tente de s'implanter depuis l'an 2000. Elle sera actionnaire de la société en création à hauteur de 60%, la Ville de Zurich l'étant à raison de 40%. JJE



Visite ministérielle chez hotellerieuisse. De passage en Europe, **Stephanie Key**, la ministre de l'éducation et de l'emploi de l'Etat d'Australie du Sud, a effectué une visite en Suisse romande du 14 au 16 novembre. En tant que ministre de tutelle de l'Ecole hôtelière d'Adélaïde qui est liée depuis de nombreuses années à hotellerieuisse par un accord de collaboration, **Stephanie Key** a notamment rencontré **Christian Rey**, le président d'hotellerieuisse, et visité l'Ecole hôtelière de Lausanne. On reconnaît sur notre photo, assis de g. à dr., la ministre **Stephanie Key** et le président d'hotellerieuisse **Christian Rey**. Debout, de g. à dr.: **Alan Fairley**, conseiller de la ministre, **Gerald J. Lipman**, directeur général de l'Ecole hôtelière ICHM d'Adélaïde, et **Jean-Michel Illi**, membre de la direction et responsable des relations avec les écoles hôtelières sous contrat avec hotellerieuisse, à savoir Adélaïde, Bluche (VS) et Marbella. LM

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue

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

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

Responsable des médias: Christian Santschi

Rédaction: Réfédérance en chef: Marietta Dedual (MD)

Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH)

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM)

Correspondants: Jean Jacques Ehrhart (JJE), Veronique Delli, Emory Mayor (EM), Valérie Marchand (VM), La Chau de Fond, José Seydoux (JS), Frébourg, Véronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Genevieve Zuber (GZ), Valais.

Editeur: Cheff-édition: Im Snelbet

Aminices: Marc Mosser

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente)

Impression: Buchler Grafico AG, Druckzentrum Berne

Tirage: 11'157 Ex. contrôlés REMP 2005, 20'000 Ex. imprimés

Prix de vente (TVA inclus)

Vente au numéro: Fr. 4.30, Abonnement 1 an: Fr. 145.-

(ISSN: 1424-0440)

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

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

Tel: 051 370 42 16, Fax: 051 370 42 24

E-Mail: htr@swissotel.ch

Abonnements: Tel: 051 740 97 95, Fax: 051 740 97 76

E-Mail: abos@swissotel.ch

Aminices: Tel: 051 370 42 42, Fax: 051 370 42 23

E-Mail: inserate@swissotel.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



Raststätte Walensee AG

Im Auftrag unserer Mandantin suchen wir auf Frühjahr 2005 für die neu zu eröffnende Autobahnraststätte Walensee AG eine/n

Geschäftsführer/in

Was erwartet Sie:

Eine neue, bestens eingerichtete Autobahnraststätte an der A3 (Fahrspur Zürich-Chur) über dem Walensee mit Blick auf die Churfirsten

eine interessante, anspruchsvolle Führungsaufgabe als Leiter/in der Raststätte mit

- bedientem Restaurant mit 66, Bistro mit 35 und der Bar mit 27 Sitzplätzen;
- einem grossen Shop-Kiosk von 136 m²
- ca. 20 Mitarbeiter/innen
- und einer AVIA-Tankstelle

eine der Verantwortung entsprechende Entlohnung mit Erfolgsbeteiligung

Was erwartet unsere Mandantin:

Erfahrung in Kaderposition eines grösseren, sehr lebhaften Gastrobetriebes - mit Leistungsausweis;

Selbständigkeit, Initiative, Ideen und Talent im motivierenden Umgang mit Mitarbeitern und Kunden;

Sie sollten ca. 35 Jahre alt sein und sich auf viele Gäste - besonders an Wochenenden und in den Ferienzeiten freuen.

In der Erfüllung Ihrer Aufgabe werden Sie tatkräftig unterstützt. Fühlen Sie sich von der Aufgabe angesprochen? Erfüllen Sie die Anforderungen dieser Kaderposition? Dann schicken Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

TREHAG AG Treuhand St. Gallen AG, Rolf Allenspach
Notkerstr. 10, 9000 St. Gallen, Tel. 071 243 18 18.

164431



Die BLS Lötschbergbahn AG nimmt mit Ihrem Schiffbetrieb im Berner Oberland eine wichtige volkswirtschaftliche und touristische Position ein. Mit 13 Motor- und 2 Dampfschiffen bieten wir ein attraktives Angebot an, das jährlich weit mehr als 1 Million Fahrgäste zu begeistern vermag. Besuchen Sie uns unter www.bls.ch.

Gesucht: Leadership-Fähigkeiten!

Leiter/in Schiffbetrieb

Ihre Aufgaben: Direkt dem zuständigen GL-Mitglied Personenverkehr unterstellt, tragen Sie die volle Ergebnisverantwortung für «Ihr» Profitcenter. Sie führen ein Team von ca. 80 Personen, mit dem Sie die definierte Strategie umsetzen und damit den Veränderungsprozess konsequent prägen. Mit zukunftsgerichteten Massnahmen erzielen Sie eine markante Optimierung der Profitabilität. Sie vertreten den Schiffsbetrieb bei externen Partnern, wie politischen Behörden, Hotellerie, Tourismusorganisationen und Transportunternehmen. Die Interessen der Fahrgäste motivieren Sie zu Höchstleistungen.

Was Sie mitbringen: Wir wenden uns vor allem an erfahrene Leader-Persönlichkeiten aus den Branchen Tourismus- und Freizeitwirtschaft sowie Verkehr. Sie verfügen über einen Erfolgswachweis als Profitcenter-Leiter/in bzw. Ergebnisverantwortliche/r.

Ihre ausgeprägte Marketing-Denkhaltung beeinflusst Ihr betriebliches Handeln. Ihr gesunder Optimismus verleiht Ihnen die nötige Ausdauer zur Erreichung anspruchsvoller Zielsetzungen. Idealerweise haben Sie eine betriebswirtschaftliche Grundausbildung oder einen technischen Background mit Weiterbildung in BWL bzw. Marketing/Verkauf.

Wir bieten Ihnen: Den Challenge, den faszinierenden Schiffbetrieb in einer der schönsten Regionen der Schweiz zu führen. Sie können Ihre eigenen Ideen einbringen und damit die Ergebnisse nachhaltig und erfolgreich beeinflussen sowie optimieren. Ein der Verantwortung entsprechendes Salär inkl. leistungsorientierter Komponente rundet das Angebot ab. Ihr Arbeitsort ist Thun; idealerweise nehmen Sie Wohnsitz im Wirtschaftsraum Thun. Kommen Sie an Bord!

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung per E-Mail an bern.ch@mercuriurval.com mit dem Vermerk 303.5957 oder an Mercuri Urval AG, Gutenbergstrasse 18, 3011 Bern. Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen unter 031 390 13 13. Mercuri Urval mit Sitz in Zürich, Nyon, Basel, Bern und Zug sowie weltweit 80 Niederlassungen. www.mercuriurval.ch

Mercuri Urval

164427



Ein Unternehmen der WILHELM-DMS-GRUPPE

• Ganzjahresbetrieb • Ostschweiz

Möchten Sie in Küche, Service und Personalführung neue Akzente setzen und gleichzeitig eine treue Kundschaft verwöhnen? Wir bieten Ihnen die Chance, für einen bekannten Ganzjahresbetrieb in der Ostschweiz die

Geschäftsleitung Hotel/Restaurant



zu übernehmen. In dieser Funktion führen Sie zirka 15 Mitarbeitende nach einem leistungs- und renditeorientierten Konzept mit Restaurant/Bar, Bankett-, Hotel- und Seminarbetrieb sowie mehreren Liegenschaften, die fremdvermietet werden. Alle Fäden laufen bei Ihnen zusammen! Sie sind an vorderster Front in der Gästebetreuung aktiv, erledigen den Einkauf, führen die Buchhaltung, verhandeln mit Lieferanten und setzen Marketingmassnahmen um. Wir wenden uns an

Gastronomiefachleute

mit mehrjähriger Erfahrung in der Führung eines Hotel-/Restaurantbetriebs. Die Rolle des perfekten Gastgebers bedeutet für Sie nicht nur zu präsentieren und zu delegieren, sondern überall dort mitzuhelfen, wo es gerade notwendig ist - ob im Service, an der Rezeption oder in der Küche. Es besteht die Möglichkeit, diese Aufgabe als **Hotelierpaar** zu übernehmen.

Ist der Kunde bei Ihnen 24 Stunden am Tag König? Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an **Stefan R. Wilhelm**. In einem persönlichen Gespräch erhalten Sie weitere Auskunft. Wir garantieren die absolut diskrete Behandlung Ihrer Bewerbung. stefan.wilhelm@wilhelm.ch

Werner Wilhelm AG für Kaderselektion
Bahnhofstrasse 4 · CH-9001 St.Gallen
Telefon 071 222 03 25 · Fax 071 223 16 44 · www.wilhelm.ch

164432

Zürich · St.Gallen · Lugano



HIP - Lifestyle Hotel Misani mit 3 Restaurants (mit 13 Punkten): Voyage - modernes Bistro mit Global Cuisine, Ustaria - urgemütliche, alte Engadiner Stuben mit Bündner Küche und Italian Flavours und Bodega - mit spanischen Tapas, fein assortierten Weinen und leckeren Häppchen.

Wir suchen nach Vereinbarung

Teamleiter Restauration / Chef de Service

Souverän, teamfähig mit breitem Branchenwissen, sprachgewandt, Flair in Verkauf, Erfahrung mit Führung von Mitarbeitern, Mitarbeiterschulung 6 - 8 Leute

Mehr Informationen finden Sie unter www.hotelmisani.ch.

Frau **Karin Baumann** freut sich auf Ihre Bewerbungen oder erteilt Ihnen gerne weitere Auskunft.

164470

MISANI · Hotel · Bar-Lounge · Ustaria · Voyage · Bodega
CH-7505 St.Moritz-Celerina · Tel. +41 81 833 33 14
www.hotelmisani.ch · info@hotelmisani.ch



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



Sie sind unser V.I.P.

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich



Ihre Stellenvermittlung



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

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

www.gastro-s.ch

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

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

Stellenangebote Seite 3.
Offres d'emplois page 3.

www.adecco.ch

people
successful

Hotel EUROPE

For Pleasure And Business.

Wir sind ein vielseitiges ****Hotel in Basel, in unmittelbarer Nähe der Messe, mit 158 Zimmern, einer lebhaften Restauration mit dem Restaurant Les Quatre Saisons mit 18 Punkten Gault-Millau, einem Bistro, einer Bar und einem modernen Tagungs- und Bankettecenter sowie intensivem Cateringsservice. Per Mitte Januar 2005 oder n.V. suchen wir die Perle als

F&B-Sekretärin/ F&B-Assistentin (D/E/F)

In dieser vielseitigen Position tätigen Sie die Administration dieser Abteilung, sind die erste Ansprechpartnerin am Telefon, führen Verkaufsgespräche, organisieren in Zusammenarbeit mit dem F&B-Manager und Bankettleiter das Tagungs- und Bankettecenter und sind evtl. sporadisch auch an der Front.

Sie sind administrativ versiert (Officeprogramme und Fidelio) und haben Fronterfahrung aus dem F&B-Bereich, Hotelfachschulabschluss ist erwünscht.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen. Senden Sie uns bitte Ihre Bewerbung an

Hotel Europe
Frau R. Bunke, Personalleiterin
Clarastrasse 43, 4005 Basel
Telefon 061 690 87 75
www.europe.balehotels.ch



Commercio Unternehmungen Zürich
Gastronomie • Arthouse Kinos • Galerie

Direktion Gastronomie

Diese interessante und vielseitige Direktionsposition möchten wir einem 35- bis 45-jährigen Gastronomie-Fachmann anvertrauen, welcher die Führung von sechs Geranten mit neun gastronomischen Profitcentern wahrnimmt.

Voraussetzungen sind:

- Koch- und Hotelfachschulbildung
- vertiefte Food & Beverage-Erfahrungen
- ausgeprägtes unternehmerisches Denken
- Marketing, technische + bauliche Kenntnisse
- ausgezeichneter Kommunikator gegen innen und aussen
- gewiefter Organisator
- wohnhaft im Kanton Zürich (S-Bahn)

Sprachen: D, I, evtl. F

Eintritt: nach Vereinbarung – spätestens März 2005

Details u. ausführliche Informationen: sehr gerne in einem persönlichen Gespräch

Bewerbung: – bitte komplett auf schriftlichem Weg
– Diskretion ist oberstes Gebot

Ansprechpartner: Nicolas von Grafenried
Delegierter des Verwaltungsrates
Nägelhof 1
CH-8001 Zürich

www.commercio.ch

www.arthouse.ch

164442

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 eine/n

Restaurant Manager 100%

In unserem Personalrestaurant EMPA in Dübendorf werden täglich 600 bis 800 Mittagessen zubereitet. Zusätzlich werden an zwei weitere Betriebe Mahlzeiten ausgeliefert und diverse gepflegte Sonderanlässe durchgeführt. Wir übergeben Ihnen die Gesamtleitung unseres Betriebes. Auf Sie warten eine herausfordernde Tätigkeit, ein lebendiges Arbeitsumfeld, interne Weiterbildungsmöglichkeiten wie auch ein 13. Monatssalar ab erstem Tag und 5 Wochen Ferien.

Ihr Profil

Mit Ihrem Fähigkeitsausweis als Koch, laufender Aus- und Weiterbildung (Hotelfachschule von Vorteil) sowie einigen Jahren Berufs- und sicherer Führungserfahrung in der Hotellerie sind Sie ein erprobter, kreativer und kundenorientierter Gastroprofi. Sie verstehen es, ein Team von ca. 15 Mitarbeitenden zu führen, zu fördern und zu motivieren. Weisen Sie sich zudem als guter Organisator und Koordinator mit fundierten Administrations- sowie PC-Kenntnissen aus? Gelten Qualitätsmanagement und unternehmerisches Denken/Handeln für Sie auch als Selbstverständlichkeit, so freuen wir uns auf Sie!

Wir bieten

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

Manuel Portmann, Human Resources Consultant, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon +41 43 814 14 40, www.sv-group.com

Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto richten Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG
Manuel Portmann
Human Resources Consultant
Memphispark
Wallisenerstrasse 57
8600 Dübendorf

164421



Centre d'Expositions et de
Rencontres de Martigny

FOIRE DU VALAIS
MARTIGNY

*l'une des plus importantes
manifestations grand public*

AGRO
VINA
MARTIGNY

*salon international de l'œnologie,
viticulture, arboriculture et
cultures spéciales*

ALPINA
MARTIGNY

*salon international pour
l'équipement des stations alpines*

cherchent un(e)

directeur(trice)

Profil souhaité

- Universitaire ou formation jugée équivalente
- Esprit d'initiative, créativité et volonté d'entreprendre
- Sens du management, de l'organisation et des contacts
- Maîtrise du français, de l'allemand et de l'anglais
- Facilité d'adaptation, disponibilité, flexibilité dans les horaires et déplacements
- Maîtrise des outils informatiques courants
- Age idéal: 30-45 ans

Tâches

- Direction du CERM, des foires et salons
- Gestion, promotion et développement de ces activités
- Innovation, création d'événements
- Recherche de nouvelles manifestations

Délai de postulation: 15 décembre 2004

Nous attendons volontiers votre offre adressée, sous pli recommandé et confidentiel au

CERM,

à l'att. de MM. Gilbert Dubulluit et Bernard Monnet
CP 224, 1920 Martigny

164435

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN

KKL

luzern

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

Leiter/in World Café

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

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

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

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an die KKL Luzern Management AG, Human Resources, Europaplatz 1, 6005 Luzern. Für Fragen steht Ihnen gerne 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



HOTEL UND
RESTAURATIONSBETRIEBE
DER THERMALQUELLE AG
5330 ZÜRZACH
TURMHOTEL/TURMPAVILLON***

An einem Ort arbeiten, wo Gesundheit, Fitness und Wellness sowie Erholung und Wohlbefinden gross geschrieben werden. Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle

• Réceptionist/in

(Sprachen D, F, E)

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung, Erfahrung im Frontbereich sowie PC-Anwender-Kenntnisse in Fidelio V8 und Word.

Eigenmotivation, Belastbarkeit, Flexibilität und Spass an der Arbeit runden das Idealprofil ab.

Wir sind ein lebhaftes Unternehmen mit grossem Entwicklungspotential. Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Marianne Leu unter der Telefonnummer 056 265 24 40 gerne zur Verfügung.

164448

hotel · restaurant · kultur
SCHLOSS WARTEGG

Schloss Wartegg wurde 1998 sehr stimmig renoviert. Das Haus mit seinem grossen Park und Garten rangiert aktuell auf Platz 4 der Kategorie «*** Business», Stadt- und Unique-Hotels» der «Bilanz». Es umfasst Restaurant / Garten und Bankettsaal mit 100 Plätzen, und ein Hotel mit 44 Betten. Unsere Küche verbindet Genussqualität und sehr hohen handwerklichen Standard mit der Bio-Knospe.

Wir suchen den oder die verantwortungsbewusste

Küchenchef/in

die/der Kochkunst schlicht und kreativ umsetzt.

Sie verfügen über fachliche Kenntnis, Interesse und Erfahrung im Umgang mit Frischprodukten und auch der vegetarischen Küche. Sie haben Freude, mit biologischen Produkten z.T. aus unserem Schlossgarten zu arbeiten, und besitzen ein hohes Empfinden für Qualität.

Ihre Führungserfahrung zeigt sich auch in der förderlichen Atmosphäre, die Sie für Ihr Team zu schaffen wissen. Sie führen mittels menschlicher und fachlicher Kompetenz. Ihr Können und Ihre Kreativität setzen Sie innerhalb der geschäftspolitischen Vorgaben mit grosser Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und gastronomischer Weitsicht um.

Ich freue mich auf Ihre aussagekräftige Bewerbung, mit Foto und Handschriftprobe.

Hans-Jakob Würsch, Hotelier
Schloss Wartegg, 9404 Rorschacherberg, Telefon 071 858 62 62
wuersch@wartegg.ch <http://wartegg.ch>

163357

Spitalzentrum Biel AG

Das Spitalzentrum Biel sichert eine qualitativ hoch stehende, interdisziplinäre, medizinische Versorgung für ein zweisprachiges Einzugsgebiet mit über 130 000 Einwohnern. Rund 1400 Mitarbeitende sorgen für das Wohl der Patienten.

Die moderne Verpflegung im Spital muss verschiedenen Ansprüchen genügen und ist einem steten Wandel unterzogen.

Auf die kreative und integrative Persönlichkeit, welche eine neue Herausforderung als

Koch

sucht, wartet eine vielfältige und anspruchsvolle Aufgabe. Eintritt nach Vereinbarung.

Die Anforderungen in Stichworten:

- Fähigkeitsausweis als Koch, mit Zusatzausbildung als Diätkoch
- Mitarbeit bei der Ausbildung von Lehrlingen
- motiviert und flexibel
- verantwortungsbewusst und teamfähig
- fachliche Kompetenz und persönliches Engagement
- deutscher oder französischer Muttersprache mit sehr guten Kenntnissen der anderen Landessprache

Möchten Sie zum Wohlbefinden unserer Kunden (Patienten, Mitarbeiter, Gäste und Besucher) beitragen? Ihre Fragen beantwortet gerne unser eidg. dipl. Küchenchef / PL, Herr Silvio Ludwig, Telefon 032 324 26 28.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Spitalzentrum Biel AG, Leitung Hauswirtschaft, Vogelsang 84, Postfach 1664, 2501 Biel.

164440

Spitalzentrum
Centre hospitalier
Biel – Bienne



Adecco
HOTEL & EVENT



Temporär-, Dauer- und Kaderstellen

Personalleiter/in

Für ein Luxushotel ausserhalb von Zürich suchen wir eine erfahrene Personalfachperson mit mehreren Jahren Erfahrung im HR-Bereich eines Hotels oder vergleichbarem Unternehmen. Sie kennen sich im Arbeits- und Sozialversicherungsrecht gut aus und bringen gute Kommunikationskenntnisse mit. Ihr Verantwortungsbereich – unterstützt werden Sie von einer Assistentin – umfasst das ganze Personalwesen (ohne Lohnbuchhaltung). Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

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

Chef de partie

Für ein neues, aussergewöhnliches Restaurant in der Region St. Gallen suchen wir per Januar 2005 einen bestens qualifizierten Fachmann. Dieser Betrieb mit Schwerpunkt mediterrane Küche verlangt höchste Ansprüche an Qualität und verbindet Gastlichkeit sowie Professionalität aus Küche und Keller. Tragen Sie dazu bei, dieses Restaurant überregional als Topadresse für die feine Küche zu positionieren. Dabei profitieren Sie von einem einmaligen Umfeld, geregelter Freizeit und attraktiven Anstellungsbedingungen. Wenn Sie mehr über diese interessante Stelle wissen wollen, freue ich mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

Urs Kläger 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 auf Ihre schriftliche Bewerbung.

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.

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

Filialeleiter/-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 Sortimentes 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.

User 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

fmi frutigen
meiringen
interlaken

spital interlaken

Das Spital Interlaken nimmt innerhalb der Spitalgruppe fmi (Frutigen, Meiringen, Interlaken) eine führende Stellung in der medizinischen Versorgung ein. Das Ziel unseres Gastronomie-Teams ist es, ein vielseitiges, gesundes und attraktives Angebot zu servieren. Wir unterstützen unsere Zubereitungsmethoden auf die neuesten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnisse.

Im Rahmen einer Neuorganisation der Küche suchen wir per 1. Januar 2005 oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef m/w

Für diese anspruchsvolle Aufgabe erwarten wir:

- Gastronomiekoch, Spital- oder Heimkoch oder eidg. dipl. Küchenchef (mind. 4 Jahre Erfahrung in ähnlicher Position)
- Qualitätsbewusstsein gepaart mit unternehmerischer Denk- und Handlungsweise
- Hohes Fachwissen in Diätetik
- Durchsetzungsvermögen und Belastbarkeit
- Praktische Mitarbeit in der Küche
- Führung einer Brigade von 25 Personen
- Umsetzen neuzeitlicher Produktions- und Fertigungsmethoden (ca. 400 Mahlzeiten pro Tag)

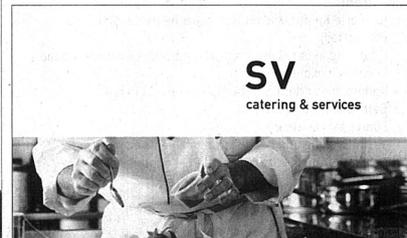
Wir bieten Ihnen:

- einen eigenverantwortlichen und selbstständigen Arbeits- und Wirkungsbereich
- Anstellungsbedingungen nach GAV für das Personal bernischer Spitäler
- interdisziplinäre Zusammenarbeit

Für Fragen steht Ihnen Simeon Brüllsauer, Leiter Hotellerie/Restauration, gerne zur Verfügung, Telefon 033 826 26 01.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Beilagen senden Sie an:
spital fmi ag, spital interlaken
personaldienst, weissenaustrasse 27, 3800 unterseen oder i.personaldienst@spitalfmi.ch

164423



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** einen

**Restaurant Manager
w/m**

In dieser anspruchsvollen Kaderfunktion übernehmen Sie, für unsere Auftraggeberin «Die Schweizerische Post», die Gesamtverantwortung für unser **Restaurant daylis in Zollikofen bei Bern**. Zudem übernehmen Sie auch die Verantwortung für eine kreative Küche mit einem abwechslungsreichen Angebot, mit welchem täglich rund 220 Gäste verwöhnt werden. Sie verstehen es, die 8 Mitarbeitenden zu führen und zu motivieren und stellen mit Ihrem Team die Qualität auf hohem Niveau sicher. Neben dem Einkauf, der Menüplanung und -produktion runden administrative Aufgaben sowie die Durchführung von Sonderanlässen Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil

- abgeschlossene Kochlehre
- mit mehreren Jahren Berufserfahrung
- betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
- gute Administrationskenntnisse
- Führungserfahrung
- begeisterungs- und kommunikationsfähige Persönlichkeit
- Organisations- und Verkaufstalent

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

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

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

164447



AIRPORT WELCOME RESTAURANTS

Gesucht

Multitalent
Gelernter Koch/Gastgeber

Aufgabenbereich:

Party Service & Catering
Geschäftsführer-Ablös
Küchen-Mithilfe
F & B-Assistent

Wir bieten eine abwechslungsreiche und selbständige Gastronomie-Chance für langfristiges Engagement

Für nähere Angaben wenden Sie sich an
Antonio Nigg, Tel. 01 804 75 26

164459

lampart's

Das Kreativ-Team unserer Küche braucht dringend Verstärkung: per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir je eine/einen

**Patissier
Entremetier**

Verfügen Sie über Ideenreichtum und arbeiten Sie gerne mit viel Liebe zum Detail?
Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

lampart's ART OF DINING
Reto Lampart und Anni Schmidler
4614 Hägendorf
www.lamparts.ch

ART OF DINING

Hotel Arlos



Wir suchen auf **Dezember 2004 (Wintersaison)**

Koch
mit Berufserfahrung

Sind Sie kontaktfreudig, kompetent, flexibel, verantwortungsvoll und belastbar?

Wenn Sie Ihren Beruf lieben und uns mithelfen wollen, die Gäste zu verwöhnen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Monika Tschaler
Hotel Arlos
7460 Savognin
Telefon 081 684 1774



164166

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. Februar 2005** oder nach Vereinbarung einen

Restaurant Manager (w/m)

Das im Auftrag der CREDIT SUISSE geführte «Culinarium St. Alban» in Basel führen Sie mit überdurchschnittlichem Einsatz, Begeisterungsfähigkeit und viel Engagement. Der Betrieb umfasst ein Selbstbedienungsrestaurant mit ca. 250 Mittagessen, eine Cafeteria und mehrere bediente Gästebereiche. Zudem besteht ein reges Catering für interne und externe Anlässe.

Ihr anspruchsvolles Aufgabengebiet erstreckt sich von der gesamten Betriebsführung über die Budgetverantwortung und die Führung, Rekrutierung und Betreuung der 13 Mitarbeitenden bis hin zur Erledigung der administrativen Tätigkeiten und der Organisation und Durchführung der zahlreichen Sonderanlässe. Sie stellen die Qualität auf höchstem Niveau sicher und überzeugen als Gastgeber-Persönlichkeit mit hervorragenden Umgangsformen.

Ihr Profil

- fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe (Hotelfachschule von Vorteil)
- Erfahrung in der Gemeinschafts- oder Markengastronomie in einer ähnlichen Position
- Kenntnisse in der Qualitätssicherung und in der Betriebswirtschaft
- Führungserfahrung
- einsatzfreudig und begeisterungsfähig
- sehr gute Administrations- und PC-Kenntnisse (Word/Excel)

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

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

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

kornhauscafé kornhauskeller

Der historisch und konzeptionell einzigartige Kornhauskeller (Stadrestaurant mit 180 Plätzen) ist täglich mittags und abends geöffnet. Das Angebot trägt die Akzente der internationalen Küche, in der Vinothek lagern dazu die passenden Weine. Die Galerie – mit Humidor, Lounge (ca. 100 Plätze) und Bar (50 Plätze) – bieten jeden Abend die perfekte Szene für Apéros, Cocktail Parties und gepflegtes Lounging.

Da unser Küchenchef für einige Zeit abwesend sein wird, suchen wir zur Verstärkung unseres Teams **per 1. Januar 2005 für ca. 6 Monate (evtl. länger)** einen

Küchenchef (m/w)

der gerne mit **frischen Produkten** arbeitet und seine kreativen Fähigkeiten in unsere **culina mediterranea** einfließen lassen will.

Einige Jahre Berufserfahrung als Küchenchef sind unabdingbar, um diese vielseitige Stelle mit Bravour meistern zu können. Wir wenden uns an eine verantwortungsbewusste und zuverlässige Persönlichkeit, die Belastbarkeit und Humor zu ihren Stärken zählt.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post oder Ihre Online-Bewerbung an:

Béatrice Hebeisen
Kornhauskeller und -café
Kornhausplatz 18
3000 Bern 7
Tel +41 031 327 72 75
beatrice.hebeisen@bindella.ch; www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

164463



In unserem Alters- und Pflegeheim wohnen zurzeit 73 Heimgäste, welche durch unsere Mitarbeitenden begleitet, betreut und gepflegt werden.

Für den Bereich Verpflegung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Koch (Pensum 100%)

Wir erwarten:

- abgeschlossene Berufsausbildung als Koch
- Bereitschaft, sich auf Neues einzulassen und Veränderungen mitzugestalten
- Sozialkompetenz
- initiative, flexible und zuverlässige Persönlichkeit
- Bereitschaft zur Fortbildung

Wir bieten:

- ein motiviertes und engagiertes Team
- Fort- und Weiterbildung
- zeitgemässe Arbeitsbedingungen
- eine kooperative Führungshaltung

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

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie an: Alters- und Pflegeheim Scheidegg, Bernstrasse 45, 3360 Herzogenbuchsee.

Mündliche Auskünfte erteilt Ihnen gerne unser Leiter Hotellerie, Herr Heinz Bryner, unter der Telefonnummer 062 956 50 20.

164419



BAR CLUB LOUNGE im Posthotel Weggis

Ab Mitte Dezember eröffnen wir den fantastischen und einzigartigen

CLUB LIBERACE

Der dem gleichnamigen US-Pianisten gewidmete Betrieb bietet live Entertainment mit Blues, Jazz und Soul Musik auf höchstem Niveau auf ca. 800 m².

Sind Sie die/der perfekte Gastgeber/in mit Herz und Seele, dann melden Sie sich als unser/e neue/r

**** CLUB MANAGER/IN ****

Weiter suchen wir folgende Mitarbeiter/innen, welche das «Spezielle» suchen:

***** BAR-SERVICE-HOSTESSEN *****

*** SICHERHEIT-EINGANGSKONTROLLEUR-CHAUFFEUR ***

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Rufen Sie uns an für Ihr Vorstellungsgespräch. Wir nehmen gerne Ihre Bewerbungen an unter:

Posthotel Weggis, Liberace AG, Frau S. Rüttmann, Seestrasse 8, Postfach 262, 6353 Weggis, Tel. 041 392 72 00

164467

Für unseren Golfclub Schinznach Bad suchen wir vom März – Oktober 2005 (Teilzeit möglich) eine

Mitarbeiterin im Club-Sekretariat

Ihre Aufgaben: Turnier-Organisation und -Abwicklung, Greenfee-Verkauf, Information, Gästebetreuung, Zusammenarbeit mit dem Vorstand, allg. Sekretariatsarbeiten, Unterstützung ProShop.

Unsere Anforderungen: Kaufm. Grundausbildung, PC-Kenntnisse, Belastbarkeit, Bereitschaft zu flexibler Arbeitszeit (Wochenenddienst), Englisch- und Golfsportkenntnisse von Vorteil.

Wir bieten Ihnen: Abwechslungsreiche Stelle in motiviertem Team, attraktive Anstellungsbedingungen.

Sind Sie interessiert? Herr Dr. Lorenz Höchli steht Ihnen für Auskünfte unter Tel. 056 204 00 66 gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

CHKP Conrad Höchli Kink & Pilgrim
Herr Dr. Lorenz Höchli
Schwertstrasse 1 • Postfach • 5401 Baden
E-Mail: lhoechli@chkp.ch

164458

★★★★
Belvedere
STRANDHOTEL & RESTAURANT
SPIEZ AM THURNERSEE

Tel. 033 655 66 66 Fax 033 654 66 33
Internet: www.belvedere-spiez.ch
E-Mail: info@belvedere-spiez.ch

Das Strandhotel & Restaurant Belvédère ist ein mittelgroßes Hotel mit Charme und Ambiente und notabene das bestdotierte Hotelrestaurant am fabelhaften Thunersee.

Wir suchen auf Februar oder nach Vereinbarung den

Küchenchef

mit vielen guten Ideen und dem Flair für das Schöne!

Wir bieten:

- * moderne Kücheninfrastruktur für alle Wünsche
- * 15 Punkte Gault & Millau (Bestes Hotelrestaurant in der Region)
- * abwechslungsreiche Arbeiten (à la carte, Bankette, Hotelgäste und Seminare)
- * junges, motiviertes Küchenteam
- * grosser Spielraum für Kreativität
- * der Anstellung entsprechendes Salär

Wir erwarten:

- * teambezogene Führungs- und Motivationsqualitäten
- * Erfahrung mit Bankettsystem HG 3000
- * Erfahrungen in der Gourmet-Restaurierung
- * Gastronomiekoch mit Fähigkeitsausweis (von Vorteil)

Gerne teilen wir Ihnen unsere Visionen über die Strategien und Marktziele unseres Schmuckstückes mit.

Für weitere Informationen melden Sie sich bitte bei:
Frau Rosmarie Seiler-Bigler oder Markus Schneider
Gastgeber/Direktion

164446

Top-Jobs für Profis!

Per sofort oder nach Vereinbarung:

► Commis de cuisine

in sehr gut frequentierten A la carte-Betrieb in **Zürich**. Sie haben bereits einige Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und möchten Ihr Können täglich neu unter Beweis stellen.

► Chef de partie

für einen Meister auf allen Posten. Unser Auftraggeber in **Zürich** ist trendig und sucht kreativen Profi mit zwei bis drei Jahren Erfahrung.

► Chef de partie

in gepflegten A la carte-Betrieb in der **Zentralschweiz**. Ihre Kreativität ist hier besonders gefragt.

► Küchenchef

für renommiertes und traditionelles Restaurant in der **Luzerner Altstadt**. Das vielseitige Angebot erfordert Ihre ganze berufliche Erfahrung. Die Küchenbrigade wünscht sich einen aufgeschlossenen, kommunikativen Chef. Eintritt 1.4.2005.

Senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit einem aktuellen farbigen Passfoto) an den **Hauptsitz in Luzern**. Lieber heute als morgen!

Weitere tolle Stellen täglich aktualisiert unter
www.gastrojob.ch

GastroJob

Partner der Berufsverbände

Filiale Zürich: Postfach 4870, CH-6002 Luzern
Freilutstrasse 10, CH-8002 Zürich Tel. 041 418 23 33, Fax 041 418 23 40
Tel. 01 280 03 40 info@gastrojob.ch 164462



Stadt Laufenburg
www.laufenburg.ch

Für die Betreuung unseres attraktiven Freibades am Rhein suchen wir für die Badesaison von Mai bis September 2005 zwei verantwortungsvolle Personen als

Bademeister/in

sowie als

Kioskbetreuer/in

Zum Aufgabenbereich des Bademeisters gehören die Gewährleistung eines sicheren und geordneten Badebetriebes, die Betreuung der technischen Anlagen und Einrichtungen, die Reinigung der Gebäude, der WC-Anlagen, der Aussenflächen, die Pflege der Grünanlage. Sie sollten mitbringen: SLRG-Brevet I, CPR-Ausweis, Samariterausweis, abgeschlossene handwerkliche Berufslernjahre und Erfahrung als Bademeister.

Zum Aufgabenbereich der Kioskbetreuung gehören der Billetverkauf, die Eingangskontrolle sowie die Führung des Kiosks auf eigene Rechnung. Für beide Stellen wird eine selbständige und zuverlässige Arbeitsweise sowie die Bereitschaft zu Arbeitszeiten im Abend- und Wochenenddienst erwartet.

Nähere Auskünfte erteilt gerne Bauverwalter Peter Oswald (Telefon 062 869 10 10), Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Arbeitszeugnissen richten Sie bitte bis spätestens 3. Dezember 2004 an die

Bauverwaltung Laufenburg, Spitalstrasse 12, 5080 Laufenburg

164450



Neu ab Dezember 2004

"Alpine Residence & Spa"

Wellness, Treatment's, Day Spa und Wine Lounge anspruchsvolles, exclusives Alpen- Ambiente...

Der Schlüssel für Erfolg und Karriere

Wir haben unsere Schwerpunkte auf eine ausgezeichnete Küche (Gourmet-Rest. 16 Gault & Millau - Punkte) und einen excellenten Service gelegt. Bringen Sie Ihre positive Ausstrahlung in unsern Betrieb ein und zwar ab Winter 2004

in unseren Restaurants, Bar und Wine Lounge als

CHEF DE RANG d/f/e
SOMMELIER

Wir freuen uns auf Ihre ausführliche Bewerbung (auch per E-Mail möglich)



WELLNESS & SPA - ZERMATT

alpine residence

Familie Sepp & Rose Julen - CH-3920 Zermatt
Tel 0041(0)27/966 26 60 - Fax 0041(0)27/966 26 65
info@hotel-mirabeau.ch - www.hotel-mirabeau.ch



Direktions-Stellvertreter

In dieser Kaderposition als Vertretung und Unterstützung der Direktion zeichnen Sie in erster Linie verantwortlich für den Bereich Controlling, übernehmen jedoch einen grossen Part im Frontbereich:

- Controlling F & B-Bereich
- Inventarwesen (Bestandeskontrolle, Auswertungen usw.)
- Bestellwesen
- Verantwortung für den Bereich Haustechnik
- Stellvertretung der Kaderpositionen

Zudem unterstützen und vertreten Sie die Direktion wirkungsvoll in allen Belangen dieses grossen Restaurationsunternehmens.

Wir erwarten für diese entwicklungsfähige Restaurateur-Position einen gut ausgebildeten Berufsmann, Alter ca. 25/30-jährig, vorzugsweise mit Kochlehre, Hotelfachschule und dem ganz speziellen Flair für ein französisch orientiertes Betriebskonzept und einer ausgesprochenen Freude am Umgang mit Menschen. Sprachen F/D (gerne bilingue) und E, sehr gute EDV-Kenntnisse.

Ferner sollten Sie bereits Führungserfahrung, möglichst in einer Grossrestauration mitbringen, unkompliziert und teamorientiert arbeiten und bereit sein zu einem überdurchschnittlichen Einsatz. Dann erwartet Sie eine wirklich erstklassige Aufgabe in einem einmaligen Betrieb in einer Westschweizer Grossstadt. Eintritt nach Vereinbarung, ab Anfang 2005.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an die Beauftragte:

HoReGa Select AG Kaderberatung
Marika Oesterle/Rolf Reutener
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch / www.horega.ch

164468



Restaurant-Pizzeria Schützenstube
Vordere Hauptgasse 34
4800 Zofingen

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Cuoco/Koch

Sie sind gepflegt, zuverlässig, freundlich und aufgestellt.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Tel. 062 751 93 77 (11-14 oder 18-23 Uhr), Herrn Antonazzo verlangen.

162045



Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für unser ***-Hotel in der Zürcher Altstadt eine

RÉCEPTIONISTIN

Sie sind eine aufgestellte und motivierte junge Persönlichkeit mit Berufserfahrung und guten Fremdsprachenkenntnissen. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und interessante Aufgabe mit viel Selbstständigkeit und Verantwortung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:
Hotel Franziskaner, Frau E. Reichenbach, Niederdorfstr. 1, 8001 Zürich.
www.hotel-franziskaner.ch
service@hotel-franziskaner.ch

164463



Wir finden für Sie die Xadell im Heutausen

Im Kundenauftrag suche ich für ein *** Hotel in Grindelwald einen

Chef de partie, mit der Ambition, den Küchenchef zu vertreten

Sie haben bereits Erfahrung in der Schweizerischen Hotellerie und suchen eine neue Herausforderung mit einer längerfristigen Anstellung.

Hilfskoch für den Snack-Grill

Sie haben Freude am Beruf und sprechen Deutsch und Englisch.

Weitere Infos erteilt Ihnen Daniel Imboden
Telefon 033 821 15 15/16 Fax am einfachsten per
E-Mail: daniel@imboden-jobs.ch

Senden Sie bitte Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto an:
IMBODEN PERSONALSERVICE
General-Guisanstr. 27 B, 3800 Interlaken
Weitere Stellenangebote finden Sie unter
www.imboden-jobs.ch

164422



Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser Schiff. Sonne und Wärme, Fröhlichkeit, Freude und südländischer Tatsch bietet unsere garantiert einmalige Seerosenbar.

BarmitarbeiterIn

Bei uns treffen sich Leute aus der Region, Ferien- und Hotelgäste, Geschäftsleute aus nah und fern. Zu Apéro oder Cocktail, zum Feierabendbier und im «Ausgang», mittags wie abends, auch zum Essen oder zu einem kleinen Imbiss.

Sie sind etwa 20 bis 30 Jahre alt, humorvoll und herzlich. Sie verstehen es, erwartungsvolle Gäste mit Ihrer fröhlichen und natürlichen Art zu begeistern. Sie möchten sich einbringen und die Atmosphäre unserer Seerosenbar mitgestalten.

Es erwartet Sie eine spannende Aufgabe in einem wunderschönen Lokal! Wenn Sie gwundrig geworden sind und mehr wissen wollen, erwarte ich gern Ihre Unterlagen.

Caesar Huber, Hotel Restaurant Schiff
mit Seerosenbar, 8808 Pfäffikon SZ
Tel. 055 416 17 18 www.schiff-pfaeffikon.ch

164450



network
für reorientierte Unternehmensführung im Tourismus

Für ein dynamisches Hotel im Berner Oberland suchen wir auf Januar 2005 einen

Front Office Manager

Sie haben eine Hotelfachschule abgeschlossen und weisen erfolgreiche Berufserfahrung vor. Ihre Stärken liegen im administrativen Bereich und Ihre Persönlichkeit kann unkompliziert aber bestimmt mit jungen Gästen umgehen.

Sie erhalten die Chance, ein neues Konzept in Ihrem Betriebsbereich umzusetzen und eng mit der Direktion und Buchhaltungsstelle zusammenzuarbeiten. Der mittelgrosse, innovative Jahresbetrieb offeriert Ihnen eine längerfristige Anstellung.

Bewerben Sie sich bitte bei Matthias Eugster (matthias.eugster@cfbnetwork.ch).

CFB network AG Telefon +41 43 810 02 25
Schindlerstrasse 22 Fax +41 43 810 02 24
CH-8006 Zürich www.cfbnetwork.ch

164471

Hotel Kapplerhof Ebnat-Kappel

Direktions-Assistentin – Gastgeberin

Unser Angebot umfasst 90 Betten, Kongressräume, Restaurant, Bar, Schwimmbad, Kegelbahnen, Parkanlage. Der persönliche Kontakt sowie die Pflege der Gastfreundschaft des traditionellen Hauses stehen an vorderster Stelle. Ihre Kenntnisse in der Seminarhotellerie haben Sie bereits gefestigt. Sie überzeugen mit vertrauenswürdigem Auftreten und Eigeninitiative.

Sind Sie an dieser Herausforderung interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild.

LM Treuhandgesellschaft GmbH
Zürcherstrasse 14
9000 St. Gallen

164461

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

Stellvertreter/in Restaurantleiter
Chef de Rang

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

GEWINNER DES
TRAVEL STAR
GOLD AWARDS 2004
IN DER KATEGORIE
BESTE HOTELKETTE

www.steigenberger.ch

164413

HTMI School of International Hotel and Tourism Management

HTMI searches for the following positions, starting immediately

- **Vice Principal** – with experience in the Hospitality field
- **Internship Coordinator**
- **Full time course lecturer**

- Languages: fluent English/German (written/spoken)
- Swiss nationality or valid working 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, Principal
Marientalweg 3, 6174 Sörenberg
Tel: 041 488 11 25, www.htmi.ch
e-mail: mdenzler@htmi.ch

164318



Im Health, Spa & Golf Resort in Bad Ragaz suchen wir eine engagierte Persönlichkeit als

PERSONALLEITER/IN

für den Bereich Grand Hotels (Quellenhof ***** und Hof Ragaz ****).

In Ihrer Funktion betreuen Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der beiden Hotels. Sie pflegen gerne Kontakte zu Menschen aus verschiedenen Kulturen sowie zu internen und externen Stellen. Mit Ausnahme der Lohnbuchhaltung sind Sie für sämtliche Belange des Personalwesens inkl. Aus- und Weiterbildung in Ihrem Zuständigkeitsbereich verantwortlich. Dabei werden Sie von einer Assistentin unterstützt. Anspruchsvolle Projektaufgaben im HR runden diese nicht alltägliche Kaderfunktion ab.

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

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

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



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

164439

Click to 35 five-star hotels and resorts in Switzerland

hoteljob

Für unsere Kunden
suchen wir in
Saison- oder Jahresstelle
aufgestellte & flexible

Servicefach-
mitarbeiter/innen
Commis de cuisine w/m
Chef de partie w/m

Wenn Sie die entsprechende
Ausbildung mitbringen,
freuen wir uns auf Ihren Anruf.



Schweizer Hotelier-Verein
hoteljob Personalberatung und Stellenvermittlung
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33, Telefax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch, hoteljob.be@swiss-hotels.ch

159148

ESPLANADE ***** HOTEL RESORT & SPA

Moderne Hotelkultur in historischen Räumen ♦ 75 Zimmer und Suiten ♦ Restaurant, Panoramaterrasse, Bar, Konferenzräumlichkeiten ♦ erholende Oase für Wellness, Schönheit und Fitness.

Wir suchen für die Sommersaison 2005 (Anfang März bis Ende Oktober) Mitarbeiter/innen mit Berufserfahrung in 4*-5* Häusern

RÉCEPTIONIST/IN EDV- und Sprachkenntnisse D/I/F/E
RÉCEPTIONSPRAKTIKANT/IN Sprachkenntnisse D/I

CHEF DE RANG m/w
CHEF DE RANG mit Barerfahrung m/w
COMMIS DE RANG m/w Sprachkenntnisse D/I

CHEF DE PARTIE
(GARDEMANGER/TOURNANT)

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, in einem jungen Team mitzuarbeiten und gerne im sonnigen Tessin unsere Gäste verwöhnen, dann senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an unser Personalbüro. Unseren Mitarbeitern stehen Personalzimmer zur Verfügung.



ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA
6648 Minusio/Locarno
E-Mail: reservations@esplanade.ch
www.esplanade.ch

164453



Im Herzen von Sempach gelegen, verfügt unser Betrieb über ein gepflegtes Restaurant, die Beiz, eine Vinothek und die Cantina (gesamt 180 Plätze). Die grosse Terrasse ergänzt unserer Platzangebot im Sommer.



Zur Ergänzung meines Teams suche ich

Betriebsassistent/in

Sie besitzen fundierte Service- und Weinkenntnisse und möchten den nächsten Karriereschritt wagen. Sie sind ein herzlicher Gastgeber und stets um das Wohl unserer Gäste bemüht.

Neben der aktiven Mitarbeit im Service, der Gästebetreuung und Mitarbeiterführung, unterstützen Sie den Geschäftsführer auch bei administrativen Arbeiten (Abrechnungen, Bestellungen, Inventuren).

Sie sind Gastgeber/in mit Passion und bereit Verantwortung zu übernehmen?! Sie lieben das italienische Flair? Dann lernen Sie uns kennen!

Alain Lardon
Ristorante Una storia della vita
Stadstrasse 42, 6204 Sempach Stadt
041 460 44 74
alain.lardon@remimag.ch
www.unastoria.ch

RISTORANTE - CANTINA - VINOteca

164433

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 souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/Cuisine								Hauswirtschaft/ménage									
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8		
9386	Koch/w	26	DE	L-EG	Dez.	D/E/F	BE-Oberland	9384	Gouvernante	53	CH	n. Ver.	D/E/F/I	BE-Oberland			
9387	Küchchef/Alleinkoch	36	AT	B	sofort	D/E/F/I	Zürich/Luzern/Zug	9399	Zimmerfrau	23	PT	L-EG	sofort	D/E			
9388	Hilfskoch	30	LK	B	sofort	F	BE	9400	Hofa	37	CH	sofort	D/E/F	Bern u. Umgebung/80%			
9391	Küchenchef	57	CH	Dez.	D/E/F/I	TI		9414	Casserolier	34	CH	sofort	D				
9396	Koch	51	CH	sofort	D/F/I	TI/GR/BE		9420	Küchenhilfe	29	TN	B	sofort	D/F	BE		
9398	Commis de cuisine	22	CH	Dez.	D		Hotel	9427	Casserolier	56	CH	Dez.	D/I				
9401	Alleinkoch/Koch	34	DE	B-EG	sofort	D/E		9436	Hofa	21	CH	sofort	D/E	BE/SO/ZH/BS			
9403	Koch/Alleinkoch/w	39	DE	L-EG	Dez.	D		9441	Gouvernante	48	CH	Jan.	D/E	BE			
9416	Koch/Alleinkoch	44	CH	sofort	D/E/I	TG		9442	Gouvernante	48	CH	Jan.	D/E	BE			
9422	Küchenchef	37	CH	sofort	D/E/F/I	BE-Oberland											
9428	Koch	52	CH	Dez.	D		Zentral-CH										
9430	Koch/Chef de partie	31	FR	L-EG	Dez.	D/F/I	BE/VS/Zentral-CH										
9434	Koch	44	DE	L-EG	Dez.	D/E	LU/ZH/SZ/SG										
9435	Chef de partie/Pât.	25	CH	sofort	D/E		Deutsch-CH										
9438	Küchchef/Sous-chef	26	CH	Jan.	D/E/F	FR/BE											
9439	Küchenchef	35	CH	Jan.	D/F	AG/BE/LU/SO											

Administration/administration							
1	2	3	4	5	6	7	8
9411	Kellner	25	IT	B	n. Ver.	D/I	BS/BL
9413	Chef de rang	38	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	
9415	Buffetmitarbeiterin	23	CH	Dez.	D/E	LU/BE/SZ/ZG/FR/NE/GR	
9419	Service/w	39	DE	L-EG	Dez.	D/E	Wintersportregion
9423	Barman/Chef de rang	56	IT	C	sofort	D/E/F/I	TI
9424	Barman	32	TN	B	sofort	D/E/F/I	GR/ZH
9425	Kellner	30	CH	sofort	D/E/F/I	ZH/Ost-CH	
9429	Chef de service	47	CH	sofort	D/F	BE/FR	
9431	Service/w	50	CH	Jan.	D	BE/SO	
9437	Service/w	23	CH	Jan.	D	AI	
9440	Sefa/Chef de rang	23	CH	Jan.	D/E	SZ/SG	

REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS							
1	2	3	4	5	6	7	8
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	Anfangsreceptionist	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	4-5*-Hotel/Bergregion	
9408	Réceptionist	31	CH	sofort	D/E/F/I	VS/VD/GE	
9412	Réceptionist	30	CH	sofort	D/E/F/I	LU/ZH	
9417	Night Auditor	52	CH	sofort	D/E/F/I	Zentral-CH	
9418	F&B Praktikant	27	CH	Jan.	D/E/F	LU/ZH	
9421	F&B Controller	61	CH	sofort	D/E/F/I	Zentral-CH	
9426	Céramt	45	DE	C	sofort	D/E/I	ZH
9432	Geschäftsf./Direktion	58	NL	C	n. Ver.	D/E/F/I	Hotel
9433	Geschäftsf./F&B Man.	37	CH	Dez.	D/E/F	ZH/BS/Mittelland	

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____ Eintrittsdatum / Date d'entrée: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____ Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____ Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____ Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____ Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: _____

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____
 (1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: _____

Betrieb / Etablissement: _____ Ort / Lieu: _____ Funktion / Fonction: _____ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): _____

1. _____

2. _____

3. _____

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: Ja - Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui - Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:

hoteljob.be@swisshotels.ch / Schweizer Hotelier-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern

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

DOMINO GASTRO

Her Personal-Profi

- 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!

JungköchelnInnen/Chef de Partie/Servicefachangestellte/ReceptionistInnen

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel u. Solothurn	061 261 66 50
Luzern, Zug, SZ, SEE	055 41 52 84
Bern, Ober-, Interlaken	043 960 31 55
St. Gallen, Bodensee	043 960 31 55
Zürichsee, Rapperswil	055 41 52 84
Aargau, Baden, Tessin	055 41 52 84
Graubünden, Davos	043 960 31 51
Engadin, St. Moritz	043 960 31 53
Wallis, Zermatt, Genf	061 261 66 50
Romandie, Lausanne	061 261 66 50

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

164400

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung in neuzeitlichen Landgasthof

Servicefachangestellte (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 88

164400

Freundlichkeit, Effizienz und fachliche Kompetenz sind keine Fremdwörter für Ihre Brigade und Sie. Optimale Einsatzplanung Ihrer Crew, Schulung des Teams und der Lehrlinge sowie ständige Verbesserung der Qualität zum Wohle des Gastes bereiten Ihnen Vergnügen. Zudem sind Sie «serviceerprobt», sprechen E, F und D sowie Mundart und haben Freude an einem Top-Betrieb.

Treffen diese Aussagen auf Sie zu?

Wenn ja, sind Sie unser neuer

CHEF DE SERVICE

Ein lebhafter Betrieb mit ausgeprägter Restauration - à la carte, Bankett und Seminare - in Basel erwartet Sie. Eintritt ab Anfang Februar bis Ende April.

Immer noch interessiert? Dann schicken Sie uns Ihre Unterlagen inkl. Lohnvorstellungen unter Chiffre 164464 an hotel@tourismusrevue, Postfach, 3001 Bern.

164464



Kaiserstuhl
RESTAURANT - HOTEL

Auf kommende Saison 2005 vom Februar bis Oktober, suchen wir in unserem heimeligen Restaurant noch folgende Teamverstärkungen:

TOURNANT
mit Erfahrung zur Ablösung des Saucier und Entremetier von Mai bis Oktober

JUNGKOCHE/KÖCHIN
mit Freude am kreativen Kochen und dem Flair zur gesunden Vollwertküche

KELLNER/KELLNERIN
mit Freude an der lebhaften Gastronomie

Auf Ihre Bewerbung freut sich ein junges und aufgestelltes Team.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf und Foto an untenstehende Adresse, z.Hd. Frau Eveline Halter.

HOTEL KAISERSTUHL
BRÜNGSTRASSE 232 · CH-6078 KAISERSTUHL OW
FON 041 678 11 89 · FAX 041 678 17 16

164424



Landgasthof Leuen
Birmensdorferstr. 58, 8142 Ulikon Waldegg

Unser Betrieb, 15 Minuten von Zürich City entfernt braucht Verstärkung. Wir suchen in Jahresstelle

Sous-Chef

Sind Sie motiviert, unsere Gäste zu verwöhnen? Sie lieben es in einem lebhaften Betrieb zu arbeiten und behalten auch in der hektik den Überblick. Sie bringen ausreichend Erfahrung mit und schätzen den Gästekontakt. Dann melden Sie sich bei uns. Frau Krebs oder Herr Bernegger erwarten gerne Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung.

Tel: 01-406 15 00 Fax: 01-406 15 15
Homepage: www.leuen.ch
Mail: info@leuen.ch

164456

Lieben Sie den Gästempfang?

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n Empfangsmitarbeiter/in (im Winter auch Teilzeit möglich). Verfügen Sie über Erfahrung am Hotelpflicht, lieben Sie Gäste und ein kleines Team, dann freue ich mich auf Ihren Anruf.

Stephan J.J. Maeder, Hotelier

Villa Europe
Höheweg 94, 3800 Interlaken - Switzerland
www.villaeurope.ch Mail: info@villaeurope.ch
Tel. +41 (0)33 8260160, Fax +41 (0)33 8260169

164449

kunsthausestaurant

ESSEN · BAR · WEINE

Der pulsierende Betrieb im Zentrum des Zürcher Kulturlebens sucht:

gelernten Koch (w/m)

Berufsausbildung, Praxiserfahrung, selbständig und flexibel. Sie sind passionierter Fachmann mit Freude an der modernen Küche. Die Arbeit im Team, Verantwortungsbewusstsein und ein moderner Arbeitsplatz sprechen Sie an? Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle Herausforderung in einem modernen Umfeld.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Rolf Schmid (Geschäftsführer)
Mike Dittmar (Küchenchef)
Restaurant Kunsthaus, Heimplatz 1, 8001 Zürich
044 251 53 53, www.kunsthausestaurant.ch

164434

Restaurant/Vinothek Méditerranée in Zermatt sucht ab Dezember 04 für Saison- oder Jahresstelle Servicepersonal zur Neueröffnung für den gehobenen Standard 14/15 GM

Commis de Service
Chef de Service
Chef de Rang
Chef de Sommelier

sowie
Küchenhilfen/Reinigungskraft

Junges, motiviertes Team, Zimmer möglich.

Interessenten bitte Kontakt an KlausSchlachter@bluewin.ch oder Tel. 076 384 34 56

164429

SUISSE ROMANDE

Cherche pour ouverture mi-décembre responsable de bar

de nuit + musique, jeune enthousiaste, indépendant.
Envoyer CV + photo + lettre motiv. à del Todesco - L'Escale - 1882 Gryon.

Del Todesco Charles
Restaurant l'Escale
Place Barbolese
1882 Gryon
Tél. 024 498 12 15
fax 024 498 10 03

164426



BarRouge

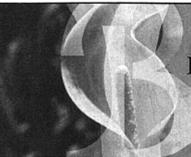
Wir suchen einen

Teamassistent (w/m)
der die Hauptverantwortung über das Personalwesen trägt und in der Organisation von Events mithilft.

Wir erwarten gute Kenntnisse in Personaladministration und Arbeitsrecht sowie Organisationstalent, Selbstständigkeit, Flexibilität und sprudelnde Kreativität. Wir bieten ab Mitte Dezember eine vielfältige Arbeit in einem jungen Team. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:

Caroline Francotte
Stv. Geschäftsführerin
od. Katalin Csontos, Teamassistentin
Messeplatz 10
4058 Basel
Telefon 061 361 30 31
reservation@barrouge.ch

164460



Parkhotel Brenscino
Hier inmitten einzigartiger subalpiner Umgebung mit zauberndem Blick auf den Lago Maggiore verschenken wir Gastlichkeit pur!

Sie möchten das auch tun?
Dann suchen wir Sie, zur Vervollständigung unseres jungen Teams, als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r die Ihren Beruf lieben.

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison Mitte März bis ca. 5. November 2005 zu besetzen:

- **Chef de salle (HP-Saal)** D/I/F/E, mit guten Führungsqualitäten und Erfahrung
- **Servicefachmitarbeiter/in** D/I/F, für à la carte und Saal
- **Servicefachmitarbeiter/in mit Ablösung Réception** D/I/F, mit Erfahrung
- **Commis de rang** D, für Saal
- **Service-Praktikant/in** D
- **Chef de partie pâtissier** mit Hotelerfahrung
- **Commis de cuisine pâtissier/garde-manger**
- **Casserolier/Portier Tournant**
- **Office-Mitarbeiter/in**
- **Zimmermädchen**

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten, Urlaub während der Saison sowie Benützung unserer Sport-Infrastruktur.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!



Parkhotel Brenscino Brissago
Natascha Rothemann, Personalchefin
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago
Tel. 091 786 81 11, Fax: 091 793 40 56
www.brenscino.ch E-Mail: info@brenscino.ch

164425



ALBERGO REMORINO

«Benvenuti» - dürfen wir vielleicht auch Sie in unserem Erstklass-Hotel (25 Zimmer), umrahmt von dem südlichen Ambiente des Tessins, begrüssen?

Ab Januar 2005 suchen wir eine

Réceptionistin

Wenn Sie

- den Umgang mit anspruchsvollen Feriengästen schätzen
- einen kaufm. Abschluss haben
- über sehr gute Fidelity- und Sprachkenntnisse in D/E/E evtl. I verfügen
- bereits fundierte Erfahrung an der Réception haben
- zwischen 20 und 35 Jahre alt sind

dann bieten wir Ihnen gerne

- viel Freude an einer motivierten Mitarbeiterin
- gute Arbeitsbedingungen in einem jungen Team

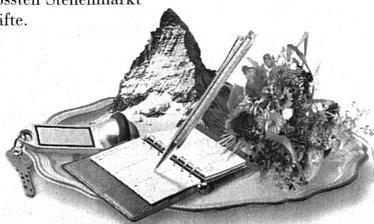
Neugierig? Dann schicken Sie einfach Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto z. Hd. Frau H. Greco, Direktionsassistentin.

Relais du Silence ALBERGO REMORINO
VIA VERBANO 29 6648 MINUSIO-LOCARNO
TEL. 091 743 10 33 FAX 091 743 74 29
albergo@remorino.ch www.remorino.ch

162996

Mehr brauchen Sie nicht.

Die htr stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



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

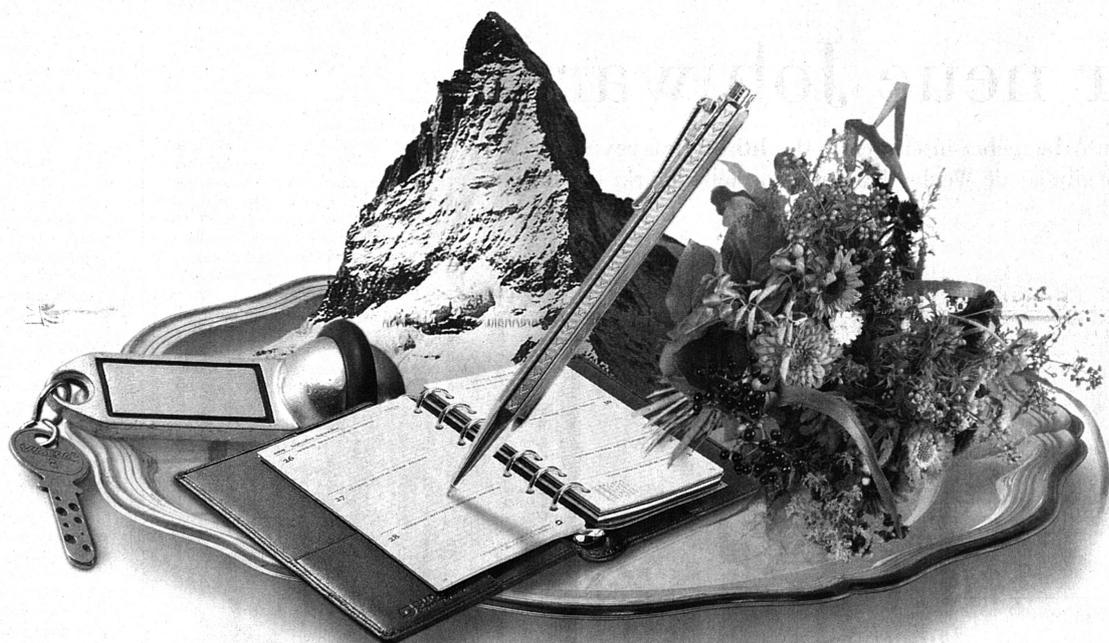


htr

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

Engadin oder Genfersee?

Die besten Fachkräfte lesen die führende Fachzeitung. 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@swisshotels.ch

www.htr.ch

htr

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



Arbeiten in einem First-Class
Hotel Resort in Kanada (Ontario)
(Mai 05 bis November 05)
Wir suchen (m/w):
**Housekeeper-Manager, Pastry Chef,
Chef de Partie, Chef de Rang,
Commis de cuisine**
Mit abgeschlossener Lehre oder Gas-
trodiplom, guten Englischkenntnissen,
Alter bis 35 Jahre.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Interviews in Zürich am 9./10. 12. 04
**S. Solenthaler, Chileacherstr. 11,
CH-5272 Gansingen, 062 875 04 46**
164452

STELLEN- VERMITTLUNG

HORESTO-jobs
HOTellerie - RESTauration - TOurismus
Stellenangebote im In- und Ausland
Offres d'emploi en Suisse et à l'étranger
www.horesto.ch www.horesto.com
Tel.: 01 721 19 47 info@horesto.com

**Neue Pächter für
Gastronomie gesucht!**

GOLF CLUB DOMÄNE NIEDERREUTIN

Die wirtschaftlich erfolgreiche Golfclub Domäne Niederreutin GmbH sucht zum Saisonbeginn ab März 2005 einen neuen Pächter für ihre öffentliche Golfclub-Gastronomie. Das ca. 130 ha große Gelände mit einem 27-Loch Parcours und angeschlossenem öffentlichen 6-Loch Kurzplatz, sowie den kompletten Übungseinrichtungen ist die Heimat von über 1.200 Mitgliedern und zahlreichen Tagesgästen. Die Gastronomie ist ein wichtiger Bestandteil des Clublebens, sowie des Wohlbefindens der Mitglieder und Gäste. Die Anlage liegt ca. 35 km südlich von Stuttgart am Tor zum Schwarzwald.

Wir bieten:

- öffentliches Clubhaus mit verschiedenen Räumlichkeiten für ca. 200 Personen, sowie Außenterrasse mit weiteren 120 Plätzen.
- großer Tagungsraum für ca. 50 Personen
- zahlreiche Festveranstaltungen
- adäquate Pachtbedingungen

Wir erwarten:

- Praxisorientiertes und flexibles Gastronomien-Team
- Erfahrung im Abwickeln von Großveranstaltungen
- Teamorientierte Zusammenarbeit mit GmbH, Verein und Sponsoren

Wir freuen uns über Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen mit entsprechenden Referenzen. Senden Sie diese bitte an die:
**Golfclub Domäne Niederreutin GmbH, z. Hd. des Geschäftsführers
Herrn Reiner Horlacher, 71149 Bondorf.**
164468

STELLENGESUCHE

Junges Fachpaar der Gastronomie

er Küchenchef, sie Chef de Service, suchen neue Herausforderung per 1. Februar 2005 im Raum Basel/Basel Land; Aargau oder Solothurn.

Wir möchten gern mit Restaurantbesitzern ohne Nachfolger zusammenarbeiten, spätere Geschäftsübernahme erwünscht.

Sie erreichen uns unter 034 422 35 16.
164436

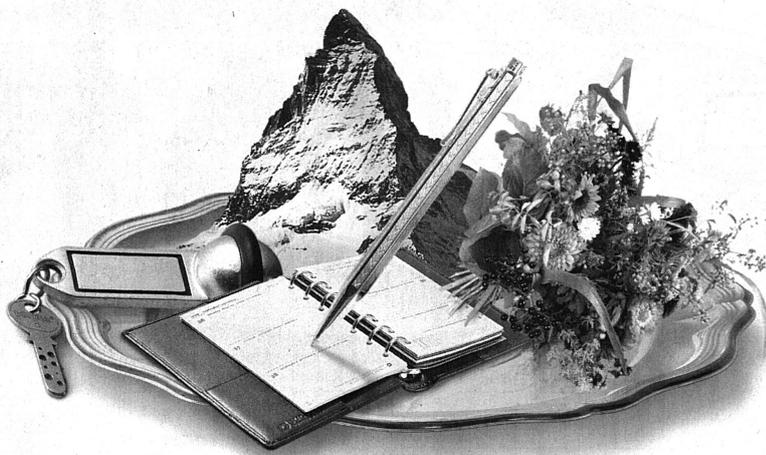
Wintersaison

Sprachgewandte, freundliche Dame (D, F, E, I) sucht **Service-Stelle** in kleinem bis mittlerem Hotel (Graubünden/Berner Oberland).

Tel. 078 6347310
164437

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
inserate@swisshotels.ch, www.htr.ch



htr

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

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer 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 Santischi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: inserate@swisshotels.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

	Nr. 49/2004	Nr. 50/2004	Nr. 51/2004	Nr. 52/2004
- Ausgabe	2. 12. 2004	9. 12. 2004	16. 12. 2004	23. 12. 2004
- Erscheint	29. 11. 2004	6. 12. 2004	13. 12. 2004	20. 12. 2004
- Anzeigenschluss	29. 11. 2004	6. 12. 2004	13. 12. 2004	20. 12. 2004
- Wiederholungen				

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 20 000 Ex. Versand / Expedition, 11 157 WEMF-beglaubigt / contrôlé Remps

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwendet 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.